



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Diseño del Material Gráfico y Multimedia para dar a conocer Fundación Puedes

Diseño de material gráfico y multimedia para dar a conocer y promover el trabajo de la Fundación PUEDES, y para enlazarla con las personas y organizaciones con la capacidad y el interés de financiar los tratamientos de recuperación de personas de escasos recursos, que presentan algún tipo de enfermedad o problema que puede ser resuelto a través de la equinoterapia.

Proyecto de Graduación presentado por Claudia Gisela del Cid Castellanos, previo a optar al Título de Licenciada en Diseño Gráfico con Énfasis Informático Visual.
Guatemala, septiembre del 2007.

Nómina de autoridades

Junta Directiva

Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Jorge Arturo González Peñate
Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez
Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
Br. Javier Alberto Girón Díaz
Br. Omar Alexander Serrano de la Vega
Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Decano
Vocal I
Vocal II
Vocal III
Vocal IV
Vocal V
Secretario

Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Licda. Sandra Carolina Rojas Miranda
Lic. Alberto José Paguaga González
Licda. Glenda Betzaida González Molina

Decano
Secretario
Asesora Proyecto de Graduación
Asesor Proyecto de Graduación
Tercera Asesora Proyecto de Graduación

Agradecimientos

A Dios, mi luz...

A mi esposo y mis hijos, el motor de mi vida.

A toda mi familia, mi soporte.

A Fundación Puedes por abrirme sus puertas, tenerme paciencia y darme la oportunidad de servirles.

A mi Escuela de Diseño Gráfico, de la cual me siento orgullosa.

A mis Asesores Betsy, Alberto y Carol, por compartir conmigo su tiempo, talento y profesionalismo.



Dedicatoria

A Dios, por las incontables bendiciones que me ha dado y por demostrarme cada día lo afortunada que soy...

A mi esposo, Jurgen, por sacrificarse tanto para que yo alcance mis ideales, por siempre hacerme ver el lado positivo de las cosas y las personas, por hacerse cargo de lo mío mientras estaba en clases y por ser mi gran amor. Recuerda que este logro es de ambos.

A mis hijos, Mathias y Stephan, por ceder - sin saberlo - todo el tiempo de juego que les correspondía, por sonreír a pesar de mis caras de enojada y cansada; y por amarme sin condiciones. Esto es para ustedes chiquitos... los amo.

A mis padres, Modesto del Cid y Elida Castellanos, por todos sus sacrificios y entrega, por tenerme paciencia y enseñarme desde los verbos hasta las más dulces canciones; por inculcarme el espíritu de superación, pero, en especial, por su amor y apoyo... Créanme que cada día los entiendo y quiero más.

A mi suegra, Elvira, por ayudarme incondicionalmente a cuidar a mis hijos, por ser un ejemplo de tenacidad y por darme tanto cariño y apoyo.

A mis hermanos, Lili, Iris y Ariel, por ser mis supervisores, asesores, críticos, paños de lágrimas y mis mejores amigos. Los admiro y quiero mucho.

A mis cuñados, Ignacio, Caliche y Sigrid, Markus y Vero, por apoyar a mi familia y por ponerse voluntariamente en la lista de niñeros cada vez que lo necesitamos.

A mis sobrinos, José Andrés, Andrea, Leire, Ian, Dan, Christian y Andy, por darme inyecciones de energía y alegría siempre.

A Lis y Mildred, por querer a mis hijos y cuidarlos tantas veces para que yo pudiera ir a la Universidad, por empujarme a tomar la decisión de estudiar nuevamente y por su fe en mí.

A 4Creativas, el mejor grupo de trabajo, por el derroche de creatividad y por todos los inolvidables momentos compartidos. Gracias Paula, Anita y Pao.

A todos mis amigos, por aguantar todo este tiempo que yo no tuviera tiempo. Por acomodarse a mis horarios para poder juntarnos y por su entusiasmo y cariño.

A los niños y madres de Fundación Puedes, por su ejemplo de tenacidad y alegría, a pesar de las adversidades que han tenido que enfrentar. A todos los que luchan para que la equinoterapia llegue a más personas que lo necesitan. A quienes dan su tiempo y esfuerzo por hacer mejor la vida de otros.



1	Capítulo I: Introducción	7
1.1	Antecedentes	7
1.2	Definición del problema	8
1.3	Justificación	8
1.3.1	Magnitud	8
1.3.2	Trascendencia	9
1.3.3	Vulnerabilidad	9
1.3.4	Factibilidad	9
1.4	Objetivos	10
1.4.1	Objetivo general	10
1.4.2	Objetivos específicos	10
2	Capítulo II: Perfil del cliente y grupo objetivo	11
2.1	Perfil del cliente y el servicio que brinda	11
2.1.1	Datos generales:	11
2.1.2	Propósito y actividades principales de la institución	11
2.1.3	Misión	13
2.1.4	Visión	13
2.1.5	Actividades	14
2.1.6	Discapacidades que se atienden	14
2.1.7	Necesidades de comunicación visual	15
2.2	Grupo objetivo	16
2.2.1	Primario	16
2.2.2	Secundario	16
2.2.3	Variables de segmentación	17
3	Capítulo III: Conceptos fundamentales	20
3.1	Equino/a	20
3.2	Terapia	21
3.2.1	Animales como terapia	21
3.2.2	Equinoterapia o Hipoterapia	22
3.2.3	Fundación	41
3.2.4	Semiología y signo	42
3.2.5	Identidad visual	42
3.2.6	Multimedia	45
4	Capítulo IV: Concepto de diseño, método y bocetaje	62
4.1	Concepto creativo	62
4.1.1	Código cromático	63
4.1.2	Código lingüístico	64
4.1.3	Código tipográfico	66
4.1.4	Código icónico	68
4.1.5	Concepto de comunicación	68
4.2	Proceso de bocetaje	68
4.2.1	Prebocetos	68
4.2.2	Bocetos	72
4.3	Propuesta final	81
4.3.1	Logotipo a 2 colores	81

4.3.2	Logotipo a todo color.....	81
4.3.3	Papelería.....	82
4.3.4	Sitio Web.....	83
5	Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final.....	87
5.1	Descripción metodológica.....	87
5.2	Perfil del informante.....	87
5.2.1	Tipo A.....	87
5.2.2	Tipo B.....	88
5.2.3	Tipo C.....	88
5.2.4	Tipo D.....	88
5.2.5	Tipo E.....	88
5.3	Resultados de la comprobación.....	89
5.3.1	Del cuestionario para informantes tipo A, B, C y E.....	89
5.3.2	Del cuestionario para informantes tipo D.....	94
5.4	Fundamentación de la propuesta gráfica final.....	100
5.5	Conclusiones.....	101
5.6	Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta.....	103
5.6.1	Presupuesto.....	105
6	Bibliografía y fuentes de consulta.....	106
6.1	Bibliografía.....	106
6.2	Sitios web.....	107
7	Glosario.....	108
8	Anexos.....	112
8.1	Cuestionario para informantes tipo A, B, C y E.....	112
8.2	Cuestionario para informantes tipo D.....	113



1 Capítulo I: Introducción

1.1 Antecedentes

FUNDACIÓN PUEDES nació en el año 2002, con el fin de apoyar a todas las personas que presentan una enfermedad, discapacidad o problema capaz de ser tratado y/o resuelto, a través de la EQUINOTERAPIA y otros tratamientos alternativos.

Su fundadora, Gaby Ufer, posee una especialización en equinoterapia obtenida en los Estados Unidos y Argentina, y su escuela, que trabaja bajo las estrictas normas de seguridad americanas, es la segunda mejor de Latinoamérica. Sin embargo, su activo más valioso es el deseo de ayudar, en conjunto con sus caballos, a aquellas personas de escasos recursos que sufren de algún problema emocional, mental o físico, que desean mejorar, pero que no pueden costear. Gracias a su entusiasmo y trabajo, alrededor de 30 familias son apoyadas en la actualidad por la Fundación Puedes.

A pesar de todos sus esfuerzos, la Fundación Puedes se ha enfrentado a dos serios problemas: El desconocimiento de los beneficios de la equinoterapia por parte del público en general y la falta de recursos económicos para costear este tratamiento. Por lo tanto, para poder proyectarse a la comunidad más necesitada, se requiere del financiamiento de tratamientos por parte de terceros. Para ello, Fundación Puedes solicitó la colaboración de un alumno de la Licenciatura en Diseño Gráfico, quien, con su proyecto de graduación, contribuya ofreciendo una solución gráfica para dar a conocer la institución y lograr que se entable una comunicación apropiada con su grupo objetivo, para poder resolver el problema planteado.

El único requerimiento de Fundación Puedes es la creación de su sitio web, pero se hace necesario, en primer lugar, resolver el problema de la falta de la identidad visual de la Fundación Puedes, indispensable para darse a conocer como una institución seria y confiable. En segundo lugar, debe diseñarse y poner en funcionamiento el sitio web, el cual, se convertirá en un importante medio para obtener el apoyo económico y de voluntariado de personas e instituciones que deseen colaborar en la consecución de la meta de la Fundación Puedes: el financiamiento de 480 terapias, dirigidas a pacientes que no las pueden pagar.



1.2 Definición del Problema

Fundación Puedes no cuenta con un logotipo que la identifique, por lo que es necesario diseñarlo, ya que éste es un elemento gráfico indispensable para darse a conocer y promover su labor. Al mismo tiempo, se deben diseñar las piezas básicas de su identidad visual (papel membretado, sobres y tarjetas de presentación), para que sean utilizadas en la comunicación escrita. Es imprescindible también diseñar e implementar el sitio web de la Fundación, el cual, ha sido solicitado como elemento multimedia que ayude a entablar la comunicación entre Fundación Puedes y los posibles donadores de terapias, tanto con aportes económicos como con su trabajo de voluntariado.

1.3 Justificación

1.3.1 Magnitud

Los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional sobre Discapacidad, ENDIS 2005, realizada por el INE (Instituto Nacional de Estadística), nos muestran que la cantidad de guatemaltecos que sufren de algún tipo de discapacidad es de 401,971 personas (205,930 hombres y 196,041 mujeres, mayores de 6 años de edad).¹ Este número representa alrededor de un 4% de la población nacional. La mayoría de estas personas se encuentra concentrada en el área metropolitana y en el suroccidente del país.

De la población anteriormente mencionada, 86,505 personas nunca han recibido atención médica para su discapacidad, y de éstas, 11,595 no conocen de la existencia de servicios para tratar su discapacidad o no los han obtenido porque son inexistentes.

La causa principal por la que el 68% de estas personas no ha recibido atención médica es **“la falta de dinero”**. El 12% no la ha recibido por **falta de motivación o apoyo familiar**. Si sumamos la cantidad de personas que también son afectadas por la violencia en cualquiera de sus manifestaciones, el problema se hace mucho más grande, ya que entre las secuelas psicológicas que ésta provoca, se pueden mencionar el stress y la depresión, entre otras.

La equinoterapia funciona solamente en algunos casos de los anteriormente mencionados, ya que, previo a iniciarla, se debe realizar una evaluación del tipo de discapacidad y de otros factores que influyen en los resultados. Pero se calcula que **el número concreto de personas que puede beneficiarse con las terapias que imparte Fundación Puedes es de 480**, cantidad que constituye el objetivo a alcanzar en la consecución de financiamiento para el período 2007- 2008.

¹ Instituto Nacional de Estadística, ENDIS 2005.

1.3.2 Trascendencia

Con la realización del presente trabajo, se pretende crear un impacto en la sociedad, cuyas consecuencias sean el apoyo económico y de voluntariado a Fundación Puedes. Pero su proyección debe ir más allá, ya que es necesario derribar las barreras impuestas por la ignorancia y traspasar los límites de la indiferencia. Al dar a conocer el trabajo de Fundación Puedes, es posible conseguir patrocinios que ayuden a la reinserción en la sociedad de personas que actualmente no se valen por sí mismas, pero que, luego de un tratamiento prolongado, podrían llegar a ser individuos generadores de riqueza y bienestar, útiles a su grupo y a sí mismos. Probablemente este planteamiento suene pretensioso; sin embargo, se puede afirmar que con una sola vida que se cambie, se cambiará al mundo.

1.3.3 Vulnerabilidad

El problema planteado puede ser resuelto en gran parte con la intervención del profesional del Diseño gráfico, ya que con su trabajo se aportarán los elementos gráficos y multimedia necesarios para dar a conocer y promover el trabajo de Fundación Puedes. Pero se requiere del compromiso de implementación y seguimiento por parte de la institución. Ambas partes deben participar igualmente, trabajando unidas para alcanzar el mismo fin.

1.3.4 Factibilidad

La Fundación Puedes cuenta con los recursos humanos y técnicos necesarios para la realización de toda la parte gráfica del presente trabajo. Para su implementación cuenta con el apoyo de empresas que ya se han comprometido y apoyan su trabajo, tales como Grupo Los Tres y Purina, S.A. Fundación Puedes también cuenta con un servicio de "Hosting" (hospedaje del sitio web en la red), cuyo acceso deberá proporcionar para que el sitio de la Fundación pueda ser subido o colocado en Internet.



1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar y elaborar el conjunto de elementos gráficos y virtuales necesarios para dar a conocer a la Fundación Puedes y lograr la sensibilización de personas e instituciones con la capacidad de patrocinar las terapias a largo plazo, necesarias para la recuperación de personas discapacitadas de escasos recursos.

1.4.2 Objetivos Específicos

Diseñar el logotipo y la papelería institucional, elementos de la identidad visual necesarios para el funcionamiento administrativo y organizacional de la Fundación Puedes.

1.4.2.1

Desarrollar el sitio web de Fundación Puedes, el cual, se constituirá en un medio de comunicación entre la Fundación, sus patrocinadores y el público en general, para que éstos conozcan sus objetivos, misión, visión y actividades.

1.4.2.2

Contribuir, a través del trabajo de diseño gráfico, con la tarea de captación de fondos y patrocinadores, tanto nacionales como extranjeros, para poder llevar a cabo un número significativo de terapias a largo plazo, que permitan la inserción en la sociedad de las personas que las reciban.



2 Capítulo II: Perfil del Cliente y Grupo Objetivo

2.1 Perfil del Cliente y el Servicio que Brinda

2.1.1 Datos Generales:

Nombre: **FUNDACIÓN PUEDES**
Dirección: 4ª. Calle 6-26, Zona 13. Hipódromo del Sur, La Aurora, Entrada a la par del Mercado de Artesanías.
Sitio Web: www.guate-equinos.com (provisional)
Teléfonos: 5201-8343 y 2440-2479
Tipo de Institución: Fundación no Lucrativa dedicada a la Beneficencia

Autoridades

Presidente: Carmen Suárez
Vice Presidente: Ketty Sbert
Tesorera: Gaby Ufer
Vocales: Olga Berger
Waleska López

2.1.2 Propósito y Actividades Principales de la Institución

2.1.2.1 Qué es Fundación Puedes

Es una institución no lucrativa, apolítica, cuyo fin es apoyar sin discriminación, a personas de escasos recursos que requieren de terapias con equinos o terapias alternativas para mejorar su calidad de vida o recuperarse de algún padecimiento físico, psicológico o emocional.

Fundación Puedes se inició en 2002 en Antigua Guatemala con sólo dos empleados, para atender a las personas del área. Luego, se trasladó a la ciudad de Guatemala, donde se encuentra actualmente, ofreciendo terapias alternativas para personas discapacitadas. Mediante la equino terapia *-terapia a caballo-*, la Fundación Puedes ayuda a complementar el desarrollo físico y mental de sus jinetes, así como otras capacidades y habilidades para lograr su rehabilitación, educación, recreación y, sobre todo, para brindarles la oportunidad de disfrutar de una mejor calidad de vida.

Actualmente se atiende a:

- 18 jinetes con fondos propios
- 25 jinetes patrocinados por una empresa
- 30 jinetes que cancelan el 60% del valor de la terapia
- 30 jinetes que no pagan nada

La Fundación cuenta con 13 caballos y dos empresas patrocinadoras. Con los actuales activos se puede atender hasta a 110 niños. Sin embargo, el presupuesto mensual que se debe obtener para lograr llegar a la meta de impartir terapias a por lo menos 480 jinetes, a la fecha no se puede cubrir. Por esta razón, es evidente que se necesita el apoyo de personas o instituciones que deseen contribuir con aportes económicos o con trabajo de voluntariado.

Por no contar con los recursos suficientes para patrocinar a todos los jinetes que lo necesitan, Fundación Puedes ha establecido el siguiente procedimiento para seleccionar a los beneficiarios de los programas:

1. La familia del interesado llena un formulario con información del jinete, adjunta otro formulario con los datos que proporciona el médico del interesado y, en casos de solicitud de becas, llena un documento con los datos requeridos.
2. Se hace una evaluación para estudiar qué caballo y qué equipo será el que se le adjudicará al beneficiado.
3. Si la familia del jinete no tiene los medios y ha pasado el estudio de verificación de su situación económica, se coloca su expediente entre los jinetes candidatos a patrocinio. Se trata de conseguir patrocinio en el menor tiempo posible.
4. Al jinete se le ubica en el horario de terapias / clases más acorde a sus necesidades físicas, sociales y personales.

Los requerimientos de Fundación Puedes hacia las personas o empresas que deseen ayudar a alcanzar los objetivos propuestos, son los siguientes:

1. Apoyo económico a cambio de publicidad de la empresa patrocinadora (vallas, equipo para el caballo o el jinete, uniformes para el personal, gorras, etc.)
2. Toldo y sillas con el logotipo de la empresa patrocinadora para que las madres e hijos esperen su clase o descansen después de ésta.
3. Juguetes sencillos con logotipo o artículos que la empresa comercializa. Éstos son utilizados en juegos educativos sobre el caballo.
4. Un picadero techado de seis bases o columnas en el centro, ya que las personas especiales son muy sensibles a los cambios de temperatura y al sol. Con la instalación de éste, se puede aprovechar más los días para incrementar el número de terapias impartidas y proteger a los jinetes del sol, viento y lluvia.



5. Construcción de una sala de estar (de 25 metros por 8 metros), con baños especiales para discapacitados, ducha, cuarto para relajamiento, oficina, cuarto de emergencias, línea de teléfono, etc. Debe contar con instalaciones de electricidad y agua.
6. Cascos de seguridad, botas y pantalones.
7. Monturas (estilo inglés y vaquero), mantillones, arneses, bridas, gamarrones y vendas.
8. Una galera para almacenar heno, especialmente para la época que escasea.
9. Sillas de ruedas para transportar personas dentro del centro.

Para que las personas o empresas puedan ayudar, Fundación Puedes propone los siguientes planes de patrocinios:

- | | |
|--|------------------------------------|
| 1. Círculo Ejemplar | US\$ 1,000.00 anuales ² |
| 2. Benefactor Especial | US\$ 800.00 anuales |
| 3. Benefactor | US\$ 600.00 anuales |
| 4. Sponsor | US\$ 500.00 anuales |
| 5. Amigo | Q 500.00 mensuales |
| 6. Admirador | Q 100.00 mensuales |
| 7. Adoptando un Caballo | Q 800.00 mensuales |
| 8. Patrocinio Jinete (individual) | Q 600.00 mensuales |
| 9. Patrocinio Jinetes (hospicio, orfanato, institución, etc.) | Q5,000.00 anual |
| 10. Vallas Publicitarias | Q 880.00 + Q500.00 mensuales |
| 11. Donación de gorras, t-shirts, emblemas, uniformes y otros. | |

2.1.3 Misión

Ofrecer terapias alternativas a personas de escasos recursos con discapacidades físicas, mentales y/o sociales, para mejorar su calidad de vida de una manera integral y, así, lograr que se conviertan en individuos útiles a la sociedad, autosuficientes y seguros de sí mismos, lo cual, se logrará con el apoyo financiero y de voluntariado de personas e instituciones con alto sentido de responsabilidad social.

2.1.4 Visión

Lograr la rehabilitación parcial y/o total de personas de escasos recursos que sufran de algún tipo de discapacidad, contribuyendo de esta manera a su inserción en la sociedad, para que sean individuos capaces de desenvolverse y de valerse por sí mismos dentro de su comunidad.

² Referencia cambiaria del día: GTQ7.70 x US\$1.

2.1.5 Actividades

La principal actividad que la Fundación Puedes realiza es la equinoterapia, sin embargo se realizan otras importantes, como la terapia de juegos, zooterapia, hidroterapia, fisioterapia y masaje terapéutico, Snoezelen (Terapia de estímulo sensorial), programa de competencias sociales y autoayuda, programa de horticultura y floricultura, programa de apoyo académico y el programa de enriquecimiento instrumental, PEI, Dr. Feuerstein (Desarrollo de Inteligencia).

Cada una de estas actividades o "**Unidades Ejecutoras**" está dirigida a niños, jóvenes y adultos de ambos sexos con necesidades educativas especiales, pero también apoyan a las personas de su círculo (familias, tutores, enfermeros, maestros, amigos, etc.).

También se llevan a cabo competencias en diferentes niveles, cursos de vacaciones, talleres, actividades sociales y eventos deportivos para todo público. Los fondos recaudados sirven para apoyar económicamente la manutención de los animales y las instalaciones, mantenimiento y compra de equipo.

2.1.6 Discapacidades que se atienden

“¿Hasta dónde la incapacidad del niño es una consecuencia de su problema orgánico o de nuestra inhabilidad para intervenir adecuadamente?” Magda Campbell³

En la actualidad se trabaja en el mundo con terapias alternativas que han demostrado ser de gran ayuda en la recuperación de personas que han sufrido dolencias de tipo emocional, mental o físicas en algún período de su vida. En Guatemala, FUNDACION PUEDES trabaja por difundir este tipo de terapias, proyectándose en especial hacia las personas de escasos recursos que más las necesitan.

Dentro de las discapacidades que se atienden, se encuentran las físicas, sensoriales y mentales: problemas de aprendizaje, déficit de atención, problemas de conducta, de desarrollo, de adaptación, de alimentación y de personalidad.

Toda actividad y programa es llevado a cabo por profesionales altamente calificados en su rama, quienes conforman un equipo multidisciplinario que atiende a las personas de manera integral.

³ El Niño Imposible. Dra. Lilia T. Negrón, Venezuela.

Se debe tomar muy en cuenta que cada programa es estudiado, evaluado y desarrollado conforme a las necesidades individuales. Sin embargo, todo beneficiado debe tener en su plan de terapia al menos de dos a tres diferentes terapias.

Una familia que posee un hijo con una discapacidad, tiene que pasar por una serie de etapas muy difíciles que le causan una gama de sentimientos, pasando desde el stress hasta la depresión. Las familias son afectadas en el aspecto psicológico y económico.

En el caso de las enfermedades, las estadísticas nos indican, por ejemplo, que de cada 166 niños nacidos vivos en la actualidad, uno desarrollará autismo. Estas alarmantes cifras se ven aumentadas, si se toma en cuenta, además de las personas enfermas, a las que han sido víctimas de todas las formas de violencia y tortura que se han dado durante el conflicto armado en Guatemala. Además, el número de personas que sufren día a día de abusos, violencia, traumatismos y stress, entre otros, es prácticamente interminable.

Todas estas experiencias producen múltiples y graves secuelas físicas y psicológicas, que cambian la vida de las víctimas para siempre y, en casos extremos, pueden llegar a inhabilitarlas. Las consecuencias trascienden lo individual para invadir el espacio familiar, así como el social, dejando huellas profundas del trauma vivido.

En Guatemala, la mayoría de personas puede contar un caso personal o de un conocido que haya pasado por algún tipo de trauma físico o psicológico generado por la violencia. El panorama parece desalentador, pero éste no es el final: existe una esperanza de recuperación.

2.1.7 Necesidades de Comunicación Visual

Fundación Puedes ha solicitado la elaboración de su sitio web con el fin de dar a conocer su labor a nivel nacional e internacional ante los posibles donadores de terapias. Sin embargo, se han identificado otras necesidades de comunicación que deben resolverse en conjunto con el diseño del sitio web, como parte de una estrategia de comunicación global, lo que contribuirá al logro de sus objetivos de una mejor manera.

Existen algunas propuestas de diseño generadas con anterioridad. Sin embargo, se han revisado, y se concluye que debe diseñarse el conjunto de elementos gráficos y virtuales necesarios para dar a conocer la Fundación Puedes. Este proceso contribuirá a la sensibilización de personas e instituciones con la capacidad de patrocinar las terapias a largo plazo, necesarias para la recuperación de personas discapacitadas de escasos recursos.

2.2 Grupo Objetivo

2.2.1 Primario

Hombres, mujeres y niños guatemaltecos, de las edades comprendidas entre los 6 meses y 60 años, niveles socioeconómicos C y D, que padezcan o que posean algún pariente o amigo que sufra de una discapacidad, enfermedad o desorden, ya sea físico o psicológico, capaz de ser curado en parte o su totalidad a través de la equinoterapia; y que tengan el deseo de participar en este tipo de programas de recuperación.

2.2.2 Secundario

2.2.2.1

Hombres y mujeres, guatemaltecos y extranjeros, de las edades comprendidas entre los 25 y 50 años, de los niveles socioeconómicos A B C+, propietarios de empresas o empleados de altos mandos, con alto sentido de responsabilidad, que puedan patrocinar a Fundación Puedes ya sea con fondos personales o con donaciones deducibles de impuestos de sus empresas. Son personas serias y ocupadas, con conocimiento de los beneficios en buena voluntad hacia la marca o nombre del patrocinador, así como en la reducción de impuestos, que se obtiene a través de donaciones como las requeridas por Fundación Puedes.

2.2.2.2

Hombres y mujeres, guatemaltecos y extranjeros, de las edades comprendidas entre los 18 y 60 años, de los niveles socioeconómicos A B C D, con alto sentido de altruismo y responsabilidad, que puedan comprometerse a donar su tiempo como voluntarios para ayudar con su trabajo a Fundación Puedes. Algunas de estas personas son amas de casa que no trabajan fuera del hogar y que desean colaborar en alguna causa noble y sentirse útiles a la sociedad. Otros son estudiantes que disponen de algún tiempo para poder hacer un trabajo social de este tipo, que a veces incluso es requerido por sus centros educativos.



2.2.3 Variables de Segmentación

Debido a que la comunicación debe dirigirse, tanto a las personas que son grupo objetivo primario (potenciales pacientes de las terapias), como a quienes pueden ser colaboradores de la Fundación, tanto en el aspecto financiero como en el de voluntariado (grupo objetivo secundario), se han identificado las características de cada grupo por separado.

2.2.3.1 Del Grupo Objetivo Primario

2.2.3.1.1 Geográfica: 4

Región:	Región I, Área Metropolitana. Departamento de Guatemala.
Tamaño del área:	Se ubica en la latitud 14° 38' 29" y longitud 90° 30' 47", y cuenta con una extensión territorial de 2,253 kilómetros cuadrados.
Altitud:	1458 MSNM
Habitantes:	2.521,470 (aproximadamente)
Tipo de población:	Urbana y Rural
Densidad:	1,120 habitantes por kilómetro cuadrado
Clima: ⁵	Guatemala se ha dividido, según su clima, en seis regiones perfectamente caracterizadas. El departamento de Guatemala corresponde a la clasificación <i>Meseta y Altiplanos</i> . ⁶

2.2.3.1.2 Demográfica:

Edad:	De 6 meses a 60 años
Sexo:	Masculino y femenino
Ingreso	Menos de \$10,000 anual
Ocupación:	Artesanos, operadores, amas de casa, desempleados.
Educación	Escuela primaria o menos.
Religión:	Sin discriminación
Grupo Étnico:	Todos sin distinción
Nacionalidad:	Guatemalteca

⁴ Instituto Nacional de Estadística, INE

⁵ Tomado de INSIVUMEH, Zonas Climáticas de Guatemala, <http://www.insivumeh.gob.gt/meteorologia/zonas%20climaticas.htm>

⁶ Comprende la mayor parte de los departamentos de Huehuetenango, El Quiché, San Marcos, Quetzaltenango Totonicapán, Sololá, Chimaltenango, Guatemala, sectores de Jalapa y las Verapaces. Las montañas definen mucha variabilidad con elevaciones mayores o iguales a 1,400 metros SNM, generando diversidad de microclimas. Son regiones densamente pobladas, por lo que la acción humana se convierte en factor de variación apreciable. Las lluvias no son tan intensas, los registros más altos se obtienen de mayo a octubre, en los meses restantes, éstas pueden ser deficitarias. En cuanto a la temperatura, en diversos puntos de esta región se registran los valores más bajos de país. En esta región existen climas que varían de templados y semi fríos con invierno benigno, a semi cálidos con invierno benigno, de carácter húmedo y semi seco con invierno seco.

2.2.3.1.3 Psicográfica:

Nivel socioeconómico:	C- y D
Estilo de vida:	Personas de escasos recursos con pocas posibilidades de realizar actividades recreativas. Vida difícil a causa de su deficiencia. Posibilidad de cuadros depresivos familiares relacionados con su pobreza y marginación.
Personalidad:	Luchadores no conformistas.

2.2.3.1.4 Conductual:

Beneficios buscados:	Mejoría física y psicológica. Integración a la vida social.
Estatus del usuario:	No usuario hasta el momento.
Etapa de disposición:	Desconocen que existe en Guatemala este tipo de terapias.
Actitud hacia el producto:	Entusiasta y positiva.

2.2.3.2 Del Grupo Objetivo Secundario

2.2.3.2.1 Geográfica:⁷

Región:	Región I, Área Metropolitana. Departamento de Guatemala.
Tamaño del área:	Se ubica en la latitud 14° 38' 29" y longitud 90° 30' 47", y cuenta con una extensión territorial de 2,253 kilómetros cuadrados.
Altitud:	1458 MSNM
Habitantes:	2.521,470 (aproximadamente)
Tipo de población:	Urbana
Densidad:	1,120 habitantes por kilómetro cuadrado
Clima: ⁸	Templado, de la clasificación Meseta y Altiplanos.

⁷ Instituto Nacional de Estadística, INE

⁸ Tomado de INSIVUMEH, Zonas Climáticas de Guatemala, <http://www.insivumeh.gob.gt/meteorologia/zonas%20climaticas.htm>

2.2.3.2.2 Demográfica:

Edad:	De 25 a 50 años.
Sexo:	Masculino y femenino.
Ingreso	Más de \$10,000 anuales.
Ocupación:	Gerentes, Empleados, Altos Ejecutivos y Propietarios de Empresas de diferente índole.
Educación	Superior y media.
Religión:	Todas sin distinción.
Grupo Étnico:	Sin discriminación.
Nacionalidad:	Guatemalteca y extranjeros residentes en el país.

2.2.3.2.3 Psicográfica:

Nivel socioeconómico:	A, B Y C+
Estilo de vida:	Personas de los niveles socioeconómicos altos y medios, acomodadas, que poseen propiedades, empresas u otros activos que les dan la capacidad económica para donar una parte a obras de carácter social. Poseen computadoras y navegan en Internet, ya que les gusta estar al día con la tecnología. Tienen poco tiempo, pero su espíritu es altruista y emprendedor. Son exigentes y ávidos de información.
Personalidad:	Autoritaria, ambiciosa, moderna y decidida.

2.2.3.2.4 Conductual:

Beneficios buscados:	Reconocimiento social y reducción de ISR.
Estatus del usuario:	No usuario hasta el momento.
Etapa de disposición:	Desconocen el trabajo de la Fundación Puedes.
Actitud hacia el producto:	Entusiasta y positiva.



3 Capítulo III: Conceptos Fundamentales

3.1 Equino/a⁹

Según la definición del Diccionario de la Real Academia Española, Equino/a significa “*Perteneciente o relativo al caballo. Animal de la especie equina.*”

El caballo moderno (*Equus caballus*) tardó aproximadamente 60 millones de años en evolucionar. Su antecesor más temprano: el *Eohippus*, "caballo del alba" fue el que dio origen a la familia *Equidae*. Dentro de esta familia se encuentran: La cebra, el burro y el caballo doméstico, así como también los asnos de Asia y África y el caballo salvaje de Przewalski. El *Hyracotherium*, mejor conocido como *Eohippus* no se parecía casi en nada al caballo actual en tamaño ni características, medía en promedio 35 cm a la cruz, pesaba unos 5.5 kilos.

Era prácticamente como un perro. Tenía el dorso arqueado y, en lugar de tener un dedo protegido por un casco, tenían una mano con planta carnosa, con 4 dedos en las patas delanteras y 3 en las traseras, todos ellos terminados en unas fuertes uñas córneas (más o menos como las patas de los venados). Sus dientes estaban adaptados para el consumo de hojas tiernas de los arbustos y sus ojos también eran diferentes, pues estaban situados más al centro de la cabeza, impidiéndole una buena visión lateral (que en el caballo actual sirve como sistema defensivo).

Pero el *Eohippus* no lo necesitaba, ya que en el ambiente selvático en el que habitaba, el camuflaje era más efectivo para evadir a los depredadores.

En 1492, Cristóbal Colón ancló en costas americanas, y por ese hecho histórico se dieron grandes acontecimientos: El caballo, que en el Nuevo Mundo se había extinguido 8,000 años atrás, llegó a alcanzar la cifra de 25 millones de ejemplares en los 400 años siguientes al descubrimiento de América.



⁹ Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe S.A., Madrid

Los caballos son sensibles a la atmósfera y capaces de valorar el estado de ánimo de su jinete, convirtiéndose, en cierta medida, en el espejo de la persona que los monta. Poseen la facultad de percibir al instante factores, tales como la timidez o la vacilación del ser humano, así como la confianza y el valor.

3.2 Terapia¹⁰

El término “*Terapia*” se refiere al tratamiento de las enfermedades. Consiste en un tratamiento que ayuda en la curación de padecimientos o enfermedades. El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua tiene varias acepciones para esta palabra:

1. *f. Parte de la medicina que se ocupa del tratamiento de las enfermedades.*
2. *Tratamiento para combatir una enfermedad:
Ej. El tratamiento radiológico es la única terapia conocida para su enfermedad.*
3. **Terapia de grupo:** *Tratamiento de algunas enfermedades psicológicas en las que se trata a un conjunto de enfermos.*
4. **Terapia ocupacional:** *Tratamiento de algunas enfermedades en las que se intenta la readaptación del paciente a la vida diaria.*

3.2.1 Animales como terapia¹¹

“Los animales son nuestros aliados y compañeros en multitud de circunstancias, a veces hasta nos salvan la vida o ayudan a que ésta sea mucho más placentera y saludable, son nuestros aliados para luchar contra la depresión o contra la ansiedad.”¹²

3.2.1.1 Perros

Son bien conocidos, entre la mayoría de la población, los perros lazarillo o perros guía. Para realizar esta labor, se precisan perros de carácter equilibrado, que aprendan con facilidad. Este tipo de perro no puede distraerse frente a ninguna situación, ha de estar capacitado para desenvolverse cómodamente en cualquier lugar donde se encuentren personas u otros animales, sin presentar signos de agresividad. Entre las razas de perros seleccionadas, predominan el Labrador Retriever, el Golden Retriever y el Pastor Alemán.

¹⁰ Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe S.A., Madrid

¹¹ Autor: Beatriz Moraguz. Entrevista con personeros de AMA, Asociación de Amigos de los Animales, 2006.

¹² UCLA Medical Center. “The Pet Care Trust”. www.petcaretrust.org

3.2.1.2 Gatos

Hay estudios suficientes para afirmar que tener un gato es beneficioso para la salud. El amigable contacto con el felino reduce el estrés en sus dueños, hace que se relajen y se tranquilicen. Se ha verificado también que personas con problemas psicológicos, mejoraban al tener la compañía de un gato. Existen investigaciones que confirman que personas con diversos problemas de salud, mejoran con más prontitud.¹³

3.2.1.3 Caballos

También los caballos son de gran ayuda para las personas con problemas. La exquisita sensibilidad y la sabiduría de estos animales, contribuyen de una manera muy especial a que personas con problemas recobren las ganas de vivir.

3.2.1.4 Delfines

Los delfines son seres simpáticos, alegres e inteligentes, que se utilizan, sobre todo, en terapias con niños autistas. El autismo es un trastorno importante de la comunicación y la conducta que es patente antes de los tres años de edad del niño. Su incidencia es, más o menos, de cuatro casos por cada diez mil niños nacidos. Hay mayor número entre el género masculino, que supera al femenino en una proporción de cuatro a una.

Estos niños inexpresivos y encerrados en sí mismos, pueden ser ayudados por los delfines; investigaciones y estudios realizados en Estados Unidos así lo avalan. La simpatía, el afecto y el juego de estos animales parece conseguir lo que mil terapias no pueden: que estos niños se abran al mundo exterior frente a unos seres que los acarician, los rozan y saltan junto a ellos con infinita dulzura y cuidado.

3.2.2 Equinoterapia o Hipoterapia

La equinoterapia, también conocida como hipoterapia, es un método terapéutico que utiliza el caballo, las técnicas de equitación y las prácticas ecuestres desde una perspectiva interdisciplinaria en las áreas de equitación, salud y educación, buscando la rehabilitación, integración y desarrollo físico, psíquico y social de personas con capacidades diferentes.¹⁴

¹³ a. Abrahams, Sally. The Power of Pets. BJ's Journal, Massachusetts1999.

b. Becker, Marty, DVM. Healing Power of Pets. Hyperion. February 2003.

¹⁴ Equinoterapia o Hipoterapia <http://riie.com.mx/?a=35004>

3.2.2.1 Cómo se lleva a cabo la equinoterapia

El caballo provee una entrada sensorial, a través del movimiento variable, rítmico y repetitivo. La respuesta resultante en los músculos y articulaciones del jinete (en este caso “paciente”) es semejante a los movimientos humanos de la pelvis, cuando camina.

La variabilidad de la marcha del caballo posibilita terapéuticamente graduar las sensaciones que recibe el jinete. Esto supone que el paciente no se enfrenta pasivamente al movimiento, sino que se ve obligado a reaccionar frente a una serie de estímulos producidos por la marcha del caballo. Es un tratamiento alternativo y, a la vez, complementario a los utilizados habitualmente. Se considera que esta terapia es capaz de conseguir nuevos estímulos complementarios a los logrados con tratamientos tradicionales. Un caballo al paso transmite al jinete 110 impulsos por minuto en una serie de oscilaciones tridimensionales: avance y retroceso, elevación y descenso, desplazamiento y rotación.

3.2.2.2 A quién puede beneficiar la equinoterapia

La equinoterapia ha demostrado su eficacia en pacientes con múltiples necesidades:

3.2.2.2.1 Discapacidades

3.2.2.2.1.1 Intelectuales

3.2.2.2.1.1.1 Síndrome de Down

Es un trastorno que se caracteriza por una combinación de defectos congénitos: cierto grado de retraso mental, facciones características y, con frecuencia, defectos cardíacos, mayor cantidad de infecciones, deficiencias visuales y auditivas y otros problemas de salud. Debe su nombre a John Langdon Haydon Down, quien fue el primero que describió esta condición en 1866, aunque nunca supo su origen o causa. Hasta julio de 1958, un joven investigador, Jerome Lejeune, descubre que la enfermedad es una malformación genética. En algunos países, a quienes padecen de esta enfermedad se les llama *mongoles*, por sus rasgos faciales.

Su gravedad varía enormemente entre las distintas personas afectadas. El Síndrome de Down es uno de los defectos congénitos genéticos más comunes, y afecta aproximadamente a uno de cada 800 a 1,000 bebés. Su causa más común es la presencia de un cromosoma 21 de más. Por esta razón, también es llamada Trisomía 21. Un cromosoma es la estructura celular que contiene la información genética.

Si bien, varía según la persona y su condición médica, el promedio de vida de los adultos con Síndrome de Down es de aproximadamente 55 años.¹⁵

¹⁵ March Of Dimes. Centro de Enseñanza del Embarazo. http://www.nacersano.org/centro/9388_9974.asp
Wikipedia http://es.wikipedia.org/wiki/Síndrome_de_Down

3.2.2.2.1.1.2 Síndrome de West

Es una condición caracterizada por la presencia de espasmos, que aparece entre los 3 y 6 meses de edad, casi siempre antes del año. Estos pueden ser ligeros o de gran violencia, y se presentan en forma de crisis repetidas, sobre todo, al despertar o al provocárseles estímulos sensoriales. La gran mayoría de los niños muestra un retraso psicomotor previo. El curso de la enfermedad es desalentador y, con frecuencia, se produce un grave deterioro psicomotor y epilepsias crónicas.

3.2.2.2.1.2 Deficiencias mentales¹⁶

Existen tres criterios fundamentales para definir lo que es la Deficiencia Mental:

a. Criterio Psicológico o Psicométrico

Es deficiente mental aquel sujeto que tiene un déficit o disminución en sus capacidades intelectuales.

b. Criterio Sociológico o Social

Deficiente mental es aquella persona que presenta una dificultad para adaptarse al medio social en que vive y para llevar a cabo una vida con autonomía personal.

c. Criterio Médico o Biológico

La deficiencia mental tiene un sustrato biológico, anatómico o fisiológico, que se manifiesta durante la edad de desarrollo.

La Organización Mundial de la Salud (O.M.S.), define a los deficientes mentales como "*individuos con una capacidad intelectual sensiblemente inferior a la media, que se manifiesta en el curso del desarrollo y se asocia a una clara alteración en los comportamientos adaptativos*".

La Asociación Americana para la Deficiencia Mental (A.A.M.D.) la define como "*funcionamiento intelectual general significativamente inferior a la media o promedio, originado durante el período de desarrollo y asociado a un déficit en la conducta adaptativa*".

d. Criterio Conductista

Lanzado por los partidarios del Análisis experimental de la Conducta, afirma que el déficit mental ha de interpretarse como producto de la interacción de cuatro factores determinantes: *biológicos, de interacción con el medio, condiciones ambientales momentáneas y acontecimientos actuales*.

e. Criterio Pedagógico

Afirma que el deficiente mental es aquel sujeto que tiene una mayor o menor dificultad en seguir el proceso de aprendizaje ordinario y que, por tanto, tiene unas necesidades educativas especiales, es decir que necesita de ciertas adaptaciones del currículo, que le permitan seguir el proceso de enseñanza ordinaria.

¹⁶ Deficiencia Mental. <http://perso.wanadoo.es/cgargan/defi.htm>

f. Criterio Psicométrico

Es el criterio más generalizado. Éste utiliza el Coeficiente Intelectual (C.I.) introducido por Setern para clasificar la deficiencia mental. Dicho coeficiente es *el resultado de dividir la Edad Mental entre la Edad Cronológica y multiplicar el resultado por 100*.

Atendiendo al Cociente Intelectual, la Asociación Americana para la Deficiencia Mental y la Organización Mundial de la Salud definen cinco niveles o grados de deficiencia mental:

3.2.2.2.1.2.1 Deficiencia mental límite o *borderline* - C.I. entre 68 y 85

Es difícil catalogar a estas personas como deficientes mentales, ya que tienen muchas posibilidades, pero manifiestan un retraso o alguna dificultad concreta en el aprendizaje.

3.2.2.2.1.2.2 Deficiencia mental ligera - C.I. entre 52 y 68

Estos individuos pueden desarrollar habilidades sociales y de comunicación, y tienen capacidad para adaptarse e integrarse al mundo laboral, pero presentan un retraso mínimo en las áreas perceptivas y motoras.

3.2.2.2.1.2.3 Deficiencia mental moderada o media - C.I. entre 36 y 51

Pueden adquirir hábitos de autonomía personal y social. También pueden aprender a comunicarse mediante el lenguaje oral, pero presentan con frecuencia dificultades en la expresión oral y en la comprensión de los convencionalismos sociales. Su desarrollo motor es aceptable, y pueden adquirir las habilidades pretecnológicas básicas para desempeñar algún trabajo. Difícilmente llegan a dominar las técnicas instrumentales básicas.

3.2.2.2.1.2.4 Deficiencia mental severa - C.I. entre 20 y 35

Estos individuos generalmente necesitan protección o ayuda, ya que su nivel de autonomía, tanto social como personal, es muy pobre. Suelen presentar un importante deterioro psicomotor. Pueden aprender algún sistema de comunicación, pero su lenguaje oral será muy pobre. Es posible adiestrarles en habilidades de autocuidado básico y pretecnológicas muy simples.

3.2.2.2.1.2.5 Deficiencia mental profunda - C.I. inferior a 20

Presentan un grave deterioro en los aspectos sensoriomotrices y de comunicación con el medio. Son dependientes de los demás en casi todas sus funciones y actividades, ya que las deficiencias físicas e intelectuales son extremas. Excepcionalmente tienen autonomía para desplazarse y responden a entrenamientos simples de autoayuda.



3.2.2.1.3 De la Personalidad

3.2.2.1.3.1 Autismo

El autismo puede clasificarse como un desorden en el desarrollo neurológico, o bien, como un desorden en el aparato psíquico. Las personas con autismo clásico muestran distintos tipos de síntomas: interacción social limitada, problemas con la comunicación verbal y no verbal, así como con la imaginación, tienen actividades e intereses limitados, intensos o poco usuales. Las características del autismo, por lo general, aparecen durante los primeros tres años de la niñez (con frecuencia sin notarse antes de los 2 ó 3 años de edad) y continúan a lo largo de toda la vida.

Aunque no existe una "cura", el cuidado apropiado puede promover un desarrollo relativamente normal y reducir los comportamientos considerados inapropiados. Las personas con autismo tienen una esperanza de vida normal.

Dependiendo del criterio de diagnóstico usado, se estima que el autismo afecta de dos a diez personas por cada 10.000 habitantes. Se cree que la incidencia está en aumento, pero no está claro si eso se debe a un aumento real de casos o simplemente a un mayor número de diagnósticos. El autismo ataca cuatro veces más a los hombres que a las mujeres, y se puede encontrar en todo el mundo, en personas de todas las razas y niveles sociales.

El autismo varía grandemente en severidad. Los casos más severos se caracterizan por una completa ausencia del habla de por vida, comportamiento extremadamente repetitivo, no usual, autodañino y agresivo. Este comportamiento puede persistir por mucho tiempo y puede ser muy difícil de cambiar, siendo un reto enorme para aquellos que deben convivir, tratar y educar a estos individuos. Las formas más leves de autismo (típicamente Síndrome de Asperger o autismo de alto funcionamiento) pueden ser casi imperceptibles, y suelen confundirse con timidez, falta de atención y excentricidad. Cabe notar que una persona autista puede ser de alto funcionamiento en ciertas áreas y de bajo funcionamiento en otras. Por ejemplo, existen personas autistas que carecen de habla, pero pueden comunicarse por escrito elocuentemente.¹⁷

3.2.2.1.3.2 Esquizofrenia

Es un trastorno fundamental de la personalidad, una distorsión del pensamiento. Los que la padecen, tienen frecuentemente el sentimiento de estar controlados por fuerzas extrañas. Poseen ideas delirantes que pueden ser extravagantes, alteración de la percepción, afecto anormal sin relación con la situación y aislamiento. El comienzo de la enfermedad puede ser agudo, es decir, puede comenzar de un momento a otro con una crisis delirante, un estado maniaco, un cuadro depresivo con contenidos sicóticos o un estado confuso onírico. También puede surgir de manera insidiosa progresiva.

¹⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Autismo>

El deterioro de la función mental en estos enfermos alcanza un grado tal, que interfiere marcadamente con su capacidad para afrontar algunas de las demandas ordinarias de la vida o mantener un adecuado contacto con la realidad. El sicótico no vive en este mundo (disociación entre la realidad y su mundo), ya que existe una negación de la realidad de forma inconsciente.

La persona esquizofrénica no es consciente de su enfermedad. Su actividad cognitiva no es normal, hay incoherencias, desconexiones, y existe una gran repercusión en el lenguaje, pues no piensa ni razona de forma normal. La edad de inicio promedio es, en los hombres, entre los 15 y los 25 años, y en las mujeres, entre los 25 y los 35 años. No obstante, puede aparecer antes o después, aunque es poco frecuente antes de los 10 o después de los 50 años.

3.2.2.1.3.3 Psicosis

Se trata de un grupo de trastornos del comportamiento, el juicio y la percepción, en los cuales, la persona parece perder el contacto con la realidad. Normalmente son trastornos crónicos y pueden presentarse con sintomatología grave y disfuncional. La psicosis se caracteriza por un desorden de la personalidad, alteraciones del juicio crítico y de la relación con la realidad, trastornos del pensamiento, ideas y construcciones delirantes y, frecuentemente, perturbaciones de la percepción (alucinaciones).

El término psicosis procede del griego *psyché* (alma) y es aplicado generalmente a los trastornos mentales de etiología psíquica u orgánica, en los cuales, se presentan alteraciones profundas de la realidad y de la respuesta a estímulos. Este tipo de patología produce grandes desórdenes en las familias, sobre todo, en los casos en los que no existe una causa orgánica (tumor, hemorragia cerebral, etc.), debido a la incompreensión de tales procesos.

Es bien conocido que existe una predisposición genética en algunas familias, pero este hecho no es indicativo de que la persona tenga que padecerla; para ello, es necesario un ambiente social que la propicie junto a un factor desencadenante, tal como la muerte de un ser querido, la frustración en la consecución de un objetivo, la separación de los padres, la ruptura con la pareja, el fracaso escolar, etc.

3.2.2.1.3.4 Coraza Caracterial

Todo organismo vivo responde a las acciones y agresiones del mundo exterior, fabricando una envoltura protectora: corteza, membrana, piel, pelaje o caparazón. Esto es parte de un proceso vital y universal de adaptación biológica. Cuando la presión del medio se hace más brutal y peligrosa, se produce en ciertos organismos elementales un notable fenómeno de defensa: *el enquistamiento*.

Por ejemplo, bajo los efectos de un desecamiento, el *infusorio* (célula o microorganismo ciliado) se encoge y se encierra dentro de una película resistente e impermeable, toma forma esférica, pierde su habitual motilidad y adopta un ritmo de vida extremadamente lento.

Este doble proceso de defensa: la formación de una envoltura protectora que preserva de las relaciones permanentes con el mundo exterior y el endurecimiento, seguido del encierro en un quiste para sobrevivir en un estado degradado a la agresión dura y traumatizante del medio, ofrece una especie de modelo biológico del concepto de coraza, propuesto por Wilhelm Reich.

Reich fue el primer psicoanalista en formular una teoría coherente del carácter. Demostró que los diversos rasgos del carácter dependían unos de otros, y que, en conjunto, formaban una defensa unitaria contra todos los estímulos que se percibían de uno u otro modo como peligrosos, como mecanismo de protección crónico. Llamó a esta defensa **Coraza Caracterial**, y llegó a demostrar que dicha coraza tenía su origen en situaciones de la infancia.

En el trabajo terapéutico con sus pacientes, observó que, a medida que las personas iban haciendo conscientes sus rasgos de carácter, iban apareciendo nuevas actitudes corporales. Comenzó a estudiar los cambios en las actitudes corporales que acompañaban el aflorar de las emociones, lo que le llevó a afirmar que a una **coraza caracterial psíquica** correspondía una **coraza muscular somática**. Pudo determinar, además, que la coraza muscular consistía en espasmos, contracturas y tensiones, lo cual, no era otra cosa que la expresión corporal de las emociones e ideas reprimidas. En los círculos psicoanalíticos, se ubicaba a las ideas y a las emociones reprimidas en el inconsciente. Reich demostró que éstas permanecían inconscientes, ancladas en la coraza muscular, es decir, en los espasmos y tensiones corporales.¹⁸

3.2.2.2.1.4 Sensoriales

3.2.2.2.1.4.1 Ceguera

Según el diccionario *Word Reference*, invidente es quien no ve, un “ciego”.¹⁹ La ceguera se clasifica dependiendo de dónde se ha producido el daño que impide la visión. Éste puede ser en las estructuras transparentes del ojo, como las cataratas y la opacidad de la córnea y la retina, como resultado de la degeneración macular asociada a la edad y la retinosis pigmentaria, en el nervio óptico, como el glaucoma o la diabetes o, incluso, en el cerebro.

Disminuido visual es la persona que tiene una alteración en la estructura o funcionamiento de la visión - el ojo -, cualquiera que sea la naturaleza o extensión.

Ciega es la persona que tiene sólo percepción de luz sin proyección, o aquella que carece totalmente de visión. Poseen **baja visión** las personas limitadas en su visión de distancia, pero que pueden ver objetos a pocos centímetros.

¹⁸ <http://www.orgonomia.com.ar/orgonomia/coraza.html>

¹⁹ <http://www.wordreference.com/definicion/invidente>

La mayoría de ellas es capaz de utilizar su visión para actividades escolares como la lectura, pero algunas deben complementar su aprendizaje visual con el táctil. Bajo ningún concepto se les llama "ciegos".

Limitado visual es quien, de alguna manera, está limitado en el uso de su visión. Puede tener dificultad para ver materiales comunes, para el aprendizaje sin contar con una iluminación especial, o para ver objetos a cierta distancia o que estén en movimiento.

La habilidad para discriminar claramente detalles finos en objetos o símbolos a una distancia determinada, se llama **Agudeza Visual**. La persona puede tener una visión central muy clara al enfocar en un punto determinado, pero no puede ver fuera de la zona central. A este defecto se le llama **impedimento visual**. La habilidad para interpretar lo que se ve, es decir, la habilidad para comprender y procesar toda la información recibida a través del sentido de la vista es llamada **percepción visual**. En este proceso, la información que llega al ojo debe ser recibida en el cerebro, codificada y asociada con otras informaciones.

3.2.2.2.1.4.2 Sordera

La **sordera** es la dificultad o la imposibilidad de usar el sentido del oído, debido a una pérdida de la capacidad auditiva parcial (**hipoacusia**) o total (**cofosis**), unilateral o bilateral. Así, pues, una persona sorda será incapaz o tendrá problemas para escuchar. Ésta puede ser un rasgo hereditario o consecuencia de una enfermedad, traumatismo, exposición a largo plazo al ruido o a medicamentos agresivos para el nervio auditivo.

Comprender lo que significa ser sordo es casi imposible para quien puede escuchar. La sordera, es la deficiencia más compleja y más difícil de manejar en la sociedad. Si la persona sorda no es educada de manera especial, se le impide el desarrollo del pensamiento, el crecimiento interno, la posibilidad del desarrollo social, afectivo e intelectual, y lo más serio, se le impide decodificar la realidad que lo circunda.

El niño sordo adquiere el mismo nivel de desarrollo cognitivo que el oyente, aunque más lentamente. Es capaz de realizar un juego simbólico, pero con mayor retraso y limitaciones que los oyentes. Los códigos utilizados por los niños sordos reflejan las características de su lenguaje natural, el lenguaje gestual. Tienen una forma diferente de estructurar la realidad, así como una evolución diferente del juego y del lenguaje.

3.2.2.2.1.4.3 Mudez

La mudéz está definida como la incapacidad física para hablar, según el diccionario de la Real academia Española de la Lengua. Un mudo es, por consiguiente, la persona privada físicamente de la capacidad de hablar.

Para hablar se requiere de un aparato fonador, formado por la glotis y las cuerdas vocales. Éstas vibran por la acción de una corriente de aire producida por el fuelle respiratorio. La resonancia se consigue por la faringe, laringe y fosas nasales, que modifican los sonidos. Los músculos de la fonación están regidos por los nervios que nacen en el bulbo, y que dependen de los centros del lenguaje situados en la corteza cerebral.

La imposibilidad de expresarse en individuos que no son ciegos, ni sordos, ni dementes, se denomina **afasia**. Debe distinguirse entre afasia y mutismo, éste aparece en la demencia precoz o en estados de alteración mental. En el mutismo histérico no es posible la emisión de sonidos. La afasia puede ser producida por reblandecimientos del cerebro, traumatismos en el momento del parto o por falta del riego sanguíneo en la región frontotemporal izquierda del cerebro, lugar donde se encuentra el centro de la palabra.

La **tartamudez** es un trastorno de la coordinación de la palabra, por el que se repiten sílabas al comenzar a hablar. Puede aparecer en la infancia, alrededor de los cuatro años; su origen es psíquico, pues se debe a que el niño desea fijar la atención de los padres hacia él. En el adulto, el temor a tartamudear produce un estado continuo de angustia. La tartamudez, curiosamente, no aparece al cantar.

El tratamiento en el niño consiste en infundirle confianza, restando importancia a su trastorno. Se consiguen buenos resultados con ejercicios respiratorios o articulando palabras enfrente de un espejo, sin emitir sonidos.²⁰

Existen lenguajes de sordomudos, en los que se utilizan las manos para expresar ideas o sentimientos.

3.2.2.2.1.5 Motoras

3.2.2.2.1.5.1 Parálisis cerebral

La Parálisis Cerebral (CP) es un padecimiento que, principalmente, se caracteriza por la inhabilidad para controlar completamente las funciones del sistema motor. Puede incluir espasmos o rigidez en los músculos, movimientos involuntarios y/o trastornos en la postura o movilidad del cuerpo.

La parálisis cerebral no es una enfermedad, no es contagiosa y no es progresiva. Es causada por una lesión al cerebro, no a los músculos. Esta lesión puede ocurrir durante o poco después del nacimiento.

²⁰ Tomado de Enciclopedia GER de Medicina.

Entre los factores que pueden causar la parálisis cerebral, se encuentran: la falta de oxígeno, ciertas enfermedades y envenenamiento o lesión al cerebro. Las personas que padecen de CP, también pueden padecer otros problemas, además de los trastornos del sistema motor. Entre éstos, se encuentran:

- a. percepción y sensación anormal
- b. incapacidades de la vista, del oído o del lenguaje
- c. convulsiones
- d. retraso mental
- e. dificultades para alimentarse, falta de control de los intestinos o de la vejiga, y problemas para respirar (debido a los problemas de postura)
- f. problemas de la piel (llagas de presión)
- g. problemas de aprendizaje

El nivel de la CP puede variar, desde muy ligero hasta muy severo. No hay dos personas que sean afectadas exactamente igual. Algunos niños con CP ligero, pueden no ser diagnosticados hasta después de cumplir los dos años. Existen tres tipos principales de CP:

- i) Espástico: produce movimientos rígidos y difíciles.
- ii) Atetoide: produce movimientos involuntarios y descontrolados
- iii) Atáxico: produce descontrol del equilibrio, de la posición en el espacio y, en general, movimientos sin coordinación.

Es importante considerar que los tres tipos de CP, también pueden ocurrir de manera combinada. Los terapeutas físicos que trabajan con niños que padecen CP, a menudo describen al niño como con bajo tono (hipotonía), alto tono (hipertonía), o un tono fluctuante.

Otros términos que se utilizan al hablar de CP, se refieren al área del cuerpo que está siendo afectada por el daño cerebral. A los problemas asociados con un costado del cuerpo, se les llama Hemiplejía. La Cuadriplejía ocurre, cuando el problema afecta a la parte superior e inferior del cuerpo. Se llama Displejía, cuando el problema afecta a la parte inferior del cuerpo, y Paraplejía, cuando es a la parte superior del cuerpo.²¹

3.2.2.2.1.5.2 Espina bífida

La espina bífida es una malformación congénita, adquirida durante la gestación, que se produce en dos de cada 5,000 recién nacidos, y que aparece, cuando el tubo neural del feto, órgano que recubre la médula espinal, no se cierra bien, dejando parte de la médula al descubierto y en contacto con el exterior.

²¹ Harris, 1987

Dependiendo de la altura de la lesión y de la extensión de la misma, se producen diferentes alteraciones neurológicas, en el movimiento y en el funcionamiento de los órganos.

Se desconocen las causas concretas de la espina bífida, aunque se sabe que influyen alteraciones genéticas y factores exógenos, como la edad materna (se producen más casos entre madres adolescentes), el orden de nacimiento (es más frecuente entre los primogénitos), los antecedentes de abortos y una alimentación inadecuada, pobre en vitaminas y minerales. También se sabe que una insuficiente ingestión de folatos – sustancias naturales presentes en frutas y verduras - por parte de la madre, puede elevar el riesgo de la malformación. En general, cuanto más cerca de la cabeza se encuentra la lesión, mayores pueden ser los problemas que puedan aparecer. Si el nivel de la lesión es bajo (zona lumbar-sacra), pueden aparecer trastornos de movilidad corregibles con ortopedia, si es más alto (zona torácico-cervical), es probable que el paciente no pueda andar por sí mismo.

A veces la espina bífida se acompaña de hidrocefalia, un exceso de líquido cefalorraquídeo en el interior del cerebro, pero también puede provocar trastornos en la función motora y en el aparato digestivo. La mayoría de las personas afectadas por espina bífida tiene una inteligencia normal, pero sus problemas en otros sistemas pueden ocasionar deficiencia en el aprendizaje. En otros casos, la malformación puede llegar a pasar completamente desapercibida e, incluso, no ser detectada nunca por los médicos. Esta malformación presenta tres diferentes tipos:

1. **Espina bífida oculta:** Aunque parte de la médula no está completamente cubierta por hueso de la columna vertebral, la médula espinal y su recubrimiento están intactos, por lo que no produce ningún problema. Muchas personas tienen espina bífida oculta sin saberlo, conviene saber que es un factor de riesgo de que la malformación aparezca en sus hijos, por lo que es muy importante que realicen una consulta preconcepcional y tomen suplementos de ácido fólico.
2. **Meningocele:** El fallo en la formación de los arcos vertebrales posteriores produce un tumor de grasa, que se ubica en la médula generalmente a la altura lumbo-sacra. Es una forma que normalmente no daña a los nervios y no suele ser causa de incapacidad. También es un tipo poco común de espina bífida.
3. **Mielomeningocele:** Se trata de un tipo frecuente y más grave de espina bífida. El quiste no sólo afecta a las meninges y al líquido cefalorraquídeo, sino también a los nervios y, en parte, a la médula espinal. Puede aparecer pérdida de sensibilidad por debajo de la región afectada, problemas intestinales y de incontinencia. Suele estar acompañado de hidrocefalia.²²

²² <http://www.ondasalud.com>

3.2.2.2.1.6 Padecimientos de diversa índole

3.2.2.2.1.6.1 Esclerosis Múltiple

Es una enfermedad que afecta a la mielina o materia blanca del cerebro y de la médula espinal, provocando la aparición de placas escleróticas, que impiden el funcionamiento normal de esas fibras nerviosas.

La mielina es una sustancia grasa, que rodea y aísla a los nervios, actuando como la cobertura de un cable eléctrico, y permitiendo que los nervios transmitan sus impulsos rápidamente. La velocidad y eficiencia con que se conducen los impulsos, permite realizar movimientos suaves, rápidos y coordinados con poco esfuerzo consciente.

Es posible que el daño causado a la mielina en la Esclerosis Múltiple, se deba a una reacción anormal del sistema inmunológico, que normalmente le defiende contra organismos invasores (bacterias y virus). Muchas de las características de ésta sugieren que se trata de una enfermedad de origen autoinmune, que hace que el cuerpo ataque sus propios tejidos y células. Esto provoca, con el paso del tiempo, la aparición de lesiones de desmielinación y, posteriormente, cicatrices (placas) en distintos puntos del sistema nervioso central.

La desmielinación puede afectar zonas diversas del sistema nervioso central y la distinta localización de las lesiones es la causa de la variabilidad y multiplicidad de los síntomas (trastornos motrices, sensitivos, del lenguaje, del equilibrio, viscerales, etc.).

Este mecanismo inmunitario activa los glóbulos blancos (linfocitos) del torrente sanguíneo, que entran en el cerebro, y debilita sus mecanismos de defensa (es decir, la barrera sangre / cerebro). Una vez en el cerebro, estos glóbulos activan otros elementos del sistema inmunitario, de forma tal, que atacan y destruyen la mielina. También hay pruebas de que esta enfermedad es más frecuente entre personas que tienen una susceptibilidad genética. Estas teorías son complementarias. Un virus común puede activar el sistema inmunitario del cuerpo, haciendo que ataque y destruya mielina del sistema nervioso central en una persona genéticamente susceptible.

3.2.2.2.1.6.2 Distrofia muscular

La distrofia muscular es un grupo de enfermedades hereditarias, que se caracterizan por la debilidad y atrofia del tejido muscular, con o sin degeneración del tejido nervioso. Existen nueve tipos de distrofia muscular, y en todos ellos se producen, con el tiempo, pérdida de fuerza y discapacidad progresiva y, en ocasiones, deformidades. La más conocida de las distrofias musculares es la distrofia muscular de Duchenne (su sigla en inglés es DMD), seguida de la distrofia muscular de Becker (su sigla en inglés es BMD).



3.2.2.2.1.6.3 Enfermedades neurodegenerativas

Constituyen un amplio capítulo dentro de la patología neurológica. Incluyen un grupo de enfermedades de causa desconocida, que tienen como atributo común el curso progresivo de los síntomas, reflejo de la desintegración paulatina de una o varias partes del sistema nervioso. Todas ellas presentan algunas características clínicas comunes, en cuanto que su inicio es insidioso (comienza lentamente y no presenta síntomas específicos) y su curso progresivo.

La clasificación de las enfermedades degenerativas se establece en función de las manifestaciones clínicas con las que se presentan, pudiendo entonces distinguirse aquellas que lo hacen fundamentalmente con un síndrome demencial, siendo la enfermedad de Alzheimer el más claro exponente; las que se manifiestan fundamentalmente con trastornos del movimiento y la postura, como es el caso de la enfermedad de Parkinson; las que causan ataxia progresiva, como la atrofia *olivopontocerebelosa*; aquellas en las que se presenta debilidad y atrofia muscular, como es el caso de la esclerosis lateral amiotrófica; y otras muy diversas.

3.2.2.2.1.6.4 Trastornos ortopédicos y traumatismos

Son llamadas así las diversas condiciones que afectan el cuerpo humano, que requieren el cuidado clínico de un médico u otro profesional del cuidado de la salud. Entre éstas, se mencionan, desde el pie plano hasta la artritis reumatoide, y otras, como la escoliosis, las fracturas, el síndrome del túnel carpiano, dolores y problemas de la mano, el cuello, la rodilla y la espalda, entre otros.

3.2.2.2.1.6.5 Problemas reumatológicos

Reumatismo es un término popular, que incluye multitud de dolores y malestares localizados en músculos, huesos y articulaciones. Con los medios modernos de diagnóstico médico, es posible descubrir el origen de estos dolores, por lo que su tratamiento resulta más eficaz. Las causas que desencadenan los síntomas del reumatismo son muchas, entre ellas, disposición hereditaria, gonorrea, lesiones en huesos y articulaciones, obesidad, anemia, gota, alergias, tensión nerviosa, exceso de ejercicio y exposición al mal tiempo.²³

3.2.2.2.1.6.6 Anorexia y Bulimia

La anorexia nerviosa se puede considerar como una alteración por defecto, de los hábitos y/o comportamientos involucrados en la alimentación. Las personas que lo padecen dedican la mayor parte de su tiempo a temas alimentarios y todo lo que esté relacionado con ello. La preocupación por la comida y el temor a ganar peso, son la esencia de este trastorno, junto a la inseguridad personal para enfrentarse al problema. Niegan la enfermedad y se perciben gordas en alguna parte de su cuerpo, a pesar de presentar un aspecto esquelético. Sobreviene la irregularidad menstrual y, más tarde, la amenorrea o la impotencia en varones.

²³ http://www.vinculando.org/remedios_naturales/remedios_r.htm

La bulimia se describe como episodios incontrolables de comer en exceso. Consiste en un conjunto de síntomas, entre los cuales, destaca la preocupación por el peso y forma corporal, la pérdida de control sobre la ingesta y la adopción de estrategias que contrarresten los efectos engordantes de sus síntomas bulímicos. El paciente siente una necesidad imperiosa por ingerir grandes cantidades de comida, generalmente de elevado contenido calórico. Una vez que termina de comer, al paciente le invaden fuertes sentimientos de autorepulsión y culpa. Ello le induce a mitigar los efectos, autoinduciéndose el vómito, entre otras estrategias.

3.2.2.2.1.6.7 Problemas de comportamiento

El comportamiento de un niño puede ser un problema, si no cumple con las expectativas de la familia o si causa perturbación. El comportamiento normal o "bueno" usualmente está determinado, por sí desde el punto de vista social, cultural y del desarrollo es o no es apropiado. Saber qué se debe esperar de un niño en cada edad, ayuda a decidir qué es un comportamiento normal. Dentro de esta clasificación, se puede mencionar a los niños que mienten, que roban, que no controlan esfínteres, hiperactivos, deprimidos y ansiosos, entre otros.

3.2.2.2.1.6.8 Trauma post coma

El estado de coma es un trastorno en el cual la persona parece dormida, es incapaz de despertarse, sin reacción, y sólo es capaz de responder a estímulos energéticos con algunos reflejos de evitación. Cuando el coma es muy profundo, no aparece ninguna respuesta al dolor. El coma persistente se llama estado vegetativo.

La disminución del estado de conciencia puede ser el resultado de múltiples condiciones, como intoxicación (drogas, alcohol o toxinas), anomalías metabólicas, ataques (epilepsia), enfermedades y condiciones del sistema nervioso central, trauma en la cabeza, shock, disminución de oxígeno (hipoxia) y disminución en la presión sanguínea (hipotensión).

La disminución del estado de conciencia, la inconciencia y el coma, casi siempre requieren una evaluación médica (con la posible excepción de la intoxicación por alcohol, un desmayo simple o un trastorno de convulsión previamente reconocido).

El traumatismo cerebral, también llamado lesión cerebral adquirida o simplemente lesión o trauma cerebral, ocurre cuando un trauma repentino causa daño al cerebro. El daño puede ser focal, es decir limitado a una sola área del cerebro, o involucrar a más de un área.



3.2.2.1.6.9 Epilepsia

Es una enfermedad crónica de causas diversas, caracterizada por crisis recurrentes debidas a una descarga excesiva de las neuronas cerebrales, asociadas eventualmente con diversas manifestaciones clínicas y para-clínicas.²⁴ No todas las personas que padecen una crisis epiléptica se diagnostican con epilepsia. Se consideran epilépticos, cuando padecen, por lo menos, dos convulsiones.

En algunas ocasiones las convulsiones se relacionan con una condición temporal como exposición a drogas, supresión de algunos medicamentos o niveles anormales de sodio o glucosa en la sangre. En estos casos, es posible que las convulsiones repetidas no recurran, una vez que se corrija el problema subyacente.

En otros casos, la lesión cerebral (Ej. Apoplejía o lesión en la cabeza) hace que el cerebro se vuelva excitable de manera anormal. En algunas personas, una anomalía hereditaria afecta a las neuronas, lo que conduce a convulsiones. En algunos casos, no se puede identificar una causa.

3.2.2.1.6.10 Asma y Alergias

El asma es una enfermedad inflamatoria crónica de las vías respiratorias, recurrente, reversible en forma espontánea o con tratamiento, que se identifica por la presencia de tos, silbido de pecho (*sibilancias*) y falta de aire, particularmente en la noche y al despertar en la mañana.

Esta enfermedad se presenta con frecuencia en forma de crisis o ataques, ya que los pacientes presentan una mayor sensibilidad de los bronquios, que reaccionan en forma exagerada a diferentes agentes del medio ambiente (*hiperreactividad*). Esto da como resultado, obstrucción de bronquios (*broncoespasmo* o *broncoconstricción*) y exceso de producción de moco en las vías respiratorias.

El asma se presenta con más frecuencia en los niños de sexo masculino, desde el nacimiento hasta los 15 años de edad. Después de esta edad, la frecuencia tiende a igualarse con ligero predominio del sexo femenino. El asma puede presentarse a cualquier edad. Sin embargo, por lo general, se inicia en la infancia.

Se considera que el 40% de los niños con asma, inician sus síntomas durante el primer año de vida; a los 3 años de edad, el 60% de los niños con asma ya se han manifestado; y a los 5 años, el 80% de los casos de asma infantil ya se ha iniciado.

²⁴ OMS Organización Mundial de la Salud

La alergia es la hipersensibilidad a una sustancia particular que si se inhala, ingiere o se toca, produce unos síntomas característicos. La sustancia a la que se es alérgico se denomina "alérgeno", y los síntomas provocados, son definidos como "reacciones alérgicas". Cuando un alérgeno penetra en el organismo de un sujeto alérgico, el sistema inmunitario de éste responde, produciendo una gran cantidad de anticuerpos llamados IgE (Inmunoglobulina E).

La sucesiva exposición al mismo alérgeno producirá la liberación de mediadores químicos, en particular la histamina, que producirán los síntomas típicos de la reacción alérgica. Una reacción alérgica puede manifestarse de distintas maneras, los síntomas pueden variar en función de la sensibilidad propia de cada persona. En la siguiente tabla, se presentan los más habituales.²⁵

Algunas alergias, como por ejemplo, la alergia al polvo, a los animales o a los alimentos, pueden manifestarse durante todo el año. Otras, como por ejemplo, la fiebre del heno (alergia al polen), aparecen sólo en períodos determinados del año.

Patología	Órgano afectado	Síntomas
Conjuntivitis alérgica	Ojos	Lagrimo, picor
Rinitis	Nariz	Secreción nasal, picor, estornudos, congestión nasal
Urticaria / Dermatitis	Piel	Picor, enrojecimiento, edema, eritema
Asma bronquial	Bronquios	Tos, pitos, ahogos
Anafilaxia	Todo el organismo	Picor, dificultad respiratoria, enrojecimiento, mareo

3.2.2.1.6.11 Cuadros psiquiátricos y psicológicos, como fobias, disturbios sensoriales, adicciones y estrés.

La enfermedad mental consiste en la alteración de los procesos cognitivos y afectivos de su continuo desenvolvimiento considerado como normal con respecto al grupo social de referencia del cual proviene el individuo. Esta alteración se manifiesta en trastornos del razonamiento, del comportamiento, de la facultad de reconocer la realidad y de adaptarse a las condiciones de la vida. Debido a su naturaleza única y diferenciada del resto de las enfermedades conocidas, ésta es determinada por la integración de múltiples factores, de origen genético, neurológico, relacional, familiar y psicosocial.

²⁵ <http://www.laalergia.com/>

Las enfermedades mentales se clasifican en Trastornos Orgánicos y Trastornos Funcionales. Sin embargo, haciendo referencia al grado de génesis fisiológica o psíquica que determine el padecimiento, la evidencia clínica demuestra que ambas esferas no son independientes entre sí, y que en la patología, como en el resto del desempeño psíquico "normal", ambos factores interactúan y se correlacionan para generar el amplio espectro del comportamiento humano tal como lo conocemos.

Existen numerosas categorías de trastornos mentales, con mayor o menor gravedad, tanto en la vivencia subjetiva del individuo como en su repercusión dentro del funcionamiento social; así, se hace alusión a otra clasificación clásica: trastornos neuróticos y trastornos sicóticos.

Las neurosis afectan en mayor grado la percepción del sujeto sobre sí mismo, y su nivel de agrado, de plenitud y de integración del yo, así como sus relaciones con el entorno social y familiar más cercano. Sin embargo, no presentan los síntomas usuales de desconexión con la realidad y amplio alejamiento de la vida social, pueden desempeñarse laboral y académicamente y, según Freud y las escuelas psicoanalíticas, este estado es la condición natural de la vida psíquica.

Las psicosis abarcan la manifestación más claramente asociada con la enfermedad mental. Sus síntomas clásicos incluyen las alucinaciones, delirios y grave alteración afectiva y relacional. Estos trastornos suelen tener un factor orgánico bastante pronunciado, como los Trastornos Depresivos y Bipolares, aunque las esquizofrenias son claramente las de mayor repercusión personal, social y familiar, dado su carácter crónico y degenerativo, caracterizado por los elementos propios de todos los trastornos sicóticos, a los cuales, se añaden la desconexión con la realidad y aplanamiento afectivo. La enfermedad mental suele degenerar en aislamiento social, inactividad, abulia, desorden del ritmo de vida en general y, en ciertos casos y circunstancias, comportamientos violentos e intentos suicidas.

Estudios actuales han demostrado que la calidad de vida se asocia inversamente con la presencia y gravedad de psicopatología. Es por ello que el tratamiento de los trastornos mentales posee ahora un enfoque integral y multidisciplinario, dirigido en su mayor parte por psicólogos clínicos y psiquiatras, aunque también incluye a enfermeros psiquiátricos, trabajadores sociales, terapeutas ocupacionales y otros profesionales.

3.2.2.3 Casos en que la equinoterapia está contraindicada

No es aconsejable para las personas con columna inestable, tumor de columna, problemas ortopédicos, como luxación de cadera o de primeras vértebras del cuello que hacen el tratamiento doloroso, osteoporosis severa, hernia discal, sobrepeso excesivo, vértigo o aprensión y miedo. Tampoco es aconsejable para aquéllos que padecen alteraciones alérgicas al pelo del caballo u otras afecciones dermatológicas donde el contacto con el animal pueda agravar los síntomas, personas con lesiones de piel, especialmente en las zonas de contacto con el animal.

Está contraindicada para quienes padecen de síndrome de Down con inestabilidad Atlanto axial, trastornos severos de conducta o agresividad, hemofilia, síndromes osteomiarticulares dolorosos en fase aguda, escoliosis de más de 30 grados con deformidad de cuerpos vertebrales, pacientes que utilizan anticoagulantes, con procesos degenerativos articulares, epilepsia descontrolada o muy severa, historia de fracturas patológicas y cualquier limitación articular que impida que el paciente asuma una posición segura sobre el animal. No se recomienda para quienes han sido operados de columna con fijadores metálicos, quienes usan sonda nasogástrica o han sido sometidos a traqueotomía.

Es muy importante que todo paciente que se incluye en la actividad, tenga un certificado médico que refleje que no existen contraindicaciones para montar a caballo.



3.2.2.4 Beneficios de la equinoterapia

En general, con esta terapia se han observado:

3.2.2.4.1 Beneficios físicos

Mejora el equilibrio, la movilidad y la postura, y regula el tono muscular. No hay máquina que trabaje tantos músculos simultáneamente y, además, si la inventaran, no sería tan divertida como montar a caballo.

3.2.2.4.2 Beneficios neurológicos

Al mejorar la postura, el jinete tiene una espina dorsal más eficiente, y las instrucciones que manda al cerebro son de mejor calidad. Además, el movimiento de la pelvis para acompañar la cadencia del caballo (alzarla, adelantarla y bajarla) es muy similar al que hacemos al caminar, lo que manda información importante al cerebro para adquirir un adecuado patrón de marcha.

3.2.2.4.3 Beneficios psíquicos

La equinoterapia estimula la atención y la concentración. Es fundamental para el aumento de la autoestima y de la seguridad en uno mismo. Además, tiene un efecto positivo en las funciones de comunicación y de comportamiento. El movimiento del caballo tiene, además, la gran ventaja de ofrecer una enorme variedad de cadencias, lo que supone la posibilidad, desde el punto de vista terapéutico, de graduar el nivel de sensaciones que el paciente recibe.

El caballo al trote transmite al jinete un total de 110 movimientos diferentes por minuto; en consecuencia, no hay ni un sólo músculo ni zona corporal, desde el coxis hasta la cabeza, al que no se transmita un estímulo. Todo ello en conjunto, permite que el paciente sea capaz de experimentar sensaciones que nunca antes ha vivido.

La equinoterapia supone una actitud activa del paciente, que deberá realizar movimientos para estirarse, relajarse y mejorar la coordinación y el equilibrio. Sin embargo, a diferencia de las terapias convencionales, la equinoterapia es asumida por el jinete como diversión, lo que influye muy notablemente en la obtención de resultados positivos. Se desarrolla al aire libre, pudiendo disfrutar de cuanto le rodea, no en un lugar cerrado lleno de aparatos que, en cierta medida, suponen una amenaza. Montar a caballo es una terapia, pero es también una diversión, y sólo aprovechando correctamente ambas, se consiguen los mejores resultados.



3.2.2.5 La equinoterapia es de gran valor para:

- Corregir problemas de conducta
- Disminuir la ansiedad
- Fomentar la autoconfianza y la concentración
- Mejorar la autoestima
- Estimular el sistema sensorio-motriz
- Incrementar la interacción social
- Mejorar el autocontrol de las emociones
- Mejorar la capacidad de atención
- Mejorar y aumentar la comunicación gestual y oral
- Aumentar el vocabulario
- Mejorar la articulación de las palabras
- Mejorar el equilibrio
- Fortalecer los músculos
- Mejorar la coordinación, los reflejos y la planificación motora
- Mejorar la capacidad de relajación muscular
- Reducir patrones de movimientos involuntarios
- Mejorar el funcionamiento del aparato digestivo, cardiovascular y respiratorio
- Relacionarse con personas que no pertenecen al entorno familiar o escolar
- Desarrollar el respeto y el amor hacia los animales
- La equinoterapia está considerada como un tratamiento alternativo y complementario a los que se utilizan habitualmente.

3.2.3 Fundación

La definición del Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua dice que *“una Fundación tiene que ver con la creación, origen de una cosa, y que se llama así también a una institución con fines benéficos, culturales, etc.”*

Se dice que una Fundación es el resultado de la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). En este punto, también podemos mencionar la responsabilidad social empresarial, que es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local, en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.

3.2.4 Semiología y Signo

La semiótica, con el nombre de semiología, del griego *semeion*, es una propuesta de Ferdinand de Saussure, quien, la concibió como “**una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social.**”

La semiótica también se define como **la ciencia general de los signos**. Un signo es todo lo que se refiere a otra cosa (referente), es la materia prima del pensamiento y, por lo tanto, de la comunicación.

"Semiología" es un término usualmente intercambiable con el de "semiótica", este último preferido por los anglosajones; el primero por los europeos. Charles Sanders Peirce (1839 – 1914) fue, al parecer, el primero en usar el término *semiotic*.

Definimos al **signo** como una entidad, puesto que existe; perceptible, puesto que es aprehendida por los sentidos, que da información de algo distinto de sí misma. Esto quiere decir que el signo en general no se significa a sí mismo. Apunta hacia otra cosa, que de alguna manera lo determina. Su esencia es estar *en lugar de*.²⁶

En lingüística se utiliza más la palabra semántica, porque ésta es una ciencia que estudia los significados de los signos, pero sólo en comunicaciones escritas (*y humanas*), la semiología estudia la comunicación escrita y oral en general (y la semiótica también todos los signos, incluyendo los que usan en sus expresiones los animales).

3.2.5 Identidad Visual

La identidad visual - definida como el sistema de signos visuales por los que una institución es reconocida en el medio - forma parte de la personalidad y cultura de las organizaciones. Su adecuado uso permite dotarlas de una imagen gráfica coherente, y facilita la identificación y el reconocimiento de la institución. Un Manual de Normas Gráficas contiene las principales normas que se han de considerar para la utilización del sistema de identidad visual con unidad. Éste pretende ser una guía para su correcta aplicación en medios impresos y digitales de uso común, tales como papelería corporativa, administrativa, banderas, uniformes, vehículos y sitios *web*, entre otros.

²⁶ Semiología: un acercamiento Didáctico. Ana María Pedroni Chautemps. Editorial Universitaria. Universidad de San Carlos de Guatemala. 2004.

3.2.5.1 Identidad Corporativa

La identidad corporativa nació, en su forma moderna, con posterioridad a la crisis de 1929, cuando el sistema occidental de capitalismo primitivo evoluciona hacia el neocapitalismo y se establece como capitalismo de consumo. Es la época del nacimiento del *styling* en la conformación de los objetos de consumo, del diseño industrial como elemento de venta y de auto-regeneración de la industria y de las grandes marcas. Ésta deriva progresivamente hacia la constitución de un sistema comunicativo integral, pasando de la marca a la identidad generada como conjunción de todos los recursos comunicativos.

La identidad corporativa, se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. La imagen que refleje la empresa, a través de la personalidad, la hará diferenciarse de las demás. La empresa se da a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, a lo que se llama *cultura de la empresa*. Todas las empresas, aunque no comuniquen nada, emiten continuamente mensajes a su alrededor.



Para crear una identidad corporativa, se debe planificar y estudiar la visión estratégica. Se deben transmitir estímulos sensoriales que evoquen esa visión de identidad. Lo más importante, es llegar a crear una estética de empresa, que exprese y transmita el carácter de ésta, a través de los elementos más atractivos y característicos, que la identifiquen con lo que definiríamos finalmente como su marca.

3.2.5.2 Iconismo

Es un sistema de representación, tanto lingüístico como visual. Se habla de **iconismo** al tratar la representación de la realidad, a través de las imágenes. Entendemos por «realidad» la «realidad visual», considerada en sus elementos más fácilmente apreciables: los colores, las formas, las texturas, etc. Cuando hablamos de la imagen, lo que varía con respecto a otros modelos de representación (acústica, sensoria, lingüística, etc.), no es la relación que puede guardar la imagen con su referente, sino la manera singular que tiene la imagen de sustituir, interpretar, traducir esa realidad.

Dentro del iconismo, encontramos imágenes que cumplen la función de signo. El debate en este campo se centra, por una parte, en el carácter natural o artificial que tienen estos signos (iconos) y, por otra parte, en las propiedades que tiene que tener un icono para representar su objeto. La percepción de un icono (imagen) y su asociación a una realidad o significado es posible, mediante un proceso de reconocimiento que lleva a cabo el receptor del signo.

Umberto Eco trata la estructura perceptiva análoga entre el icono y el objeto. La imagen, para ser interpretada, ha de tener una cierta identificación visual con su referente, pero, al mismo tiempo, tiene que estar sometida a un código, que le otorgue el carácter de imagen convencional. Existen diferentes códigos para la representación icónica, es decir, códigos culturales socialmente aprendidos, no tan estrictos como los lenguajes de disciplinas. Son más difusos y, a la vez, establecen las características adecuadas para la representación icónica. Una cultura establece las características pertinentes para que la imagen representada pueda ser percibida como diferenciada de otra, mediante una serie de convenciones. Así, a la hora de representar algo, no reproduciremos todas las características, sino los artilugios gráficos que se le atribuyen, por ejemplo, el artilugio gráfico pertinente de una cebra, son las rayas. Son códigos de reconocimiento que identifican características pertinentes y caracterizadoras del contenido.

La percepción de un objeto produce una imagen mental, la que, mediante un proceso de transformación, asumirá una forma icónica con líneas, colores o formas. La percepción de un icono, por tanto, permite, mediante un proceso de reconocimiento, asociar esa imagen a un tipo o imagen mental. Esta formulación posibilita relativizar la antigua noción de iconicidad o de semejanza y la de reconocimiento. Establecen, por tanto, una relación triádica entre el significante icónico, el referente y el tipo, que serían los constituyentes del icono como signo.

3.2.5.2.1 Significante icónico

Es una imagen producida artificialmente para representar una cosa. Tiene un referente y un tipo. Es el estímulo visual, el fenómeno puro en evidencia empírica ("realidad").

3.2.5.2.2 Referente

Aquello a lo que el signo se refiere, pero desde la perspectiva como el objeto miembro de una clase, es físico. Se relaciona con la cosa tal cual es; siempre que se asocie a una categoría, se transforma en un modelo visual.

3.2.5.2.3 Tipo

Es la abstracción mental (imagen, concepto, idea mental) que se corresponde al significante icónico y al referente. Posee características conceptuales que se transforman en definición, es abstracto, y subyace a los procesos cognitivos. Su función es garantizar la equivalencia entre Referentes y Significantes.



3.2.6 Multimedia

Cualquier forma de comunicación que usa más de un medio para presentar información. También se refiere a un programa de computadora, que integra texto, gráficos, animación y sonido.²⁷ Un elemento clave de este concepto es la interacción. En el lenguaje de las computadoras, interacción significa que la ejecución de programas depende de la entrada de los usuarios; el usuario puede controlar el flujo del programa. Esto significa que el usuario afecta el camino que toma la información.

Podemos llamar **Multimedia** al sistema que utiliza más de un medio de comunicación al mismo tiempo en la presentación de la información (texto, imagen, animación, vídeo y sonido), con el fin de mejorar notablemente la atención, la comprensión y el aprendizaje, ya que al utilizar diferentes medios, se acercará algo más a la manera habitual en que los seres humanos nos comunicamos, empleando varios sentidos para comprender un mismo objeto o concepto.

3.2.6.1 Uso de las técnicas Multimedia

Varias áreas se benefician de la Multimedia, tales como el arte y el diseño, la educación, el entretenimiento, la ingeniería, la medicina, las matemáticas, los negocios, y la investigación científica. Es muy usada en la industria del entretenimiento, para desarrollar especialmente efectos especiales en películas y en la animación para los personajes de caricaturas. Los juegos multimedia son un pasatiempo popular y son programas presentados en CDROMS o disponibles en línea. Algunos juegos de vídeo también utilizan características multimedia. Los usuarios participan activamente en vez de estar sentados como recipientes pasivos de la información.

3.2.6.2 Tipos de información Multimedia

Entre éstos podemos mencionar: Texto, Gráficos, Imágenes, Animación, Vídeo y Sonido. En multimedia, es muy importante la creación de un prototipo, que es una pequeña muestra para evaluar la aplicación.

En función de los resultados de la evaluación del prototipo, se hace una redefinición y se crea el producto definitivo.

²⁷ <http://www.monografias.com/trabajos/multimedia/cd/multimedia/cd.shtml>

3.2.6.3 Sitio Web

Conjunto de páginas web (instaladas en la world wide web o red mundial de internet), que son parte de un dominio (nombre del sitio en propiedad de una persona o empresa) o subdominio (una parte de un dominio). En la actualidad hay más de 80 millones de sitios web con dominios registrados el mundo.

Una página web es un documento HTML / XHTML accesible generalmente mediante el protocolo http de Internet. Todos los sitios web públicamente accesibles constituyen una gigantesca red mundial de información.

A las páginas de un sitio web se accede desde una URL o raíz común llamada portada, que normalmente reside en el mismo servidor físico. Las URLs organizan las páginas en una jerarquía, aunque los hiper-enlaces entre ellas controlan cómo el lector percibe la estructura general y cómo el tráfico web fluye entre las diferentes partes de los sitios. Algunos sitios web requieren una suscripción para acceder a parte o a la totalidad de sus contenidos.

Un sitio web puede ser el trabajo de una persona, empresa u organización, y normalmente está dedicado a un tema particular o propósito. Cualquier sitio web puede contener un hiper-enlace a cualquier otro sitio web. Los sitios web están escritos en HTML (Hyper Text Markup Language), o dinámicamente convertidos a éste, y se acceden, usando un programa llamado navegador web, también conocido como un cliente HTTP.

Las páginas web pueden ser visualizadas o accedidas desde un abanico de dispositivos con disponibilidad de Internet, como ordenadores de escritorio, ordenadores portátiles, teléfonos móviles y otros. Un sitio web está alojado en un sistema de ordenador conocido como servidor web, también llamado servidor http. Estos términos también pueden referirse al software o programas que se ejecutan en dicho sistema. Un sitio web estático es uno que tiene contenido que no se espera que cambie frecuentemente, y se mantiene manualmente por alguna persona o personas que usan algún tipo de programa editor.

Un sitio web dinámico es uno que puede tener cambios frecuentes en la información. Cuando el servidor web recibe una petición para una determinada página, la página se genera automáticamente por el software como respuesta directa a la petición de la página. Por ejemplo: un sitio puede mostrar el estado actual de un diálogo entre usuarios, monitorizar una situación cambiante, o proporcionar información de alguna manera personalizada a los requisitos del usuario individual.

3.2.6.3.1 Fundamentos Básicos del Diseño Web

3.2.6.3.1.1 Tipografía

La tipografía en internet tiene sus propias reglas y, como sucede en el diseño gráfico, la regla principal es que todo sea legible. Los textos pueden separarse en dos grupos: títulos y cuerpos de texto o mensajes. Para los primeros se aplican letras generalmente gruesas y detalladas. Es recomendable que las tipografías y colores escogidos para los títulos concuerden perfectamente con el diseño de la página. Para los segundos se usan preferiblemente tipografías "Lisas" (Ej.: Arial, Verdana) y no con "Serif" (Ej.: Times).

Las tipografías Lisas son mucho más legibles en un monitor, porque, al ser más rectas, son más factibles de dibujar, en cambio las tipografías con Serif tienen muchos más detalles, y a tamaños pequeños se hacen poco legibles en una pantalla. Debido a la tecnología Flash, surgieron las "*Pixel Fonts*", tipografías especialmente diseñadas para verse bien a un determinado punto, ya que "caen" justo en el píxel del monitor. Estas fuentes han tenido mucho éxito, y son recomendadas para usar en Flash, ya que hacen los textos muy legibles, y las letras no se ven borrosas.

3.2.6.3.1.2 Teoría del Color

Los colores de los objetos transmiten emociones muy fuertes, pese a que, generalmente, la mayoría de personas no se percata de ello. Algunos de los aspectos más importantes acerca del color son:

1. La expansión
2. La armonía y el contraste
3. El significado

3.2.6.3.1.2.1 El color y su expansión

Debido al carácter expansivo de los colores, no se verá igual un texto sobre fondo negro que blanco. El texto sobre fondo blanco es más legible y, por lo tanto, el lector debe forzar menos la vista. Esta cualidad también se puede observar en colores claros y oscuros, no únicamente en blanco y negro. Estas técnicas pueden aplicarse al diseño web, cuando se desea que una parte del sitio se vea cerrada o abierta.

3.2.6.3.1.2.2 Armonía y contraste

El concepto de armonía significa aplicar un conjunto de colores que esté compuesto por la misma gama o tono.

El contraste consiste en combinar colores diferentes para expresar ideas específicas o transmitir sensaciones variadas, por ejemplo, claros y oscuros, cálidos y fríos, etc.

3.2.6.3.1.2.3 Significado del color

Aunque los significados varían según las culturas, en nuestro medio existen significados generalizados para cada color:

- **Blanco**

Es un color latente por su capacidad de potenciar los otros colores vecinos. Expresa paz, soledad, felicidad, actividad, pureza e inocencia. Es el fondo universal de la comunicación gráfica. Se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad. Se le considera el color de la perfección. Significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco, por lo general, tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado. En heráldica, representa fe y pureza. En publicidad, se le asocia con la frescura y la limpieza, porque es el color de la nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, puede utilizarse para comunicar simplicidad. Es un color apropiado para organizaciones caritativas. Por asociación indirecta a los ángeles, se les suele representar como imágenes vestidas con ropas blancas. Se le asocia con hospitales, médicos y esterilidad. Puede usarse, por tanto, para sugerir para anunciar productos médicos o que estén directamente relacionados con la salud. A menudo, se asocia a con la pérdida de peso, productos bajos en calorías y los productos lácteos.

- **Negro**

Es el símbolo del silencio, del misterio y, en ocasiones, puede significar impureza y malignidad. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo, cuando es brillante. Representa el poder, la elegancia, la formalidad y la muerte. Es el color más enigmático, y se asocia al miedo y a lo desconocido. El negro representa también autoridad, fortaleza e intransigencia. Se asocia al prestigio y a la seriedad. En heráldica, el negro representa el dolor y la pena. En una página web, puede dar imagen de elegancia, y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. Sin embargo, no es recomendable utilizarlo como fondo, ya que disminuye la legibilidad. Es conocido el efecto de hacer más delgado a las personas, cuando visten ropa negra. Por la misma razón, puede ayudar a disminuir el efecto de abigarramiento de áreas de contenido, utilizado debidamente como fondo. Es típico su uso en museos, galerías o colecciones de fotos on-line, debido a que hace resaltar mucho el resto de colores. Contrasta muy bien con colores brillantes. Combinado con colores vivos y poderosos, como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.

- **Gris**

Simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía, pero también da sensación de sobriedad, seriedad, formalidad, brillantez, lujo y elegancia, por su asociación con metales preciosos.

- **Amarillo**

Es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal, es violento, intenso y agudo. Los tonos de amarillo suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos. No es recomendable como color principal de un sitio web, pues tiene demasiada fuerza, y tiende a cansar al visitante. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida. El amarillo puro y brillante es un reclamo de atención, por lo que es frecuente que los taxis sean de este color en algunas ciudades. En exceso, puede tener un efecto perturbador, inquietante. Es conocido que los bebés lloran más en habitaciones amarillas. Cuando se sitúan varios colores en contraposición al negro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. Por eso, la combinación amarillo y negro es usada para resaltar avisos o reclamos de atención. En heráldica representa honor y lealtad. En los últimos tiempos, al amarillo también se le asocia con la cobardía. Es recomendable utilizar amarillo para provocar sensaciones agradables, alegres. Es muy adecuado para promocionar productos para los niños y para el ocio. Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una página web. Los hombres normalmente encuentran el amarillo como muy desenfadado, por lo que no es muy recomendable para promocionar productos caros, prestigiosos o específicos para hombres. Es un color espontáneo, variable, por lo que no es adecuado para sugerir seguridad o estabilidad. El amarillo claro tiende a diluirse en el blanco, por lo que suele ser conveniente utilizar algún borde o motivo oscuro para resaltarlo. Sin embargo, no es recomendable utilizar una sombra, porque, lo hace poco atrayente, pierde la alegría y lo convierte en sórdido. El amarillo pálido es lúgubre y representa precaución, deterioro, enfermedad y envidia o celos. El amarillo claro representa inteligencia, originalidad y alegría.

- **Naranja**

Posee fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante, y una cualidad dinámica muy positiva y energética. El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor. Sin embargo, el naranja no es un color agresivo como el rojo. La visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental. Es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicarse con ellos. Color cítrico, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito. Es muy adecuado para promocionar productos alimenticios y juguetes. Es el color de la caída de la hoja y de la cosecha.

En heráldica, el naranja representa la fortaleza y la resistencia. El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de una página web. El naranja oscuro puede sugerir engaño y desconfianza. El naranja rojizo evoca deseo, pasión sexual, placer, dominio, deseo de acción y agresividad.

- **Dorado**

El dorado produce sensación de prestigio. El dorado significa sabiduría, claridad de ideas, y riqueza. Con frecuencia, el dorado representa alta calidad.

- **Rojo**

Significa vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Está ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es excitante y agresivo. Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo. Es el color del fuego y de la sangre, por lo que se le asocia al peligro, a la guerra, a la energía, a la fortaleza, a la determinación, así como a la pasión, al deseo y al amor. Es un color muy intenso a nivel emocional. Mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea. Tiene una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, prohibiciones y llamadas de precaución. Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano, resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en un sitio web. En publicidad, se utiliza el rojo para provocar sentimientos eróticos. Símbolos como labios o uñas rojos, zapatos, vestidos, etc., son arquetipos en la comunicación visual sugerente. El rojo es el color para indicar peligro por antonomasia. Como está muy relacionado con la energía, es muy adecuado para anunciar autos, motos, bebidas energéticas, juegos, deportes y actividades de riesgo. En heráldica, simboliza valor y coraje. Es un color muy utilizado en las banderas de muchos países. El rojo claro simboliza alegría, sensualidad, pasión, amor y sensibilidad. El color rosa evoca romance, amor y amistad, representa cualidades femeninas y pasividad. El rojo oscuro evoca energía, vigor, furia, fuerza de voluntad, cólera, ira, malicia, valor, capacidad de liderazgo. En otro sentido, también representa añoranza.

- **Azul**

Es el símbolo de la profundidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable, provoca una sensación de placidez, expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad y calma. Posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo. Cuanto más se clarifica, más pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío. Cuanto más se oscurece, más atrae hacia el infinito. Es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno.

Se le considera un color beneficioso, tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. En heráldica, simboliza la sinceridad y la piedad. Es muy adecuado para presentar productos relacionados con la limpieza, y todo aquello relacionado directamente con el cielo, el aire, el mar y el agua. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. Al contrario de los colores emocionalmente calientes, como rojo, naranja y amarillo, el azul es un color frío ligado a la inteligencia y la conciencia. Es un color típicamente masculino, muy bien aceptado por los hombres, por lo que en general será un buen color para asociar a productos para éstos. Sin embargo, se debe evitar para productos alimenticios y relacionados con la cocina en general, porque es un supresor del apetito. Cuando se usa junto a colores cálidos (amarillo, naranja), la mezcla suele ser llamativa. Puede ser recomendable para producir impacto, alteración. El azul claro se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad. El azul oscuro representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder.

- **Violeta**

Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico, y podría representar también la introversión. En sus tonos más claros se vuelve un poco triste, en los más oscuros representa grandeza.

- **Púrpura**

Este color aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo. Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia. También está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad. Hay encuestas que indican que es el color preferido del 75% de los niños antes de la adolescencia. Representa la magia y el misterio. Debido a que es un color muy poco frecuente en la naturaleza, hay quien opina que es un color artificial. El color púrpura brillante es ideal para diseños dirigidos a la mujer. Es muy adecuado para promocionar artículos dirigidos a los niños. El púrpura claro produce sentimientos nostálgicos y románticos. El púrpura oscuro evoca melancolía y tristeza. Puede producir sensación de frustración.

- **Verde**

Es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece, suscita la esperanza de una vida renovada. Es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad. Por ello, en contraposición al rojo (connotación de peligro), se utiliza en el sentido de "vía libre" en señalización. El verde oscuro tiene también una correspondencia social con el dinero.

Tiene un gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista. Sugiere estabilidad y resistencia. En ocasiones, se asocia también a la falta de experiencia: "está muy verde" para describir a un novato. En heráldica, representa el crecimiento y la esperanza. Es recomendable utilizarlo asociado a productos médicos o medicinas. Es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos. El verde apagado y oscuro, por su asociación al dinero, es ideal para promocionar productos financieros, banca y economía. El color verde "Agua" se asocia a la protección y la curación emocional. El verde amarillento se asocia con la enfermedad, la discordia, la cobardía y la envidia. El verde oscuro se relaciona con la ambición, la codicia, la avaricia y la envidia. El verde oliva es el color de la paz.

- **Marrón**

Es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente local otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra. El marrón evoca estabilidad y representa cualidades masculinas. El marrón rojizo se asocia a la caída de la hoja y a la cosecha.

3.2.6.3.1.2.4 Espaciado y Composición

Los textos deben ser legibles y para ello deben contar con espacio. Cuando los textos se encuentran demasiado pegados a la imagen y su interlineado, es muy bajo para el tamaño de letra escogido, la lectura se hace confusa. Es importante recalcar que el espaciado ideal entre líneas debe ser un 20% superior al tamaño de la letra.

3.2.6.3.1.2.5 Organización de los Elementos

La posición de los elementos en la pantalla es uno de los puntos más importantes a la hora de hacer un diseño web. Es importante colocar pequeñas imágenes cerca del texto, las cuales, tendrán dos funciones:

Primero, que el usuario tenga una información visual sobre lo que va a leer, atrayendo la atención del visitante hacia donde se desea; y segundo, hacer más atractiva la página, pues, todos se deprimen ante una página que sólo contiene texto.²⁸

²⁸ Autor: elecash
http://www.cristalab.com/tutoriales/63/fundamentos_basicos_del_diseno_web
<http://www.webtaller.com/maletin/articulos/fundamentos-basicos-diseno-web.php>

El éxito de una buena composición de página consiste en una organización balanceada, clara y concisa de la información, usando las herramientas básicas de diseño: formato editorial, tipografía, color y uso de gráficas.

- La composición debe guiar al usuario visualmente. Debe distinguir en un principio las áreas de información, navegación principal, secundaria, local, etc.
- El contraste es importante y nos ayuda a mantener módulos de información y a facilitar la lectura.
- Se debe usar plantillas. Usar una misma plantilla no quiere decir que la página sea aburrida, al contrario, utilizar la misma plantilla mantiene una página consistente, limpia y ORDENADA.
- Es necesario establecer áreas "verticales". Se debe utilizar este principio, sobre todo, en páginas principales o portales de información.
- Uso de encabezados y pie de página. Los encabezados deben presentar la identidad gráfica del sitio, y el pie de página presenta por lo general el origen del sitio y temas relacionados: información legal, derechos de autor, año de producción, contacto, etc.

El diseño Web implica una serie de limitaciones. Dada la naturaleza del medio, las páginas deben funcionar en diferentes plataformas y con distintas dimensiones de pantalla.

Para hacer una buena selección de las dimensiones de pantalla, se deben conocer las estadísticas del usuario, que actualmente nos indican que la mayor parte de éstos usa una resolución de pantalla de 1024 x 768, y en segundo lugar sigue la resolución de 800 x 600. Por esta razón, antes de empezar el diseño y la producción de un sitio de Web, se debe definir qué formato se usará.

El uso de tablas es sumamente importante. No sólo sirven para presentar datos de forma tabular, o como las conocemos fuera del contexto de Web, sino porque nos ayudan a crear espacios editoriales.

Sugerencias:

- Usar tablas para crear columnas. Dividir la página en varias columnas facilita la distribución de información.
- Mantener separadores de columnas y márgenes.
- Usar tablas para incorporar gráficas y pies de foto dentro de un área de texto largo.
- Usar tablas para "armar" composiciones gráficas.



3.2.6.3.1.2.6 Presentación de los Elementos de Navegación

Gran parte del éxito de una buena navegación se debe a la estructura del sitio en general; cómo se agrupa el contenido, bajo qué secciones, etc., pero la otra parte se debe a una clara presentación y localización de los elementos de navegación.

Sugerencias:

- Presentar claramente la navegación principal o global.
- Brindar acceso claro y rápido a la página principal.
- Sacar provecho del uso de encabezados y pies de página.
- Utilizar cautelosamente gráficas como parte de la navegación.
- Mantener consistencia en la selección de colores asignados a vínculos y a páginas que ya fueron visitadas.
- Ayudar al usuario a saber dónde están. El cambio de color, por ejemplo, o el simple hecho de desactivar el vínculo de la sección en la que se encuentran.
- Evitar el uso del comando de subrayado `<u></u>`, este estilo de texto resulta confuso, pues en Web éste generalmente indica la presencia de un vínculo.

3.2.6.3.1.2.7 Selección y Uso de la Tipografía

Éste es quizá el elemento más difícil dentro del proceso de diseño. La tipografía asume un doble papel, tanto como comunicador visual como verbal. La tipografía nos ayuda a distinguir visualmente grupos de texto, y de esta manera ayuda al usuario a predecir qué tipo de información encontrará en ciertas áreas de la página. Lo que se hace al diseñar páginas Web es básicamente “pintar” el texto, no solamente aplicando color al texto, sino combinándolo con otros bloques de texto y con el fondo de la página. El ojo viajará de bloque en bloque a lo largo de la página, y es gracias a estos bloques tipográficos que podemos alcanzar una buena jerarquía de información.

Sugerencias:

- Para el cuerpo del texto `<BODY>` utilizar tipografías diseñadas para pantalla, como lo son: *Arial*, *Verdana*, *Georgia* o *Trebuchet* o tipografías que han sido adaptadas para pantalla, como *Times New Roman*.
- No combinar demasiadas fuentes o estilos en una misma página.
- En textos largos, evitar la tipografía clara o muy brillante sobre colores oscuros. Es muy incómodo leer la pantalla bajo estas condiciones.
- Utilizar texto convertido a gráficas únicamente para encabezados o botones de navegación, no utilizar gráficas para representar párrafos completos de texto.

- Cuando se utilice texto como gráfica y, sobre todo, en tamaños grandes, no olvidar activar la opción de “anti alias”, ya sea en *Photoshop* o en *Fireworks*. De esta manera, se mantendrán los bordes de las letras sutiles y bien integradas con el fondo.
- Evitar alinear el texto al centro o a la derecha, cuando se trate de mucho texto o de un párrafo muy amplio. El alineado más recomendable es a la izquierda.
- Utilizar CSS o Estilos de Cascada, que aplican el mismo estilo a todo el documento, para no confundir las jerarquías.

3.2.6.3.1.2.8 Selección y Uso del Color

El balance de color puede ayudar a nuestros ojos a navegar con mayor facilidad una página, al delimitar áreas y al agrupar diferente tipo de información. Cuando se habla de contraste, no necesariamente quiere decir que haya contraste entre un claro y un oscuro. El contraste debe ser muy sutil, y a veces, se logra incluso entre variaciones de un mismo color. Existen sitios monocromáticos en su totalidad o sitios que usan diferentes porcentajes y variaciones de color en varias secciones, lo cual, es suficiente para facilitar la lectura y diagramación de la página.

Sugerencias:

- Evitar colores muy vibrantes como fondo de página.
- No usar colores fluorescentes en textos ni en el fondo.
- Utilizar el color para distinguir secciones en nuestra página.
- Seleccionar una paleta de color y mantenerse constante con ella. Se puede utilizar variantes de los colores de esa misma paleta (porcentajes, por ejemplo) en lugar de introducir nuevos colores.
- Utilizar el espacio VACIO o blanco, como elemento de diseño.

3.2.6.3.1.2.9 Selección y Aplicación de Gráficas

La trampa número uno en el diseño Web es pensar que las gráficas harán una página bien diseñada, atractiva e interesante. **El uso excesivo de imágenes resulta muy poco funcional** y ahuyenta a los usuarios. Si las gráficas no han sido correctamente optimizadas para Web, serán muy pesadas y tardarán mucho en visualizarse en el navegador. Otro gran problema es que las imágenes llegan a saturar una página o sitio muy fácilmente.



Sugerencias:

- En el caso del uso de gráficas, mantener una página SENCILLA, usar fotos solamente en casos de apoyo a nuestro contenido, o como parte de nuestra identidad gráfica, no de forma decorativa. Por el contrario, es mejor utilizar menos gráficas y apoyarse de variaciones de un mismo color para ilustrar el fondo.
- Mantener la consistencia en las dimensiones de las imágenes. Determinar un promedio de 3 dimensiones máximas de ancho o alto para aplicarse de forma uniforme, tanto a iconos de previsualización (*Thumbnails*), imágenes medianas (de soporte o ilustración de texto) e imágenes grandes (gráficas que aparecen como resultado de ampliación, muestran mayor detalle).
- Usar con cautela los colores desvanecidos o gradientes.
- Evitar demasiados botones animados, usar animación en gráficas para apoyar alguna acción del usuario.

Es sumamente importante optimizar las imágenes correctamente, de acuerdo a su tipo y uso. Los formatos más utilizados son: GIF (para botones, gráficas de tipo vector o gráficas que requieran de fondo transparente), y JPEG (para una gama de color superior, gradientes, fotografías).

3.2.6.3.2 El proceso de diseño de un sitio Web

3.2.6.3.2.1 ¿Qué se busca al diseñar un sitio Web?

En los computadores personales, muchos elementos son similares entre sí. Distintos programas funcionan de manera muy parecida. Típicamente el primer elemento de la barra de menú es "File..." o "Archivo...", y el último es "Help..." o "Ayuda...". Existen elementos comunes y un cierto estándar en cuanto se refiere a cómo funcionan los sitios.

Las personas están mucho más acostumbradas a los libros, en que la información se presenta en forma lineal, que a la navegación hipertextual, que requiere una mayor atención por parte del usuario.

El proceso de diseño Web debe contar con una serie de etapas que permitan transformar pedazos de información dispersos o, en el mejor de los casos, un conjunto de información estructurada de manera lineal en un sitio que haga que el usuario se sienta cómodo y encuentre lo que busca de la manera más rápida posible.

Los usuarios usualmente se quejan de la velocidad de transferencia, de la capacidad para organizar la información que bajan (*download*) a su computador y del tiempo que pierden en encontrar lo que buscan. Cualquier mejora se puede lograr por medio de un diseño cuidadoso.

3.2.6.3.2.2 Etapas del diseño Web

Estas son algunas etapas que se sugieren para diseñar eficientemente un sitio; es conveniente no comenzar a escribir ninguna línea de código HTML antes de completar las primeras etapas.

3.2.6.3.2.3 Delimitación del tema

Esta es la etapa crucial, se define de qué se va a tratar el sitio, qué cosas se incluirán y qué no. También es el momento para definir tanto las audiencias (normalmente es mas de una) y los objetivos (intentando priorizar entre objetivos primarios y secundarios). Si no se evalúa adecuadamente la cantidad de tiempo que se dispone contra la cantidad de tiempo requerida para elaborar un sitio de la magnitud deseada, el resultado puede ser desastroso.

Muchos proyectos Web fracasan porque comienzan a crecer y se incrementan sus especificaciones, sin que haya detrás un trabajo ordenado de delimitación de contenidos. Las personas no gustan de sitios con muchas referencias a otros lugares: esencialmente lo que buscan es un contenido.

3.2.6.3.2.4 Recolección de la información

Se recolecta la información que se va a poner en el sitio, de acuerdo a la especificación hecha en la etapa anterior. Las organizaciones en general producen grandes cantidades de información y, por lo tanto, también hay que delimitar cuánta de la información histórica será incluida.

3.2.6.3.2.5 Agregación y descripción

Una vez que tenemos la información que irá en el sitio, comenzamos su clasificación. Se debe encontrar un balance entre la linealidad y la jerarquización.

Se aplica una clasificación de tipo lineal a fragmentos de información que requieren que la persona que los lea vaya avanzando poco a poco en el conocimiento de algo, como en un libro. Usualmente se colocan en una misma página, usando FRAMES o una técnica similar.

Se aplica una clasificación de tipo jerárquico a trozos de información que sean complementarios o que dependan uno de otro, como secciones y subsecciones. Usualmente se colocan en diferentes páginas.

3.2.6.3.2.6 Estructuración

Es la manera en que se unen las diferentes páginas, de acuerdo a la agregación de contenidos realizada en la etapa anterior. Se colocan ayudas para la navegación, que permitan jerarquizar lo que diseñamos e incluir enlaces entre elementos de una misma jerarquía.

Al haber concluido lo anterior, se puede trabajar en la implementación HTML.

3.2.6.3.2.7 Metáfora

Es la referencia que se hace de una misma entidad en diferentes contextos. Cada página debe ser diseñada cuidadosa y lógicamente, para que los usuarios puedan "saltar" dentro del sitio desde zonas distantes.

Existen páginas que esperamos sean visitadas desde diferentes partes de nuestro sitio (por ejemplo, un glosario o una ayuda). Un buen diseño web prevé esto, y si en alguna parte del documento se menciona otra página, establece un vínculo para que ésta pueda ser visitada mediante un "click" en esa referencia.

3.2.6.3.2.8 Diseño y estilo gráfico

Un estilo gráfico adecuado puede ser algo importantísimo a la hora de hacer que la persona que nos visita se sienta cómoda. También funciona para alivianar el contenido y hacerlo más digerible. Si un sitio no tiene un buen diseño gráfico, difícilmente logrará un lugar destacado entre otros sitios del mismo tipo.

En cuanto a la cantidad y tamaño de las imágenes, hay que adoptar un equilibrio. Hay sitios que se basan casi por completo en grandes y lentas imágenes GIF, otros que se ven bastante pobres, pues son casi sólo texto, con lo que se desaprovechan los métodos multimedia. El esquema que se adoptará (que se encuentra en algún lugar entre ambos extremos), varía de diseñador a diseñador, y es un punto importante a considerar.

Otro punto importante en la etapa de definición de la parte gráfica, es intentar en lo posible mantener una cierta coherencia gráfica, y atreverse a innovar en cuanto a ella. Un color de fondo, un fondo o una distribución interesante de los elementos dentro de una página es algo que no se olvida con facilidad.

3.2.6.3.2.9 Ensamble final

En este punto se agregan los enlaces que sean necesarios y se incorpora el estilo gráfico a las páginas, se ensambla el sitio con una portada que sea capaz de presentar en una sola página lo más relevante del sitio, se agregan vínculos hacia la página personal del autor y/o su dirección de correo electrónico.

3.2.6.3.2.10 Pruebas

Finalmente, es necesario revisar la coherencia general del sitio, que no haya vínculos "rotos" que no conduzcan a ninguna parte; revisar la redacción y ortografía de las páginas, hacer los ajustes necesarios para separar las páginas que sean demasiado extensas en páginas más pequeñas.

Para esta etapa, se debe buscar usuarios del sitio en la práctica, para pedirles que naveguen y evalúen el sitio.²⁹

3.2.6.3.3 Tipos de Sitios Web

La variedad de sitios web existentes es enorme. Cada uno se especializa en un tipo particular de contenido o uso, y puede ser clasificado de la siguiente manera:

3.2.6.3.3.1 Sitio Archivo

Usado para preservar contenido electrónico valioso que va en camino de la extinción. Dos ejemplos son: Internet Archive, el cual, desde 1996 ha preservado billones de antiguas (y nuevas) páginas web; y Google Groups, que a principios de 2005 archivaba más de 845.000.000 mensajes expuestos en los grupos de noticias /discusión.

3.2.6.3.3.2 Sitio Web log o Blog

Usado para registrar lecturas online o para exponer diarios online; puede incluir foros de discusión. Ejemplos: Blogger, Xanga.

3.2.6.3.3.3 Sitio de empresa

Usado para promocionar una empresa o servicio.

²⁹ Tomado de: Tejedores del Web
<http://www.tejedoresdelweb.com/307/article-1060.html>
http://www.webtaller.com/maletin/articulos/el_proceso_de_diseno_de_un_sitio_web.php

3.2.6.3.3.4 Sitio de Comercio Electrónico

Para comprar bienes, como Amazon.com.

3.2.6.3.3.5 Sitio de Comunidad Virtual

Un sitio donde las personas con intereses similares se comunican con otros, normalmente a través del chat o foros. Por ejemplo: Myspace.com.

3.2.6.3.3.6 Sitio de Base de Datos

Un sitio donde el uso principal es la búsqueda y muestra de un contenido específico de la base de datos, como la Internet Movie Database.

3.2.6.3.3.7 Sitio de Desarrollo

Un sitio cuyo propósito es proporcionar información y recursos relacionados con el desarrollo de software, Diseño Web, etc.

3.2.6.3.3.8 Sitio Directorio

Un sitio que tiene contenidos variados que están divididos en categorías y subcategorías, como el directorio de Yahoo, el directorio de Google y el Open Directory Project.

3.2.6.3.3.9 Sitio de Descargas

Estrictamente usado para descargar contenido electrónico, como software, demos de juegos o fondos de escritorio.

3.2.6.3.3.10 Sitio de Juego

Un sitio que es propiamente un juego o un "patio de recreo", donde mucha gente viene a jugar, como MSN Games, Pogo.com y los MMORPGs o Vida Jurásica, Planetarion y King of Chaos.

3.2.6.3.3.11 Sitio de Información

Pretende informar a los visitantes en temas no comerciales; RateMyProfesors.com, Free Internet Lexicon and Encyclopedia. La mayoría de los gobiernos e instituciones educacionales y sin ánimo de lucro, tienen un sitio de información.

3.2.6.3.3.12 Sitio de Noticias

Similar a un sitio de información, pero dedicado a mostrar noticias y comentarios.

3.2.6.3.3.13 Sitio Pornográfico (porno)

Un sitio que muestra imágenes y videos pornográficos.

3.2.6.3.3.14 Sitio Buscador

Un sitio que proporciona información general como entrada o búsqueda para otros sitios. Un ejemplo es Google, y el buscador más conocido es Yahoo!.

3.2.6.3.3.15 Sitio Shock

Incluye imágenes u otro material que tiene la intención de ser ofensivo a la mayoría de visitantes. Ejemplos: rotten.com y ratemypoo.com.

3.2.6.3.3.16 Sitio Personal

Mantenido por una persona o pequeño grupo (como por ejemplo, una familia), que posee información o cualquier contenido que desea incluir la persona.

3.2.6.3.3.17 Sitio Portal

Un sitio web que proporciona el punto de inicio, entrada o portal a otros recursos en Internet o intranet.

3.2.6.3.3.18 Sitio Wiki

Un sitio donde los usuarios editan en colaboración (por ejemplo, Wikipedia).

3.2.6.3.3.19 Sitio Político

Un sitio web donde la gente puede manifestar su visión política. Ejemplo: New Confederacy.

3.2.6.3.3.20 Sitio de Rating

Un sitio donde la gente puede alabar o menospreciar lo que aparece. Ejemplos: ratemycar.com, ratemygun.com, ratemypet.com, hotornot.com.³⁰

³⁰ Información obtenida de "http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web"

4 Capítulo IV: Concepto de Diseño, Método y Bocetaje

Algunas propuestas interesantes para Metodología del Diseño las plantean diseñadores experimentados y exitosos, como Luz del Carmen Vilchis, Bruno Munari y Jorge Frascara. De las mencionadas, se elige la de Bruno Munari por ser una metodología basada en la resolución de problemas en forma sistematizada, aplicando la creatividad a todos los pasos del proceso.

4.1 Concepto Creativo

Toda terapia es un proceso que consta de pequeños logros, de piezas unidas que probablemente parecen insignificantes si se evalúan en forma aislada. La equinoterapia puede juzgarse de la misma manera, y existe una palabra llena de significado que es la que dio vida al concepto de diseño del logotipo de Fundación Puedes, la cual, está relacionada a los caballos, tanto como a la terapia. La palabra es: **“pasos”**.

Al asistir a una clase de equinoterapia el visitante se percató de la insistencia de los entrenadores en que los jinetes les hablen a sus caballos. El comando es: **“paso, paso, paso”**. Esta conversación ayuda a crear el vínculo que los unirá para siempre, ya que juntos darán los pequeños grandes pasos hacia la mejoría y, por consiguiente, hacia la recuperación.

De la palabra surge la imagen: El paso del caballo deja una huella, que es formada por los herrajes, o herraduras. Estas formas son simples y definidas. También son fáciles de identificar y asociar con el tema “equinos”.

Pero no es sólo un paso el que debe darse, sino varios, unidos, para que den un resultado positivo. De allí la forma entrelazada de las imágenes, ya que cada paso ilustrado debe ser parte de una secuencia que sólo se logra con la paciencia y la perseverancia.

Durante el proceso se forma la imagen de una estrella en el centro del icono. Esta estrella representa el carácter de los jinetes, quienes, con gran esfuerzo, luchan por ser mejores y logran llegar a brillar con una luz interior que irradia felicidad a quienes se encuentran a su alrededor.

Este concepto es el origen de cada una de las piezas presentadas: Logotipo, Papelería Institucional y sitio Web. Todas se basan en una idea simple y universal: para llegar a cualquier lugar que uno se proponga, es necesario dar muchos pequeños pasos.



4.1.1 Código Cromático

La gama de colores seleccionada se basa en las diferentes facetas, desde las cuales, se puede apreciar a Fundación Puedes, y en la combinación de los elementos que la definen. A continuación, un resumen de los significados que fundamentan la selección del código cromático.



Naranja FF6633

Fue elegido para el logotipo de Fundación Puedes por poseer fuerza activa, radiante y expansiva, por tener un carácter acogedor, cálido, estimulante, y una cualidad dinámica muy positiva y energética. También porque representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo de los niños que reciben las terapias. Es un color que encaja muy bien con la gente joven. El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de una página web.



Verde 339900

Fue aplicado al logotipo debido a que es el color más tranquilo y evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza, tan relacionados con el tema. Representa armonía, crecimiento, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación en el nivel emocional con la seguridad, lo cual es importante resaltar, especialmente para las madres de los jinetes, quienes, al principio pueden sentir cierto temor de los tratamientos. Tiene un gran poder de curación, es el color más relajante para el ojo humano y sugiere estabilidad y resistencia. Tiene fuerte significación de esperanza, lo cual apoya psicológicamente a las personas tratadas y a sus familias.



Morado 990099

Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico, y podría representar también la introversión que al principio muestran los niños que reciben tratamientos. En sus tonos más claros se vuelve un poco triste, en los más oscuros representa grandeza. Está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad, cualidades que se desean realzar como parte de los logros de los tratamientos que Fundación Puedes imparte.



Azul 0066CC

Es el símbolo de la profundidad. Provoca una sensación de placidez, expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad y calma. El azul claro puede sugerir optimismo. Representa la lealtad de los caballos, la confianza que los jinetes adquieren, la sabiduría de los instructores, la inteligencia y la fe de las madres. Se le considera un color beneficioso, tanto para el cuerpo como para la mente.

Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. El azul claro se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad.



Rojo CC0000

Significa la vitalidad, la pasión, la fuerza bruta y el fuego. Está ligado al principio de la vida, la energía. Se le asocia a la fortaleza y a la determinación. Es un color muy intenso en el nivel emocional. Mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea. Tiene una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, prohibiciones y llamadas de precaución. Es muy recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en un sitio web.



Gris Oscuro 333333

Simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía, pero también da la sensación de sobriedad, seriedad y formalidad, necesarios para equilibrar el diseño y transmitir el sentido formal de Fundación Puedes.

4.1.2 Código Lingüístico

El nombre de la Fundación Puedes tiene una carga enorme de significación. La palabra **Puedes** por sí misma está llena de optimismo y es positiva, transmite un sentimiento de seguridad.

Como se carecía de un slogan, se trabajó en la realización de uno que pudiera expresar el sentido de la lucha que se realiza día a día con los niños que reciben terapias a caballo, y que, a la vez, tuviera unidad con el concepto creativo del logotipo.

Se realizó un análisis de todos los elementos, palabras o conceptos que intervienen en la equinoterapia, y se les nombró. Se atribuyeron cualidades a cada uno de éstos, y se hicieron distintas combinaciones de palabras que tuvieran relación con el concepto:



FUNDACIÓN	PUEDES	EQUINO	TERAPIA
beneficencia causa ayuda grupos institución propósito personas diferencias compartir claro trabajo equipo espíritu unidos	querer desarrollar fuerte espíritu competitividad lucha esfuerzo conquista camino fe esperanza interacción carácter fortaleza constancia	caballo fuerte cruzo fidelidad hermandad cuidados comodar trabaja paso amigo compañero puedes montura galope estabilidad equilibrio	tratamiento camino reglas perseverancia servicio resistencia reto constancia puede calidad de vida recuperación entusiasmo acercarse al mundo motivación

IMAGEN	COLOR	SLOGANS	SLOGANS
Caballo estrellas señales de fondo manos, pies Corazón hermandad fidelidad formación fuego Mundo	• Temas: por el caballo y por el paso y por el carácter del color. • Verde: naturaleza y esperanza • Amarillo: calor humano por la sociedad. • Naranja: fuerza, energía, unión, entusiasmo y belleza. Unión.	• "Por ti por mí... una conquista en cada paso." • "Al paso de los batidos del corazón..." • "El punto a la conquista..." • "Un reto en cada paso." • "Por una vida de calidad..." • "Al paso de tu esfuerzo..." • "Uso depende de ti y de mí..." • "Unidos para crecer..."	• "Todos somos especiales" • "Todos somos importantes..." • "Un luchador dentro de cada uno..." • "Calidad de vida, modo motor..." • "No nos quita la buena vida..." • "En caso de triunfo..." • "Unidos para triunfar"

De todo este proceso surgieron diferentes slogans:

1. Pequeños pasos, grandes logros.
2. Para gente extraordinaria.
3. ¿Quién dijo que ir a terapia es aburrido?
4. Una conquista en cada paso.
5. Nueva vida en cada paso.
6. Sólo para gente muy especial.
7. Somos gente fuera de lo común.

Todos fueron planteados a los personeros de Fundación Puedes, quienes, eligieron el siguiente por su carga significativa:

“Una conquista en cada paso”

Esta corta frase está fundamentada en la importancia de los pequeños logros para alcanzar los grandes objetivos. Con ella se explica de forma simple que lo que es considerado poco para personas sin limitaciones, para los jinetes de la Fundación Puedes es mucho. Este concepto se aplica perfectamente a los niños con discapacidades mentales u otras, ya que para ellos cualquier progreso es un gran avance, y lo que cuenta es el esfuerzo puesto en cada paso. La teoría se enmarca dentro del concepto creativo planteado.



4.1.3 Código Tipográfico

El tratamiento de la tipografía como recurso gráfico existe desde la era de Gutenberg. Al elegir un tipo para determinado trabajo, el diseñador resuelve un problema esencial: legibilidad. Éste, aunado a la comodidad que se debe proporcionar al lector, son aspectos importantes que se tomaron en cuenta al utilizar dos estilos de una misma familia tipográfica en el actual proyecto: La Palo Seco o San Serif.

Para el nombre de la fundación en el logotipo se utilizó la fuente tipográfica ITC Oficina Sans Bold, simple, pero muy moderna y legible, diseñada por Erik Spiekermann. Cuando esta fuente tipográfica fue lanzada en 1990 se había planteado para uso en correspondencia de oficina, sin embargo, su éxito fue tal que actualmente es utilizada en diversos medios, como periódicos, revistas, publicidad, etc. Un ejemplo de su uso está en el logo de amazon.com, el famoso sitio de compras en internet.

Fundación Puedes

ITC Oficina Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno**pqr**stuvwxyz
0123456789 !@#\$%^&*()[]{}-_=+“”:’?><;

Para el slogan se aplicó la fuente ITC Oficina Sans Book a una escala del 67% del tamaño original del nombre, en minúsculas y justificada al texto superior (nombre).

una conquista en cada paso

ITC Oficina Sans Book

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno**pqr**stuvwxyz
0123456789 !@#\$%^&*()[]{}-_=+“”:’?><;

Para los bloques de textos se eligió la fuente tipográfica Arial, también de las familias Palo Seco, categoría Transitional Sanserif, creada en 1982 por Robin Nicholas y Patricia Saunders de la empresa Monotype. Esta fuente es la más utilizada en sitios web debido a su legibilidad y a que es familiar a cualquiera que use productos Microsoft, sea con plataformas PC o Mac. El tamaño usado fue el preestablecido 2, ya que es el ideal para una vista promedio.

Esta fuente es muy parecida a la Helvética, pero se dibuja mejor en las pantallas de las computadoras, por lo que contrasta más. El uso generalizado de la Arial no se debe a su belleza (ya que es bastante simple y poco agraciada, lo cual, no es una característica mala en una tipografía aplicada a bloques de texto), sino a su facilidad de lectura. Una fuente con Serif como la Times es excelente en procesos de impresión sobre papel, pero no necesariamente para la Web. Otra ventaja de esta fuente es que se clasifica dentro de los tipos MIME (Multipurpose Internet Mail Extensions o Extensiones de Correo Internet Multipropósito), es decir, que cumple con una serie de convenciones o especificaciones dirigidas a que se puedan intercambiar a través de internet todo tipo de archivos (texto, audio, vídeo, etc.) de forma transparente para el usuario. Una parte importante del MIME está dedicada a mejorar las posibilidades de transferencia de texto en distintos idiomas y alfabetos.

Para los titulares se utilizaron encabezados preestablecidos 2 y 3, estilo Bold y con el color verde 006600 utilizado en el fondo del sitio, el cual, ayuda a destacar el tema del que trata cada página.

Arial Bold

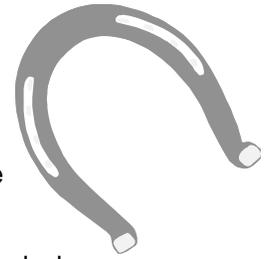
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 - ¡!@#\$\$%^&*()_+?><:;”,.**

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 - ¡!@#\$\$%^&*()_+?><:;”,.

4.1.4 Código Icónico

La huella que deja el herraje, signo que identifica los pasos del caballo, es un elemento gráfico simple y comprensible, fácil de reproducir, fácil de ampliar o reducir.



La estrella que forman los herrajes entrelazados es un símbolo universal de la brillantez, de los logros personales, del éxito. Es por ello que se ha representado a cada jinete como una estrella que brilla e irradia su luz a quienes lo rodean.

El círculo que forman las figuras de los herrajes entrelazados es símbolo por excelencia de la unidad, de la armonía y del espíritu de equipo

4.1.5 Concepto de Comunicación

La estrategia de comunicación planteada considera al Internet como el medio a utilizar para dar a conocer a la Fundación Puedes, por lo que se diseñó un sitio web que comunicara dos conceptos fundamentales:

1. **Qué es Fundación Puedes y la Equinoterapia.**
2. **Cómo patrocinar a sus jinetes.**

Por carecer de recursos para su implementación, en esta etapa se descartaron medios, como televisión o radio (aunque se sugieren como complemento en una segunda etapa de comunicación). Por consiguiente, se decidió la implementación de un sitio web, el cual, constituye una poderosa herramienta de comunicación. Además, porque es un medio por el cual es posible enlazarse en forma global, y permite captar patrocinios de todas partes del mundo.



4.2 Proceso de Bocetaje

4.2.1 Prebocetos

El proceso de bocetaje del logotipo se inició, luego del análisis de los datos investigados con algunos de los trazos que se muestran a continuación. Se buscaron elementos gráficos que ilustren los temas “equinos”, “terapia”, “puedes”, “unión”, “ayuda”, “esfuerzo”, entre otros.



Los “herrajes” de los caballos o sus huellas se eligieron dentro de las imágenes que pueden usarse como parte del símbolo. Estos elementos fueron combinados de distintas maneras entre sí y con otras figuras relacionadas, en busca de resultados con formas originales cargadas de nuevos significados.

También se usaron las imágenes del tipo de medallas que se entregan en las competencias con equinos, cascos, figuras geométricas y la silueta misma del caballo.

Las combinaciones se hicieron también con abstracciones de la figura humana, tales como manos, pies, cabezas de niños, que fueron aplicados como figura-fondo, como puede verse en algunos de los prebocetos que se adjuntan. Algunos de los resultados obtenidos son figurativos y otros abstractos. Éstos fueron evaluados con personas de la Fundación Puedes para decidir la línea de diseño con la que se continuaría.

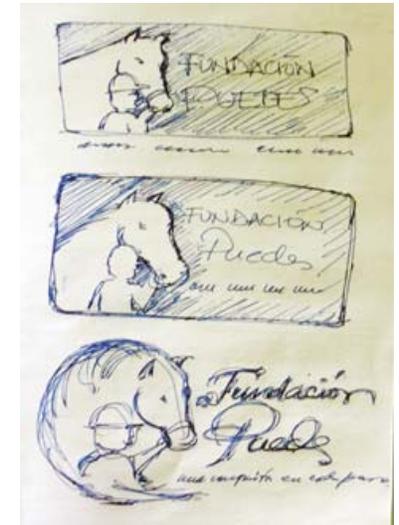
En estos prebocetos también se puede apreciar la estilización de la figura del caballo, que se realizó con el fin de envolver al jinete como en un abrazo protector.



Otros signos estudiados fueron las estrellas, las cuales, fueron aplicadas de distintas maneras en los prebocetos: como estrella de “Sheriff” o Alguacil, personaje del Western Americano, que denota legalidad, liderazgo y ayuda a los más necesitados.

Las estrellas fueron también estilizadas para evaluar si esta imagen servía como símbolo que connotara el espíritu de los niños que luchan cada día por recuperarse.

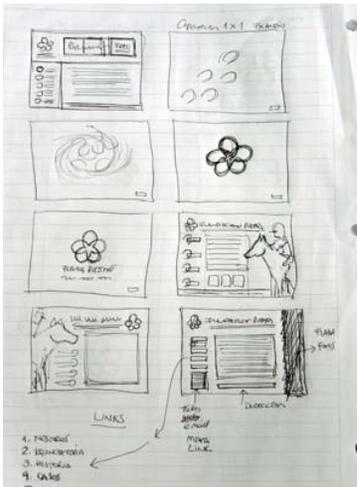
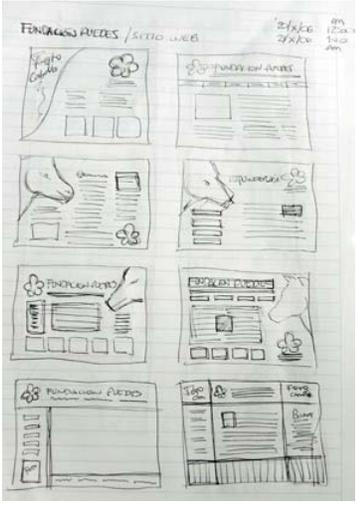
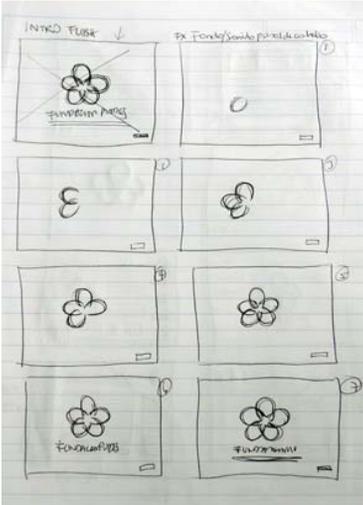
Se hizo una aproximación a la señal de tránsito que significa “alto”, cuya estrategia era hacer que las personas se detengan a pensar en que es posible ayudar. Este concepto fue descartado por no ser comprensible a todo nivel.



De igual manera se procedió para definir las ideas de diagramación que dan vida al sitio web. Al haber concluido la realización de la identidad visual de Fundación PUEDES se procedió a elaborar prebocetos del sitio completo, el cual, incluye una introducción animada de Flash. Ésta fue planteada de manera que explicara de dónde nace el nuevo logotipo de la Fundación. Uno a uno se va posicionando cada herraje del símbolo, y finalmente ingresa el nombre y slogan. El preboceto correspondiente se muestra en la primera figura de la siguiente página.

Al quedar formado el logotipo se carga la página principal del sitio web. Durante el tiempo que dura la animación se muestra un botón que dice “saltar animación”, el cual, sirve para ir directamente al sitio.

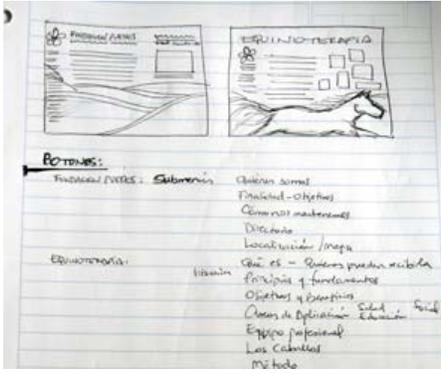
Esta animación de ingreso fue eliminada finalmente, ya que las personas no tienen la paciencia, ni el tiempo para esperar a que ésta se cargue cada vez que ingresan al sitio. Además, los servicios de internet son bastante lentos en Guatemala.



Todos los bocetos son muestra de las diferentes opciones de diagramación planteadas antes de la realización gráfica final.



Las diferentes opciones de diagramación se basan en los marcos o "frames" más usados en diseño web. La elección de los mismos se hizo con base en su sencillez, fácil comprensión por parte del usuario y estética visual.



Otro factor determinante fue la cantidad de información que cada página del sitio debe mostrar, y la cantidad de botones que se debe incluir, así como la facilidad de navegación.



4.2.2 Bocetos

4.2.2.1 Logotipo

Esta primera imagen muestra un diseño figurativo en el que la silueta del caballo montado por una niña y guiado por un joven ayudante es clara y precisa. El mismo permite identificar institución.

La tipografía aplicada para el nombre de la Fundación Puedes, Lucida Grande, pertenece a la familia Palo Seco, y tiene características de firmeza y sobriedad. La fuente utilizada en el slogan, Jane Austen, es estilo manuscrito, lo cual, le imprime un toque de modernismo y soltura al diseño.

El manejo de colores terrosos permite al espectador acercarse visualmente al contexto natural donde se imparten las clases de equinoterapia. Los tonos naranja representan el entusiasmo, la felicidad, la creatividad, la determinación y el ánimo de los jinetes. Los tonos marrones son formales y realistas, denotan estabilidad y equilibrio, y evocan la firmeza de la tierra.



El segundo diseño es una variante del primero, enmarcado en un rectángulo que permite amarrar los elementos y darle unidad al conjunto.

La tipografía fue aplicada invertida sobre el fondo para su completa legibilidad. El slogan se diferencia por tener un porcentaje de color, pero este detalle lo hace ilegible a pequeña escala.

El tercer diseño se enmarca dentro de un rectángulo de color café con tendencia a naranja. La figura-fondo muestra a un joven jinete dibujado sobre la silueta de un caballo. La tipografía utilizada en el nombre de la Fundación Puedes, Copperplate, es elegante y muy legible, a pesar de tener Serif. La tipografía "Cezanne" aplicada al slogan es moderna y denota soltura. Sin embargo, es casi ilegible a pequeña escala.





El cuarto diseño es también figurativo, y se diferencia del tercero, tanto en el color como en la distribución de los elementos. Aquí el slogan está fuera del rectángulo para hacerlo más legible.

La tipografía aplicada para el nombre de la Fundación Puedes en este caso es Lucida Grande, pero a diferencia de los primeros tratamientos, se aplica en mayúsculas y minúsculas. La fuente utilizada en el slogan es amigable y un tanto infantil, con el objetivo de descargar al logotipo de la seriedad que el marco le impone.

El quinto diseño, igualmente figurativo, aplica de manera interesante las siluetas del caballo y el niño en un efecto de figura-fondo, que se integra al nombre y lo destaca al subrayarlo. Se modificó la fuente Cezanne para hacer el texto más legible y original.



Para el slogan se aplicó la fuente Orator en mayúsculas. Sus trazos rectilíneos compensan la libertad y modernismo del nombre y el símbolo.



El sexto diseño es una variante del quinto. En éste se recortó la línea que subraya el texto y se integró el slogan para darle una base al nombre.

Con la finalidad de economizar en los procesos de reproducción, todos estos diseños fueron elaborados a un color aplicado con diferentes porcentajes.

Los siguientes diseños son más abstractos, lo que permite manejar conceptos más amplios. El manejo del color y la tipografía es un tanto diferente, debido a que se les imprimió también el estilo conceptual con el que se trata a la imagen.



¿Quién dijo que ir a terapia es aburrido?

Fundación, lo cual, es positivo, ya que crea buena voluntad hacia la institución por parte del espectador. En este caso, el slogan se maneja con la misma tipografía.

El octavo diseño es una variante del anterior, a un sólo color. Se presenta la silueta de una mano en lugar de la del pie, ya que esta imagen es usualmente utilizada para representar ayuda, unión, amistad y metas alcanzadas.



Fundación Puedes

¡Sólo para gente muy especial!

La tipografía Avant Gard Demi se adapta al diseño, ya que es más redonda, más formal, pero sin dejar de ser moderna y legible.

El código cromático aplicado se inclina una vez más hacia los colores terrosos, cálidos, que colocan al espectador con los pies sobre la tierra.

El séptimo diseño consta de un símbolo en el que se funden los pasos del jinete con los de su corcel. Esta es una imagen sumamente poderosa, ya que el concepto creativo manejado se basa en los pequeños pasos que cada uno da para alcanzar grandes logros.

Se aplica una combinación a dos colores de un gris oscuro frío con un verde muy luminoso. El significado del verde en este diseño es el suelo verde de la esperanza, el camino que ambos amigos recorren unidos para alcanzar el éxito. El color que se le ha agregado a los espacios cerrados de las letras unifica las imágenes, ya que da continuidad al suelo del símbolo.

La tipografía utilizada, Countryhouse, es amigable y moderna. En el plano mental estas características son trasladadas hacia la

La novena propuesta es completamente diferente a las anteriores. Es un diseño sumamente conceptual, ya que forma una figura parecida a una flor al enlazar las huellas o pasos del caballo en un círculo.

La figura del círculo es unificadora, por naturaleza, y la imagen de la flor denota fragilidad, belleza, y naturaleza. La fragilidad del ser humano, la belleza del corazón de los niños y la naturaleza de la actividad equina. Todas estas cualidades se interiorizan como parte de la institución.



Fundación Puedes
somos gente fuera de lo común

La última propuesta de logotipo presentada a Fundación Puedes se parece a la anterior, pero cuenta con siete herrajes en lugar de seis. Con esta figura adicional se logró unir los extremos y formar una estrella en el centro del círculo.

La estrella es un elemento importante en este diseño, ya que representa al jinete, quien alcanza sus objetivos a través de los pasos del caballo, que a su vez dejan huella en su ser para toda la vida.

La sombra que se agregó al diseño le da profundidad, característica que saca al logo del plano del papel para integrarse al mundo tridimensional, haciéndolo más real y cercano al espectador.

La propuesta a todo color se hizo debido a que cada uno de los colores denota diferentes características positivas, que son trasladadas a la institución. Además, porque es posible aplicar el logo sin problemas en medios digitales como el sitio web.

La propuesta tipográfica continúa siendo Avant Garde Demi, ya que como se explica en el caso anterior, sus trazos curvos, redondeados, modernos y limpios, se integran muy bien al diseño.

De todas las propuestas presentadas a personeros de Fundación Puedes, esta última fue la elegida, por su dinamismo y carga significativa. Sin embargo, se han solicitado correcciones para pulir el diseño, tales como la simplificación de los trazos y una mejor abstracción de la imagen de los herrajes, para que ésta sea más clara y comprensible a todo nivel.

Luego de evaluar el diseño, se propone la reducción de la cantidad de herrajes y los colores, la aplicación al diseño del slogan elegido y el cambio de la fuente tipográfica.

La primera opción presentada está formada por seis herrajes a dos colores, verde y naranja, que evocan la esperanza y la naturaleza, así como la energía y el positivismo en la lucha. Una de las fuentes sugeridas para el nombre es la Helvética Neue Black, la cual, es más pesada, y sugiere fortaleza, combinada con la fuente Fridayluck para el slogan, que le imprime dinamismo y amabilidad. Se agrega una línea horizontal intermedia para destacar el nombre de la Fundación.



Fundación Puedes
UNA CONQUISTA EN CADA PASO



Fundación Puedes
UNA CONQUISTA EN CADA PASO

Una variante de la propuesta anterior es la siguiente, en la cual, se combinan los colores verde y café, ambos relacionados con el quehacer equino. En este caso, el nombre de la Fundación se ha trabajado en color verde.

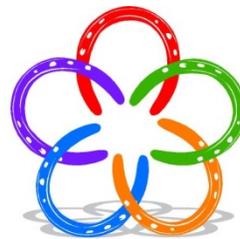
Este es un diseño bastante serio y formal, pero carece de la energía radiante que le da el color naranja a la anterior propuesta gráfica.

La siguiente propuesta es una variante a dos colores del logo elegido. Sin embargo, es complejo en la forma y requiere de una simplificación.

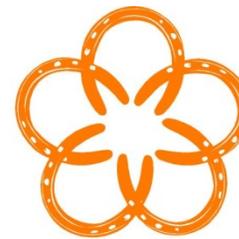
El cambio sugerido en la tipografía da una imagen más moderna y firme sin ser pesada. La fuente tipográfica **ITC Oficina Sans**, fue diseñada recientemente y sus trazos son legibles y amigables.



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso

En estos diseños se muestra la simplificación de los trazos, lo cual, representa un avance en el desarrollo de la imagen.

Se redujo el número de herrajes y en el centro se formó una estrella más definida. Se modificó el código cromático y se desarrolló una opción a dos colores para impresiones litográficas.

De las propuestas se eligió la última, la cual, fue modificada para lograr un resultado gráfico más simple pero mejor definido.

Se mejoró la figura básica y, luego, se creó la unidad de elementos que forman la estrella. Se hicieron las correspondientes pruebas de color: A dos colores para su utilización en procesos litográficos y a todo color (4 o más colores) para ser aplicado en el sitio Web y otros espacios de diseño que lo permitan sin castigar los costos, como banners, televisión y otros.



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso

De las opciones anteriores se eligió la tercera a dos colores y la última a todo color, por ser más limpia y fácil de reproducir, ampliar o reducir.

4.2.2.2 Papelería

Una vez definida la identidad visual, se procede a diseñar la papelería de la Fundación Puedes. Estos son los primeros bocetos planteados, tanto a todo color como a 2 colores:



De las presentes opciones se eligió la segunda por su fácil y más económica reproducción litográfica. Sin embargo, se deben hacer los cambios correspondientes en la fotografía del jinete, el cual, a solicitud de los personeros de Fundación Puedes, se debe mostrar erguido y no agachado. Otra modificación que se debe llevar a cabo es el cambio de direcciones y teléfonos.



El segundo diseño es más acorde a lo que se ve en la Web a diario. Posee una estructura más ordenada y se encuentra bastante bien definido el espacio para fotografías o animaciones flash. El color es poco atractivo para muchos, así que se descartó también.

4.2.2.3 Sitio Web

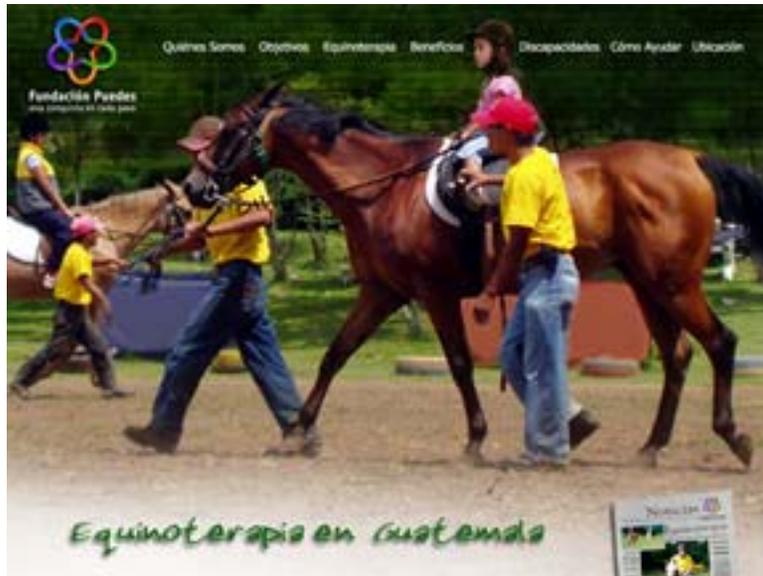
Este diseño utiliza una técnica de ilustración y navegación muy simple y comprensible. Es moderno y fuera de lo común. Se descartó por carecer de dos elementos que debían incluirse: Espacio vertical suficiente para textos y fotografías que identifiquen mejor cómo se realiza la terapia.



Este diseño es mucho más amigable y tiene un colorido que identifica la gama del logotipo en toda su estructura.



La fotografía recortada le da un aire de libertad a la composición, y la colocación de los marcos le imprime movimiento. El único problema identificado es el poco espacio vertical para textos, que son necesarios en la mayoría de páginas del sitio.



La línea de diseño fue evolucionando hacia un sitio más serio y formal, pero, a la vez, moderno. Se desarrolló una página de ingreso que fue eliminada posteriormente, ya que la mayoría de usuarios cuenta con servicio de internet de poca velocidad y capacidad, y quiere llegar directo a la página, sin tener que esperar tanto tiempo para que se cargue.

A ésta se adjuntó una nueva página interior (foto inferior izquierda), que muestra una línea de diseño más limpia y equilibrada. Esta página consta de botones de ingreso divididos por áreas y una animación flash del logotipo de la Fundación para darle movimiento.

La página evolucionó, tanto en color como en estructura, ya que se necesitaba mostrar de inmediato todos los vínculos a los que es posible llegar en el sitio. Se agregaron botones y se redistribuyeron los vínculos, los cuales, se muestran también en la parte inferior, para que puedan ser accedados con facilidad.





Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso



Fundación Puedes
una conquista en cada paso

4.3 Propuesta Final

4.3.1 Logotipo a 2 Colores

Uso en procesos digitales (web)

Verde 339900

Gris Oscuro 333333

Uso en procesos Litográficos

Pantone 368

Negro 100%

Será utilizado para material litografiado, como papel membretado, sobres, memos y otros documentos de oficina. Se aplica el concepto de figura-fondo para dibujar una estrella en el centro de la composición icónica.

La fuente tipográfica utilizada, **ITC Oficina Sans Bold**, es pesada para denotar firmeza y seriedad, pero su estilo moderno le agrega movimiento y define un carácter amigable y servicial.

4.3.2 Logotipo a todo color

Uso en procesos digitales (web)

Naranja FF6633

Verde 339900

Morado 990099

Azul 0066CC

Rojo CC0000

Gris Oscuro 333333

Uso en procesos Litográficos

Pantone 021

Pantone 368

Pantone 266

Pantone 300

Pantone 485

Negro 100%

Será utilizado en proyectos multimedia y en impresiones digitales, como banners, etc. Todos los colores son seguros para la Web.

El uso del color, aplicado sobre fondo blanco, da como resultado una atracción natural del ojo humano hacia la imagen y, seguidamente, por el orden de lectura, al texto. El círculo imaginario que se forma del amarre de los elementos (herrajes) denota unidad y solidaridad. Las formas más definidas de los herrajes hacen que el tema de los caballos y los pasos sea plenamente identificable.

La retícula utilizada muestra las proporciones de la imagen y los textos, las cuales, deben ser respetadas al reducir o ampliar el logotipo. Ésta debe ser usada siempre en conjunto con el nombre y slogan, ya que en este momento no es reconocida por sí sola.

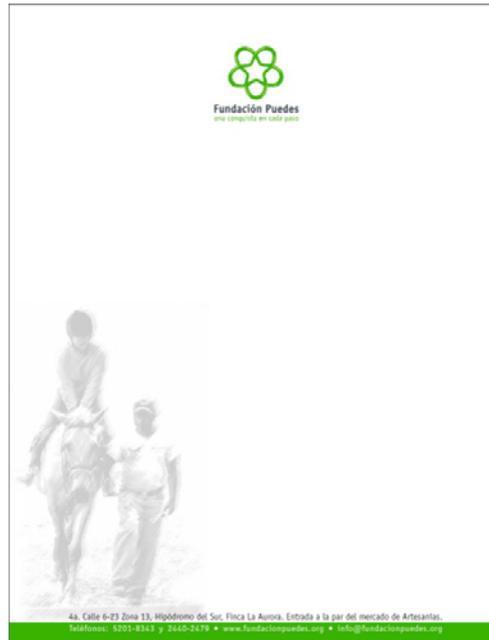
El mínimo tamaño al que se debe utilizar el logo es de 2 cms. de alto por 2.28 de ancho, ya que en una menor escala se pierde la legibilidad del slogan.

El logotipo no deberá utilizarse a todo color sobre fondos oscuros o con fotografía. En este caso deberá utilizarse la versión en invertido, es decir, todo en blanco.

4.3.3 Papelería

Esta es la propuesta final de papelería corporativa, la cual, fue modificada a solicitud de personeros de Fundación Puedes. La imagen del fondo se cambió a una persona que cabalga erguida y no recostada sobre el lomo del caballo como se había propuesto. Ésa fue la única modificación solicitada.

Tarjeta de Presentación a dos colores tiro -Pantone 368 y Negro- para ser impresa en procesos litográficos sobre cartulina Opalina u otra de similar calidad. Puede utilizarse también cartulina Gilcrest, la cual, es texturizada, sin embargo, es de un precio más elevado.



Papel y Sobre membretado a dos colores –Pantone 368 y Negro- para impresión litográfica sobre papel bond (opción económica) o papel Gilcrest (opción de papelería fina para usar en ocasiones especiales).



Otros de los bocetos presentados fueron los del sitio web, que fueron trabajados, tomando en cuenta los lineamientos establecidos por la Fundación Puedes. Al principio se presenta un sitio simple, de fácil navegación, y trabajado utilizando solamente ilustraciones. Seguidamente se muestra un diseño más apegado a los que normalmente vemos en el Internet, con una estructura muy ordenada, fotografías de acuerdo al tema y menús de fácil comprensión. La tercera opción es muy colorida y amigable, es más creativa y también posee una navegación sencilla para que invite a descubrir todo el contenido.

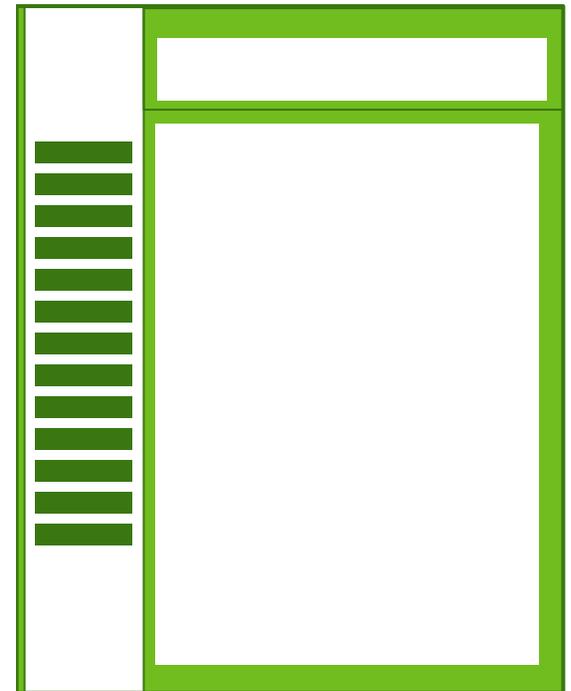
4.3.4 Sitio Web

A continuación se presenta diseño final del sitio Web, resultado de varias opciones presentadas y modificadas con la retroalimentación de Asesores y personal de la Fundación Puedes. El mismo consta de 15 páginas que se vinculan a través de un menú de opciones situado al lado izquierdo de la composición.

La retícula utilizada es la más usada en sitios web aplicando *frames* o marcos, con la finalidad de hacer más fácil la navegación a las personas con poca experiencia en el uso de internet.

En el lado izquierdo de la composición se utiliza una barra vertical en la que se ubica el logotipo animado de la fundación, seguido por todos los botones que cargan las páginas vinculadas a éstos.

En la parte superior derecha se ubica una barra horizontal donde existe un espacio reservado para una animación flash de fotografías de las personas que son parte de la Fundación Puedes.





En el área central se cargan las páginas al accionar los botones. Éstas fueron diseñadas con *iframes* (*Inline Frames*), los cuales, son ventanas cortadas dentro de la página web, que permiten al visitante ver otra página en el sitio sin tener que recargarla completamente.

Estas estructuras permiten que sólo se adicione la información requerida, con el fin de acelerar el proceso y lograr que el usuario no desista de su intento de ingresar al sitio. Los *iframes* tienen la ventaja de poder tener el mismo color del fondo de la página principal, para que el corte no sea visible, o diferente para destacarlo.

Orden en el que se presentan las páginas del sitio:

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Página de Inicio | 8. Beneficios de la Equinoterapia |
| 2. Quiénes somos | 9. Patrocinadores |
| 3. Objetivos de la Fundación Puedes | 10. Voluntarios |
| 4. Misión y Visión | 11. Contacto |
| 5. Qué es la Equinoterapia | 12. Agradecimientos |
| 6. Nuestros Caballos | 13. Sitio en Inglés |
| 7. Discapacidades que se atienden | |





La diagramación del sitio es sencilla y de fácil navegación. Se aplicaron *frames* o marcos preestablecidos del programa Dreamweaver MX, en los cuales, se definieron los siguientes espacios:

1. La barra superior con el logotipo animado de la Fundación y con una animación de fotografías que muestran distintos aspectos de la equinoterapia y de las personas que asisten a la Fundación Puedes. Este es un elemento que da movimiento a la composición. En el fondo del marco se dibuja una textura que enriquece y da unidad al diseño.
2. La siguiente área es vertical (en el lado izquierdo de la composición), en ésta se ha colocado el menú de opciones con textos de fácil lectura sobre marcos de color con trazos modernos. Se ha utilizado el blanco como elemento esencial para destacar los botones con vínculos o menú de opciones.
3. El área principal o de despliegue de contenidos es la central derecha, donde se cargan las páginas al activar los vínculos del menú.

El código cromático utilizado es la gama de verdes que representan el contacto con la naturaleza y la esperanza. Se colocaron todos los vínculos repetidos al final de la página, de manera que sea más fácil tener acceso a ellos, aunque el visitante se encuentre leyendo la última línea de contenido.



El sitio queda preparado para que, en el futuro, el sitio sea traducido al inglés, alemán y otros idiomas necesarios para la comunicación con personas de otros países que puedan y quieran ser patrocinadores o voluntarios.

5 Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.1 Descripción Metodológica

Para realizar la comprobación de la eficacia de la propuesta, se realizaron dos diferentes cuestionarios dirigidos a personas de los grupos objetivos planteados para el presente proyecto. Dentro de estos grupos se incluyó a estudiantes o profesionales en la carrera de Diseño Gráfico y a personas totalmente ajenas a cualquiera de las actividades relacionadas con Diseño y con la equinoterapia, con el fin de obtener una muestra más significativa de quienes serán los usuarios del sitio web. El instrumento de medición utilizado fue la encuesta.

3. A cada persona se le informó verbalmente acerca del proyecto. Seguidamente se le invitó a navegar por el sitio Web desarrollado. Las personas encuestadas eligieron el orden de navegación según su propio interés, y se tomaron el tiempo necesario hasta que decidieran salir del sitio. Sin embargo, fue un requisito navegar por todas y cada una de las páginas del sitio antes de responder el cuestionario.
4. Al concluir su visita se les pidió que respondieran el cuestionario adjunto y lo reenviaran al remitente.
5. Finalmente se pedía una opinión personal para calificar el sitio. Si lo deseaban, podían expresar un juicio adicional o dar sugerencias al mismo.

5.2 Perfil del Informante

La siguiente clasificación de informantes se ha realizado con base en las características de los grupos objetivos planteados en el Capítulo II, que se refiere al Perfil del Cliente y del Grupo Objetivo. Cabe mencionar que el grupo se limita a personas que tienen acceso a Internet y que saben leer y escribir.

5.2.1 Tipo A

Personas del grupo objetivo primario: Hombres, mujeres y niños guatemaltecos, de las edades comprendidas entre los 18 y 60 años, niveles socioeconómicos C y D, que padezcan o que posean algún pariente o amigo que sufra de una discapacidad, enfermedad o desorden, ya sea físico o psicológico, capaz de ser curado en parte o su totalidad a través de la equino terapia, que tengan el deseo de participar en este tipo de programas de recuperación.

5.2.2 Tipo B

Personas con las características del grupo objetivo secundario: Hombres y mujeres, guatemaltecos y extranjeros, de las edades comprendidas entre los 25 y 50 años, de los niveles socioeconómicos A B C+, propietarios de empresas o empleados de altos mandos, con alto sentido de responsabilidad, que puedan patrocinar a Fundación Puedes, ya sea con fondos personales o con donaciones deducibles de impuestos de sus empresas. Son personas serias y ocupadas, con conocimiento de los beneficios en buena voluntad hacia la marca o nombre del patrocinador, así como en la reducción de impuestos, que se obtienen a través de donaciones como las requeridas por Fundación Puedes.

5.2.3 Tipo C

Personas con las características del segundo grupo objetivo secundario, en el que se incluye a hombres y mujeres, guatemaltecos y extranjeros, de las edades comprendidas entre los 18 y 60 años, de los niveles socioeconómicos A B C D, con alto sentido de altruismo y responsabilidad, que puedan comprometerse a donar su tiempo como voluntarios para ayudar con su trabajo a Fundación Puedes. Algunas de estas personas son amas de casa que no trabajan fuera del hogar y que desean colaborar en alguna causa noble y sentirse útiles a la sociedad. Otros son estudiantes que disponen de algún tiempo para poder hacer un trabajo social de este tipo, que a veces incluso es requerido por sus centros educativos.

5.2.4 Tipo D

Profesionales del Diseño Gráfico, catedráticos y/o estudiantes de la carrera, con suficiente criterio y preparación académica para emitir juicios válidos acerca del resultado de este proyecto.

5.2.5 Tipo E

Personas no relacionadas con el tema de Diseño Gráfico ni de equinoterapia, pero si usuarios asiduos de Internet, conocedores de diferentes sitios y de los sistemas de navegación, de las tendencias actuales y de las composiciones más memorables en cuanto a sitios Web se refiere.

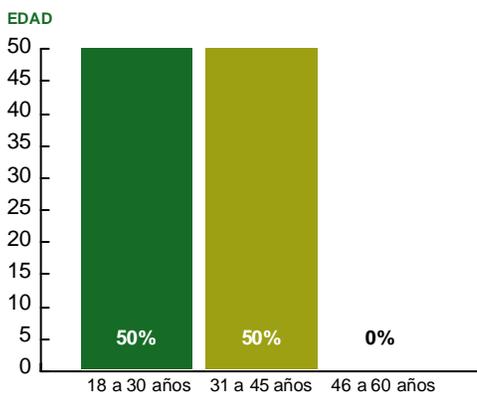


5.3 Resultados de la Comprobación

5.3.1 Del Cuestionario para informantes tipo A, B, C y E

El instrumento de medición utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario. La muestra en este caso fue de 30 personas con las características específicas de los informantes descritos con anterioridad, tipo A, B, C y E. Estos fueron contactados por medio de correo electrónico, en el cual, se les solicitaba que visitaran el sitio www.fundacionpuedes.org, ingresaran a cada una de sus páginas o vínculos y, luego, respondieran la encuesta adjunta (ver anexo 8.1).

5.3.1.1 Presentación, análisis e interpretación de los resultados

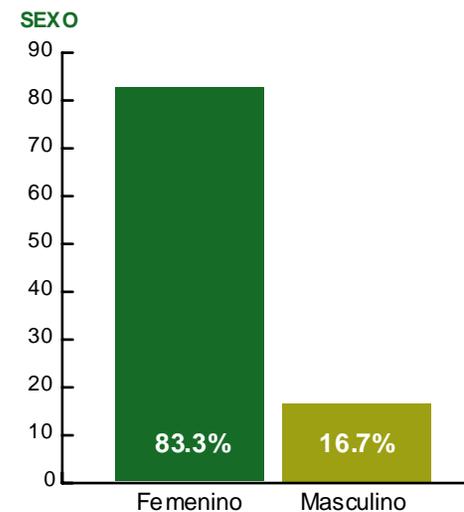


Edad:

El 50 % de la muestra se encuentra entre los 18 y 30 años. El restante 50% por ciento tienen entre 31 y 45 años. Con estas cifras se demuestra que hay un balance entre jóvenes y adultos jóvenes dentro de la muestra. No fue posible encuestar a personas pertenecientes al grupo de adultos mayores, es decir, de 46 a 60 años.

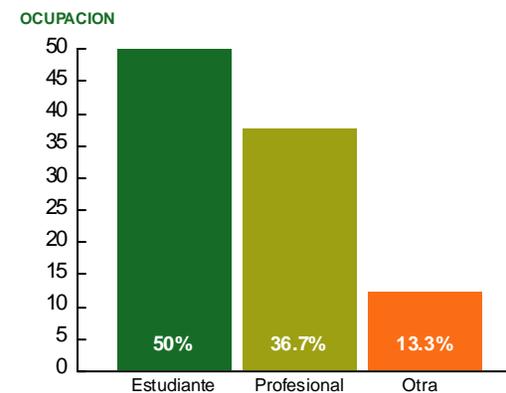
Sexo:

La muestra se compone de un 83.3% de mujeres y de un 16.7% de hombres. Esta proporción se debe primordialmente a que la mayoría de personas que respondieron al llamado para realizar el cuestionario, fueron del sexo femenino. El género masculino se mostró apático ante la solicitud de realizar una encuesta.

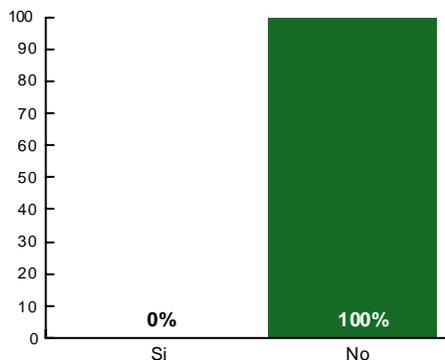


Ocupación:

El 50 % de los encuestados pertenece al grupo de los estudiantes, el 36.7% a los profesionales y el restante 13.3% a otro tipo de ocupación. Se puede deducir que los estudiantes estuvieron más interesados en participar en la realización de la encuesta que los profesionales. Un argumento que éstos presentan es la falta de tiempo o el exceso de ocupaciones.



PREGUNTA 1



PREGUNTA 1: ¿Está relacionado de alguna manera con la Fundación Puedes?

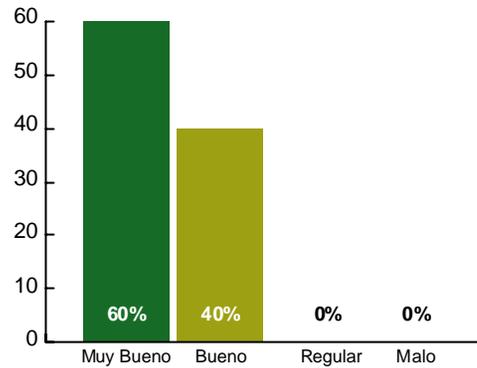
El 100% de los encuestados respondió que no tiene relación con la Fundación Puedes. Esto se debe a que no se tuvo acceso al listado de direcciones de correo electrónico de los miembros de la Fundación, por considerar que se violaría su privacidad. Por consiguiente, se realizaron las encuestas excluyendo a este grupo de personas de la muestra.

PREGUNTA 2:

Si su respuesta fue SÍ, por favor indique el grupo al que pertenece:

La respuesta a esta pregunta está condicionada a una respuesta positiva de la anterior pregunta. Como ninguna de las personas entrevistadas respondió SÍ, debido a que no se pudo tener contacto con los padres de familia, trabajadores, patrocinadores o voluntarios, no fue posible obtener sus opiniones. Es lamentable esta situación, ya que las personas que más podían aportar a este proyecto eran precisamente los miembros de este grupo.

PREGUNTA 3



PREGUNTA 3:
Al ingresar al sitio por primera vez, su impresión visual del mismo fue:

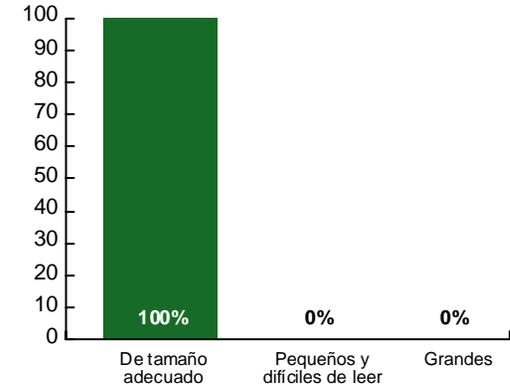
Las respuestas obtenidas ante esta pregunta demuestran que la primera impresión de la mayoría de personas al ingresar al sitio es muy buena o buena. No existen respuestas negativas, por lo que se deduce que el diseño del sitio ha sido bien recibido.

PREGUNTA 4:

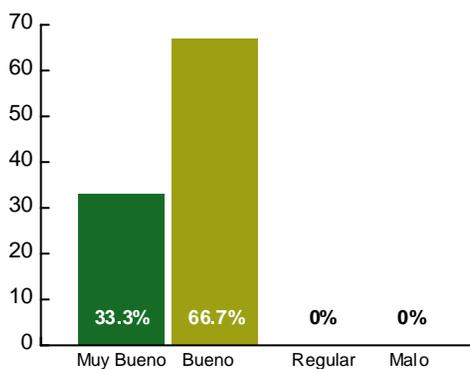
Al leer el contenido del sitio, los textos le parecieron:

El 100% de las personas respondió que los textos en el sitio tienen un tamaño adecuado. Es importante recalcar que se utilizaron los tamaños sugeridos para que la legibilidad sea buena, y un espaciado adecuado en la composición, que debe ser un 20% del tamaño de la letra. Habrá personas que tienen diferente configuración en su pantalla, lo cual, puede representar que los textos se vean de diferente tamaño, pero para evitar este problema se utilizó la configuración que la mayoría de personas usa.

PREGUNTA 4



PREGUNTA 5

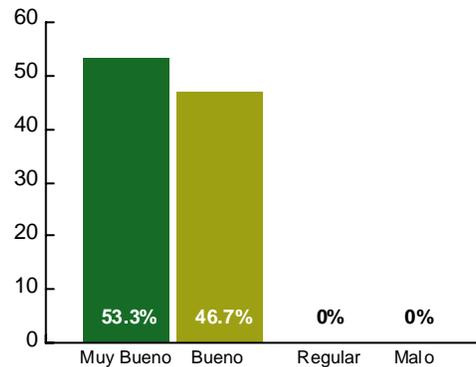


PREGUNTA 5:
El tipo de letra utilizado le parece:

En el caso de la tipografía, ésta fue evaluada como muy buena por el 33.3% de los encuestados y como buena por el 66.7% restante. Los comentarios obtenidos al respecto fueron que se pudo haber utilizado una tipografía más moderna y fuera de lo común. Para no correr el riesgo de que los usuarios no cuenten con la tipografía seleccionada, ésta sólo podría cambiarse por fuentes preestablecidas para el diseño web.



PREGUNTA 6



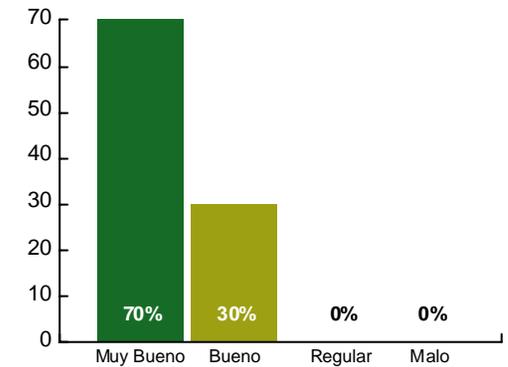
PREGUNTA 6:
El uso de las fotografías para ilustrar el contenido le parece:

Al 53.3% de la muestra le pareció que las fotografías son muy buenas. El 46.7% piensa que son buenas. Por ser este un sitio informativo y que trata un tema muy serio, las fotos utilizadas son apropiadas. Sin embargo, hubiese sido mejor contar con fotos posadas que ilustraran los ejercicios de la equinoterapia más claramente.

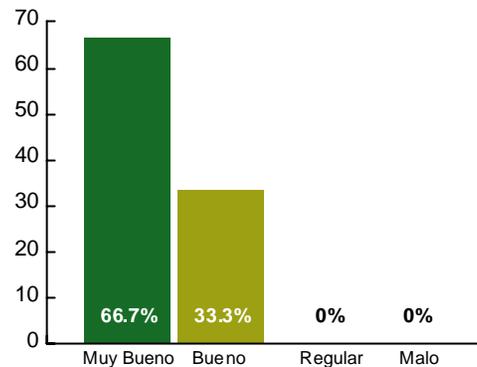
PREGUNTA 7:
El uso de elementos en movimiento, tales como las animaciones flash del logotipo y la barra superior de fotografías le parecen:

70% de las personas encuestadas respondió que las animaciones son muy buenas y 30% que son buenas. Las personas que visitaron el sitio están satisfechas con el movimiento generado por las animaciones. Por ser Fundación Puedes una institución sumamente seria y su sitio muy informativo, no es recomendable que se tengan tantos distractores visuales. Esa es la razón por la cual las animaciones son sencillas y lentas.

PREGUNTA 7



PREGUNTA 8

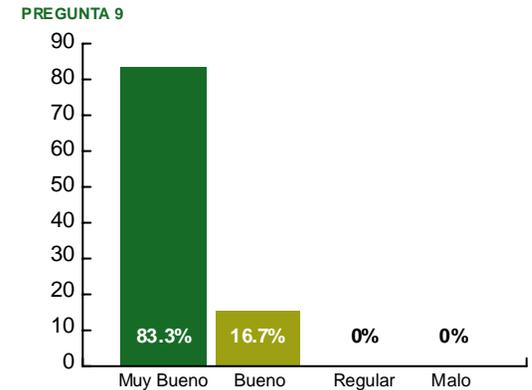


PREGUNTA 8:
La colocación o distribución de todos los elementos de diseño (fotos, textos, animaciones, barras de menú, etc.) es:

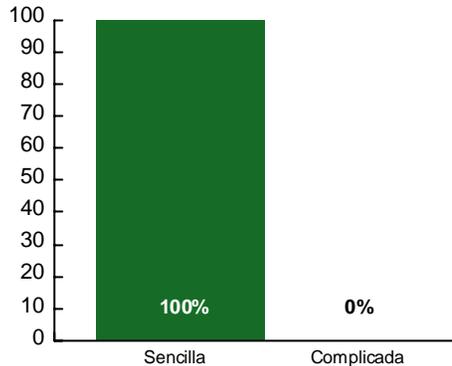
Al 66.7% de las personas le pareció que el sitio de Fundación Puedes tiene una muy buena diagramación, y el 33.3% respondió que la cataloga como buena. Se analiza que el orden y la limpieza con que los elementos son presentados ayuda a que las personas se sientan cómodas, navegando por el sitio.

PREGUNTA 9:
El uso o manejo de los colores dentro del diseño le parece:

En lo que respecta al manejo cromático, 83.3% piensa que es muy bueno y 16.7% que es bueno. Los resultados obtenidos en este caso nos demuestran que la gama de verdes aplicada satisface a los usuarios y, por consiguiente, puede concluirse que ha sido aplicada correctamente.



PREGUNTA 10



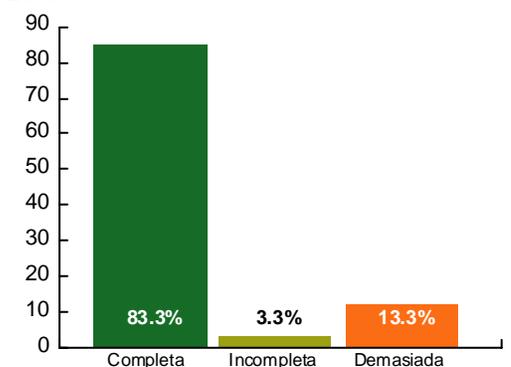
PREGUNTA 10:
La navegación (la relación lógica entre páginas) le parece:

De todas las personas encuestadas, el 100% piensa que la navegación del sitio es sencilla, lo cual, demuestra que las relaciones entre páginas son lógicas, fáciles de navegar y comprensibles. Esto se debe a que los vínculos son lineales y no representan complicadas conexiones para el navegante.

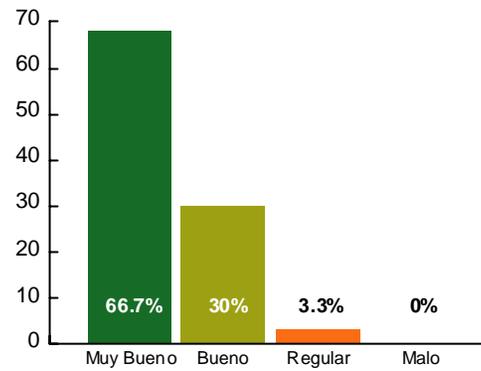
PREGUNTA 11:
La información que contiene el sitio le parece:

83.3% piensa que la información que se brinda es completa, mas, existe un 3.3% que piensa que es incompleta, y un significativo 13.3% que piensa que es demasiada. Ningún sitio debe contener demasiada información, pero los personeros de la Fundación Puedes insistieron en que era importante dejarlo como está y no recortar información. Ellos argumentan que la gente que visita este tipo de sitios, lo que busca es información completa y detallada.

PREGUNTA 11



PREGUNTA 12



PREGUNTA 12:

En general, el nuevo sitio de la Fundación Puedes le parece:

A un 66.7% de la muestra le parece muy bueno, y al 30% bueno. Solamente el 3.3% lo considera regular. Con estos resultados se evidencia que para la mayoría de los encuestados, el sitio cumple con los objetivos, y es agradable, así como fácil de navegar. Es importante hacer notar que ninguno de los encuestados considera que el sitio es malo. Los resultados son positivos.

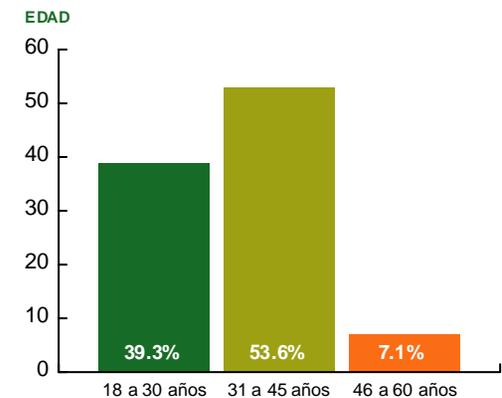
5.3.2 Del Cuestionario para informantes tipo D

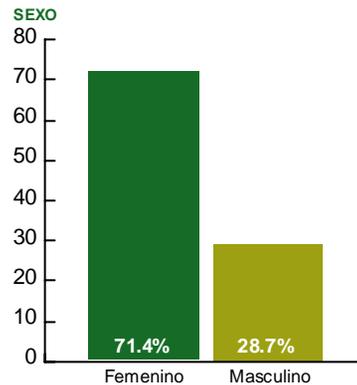
Para evaluar más objetivamente el sitio en cuanto a diseño, se realizó una segunda encuesta exclusiva para los profesionales o estudiantes de Diseño Gráfico. La muestra en este caso constó de 28 personas con las características de la clasificación D. También fueron contactados por medio de correo electrónico, en el cual, se les solicitaba que visitaran el sitio www.fundacionpuedes.org, luego, que ingresaran a cada una de sus páginas o vínculos y, finalmente, respondieran la encuesta adjunta (ver anexo 8.2).

5.3.2.1 Presentación, análisis e interpretación de los resultados

Edad:

El 39.3 % de la muestra se encuentra entre los 18 y 30 años, edad que corresponde mayormente a los estudiantes. El 53.6% por ciento tienen entre 31 y 45 años, y el 7.1% entre 46 y 60. El universo en este caso es mucho más diverso y representativo, ya que se cuenta con mayoría de profesionales de Diseño Gráfico, quienes, con su experiencia, son capaces de emitir juicios más acertados.



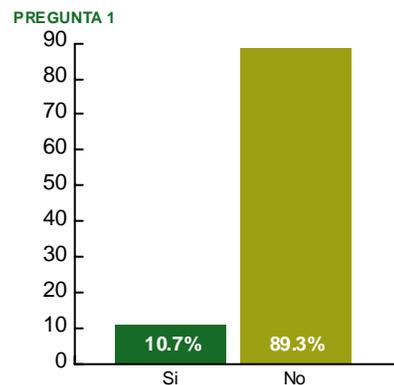
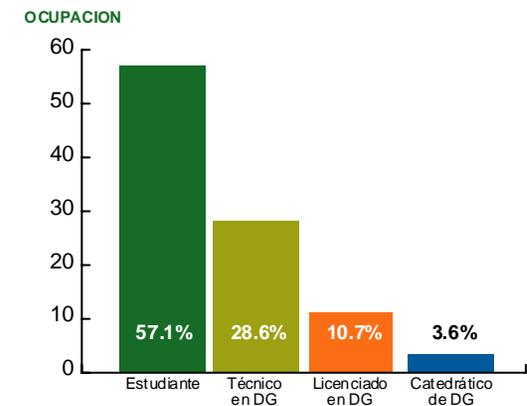


Sexo:

La muestra se compone de un 71.4% de mujeres y de un 28.6% de hombres. Si se considera que la carrera de Diseño cuenta con más mujeres que hombres, se puede afirmar que la muestra es bastante representativa.

Ocupación:

El 57.1% de los encuestados son estudiantes, pero un significativo 42.9% de la muestra está dentro de la clasificación de profesional e incluso catedrático de la carrera de Diseño. Por consiguiente, las repuestas obtenidas son más profesionales y objetivas.



PREGUNTA 1:

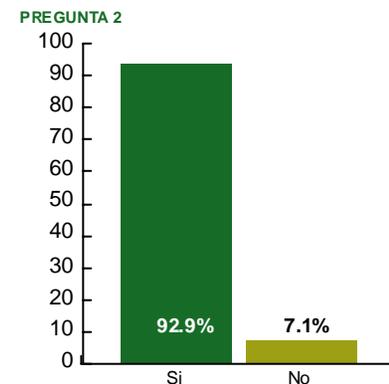
Antes de ver el sitio ¿conocía usted o había escuchado acerca de la Fundación Puedes?

El 10.7% de los encuestados tenía conocimiento de la Fundación Puedes antes de ver el sitio y el restante 89.3% no. Este resultado demuestra la necesidad latente de dar a conocer la Fundación Puedes y su proyección social. Algunos de los encuestados mostraron entusiasmo al conocer el trabajo realizado por la Fundación Puedes, y sugieren que esta labor sea difundida para que más personas se beneficien de ella y la apoyen.

PREGUNTA 2:

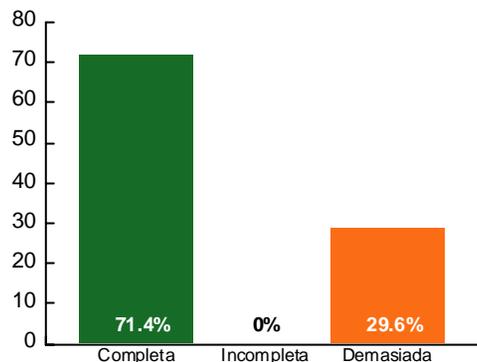
Considera usted que este sitio web es una herramienta útil para dar a conocer la Fundación Puedes, así como para captar patrocinadores y voluntarios.

El 92.9% respondió que sí es útil y únicamente el 7.1% que no. Esta respuesta evidencia que en la actualidad la mayoría de personas profesionales está consciente de la importancia de un sitio web para que una organización dé a conocer su labor y se comunice con su grupo meta. Luego del análisis de las respuestas, se deduce que el 7.1% que respondió que no, lo hizo porque considera que el sitio web por sí mismo no es suficiente para dar a conocer una institución.



Está claro que el acceso a Internet es limitado a personas de ciertos niveles socioeconómicos y educativos. Es por ello que se ha recomendado una segunda fase, en la que se desarrolle una campaña de comunicación en medios masivos, como TV y radio, para que el mensaje llegue a muchas más personas de los grupos objetivos.

PREGUNTA 3

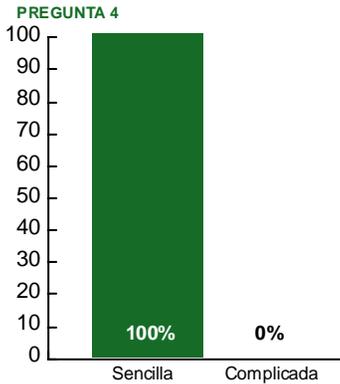


PREGUNTA 3:

Con relación al contenido del sitio, considera que la información que éste contiene es: completa, incompleta o demasiada.

El 71.4% de las personas respondieron que el contenido es completo, contrario al 28.6% que lo considera demasiada. Es interesante que nadie respondiera que la información es "incompleta". Para realizar el análisis correspondiente a esta gráfica, es necesario conocer la postura de los personeros de la Fundación Puedes, quienes, defienden que toda la información incluida es necesaria. Los profesionales de Diseño conocen la

regla "simple es mejor" o "menos es más". Pero cabe mencionar que en ocasiones las reglas se deben romper para dar paso a lo importante y lo esencial, no a lo establecido como verdadero.

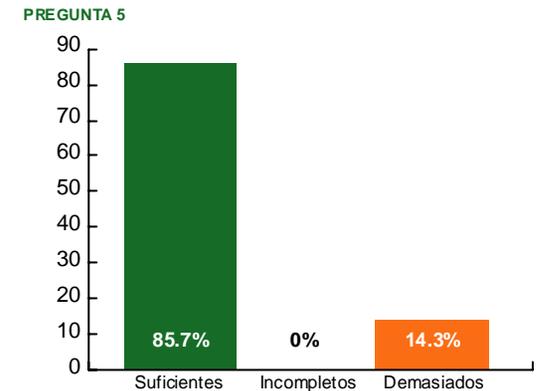


PREGUNTA 4:
La navegación del sitio le parece:

En este tema, el 100% considera que la navegación del sitio es sencilla. Está claro que nadie tuvo problemas para recorrer el sitio y para encontrar información, ya que la presentación del mismo es lineal y simple.

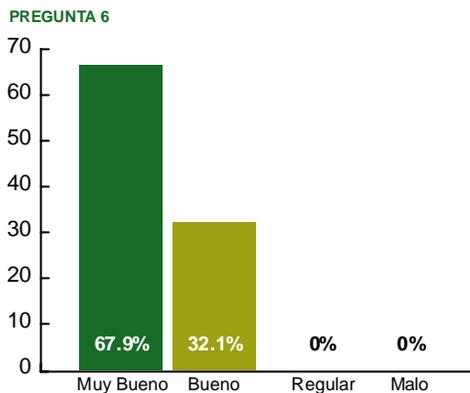
PREGUNTA 5:
Cree que los vínculos que se utilizaron en el sitio son:

Suficientes 85.71% y demasiados 14.3%. El tema de los vínculos o enlaces tiene relación directa con las respuestas obtenidas en la pregunta No.3, que cuestiona la cantidad de contenido del sitio. Los diversos estilos en los cuales la información puede y suele ser presentada al diseñar un sitio web, influyen también en las respuestas.



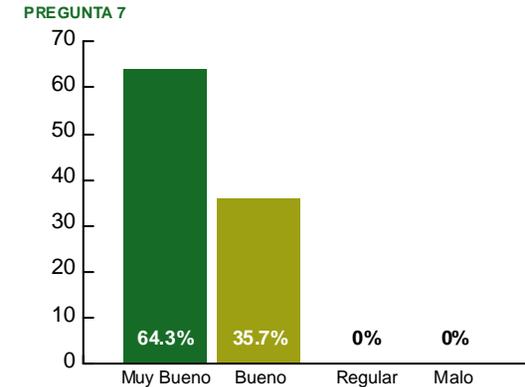
PREGUNTA 6:
Con relación a la estructura del sitio, considera que ésta fue diseñada:

Al 67.9% de los encuestados la estructura del sitio le parece muy bien diseñada, y al 32.1% que está bien. Al analizar esta gráfica se puede afirmar que, en conjunto, sólo se obtuvieron respuestas positivas, lo que significa que el 100% lo considera un sitio bien estructurado.

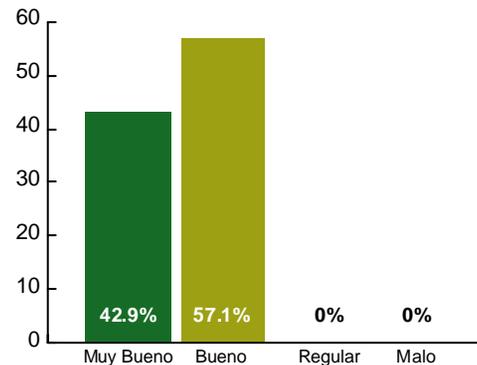


PREGUNTA 7:
El código cromático aplicado al diseño del sitio le parece:

El 64.3% opina que la aplicación del código cromático es muy buena, y el restante 35.7% lo considera buena. Con esta pregunta sucede lo mismo que con la anterior. Los matices de valoración se mueven únicamente dentro del rango positivo.



PREGUNTA 8



PREGUNTA 8:
La tipografía utilizada en el sitio le parece:

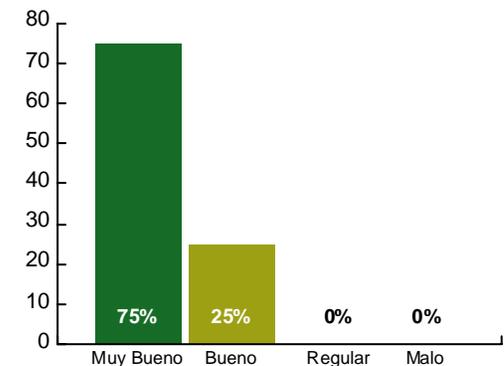
En lo que respecta al tipo utilizado en el sitio, el 57.1% de encuestados lo considera bueno y el 42.9% muy bueno. Sin embargo hubo variados comentarios al respecto. Se tiene la percepción de que, aunque funciona bien, debería mejorarse este aspecto del diseño. Las fuentes utilizadas no son del todo atractivas, ni para los diseñadores, ni para los demás grupos objetivos encuestados. La funcionalidad es uno de los aspectos necesarios en

todo diseño, para que realmente cumpla con sus objetivos. La tipografía elegida para el sitio de Fundación Pudes está clasificada como la de mayor legibilidad en medios digitales. Sin embargo, es conveniente que se haga una revisión y se considere un posible cambio de los textos a otra fuente tipográfica más moderna y atractiva.

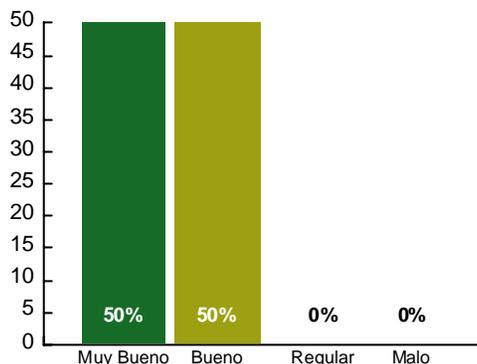
PREGUNTA 9:
El uso de las fotografías para ilustrar el contenido le parece:

Todas las personas están de acuerdo con el uso de las fotografías dentro del sitio, el 75% lo considera muy bueno y el 25% bueno. La gráfica demuestra que las fotografías utilizadas son técnicamente correctas y visualmente atractivas.

PREGUNTA 9



PREGUNTA 10



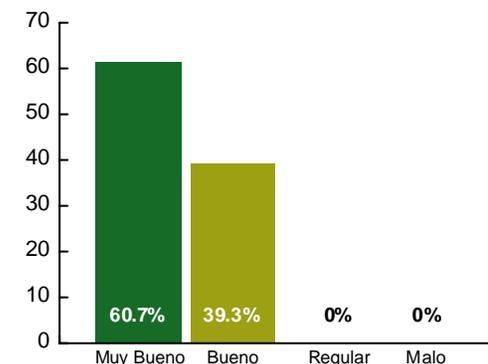
PREGUNTA 10:
El uso de animaciones flash le parece:

La mitad de los encuestados piensa que las animaciones flash fueron muy bien elaboradas y aplicadas. La otra mitad opina que bien. En esta gráfica se puede ver que los elementos multimedia son aceptados de buena manera. Por consiguiente, se puede afirmar que han sido correctamente elaborados y aplicados al diseño.

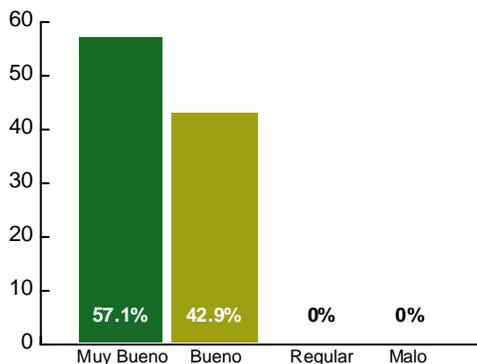
PREGUNTA 11:
En general, el nuevo sitio de la Fundación Pudes le parece:

Al 60.7% de la muestra el sitio le parece muy bueno y al 39.3% bueno. Estos resultados demuestran que el sitio cumple con los objetivos y es del agrado de la mayoría. La evaluación en general de los profesionales y estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico ha sido positiva.

PREGUNTA 11



PREGUNTA 12



PREGUNTA 12:
¿Estaría interesado en apoyar el trabajo de Fundación Pudes como voluntario o patrocinador?

Es interesante notar que el 57.1% de la muestra respondió que está interesado en ser voluntario o patrocinador. Sólo un 42.9% respondió que no. Del entusiasmo de todas estas personas, que representan más de la mitad de la muestra, podemos deducir que, cuando la gente recibe información, se motiva a participar y colaborar. El sitio web puede llegar a ser una importante

herramienta para conseguir patrocinios y voluntarios que trabajen en la Fundación Pudes. Lo importante aquí es dar seguimiento y facilitar los procedimientos, para no desanimar a quienes deseen ayudar.

5.4 Fundamentación de la Propuesta Gráfica Final

El presente proyecto ha sido elaborado siguiendo la metodología de Munari, la cual, se enfoca en la resolución de problemas. Se ha estudiado a fondo al cliente, Fundación Puedes, sus necesidades de comunicación y sus características. Se ha identificado y profundizado en el estudio de los distintos grupos objetivos a quienes se dirige la comunicación, para ofrecer soluciones reales y valederas.



Fundación Puedes
una conquista en cada paso

Los elementos del problema han sido considerados y clasificados como parte del proceso para obtener respuestas acordes a las necesidades planteadas. Se ha aplicado al diseño la psicología del color, el equilibrio de la estructura, las teorías tipográficas modernas, y se ha llevado a cabo un proceso creativo completo que garantiza que el resultado obtenido cumple con el brief.

El concepto manejado se relaciona con el tema de los caballos, alma de la equinoterapia, sin embargo, no se enfoca sólo en ellos, sino en los jinetes que día a día dan pequeños pasos que los llevarán a mejorar en todo sentido.

Por todo lo anterior y con base en los resultados obtenidos en las encuestas, se puede afirmar que Fundación Puedes cuenta ahora con una identidad visual profesional y un sitio Web que satisface las necesidades de accesibilidad y usabilidad de su grupo de usuarios. Su nuevo logotipo y papelería reflejan una imagen moderna, clara y a la vez seria. Su nuevo slogan proyecta el verdadero sentir y los objetivos de la organización, y su nuevo sitio Web es la herramienta que se hacía necesaria para poner en contacto a la gente de la Fundación Puedes con personas altruistas que, con sus donaciones y trabajo voluntario, serán el sostén de nuevas conquistas en el campo de la equinoterapia en Guatemala.

5.5 Conclusiones

- A través de la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico, la Universidad de San Carlos ha logrado una enorme e invaluable proyección a la sociedad guatemalteca. En la actualidad, el trabajo del Diseñador Gráfico se ha hecho cada vez más necesario, ya que las organizaciones, tanto privadas como públicas, han descubierto la importancia de fortalecer la cultura gráfica en su entorno.
- La experiencia de aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera para beneficio de otras personas e instituciones es sumamente enriquecedora, tanto en el plano profesional como en el personal, ya que sitúa al estudiante en la realidad nacional y le hace descubrir cuán privilegiado es al graduarse en la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- El trabajo realizado para Fundación Puedes ha trascendido a diferentes rincones de Guatemala y otros países, gracias a Internet y a la aplicación del instrumento de medición a personas que no residen en el país. Por haber tenido que examinar el sitio completo, estas personas se han empapado del tema de la Equinoterapia en Guatemala, y se han entusiasmado, de tal manera que se ha logrado generar interés en la Fundación, tanto de nacionales como extranjeros.
- Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los diferentes tipos de informantes, demuestran que el sitio Web ha sido bien recibido, es claro, directo, agradable a la vista y bien estructurado.
- Según la mayoría de personas encuestadas, el sitio Web sí constituye en la actualidad un medio de comunicación indispensable para la Fundación Puedes, por lo cual, es una gran ventaja que su sitio ya se encuentre en pleno funcionamiento. Esta es una de las maneras en que la Universidad de San Carlos cumple con su misión de proyección social y humanitaria.
- El trabajo desarrollado para Fundación Puedes presentó una serie de dificultades e inconvenientes, que son una muestra clara de la manera en que se presentan los proyectos fuera de las aulas, y que, muchas veces, es uno de los retos más difíciles a superar para todo estudiante que desea graduarse. He aquí la importancia de la fundamentación racional de cada proyecto como herramienta para convencer a las personas involucradas de la eficacia del mismo.



Fundación Puedes
una conquista en cada paso

- El presente proyecto ha cumplido con sus objetivos específicos, ya que se han diseñado satisfactoriamente las piezas planteadas: el logotipo y la papelería institucional, así como los elementos de la identidad visual necesarios para el funcionamiento administrativo y organizacional de la Fundación Puedes. También se ha diseñado e implementado el sitio web de Fundación Puedes, el cual, se constituirá en un medio de comunicación entre la Fundación, sus patrocinadores y el público en general, para que éstos conozcan sus objetivos, misión, visión y actividades.
- La Universidad de San Carlos debe brindar total respaldo al trabajo del estudiante próximo a graduarse, solicitando a las instituciones beneficiadas un compromiso, para que éstas faciliten, valoren y apoyen el trabajo que los estudiantes realizan de manera gratuita y profesional, como un aporte a la sociedad. Para ello se sugiere que ambas partes conozcan, desde el inicio del proyecto, qué elementos se compromete a elaborar el estudiante y qué se necesita de la contraparte para poder realizarlo.
- Es necesario apoyar el esfuerzo de las autoridades universitarias, catedráticos y alumnos que luchan por mejorar el nivel académico de los estudiantes de esta Escuela, ya que son éstos quienes tendrán la responsabilidad de trazar el rumbo de cultura gráfica de nuestro país en el Siglo XXI.
- Para mejorar en el aspecto mencionado con anterioridad, se recomienda que los estudiantes, catedráticos y personal administrativo de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos participen en seminarios, encuentros y actividades relacionadas con la carrera, que se lleven a cabo dentro y fuera del país cada año, para que se mantengan vigentes y formen parte activa del desarrollo de la cultura gráfica mundial. Es importante que la Universidad promueva la participación de alumnos distinguidos que no posean los recursos suficientes, a través del apoyo económico a los mismos, a cambio de un compromiso de trabajo a favor de los demás estudiantes, compartiendo los conocimientos adquiridos.

5.6 Lineamientos para la Puesta en Práctica de la Propuesta

- La utilización del logotipo diseñado para Fundación Puedes debe ceñirse a ciertas normas gráficas enumeradas a continuación, en resumen:
 - a. Su ampliación o reducción debe ser PROPORCIONAL siempre, es decir que no se debe distorsionar de ninguna manera para que encaje dentro de un espacio.
 - b. El logotipo deberá ser utilizado de preferencia sobre fondo blanco para conservar su fuerza expresiva. Si es absolutamente necesario, podrá usarse a todo color sobre tonalidades pastel o que no excedan el 30% de una tinta.
 - c. El logotipo a todo color no debe utilizarse sobre fondos oscuros o de fotografía. En este caso sólo puede usarse invertido, es decir, todo en color blanco.
 - d. Los colores Pantone a utilizar en el logotipo de Fundación Puedes deben ser siempre los mismos, para guardar la unidad en cualquier medio digital que éste sea utilizado.

Logotipo a todo color

Uso en procesos digitales (web)

Naranja **FF6633**
Verde **339900**
Morado **990099**
Azul **0066CC**
Rojo **CC0000**
Gris Oscuro **333333**

Uso en procesos litográficos

Pantone 021
Pantone 368
Pantone 266
Pantone 300
Pantone 485
Negro 100%

Logotipo a dos colores

Uso en procesos digitales (web)

Verde **339900**
Gris Oscuro **333333**

Uso en procesos litográficos

Pantone 368
Negro 100%

- e. La tipografía utilizada para el logotipo y slogan no puede ser cambiada, reducida o aumentada con relación al símbolo. Para el slogan se usará la fuente ITC Oficina Sans Book a una escala del 67% del tamaño original del nombre, en minúsculas y justificada al texto superior (nombre).

- f. La papelería diseñada como parte de la identidad visual de la Fundación Puedes debe ser impresa por medios digitales o litográficos.
 - g. Los artes finales pueden ser modificados utilizando el programa Freehand MX, en casos, como cambio de dirección, teléfonos, etc.
- El nombre del dominio **www.fundacionpuedes.org** ha sido comprado por un período de un año, que vence el 31 de diciembre del 2007. El sitio Web se encuentra alojado en la dirección que corresponde a www.godaddy.com. El propietario del “hosting” es El Taller Creativo, S.A.
 - Para hacer modificaciones al sitio, se debe contar con un programa ftp (file transfer protocol) o protocolo de transferencia de datos. Cada página del sitio se encuentra dentro de la carpeta del sitio llamada “puedes”, y puede ser modificada, utilizando el programa Dreamweaver MX. Por medio de este programa, también es posible la transferencia de datos directamente al sitio.
 - Es necesario que se realicen actualizaciones mensuales (como mínimo) de la información contenida en el sitio, ya que los datos cambian constantemente, y no es recomendable que se queden estáticos, ya que perderían vigencia.
 - Se recomienda a Fundación Puedes la realización de una campaña informativa en medios masivos, como TV y Radio, para difundir el trabajo que realizan entre las personas del grupo objetivo que no tienen acceso a Internet, pero que sí cuentan con un aparato de televisión o una radio que encienden diariamente.



5.6.1 Presupuesto

Diseño, bocetaje y elaboración de artes finales de logotipo, papel y sobre membretado, tarjetas de presentación para Fundación Puedes, versiones a todo color, dos colores y un color para aplicaciones en invertido. Incluye desarrollo de slogan y normas básicas de uso.

Costo aproximado en el mercado **Q7,000.00 + IVA**

Sesión de fotografías en formato digital de alta resolución (10 mega-pixeles). Aproximadamente 300 fotos realizadas en exteriores.

Costo aproximado paquete **Q3,500.00 + IVA**

Diseño, bocetaje (3 bocetos máximo) e implementación de sitio Web de 5 a 7 páginas. Incluye 2 animaciones flash de 10 segundos y compra de dominio con extensión de organización no comercial (nombre www.fundacionpuedes.org) por un año.

Costo aproximado en el mercado **Q4,000.00 + IVA**

Costo aproximado de 8 páginas adicionales **Q3,200.00 + IVA**

Hospedaje en Internet de sitio web de 18 páginas.

Costo aproximado en el mercado

Q250.00 a Q300.00 anuales.

Costo total aproximado del proyecto realizado:

Q18,000.00 + IVA = **GTQ20,160.00**

US\$2,618.18 ³¹

³¹ Referencia de cambio al 30 de Octubre del 2007: **US\$1 = GTQ7.70**

6 Bibliografía y Fuentes de Consulta

6.1 Bibliografía

1. Alfaro Drake, Tomás. **El Marketing como Arma Competitiva. Cómo asignar prioridades a los recursos comerciales.** Editorial McGraw Hill. Instituto de Empresa. Madrid, 1992.
2. Carlson, Jeff y otros. **Diseño Gráfico + Páginas Web: Color. Las Mejores Webs.** Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona – México. 1999.
3. Corado, Francisco Javier y Jorge Pazzeti Nicolescu. **Diseño de Elementos Gráficos para el Museo Iximché situado en la Ciudad de Tecpán.** Proyecto de Graduación previo a conferirles el Título de Técnico en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos. Febrero 1994.
4. Costa, Joam. **La Imagen de Marca. Un fenómeno Social.** Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España. 2004.
5. **Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno.** Grupo Editorial Océano. Edición 1,992. Barcelona, España.
6. Gillam Scout, Robert. **Fundamentos del Diseño.** Editorial Limusa. México, 1992.
7. Linares Granados, María Fernanda. **Desarrollo de la Página de Internet para promocionar los servicios y productos que realiza la Asociación de Investigación y Estudios Sociales, ASIES.** Proyecto de Graduación previo a optar al Título de Licenciada en Diseño Gráfico con especialización en Multimedia de la Universidad de San Carlos. 2006.
8. Lorenzo Sun, Juan Carlos. **Elaboración del Manual de Identidad Corporativa para la Coordinadora Nacional de Museos, Guatemala.** Proyecto de Graduación previo a optar al Título de Licenciado en Diseño Gráfico con especialización en Multimedia de la Universidad de San Carlos. Noviembre 2005.
9. Monterroso, Sandra. **Proceso de Diseño.** Documento para el Curso de Diseño Visual 6 – 2005. USAC.

10. Pedroni, Ana María. **Semiología, un acercamiento didáctico.** Editorial Universitaria, Universidad de San Carlos de Guatemala. 2004.
11. Rosal Sittler, Paula Mayela. **Desarrollo de Material Gráfico para la Imagen Corporativa de FUNDASELVA.** Proyecto de Graduación previo a optar al Título de Técnico en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos. Mayo 2002.
12. Rossel J. Miralles, Eugeni (Edición en Castellano). **Tipografía.** Ediciones G. Gili S.A. de CV. México. 1998.
13. Tielemans López, Bryanda Erica. **Diseño Interactivo del Sitio Web de PASMO.** Proyecto de Graduación previo a optar al Título de Licenciada en Diseño Gráfico con especialización en Multimedia de la Universidad de San Carlos.

6.2 Sitios Web

<http://www.m-w.com/dictionary/web>
<http://riie.com.mx/?a=35004>
<http://www.isopixel.net/archivos/2003/08/metodologa-proyectual-de-diseo/>
<http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>
<http://www.sld.cu/sitios/rehabilitacion-equino/temas.php?idv=5969>
<http://www.sld.cu/sitios/rehabilitacion-equino/>
http://www.sld.cu/galerias/ppt/sitios/rehabilitacion-equino/el_nino_imposible.ppt#24
http://www.sld.cu/galerias/ppt/sitios/rehabilitacion-equino/el_nino_imposible.ppt
<http://members.tripod.com/~Yegua/etologia.htm>
www.laotrainformacion.com
<http://shr.aaas.org/guatemala/ceh/mds/spanish/cap2/vol3/mujer.html>
<http://www.guate-equinos.com/>
<http://cdeporte.rediris.es/revista/revista22/artevolucion29.htm>



7 Glosario

Backriding: Técnica terapéutica utilizada en los programas de Hipoterapia, cuyo propósito es dar soporte físico al niño, con el objeto que pueda montar solo lo más rápido posible. Deberá utilizarse esta técnica, cuando no haya equilibrio y una postura adecuada en la monta, para ayudar a corregirla.

Comunicación: Acción y resultado de comunicar o comunicarse. Trato, correspondencia entre dos o más personas. Transmisión de señales, mediante un código común al emisor y receptor. Proceso de toda la actividad humana, que se basa en la emisión y recepción de mensajes, a través de un canal, con la existencia de un código en común.

Coordinación: Reunión de medios, esfuerzos, etc., para una acción común. Control ordenado de los movimientos del cuerpo. Cualidad que permite regular y dirigir los movimientos, garantizando la intervención simultánea de los diversos grupos musculares.

Desarrollo: Crecimiento o mejora de un aspecto físico, intelectual o moral. En el ámbito de la equinoterapia, se le puede llamar así al proceso complejo en el que se adquieren nuevas conductas y habilidades, que surgen de la interacción del niño con el entorno y con la ayuda del caballo.

Discapacidad: Limitación para llevar a cabo ciertas actividades, provocada por una deficiencia física o psíquica. Es toda restricción o falta - derivada de una deficiencia - de la capacidad para desarrollar una actividad de un modo normal o dentro de los límites que se consideran normales en el ser humano.

Epilepsia: Trastorno intermitente del sistema nervioso, causado por una descarga repentina, excesiva y desordenada, de las neuronas cerebrales. Es la segunda gran enfermedad neurológica.

Equilibrio: Estado en que se encuentra un cuerpo, cuando las fuerzas que actúan sobre él, se compensan y anulan mutuamente. En equinoterapia es el mejoramiento de la calidad y seguridad de los movimientos. Se logra con ejercicios que ponen en funcionamiento los mecanismos que nos permiten movernos y que controlan nuestra postura. El tronco juega un papel importante en este control.

Equipo Interdisciplinario: Es el conjunto de personas organizado para la realización de una tarea, en el que existe un espacio formal para compartir la información; las decisiones se toman a partir de la misma y se tienen objetivos comunes.

Etología: Rama de la psicología, que se dedica al estudio científico del carácter y de los modos de comportamiento del hombre. Parte de la biología, que estudia el comportamiento animal en su medio natural. Se habla de adiestramiento etológico, cuando el entrenador utiliza las capacidades y reacciones naturales del animal durante el proceso de aprendizaje, en lugar de obligarlo a obedecer por la fuerza.

Fisioterapia: Tratamiento terapéutico de incapacidades, enfermedades o alteraciones físicas, con métodos que emplean agentes físicos de energía natural (frío, calor, movilización mecánica, etc.)

ftp: siglas en inglés "file transfer protocol". Programa que sirve para hacer transferencia de datos.

Hipódromo: m. Recinto destinado a carreras de caballos.

Hipoterapia: Equinoterapia. Actividad con carácter terapéutico, orientada a discapacitados físicos, psíquicos y sensoriales, con afecciones severas, donde el jinete no tiene ningún mando de control sobre el caballo.

Imagotipo: Interacción del logotipo (en la cual, la palabra funciona como imagen) y el isotipo.

Isotipo: Icono o símbolo visual gráfico.

Logotipo: Dibujo que le sirve a una entidad o a un grupo de personas para representarse. Normalmente posee indicios y símbolos acerca de quienes representan. El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada, a través del hecho de la autoría. Como parte de la identidad visual de una empresa o institución, es la representación tipográfica del nombre de la marca.

Un logotipo consta de *icono* o símbolo visual gráfico (ejemplo: la manzana de Apple) y *el nombre* o representación fonética de la marca. Su funcionalidad radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se requiere, y para lograrlo, se requiere de colores y formas que contribuyan a que el espectador final lo interprete de esta manera.

Un logotipo, en términos generales, requiere del apropiado uso de la semiótica, como herramienta para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador, lo más cercana a este mensaje. Debe mantener congruencia semiótica entre lo que se entiende y lo que realmente busca representar.

Isologo: Es el resultado de la unión de la imagen y la palabra: Iso significa icono, imagen; y Logo, palabra, tipografía, texto.

Motricidad gruesa: Uso simultáneo de varios grupos musculares de forma coordinada. Coordinación de los movimientos del cuerpo con una o varias informaciones sensoriales.

Musicoterapia: Utilización sistematizada de la música y ambiente sonoro, para conseguir fines terapéuticos con niños y adultos con necesidades especiales, a causa de problemas sociales, emocionales, físicos o intelectuales.³²

Pantone: Empresa fundada en 1962, creadora de un sistema de control de color para las artes gráficas. Su sistema es el más reconocido y utilizado, por lo que normalmente se llama Pantone al sistema de control de colores.

Pet Therapy: Define dos tipos distintos de terapia. En la más básica, se trata simplemente de disfrutar de la compañía de un animal doméstico (un perro, un gato, un pájaro), mediante la cual, se pueden obtener muchos beneficios, tanto a nivel físico como psíquico. En el otro caso, en cambio, se trata de auténticas terapias de rehabilitación, con la ayuda de animales, no necesariamente domésticos: caballos, delfines, etc., coordinadas por un equipo multidisciplinario (médicos, psicólogos, pedagogos, instructores, terapeutas especializados, entrenadores de los animales, veterinarios etc.), reforzadas, en la mayoría de los casos, con otro tipo de tratamientos, y que están dirigidas a personas con problemas físicos y psíquicos más serios.

Psicomotricidad: Disciplina educativa / reeducativa / terapéutica, concebida como diálogo, que considera al ser humano como una unidad psicosomática, y que actúa sobre su totalidad, por medio del cuerpo y del movimiento, en el ámbito de una relación cálida y descentrada, mediante métodos activos de mediación principalmente corporal, con el fin de contribuir a su desarrollo integral.³³

Tartamudez: Trastorno complejo de la comunicación oral, caracterizado por espasmos que interrumpen la fluidez verbal, acompañado de síntomas orales y psicopatológicos, de naturaleza multicausal, que afecta los mecanismos de control del habla, la comunicación y la personalidad.³⁴

³² Benenson Roland O.- Manual de Musicoterapia.

³³ Muniain 1997

³⁴ Msc. Gudelia Fernández Pérez de Alejo.

Terapia Ocupacional: Es el arte y la ciencia de dirigir la respuesta del paciente en la realización de la actividad intencionada hacia objetivos específicos, previamente analizada y seleccionada en función de las necesidades del enfermo, incapacitado o marginado, y con fines de evaluación, prevención, adiestramiento, reeducación, tratamiento y reinserción tendentes a conseguir el máximo grado de autonomía, con el mínimo de alienación posible para conseguir una equilibrada adaptación al medio.³⁵

Trastorno de la Conducta: Establecimiento de relaciones inadecuadas de interacción, cooperación y comunicación social, a causa de influencias psicosociales negativas, no constituyendo una alteración severa ni estable en la formación de la personalidad del escolar.³⁶

WWW (World Wide Web) Siglas en inglés con las que se inicia cualquier dirección de dominio en la red mundial de Internet.

³⁵ Gómez Tolón, J.

³⁶ Dr. Gunther Grossman.

8 Anexos

8.1 Cuestionario para informantes tipo A, B, C y E



Cuestionario para la Validación del Proyecto de Graduación
**Diseño del Material Gráfico y Multimedia para
dar a Conocer a la FUNDACION PUEDES**
Realizado por la estudiante Claudia G. Del Cid

Datos Generales de la Persona Encuestada

Edad	18 a 30 <input type="checkbox"/>	31 a 45 <input type="checkbox"/>	46 a 60 <input type="checkbox"/>
Sexo	Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>	
Ocupación	Estudiante <input type="checkbox"/>	Profesional <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>

Instrucciones:

Después de haber visitado y revisado todas las páginas que componen el sitio web de la Fundación Puedes (www.fundacionpuedes.org) responda a las siguientes preguntas, escribiendo una X sobre la línea que corresponda a su respuesta.

1. ¿Está relacionado de alguna manera con la Fundación Puedes?

Si No

2. Si su respuesta fue SI, por favor indique el grupo al que pertenece:

Es Papá / mamá de un niño que asiste a terapia	<input type="checkbox"/>
Trabaja para la Fundación	<input type="checkbox"/>
Es Patrocinador	<input type="checkbox"/>
Es Voluntario	<input type="checkbox"/>

3. Al ingresar al sitio por primera vez, su impresión visual del mismo fue:

Muy bueno <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

4. Al leer el contenido del sitio, los textos le parecieron:

De un tamaño adecuado	<input type="checkbox"/>	Grandes <input type="checkbox"/>
Pequeños y difíciles de leer	<input type="checkbox"/>	

5. El tipo de letra utilizado le parece:

Muy bueno <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

6. El uso de las fotografías utilizadas para ilustrar el contenido le parece:

Muy bueno <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

7. El uso de elementos en movimiento, tales como las animaciones flash del logotipo y la barra superior de fotografías le parecen:

Muy bueno <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

8. La colocación o distribución de todos los elementos de diseño (fotos, animaciones, textos, barras de menú, etc.) es:

Muy buena <input type="checkbox"/>	Buena <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>

9. El uso o manejo de los colores dentro del diseño le parece:

Muy bueno <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

8.2 Cuestionario para informantes tipo D



Cuestionario para la Validación del Proyecto de Graduación
Diseño del Material Gráfico y Multimedia para
dar a Conocer a la FUNDACION PUEDES
Realizado por la estudiante Claudia G. Del Cid

Datos Generales de la Persona Encuestada

Edad	18 a 30	<input type="checkbox"/>	31 a 45	<input type="checkbox"/>	46 a 60	<input type="checkbox"/>
Sexo	Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>		
Ocupación	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Técnico DG	<input type="checkbox"/>	Lic. en DG	<input type="checkbox"/>
	Máster	<input type="checkbox"/>	Catedrático	<input type="checkbox"/>		

Instrucciones:

Después de haber visitado y revisado todas las páginas que componen el sitio web de la Fundación Puedes (www.fundacionpuedes.org) responda a las siguientes preguntas, escribiendo una X sobre la línea que corresponda a su respuesta.

- Antes de ver el sitio ¿conocía usted o había escuchado acerca de Fundación Puedes?
Sí No
- Considera usted que este sitio web es una herramienta útil para dar a conocer a la Fundación, así como para captar patrocinadores y personas que deseen realizar trabajo de voluntariado?
Sí No
- Con relación al contenido del sitio, considera que la información que contiene es...
Completa Incompleta Demasiada
- La navegación del sitio le parece...
Sencilla Complicada
- Cree que los vínculos que se utilizaron en el sitio son...
Suficientes Pocos Demasiados
- Con relación a la estructura del sitio, considera que ésta fue diseñada...
Muy bien Bien
Regular Mal
- El código cromático aplicado al diseño del sitio le parece...
Muy bien Bien
Regular Mal
- La tipografía utilizada en el sitio le parece...
Muy bien Bien
Regular Mal
- El uso de las fotografías para ilustrar el contenido le parece:
Muy bien Bien
Regular Mal
- El uso de animaciones flash le parece...
Muy bien Bien
Regular Mal
- En general, el nuevo sitio de Fundación Puedes le parece:



El presente proyecto fue finalizado en la Ciudad de Guatemala,
a los 30 días del mes de octubre del 2007.
Todos los derechos reservados.