

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico



DISEÑO gráfico

PRESENTACIÓN MULTIMEDIA Y FOLLETO DE APOYO PARA LOS Y LAS PARTICIPANTES DE CASA ALIANZA GUATEMALA



Proyecto de Graduación Presentado por:
Gabriela Elizabeth Padilla Rodríguez
199819989

Previo a Optar por el Título de:
Licenciatura en Diseño Gráfico
con especialidad en Multimedia



**PRESENTACIÓN MULTIMEDIA Y FOLLETO DE APOYO
PARA LOS Y LAS PARTICIPANTES DE CASA ALIANZA
GUATEMALA**

**Proyecto de Investigación Comunicación
realizado en la ciudad de Guatemala
Julio a Noviembre 2006**

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

ÍNDICE

	Página
Nómina de Autoridades	5
Dedicatoria	6
Presentación	7
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	8
1.1 Antecedentes	9
1.2 Definición del problema	10
1.3 Justificación	11
1.4 Objetivos	12
CAPÍTULO 2: PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO	13
2.1 Perfil del cliente y servicio que brinda	14
2.2 Grupo Objetivo	15
CAPÍTULO 3: CONCEPTOS FUNDAMENTALES	16
3.1 Niños, Niñas y adolescentes de la calle	17
3.2 Contexto actual de la infancia pobre	17
3.3 Valores	18
3.4 Manual	18
3.5 ¿Qué es un folleto?	18
3.6 Tipografía	19
3.7 Tipos de letras y Fuentes	19
3.8 Características del tipo	20
3.9 Variaciones del estilo	21
3.10 Diagramación	22
3.11 Interactividad	22
3.12 Multimedia	24
3.13 El color	25
3.14 Los efectos de las formas	30
3.15 El formato	31

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

	Página
CAPÍTULO 4: CONCEPTO DE DISEÑO, MÉTODO Y BOCETAJE	35
4.1 Método de Diseño	36
4.2 Concepto creativo	37
4.3 Proceso Bocetaje	39
CAPÍTULO 5: COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL	52
5.1 Comprobación de la eficacia de las piezas	53
5.2 Propuesta gráfica final y fundamentación	58
Conclusiones	63
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	64
Bibliografía	66
Glosario	67
Anexos	68

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Decano de la Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I

Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz

Vocal II

Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes

Vocal III

Arq. Carlos Enrique Martini Herrera

Vocal IV

Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada

Vocal V

Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva

Secretario

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Lic. Fernando Fuentes

Lic. Erlin Ayala Ramos

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

ASESORES

Lic. Fernando Fuentes

Lic. Erlin Ayala Ramos

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi padre celestial por brindarme la oportunidad y la fortaleza para culminar mis estudios.

Agradezco a mi familia su apoyo y amor incondicional, especialmente a mis abuelitos por sus sabios consejos y paciencia, no lo habría logrado sin ustedes. A mis tíos gracias por abrirme las puertas de sus hogares. A mi mamá por su paciencia y cariño, a mis hermanos que mis esfuerzos sirvan de ejemplo para que puedan perseverar y alcanzar lo que se propongan.

A mis amigos gracias por compartir conmigo sus conocimientos, su amistad y cariño, me llevo muy buenos recuerdos.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

PRESENTACIÓN

Casa Alianza es una institución sin fines de lucro dedicada a la rehabilitación de niños de la calle con problemas de drogadicción y maltrato. Dentro de la institución los niños reciben atención médica, psicológica y educación. Estos niños presentan un bajo nivel escolar y algunos son analfabetos, por lo que representa un desafío para los encargados transmitirles ciertas normas que deben cumplir durante el tiempo que permanezcan dentro del hogar que *Casa Alianza* les ofrece.

De ahí la necesidad de la elaboración de un material visual adecuado a las necesidades de estos(as) niños(as). El presente proyecto se realizó con el fin de ayudar a la institución a transmitir a los niños (as) que ingresan a *Casa Alianza* sobre los derechos y obligaciones que se deben cumplir al permanecer dentro de la comunidad.

Se elaboró un material Multimedia que es un sistema que utiliza más de un medio de comunicación al mismo tiempo en la presentación de la información, como texto, imagen, animación, video y sonido. Este concepto es tan antiguo como la comunicación humana, ya que al expresarnos en una charla normal hablamos (sonido), escribimos (texto), observamos a nuestro interlocutor (video) y accionamos con gestos y movimientos de las manos (animación).

También se diseñó un folleto de apoyo para que los niños puedan consultar durante su estadía en la institución, éste contiene fotografías de niños que han terminado o están avanzados en su rehabilitación para que sirva de aliciente a los niños que todavía están en el proceso.

La elaboración de este material supone gran ayuda a los encargados de la institución y es muy útil para los(as) niños (as) que ingresan a *Casa Alianza*. Es más fácil comprender el mensaje por medio de una presentación debido a que cuando son llevados a la institución están a la defensiva y es más probable que pongan atención a una pantalla con algo que es novedoso para ellos que a una persona encargada, pues sienten desconfianza.

También cuenta con conceptos fundamentales y referencias bibliográficas que podrían ser de gran ayuda a los estudiantes de diseño gráfico que estén realizando su propia investigación.



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

Según UNICEF hay 100 millones de niños y niñas de la calle en el mundo y el 40% de ellos viven en América Latina. La mayoría de los niños y niñas de la calle tienen un vínculo familiar, pero pasan la mayor parte de sus vidas en la calle mendigando, vendiendo baratijas, lustrando zapatos o lavando autos para incrementar los ingresos familiares. Los niños restantes viven en la calle, usualmente en grupos con otros niños y niñas. Conocidos como “niños de la calle”, duermen en edificios abandonados, bajo puentes, en las entradas de los edificios o en parques públicos. Frecuentemente cometen pequeños robos y recurren a la prostitución para sobrevivir. La mayoría son adictos a los inhalantes.

Abandonados en la calle de la ciudad por familiares demasiado pobres para alimentarse a sí mismos, o forzados a escapar de la inestabilidad política y opresión; enfrentan un futuro de mendicidad, robo, prostitución, embarazo precoz, enfermedades crónicas y muerte, comúnmente violenta a muy temprana edad.

Extrema pobreza, explotación económica, abusos físicos, sexuales y emocionales cometidos por sus padres, (normalmente por sus padrastros), son las razones más comunes de por qué los niños y niñas abandonan sus familias. Psicólogos y trabajadores sociales se refieren al problema como “desintegración familiar”.

Casa Alianza reconoce que la pobreza y el desequilibrio global económico están en la base del sufrimiento de los niños y niñas de la calle. La organización ha elegido enfocar sus recursos en dar a estos niños la opción de mejorar sus vidas, ofreciéndoles rehabilitación, formación vocacional, asistencia legal y amor.

Cuentan con diversos programas para ayudar a los(as) niños (as) de la calle, por lo cual necesitan obtener materiales educativos adecuados a estos niños que por lo general tienen una baja escolaridad o son analfabetos. Algunos de los materiales con los que cuentan han sido realizados por los mismos encargados de la institución (profesores, trabajadores sociales, psicólogos), sin contar con las herramientas adecuadas para su diseño y sin la asesoría de un diseñador gráfico, por lo que la mayoría de los materiales

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

no cuentan con las características (tipografía, fotografía, el color, tamaño, diagramación etc.) necesarias que ayude a los niños a comprender la información fácilmente.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El problema que actualmente enfrenta *Casa Alianza*, desde el punto de vista de diseño, es que no cuenta con material visual adecuado para informar, a los(as) niños(as) que ingresan como residentes a la institución, sobre sus derechos y obligaciones.

Para los(as) niños(as), en su mayoría analfabetos, que recién ingresan a la institución el material impreso no es el medio más recomendable cuando se trata de persuadirlos. Aunque puede ser muy útil como material de apoyo, el niño que acaba de ingresar no está dispuesto a escuchar o realizar una lectura. El material impreso actual no cuenta con la tipografía, ni con la diagramación adecuada que facilite al niño(a) la lectura, no tiene ninguna aplicación de color, es en blanco y negro y las imágenes no tienen ninguna funcionalidad.

1.3 JUSTIFICACIÓN

- 1.3.1 Magnitud:** Niños y niñas de 12 a 18 años con problemas de calle, drogadicción o que estén en riesgo social y deseen darse la oportunidad de cambiar su estilo de vida y quieran ingresar a la institución con la meta de dejar la calle, las drogas, la pandilla o bien la vida sin rumbo que han experimentado a tan corta edad. *Casa Alianza* atiende anualmente de manera directa a 1,850 niños(as) e indirectamente 4,380.*¹
- 1.3.2 Trascendencia:** Es muy importante que los residentes conozcan la labor que *Casa Alianza* realiza y tengan presente que mientras estén dentro de las instalaciones hay derechos y obligaciones que deben asumir, también deben conocer la atención que institucionalmente *Casa Alianza* les puede brindar, para ayudarlos en su crecimiento y recuperación personal. Muchas veces es difícil que el niño(a) retenga esta información debido a que se encuentra física o emocionalmente indispuerto, por lo que si no se elabora un material gráfico adecuado, este problema de comunicación seguirá presente dentro de la institución.
- 1.3.3 Vulnerabilidad:** Al realizar un material audiovisual adecuado al grupo objetivo no solo se captará la atención de los(as) niños (as) sino se facilitará la transmisión y comprensión de información importante y al mismo tiempo se reducirá el tiempo que los encargados utilizan para explicar esta información.
- 1.3.4 Factibilidad:** Se tiene contemplado el patrocinio de instituciones privadas que trabajan para llevar a cabo este proyecto en su totalidad. En el desarrollo de Programas *Casa Alianza* se financia por medio de donaciones de personas y organismos de cooperación internacional.

¹ www.casaalianza.org.gt

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 GENERAL: Informar a los(as) niños (as) sobre los derechos y obligaciones que deben cumplirse al permanecer dentro de la institución para que conozcan lo que *Casa Alianza* les ofrece para su recuperación personal y puedan aprender a relacionarse correctamente con las personas que vive en su entorno.

1.4.2 ESPECIFICOS:

- Realizar una presentación multimedia con los derechos y obligaciones para los residentes de *Casa Alianza Guatemala*.
- Diseñar un folleto para los niños y niñas residentes de *Casa Alianza Guatemala* que sirva de referencia a los niños sobre sus derechos y obligaciones dentro de la institución.



CAPÍTULO 2

PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

CAPÍTULO 2

PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

2.1 PERFIL DEL CLIENTE Y EL SERVICIO QUE BRINDA

Casa Alianza es una organización independiente, sin fines de lucro, dedicada a la rehabilitación y defensa de los niños y niñas de la calle en Guatemala, Honduras, Nicaragua y México. Su oficina regional se encuentra en San José, Costa Rica. *Casa Alianza* es la filial Latinoamericana de *Convenant House*, que tiene su sede en Nueva York y es un líder en la defensa de los derechos de los niños y niñas de la región Centroamericana.

Casa Alianza Guatemala se encuentra ubicada en la 13 avenida 0-37 Zona 2, Mixco, Colonia “La Escuadrilla” Guatemala. Fundada en 1981 atiende anualmente de manera directa 1850 niños, niñas y adolescentes e indirectamente a 4,380. Esta población se encuentra en situación o en riesgo de: Abuso físico, psicológico, explotación sexual y/o adopciones. El propósito de la institución es ofrecer ayuda a niños, niñas y adolescentes que viven en riesgo. Abogan por los jóvenes y niños para que la comunidad tome conciencia de su sufrimiento.

Aunque *Casa Alianza* reconoce que la pobreza y el desequilibrio global económico están en la base del sufrimiento de los niños y niñas de la calle, la organización ha elegido enfocar sus recursos en dar a estos niños la opción de mejorar sus vidas, ofreciéndoles servicios de rehabilitación, formación vocacional, asistencia legal y amor. *Casa Alianza* trabaja también con *Amnistía Internacional*, *Cejil*, *S.O.S.*, *Tortura* y otros organismos de derechos humanos e individuos de todo el mundo que apoyan la causa de los niños y niñas de la calle.

El programa de niños y adolescentes se encuentra en Magdalena Milpas Altas y el de niñas y adolescentes en la zona 2 de Mixco.

Debido a que *Casa Alianza* trabaja con adolescentes con baja escolaridad o en algunos casos no saben leer ni escribir, se hace necesario elaborar material adecuado que facilite a los encargados la labor de transmitirles la información necesaria a estos jóvenes y que éstos al mismo tiempo la asimilen más rápidamente.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

2.2 GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo esta formado por: Niños y niñas que han vivido en la calle y se encuentran en rehabilitación de *Casa Alianza*.

Variables	Descripción
GEOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none">Niños y niñas de nacionalidad guatemalteca
DEMOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none">Edad: 12 a 18 añosSexo: femenino y masculinoNúcleo Familiar: Familias desintegradasSin distinción etnia, orientación sexual o creencias religiosas, con bajo nivel escolar o analfabetosnivel socioeconómico C, D, E.
PSICOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none">Niños y niñas que han vivido en la calle, que sufren adicciones, que han sido abusados sexual, física y psicológicamente, rechazados por familias desintegradas
CONDUCTUALES	<ul style="list-style-type: none">Adictos a las drogasAgunos se han dedicados a la prostituciónHan cometido delitos menores como robo



CAPÍTULO 3

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

CAPÍTULO 3

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1 NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE LA CALLE

3.1.1 Definición: La definición más comúnmente usada proviene de UNICEF y distingue dos grupos.

3.1.1.1 Niños en la calle: son aquéllos que pasan la mayor parte del tiempo en la calle, pero que tienen algún tipo de soporte familiar y vuelven a su casa por la noche.

3.1.1.2 Niños de la calle: pasan el día y la noche en la calle y están funcionalmente sin soporte familiar.

3.2 CONTEXTO ACTUAL DE LA INFANCIA POBRE

Las estadísticas de las Naciones Unidas dicen que, en América Latina, las edades de los niños de la calle oscilan entre 8 y los 17 años. Las niñas constituyen aproximadamente un 10% y 15%, ya que tienen más posibilidades de elaborar estrategias alternativas (cuidados de hermanos menores, trabajo doméstico, prostitución, etc.)

La pobreza en América Latina produce muerte, enfermedades evitables, causadas por el abandono y la falta de hogar. Es sabido que la pobreza y el desempleo de los adultos es fuente de desesperanza, complicando las relaciones entre padres e hijos y creando situaciones límite en la configuración familiar. Se intenta responsabilizar a los padres sin conciencia, pero si existe esa calidad de padres, por lo general soportan la misma marginación que sus hijos.

Las crisis económicas determinan de manera alarmante el crecimiento en el número de niñas y niños que viven y trabajan en la calle, que provienen de grupos familiares y de comunidades populares que no logran proporcionarles los satisfactores básicos, y que como resultado de una pobreza histórica, no cuentan con herramientas fundamentales para la crianza y educación; por ello son comunes las historias de maltrato, desintegración y/o abandono.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

La infraestructura comunitaria (como son los centros de servicio o las propias escuelas) es inalcanzable para las familias de niños en riesgo de salir a la calle o en muchos casos se encuentra subutilizada, sobre todo porque no se orienta a prevenir las condiciones de riesgo.

La falta de apoyo a metodologías apropiadas a través de una normatividad adecuada que permita obtener fondos públicos permanentes y de buena calidad coloca serios obstáculos para lograr un mayor impacto en los esfuerzos para revertir o contener los severos daños que padece esta población (a su salud y a sus condiciones generales de vida por causa de violencia, explotación o discriminación), lo que lleva un mayor arraigo a la calle y la presencia de formas más complejas de vida callejera (jóvenes en la calle, madres adolescentes callejeras y generaciones nacidas en la calle).

3.3 VALORES

Relaciones sociales con concepto moral y 'comportamiento', que es otro concepto estético de buenas costumbres. Ambos grupos 'morales' más 'estéticos' forman parte del sistema de valores de las personas en la sociedad.

3.4 MANUAL

Libro en que se resume lo más sustancial de una materia. Documento que contiene las nociones básicas de un arte o ciencia y su forma correcta de aplicación. Conjunto de normas establecidas por un medio de comunicación para redactar las informaciones y que contiene información válida y clasificada sobre una determinada materia de la organización.

3.5 ¿QUÉ ES UN FOLLETO?

Es un impreso de varias hojas que sirve como **instrumento divulgativo** o publicitario. En *marketing*, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación.²

² es.wikipedia.org/wiki/folleto

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Es una obra impresa, no periódica y de reducido número de hojas. Lo editan las compañías, organismos oficiales o instituciones y suele ser gratuita.³ Obra impresa de no más de doscientas páginas.⁴

3.6 TIPOGRAFÍA

La **tipografía** (del griego *typos*, forma, y de *graphein*, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, para crear trabajos de impresión. El tipógrafo Stanley Morison la definió como:

“Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto” — (Stanley Morison, Principios fundamentales de la tipografía 1929)⁵. La tipografía y su diseño son un elemento clave de todo trabajo gráfico. Debe prestarse mucha atención al impacto e importancia del elemento tipográfico en el diseño.

No hay que subestimar la importancia de la tipografía, ya que es el método que utilizamos para traducir la palabra hablada a la página impresa. La función de este lenguaje visual es comunicar ideas, historia e información, a través de todo tipo de medios, desde billetes de autobús, etiquetas de ropa y señales callejeras, hasta carteles publicitarios, bolsas de la compra, libros, revistas y periódicos. En todas las áreas de la vida cotidiana encontramos el trabajo del tipógrafo.⁶

3.7 TIPOS DE LETRAS Y FUENTES

Según el Complete Manual of Typography de James Felici, una tipografía es un conjunto de caracteres, letras, números, símbolos, puntuación, etc., que tiene el mismo diseño distintivo. Una fuente, en cambio, es el medio físico, puntuación de la producción del tipo de letra, ya se trate de la descripción de un tipo de letra en código informático, película litográfica, metal o tallado en madera. Felici explica esta distinción de manera muy simple y compara la fuente con un molde para hacer galletas y el tipo de letra con la

³ sapiens.va.com/rdib/iglos.htm

⁴ www.umce.cl/~cipumce/cuadernos/facultad_de_historia/tecnologia_educativa/cuaderno_03/glosario_letraf.htm

⁵ www.wikipedia.com

⁶ Biblioteca del Diseño Gráfico, Navas Internacional 1994

galleta que se obtiene con ese molde. Cuando se mira un diseño, uno se puede preguntar qué tipografía se ha utilizado o en qué fuente se creó el tipo, pero estrictamente no se puede preguntar qué fuente se utiliza.

3.8 CARACTERÍSTICAS DEL TIPO

El tipo de letra se considera el componente elemental de la presentación de un mensaje, cada variación de una familia de tipos fue originalmente creada para una función específica.

Se considera que los bloques de texto son más fáciles de leer cuando se escriben en un tipo *roman*, *old style* o *antigua*, lo mismo se puede decir de una combinación de caracteres en mayúsculas (caja alta) y minúsculas (caja baja). Ocurre porque el ojo humano “escanear” el texto utilizando las astas ascendentes y las descendentes para reconocer las palabras, más que leer letra a letra cada una de ellas. Todas las mayúsculas son de la misma altura y ofrecen menos atajos visuales para el ojo que las minúsculas, que tienen las astas mixtas ascendentes y descendentes que ayudan al reconocimiento.

La clasificación de los tipos de letra se basa en las características anatómicas y responde a cuatro categorías básicas: *block* o bloque, *roman* o romana, *gothic* o gótica y *script* o caligráfica (Sanders y McCormick, *Human Factors in Engineering Design*, 1993).

Y una categoría más, la *graphic* o gráfica que no se adjunta a ninguna de las cuatro categorías básicas anteriores. Las cuatro categorías básicas además se pueden subclasificar así: la *block* o *blackletter* contiene aquellos tipos de letra basados en la escritura manuscrita germana; la romana acoge a todos los tipos de letra *serif*; la *gothic* incluye todos los tipos de letra palo seco y, finalmente, la *script* contiene a todos los tipos de letra que imitan la escritura manuscrita.

3.9 VARIACIONES DE ESTILO

Nuestro entorno visual resultaría monótono si se aplicase a todo una única tipografía. Las diversas fuentes de letras, con sus diferentes estilos contribuyen a la expresividad visual de la tipografía. En su búsqueda de originalidad, los diseñadores suelen preocuparse mucho, incluso obsesionarse por las tipografías. Sin embargo el público general está más interesado en el contenido que en las tipografías utilizadas. Si el objetivo del diseño tipográfico es comunicar información, la mejor forma de alcanzarlo es utilizar una tipografía sencilla y clásica.

A principios del siglo XX existía una polémica entre los defensores y los detractores de los nuevos tipos palo seco, lo que obligó a los tipógrafos a situarse en uno u otro bando. Hoy en día, sin embargo, la cuestión de las tipografías con remates contra las de palo seco ya no tiene relevancia estética ni tampoco interés ideológico: es mejor decidirse por una u otra tipografía atendiendo a razones de funcionalidad y de adecuación.

Los tradicionalistas argumentan que la tipografía con remates es más legible que la de palo seco. Aunque esto talvez sea cierto en el caso de textos largos, en la mayoría de las ocasiones, la legibilidad no depende tanto de la presencia de remates en el tipo como de otros factores, entre ellos el cuerpo del tipo, su peso y su inclinación; la longitud de la línea y el interlineado; el papel, la impresión y las condiciones en que se lleva a cabo la lectura.

Escoger un tipo de letra implica un proceso de eliminación que debe realizarse en función de lo adecuadas que resulten las cualidades micro y macro estéticas de una tipografía para conseguir el propósito comunicativo y para el contexto en que se utilizará. Sin embargo, incluso después de haber considerado cuidadosamente todos estos factores, para un problema determinado puede haber más de un tipo de letra que resulte adecuado. La decisión final, en definitiva, es una cuestión de gusto y preferencias personales. Todos los tipos sirven, fundamentalmente, para el mismo propósito: comunicar. El propósito que se esconde tras la comunicación (por ejemplo informar, entretener o convencer) se expresa, en parte mediante el tipo escogido. Cuando cambian los objetivos de la comunicación puede cambiar también la tipografía.

3.10 DIAGRAMACIÓN

3.10.1 Diagramar: Es la técnica que enseña cómo se distribuyen y ordenan las palabras escritas y las imágenes en un texto o medio de comunicación.

Cuando se habla de los fundamentos de la diagramación se hace referencia, en esencia, a los fundamentos del diseño gráfico: La tipografía, el color y la composición. Cuando se quiere organizar una página se necesita saber: qué es lo que se organiza y cómo se va a organizar. Los textos y las imágenes son los componentes básicos de los mensajes impresos, la forma de hacerlo es manejando los criterios de tipografía, color y composición.

La diagramación es también una permanente interrelación de los objetos. Cuando se modifica una de las condiciones, las demás se ven afectadas y es en esa búsqueda del equilibrio. El fin de la diagramación no es otra cosa que el de facilitar la lectura recurriendo al uso de un criterio de color que armonice con el mensaje, a una tipografía que refuerce el carácter de ese contenido y a una composición que envuelva al lector en la dinámica o la placidez de el mensaje.

3.11 INTERACTIVIDAD

Para definir interactividad existen dos palabras mágicas: Control y No –lineal. Para poder juntar estas dos palabras en una definición de interactividad se debe primero de comprender los elementos del proceso de comunicación. En todo medio de comunicación hay cuatro entidades importantes: el emisor, el medio, el mensaje y el receptor. El emisor es el productor de cierto mensaje que envía a través de un medio para que llegue al receptor.

Por ejemplo: una pintura rupestre la pintó un cavernícola (emisor) con pintura en una pared (medio) donde muestra la cacería de un mamut (mensaje) para que lo vean otros cavernícolas (receptor). Un noticiero tiene un productor (emisor) que a través de la radio o televisión (medio) manda información noticiosa (mensaje) al auditorio (receptor). El mismo internet es un medio de comunicación completo, un web master (emisor) a

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

través de World Wide Web (medio) publica en su website información (mensaje) para sus visitantes (receptor).

3.11.1 ¿Qué tienen que ver los medios con la Interactividad? Todo, ya que la interactividad tal como la conocemos solo se da entre los medios. Así que comencemos con ejemplos de medios y razonamientos sobre si son interactivos o no.

3.11.2 ¿Un libro común es interactivo? No, debido a que tenemos que seguir la misma secuencia su lectura de principio a fin, es decir un libro común es un mensaje lineal. Pero también existen libros de “Crea tu propia historia”, en donde el receptor es el protagonista de la historia y después de leer una o dos hojas se tiene que tomar una decisión, por ejemplo si el texto dice “Si abres la puerta roja, vete a la página 5”. “Si abres la puerta azul vete a la página 7”. Así, dependiendo de la decisión se continúa leyendo una parte diferente de la historia haciéndolo un mensaje no-lineal, este tipo de libros son interactivos.

3.11.3 ¿La televisión es un medio Interactivo? No, debido a que si estamos viendo un noticiero tenemos que esperar a ver otras noticias que no nos interesan hasta que muestren la noticia que es importante para nosotros, no podemos escoger qué noticia queremos ver. Además de ser un medio lineal, la televisión es un medio sincrónico, ya que el emisor y el receptor se tienen que poner de acuerdo para realizar la transmisión del mensaje, o sea que hay que encender la tele a la hora de las noticias o nos perdemos la información. Al contrario, un libro es asincrónico ya que en cualquier momento podemos decidir el comenzar a leerlo.

3.11.4 ¿Un CD ROOM es interactivo? Sí puede ser interactivo dependiendo como haya sido producido, el usuario puede decidir qué información desea obtener primero. Sin embargo un CD ROOM no es necesariamente multimedia, ni interactivo. Basta con imaginar un simple archivo de texto de 640Mb dentro de un CD ROOM. Es importante recordar que puede haber multimedia sin interactividad e interactividad sin multimedia. Un CD ROOM es un

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

medio de comunicación asincrónico y dependiendo del mensaje puede ser no-lineal e interactivo.

3.11.5 ¿Un Website es interactivo? Sí, puede ser interactivo ya que el web master pone links a las diferentes páginas para que el visitante escoja que información desea ver. Sin embargo, un website no necesariamente es interactivo. Basta con visitar un sitio que tenga una sola página sin ningún link a otros documentos. Un website es un medio de comunicación asincrónico y dependiendo del mensaje puede ser no-lineal e interactivo.

La interactividad solamente se puede dar en medios de comunicación asincrónicos y no-lineales, en la interactividad el receptor decide o escoge qué parte del mensaje le interesa más, es decir controla el mensaje.

Resumiendo, interactividad es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal, hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico.

3.12 MULTIMEDIA

Es un sistema que utiliza más de un medio de comunicación al mismo tiempo en la presentación de la información, como texto, imagen, animación, video y sonido, aunque este concepto es tan antiguo como la comunicación humana, ya que al expresarnos en una charla normal hablamos (sonido), escribimos (texto), observamos a nuestro interlocutor (video) y accionamos con gestos y movimientos de las manos (animación). Apenas ahora, con el auge de las aplicaciones multimedia para computador, este vocablo entró a formar parte del lenguaje habitual.

Cuando un programa de computador, un documento o una presentación combina los medios adecuadamente, se mejora notablemente la atención, la comprensión y el aprendizaje, ya que se acercará algo más a la manera habitual en la que los seres

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

humanos nos comunicamos, porque empleamos varios sentidos para comprender un mismo objeto o concepto.⁷

3.13 EL COLOR

Las personas que trabajan con colores, los artistas, los terapeutas, los diseñadores gráficos o de productos industriales, arquitectos de interiores, etc., deben saber qué efecto producen los colores en los demás. Cada uno de estos profesionales trabaja individualmente con sus colores, pero el efecto de los mismos ha de ser universal.

Según el libro de la *Psicología del color* de Eva Heller, los colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y nuestro pensamiento.

3.13.1 ¿QUÉ EFECTO PRODUCEN LOS COLORES?

Conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, venenoso o tranquilizante. Un amarillo, radiante o hiriente. ¿A qué se deben tan particulares efectos? Ningún color aparece aislado: cada color está rodeado de otros colores. En un efecto intervienen varios colores – un acorde de colores.

Un acorde cromático se compone de aquellos colores más frecuentemente asociados a un efecto particular. Los resultados de nuestra investigación ponen de manifiesto que colores iguales se relacionan siempre con sentimientos e impresiones semejantes. Por ejemplo, a la algarabía y a la animación se asocian los mismos colores que a la actividad y a la energía. A la fidelidad, los mismos colores que a la confianza. Un acorde cromático no es ninguna combinación accidental de colores, sino un todo inconfundible. Tan importantes como los colores aislados más nombrados con los colores asociados. El rojo con el amarillo

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

y el naranja produce un efecto diferente al del rojo combinado con el negro o el violeta; el efecto del verde con el negro no es el mismo que el verde con el azul. El acorde cromático determina el efecto del color principal.

3.13.2 EL AZUL: (El color preferido)

Es el color que cuenta con más adeptos. Es el favorito del 46% de los hombres y del 44% de las mujeres. Y casi no hay nadie a quien no le guste: sólo el 1% de los hombres y el 2% de las mujeres nombraron el azul como el color que menos les gustaba.

Hombres y mujeres se visten con frecuencia de azul, pues queda bien para toda ocasión y en todas las estaciones. El azul es también el color preferido para los automóviles, tanto para las limusinas de lujo como para los pequeños utilitarios. En las viviendas, el azul resulta frío, pero tranquilizante, y se usa en dormitorios. Sólo hay un ámbito donde el azul no goza de aceptación: no comemos ni bebemos prácticamente nada de color azul. El azul tiene su significado más importante en los símbolos, en los sentimientos que a él asociamos. El azul es el color de todas las buenas cualidades que se acreditan con el tiempo, de todos los buenos sentimientos que no están dominados por la simple pasión, sino que se basan en la comprensión recíproca.

No hay ningún sentimiento negativo en el que domine el azul. No es extraño que el azul tenga tanta aceptación.⁸ Se lo asocia con los introvertidos o personalidades reconcentradas o de vida interior y está vinculado con la circunspección, la inteligencia y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso, lasitud.

3.13.3 NARANJA:

El naranja es el color de la diversión, de la sociabilidad y de lo alegre; éste es el lado fuerte del naranja. El rojo y el amarillo separados contrastan demasiado

⁸ Psicología del Color Eva Heller Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona 2004

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

entre sí para que puedan asociarse a la diversión en buena compañía, mientras que el naranja une y armoniza.

El naranja es el complementario del azul. El azul es el color de lo espiritual, de la reflexión y la calma y su polo opuesto, el naranja, representa las cualidades contrarias. Decía Van Gogh: *“No hay naranja sin azul”*; quería decir que el efecto del naranja es máximo cuando está rodeado de azul. Cuanto más intenso es el azul, es más oscuro. Cuanto más intenso es el naranja, más brillante es.

En China el amarillo es el color de la perfección, el color de todas las cualidades nobles; el rojo es el color de la felicidad y del poder; y el naranja no se limita a estar entre la perfección y la felicidad sino que tiene un significado propio y fundamental: es el color de la transformación.

3.13.4 BLANCO:

Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz. Mezclado con cualquier color reduce su cromatismo y cambia sus potencias psíquicas, el blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia.

3.13.5 VERDE:

El verde es el color de la fertilidad, de la esperanza y de la burguesía. Verde sagrado y verde venenoso. El empleo del verde como símbolo de la naturaleza muestra la perspectiva de la civilización. Sólo los habitantes de las ciudades hacen excursiones al “verde campo” y llaman a algún bosque el “pulmón verde”; sólo en la ciudad hay “zonas”, “áreas verdes”, administrados por los concejales de medio ambiente.

El efecto naturalista del verde no depende de ningún tono especial del verde, sino de los colores que con él se combinan: con azul y blanco, los colores del cielo y marrón el color de la tierra, el verde se muestra absolutamente natural.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

El color que psicológicamente más contrasta con el verde es el poco natural, el artificial violeta.

El color verde es símbolo de la vida en el sentido más amplio, es decir, no sólo referido al hombre, sino también a todo lo que crece. Verde se opone a marchito, árido, mortecino. Germinar, brotar, verdecer. El verde es el color de la primavera.

En la naturaleza, los procesos de maduración pueden requerir muchas etapas: del verde al amarillo y de éste al rojo en las cerezas; del verde al rojo, del rojo al azul y del azul al negro en las ciruelas y los arándanos; o del verde al marrón de las nueces. Las mazorcas de maíz y las piñas son primero verdes, y en general, de un capullo verde puede salir una flor de cualquier color. Pero no hay ninguna planta, ninguna flor, en la que este orden se invierta. El estadio de la inmadurez es siempre verde.

3.13.6 ROJO:

El rojo es el color de todas las pasiones, las buenas y las malas. La experiencia da origen a los símbolos: La sangre se altera, sube a la cabeza y el rostro se ruboriza, por timidez o por enamoramiento, o por ambas cosas a la vez. Uno enrojece también porque se avergüenza, porque está airado o porque se halla excitado. Cuando la razón pierde el control, todo se ve rojo. Los corazones se pintan rojos porque los enamorados piensan que toda su sangre afluye a sus corazones. También las rosas rojas y las cartas rojas se asocian al amor.

El rojo es el color de la guerra. A Marte, el dios de la guerra, se le atribuía el color rojo, el color de la sangre, por eso el planeta Marte es el “planeta rojo”.

3.13.7 ROSA:

Todas las cualidades atribuidas al rosa se consideran típicamente femeninas. El rosa simboliza la fuerza de los débiles, como el encanto y la amabilidad. En *Romeo y Julieta*, de Shakespeare, se lee: *I'm very pink of*

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

courtesy “Soy tan cortés como el color rosa”. El rosa es y ha sido en todos los siglos el color típico de la cortesía, de la amabilidad.

Rosa para las niñas, azul-celeste para los niños; esta convención es tan conocida, que muchos piensan que siempre ha sido así. Pero esta moda nació alrededor de 1920. Y este reparo de colores para los recién nacidos contradice nuestro simbolismo, para el cual el rojo es masculino, y el rosa, el pequeño rojo, es el color de los niños varones pequeños. En la antigüedad se solía pintar al Niño Jesús vestido de color rosa, tanto en cuadros del siglo XIII como en cuadros del siglo XIX en los que el Niño Jesús jamás aparece vestido de azul celeste.

Pink es el nombre inglés del clavel. (En estados Unidos el nombre del clavel es carnation, es decir, del color de la carne.) Pink es en Inglaterra cualquier rosa, en Alemania es sólo el rosa fuerte, chillón, que tiene algo de violeta y que los expertos llaman “magenta”. Los legos creen que el magenta es una mezcla de rosa y violeta, pero el magenta es en realidad el rojo puro, sin mezcla alguna de otro color. Por eso se usa el magenta en la industria de las artes gráficas como color básico. Fue bautizado con este nombre por los químicos franceses que en 1858 consiguieron producirlo como color de anilina. Magenta es una ciudad del norte de Italia donde poco antes los austriacos fueron derrotados por los franceses, que vestían pantalones rojos. El rosa *pink* o magenta no tiene ninguna de las cualidades femeninas tradicionales.

3.13.7 **AMARILLO:**

El amarillo es el color del optimismo, pero también el del enojo, la mentira y la envidia. Es el color de la iluminación, del entendimiento, pero también el de los despreciables y los traidores. Así de contradictorio es el amarillo. Y aún hay otro amarillo completamente distinto: el amarillo de Asia. Color de la de felicidad, de la gloria, color de la sabiduría, color de la armonía, de la cultura, todo esto es el amarillo Asia.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

El amarillo reluce como un relámpago. Por eso es el amarillo el color de lo espontáneo, de la impulsividad. Por su efecto óptimo visto desde lejos e irritante visto desde cerca, el amarillo ha sido adoptado internacionalmente como color de las señales de advertencia.

3.14 LOS EFECTOS DE LAS FORMAS

Las formas elementales que intervienen en casi todas las formaciones bidimensionales y tridimensionales nos provocan determinadas emociones y sensaciones. Según nuestras experiencias espaciales y nuestros hábitos de visión, las estructuras formales comunican diferentes progresiones.

Las formas de los objetos y cosas comunican ideas por ellos mismos, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida son un elemento esencial para un buen diseño.

Hay tres maneras de que la forma realce de su disposición:

- Primero la forma ayuda a sostener el interés del lector, las formas se pueden utilizar para romper la monotonía en una página que contenga mucho texto.
- La forma se utiliza para organizar y separar. Una parte del texto se puede poner sobre una forma con un fondo colorido y agregará variedad a la página.
- Se puede utilizar la forma para conducir el ojo del lector con el diseño. Según las disposiciones, el ojo busca un lugar para comenzar y seguir con el diseño al extremo. La forma puede ayudarle a conservar la atención de éste.

3.14.1 TRIÁNGULO:

Significa estabilidad; es una figura extraordinariamente estable cuando descansa sobre uno de sus lados. No obstante, cuando se inclina hasta sostenerse sobre uno de sus vértices puede que dar en un estado de precario equilibrio o ser inestable. También puede dar la sensación de que algo está cargado de tensión, que es constructivo, dinámico.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

3.14.2 CUADRADO:

Representa lo puro y lo racional. Es una figura estática y neutra, carece de una dirección concreta. Masculino, seguro, duro, frío, racional.

3.14.3 CÍRCULO:

Las connotaciones del círculo son: Femenino, incierto, suave, cálido, emocional.

3.15 EL FORMATO

El formato se define como el tamaño de un impreso, expresado con el número de hojas que comprende cada pliego o indicando la longitud y anchura de la plana. Todo esto se resume al espacio de que se dispone para realizar un diseño.

3.15.1 EL FORMATO DEL TEXTO:

El objetivo del formateado del texto es unir todos los contenidos y convertirlo en un todo homogéneo; presentar las correlaciones del contenido, guiar la vista y facilitar la legibilidad al máximo. El texto se puede presentar en diferentes formas (bloques de texto) según su contenido, con el mismo o diferente color tipográfico. Básicamente, el formato es una combinación de alineación interlineado interletraje o *kerning* y la elección de la tipografía.

3.15.2 ESTRUCTURA DEL FORMATO:

Los formatos pueden tener las siguientes estructuras:

- De una columna: Suele emplearse para libros, mostrando solo el texto, o solo una imagen, o bien una imagen acompañada de texto.
- De dos columnas: Tiene más posibilidades de combinación entre imágenes y textos.
- De tres columnas: Otro formato muy utilizado, sobre todo para la combinación de imágenes y textos, de diferentes tamaños. Se utiliza mucho en publicaciones.
- De cuatro columnas: La utilizan habitualmente periódicos y revistas. Facilitan mucho la composición cuando existe mucho texto.

3.15.3 ALINEACIÓN DEL TEXTO:

Las formas de alineación más usadas son la justificada y la alineación a la izquierda. El bloque cerrado de texto justificado tiene un aspecto estático que reduce el impacto y aumenta la concentración. De ahí que sea una de las formas más populares de alineación. En prensa también se usa el texto justificado; en este caso los diferentes tamaños y posiciones de los bloques de texto son los que crean la dinámica y el ritmo que evitan la fatiga. En el texto justificado, a diferencia de lo que ocurre con otros métodos de alineación, es necesario variar los espacios entre palabras o incluso el interletraje, para igualar la longitud de todas las líneas. Por tanto, las columnas de texto más anchas tienen líneas más largas y dan resultados más satisfactorios que las estrechas. No obstante, si hay una gran cantidad de texto y las líneas son demasiado largas, se hace difícil encontrar la línea siguiente y eso provoca fatiga. Se consideran ideales las líneas de hasta 60 caracteres por línea, el espaciado de las palabras se vuelve demasiado irregular y se aconseja alinear el texto a la izquierda.

El texto alineado a la izquierda o a la derecha debe presentar líneas con ritmo en sus extremos. La formación de escaleras y curvas altera el ritmo. A menudo se hace necesario partir palabras manualmente, aunque ello no debería generar demasiadas particiones seguidas (tres o cuatro líneas seguidas máximo). La alineación a la izquierda se suele usar en la maquetación de poesía, o en los titulares y epígrafes. Debido a su menor legibilidad, el texto alineado a la derecha sólo debería usarse, por ejemplo, para alinear los pies de foto con la imagen correspondiente o en notas al margen cuando el cuerpo del texto está alineado a la izquierda.

El texto centrado puede resultar digno y elegante, pero también estático, conservador, aburrido y poco dinámico. Por ello está justificado en diseños ceremoniales y figurativos. Por el contrario, la alineación asimétrica ofrece un potencial de diseño sustancialmente mayor en cuanto a estructura, contraste y tensión, por lo que da un aspecto más moderno y dinámico. Si se quiere trabajar

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

con texto centrado, también hay que prestar atención a la imagen vertical del bloque de texto, que debe ser más estrecha que ancha.

3.15.4 INTERLINEADO:

Interlineado es un término de la impresión tipográfica que se refiere a las regletas de plomo que se insertaban entre las líneas de texto para espaciarlas de forma precisa. El interlineado se especifica en puntos y hoy se refiere al espacio entre las líneas de un bloque de texto. El interlineado introduce un espacio en el bloque de texto y permite que los caracteres “respiren”, de modo que la información sea más fácil de leer.

Para conseguir un bloque de texto equilibrado y bien espaciado, el interlineado normalmente tienen un cuerpo de letra mayor que el del texto con que va asociado; por ejemplo, un tipo de letra de 12 puntos se puede componer con un interlineado de 14 puntos (+2).

3.15.5 TRACKING:

El tracking o interletraje o prosa se refiere a la cantidad de espacio que separa las letras. Este espacio se puede ajustar para que los caracteres se puedan distinguir más o menos. Reducir el tracking encoge el espacio entre las letras, condensa el texto y puede permitir que quepa más texto en un área dada. No obstante, si se reduce mucho el tracking, las letras empiezan a incrustarse las unas en las otras; igualmente no debería añadirse demasiado espacio entre ellas ya que entonces las letras quedan separadas dentro de las palabras de las que forman parte.

Cuando se compone un texto en negativo ya sea en un bloque negro o de color, se necesita añadir tracking para compensar el corrimiento de la tinta. Los tipos de letra finos pueden tener la apariencia de estar partidos cuando se ponen en negativo, por lo que se utilizan versiones de tipos de letra de mayor grueso.

3.15.6 KERNING:

El kerning se refiere al espacio entre dos letras. Ciertas combinaciones de letras tienen o demasiado espacio o demasiado poco entre ellas, lo que puede ocasionar que algunas palabras sean difíciles de leer, ya que la vista se centra en los errores tipográficos.

Existen dos reglas importantes para ajustar el kerning de un texto:

1. Cuanto mayor es el tipo, más se necesita reducir el espacio para compensar.
2. No se realiza el kerning de los tipos hasta que se han establecido los valores de tracking y la selección de tipos de letra, ya que la cantidad de tiempo necesaria para este ajuste fino podría resultar inútil si hay algún cambio posterior.



CAPÍTULO 4

CONCEPTO DE DISEÑO Y MÉTODO DE BOCETAJE

CAPÍTULO 4

CONCEPTO DE DISEÑO, MÉTODO Y BOCETAJE

4.1 MÉTODO DE DISEÑO:

Para desarrollar de forma efectiva la elaboración de la propuesta gráfica se utilizará el método de 4 etapas:

I. ETAPA RACIONAL: En esta etapa se recopilaron datos e información sobre los(as) niños(as) que residen en las comunidades de *Casa Alianza*, y sobre la estructura de la institución, a través de charlas con los encargados, folletos y se consultó la página web. Esta información es importante porque nos permitirá tener una visión clara y amplia para poder responder satisfactoriamente a las necesidades del grupo objetivo.

II. ETAPA CREATIVA: Luego de investigar sobre la institución y el grupo objetivo se llegó a la conclusión de que es necesaria la realización de un material que instruya a los(as) niños(as) residentes de *Casa Alianza Guatemala*, sobre los derechos y obligaciones que deben cumplirse mientras permanezcan viviendo dentro de la institución. En este caso se acordó realizar una presentación multimedia y un folleto que contenga esta información y que resulte atractivo al grupo objetivo. Este proyecto se realizará bajo el concepto creativo de *Aprendiendo a Dar y Recibir para un mejor mañana*. Se llegó a este concepto luego de una lluvia de ideas que se basó en la información sobre el grupo objetivo y las soluciones que *Casa Alianza* les brinda. Para cumplir con lo propuesto se realizará un proceso de bocetaje hasta lograr un diseño que cumpla con el objetivo.

III. ETAPA CONSTRUCTIVA: En esta etapa se elaborará y presentará el arte final del folleto y también se entregará el CD interactivo finalizado.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

IV. ETAPA EVALUATIVA: La evaluación o validación del material se realizará por medio de una encuesta que permita recolectar, analizar e interpretar datos respecto al grupo objetivo, los elementos gráficos visuales y de la comprensión del mensaje.

4.2 CONCEPTO CREATIVO

Para realizar mi concepto creativo me base en la problemática de mi grupo objetivo y las soluciones que *Casa Alianza* les brinda. Para llegar a una decisión final realicé una tormenta de ideas sobre los problemas que enfrentan estos niños y utilicé la técnica de opuestos para describir la solución que la institución les ofrece.

4.2.1 LLUVIA DE IDEAS:

Niños	Abusos	Hambre
Niñas	Maltrato	Desesperación
Problemas	Heridas	Pobreza
Rebeldía	Analfabetos	Asesinatos
Drogadicción	Adicciones	Enfermedad
Inestabilidad	Confusión	Violencia
Prostitución	Huérfanos	Maras
Drogas	Abandonados	Armas
Contrabando	Llanto	Sociedad
Emigrantes	Muerte	Guerra
Dolor	Desprecio	Desempleo
Tristeza	Maldad	Desintegración
Desesperanza	Robo	Intolerancia
Inseguridad	Traición	Vagancia
Desconfianza	Soledad	Inconciencia
Vulnerables	Enfermedad	Delito
Calle	Frío	

4.2.1 OPUESTOS:

Niño	Adulto	Desconfianza	Confianza
Problema	Solución	Vulnerable	Fuerte
Rebeldía	Obediencia	Calle	Hogar
Drogadicción	Salud	Abusos	Cuidados
Inestabilidad	Estabilidad	Maltrato	Amor
Dolor	Alegría	Heridas	Sanación
Tristeza	Felicidad	Analfabetos	Estudiantes
Desesperanza	Esperanza	Adicción	Libertad
Inseguridad	Seguridad	Confusión	Claridad

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Huérfanos	Familia	Desesperación	Fe
Abandonar	Albergar	Pobreza	Riqueza
Llanto	Risa	Asesinato	Vida
Muerte	Vida	Enfermedad	Salud
Desprecio	Atención	Violencia	Paz
Maldad	Bondad	Maras	Grupos de ayuda
Robar	Dar	Armas	Enseñanzas
Traición	Verdad	Guerra	Paz
Soledad	Compañía	Desempleo	Trabajo
Enfermedad	Salud	Desintegración	Unión
Frío	Calor	Vagancia	Responsabilidad
Hambre	Satisfacción	Inconciencia	Conciencia

De la lluvia de ideas y los opuestos se originaron las siguientes frases:

1. Con amor, sonrisas, y enseñanzas te ayudamos a superar tus problemas
2. Reconciliándote con la vida
3. Ayudándote a sanar
4. Una esperanza para tu vida
5. Fortaleciendo tu futuro
6. Buscando la unión familiar
7. Aprendiendo a cuidarte
8. Venciendo el miedo
9. Trabajo y esfuerzo = un mejor mañana
10. Aprendiendo a Dar y Recibir para un mejor mañana

Luego de revisar las frases se consideró la frase de **Aprendiendo a Dar y Recibir para un mejor mañana** la más apropiada debido a que *Casa Alianza* atiende adolescentes de 12 a 18 años con problemas de drogas o maltrato. Estos niños han enfrentado serios problemas a su corta edad y les es difícil confiar en las demás personas, cuando ingresan a la institución casi siempre están a la defensiva y creen que estar dentro de la organización es un castigo. Si utilizamos la frase de “Aprendiendo a Dar y Recibir” es una forma de decirles yo te brindo mi

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

ayuda y te doy donde vivir si a cambio tu obedeces lo siguiente, convenciéndolos de que el que sigan ciertas normas dentro de la institución, es lo mejor para ellos y su recuperación.

4.3 PROCESO DE BOCETAJE

Para aplicar mi concepto creativo (Dar y Recibir para un mejor mañana) al diseño utilicé fotografías de los residentes de *Casa Alianza Guatemala* en actividades que desarrollan dentro de la institución, en donde se muestran en compañía de sus tutores o compañeros siempre sonrientes, esto connota el bienestar que conlleva cumplir algunas reglas para mejorar su vida.

4.3.1 FOLLETO

Durante el proceso de bocetaje utilicé un formato horizontal, debido a que este tiene más espacio utilizable a lo ancho por lo que pude utilizar más fotografías y crear simetría entre éstas y el texto. Mi idea principal a la hora de bocetar fue crear simetría y simplicidad para que la atención se centre en los textos y su contenido.

Descarté los bocetos que tuvieran demasiados elementos (fig. 1) Las fotografías mas los demás elementos cargaban mucho el diseño.

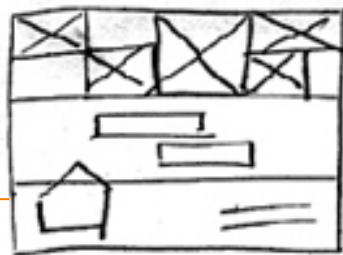


Fig. 1

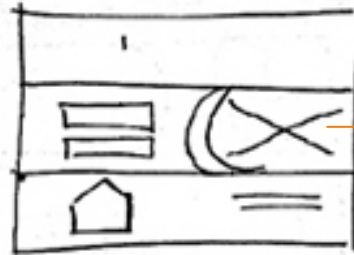


Fig. 2

El círculo (en la figura 2 femenino, incierto, suave) no cuenta con las connotaciones adecuadas a mi concepto y la idea que quiero crear en el diseño.

La posición de elementos no tiene simetría y la posición del logo crea inestabilidad

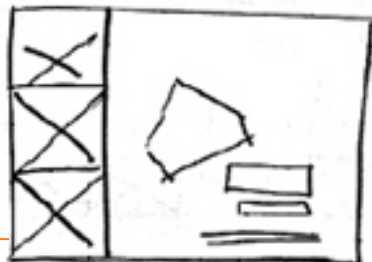


Fig. 3

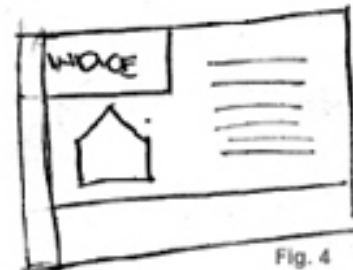


Fig. 4

Uno de los puntos de mi diseño era crear estabilidad por lo que decidí utilizar líneas rectas, cuadrados y rectángulos, como vemos en las figuras 4, 5, 6.

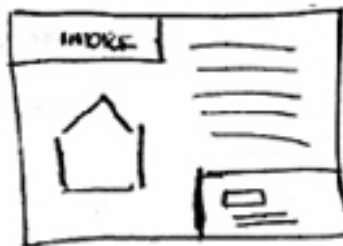


Fig. 5

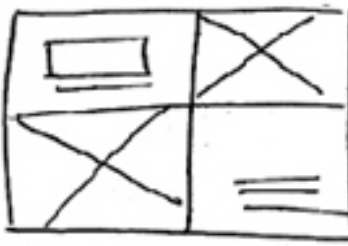


Fig. 6

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Este boceto (Fig. 7) tiene simetría y estabilidad con líneas rectas, crea un espacio limpio y simple.

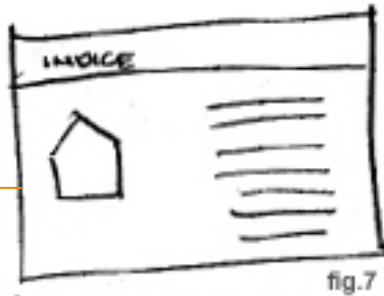


fig.7

Utilicé una parte del logo de Casa Alianza, (Fig. 9), que es la abstracción de una casa, para representar el hogar que Casa Alianza proporciona a los(as) niños (as) de la calle.

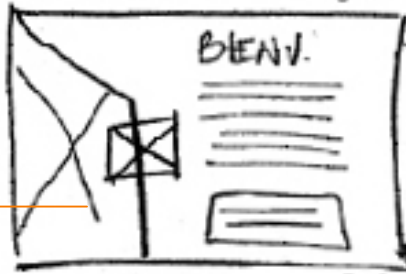


fig.9

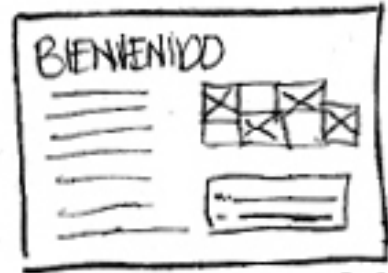


fig.8

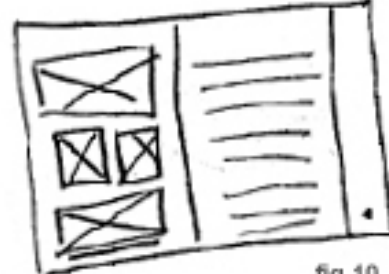


fig.10

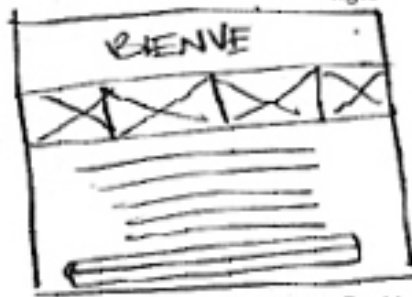


fig.11

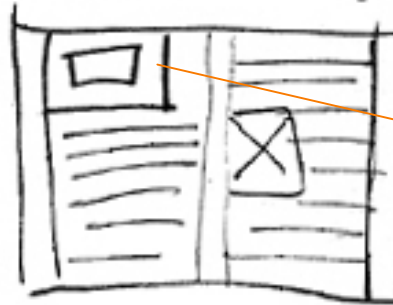


fig.12

De este boceto tomé la idea de utilizar un rectángulo, (Fig.12) para resaltar los títulos y el formato a dos columnas, con texto justificado para facilitar la lectura.

De las figuras 8, 10 y 11 tomé la idea de colocar las fotografías en formato horizontal combinadas con las de formato vertical para crear un rectángulo y así conservar las líneas rectas y estabilidad en el diseño.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

De estos bocetos (Fig. 13/15) tome la idea de utilizar las fotografías al final del texto para no interrumpir la lectura.

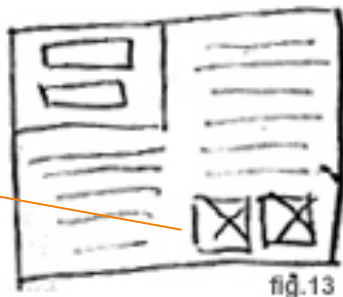


fig.13

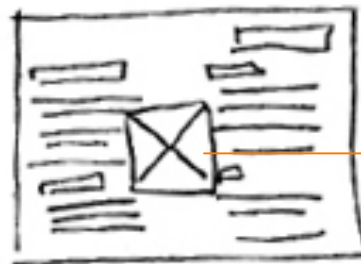


fig.14

La fotografía en medio de la página (Fig.14), en este caso no es funcional porque quedan muchos espacios sin utilizar y debido a que es mucha información. Se ve desordenado.

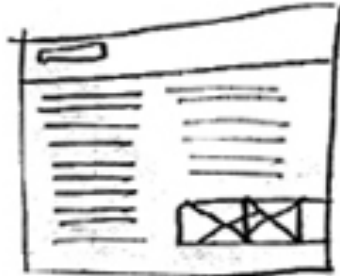


fig.15

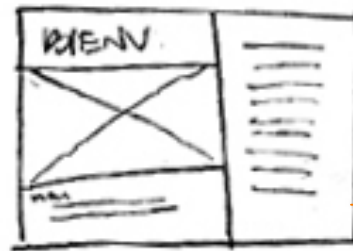


fig.16

Acá (fig.16) vemos líneas rectas, textos justificados, un poco asimétrico pero bastante limpio,

El colocar la abstracción de la casa, como se muestra en la figura 17, crea inestabilidad debido a que descansa solamente sobre una de sus esquinas.

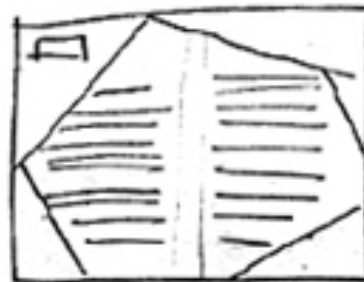


fig.17

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans

Para la realización de los bocetos finales consideré el uso de la *Gill Sans*, pero luego de varios bocetos opté por la *Comic Sans* y la *Century Ghotic*, debido a que mi grupo ojetivo es de baja escolaridad y esta tipografía tiene mucha semejanza con la tipografía manuscrita.

COMIC SANS

Escogí esta tipografía por su carácter amigable y expresivo. Aunque actualmente se mantiene una discusión sobre el uso exagerado que se le ha dado lo cual la ha hecho una de las tipografías no gratas para muchos diseñadores. Aunque también es preferida por muchos otros.

Esta discusión se debe al uso desmedido que se le ha dado, pero en cuanto a funcionalidad es una de las mejores tipografías. Limpia clara y de fácil lectura

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Comic Sans

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Century Ghotic

CENTURY GHOTIC

San Serif con astas descendentes y ascendentes y sin contraste en sus astas. Es uniforme lo que confiere un grado de seriedad e importancia del tema. Al ser una tipografía simétrica provoca cercanía. Según las reglas básicas de percepción⁹ expresa unidad por tener elementos de igual luminosidad según sus formas, lo que las hace legibles.

⁹ Pina Lewandowsky, Francis Zeischegg; Guía Práctica de Diseño Digital: Parramón

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

En cuanto colores empleé el azul para representar calma y satisfacción. Es un color relacionado con la calma, con un estado de paz y satisfacción, por lo que lo considero un color adecuado para mi grupo objetivo

Realicé bocetos combinándolo con celeste, pero lo descarté por su falta de contraste y fuerza y aunque el celeste tiene connotaciones positivas, no proyecta mayor atractivo y el diseño se ve monótono.

El magenta, se caracteriza por simbolizar la guerra, la pasión y el amor, por lo que no lo considero adecuado para transmitir el mensaje que deseo.

El verde representa la naturaleza y el medio ambiente, por no tener relación con el tema del proyecto no lo utilicé en mis bocetos finales.



Para los bocetos finales utilicé el color naranja que representa entusiasmo y euforia, amistad. El naranja expresa entusiasmo, es animoso, cálido y brillante.



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

BOCETOS FINALES



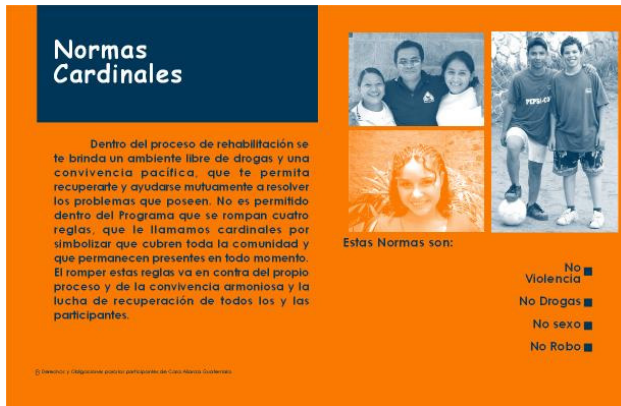
Bienvenido(a)

Nuestro deseo es ayudarte y acompañarte a superar el problema por el que estás atravesando en este momento, si es la primera vez que estás con nosotros debes de saber que esta es la casa de todos los niños, niñas y adolescentes que se están esforzando para mejorar su forma de vida, recuerda que todos los adultos que estamos en la Comunidad estamos para escucharte, apoyarte y acompañarte en la toma de decisiones que te permita salir adelante.

Te invitamos a aprovechar el tiempo que compartirás con nosotros ya que te permitirá crecer y reeducarte, la clave para rehabilitarte es la Honestidad y tener en todo tiempo la voluntad de cambio, ánimo y no desfallecer a pesar de los obstáculos.

Nombre: _____
 Edad: _____ Fecha de Ingreso: _____

El naranja es el complementario del azul. El azul es el color de lo espiritual, de la reflexión y la calma y su polo opuesto, el naranja, representa las cualidades contrarias. Decía Van Gogh: *“No hay naranja sin azul”*; quería decir que el efecto del naranja es máximo cuando está rodeado de azul.¹⁰ También utilicé el blanco que representa la unidad, significa paz, pureza, inocencia y positivismo



Normas Cardinales

Dentro del proceso de rehabilitación se te brinda un ambiente libre de drogas y una convivencia pacífica, que te permita recuperarte y ayudarse mutuamente a resolver los problemas que poseen. No es permitido dentro del Programa que se rompan cuatro reglas, que le llamamos cardinales por simbolizar que cubren toda la comunidad y que permanecen presentes en todo momento. El romper estas reglas va en contra del propio proceso y de la convivencia armoniosa y la lucha de recuperación de todos los y las participantes.

Estas Normas son:

- No Violencia ■
- No Drogas ■
- No sexo ■
- No Robo ■



Filosofía de la Vida

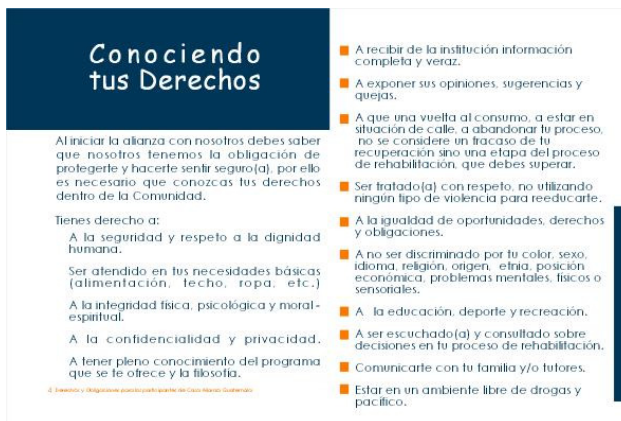
Hoy estoy dispuesto(a) a cambiar
 Mi cambio siempre sera constante
 No existe obstaculos ni barreras que me detengan

Con **esfuerzo y dedicación**
 Me ayudo y ayudo a los demas
 Es satisfactorio encontrarme cada dia más conmigo mismo y mi realidad

Tan solo con **educación** un hombre y una mujer pueden llegar a superarse
 Todos tenemos tiempo para todo
 para nacer, para crecer, para fallar, para remediar y
 para volver a nacer como una persona positiva

Soy único(a), fuerte y
mi voluntad de cambio siempre será más fuerte
 que cualquier dificultad aquí y ahora hoy mañana y por siempre

iVive!

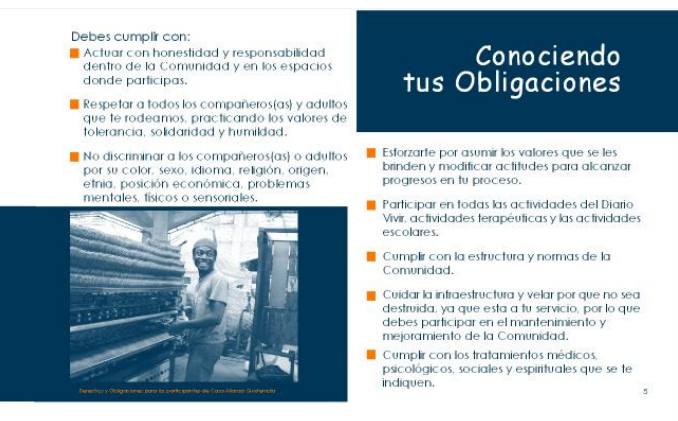
Conociendo tus Derechos

Al iniciar la alianza con nosotros debes saber que nosotros tenemos la obligación de protegerte y hacerte sentir seguro(a), por ello es necesario que conozcas tus derechos dentro de la Comunidad.

Tienes derecho a:

- A la seguridad y respeto a la dignidad humana.
- Ser atendido en tus necesidades básicas (alimentación, techo, ropa, etc.)
- A la integridad física, psicológica y moral-espiritual.
- A la confidencialidad y privacidad.
- A tener pleno conocimiento del programa que se te ofrece y la filosofía.

- A recibir de la institución información completa y veraz.
- A exponer sus opiniones, sugerencias y quejas.
- A que una vuelta al constringo, a estar en situación de calle, a abandonar tu proceso, no se considere un fracaso de tu recuperación sino una etapa del proceso de rehabilitación, que debes superar.
- Ser tratado(a) con respeto, no utilizando ningún tipo de violencia para reeducarte.
- A la igualdad de oportunidades, derechos y obligaciones.
- A no ser discriminado por tu color, sexo, idioma, religión, origen, etnia, posición económica, problemas mentales, físicos o sensoriales.
- A la educación, deporte y recreación.
- A ser escuchado(a) y consultado sobre decisiones en tu proceso de rehabilitación.
- Comunicarte con tu familia y/o tutores.
- Estar en un ambiente libre de drogas y pacífico.



Conociendo tus Obligaciones

Debes cumplir con:

- Actuar con honestidad y responsabilidad dentro de la Comunidad y en los espacios donde participas.
- Respetar a todos los compañeros(as) y adultos que te rodeamos, practicando los valores de tolerancia, solidaridad y humildad.
- No discriminar a los compañeros(as) o adultos por su color, sexo, idioma, religión, origen, etnia, posición económica, problemas mentales, físicos o sensoriales.

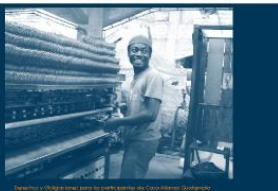
■ Esforzarte por asumir los valores que se les brindan y modificar actitudes para alcanzar progresos en tu proceso.

■ Participar en todas las actividades del Diario Vivir, actividades terapéuticas y las actividades escolares.

■ Cumplir con la estructura y normas de la Comunidad.

■ Cuidar la infraestructura y velar por que no sea destruida, ya que esta a tu servicio, por lo que debes participar en el mantenimiento y mejoramiento de la Comunidad.

■ Cumplir con los tratamientos médicos, psicológicos, sociales y espirituales que se te indiquen.



¹⁰ Eva heller: psicología del color: Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, SA

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala



Indice

■ Bienvenida	1
■ Principios	2-3
Urgencia y Acceso	
Santuario	
Comunicación de Valores	
Estructura	
Opción	
■ Conociendo Tus Derechos	4
■ Conociendo Tus Obligaciones	5
■ Llamadas Telefónicas	6
■ Niveles	7
Integración	
Reconocimiento	
Comunidad Terapéutica Independiente	
■ Normas Cardinales	8
■ Filosofía	9

Llamadas Telefónicas y Visitas

Al ingreso tienes el derecho de comunicarte con tu familia y/o tutores. En el nivel de Reconocimiento las llamadas y las visitas a familiares son un privilegio que se asigna los domingos cada 15 días. Este privilegio puede ser cancelado debido a comportamientos y actitudes inadecuadas o por considerar que la interacción con la familia y/o tutores no es beneficiosa en ese momento para ti.

Previo a las visitas o llamadas, el Equipo de Salud Integral hará una evaluación, junto con el/la educador/a que tengas asignado, para establecer si es viable realizarla. La persona encargada de otorgar las llamadas será la trabajadora sociofamiliar y en casos especiales psicología y coordinación. Las llamadas telefónicas serán supervisadas por un adulto. No podrás hacer la llamada tu solo(a).

© Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala.

Las visitas se nomarán por el siguiente horario:

Comunidad de Niños y Comunidad de Jóvenes Madres e Infantes
Domingos: de 14:00 a 17:00 horas

Comunidad de Niños y Adolescentes
Domingos de 9:00 a 17:00 horas.

En los casos que han sido referidos por juzgado, la familia debe solicitar el permiso correspondiente ante el juzgado y deberán acordar con el personal del programa de RFS el momento más oportuno para realizar la visita.


En las visitas que necesiten ser supervisadas, un educador (a), trabajadora social o psicóloga te acompañará mientras recibas la visita de tu familia.

Tu familia no podrá dejarte objetos de valor o dinero. A partir del Nivel de Reconocimiento rasgo III Autoafirmación, se permite la Terapia de Reinserción Social, previa evaluación del Equipo de Salud Integral.

Principios

- 1. Urgencia y Acceso**
Se refiere a los aspectos que hay que cubrir de manera inmediata en los niños(as) que solicitan ayuda a Casa Alianza. Inmediatamente, y sin preguntas ni más trámite que su aceptación, nosotros les proveemos sus necesidades básicas - una alimentación nutritiva, una ducha, ropa limpia, atención médica y un lugar seguro lejos de los peligros de la calle. El principio de Urgencia, como primer mandato de la filosofía, inicia el proceso de la Alianza.
- 2. Santuario**
Santuario es la confianza que tu depositas en los educadores, equipo y en todos los adultos que te rodean esta información será reservada respetando tu derecho a la privacidad.
El santuario, significa entonces que todo lo que nos contes quedara en secreto, implica el respeto incondicional a tu intimidad y no juzgaremos tus acciones. Únicamente con tu consentimiento se podrá compartir alguna información que podría ser útil a otro miembro del equipo para ayudarte.
- 3. Comunicación de Valores**
Nosotros te enseñamos por medio del ejemplo, que las relaciones están basadas en la verdad, el respeto y la honestidad. Los valores que propagamos tienen que ver con el respeto, la solidaridad, la honestidad, la sinceridad, la justicia, la responsabilidad, el amor, etc.

© Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala.



- 4. Estructura**
Nosotros les ofrecemos un plan estructurado que les da la estabilidad que necesitan para poder concentrarse en su futuro. La estructura en Casa Alianza se basa en los principios, lineamientos, normas, límites y acuerdos que hacen posible que todo se realice en orden.
- 5. Opción**
Opción significa que estas en libertad de decidir hacer una alianza, asumiendo tu proceso de manera responsable, siendo tú el que tome sus propias decisiones y no por imposición, decidas cambiar tu vida.

© Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala.

Misión

Servir a los niños desamparados que sufren en la calle protegerlos con respeto absoluto y amor incondicional. Nuestros esfuerzos en Casa Alianza son un signo de la presencia de Dios actuando por el espíritu Santo dentro de nosotros y nuestros niños.

Visión

En Casa Alianza / Covenant House América Latina nuestra visión es seguir proporcionando refugio y servicios para niñas, niños y jóvenes sin hogar o que viven en riesgo, con un espíritu de programas de puertas abiertas, los servicios serán ofrecidos a todas las niñas, niños y jóvenes que buscan ayuda, priorizando y comprometidos de manera especial con aquellos que no tienen a su alcance otros servicios.

Haremos todos los esfuerzos para que las niñas, niños y jóvenes se reúnan con sus familias.

Colaboraremos con las organizaciones comunitarias y con asociaciones, participando activamente en los esfuerzos de la comunidad para mejorar las condiciones de las familias y de los niños y niñas.

Abogaremos con los jóvenes y niñas, y en su representación, para que la comunidad tome conciencia de su sufrimiento.

Nuestras actividades están basadas en la fe y en la creencia de que todas las niñas, niños y jóvenes tienen derecho al amor y al respeto.

Nuestra verdadera preocupación por ellos, y nuestra espiritualidad - no sólo de manera individual sino también de manera compartida - impregnará todas nuestras actividades.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

4.3.2 PRESENTACIÓN MULTIMEDIA:

Durante el bocetaje para la presentación multimedia, al igual que en el folleto quise conservar la simplicidad para que la atención se centre en su contenido. Durante la presentación se irá narrando el contenido para aquellos(as) niños(as) que no saben leer. Y nuevamente apliqué mi concepto creativo (Dar y Recibir para un mejor mañana) a través de las fotografías.

El orden de la presentación multimedia será el siguiente:

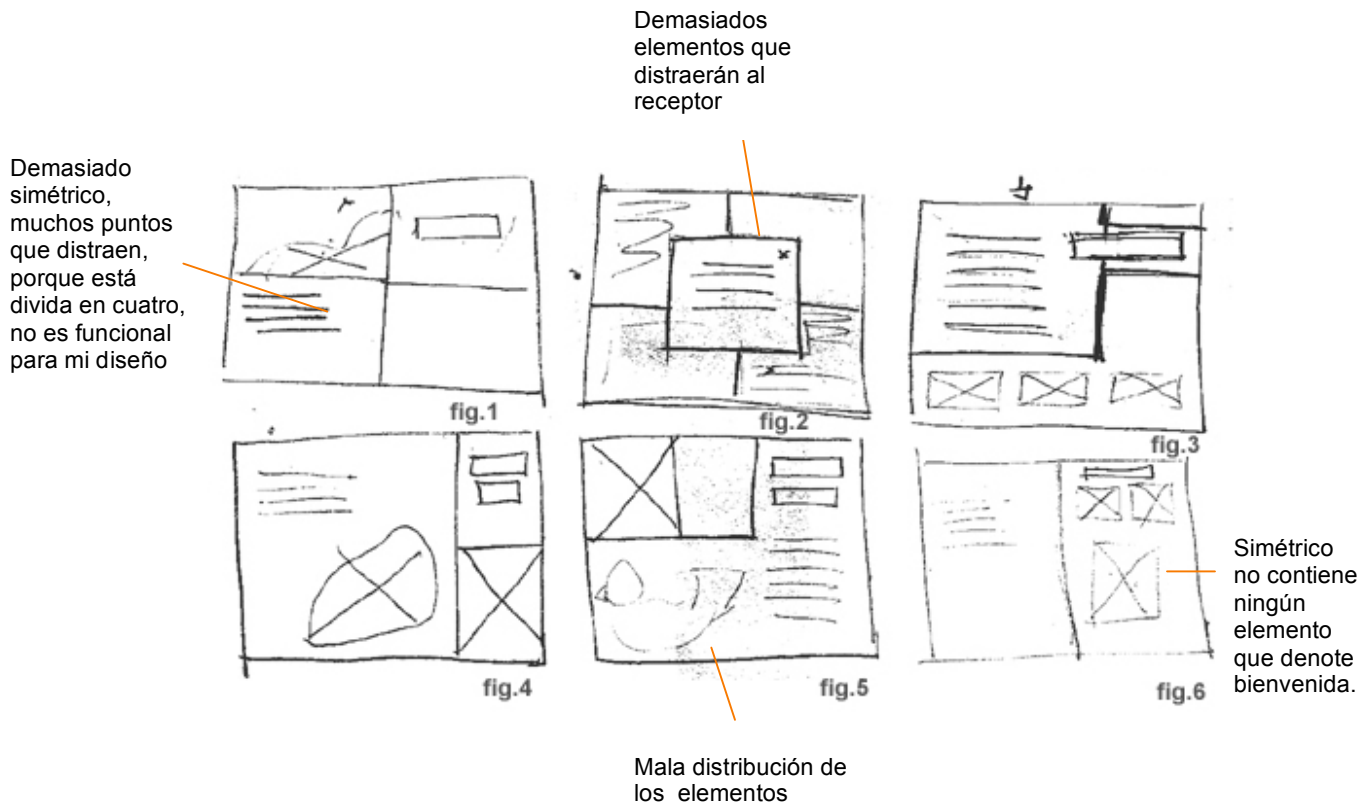
- Primero entramos a una pantalla que da la bienvenida, ésta contará con un menú, que nos permitirá trasladarnos a la Misión de la institución, y otros dos botones que nos llevarán a la pantalla en donde se exponen los derechos y las obligaciones.
- En la pantalla de la Misión también se verá el menú que nos trasladará a los derechos y obligaciones.
- En la pantalla de derechos y obligaciones habrá un menú que nos permitirá retroceder y adelantar a cada uno de los puntos expuestos.



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Para el diseño de la presentación quise crear un ambiente de familiaridad, debido a que al llegar a *Casa Alianza*, lo primero que verán será la presentación antes de que se les entregue el folleto, por lo que quise representar en mi diseño algo más cálido y familiar.

Debido a esto decidí utilizar en menor medida los cuadrados y las líneas rectas y descarté todos los bocetos que las contenían y también aquellos que por la posición de su forma crearan inestabilidad.



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Los círculos no contienen ninguna connotación que me ayude en el diseño



La forma gráfica puede tener voluntad expresiva cuando se crea con esa finalidad, moldeando la forma hasta expresar con ella algo más de lo que estrictamente es.¹¹

De la figura 15 tomé la idea de utilizar la abstracción de una parte del logotipo de Casa Alianza, que se asemeja a una casa como la que los niños regularmente aprenden a pintar. Una casa representa un hogar y Casa Alianza ofrece un hogar para los niños desamparados que viven en la calle.

¹¹ Rafael Rafols/Antoni Colomer: Diseño Audiovisual: GG Diseño

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Debido a sus características de uniformidad y simetría, utilicé la tipografía de *Century Ghotic* y *Comic Sans* para los textos que contiene la presentación.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890**

Century Ghotic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890**

Comic Sans

Al igual que en el folleto, para bocetos finales para la presentación multimedia utilicé el color naranja que representa entusiasmo y euforia, amistad.



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

BOCETOS FINALES

Para el bocetaje final de la presentación multimedia utilicé la abstracción de la casa que contiene el logotipo de *Casa Alianza* para representar el hogar que les ofrece a todos los niños y niñas.



La presentación inicia con una pantalla que da la Bienvenida.

Este menú nos permitirá movernos a través de toda la presentación.

Mi concepto creativo se ve a través de las fotografías que muestran a los(as) niños(as) en actividades que desarrollan dentro de la institución que denota el bienestar que conlleva seguir ciertas normas para poder convivir en un ambiente agradable y seguro en donde aprenderán desenvolverse en diligencias que les ayudarán a mejorar su futuro. Para las fotografías utilicé una aplicación con apariencia parecida a las fotos instantáneas (polaroid) para darle un toque más despreocupado y familiar.



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala



Aquí aparece nuevamente el menú para facilitar el desplazamiento hacia cualquier pantalla en la presentación.

“La tipografía es un elemento esencial como recurso visual y la palabra como recurso auditivo.



El texto oral por su gran capacidad de transmitir información y por la fuerza de la modulación de la voz se convierte en protagonista siempre que esté presente.”¹²

Los Derechos y Obligaciones serán narrados uno a uno por un locutor.

¹² Rafael Rafols/Antoni Colomer: Diseño Audiovisual: GG Diseño



CAPÍTULO 5

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

CAPÍTULO 5

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

5.1 COMPROBACIÓN DE EFICACIA DE LAS PIEZAS

5.1.1 TÉCNICA A UTILIZAR: LA ENCUESTA:

Para realizar la comprobación de la eficacia de la pieza se utilizó la encuesta. Además se contó con la presencia de la directora de salud integral para la observación de la reacción de los niños durante la presentación y la lectura del folleto.

Luego se tomó nota sobre los comentarios de la directora sobre lo observado en la prueba, estos comentarios se tomaron en cuenta para realizar modificaciones en el diseño de la presentación y el folleto.

El cuestionario consta de una página con diez preguntas, las cuales están divididas en dos partes: cinco preguntas para la comprobación del folleto y cinco preguntas para la comprobación de la presentación multimedia. (Ver anexos)

5.1.2 PERFIL DEL INFORMANTE:

Niños y niñas adolescentes de 12 a 18 años, de nivel socioeconómico C,D,E, que se encuentran viviendo dentro de las instalaciones de *Casa Alianza Guatemala*, con bajo nivel académico, problemas de adicción, prostitución, abuso o familias desintegradas.

Casa Alianza en su programa Residencial cuenta con tres niveles de servicio, tanto en la comunidad de niños y como en la de niñas. Cuando realicé mi comprobación dentro de la institución estaban residiendo ochenta participantes, treinta y ocho niñas, y cuarenta y dos niños.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Mi proyecto está dirigido principalmente, no exclusivamente, a los(as) niños(as) que se encuentran en el nivel uno, los cuales acaban de ingresar a la institución. Es por ello que mi muestra para realizar la encuesta es de treinta niños y treinta niñas.

5.1.3 RESULTADOS OBTENIDOS:

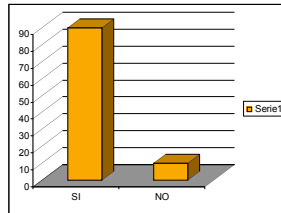
- Los resultados obtenidos demostraron la eficacia de las piezas, los encuestados comprendieron claramente el mensaje y se mostraron interesados en el tema de la presentación.
- Los(as) niños(as) destacaron que les resultó sencillo comprender el tema presentado de esta forma.
- Comentaron su interés en que este tipo de materiales sigan produciéndose.
- La directora de salud integral consideró adecuado el lenguaje que se utilizó para dirigirse a los niños.
- Se observó que el uso de la fotografía resultó ser uno de los mayores atractivos del diseño.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

GRÁFICAS

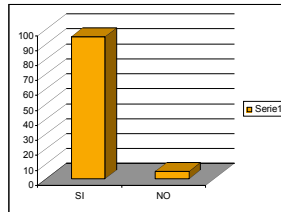
Validación del Folleto de apoyo:

- 1 ¿Te es cómoda la lectura del folleto? 93% SÍ
7% NO



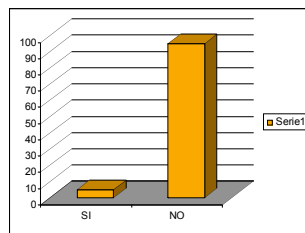
- 2 ¿Te gustaría que se realicen más materiales como éste para otros temas?

95% SÍ
5% NO



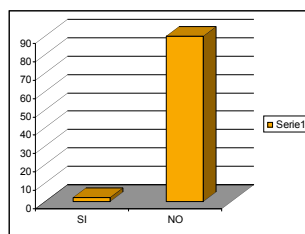
- 3 ¿En algún momento te sentiste confundido con el orden de la lectura?

93% NO
7% SÍ



- 4 ¿Alguna figura o foto te interrumpió la lectura?

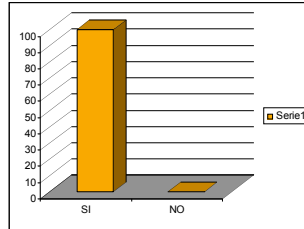
96% NO
4% SÍ



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

5 ¿Te gusta el folleto?

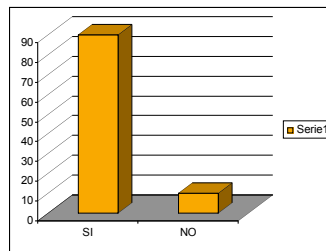
100% SÍ
0% NO



Validación de la presentación Multimedia:

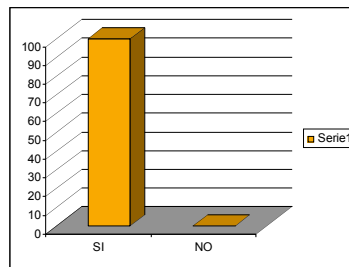
1 ¿Puedes ver bien el texto en la pantalla?

91% SÍ
9% NO



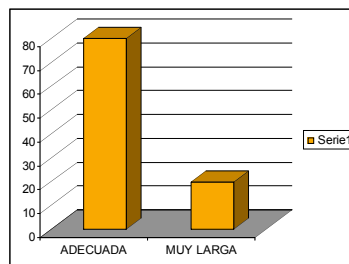
2 ¿Escuchaste el sonido de la presentación claramente?

100% SÍ
0% NO



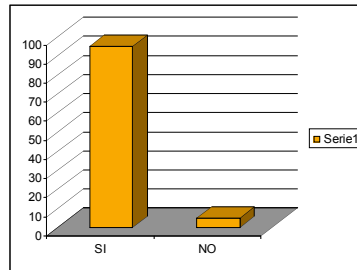
3 ¿La duración de la presentación te parece?

85% adecuada
15% muy larga



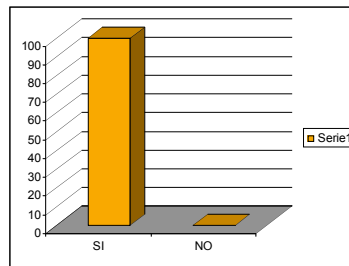
Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

- 4 ¿Fue más fácil para ti comprender la información presentada de esta forma?
92% SÍ
8% NO



- 5 ¿Te gusta la presentación?

100% SÍ
0% NO



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

5.2 PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN:

Mas allá de un fin estético, todo material gráfico y audiovisual tiene como fin comunicar y para lograrlo se deben aplicar correctamente los recursos gráficos, colores, tipografías etc., esto nos permitirá hacer llegar el mensaje al receptor de una forma clara y eficiente.

5.2.1 Fundamentación Folleto:

Aprendiendo a DAR Y RECIBIR
Para un mejor mañana

Bienvenido(a)

Nuestro deseo es ayudarte y acompañarte a superar el problema por el que estás atravesando en este momento. Si es la primera vez que estás con nosotros debes de saber que esta es la casa de todos los niños, niñas y adolescentes que se están esforzando para mejorar su forma de vida, recuerda que todos los adultos que estamos en la Comunidad estamos para escucharte, apoyarte y acompañarte en la forma de decisiones que te permita salir adelante.

Te invitamos a aprovechar el tiempo que compartas con nosotros ya que te permitirá crecer y mejorarte, la clave para retabilitarte es la libertad y tener en todo tiempo la voluntad de cambio, ánimo y no desfallecer a pesar de los obstáculos.

Nombre: _____
Edad: _____ Fecha de Ingreso: _____

Indice

- Bienvenida 1
- Principios 2-3
 - Urgencia y Acceso
 - Sanctuario
 - Comunicación de Valores
 - Estructura
 - Opción
- Conociendo Tus Derechos 4
- Conociendo Tus Obligaciones 5
- Llamadas Telefónicas 6
- Niveles 7
 - Integración
 - Reintegración
 - Comunidad Terapéutica Independiente
- Normas Cardinales 8
- Filosofía 9

Filosofía de la Vida

Hoy estoy dispuesto(a) a cambiar
Mi cambio siempre será constante
No existe obstáculos ni barreras que me detengan
Con esfuerzo y dedicación
Me ayudo y ayudo a los demás
Es satisfactorio encontrarme cada día más conmigo mismo y mi realidad.
Tan solo con **educación** un hombre y una mujer pueden llegar a superarse
Todos tenemos tiempo para todo
para nacer, para crecer, para fallar, para remediarse y
para volver a nacer como una persona positiva
Soy único(a), fuerte y
mi voluntad de cambio siempre será más fuerte
que cualquier dificultad aquí y ahora hoy mañana y por siempre
¡Vive!

Principios

1. Urgencia y Acceso
Se refiere a los aspectos que hay que cubrir de manera inmediata en los niños(as) que solicitan ayuda a Casa Alianza. Inmediatamente, y sin preguntas ni más trámite que su aceptación, nosotros les proveemos sus necesidades básicas - una alimentación nutritiva, una ducha, ropa limpia, atención médica y un lugar seguro lejos de los peligros de la calle. El principio de Urgencia, como primer mandato de la filosofía, inicia el proceso de la Alianza.

2. Santuario
Santuario es la confianza que tu depositas en los educadores, equipo y en todos los adultos que te rodean esta información será reservada respetando tu derecho a la privacidad.
El santuario, significa entonces que todo lo que nos contes quedará en secreto, implica el respeto incondicional a tu intimidad y no juzgaremos tus acciones. Únicamente con tu consentimiento se podrá compartir alguna información que podría ser útil a otro miembro del equipo para ayudarte.

3. Comunicación de Valores
Nosotros te enseñamos por medio del ejemplo, que las relaciones están basadas en la verdad, el respeto y la honestidad. Los valores que propagamos tienen que ver con el respeto, la solidaridad, la honestidad, la sinceridad, la justicia, la responsabilidad, el amor, etc.

4. Estructura
Nosotros les ofrecemos un plan estructurado que les da la estabilidad que necesitan para poder conciliarlo en su futuro. La estructura en Casa Alianza se basa en los principios, lineamientos, normas, límites y acuerdos que hacen posible que todo se realice en orden.

5. Opción
Opción significa que estás en libertad de decidir hacer una alianza, asumiendo tu proceso de manera responsable, siendo tú el que tome sus propias decisiones y no por imposición decididas cambiar tu vida.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Conociendo tus Derechos

Al iniciar la alianza con nosotros debes saber que nosotros tenemos la obligación de protegerle y hacerte sentir seguro(a), por ello es necesario que conozcas tus derechos dentro de la Comunidad.

Tienes derecho a:

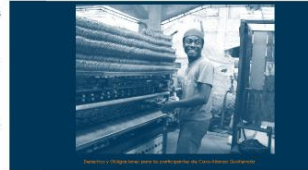
- A la seguridad y respeto a la dignidad humana.
- Ser atendido en tus necesidades básicas (alimentación, techo, ropa, etc.)
- A la integridad física, psicológica y moral-espiritual.
- A la confidencialidad y privacidad.
- A tener pleno conocimiento del programa que se le ofrece y la filosofía.

© Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala

- A recibir de la institución información completa y veraz.
- A exponer sus opiniones, sugerencias y quejas.
- A que una vuelta al consumo, a estar en situación de calle, a abandonar el proceso, no se considere un fracaso de la recuperación sino una etapa del proceso de rehabilitación, que debes superar.
- Ser tratado(a) con respeto, no utilizando ningún tipo de violencia para reeducarte.
- A la igualdad de oportunidades, derechos y obligaciones.
- A no ser discriminado por tu color, sexo, idioma, religión, origen, etnia, posición económica, problemas mentales, físicos o sensoriales.
- A la educación, deporte y recreación.
- A ser escuchado(a) y consultado sobre decisiones en tu proceso de rehabilitación.
- Comunicarte con tu familia y/o tutores.
- Estar en un ambiente libre de drogas y pacífico.

Debes cumplir con:

- Activar con honestidad y responsabilidad dentro de la Comunidad y en los espacios donde participas.
- Respetar a todos los compañeros(as) y adultos que te rodeamos, practicando los valores de tolerancia, solidaridad y humildad.
- No discriminar a los compañeros(as) o adultos por su color, sexo, idioma, religión, origen, etnia, posición económica, problemas mentales, físicos o sensoriales.



Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala

Conociendo tus Obligaciones

- Esforzarte por asumir los valores que se les brinden y modificar actitudes para alcanzar progresos en tu proceso.
- Participar en todas las actividades del Diario Vivir, actividades terapéuticas y las actividades escolares.
- Cumplir con la estructura y normas de la Comunidad.
- Cuidar la infraestructura y velar por que no sea dañada, ya que está a tu servicio, por lo que debes participar en el mantenimiento y mejoramiento de la Comunidad.
- Cumplir con los tratamientos médicos, psicológicos, sociales y espirituales que se te indiquen.

5

Llamadas Telefónicas y Visitas

Al ingreso tienes el derecho de comunicarte con tu familia y/o tutores. En el nivel de Reconocimiento las llamadas y las visitas a familiares son un privilegio que se otorga los domingos cada 15 días. Este privilegio puede ser cancelado debido a comportamientos y actividades inadecuadas o por considerar que la interacción con la familia y/o tutores no es beneficioso en ese momento para ti.

Previo a las visitas o llamadas, el Equipo de Salud Integral hará una evaluación, junto con el/la educador/a que tengas asignado, para establecer si es viable realizarla. La persona encargada de otorgar las llamadas será la trabajadora sociofamiliar y en casos especiales psicología y coordinación. Las llamadas telefónicas serán supervisadas por un adulto. No podrás hacer la llamada tu solo(a).

© Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala

Las visitas se nomarán por el siguiente horario:

- Comunidad de Niños y Comunidad de Jóvenes Madres e Infantes Domingos de 14:00 a 17:00 horas
- Comunidad de Niños y Adolescentes Domingos de 7:00 a 17:00 horas

En los casos que han sido referidos por juzgado, la familia debe solicitar el permiso correspondiente ante el juzgado y deberán acordar con el personal del programa de RFE el momento más oportuno para realizar la visita.

En las visitas que necesiten ser supervisadas, un educador (a), trabajador social o psicólogo le acompañará mientras recibas la visita de tu familia.

Tu familia no podrá dejarte objetos de valor o dinero. A partir del Nivel de Reconocimiento rango III Autoafirmación, se te permite la Terapia de Reintegración Social, previa evaluación del Equipo de Salud Integral.

Nivel I: Integración

En este nivel conoces toda la estructura de la Comunidad, es un tiempo para que nos conozcas y nosotros a ti, y hacer que te sientas parte de la familia de Casa Alianza.

Este nivel se divide en cuatro rasgos: Diagnóstico, Adaptación, Estabilidad, Pertinencia

Nivel II: Reconocimiento

Este es un nivel donde podrás conocerte mejor, identificar tus fortalezas, debilidades, conocer todo aquello que está fuera de ti que provoca que consumas, te pongas triste, enojado(a), con deseos de estar solo(a) o buscar refugio en personas que te inducen a comportarte de manera agresiva e irresponsable con tu vida, no practicando los valores. Podrás involucrarte en el aprendizaje de un oficio y/o trabajar dependiendo de tu edad.

Este se divide en cuatro rasgos: Autoconocimiento, Autoaceptación, Autoafirmación, Crecimiento

Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala

Niveles

- Integración
- Reconocimiento
- Comunidad Terapéutica Independiente

Nivel III: Comunidad Terapéutica Independiente

Al estar en este nivel te sientes ya muy fuerte no solo físicamente sino por dentro y este tiempo que estarás en el nivel III te ayudará a terminar de plantear tu nuevo estilo de vida.

Este nivel tiene cuatro rasgos:

- Fortalecimiento
- Consolidación
- Autonomía
- Reintegración



Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala

Normas Cardinales

Dentro del proceso de rehabilitación se te brinda un ambiente libre de drogas y una convivencia pacífica, que te permita recuperarte y ayudarse mutuamente a resolver los problemas que poseen. No es permitido dentro del Programa que se rompan cuatro reglas, que le llamamos cardinales por simbolizar que cubren toda la comunidad y que permanecen presentes en todo momento. El romper estas reglas va en contra del propio proceso y de la convivencia armoniosa y la lucha de recuperación de todos los y las participantes.

© Derechos y Obligaciones para los participantes de Casa Alianza Guatemala



Estas Normas son:

- No Violencia
- No Drogas
- No sexo
- No Robo

Misión

Servir a los niños desamparados que sufren en la calle, protegerlos con respeto absoluto y amor incondicional. Nuestros esfuerzos en Casa Alianza son un signo de la presencia de Dios actuando por el espíritu santo dentro de nosotros y nuestros niños.

En Casa Alianza / Covenant House América Latina nuestra visión es seguir proporcionando refugio y servicios para niñas, niños y jóvenes sin hogar a que viven en riesgo, con un espíritu de programas de puertas abiertas, los servicios serán ofrecidos a todos los niñas, niños y jóvenes que buscan ayuda, priorizando y comprometiéndonos de manera especial con aquellos que no tienen a su alrededor otros servicios.

Haremos todos los esfuerzos para que las niñas, niños y jóvenes se reintegren con sus familias, colaboraremos con las organizaciones comunitarias y con asociaciones, participando activamente en los esfuerzos de la comunidad para mejorar las condiciones de las familias y de los niños y niñas. Abogaremos con los jóvenes y niñas, y en su representación, para que la comunidad tome conciencia de su sufrimiento. Nuestras actividades están basadas en la fe y en la creencia de que todas las niñas, niños y jóvenes tienen derecho al amor y al respeto. Nuestra verdadera preocupación por ellos, y nuestra espiritualidad - no sólo de manera individual sino también de manera compartida - impregnará todas nuestras actividades.

Visión

Según Willi Kunz en su libro *Tipografía: Macro y micro estética*, el objetivo del

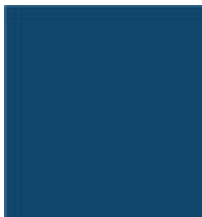
diseño tipográfico es comunicar información y la mejor forma de alcanzarlo es utilizando una tipografía sencilla y clásica, por lo cual en la diagramación de el folleto utilicé: el tipo *Century Gothic* para los textos por ser simétrica y ordenada y *Comic Sans* para los

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

títulos y subtítulos, ambas muy parecidas a la escritura manuscrita infantil por lo cual es apropiada para mi grupo objetivo debido a su baja escolaridad.

El concepto de “dar y recibir para un mejor mañana” se puede percibir por medio de las fotografías en las que se puede ver a los niños siempre acompañados y sonrientes en actividades tanto de recreación y educación, actividades que les ayudarán a mejorar su futuro.

Se utilizaron fotografías de adolescentes que estuvieron dentro de la comunidad de *Casa Alianza* y ya están recuperados o van avanzados en su rehabilitación, lo cual puede servir de aliciente a los que todavía están intentando rehabilitarse.



El color debido a sus connotaciones psicológicas juega un papel importante en la transmisión del mensaje; el naranja con el azul crea un contraste de color cálido-frío. El azul es pasivo, serio.

El naranja es calidez, ánimo y alegría, características muy apropiadas para el grupo objetivo, porque se desea que tome en serio toda la información, pero que al mismo tiempo se sienta con ánimo para cumplirla y lo vea como algo divertido y así pueda aceptar el seguir las reglas.



Al utilizar esta gama de colores se redujo el costo de reproducción, ya que se utilizan solamente dos tintas para la impresión. Para mantener la uniformidad en todas las piezas se utilizarán colores especiales (Pantones).

CARACTERÍSTICAS:

- Tamaño:** 8.5 x 5.5 pulgadas
- Impresión:** A Dos colores, Tiro y Retiro
(Pantone 302 CVC y Pantones 1375 CVC)
- Tipografía:** Titulares *Comic Sans Bold*, 24 pts.
Sub-títulos: *Comic Sans Bold*, 12 pts.
Contenido: *Century Ghotic*, 10 pts.
- Páginas:** 12 páginas (*incluyendo portada y contra-portada*)

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

5.2 Fundamentación Presentación Multimedia

La presentación multimedia, al igual que el folleto, tiene el fin de comunicar a los niños y niñas residentes de *Casa Alianza Guatemala*, sus obligaciones y derechos dentro del hogar que la institución les ofrece. Esta se realizará para aquellos niños que no sepan leer o tengan dificultad con la lectura, ya que cada punto será narrado por un locutor, lo que les facilitará la comprensión del mensaje.

En el diseño audiovisual los significados pueden transmitirse de una manera explícita tanto a través de los signos verbales del texto escrito, como a través de su pronunciación en el habla. Cuando tienen que predominar la función informativa (la eficacia informativa), el lenguaje verbal cobra un mayor protagonismo y la estética pasa a ocupar un segundo plano. (Diseño Audiovisual: GG Diseño).



Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

Según Eva Heller en su libro *Psicología del color*, los colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales. El color azul es el color preferido, es el color favorito del 46% de los hombres y del 44% de las mujeres. Casi no hay nadie a quien no le guste: solo el 1% de los hombres y el 2% de las mujeres nombraron el azul como el color que menos les gustaba. Además de ser el color favorito no hay ningún sentimiento negativo en el que domine el azul. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna y también significa descanso, lasitud. El naranja lo utilicé para denotar entusiasmo y calidez, características muy apropiadas para transmitir a mi grupo objetivo¹³.

El diseño de la presentación cuenta con la abstracción de una casa que representa el hogar que *Casa Alianza* les ofrece a los niños (as) y fotografías de los residentes para darle una aproximación personal y familiar.

CARACTERÍSTICAS:

Tipo de formato: Programa auto-ejecutable para plataformas Mac y Pc

La presentación se realizó en el programa Macromedia Flash, por ser una aplicación que permitía flexibilidad a la hora de programar proyectos autónomos y distribuirlos a través de CD.

CONCLUSIONES

- El uso adecuado de los recursos gráficos (fotos, textos, colores, etc.) en la realización de la presentación fue de gran ayuda para hacer llegar correctamente el mensaje a mi grupo objetivo.
- En la elaboración del presente proyecto, la selección de la tipografía adecuada significó un papel importante para hacer llegar el mensaje al receptor en una forma clara y sencilla.
- El uso de fotografías e ilustraciones en la elaboración de este proyecto significó más que un simple atractivo en el diseño, ya que crean un impacto positivo en nuestro receptor, debido a que fueron escogidas con el fin de alentar a los niños y niñas que se encuentran en rehabilitación a seguir en su proceso, éstas muestran a jóvenes que han tenido una buena conducta, se encuentran avanzados en su rehabilitación, o ya la han finalizado.
- A pesar de la limitación de colores, debido al costo, se lograron piezas visualmente atractivas.
- La utilización de la presentación multimedia resultó ser una herramienta eficaz que ahorra tiempo y energías a las personas encargadas de transmitir a los niño(as) sobre sus derechos y obligaciones.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

ASPECTOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Los requerimientos técnicos necesarios para la visualización digital de las piezas gráficas propuestas son:

• PRESENTACIÓN MULTIMEDIA

Para que la presentación multimedia funcione adecuadamente debe utilizarse un equipo con las siguientes características:

	Sistema Operativo	Requisitos	Programas
PC	Windows XP o superior Flash Player	<ul style="list-style-type: none">• Pentium 2• 256 MB RAM• 10 MB de espacio en disco duro• Unidad de CD	<ul style="list-style-type: none">• Programa auto ejecutable• Flash

	Sistema Operativo	Requisitos	Programas
MAC	OS X 9 o superior Flash Player	<ul style="list-style-type: none">• PowerPC G3 processor 512 MHZ• 256 MB RAM• 10 MB de espacio en disco duro	<ul style="list-style-type: none">• Programa auto ejecutable• Flash

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

• CARACTERÍSTICAS FOLLETO

No de páginas:	12 (incluye carátula)
Tamaño página:	8.5 x 5.5 plgs.
Papel:	Interior: Bond 80grms Portada Bond 120 grms.
Encuadernación:	Caballote engrapado
Tintas	Interior: 2 tintas Portada 2 tintas

PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE IMPRESIÓN DEL FOLLETO

Cantidad:	Precio Unitario:	Total Q:	Total \$:
1,000	Q. 6.03	Q. 6,030.00*	\$ 778.06

• COSTO DEL PROYECTO

Descripción	Precio Q	Precio \$
Diseño y Diagramación del folleto	Q. 2,500.00	\$ 322.60
Diseño y programación de la Presentación Multimedia	Q 3,500.00	\$ 451.61
Total	Q 6,000.00	\$ 774.20

El tiempo útil de este documento es indefinido, dependerá de las recomendaciones de los encargados de la institución por si es necesario el cambio de la información o las fotografías.

Este material será utilizado por los encargados de los(as) niños(as) cuando ingresan a la institución y mientras se encuentre en el nivel uno.

Incluyen artes finales para impresión en litografía.

El precio en dólares variará dependiendo del cambio del día, este precio fue calculado a Q 7.75 por \$1.00
*Fecha de cotización 25 febrero del 2008. Precio válido por los siguientes 30 días, luego de este tiempo si no se ha mandado a imprimir hay que solicitar una nueva cotización.

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Zulma Cataldi / Fernando J. Lage

2004 **Diseño y Organización de Tesis:** Buenos Aires: Nueva Librería SRL

Willi Kunz

2003 **Tipografía: Macro y micro estética:** Barcelona: EDITORIAL Gustavo Gili, S.A.

Pina Lewandowsky / Francis Zeischegg

2005 **Guía Práctica de Diseño digital: Barcelona-España:** Parramon Ediciones, S.A.

Gavin Ambrose / Paul Harris

2005 **Tipografía:** Barcelona-España: Parramon Ediciones, S. A.

Heller Eva

2004 **Psicología del Color:** Barcelona-España: GG Diseño

Rafols Rafael / Colomer Antoni

2004 **Diseño Audiovisual:** Barcelona España: GG Diseño

1994 Biblioteca del Diseño Gráfico, Naves Internacional

2006 Diccionario Enciclopédico: España: Grupo Oceano

PÁGINAS WEB

www.sinpapel.com

www.umce.cl/~cipumce/cuadernos/facultad_de_historia/tecnologia_educativa

www.wikipedia.com

<http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>

www.casaalianza.org.gt

www.derechosinfancia.org.mx

www.museodelaimprenta.com

www.sapiens.ya.com

www.fotonostra.com

FOLLETOS

Otto Valle

1997 **El seminario de graduación. Elementos Conceptuales.** Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). Facultad de Arquitectura, Programa de Diseño Gráfico.

2005 Guía del Proyecto de Graduación de la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad de San Carlos de Guatemala, (USAC). Facultad de Arquitectura, Programa de Diseño Gráfico.

GLOSARIO

ADICCIÓN:

Dependencia física o psíquica por ingestión habitual de alguna sustancia psicotrópica. Hábito de quienes usan alguna droga.

ALICIENTE:

Atractivo o Incentivo

BOCETO:

Borrón colorido que hacen los pintores antes de pintar un cuadro. Proyecto de la obra escultórica, ligeramente modelado.

DIAGRAMA:

Representación gráfica de la disposición de los elementos de alguna cosa. Esquema gráfico de los elementos físicos que configuran un equipo, una organización o un proceso, en el que un símbolo es relacionado por diversas líneas con otros.

JUSTIFICACIÓN:

Largo que han de tener los renglones impresos.

LUCRO:

Ganancia o provecho que se saca de una cosa.

MÉTODOLÓGÍA:

Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica.

MÉTODO:

Procedimiento para alcanzar un determinado fin.

MULTIMEDIA:

Que utiliza diversos medios, como imágenes, sonidos y texto en la transmisión de la información.

PANTONE:

Tinta especial para impresión.

PARTICIPANTES:

Niños y niñas que residen dentro de las comunidades de *Casa Alianza*, que se encuentran en proceso de rehabilitación.

PERFIL:

Aspecto peculiar o llamativo con que una cosa se presenta ante la vista o la mente.

RECEPTOR:

Que recepta o recibe.



ANEXOS


Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

ANEXO 1

Cuestionario utilizado para la encuesta:

Elaboración de una Presentación Multimedia sobre los derechos y obligaciones para los y las participantes de Casa Alianza Guatemala y folleto de apoyo

Folleto	Presentación Multimedia
Te es cómoda la lectura del folleto? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____	¿Puedes ver bien el texto en la pantalla? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____
¿Te gustaría que se realizaran mas materiales como este para otros temas? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____	¿Escuchaste el sonido de la presentación claramente? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____
En algún momento te sentiste confundido con el orden de la lectura? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____	¿La duración de la presentación te parece? ADECUADA <input type="checkbox"/> MUY TARDADA <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____
Algún elemento gráfico (foto o figura) te interrumpió la lectura? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____	¿Fue mas facil para ti comprender la información presentada de esta forma? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____
¿Te gusta el folleto? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____	¿Te gusta la presentación? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Por qué? _____ _____

 Universidad de San Carlos de Guatemala Licenciatura en Diseño Gráfico Multimedia

Presentación Multimedia y Folleto de Apoyo para los y las Participantes de Casa Alianza Guatemala

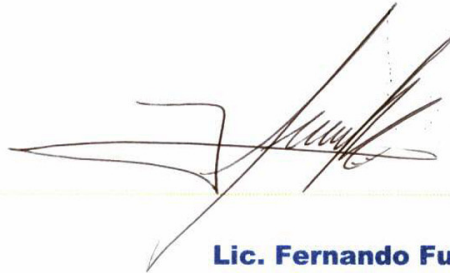
IMPRIMASE



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo



Licda. Lourdes Pérez Estrada



Lic. Fernando Fuentes



Lic. Erlin Ayala Ramos



**Gabriela Elizabeth Padilla Rodríguez
Sustentante**