



arquitectura



Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura en Diseño Gráfico

“Material Interactivo para la Asociación de Amigos de los Animales -AMA-;
Educación en el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan los perros y gatos”



Proyecto de Graduación presentado por:

Lesly Carol Arriaza Rivera

Carné 1999-16587

Previo a optar el título de
Licenciatura en Diseño Gráfico con
especialidad en Multimedia





Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico

Licenciatura en Diseño Gráfico

**“Material Interactivo para la Asociación de
Amigos de los Animales -AMA-;
Educación en el cuidado, atención y trato adecuado que
necesitan los perros y gatos”**

Proyecto de Graduación presentado por:

Lesly Carol Arriaza Rivera

Carné 1999-16587

Previo a optar el título de
Licenciatura en Diseño Gráfico con
especialidad en Multimedia

Proyecto de Investigación, realizado en la ciudad de Guatemala.
Julio a Noviembre 2006





Título del Proyecto

“Material Interactivo para la Asociación de Amigos de los Animales -AMA-; Educación en el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan los perros y gatos”

“Material Interactivo para la Asociación de Amigos de los Animales -AMA-; Educación en el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan los perros y gatos”. Realizado en el período de julio a noviembre de 2006, en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Programa de Diseño Gráfico, Licenciatura en Diseño Gráfico”.





Índice

Nómina de Autoridades
Dedicatoria
Presentación

CAPÍTULO 1

| | | |
|--------|-----------------------|----|
| 1. | Introducción | 10 |
| 1.1 | Antecedentes | 10 |
| 1.2 | Problema | 11 |
| 1.3 | Justificación | 11 |
| 1.3.1 | Magnitud | 11 |
| 1.3.2. | Trascendencia | 12 |
| 1.3.3. | Vulnerabilidad | 12 |
| 1.3.4 | Factibilidad | 14 |
| 1.4 | Objetivos | 14 |
| 1.4.1 | Objetivos Generales | 14 |
| 1.4.2. | Objetivos Específicos | 14 |

CAPÍTULO 2

| | | |
|------|-------------------------------------|----|
| 2. | Perfil del cliente y grupo objetivo | 16 |
| 2.1. | Perfil del cliente | 16 |
| 2.2. | Grupo objetivo | 17 |

CAPÍTULO 3

| | | |
|------|---------------------------------|----|
| 3. | Conceptos fundamentales | 20 |
| 3.1. | Conceptos del tema del proyecto | 20 |
| 3.2 | Conceptos de diseño | 28 |

CAPÍTULO 4

| | | |
|----------|---------------------------------|----|
| 4.1. | Concepto de diseño y bocetaje | 50 |
| 4.1. | Concepto creativo | 50 |
| 4.1.1. | ¿Cómo se llegó a este concepto? | 50 |
| 4.1.3. | Lluvia de ideas | 51 |
| 4.1.4. | Frases | 53 |
| 4.2. | Bocetaje | 54 |
| 4.2.1. | Líneas | 54 |
| 4.2.1.2 | Fotografías | 54 |
| 4.2.1.3. | Tipografía | 54 |
| 4.2.1.4. | Colores | 56 |





| | | |
|----------|--|----|
| 4.2.1.5. | Diagramación | 56 |
| 4.2.1.6. | Bocetos (a mano) | 57 |
| 4.2.1.4. | Bocetos en el tipo de letra del título | 72 |
| 4.2.2. | Bocetaje (computadora) | 74 |

CAPÍTULO 5

| | | |
|------------|---|-----|
| 5.1. | Comprobación de eficacia | 85 |
| 5.1.1. | Descripción metodológica | 85 |
| 5.1.2. | Qué se comprobará | 85 |
| 5.1.2.1. | Cómo se va comprobar? | 85 |
| 5.1.3. | Perfil del informate consultado para la comprobación | 85 |
| 5.1.3.1 | Entidad | 85 |
| 5.1.3.2. | Diseño | 87 |
| 5.1.3.3. | Tema | 89 |
| 5.1.3.4. | Grupo Objetivo | 91 |
| 5.1.3.5. | Presentación de resultados | 92 |
| 5.1.4. | Propuesta gráfica final y fundamentación | 95 |
| 5.1.4.1.1. | Propuesta gráfica final y sus especificaciones | 96 |
| 5.1.4.1.2 | Formato | 97 |
| 5.1.4.1.3 | Botones | 97 |
| 5.1.4.1.4. | Utilización de líneas | 97 |
| 5.1.4.1.5. | Fotografías | 97 |
| 5.1.4.1.6. | Colores | 97 |
| 5.1.4.1.7. | Diagramación | 98 |
| 5.1.5. | Soportes y medios a utilizar | 102 |
| | Conclusiones | 103 |
| | Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta gráfica | 105 |
| | Bibliografía y fuentes consultadas | 108 |
| | Glosario | 110 |
| | Anexos | 115 |





Nómina de Autoridades Miembros de Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Decano

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. Alberto Paguaga

Lic. Melvin Muñoz





Dedicatoria

A Dios

Quien me dio la vida, a mi familia, mis estudios, en fin todo se lo debo a ÉL. Por darme la oportunidad y posibilidades de estudiar. Por darme la fuerza de seguir adelante y sobrellevar los altos y bajos que conlleva esta carrera. Y poder llegar a este momento de culminar mis estudios. Sin ÉL no hubiese sido posible.

Mis Padres

Abel Arriaza y Sonia Rivera de Arriaza. Por que cada uno me inculcó y me formó como una persona de bien, dedicada a su familia, estudios y trabajo. Porque cada uno contribuyó en mi formación y se esforzaron por sacarnos adelante a mi y mis hermanos.

A mis hermanos

Lisbeth L. Arriaza y Abel David Arriaza, por alentarme a seguir adelante, por ofrecerme y brindarme su ayuda y apoyo cuando la he necesitado.

A mi Esposo

Fernando Muñoz, por estar siempre a mi lado. Por ayudarme y apoyarme en los momentos difíciles también en los momentos alegres y darme ánimo para seguir adelante y lograr mi meta. Por haber compartido su vida, conocimientos y logros conmigo.

A mis Tíos, Tías, Primos y Primas

Cada uno de ustedes ha sido y es parte especial en mi vida, ustedes me han inculcado a continuar y no dejarme vencer. Con su ejemplo me han demostrado la satisfacción que es llegar y cumplir las metas propuestas. También por estar en los momentos especiales de mi vida.

A mis Amigos y Amigas

Gracias por ser parte especial en mi vida, por compartir sus conomientos, deseos, sueños conmigo. Cada uno de ustedes me ha ayudado, apoyado y puesto su confianza en mi y me ha hecho ver que con esfuerzo y dedicación se cumplen las metas.

A la Asociación Amigos de los Animales -AMA-

En especial a Suzanne Rivera, por su atención, tiempo, y dedicación en permitirme colaborar y realizar este proyecto, CD´s interactivos para el cuidado de las mascotas, y así poder ayudar en contribuir con uno de sus objetivos, educar a las personas para que desde ya se les inculque el respeto por la vida y así sensibilizarlos para que sean personas más humanas.

A mis asesores de tesis y EPS

Licenciado Melvin Muñoz

Licenciado Alberto Paguaga

Licenciado Fernando Fuentes

por su tiempo, dedicación en la realización de este proyecto, ya que sus comentarios y sugerencias han enriquecido al mismo





Presentación

Este proyecto de graduación presenta el material interactivo para la Asociación de Amigos de los Animales-AMA. Su objetivo es promover la educación en el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan los animales de compañía, en este caso, perros y gatos.

El material consiste en dos discos compactos (CD), uno sobre perros y uno sobre gatos. Con estos CD, las personas que desean comprar y/o adoptar a una mascota podrán conocer los aspectos a evaluar antes de llevarla a casa, para así evitarse problemas en el futuro. Un ejemplo son las mascotas no deseadas y, por consiguiente, abandonadas; así como los gastos que no sabían deben realizar, entre otros. El material también servirá para que las personas que ya tienen mascotas en casa, conozcan todo lo que conlleva la tenencia responsable de la misma.

Los CD interactivos cuentan con menú que muestra todos los temas que incluye el material, para que así la persona que lo utilice tenga fácil acceso a los conocimientos descritos.

El material interactivo se realizó con los parámetros para una presentación multimedia, como por ejemplo un tipo de letra legible, diseño con atractivo visual es decir, una combinación de texto, colores y fotografías--. También es fácil de navegar, con botones para regresar, seguir, ir al submenú o menú, etc.





Capítulo **1**

Introducción





Capítulo 1

1. Introducción

1.1 Antecedentes

La Asociación de Amigos de los Animales (AMA) está interesada en que los guatemaltecos adquieran conciencia y respeto por la vida de los animales, en este caso, perros y gatos, para que así se reduzcan los casos de maltrato y abandono de animales. Además realiza campañas masivas de educación acerca del trato adecuado y tenencia responsable de mascotas.

En Guatemala hay muchas personas que no tratan de una forma adecuada a los animales callejeros y hay quienes no lo hacen ni con sus propias mascotas. Hay severos casos de crueldad animal. Muchos animales son abandonados a su suerte, con la idea errónea de que ellos solos se las arreglarán y sabrán valerse por sí mismos, y que no es problema para un animal encontrar comida por su cuenta.

Amigos de los Animales realiza mensualmente una serie de rescates, en donde brindan un lugar, comida y trato especial a los animales. La mayor parte de estos llegan en estado crítico, y luego de darles el tratamiento adecuado y recuperarlos, los ponen en adopción, siempre y cuando las personas cumplan con una serie de requisitos.

En el año 2003, AMA registró cierto número de llamadas de personas que se abocaron a la entidad porque ya no quería a sus mascotas. En ese año, fueron 443 perros de los cuales 119 no tenían raza; 96 de razas mezcladas como Rottweiler, Pitbull, San Bernardo, Dálmata, Labrador y Cocker, entre otros.

Los 228 restantes eran perros de raza que iban desde perros falderos como Shitzu y Maltés, hasta perros tan poco comunes como el Bearded Collie o Pointer, y carísimos como Pug y Sharpei.

En el caso de los gatos fue aún más dramático: un total de 560 gatos, cachorros y adultos. Entre perros y gatos fue un total de 1006 animales reportados que ya no eran gratos en sus casas. A esto se le agrega la innumerable cantidad de personas que no llaman, y de los animales que vagan por las calles o tejados.

El abandono y maltrato hacia los animales de compañía se debe en gran parte a que las personas, en el momento de comprar y/o adoptar una mascota, no se informan o no tienen acceso a información sobre lo que implica llevar una mascota a casa. Es necesario contar con un material que informe a quienes tienen mascota o piensan en comprar y/o adoptar, todo lo que conlleva tener un animal de compañía en casa, así como la tenencia responsable del mismo.

Una de las causas de la sobrepoblación de animales es, en gran parte, por el abandono, ya que quienes dejan a su mascota en la calle no solo la dejan expuesta a varios peligros, sino que también contribuyen a la sobrepoblación.





1.2 Problema

Muchas personas en Guatemala no tratan de una forma adecuada a los animales, tanto callejeros como a sus propias mascotas. Existen severos casos de crueldad animal. Muchos animales son abandonados a su suerte, con la idea errónea de que ellos solos se las arreglarán, sabrán valerse por sí mismos y podrán encontrar comida por su cuenta.

Así mismo, hay personas que desean comprar y/o adoptar a un animal de compañía, o hay quienes ya tienen uno en casa, pero por no contar con información sobre la tenencia responsable, surgen el maltrato, la crueldad, descuidos, abandonos, etc. El problema encontrado en la entidad es que no cuentan con un material que eduque a las personas sobre los cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan los animales de compañía, en este caso, los perros y gatos.

Al contar con este material, Amigos de los Animales podrá cumplir con uno de sus objetivos, que es educar a las personas sobre la tenencia responsable de mascotas.

1.3 Justificación

1.3.1 Magnitud.

Son muchas las personas que tienen animales de compañía o piensan en comprar y/o adoptar a una, y que desconocen los cuidados, atenciones y trato adecuado que deben brindarles. Por ende, surgen los casos de abandono, maltrato, crueldad, animales enfermos, entre otros. Esto se debe a que las personas no tuvieron ningún tipo de información antes de adquirir la mascota acerca de la tenencia responsable de animales de compañía.

Quienes se beneficiarán con este proyecto son hombres y mujeres, de edades comprendidas entre los 15 a 60 años, que tienen en sus hogares mascotas, y quieren comprar y/o adoptar una. De esta manera podrán estar informados de todo lo relacionado a cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan los animales de compañía.

Las mascotas también resultarán beneficiadas, porque si sus dueños están bien informados y educados respecto a como tratarlos y cuidarlos, ellos estarán más felices y vivirán mejor.

De acuerdo a AMA, en el año 2006 se atendieron a 331 animales. Sin embargo, por no contar con instalaciones para hospedar a todos ellos, quienes reportaron a los animales se hicieron cargo de conseguirles un hogar temporal o permanente.

De esa manera pueden seguir ayudando a pesar de sus limitaciones. De los 331 animales atendidos, 39 fueron puestos a dormir por afecciones que ya no podían ser tratadas médicamente por su gravedad. Veintitrés murieron en la veterinaria luego de ser rescatados, pues ya no





resistieron. Noventa fueron adoptados formalmente. El resto de animales se quedaron con quienes los reportaron o en hogares temporales o permanentes proporcionados por ellos.

De cada rescate se guarda un registro con los datos de quien lo reporta, estado en que se encontró, veterinaria a donde se llevó y el gasto realizado en cada uno. También se registra cada caso con fotografías y, ocasionalmente, video. En varios casos, no solamente se gastó una vez en el animal rescatado. A veces se requirió de tratamiento médico por varias semanas o meses para su recuperación total.

En AMA recibieron también un total de 10,097 correos electrónicos.

El trabajo en la Asociación Amigos de los Animales es arduo. Además de los quehaceres, rescates, atención telefónica y visitas al veterinario, también se encargan de revisar solicitudes y coordinar adopciones, organizar eventos, preparar artículos informativos para la prensa y dar pláticas educativas. Diseñan también artículos para la venta y recaudación de fondos y papelería promocional, envían boletines informativos, actualizan el sitio web, distribuyen producto, compran alimento y productos de mantenimiento para los animales, realizan un control veterinario, buscan patrocinios, recolectan donaciones y realizan los débitos automáticos, entre otras cosas. Revisan varias veces al día y a veces en la madrugada, los correos electrónicos que diariamente reciben.

Debido a la difusión de su labor, cada año se incrementan los casos reportados y atendidos por AMA.

1.3.2 Trascendencia.

Para contribuir a que no siga en aumento el abandono, la crueldad animal y, por consiguiente, la sobrepoblación de perros y gatos callejeros, así como los casos de animales callejeros enfermos, es necesario contar con un material que informe sobre la tenencia responsable de los animales de compañía. De esta manera, se espera que las personas no sigan comprando por impulso, y que quienes ya tienen mascota en casa le brinden una mejor calidad de vida, sepan cómo tratarla, cuidarla y atenderla en forma óptima. Evitarán así problemas en el futuro, como por ejemplo gastos que no sabían deben incurrir.

1.3.3 Vulnerabilidad.

El problema encontrado en la entidad puede ser disminuido con la creación del material interactivo que informe sobre el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan los animales de compañía.

Con el proyecto habrá varios beneficios, ya que la gente tendrá más conocimiento, conciencia y respeto hacia la vida de los animales de compañía. Sabrá lo que conlleva tener una mascota en casa y los aspectos a evaluar antes de optar por ella. Y si después de evaluados los aspectos, decide tener un animal de compañía, sabrá todo lo relacionado a cómo mantenerla sana y evitar problemas en el futuro.





Los beneficios que se obtendrán con este proyecto son varios,

- * Las personas que deseen comprar o adoptar un animal de compañía podrán conocer los aspectos a evaluar antes de tomar la decisión y así evitarse problemas en el futuro.
- * Los dueños de animales de compañía estarán más informados y concienciados de todo lo relacionado a la crianza y las responsabilidades que conlleva tener una mascota. Así mejorará la calidad de vida de los animales y se les evitarán sufrimientos.
- * Las personas conocerán la importancia de la buena alimentación de los animales de compañía. Se evitarán posibles enfermedades y las consecuencias de una mala alimentación.
- * Las personas sabrán cómo educar a sus mascotas para que no hagan sus necesidades dentro de la casa, y le enseñarán a no destruir las cosas de la casa.
- * La Asociación Amigos de los Animales tendrá una nueva forma de obtener fondos, ya que pondrá a la venta este material en clínicas veterinarias y en las actividades y pláticas que lleva a cabo. Estos fondos servirán para pagar las cuentas de los gastos médicos de los rescates que realiza, ya que atiende varios casos, esterilizaciones, operaciones quirúrgicas en caso de animales heridos o enfermos, y emergencias médicas, etc. También le servirá para costear gastos de alimentación, entre otros. El CD también será utilizado al momento que una persona desee adoptar una mascota de las rescatadas por la entidad y nunca ha tenido una. Como requisito de adopción deberá adquirir este CD, para que conozca todo lo relacionado al cuidado, atención y trato adecuado que se le debe brindar.

Los resultados que se esperan con este proyecto son:

- * Que se reduzcan los abandonos.
- * Que se reduzca la crueldad animal.
- * Que se reduzca la sobrepoblación de animales, ya que se hablará de la importancia de no cruzar a las mascotas, así como de la esterilización.
- * Que los dueños de animales puedan conocer quién es un verdadero veterinario, que no lucrará con la vida de las mascotas y no los estafará.
- * Que las personas conozcan las cualidades, así como el amor incondicional que brindan los animales de compañía.
- * Crear conciencia en los niños sobre que los animales domésticos son seres vivos sensibles al dolor, y que no son juguetes.
- * Que las personas conozcan la importancia de vacunar a las mascotas a su debido tiempo, para así tener animales sanos y evitarse gastos por falta de conocimiento.





1.3.4 Factibilidad.

La entidad conoce este proyecto y lo respalda, ya que le ayudará a expandirse y contribuir con el cumplimiento de uno de sus objetivos, que es educar y concienciar a las personas sobre el respeto a la vida, así como a sensibilizarlas para que sean más humanas. La entidad cuenta con recursos propios, pero también se sostiene por donaciones de personas que apoyan su labor y a través de la venta de artículos como playeras, calendarios, etc. El CD podrá ser reproducido, para que las personas adquieran conciencia y respeto hacia los animales de compañía, tanto propios como ajenos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar y elaborar material interactivo para la Asociación Amigos de los Animales (AMA), que promueva la educación en el cuidado, atención y el trato adecuado que necesitan los animales de compañía, en este caso, perros y gatos.

1.4.2 Objetivos específicos

- * Diseñar y elaborar dos CD interactivos sobre los cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan los perros y gatos (un CD sobre perros y un CD sobre gatos).
- * Las personas que deseen comprar o adoptar un animal de compañía podrán conocer los aspectos a evaluar antes de adquirir la mascota.
- * Los dueños de animales de compañía estarán más informados y concienciados de todo lo relacionado a la crianza y las responsabilidades que conlleva tener una mascota, para evitar problemas en el futuro. De esta manera se podrá mejorar la calidad de vida de los animales y evitarles sufrimientos
- * La Asociación Amigos de los Animales tendrá una nueva forma de obtener fondos, ya que pondrá a la venta este material en clínicas veterinarias, y en las actividades y pláticas que realiza.
- * Que las personas (jóvenes, adultos, padres de familia, etc) puedan crear conciencia en los niños que los animales domésticos son seres vivos sensibles al dolor y que no son juguetes.





Capítulo **2** Perfil del cliente y grupo objetivo





Capítulo 2

2. Perfil del Cliente y grupo objetivo

2.1 Perfil del Cliente

Datos generales:

La Asociación de Amigos de los Animales (AMA), es una entidad guatemalteca privada, civil, apolítica y no lucrativa, que está legalmente constituida desde 1998 por personas amantes de los animales.

AMA solamente practica la eutanasia en animales sin posibilidad alguna de recuperación según diagnóstico médico o si están demasiado dañados psicológicamente a causa del maltrato excesivo.

Dirección: 10ª. Avenida 24-85, Zona 12. La Reformita

Tel.: 5800-0056

E-mail: amigosanimales@itelgua.com

Página web: www.amigosdelosanimales.org.gt

Misión

Ayudar a los animales víctimas de maltrato, crueldad o abandono y educar a la población guatemalteca acerca de la tenencia responsable de mascotas.

Visión

Que en Guatemala exista una cultura de respeto hacia los animales y una ley efectiva de protección para los mismos.

Que la Asociación de Amigos de los Animales cuente con la infraestructura necesaria con cobertura nacional para realizar su misión.

Trabajar conjuntamente con organizaciones a nivel mundial en pro del bienestar de los animales alrededor del mundo.

Propósito

Con que por medio de su trabajo, los guatemaltecos adquieran conciencia y respeto por la vida, para que así, se reduzcan los casos de maltrato y abandono de animales.

Actividades principales.

Las actividades principales de Asociación de Amigos de los Animales-AMA- son:





Pláticas informativas, Protestas, Pet Picnic, Día de los Animales sin Hogar, Venta de Pasteles, Bazar.

En AMA las actividades se realizan a lo largo del año. Algunas de ellas ya se han establecido como eventos fijos, tales como el Pet Picnic, donde se invita a adoptantes y mascotas de AMA. En el Día de los Animales Sin Hogar se hace un homenaje a los animales víctimas de abandono y maltrato, así como una campaña de concienciación acerca de la sobrepoblación de mascotas y la esterilización de las mismas. A fin de año se realiza el bazar, que es muy importante porque además de la venta de artículos varios, se presentan reportes financieros y de los rescates anuales.

También surgen diferentes situaciones en las que se requiere su presencia, tal como fue una matanza de perros callejeros. Aún continúan con la propuesta de ley de protección de animales.

Reciben casos de crueldad, negligencia, abandono, ignorancia, mala práctica, entre otros, de animales que viven en hogares con sus dueños como callejeros.

Las necesidades de comunicación visual encontradas, son crear el material interactivo de apoyo para las pláticas educativas que AMA brinda, y que pretenden sensibilizar a las personas para que no abandonen, descuiden o maltraten a sus mascotas.

Características generales de las poblaciones que atiende y público con quien se relaciona.

La Asociación de Amigos de los Animales va dirigida a diferentes grupos de personas: a quienes gustan de los animales y desconocen cómo ofrecerles el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan; personas que tienen mascotas pero no les dan el valor ni la importancia que tienen; gente a quienes no les gustan los animales y en algunos de los casos, los maltratan. Son personas de varias edades, desde 4 a 50 años.

2.2 Grupo Objetivo

El material interactivo va dirigido:

Personas de 15 a 60 años, hombres y mujeres, sin distinción de creencias religiosas. Que hablan idioma español, tienen animales de compañía y/o están pensando en comprar y/o adoptar una. Que tienen interés en proporcionales una mejor calidad de vida.





| | |
|----------------------|--|
| Geográficos | Departamento de Guatemala, Ciudad capital (todas las zonas, incluidas colonias, barrios, etc) y municipios. |
| Demográficos | Edades: 15 a 60 años. Sexo: masculino y femenino. Núcleo familiar: familias con hijos pequeños, familias con hijos pre-adolescentes, familias con jóvenes, casados sin hijos y solteros. Ocupación: personas que trabajan. En el caso de los jóvenes, hay quienes se dedican al estudio o trabajan y estudian a la vez. Educación: con estudios académicos, conocimiento y/o dominio de la computadora. Sin distinción de raza, religión y nacionalidad. Ingresos superiores a los Q.2,000.00 |
| Psicográficos | Clase social: A, B+, B, C+, C. Estilo de vida: personas que trabajan, estudian, navegan en internet en busca de información que les interese, tienen mascotas en casa, y si no la tienen, piensan en comprar una. Hay varias personas que optan por adoptar a un animal para brindarles una oportunidad y mejor calidad de vida, y en especial tienen el interés en cuidarla bien. Son socialmente activos. Personalidad: preferencia hacia los animales, demuestran cariño y amor a sus mascotas (en el caso que las tengan). Personas con conciencia ecológica, apoyan a entidades de rescate de animales, gustan y cuidan de la naturaleza, por ejemplo no botando basura en las calles, entre otros. |
| Conductuales | Actitud: su actitud hacia los animales de compañía es de cariño y amor. Los que tienen mascotas las llevan periódicamente al veterinario, les compran objetos, comida, juguetes etc. Por lo general, quienes tienen mascotas optan por tener más de una. Los que no poseen una pero tienen preferencia hacia los animales, tratan de buscar y elegir a la mascota adecuada a su estilo de vida y personalidad. Beneficios: los beneficios que buscan al tener una mascota son: compañía, alguien con quien interactuar, que les ayuda a quitarles el estrés; tienen alguien a quien cuidar, amar, y que les impulsa a hacer ejercicio; ya que consideran que las mascotas brindan todo su amor al dueño sin condición. |





Capítulo **3** **Conceptos Fundamentales**





Capítulo 3

3. Conceptos Fundamentales

3.1 Conceptos Fundamentales del Tema del Proyecto

3.1. La Empresa como organización:

En economía se define a la empresa como "la unidad básica de producción de bienes y servicios". Otra definición puede ser: "la empresa es un conjunto organizado de factores de la producción dedicado a la producción de bienes y servicios a cambio de un beneficio económico".

3.1.1. Clasificación de las organizaciones.

Principalmente, podemos clasificar a las organizaciones en dos grandes grupos, de acuerdo a su carácter y busca de rentabilidad:

Organización lucrativa: debe su nombre a que posee fines de lucro. Es decir, que además de buscar una rentabilidad social, busca una rentabilidad económica. Este concepto lo podemos simplificar diciendo que son aquellas organizaciones que buscan un beneficio económico.Ê

Organización no lucrativa: son organizaciones sin fines de lucro; es decir, su objetivo principal no es la búsqueda de un beneficio económico. (Según Arriaza (2007) en <http://www.lawebdelemprendedor.com.ar/articulos/organizaciones/clasificacion-org.htm>)

3.1.1.2. Podemos definir a la empresa desde dos perspectivas:

Socialmente, la empresa es una organización lucrativa, que proporciona trabajo remunerado y emplea capital.

Económicamente, es una organización cuyo fin principal es obtener un beneficio económico.

Podemos clasificar la empresa desde distintos aspectos:

- Según la titularidad del capital de la empresa:
Empresa privada: es aquella que corresponde a particulares.

Empresa pública: el estado, u otros entes públicos, son los propietarios.

Empresa mixta: la propiedad es compartida entre los particulares y el estado o entes públicos.

- Según el número de propietarios:

Empresa unipersonal: la propiedad corresponde a una sola persona.

Empresa societaria: los propietarios son dos o más personas que se asocian para desarrollar una actividad en común.

- Según los sectores de actividad:

Empresa del sector primario: su actividad se relaciona con los recursos naturales.

Empresas del sector secundario: su actividad se relaciona con las industrias, o la transformación de bienes.

Empresas del sector terciario: su actividad se relaciona con la prestación de servicios.

- Según la dimensión de la empresa:

Grandes: están conformadas por mas de 400 trabajadores.





Medianas: están conformadas por entre 50 y 400 trabajadores.

Pequeñas: poseen menos de 50 trabajadores.

Además podemos diferenciarlas de acuerdo a otros aspectos tales como:

Volumen de producción, montos de ventas, capital, amplitud de mercado, superficie de plantas, beneficios brutos que obtienen, cash flow (circulante de dinero), puntos de venta, etc.

• Según su personalidad jurídica:

Personalidad física: la empresa individual y su propietario tienen la misma personalidad.

Personalidad jurídica: es cuando la personalidad de los propietarios no es la misma que la de la organización o sociedad.

• Según su naturaleza jurídica:

Asociaciones y sociedades civiles, sociedades de personas, colectivas, en comandita, de capital e industrial, de responsabilidad limitadas, de capital por acciones, anónima, en comandita por acciones, de economía mixta, sociedades cooperativas, etc.

• Según su relación o vínculos con otras empresas:

Independientes: aquellas que no mantienen relaciones o vínculos con ninguna otra empresa.

Vinculadas sin relación de dependencia: aquellas en las que la participación del capital es superior al 10% pero inferior al 50%. En ellas existe un vínculo pero no una relación de dependencia, ya que no se posee el control absoluto.

Controlantes y controladas: las primeras son llamadas principales, poseen más del 50% del capital de otra, influyendo en sus decisiones y el control de la misma. Las segundas son dependientes,

es decir, que el capital, el control y las decisiones están en manos de otros.

3.1.2. ¿Qué es cuidado?

Preocupación o inquietud que produce alguna cosa. Esmero que se pone en la realización de algo. Ayuda en la satisfacción de las necesidades básicas, requerimientos indispensables para mantener la vida.

3.1.3. ¿Qué es atención?

La atención es la capacidad mental para fijarse en uno o varios aspectos de la realidad y prescindir de los restantes. Aplicación de los sentidos a una persona, cosa o animal.

3.1.4. ¿Qué es trato adecuado?

Es brindar a una persona, animal o cosa una mejor calidad de vida y respetar sus gustos, emociones, ideales etc. Ayudar a solventar sus problemas.

3.1.5. ¿Qué es un perro?

El perro o can es un que pertenece a la familia Canidae, al igual que los lobos, los zorros y coyotes. Generalmente, el término “perros” es utilizado para referirse a la raza doméstica, la cual se cree que descende de un ancestro similar al lobo. Algunos científicos sostienen, sin embargo, que el perro es una subespecie de lobo. El perro fue domesticado al menos hace 14.000 años, posiblemente hace 150.000 años, según evidencias recientes. En este tiempo el perro ha desarrollado diferentes razas que pueden variar mucho en tamaño y color. Por ejemplo, los perros que miden apenas unas pulgadas y los grandes. Los colores de los perros varían de blanco a negro, con rojo, café o gris. Los perros, al igual que los humanos, son una especie muy sociable y cazan en jaurías. El promedio de vida varía en función de muchos parámetros como la raza o el tamaño del perro. Como norma general oscila entre los 12 y 15 años.

3.1.6. ¿Qué es un gato?

El gato (*Felis silvestris catus*) es un doméstico de la familia de los Felidae, con uñas retráctiles, de





pelaje espeso y suave. El promedio de vida de un gato casero es de más de 15 años.

3.1.7. ¿Qué es cualidad?

Modo de ser característico de una persona, animal o cosa, y cualquier nota distintiva por la que se diferencian de los demás y podemos conocerlos.

3.1.8. ¿Qué es respetar?

Respetar a alguien es tratarlo de acuerdo a su dignidad. Esta dignidad propia requiere de los demás un comportamiento adecuado, de modo que las faltas de respeto voluntarias son una injusticia, por incumplimiento de ese deber. En cambio, donde hay respeto reina un ambiente cordial y amable, propio de la caridad.

3.1.9. ¿Qué es la responsabilidad?

Una persona responsable toma decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos, dispuesta a rendir cuenta de ellos. La responsabilidad es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien. Responsabilidad es la capacidad de dar respuesta de los propios actos.

3.1.10. ¿Qué es la obediencia?

En sentido preciso, obedecer es aceptar y cumplir la voluntad de una autoridad. La obediencia es el hecho o el hábito de comportarse así. En un sentido más amplio puede llamarse obediencia al acto de cumplir los deseos de otro, aunque no sea una autoridad. En cualquier caso, la obediencia va ligada al hecho de vivir en sociedad.

3.1.11. ¿Qué es maltrato?

Violencia verbal o física que se ejerce contra otra persona. Golpear a otra persona o animal.

3.1.12. ¿Qué son mascotas?

Una mascota puede ser un animal doméstico de compañía o bien una figura u objeto que representa o simboliza un acontecimiento público, un proyecto

o una compañía. En las sociedades, tanto rurales como urbanizadas, las mascotas son notablemente, un fenómeno en la sociedad, siendo en la mayoría de los lugares del mundo, el perro y el gato las mascotas de excelencia.

3.1.13. ¿Qué es conciencia?

La conciencia es la noción que tenemos de las sensaciones, pensamientos y sentimientos que se experimentan en un momento determinado.

3.1.14. ¿Qué es la conciencia ecológica?

Es la comprensión del ambiente que nos rodea y del mundo interno de los demás. La conciencia ecológica empieza por casa, enseñándoles a nuestros hijos a valorar la naturaleza y aprendiendo a reciclar... un granito de arena que nos puede salvar en el futuro. Estas consideraciones deben servir de base a una buena conciencia ecológica, a amar, respetar, admirar y comprender el ecosistema global de cual formamos parte, y a una ética que asegure la supervivencia de la especie humana, con calidad, dignidad e integridad.

3.1.15. ¿Porqué es importante educar a los niños y jóvenes para que adquieran conciencia y respeto por la vida de los animales?

Así como resulta indispensable educar a los animales para que se comporten bien con los niños (socialización y adiestramiento), también es importante enseñar a los niños la manera y los momentos adecuados para acariciarlos, cargarlos o jugar.

Enseñarles que un animal no es un juguete, y que deben respetarlo y no molestarlo cuando duerme, cuando come, cuando está enfermo o cuando no está de ánimo para jugar. Explicarles que ellos también necesitan descanso y tiempo a solas.

Jamás hay que reírse o celebrar cuando un niño lastime a un animal, más bien, hay que reprenderlo y corregirlo, explicándole que ellos sienten dolor igual que nosotros.





Es importante que todo contacto de los niños con los animales sea supervisado por un adulto, hasta que el niño aprenda el trato adecuado hacia los mismos. Hay que aprender a ser adultos responsables y transmitir a los niños el respeto y sensibilidad hacia los animales, pues son vidas que dependen totalmente de los humanos.

3.1.15.1. ¿Cómo reducir los casos de maltrato y abandono de animales?

Es nuestra responsabilidad como adultos, como padres de familia, como miembros de sociedad, enseñar a los niños y jóvenes que el maltrato hacia los animales es incorrecto y que debemos respetar todo lo que posea vida.

Se puede reducir el maltrato y abandono de los animales a través de informarse y educarse respecto a las responsabilidades que se adquieren al momento de adoptar una mascota, como las características de las razas, entre otros aspectos. También formularse una serie de preguntas ayuda a constatar si es el momento adecuado y si se está listo para adoptar una mascota.

3.1.15.2. La adquisición de un cachorro comúnmente representa un impulso o capricho momentáneo porque el animal se ve lindo, pero termina siendo un regalo no deseado. Si se va a regalar es muy importante que antes se pregunte a la persona adulta en casa, si está dispuesta a responsabilizarse por el animal, ya que la convivencia con ellos y su educación no es tan fácil como se piensa:

- * Pasan varios meses mordiendo todo lo que está a su alcance, ya que ellos conocen el mundo a través del hocico.
- * No controlan los esfínteres: orinan y defecan constantemente.
- * Comen tres veces al día.
- * No deben salir a la calle hasta que completen sus vacunas. Antes de eso, son altamente vulnerables a las enfermedades.
- * Si hay niños en casa, pueden llegar a jugar muy

brusco y accidentalmente lastimar al cachorro, que como respuesta morderá.

El desconocimiento de estos puntos es la mayor causa por la cual se llega al maltrato, descuido y abandono de mascotas. Antes de adquirir a un cachorro hay que meditar si se tiene la paciencia, constancia, devoción y cariño que se requiere. Un cachorro crecerá en pocos meses. Piense si mantendrá el mismo entusiasmo y atenciones cuando ya no sea un adorable y regordete bebé. Hay que recordar que los animales no son juguetes que se les agota la batería o son desechables. Hay que adoptar con la cabeza y con el corazón, no solo con los ojos. Es por esta razón que antes de llevar una mascota a un hogar hay que preguntarse lo siguiente:

- * ¿Cuán a menudo tengo intención de viajar y quien cuidará a mi mascota?
- * ¿Puedo compartir con mi mascota el tiempo que ella necesita?
- * ¿Habrá siempre alguien en casa para que la mascota no se quede solita?
- * ¿No me importa que me dañe mis zapatos favoritos o que ensucie la alfombra?
- * ¿No me importa que bote mucho pelo? ¿Cuento con el dinero y estoy dispuesto a cubrir las necesidades básicas como las vacunas anuales, los juguetes, los artículos de limpieza e higienes y el alimento, así como para cualquier emergencia?
- * ¿Puedo ejercitar a mi perro por lo menos una vez al día?
- * ¿Es esta mascota buena para los niños o extraños?
- * ¿Sabrán mis hijos o hermanos tratar adecuadamente a una mascota?
- * ¿Tendré espacio suficiente cuando alcance su tamaño de adulto?
- * ¿Tengo la experiencia y el conocimiento necesario para entrenar adecuadamente la mascota? ¿Se adaptará a las mascotas que ya tengo?
- * ¿Hay alguien que padezca de alergias o asma en la familia?
- * ¿Puedo cuidar responsablemente a la mascota hasta que se muera de vejez (unos 12 años)?





Jamás hay que adquirir una mascota para que el niño se entretenga o deje de molestar. Hay pensar que tanto niños como animales necesitan amor, cuidados y atención. No hay que someter a ningún animal a la tortura de un niño desatendido.

3.1.16. Maltrato y crueldad en animales domésticos

¿Sabía usted que la crueldad hacia los animales y la violencia humana tienen una relación directa? ¿Que el niño que golpea o tortura un animal podría crecer y herir incluso hasta matar un ser humano? ¿Que el padre que le da una patada al perro podría estar golpeando a su esposa e hijos? ¿Que el niño que lastima un animal posiblemente ya es testigo de actos de violencia en su familia?.

El número de criminales con historial de maltrato de animales es tan alto que el Negociado de Investigaciones Federales (FBI, por sus siglas en inglés) señala la crueldad contra los animales como una característica típica para identificar jóvenes sospechosos con potencial en convertirse en criminales en un futuro. La crueldad intencional (a propósito) contra los animales es motivo de preocupación porque es una señal de problemas psicológicos. La Asociación Psiquiátrica Americana lo considera como uno de los diagnósticos para determinar desórdenes de conducta. También nos indica que la persona ya ha estado expuesta a cometer actos de violencia. Durante los últimos 25 años, estudios en psicología, sociología y criminología han demostrado que criminales, frecuentemente en su niñez y adolescencia, tienen serios y repetidos historiales de maltrato hacia los animales.

3.1.16.1. ¿Por qué sería alguien cruel con los animales?

Hay muchas razones. El maltrato hacia los animales es comúnmente cometido por personas inseguras con la autoestima baja. Estas se sienten sin poder y bajo el control de otros. El motivo podría ser para intimidar, amenazar, asustar, ofender o

rechazar las reglas de la sociedad. Algunas personas que son crueles con los animales están copiando acciones que han visto y aprendido de niños, o están siendo abusadas por algún familiar. La mayoría de las personas que abusan de los animales son adolescentes o jóvenes adultos masculinos con baja autoestima, con pocas amistades y malas notas académicas, aunque niños tan jóvenes como de 4 años también han maltratado animales.

Con todo esto presente, es hora de tomar en serio la crueldad contra los animales. Es nuestra responsabilidad enseñar a los niños que el maltrato hacia los animales es incorrecto y que debemos respetar todo lo que posea vida. Si usted permite que su niño mate una lagartija o un pajarito, por ejemplo, le enseñará que matar está bien y, por consiguiente, que es válido faltar el respeto a la vida, lo cual se desarrolla en tendencias agresivas hacia los seres vivientes indefensos. Es importante que con mucha ternura ayude a desarrollar la sensibilidad en los niños y que los corrija cuando intenten maltratar a un animal, enseñándoles así que tal comportamiento nunca es aceptable. Recuerde el viejo refrán "Más vale prevenir que tener que lamentar". Cuando eduque a su niño y enséñele la regla de oro "Nunca le hagas algo a alguien que no quisieras que te hicieran a ti".

3.1.16.2. Faltas graves cometidas hacia los animales

Miles de animales son maltratados diariamente por sus propios dueños; algunos de ellos son llevados hasta la extenuación, mutilación, parálisis, daños irreparables, al borde de la muerte o a la muerte misma. Esto lo hacen individuos que han elegido tener un animal en su casa. Sin llegar a tal extremo, miles de perros y gatos acaban en perreras cada año. Algunos de ellos consiguen un adoptante; otros no podrán abandonar nunca la perrera y morirán en su jaula; y, por último, los animales que no pueden ser colocados, los mayores o los que tienen alguna imposibilidad física, pueden





acabar sacrificados porque en estos lugares normalmente tienen un plazo limitado de vida, ya que no disponen de medios para mantenerlos de por vida. Aunque suene extraño, casi podemos decir que los animales que viven en perreras han tenido suerte, pues hay otros que mueren al poco de nacer porque su dueño "no quería una camada", y ni siquiera se les ha otorgado la oportunidad de ser adoptados.

Para un perro, gato, etc. su dueño lo es todo; pierde a su dueño, pierde todo. Si además quien debe protegerle es precisamente quien le agrede, podemos imaginar cuál es el estado de ansiedad y la sensación de abandono de estos animales.

Perros atados a automóviles y arrastrados durante kilómetros; cachorros quemados vivos, galgos ahorcados lentamente por un mal año de caza, perros apaleados hasta la muerte; todo esto es considerado por ley como falta grave. Pero la mayoría de las veces ocurre que los dueños no son identificados (por falta de chip en el perro), de modo que no se les puede aplicar la pena que les corresponde y su delito queda, por desgracia, impune.

3.1.16.3. Faltas leves cometidas hacia los animales
Faltas leves son la no vacunación del animal, la mala atención a su alimentación o a su higiene. Todos estos son derechos de los animales, no los estamos regalando nada y, a cambio, ellos nos lo dan todo.

Es vergonzoso ver cómo hay animales que son abandonados ante una enfermedad no "prevista" por el dueño, por aburrimiento del "juguete" o, simplemente, porque han llegado las vacaciones de verano y hay irresponsables que no quieren cargas.

Tener una mascota es hacerse cargo de ella en todo momento y con todas sus consecuencias. Si no vamos a poder hacernos cargo, es mejor que

renunciemos a ella desde un principio. Por eso hay que pensarlo bien antes de tener un animal en casa.

Podemos ver en numerosas páginas imágenes de perros maltratados, desnutridos, malheridos por sus dueños, abandonados a su (mala) suerte. Perros a quienes quien más debía quererles y a quien ellos más quisieron, les traicionó de forma miserable.

3.1.17. ¿Porqué las personas tienen animales domésticos?

Desde la antigüedad, los seres humanos han tenido relaciones prolongadas con los animales. El vínculo que ha existido durante siglos entre las personas y las mascotas ha satisfecho una gran variedad de necesidades humanas. El hecho de tener un animal doméstico proporciona algo más que simple placer porque satisface algunas de las necesidades psicológicas básicas del dueño. Cuando nos preguntamos son nuestras mascotas miembros de la familia. Con frecuencia, tenemos la percepción de que nuestros animales de compañía son capaces de entender nuestros sentimientos, saben cuándo estamos tristes o contentos, perciben cuando nos sentimos mal e intentan apoyarnos.

3.1.18. Animales domésticos y la imagen de nosotros mismos

Una persona a la que se identifica en público con un animal de compañía está haciendo una manifestación simbólica de su personalidad y de la imagen que tiene de sí misma. El hecho es que la presencia de una mascota y la forma en que la tratamos pueden convertirse en factores que influyen en la imagen que los otros se forman de nosotros y en cómo nos vemos a nosotros mismos.

3.1.19. Los animales domésticos como facilitadores sociales

El tener una mascota que proporciona algunos beneficios sociales tiene ciertos efectos secundarios. Por ejemplo, la gente que vive con





un animal suele ser vista por otros como más amable que la media. El amor por los animales está muy bien considerado en nuestra sociedad.

Existen dos aspectos del vínculo animal-humano que parecen contribuir a explicar porqué normalmente esta relación se considera positiva.

Primero, los animales domésticos ofrecen afecto sin juzgar, quieren a sus dueños independientemente si éstos cumplen los estándares de éxito o atractivo personal. Segundo, incluso de adultos, los animales de compañía tienen muchas cualidades similares a las de los niños. Son dependientes para siempre de sus dueños y presentan tres características a la vez: ser un animal, un niño, y simbolizar nuestro propio yo infantil.

3.1.20. Recompensas asociadas a un animal doméstico.

Los animales domésticos cubren muchas necesidades humanas vitales. Además de compañía, representan alguien a quien cuidar. Nos ayudan a estar ocupados, nos hacen sentirnos seguros con su presencia, en algunos de los casos nos dan el ímpetu que necesitamos para hacer deporte y son algo que tocar u observar para estar entretenidos.

3.1.20.1. ¿Son los animales domésticos beneficiosos para nuestro bienestar físico? Un número creciente de investigaciones han demostrado que tener animales domésticos puede resultar beneficioso para nuestra salud, y estos beneficios son tanto físicos como psicológicos.

Un investigador informó que los animales de compañía desempeñaban siete funciones que podrían influir en la salud física de los humanos. Los animales representaban un motivo por el cual no estar solos, alguien a quien cuidar, con quien mantenerse ocupados, alguien a quien querer tocar y acariciar, a quien observar, que nos hace sentirnos seguros y nos proporciona un estímulo para hacer deporte.

3.1.21. Desnutrición aguda.

Como muchas otras creencias populares erróneas, multitud de personas afirma que los perros saben valerse por sí mismos, y que no es problema para una animal encontrar comida por su cuenta.

Y tampoco es necesario que un perro sea abandonado para acabar sufriendo de desnutrición. Hay dueños completamente irresponsables que permiten que sus perros presenten estados tanto o más lamentables, y no se preocupan de alimentar y mantener al animal que está bajo su custodia

3.1.22. Generalidades sobre cuidados básicos de los gatos

Si se tiene un gato en casa, hay varias cosas que conocer para darle el cuidado y el cariño que el amigo felino requiere y merece.

En general, son menos complicados que los perros, pero tener una mascota siempre conlleva responsabilidades. Es muy parecido a tener que cuidar un bebé.

Por una parte, la casa debe ser segura, pues de lo contrario se expone al animal a varios peligros. Se lo pueden robar, o incluso envenenarlo. Luego por seguridad, higiene y salud, se debe vacunarlos contra la rabia y la panleucopenia. Estas enfermedades pueden llegar a ser muy graves, incluso mortales.

Asimismo, es importante que nunca deje a su alcance carnes con huesos, pellejos o espinas como el pollo, el pescado o la chuleta. Ellos no saben escoger lo que se comen, por lo que si por desgracia alguno de estos alimentos llega a su garganta, puede atragantarse y terminar ahogado. Recuerde tener los medicamentos, desinfectantes, jabones, insecticidas, pinturas, polvos o cualquier sustancia tóxica fuera del alcance del gato. Esto no quiere decir que los coloque en un lugar elevado, pues los gatos todo lo alcanzan y se pueden subir en los sitios más inusitados. La idea es que los





asegure bien en alguna caja o recipiente que el gato no pueda abrir. Los gatos son fuertes, pero la historia de las siete vidas es un mito.

De igual manera, es fundamental que cualquier medicina que le vaya a dar sea recetada por el veterinario y especialmente para gatos. Estos animales son muy delicados y pueden desarrollar fácilmente infecciones o enfermedades cutáneas. Cuando cierre armarios y gavetas revise siempre que el gato no esté adentro. Ellos se meten y se esconden en cualquier rinconcito que sea cómodo y tibio. Después se pierde y es que uno mismo lo dejó encerrado.

Por último, conviene tomar en cuenta que los gatos se cuelgan de todo y se suben en cualquier parte. Es recomendable no tener cables a la vista con los que ellos puedan jugar, pues podrían tener accidentes eléctricos. Además, es una buena idea no tener cortinas de encaje o manteles tejidos, pues los van a encontrar muy atractivos y los van a romper.

3.1.23. Generalidades sobre cuidados básicos del perro

Como norma general, es conveniente procurar que exista regularidad en todo lo relacionado con el perro: comidas, ejercicios, horas de sueño, costumbres diarias, etc. El animal tiene tolerancia a las alteraciones de la rutina, pero si son excesivas, o nunca hay una rutina, vivirá en un estado de tensión permanente que repercute en su salud.

En los primeros meses de vida hay que administrarle una serie de vacunas, cuya naturaleza y periodicidad determinará el veterinario. En cuanto cumpla el primer año hay que inmunizarle contra la rabia; y a partir de ahí, una revacunación anual. En ningún caso hay que olvidarse de hacerlo puesto que, además de ser obligatorio por ley, la rabia es una enfermedad mortal y susceptible de contagiarse a las personas.

Además de la vacunación, no está de más aprovechar la visita anual para hacer al perro una revisión general con el fin de prevenir cualquier incidente

3.1.23.1. Parásitos internos

Comúnmente se conocen como lombrices. Desparasitar al perro es una operación necesaria antes de la vacunación y para la cual el veterinario facilitará la información adecuada en cuanto a cuándo ha de hacerse y con qué medicamento. En cualquier caso, si el dueño ve señales de lombrices (sobre todo en las heces), hay que extremar las medidas de higiene como: recoger siempre las deposiciones del perro para evitar contagios a otros animales, lavarse las manos después de un contacto prolongado con el animal, evitar su saliva, que puede transportar gérmenes; y mantener al perro alejado de otros animales.

3.1.23.2. Parásitos externos

Como regla general, y a nivel preventivo, se pueden resumir los cuidados en lo siguiente: uso de collares antiparásitos, mantener limpio el entorno del perro, cepillarle el pelo con frecuencia y usar después algún spray insecticida. También es muy importante la observación del animal; vigilar si se rasca demasiado; si se le cae el pelo; si tiene lesiones en la piel o si tiene garrapatas.

Los parásitos más habituales son las pulgas y las garrapatas. Estas son muy peligrosas porque pueden transmitir al perro la piroplasmosis y llegan a tener el tamaño de una arveja. También están los piojos, que chupan la sangre del animal y anidan sobre su pelo, pudiendo causar lesiones cutáneas de gravedad y en los cachorros una anemia grave y agotamiento del organismo, a veces con consecuencias fatales.

3.1.23.3. Dieta adecuada

Este aspecto dependerá de la edad, sexo, raza y tipo de vida del animal. La mayoría de las marcas





de comida para perros tienen una gama variada de alimentos (para cachorros, para perros viejos, para hembras gestantes, etc.). Además, suelen proporcionar información acerca de la cantidad de comida que ha de contener la ración diaria en función del peso y raza del perro.

Hay que tener en cuenta que en determinadas situaciones, como en verano, el perro come menos cantidad de alimento debido al calor; y no hay que obligarle a que termine su ración. También hay que evitar darle comida después de que haga ejercicio, ya que pueden presentarse problemas en la digestión. Tampoco se le debe cambiar bruscamente la dieta, puesto que el animal debe adaptarse poco a poco a un nuevo tipo de comida.

3.1.23.4. Ejercicio regular

Para que la mascota esté sana y en forma, debe hacer ejercicio periódicamente. Sin embargo, hay que evitar las horas del día en que hace más calor; ya que el perro tiende a pasarlas durmiendo. Además, como las personas, los perros sufren lesiones, tirones, esguinces, por lo que habrá que controlar su actividad física y procurar que no se exceda en el ejercicio ni realice actividades peligrosas.

3.1.23.5. Actuar ante las enfermedades

Dado el elevado número de enfermedades que puede padecer el perro, resulta muy difícil realizar una lista. Por tanto, ante cualquier síntoma irregular, conviene llevarlo al veterinario, quien actuará en consecuencia con las medidas oportunas. Algunas de las señales que deben despertar la alerta del dueño son: caídas de pelo o lesiones en la piel, alteraciones en el ritmo respiratorio, tos persistente, cambios en el comportamiento o en el carácter, pulso acelerado, vómitos y diarreas continuadas, extrema delgadez, temblores, suciedad en la lengua, inapetencia continuada, parálisis o cualquier muestra de dolor.



3.2. Conceptos de diseño.

3.2.1. Multimedia

El término multimedia, en el mundo de la computación, es la forma de presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, vídeo y animación.

Entre las aplicaciones informáticas multimedia más comunes podemos mencionar los juegos, programas de aprendizaje y material de referencia.

La mayoría de las aplicaciones multimedia incluyen asociaciones predefinidas conocidas como hipervínculos o enlaces, que permiten a los usuarios moverse por la información de modo intuitivo.

La conectividad que proporcionan los hipertextos hace que los programas multimedia no sean presentaciones estáticas con imágenes y sonido, sino una experiencia interactiva infinitamente variada e informativa.

Las aplicaciones multimedia son programas informáticos, que suelen estar almacenados en CD-ROMs y pueden residir en páginas web.

Las aplicaciones multimedia suelen necesitar más memoria y capacidad de proceso que la misma información representada exclusivamente en forma de texto.

3.2.1.1. Elementos de organización

Los elementos multimedia incluidos en una presentación necesitan un entorno que empuje al usuario a aprender e interactuar con la información.

Entre los elementos interactivos están los menús desplegables, pequeñas ventanas que aparecen en la pantalla del ordenador con una lista de instrucciones o elementos multimedia para que el usuario elija.



Las barras de desplazamiento, que suelen estar situadas en un lado de la pantalla, permiten al usuario moverse a lo largo de un documento o imagen extensos.

Los hipervínculos o enlaces conectan creativamente los diferentes elementos de una presentación multimedia a través de texto coloreado o subrayado o por medio de íconos, que el usuario señala con el cursor y activa pulsándolos con el mouse.

Para los webzines y para los sitios web en general, existen una serie de elementos que se les puede incluir para darle mayor dinamismo o espectacularidad. Cada uno de ellos tiene a su vez varias opciones para escoger la más acorde con cada proyecto. Es conveniente, entonces, analizar las más importantes.

3.2.1.1.1. Imagen. Existen actualmente en el mercado un número inmenso de formatos para imágenes: JPG, JPE, GIF, BMP, ART, PCT, PIC, PNG, EPS, DXF, EMF, SWF, WMF, SPL, MOV, etc. Los navegadores convencionales como Explorer, Netscape y American On Line pueden soportar la mayoría, lo cual nos da una gama muy amplia de donde escoger.

Las mejores opciones son .JPG para el grueso de las imágenes y las .GIF para todas aquellas que necesiten transparencias o que su gama de colores no sea tan amplia como lo sería una fotografía. Ello, porque ambos tipos de archivos son conocidos por el común de los usuarios de internet. Si se utilizara, por ejemplo, archivos tipo ART (un tipo de archivo increíblemente ligero y exclusivo de AOL), se podrían ver desde casi cualquier navegador, pero a la hora de explorar el contenido del CD le dificultaría el trabajo a aquellos que quisieran imprimir alguna imagen o utilizar cualquiera como papel tapiz. Además, mucha gente se asusta de ver archivos de un tipo que no conoce, entonces no exploraría el CD. Hay algunas imágenes y otras sorpresas que no están vinculadas, son solo para los que examinen el CD desde fuera de los navegadores.

3.2.1.1.2. Tipografía. Dos aspectos básicos hay que cuidar de la tipografía dentro de un CD interactivo o una página web: el puntaje y la legibilidad. Para el primero es conveniente saber en qué tipo de monitor se verá el CD, pero tomando en cuenta que se espera su distribución a mediana escala eso no es posible,. Aún así, basándose en monitores de 15 pulgadas en adelante (los más tradicionales) un puntaje de 13 es más que suficiente. A partir de ahí se aumentará puntos para títulos y otros aspectos resaltables completamente con base en la estética, ya que la funcionalidad no será problema. Con respecto a la legibilidad, lo primero es encontrar una fuente tipográfica de fácil lectura, sin muchos adornos, patines, etc., en particular cuando son grandes cantidades de texto. Hay que tener en cuenta que no solo debe poder comprenderse bien, también debe evitar provocar cansancio por su complejidad. El segundo aspecto de la legibilidad es su relación con el fondo: se debe tener mucho cuidado de no utilizar una tipografía oscura sobre un fondo negro o, por el contrario, utilizar letras blancas cuando el fondo es amarillo.

Esto presenta sobre todo problemas cuando el fondo consta de un degradado o una fotografía. Las áreas claras y oscuras se alternan y no se pueden dejar partes del texto claras y otras oscuras, ya que su posición dentro de la pantalla cambiará dependiendo del tamaño del monitor donde se vea y el navegador que se utilice. Aún así existen trucos para solucionar este problema: un fondo en degradado vertical no dará problemas si por medio de Javascript se hace desplazar conforme el movimiento de la pantalla. Los fondos en degradado horizontal y las imágenes representan un problema mayor; lo más fácil es buscar un color que se imponga al fondo y/o restarle legibilidad a éste al convertirlo en una transparencia o aclararlo en demasía. Otra opción es poner un fondo específicamente creado para el texto y colocarlo solo debajo de este.





3.2.1.1.3. Audio. Si se limita a imágenes (ya sea estáticas o animaciones de cualquier tipo), no está realmente trabajando un sitio multimedia. Éste es, como su nombre lo indica, un lugar en donde se podrán apreciar diferentes medios audiovisuales.

Tanto flash como htm aceptan muchos formatos diferentes de audios, entre los que destacan los tipos .MID, .AU, .MP3, .SND, etc.

Los audios sirven básicamente para dos aspectos:

1. ambientar el sitio y acompañar la lectura visual, y
2. dar efectos que remitan a las acciones dadas con imágenes o textos.

3.2.1.1.4. Animación. Sin importar el género, la calidad, la duración, las características específicas, etc, se entiende como animación cualquier imagen o forma que proporcione la sensación de movimiento. "Hoy en día el término "película animada" se reserva en sentido limitado al trabajo de aquellos artistas gráficos que crean sobre el papel o sobre el celuloide fases separadas de movimiento, capaces de producir sensación de movimiento una vez que son proyectadas en pantalla".

Ha pasado mucho tiempo desde que los doctores Kenneth Knowlton y Edward Zajac (considerados los pioneros de la animación por computadora) dieran a conocer su trabajo. En la actualidad se sabe que los sitios web tienen tantas o más animaciones que películas ha hecho Hollywood. Pero el tipo de animaciones más convencionales son de cuatro naturalezas distintas: GIF, Flash, Director y Javascript. De estas cuatro, la primera corre absolutamente en cualquier tipo de navegador desde Windows 98. Las otras tres tampoco encuentran ningún tipo de problemas en los equipos actuales. Si acaso Flash y Director podrían necesitar de un programa especial que, aunque incluido en Explorer, Netscape y AOL, se puede descargar gratuitamente en el sitio de Macromedia y en varios otros más.

Las animaciones tipo GIF se utilizan cuando se quiere dar una sensación leve de movimiento que se repite una y otra vez. Ciertamente se le puede sacar mayor partido a este formato. Sin embargo, algo que se puede hacer con las animaciones GIF y difícilmente darían igual resultado con cualquier otro tipo de archivo son las animaciones con transparencias. GIF da la oportunidad no solo de hacer un gráfico animado, sino también de que se pueda integrar al fondo como si fuera un escenario y no verse forzosamente dentro de un recuadro (aunque si es lo que se desea, se puede hacer sin ningún problema).

También se encuentran las animaciones SWF o tipo Flash. Sus ventajas son innumerables, sus características muchas y su peso no es tan grande. Pero posiblemente lo que las distingue es la facilidad que tienen para crear una interacción con el usuario, que va mucho más allá de solo apretar un botón para pasar a la siguiente pantalla. Se puede hacer que, dependiendo de lo que hayan hecho antes, vayan a determinada pantalla en particular.

3.2.1.1.5. Fondo. El fondo es la superficie de la página web o de la animación Flash sobre la cual se colocarán todos los elementos y se desarrollarán todas las acciones. Su importancia reside en el hecho de que si no está bien planeado, el texto será completamente ilegible o las imágenes no tendrán el impacto que se deseaba o necesitaba. El fondo es generalmente una plasta de color o una fotografía, aunque por medio de la programación de algunos lenguajes scripts puede ser también un degradado entre dos o más colores. Sin embargo, para esto último es más usual colocar una imagen que tenga dicho degradado. Consultado en:

<http://dewey.uab.es/pmarques/calidad.htm>

3.2.1.1.6. Los recursos multimedia

Los recursos educativos multimedia son materiales que integran diversos elementos textuales (secuenciales e hipertextuales) y audiovisuales





(gráficos, sonido, vídeo, animaciones...) y que pueden resultar útiles en los contextos educativos. Distinguimos tres grandes grupos:

- Entornos formativos multimedia, diseñados específicamente para facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

- Los materiales didácticos multimedia (en soportes disco y on-line), que comprenden todo tipo de software educativo dirigido a facilitar aprendizajes específicos. Van desde los clásicos programas de EAO (Enseñanza Asistida por Ordenador) en soporte disco hasta los actuales entornos educativos multimedia on-line, con conexiones y funciones que aprovechan el infinito universo de recursos y servicios de Internet para facilitar aprendizajes específicos.

Dentro de los materiales didácticos multimedia también podemos distinguir los que básicamente proporcionan información (documentos multimedia en los que la interacción se reduce a la consulta de los hipertextos y a un sistema de navegación que facilita el acceso a los contenidos) y los que además ofrecen otras actividades interactivas para promover los aprendizajes (materiales multimedia interactivos, que además facilitan otras interacciones con los usuarios: preguntas, ejercicios, simulaciones, etc.).

- Los cursos impartidos en entornos virtuales de aprendizaje, los cuales están integrados generalmente por diversas asignaturas que se desarrollan a través de las funcionalidades de un entorno tipo "campus virtual". Los "campus virtuales", con los que se pueden impartir tipo de cursos, son plataformas tecnológicas on-line a través de las cuales se ofrecen contenidos formativos y la asistencia de un equipo de profesores.

- Otros materiales de apoyo a la educación que, sin ser materiales didácticos, han sido creados para facilitar otras actividades del mundo

educativo: gestión de centros, orientación escolar, gestión de tutorías, diagnósticos, entre otros.

- Materiales multimedia de interés educativo, que no han sido creados para el mundo educativo pero que, en determinadas circunstancias, pueden utilizarse como recursos educativos.

Los buenos materiales multimedia formativos son eficaces, facilitan el logro de sus objetivos.

3.2.1.1.7. Aspectos funcionales

- Facilidad de uso del entorno. Los materiales deben resultar agradables, fáciles de usar y autoexplicativos, de manera que los usuarios puedan utilizarlos inmediatamente y descubran su dinámica y sus posibilidades, sin tener que realizar una exhaustiva lectura de los manuales ni largas tareas previas de configuración. El usuario debería conocer en todo momento el lugar del programa donde se encuentra y las opciones a su alcance, y debería poder moverse en él según sus preferencias. Un "sistema de ayuda", accesible desde el mismo material, debería solucionar las dudas.

- Facilidad de acceso. La instalación y desinstalación de material sencilla, rápida y transparente. En el caso de las páginas web, el material orientará la instalación de los drivers y visualizadores necesarios, y proporcionará acceso a los mismos.

- Interés y relevancia de los aprendizajes que se ofrecen para los destinatarios. El valor de un material será mayor cuanto más relevantes sean los objetivos educativos que se pueden lograr con su uso, y cuanto mayor sea el interés de los contenidos, actividades y servicios para sus destinatarios.

3.2.2. CD

Normalmente se refiere a Compact Disc. Otras abreviaturas relacionadas son: CD-ROM, CD-R y CD-RW. Un Compact Disc para ordenador será





capaz de almacenar cerca de 650 Mb de información.

3.2.3. Software

Software también conocido como programática y aplicación informática es la parte lógica del ordenador; esto es, el conjunto de programas que puede ejecutar el hardware para la realización de las tareas de computación a las que se destina. Es el conjunto de instrucciones que permite la utilización del equipo. Compendia todo tipo de programas, utilidades, aplicaciones, sistemas operativos, drivers que hacen posible que el usuario pueda trabajar con la máquina.

3.2.4. CD interactivo.

Es una presentación que contiene información referente a un tema específico. A su vez, contiene objetos para que las personas interactúen con él, por ejemplo, botones que lo pueden llevar de un slide a otro, así como preguntas, juegos, etc. que ayuden a conocer más del tema expuesto.

3.2.5. Software Flash.

Flash es, en informática, un conocido software de la empresa Adobe (antes Macromedia) utilizado para desarrollos multimedia. Sirve para crear pequeñas animaciones vectoriales reproducidas en la web. El navegador de un usuario necesita el plug-in Flash Player para interpretar las animaciones Flash.

La diferencia entre Fireworks y Flash es que son programas que se utilizan para cosas diferentes, es decir:

Flash sirve para hacer animaciones, webs animadas, con efectos, etc. Muchas páginas web tienen numerosas animaciones, y varias cosas más que permiten interactuar al usuario, juegos, etc. Es un sistema multiplataforma que se puede ejecutar en cualquier sistema operativo. Por medio de un plug-in que se instala en cualquier navegador, se pueden visualizar películas Flash. Los navegadores

más comunes de sistemas como Windows o Linux tienen disponible Flash Player, el plug-in necesario para ver las animaciones creadas en Flash.

Fireworks es un programa para crear gráficos (igual que Photosop, Paint Shop Pro, etc.), optimizado para elaborarlos para web. Permite hacer animaciones (gif animados), roll-overs (imágenes que cambian cuando el usuario pasa el ratón por encima), mapas de imagen (imágenes con zonas activas que permiten hacer enlaces diferentes en un mismo gráfico), y muchas cosas más, pero no sirve para hacer animaciones Flash.

Como se mencionó, Flash es un programa donde se pueden realizar animaciones, web animadas, efectos, etc. En el caso de una presentación puede ser interactiva, es decir, que el usuario interactúa en la misma. Por ejemplo, para ir de un slide a otro, debe pulsar un botón que lo indique, y él decide el ritmo de la presentación. En el caso de la presentación no interactiva, ésta corre por sí sola y el usuario debe adaptarse al ritmo con el cual fue diseñada.

Para realizar presentaciones interactivas debe haber un menú con el contenido de la misma, para que el usuario decida por dónde empezar a ver los puntos que más le interesan. Cada slide debe tener botones que le indiquen seguir, regresar o ir al menú. Estos botones se pueden realizar según creatividad del diseñador y deben llevar una acción que llame a la escena o frame donde se encuentra la información del título respectivo.

Es un programa muy diverso que puede dar valor agregado y enriquecer el diseño, ya que los elementos que integran la presentación pueden hacerse con algún tipo de animación, movimiento, etc. para que el espectador no se canse y logre captar su atención.





3.2.6. Aspectos Morfológicos en el mensaje audiovisual

De la misma manera que cuando elaboramos mensajes con los lenguajes verbales utilizamos nombres, verbos, adjetivos y otros elementos morfológicos, los mensajes audiovisuales se construyen utilizando los siguientes elementos morfológicos:

- Elementos visuales, las imágenes. Sus elementos básicos son: puntos, líneas, formas y colores. Con estos elementos las imágenes pueden representar cosas que existen y también cosas que nunca han existido. Las principales características de las imágenes son:
- Iconicidad o abstracción: según si las imágenes son o no un reflejo de la realidad:
- Figurativas (tratan de representar fielmente la realidad; p.e. una fotografía).
- Esquemáticas o simbólicas (tienen alguna similitud con la realidad; p.e. un ícono que indica donde están las escaleras de un almacén).
- Abstractas (su significado viene dado por convenciones: p.e. las palabras de un rótulo).

No obstante, las imágenes nunca serán la realidad, ya que diversos factores (encuadre, luz, etc.) pueden modificarla. La máxima iconicidad la tienen los objetos; la máxima abstracción la encontramos en las ecuaciones y textos.

- Simplicidad o complejidad. Dependerá de su iconicidad, organización y relación entre los elementos, el contexto. Las imágenes complejas (que no siempre deben su complejidad al hecho de tener muchos elementos) requieren más tiempo y más atención para su análisis.
- Originalidad o redundancia: según que sus elementos sean nuevos o ya muy utilizados y

conocidos (estereotipos). Una imagen demasiado original puede ser difícil de interpretar por el receptor.

- Elementos sonoros. Distinguimos:
- Música.
- Efectos de sonido.
- Palabras.
- Silencio.

3.2.6.1. En cualquier caso, las funciones de los elementos morfológicos son básicamente tres:

- Informativa, testimonial, formativa.
- Recreativa, expresiva.
- Sugestiva: publicidad (relacionada con las cosas), propaganda (relacionada con las ideas y los valores de las personas).

3.2.7. El color

En el siglo XVII, Newton fue el primero que, por medio de un prisma de cristal, descompuso la luz. Esta, al incidir sobre una pantalla, apareció en forma de una banda de varios colores. El distinto camino que siguen los rayos se debe a su longitud de onda; cada longitud de onda corresponde a un color. Supo entonces que las radiaciones luminosas constituyen solamente una pequeña parte del espectro de las radiaciones

La apreciación de los colores se basa en una coordinación complicada de procesos físicos, fisiológicos y psicológicos.

El color tiene una inmensa afinidad con las emociones. Los egipcios usaban el color con fines curativos. Los griegos de la Antigüedad hicieron del color una ciencia. El color es una ciencia pero también una filosofía profunda, ambos aspectos deben de ir de la mano. Isaac Newton fue otro pionero del color y trabajó mucho tiempo antes de descubrir que, mirando a través de un prisma, podían verse siete colores





3.2.7.1. Interpretación de los colores

Las personas que tienen oído musical pueden distinguir fácilmente los tonos musicales, de diferentes frecuencias. Sin embargo, el sentido de la vista no puede percibir los diferentes componentes de la sensación cromática. Cada sensación cromática es uniforme e indivisible; sólo puede ser descrita por medio de las propiedades apreciadas de forma directa.

Las propiedades más importantes que cada color tiene son: tono, intensidad, luminosidad y claridad.

3.2.7.2. Apreciación de los colores

El color es uno de los principales elementos que facilitan la percepción de las formas de los objetos. A veces, incluso nuestra misma vida depende de la capacidad de diferenciar los colores; por ejemplo, al conducir un automóvil, ya que en este caso, no sólo se trata de advertir e interpretar las señales y los rótulos, sino también de ver a tiempo otros vehículos.

3.2.7.3. El uso del color en la publicidad

Norteamericanos, franceses, rusos, japoneses y muchos otros han estudiado, de manera consciente, los efectos del color sobre el individuo, considerándolo aisladamente y sobre el individuo como el constitutivo de la masa.

Una de las conclusiones a las que se ha llegado es que la mirada humana percibe la forma antes que el color. Es decir, si se acerca al centro del campo visual humano, se observa en forma progresiva. Por ejemplo, al observar un pedazo de papel de determinado color, el sujeto percibe primero la forma antes que el color que lo compone.

Por lo tanto, si con la forma logramos el primer impacto, el color es fundamental para retener la atención y actuar sobre la capacidad reflexiva emocional del individuo.

Uno de los elementos más versátiles en un anuncio es el color. Dependiendo del producto y del atractivo publicitario, el color puede usarse por muchas razones:

Es un dispositivo que llama la atención. Con muy pocas excepciones, la gente notará un anuncio a colores con más facilidad que otro en blanco y negro.

El color le da un estilo al anuncio con su propio lenguaje. Los ambientes fríos y pasivos se crean con azules y colores pastel; con rojo, los excitantes y lo primaveral, con amarillo.

Cabe destacar cuán importante es el contraste o visibilidad de los colores individuales como sobre la armonización (o familias de colores: cálidos y fríos).

3.2.7.4. Técnicas y herramientas para usar color en diseño con una computadora

El color tiene un impacto principal sobre la interacción humano-computadora: si no positivo, entonces negativo. De acuerdo a Murch, un investigador en factores humanos bien conocido, "El color puede ser una herramienta poderosa para mejorar la utilidad de un despliegue de información en una amplia variedad de áreas si el color es usado adecuadamente. Inversamente, el uso inapropiado del color puede seriamente reducir la funcionalidad de un sistema de despliegue". El color es un componente principal en las GUIs. Debido a la proliferación de aplicaciones GUI en PCs, Macs y estaciones de trabajo Unix, el examen del color es pertinente a la interacción humano-computadora (human computer interaction, HCI).

El uso de color apropiado puede ayudar a la memoria del usuario y facilitar la formación de modelos mentales efectivos. Como Murch expresó arriba, el uso efectivo del color puede ser una herramienta poderosa. Sin embargo, el uso





inefectivo del color puede degradar el desempeño de una aplicación y disminuir la satisfacción del usuario. Debido a estos factores, consideramos que el uso efectivo del color en interfaces de computadora es un importante tópico en HCI que requiere ser examinado cuando consideramos el diseño de una interfaz.

3.2.7.5. Psicología de los colores.

En la psicología de los colores están basadas ciertas relaciones de estos con formas geométricas y símbolos, y también la representación heráldica. Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes, y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos, deprimentes.

Aunque estas determinaciones son puramente subjetivas y debidas a la interpretación personal, todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos. Están determinadas por reacciones inconscientes de estos y por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza. El amarillo es el color que se relaciona con el sol y significa luz radiante, alegría y estímulo. El rojo está relacionado con el fuego y sugiere calor y excitación. El azul, color del cielo y el agua, es serenidad, infinito y frialdad. El naranja, mezcla de amarillo y rojo, tiene las cualidades de estos, aunque en menor grado. El verde, color de los prados húmedos, es fresco, tranquilo y reconfortante.

El violeta es madurez, y en un matiz claro expresa delicadeza. En estos seis colores básicos se comprenden toda la enorme variedad de matices que pueden ser obtenidos por las mezclas entre ellos y también por la de cada uno con blanco y negro. Cada una de estas variaciones participa del carácter los colores de que proceden, aunque con predominio de aquel que intervenga en mayor proporción. El blanco es pureza y candor; el negro,

tristeza y duelo; el gris, resignación; el pardo; madurez; el oro, riqueza y opulencia; y la plata, nobleza y distinción.

Como se mencionó anteriormente, los colores que tienen una mayor potencia de excitación son el rojo, rojo-naranja y naranja; los más tranquilos, los azules y azules verdes o violáceos. Un azul turquesa es algo más inquieto que un azul ultramar, por la intervención en el primero del amarillo y en el segundo del azul, que lo hace derivar al violeta. Los colores más sedantes y confortables en decoración son los verdes, azules claros y violetas claros; los matices crema, marfil, beige, gamuza y otros de cualidad cálida, son alegres y tienen cierta acción estimulante, pero tanto unos como otros, deben ser usados en áreas amplias y adecuadamente.

Los colores a plena saturación son usados muy pocas veces en superficies de gran tamaño. Los rojos, naranjas, amarillos, azules y otros colores vivos en toda su pureza no los presenta nunca la naturaleza en amplias extensiones, sino como acentos o pequeñas áreas de animación. Los colores expresan estados anímicos y emociones de muy concreta significación psíquica; también ejercen acción fisiológica. El rojo significa sangre, fuego, pasión, violencia, actividad, impulso y acción y es el color del movimiento y la vitalidad. Aumenta la tensión muscular, activa la respiración, estimula la presión arterial y es el más adecuado para personas retraídas, de vida interior, y con reflejos lentos. El naranja es entusiasmo, ardor, incandescencia, euforia y actúa para facilitar la digestión; mezclado con blanco constituye una rosa carne que tiene una calidad muy sensual. El amarillo es sol, poder, arrogancia, alegría, buen humor y voluntad; se le considera como estimulante de los centros nerviosos. El verde es reposo, esperanza, primavera, juventud y, por ser el color de la naturaleza, sugiere aire libre y frescor; este color libera al espíritu y equilibra las sensaciones.





3.2.7.5.1. **Amarillo:** es el color más intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia o con una gran deficiencia mental. Este primario significa envidia, ira, cobardía y bajos impulsos. Con el rojo y el naranja constituye los colores de la emoción.

Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo. Mezclado con negro constituye un matiz verdoso muy poco grato y que sugiere enemistad, disimulo, crimen, brutalidad, recelo y bajas pasiones. Mezclado con blanco puede expresar cobardía, debilidad o miedo y también riqueza, cuando tiene una leve tendencia verdosa.

3.2.7.5.2. **Naranja:** es algo más cálido que el amarillo y actúa como estimulante de los tímidos, tristes o linfáticos. Simboliza entusiasmo y exaltación y, cuando es muy encendido o rojizo, ardor y pasión. Utilizado en pequeñas extensiones o con acento, es un color muy útil, pero en grandes áreas es demasiado atrevido y puede crear una impresión impulsiva que puede ser agresiva. Mezclado con el negro sugiere engaño, conspiración e intolerancia y, cuando es muy oscuro, opresión.

3.2.7.5.3. **Rojo:** se lo considera con una personalidad extrovertida, que vive hacia afuera, tiene un temperamento vital, ambicioso y material, y se deja llevar por el impulso más que por la reflexión. Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, así como crueldad y rabia. Mezclado con blanco es frivolidad, inocencia y alegría juvenil, y en su mezcla con el negro estimula la imaginación y sugiere dolor, dominio y tiranía.

3.2.7.5.4. **Violeta:** significa misticismo, tristeza, aflicción, profundidad y también experiencia. En su variación al púrpura, es realeza, dignidad, suntuosidad. Mezclado con negro es deslealtad,

desesperación y miseria. Mezclado con blanco: muerte, rigidez y dolor.

3.2.7.5.5. **Azul:** 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. Simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso, lasitud. Mezclado con blanco es pureza, fe y cielo; mezclado con negro, desesperación, fanatismo e intolerancia. No fatiga los ojos en grandes extensiones.

3.2.7.5.6. **Verde:** es un color de gran equilibrio, porque está compuesto por colores de la emoción (amarillo = cálido) y del juicio (azul = frío) y por su situación transicional en el espectro. Se lo asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales que gustan de la vanidad de la oratoria. Simboliza la primavera y la caridad. Incita al desequilibrio y es el favorito de los psiconeuróticos porque produce reposo en el ansia y calma; también porque sugiere amor y paz y por ser al mismo tiempo el color de los celos, de la degradación moral y de la locura. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Aquellos que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Mezclado con blanco expresa debilidad o pobreza. Sugiere humedad, frescura y vegetación, simboliza la naturaleza y el crecimiento.

3.2.7.5.7. **Blanco:** es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia. Significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas; la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia.





3.2.7.5.8. Gris: no es un color, sino la transición entre el blanco y el negro, y el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, sugiere tristeza y es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal.

3.2.7.5.9. Negro: símbolo del error y del mal. Es la muerte, es la ausencia del color. Numerosos test selectivos han demostrado que el orden de preferencia de los colores es el azul, rojo y verde; los amarillos, naranjas y violetas ocupan un segundo plano en el gusto colectivo. Las mujeres sitúan el rojo en primer lugar y los hombres, el azul.

3.2.8. Tipografía

La esencia del buen diseño gráfico consiste en comunicar por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con un dibujo o con fotografías. A lo largo de los siglos, el arte de exhibir la palabra escrita ha evolucionado hasta ser un campo sofisticado del diseño gráfico. Las palabras y las imágenes que éstas crean, vienen en muchos estilos. Cada letra de una palabra puede verse como una ilustración. El trabajo del diseñador consiste en escoger las letras de molde correctas para comunicar el mensaje en forma acorde a su idea.

3.2.8.1 Los tipos

El diseñador gráfico emplea las letras de dos maneras: una, para comunicar por medio de palabras y otra, como imágenes.

3.2.8.2. Clasificación

Con serif: tienen origen en el pasado, cuando las letras se cincaban en bloques de piedra pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos. Por lo tanto, el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras. El grosor de las líneas utilizadas en la tipografía moderna para elaborar letras de imprenta también tiene su origen en la historia. Las primeras se realizaron a mano implementando un cálamo.

La parte plana de la pluma permitía distintos grosores de trazado. Esta característica se conservó por su belleza y estilo natural. Las tipografías romanas se basaban en círculos perfectos y formas lineales equilibradas. Las letras redondas como la o, c, p, b, etc, tenían que ser un poco más grandes porque ópticamente parecen más pequeñas cuando se agrupan en una palabra junto a otras formas de letras.

Sin serif: comúnmente llamadas sanserif, no tienen serif y actualmente se utilizan en muchos tipos distintos de texto impreso. Sin embargo, las letras sanserif o a palo seco no se usan con frecuencia en textos muy largos, ya que hoy se acepta que el fluir de las serifas facilita la lectura del texto impreso. Un ejemplo de tipografía con serif es la ya conocida Times New Roman; ejemplo de tipografía sin serif, Arial.

El arte de la tipografía consiste en hacer legibles y atractivas visualmente las palabras y los signos gráficos que las acompañan. El diseñador trabaja con palabras que ha de transformar, en última instancia, en imágenes gráficamente sugestivas y ópticamente legibles.

Se puede decir que las letras están constituidas por trazos generales que definen en su conjunto y que, una vez coordinados, determinan las características principales de cada letra en particular. Los trazos se encargan, además, de diferenciar una letra de distintas familias en función de cómo son ejecutados. Cada uno de ellos debe definirse específicamente en su grosor, inclinación y modulación para poder distinguir claramente letras de diferentes familias. Por ejemplo, haciendo referencia a trazos que distinguen distintas letras dentro de una familia tipográfica, podemos observar que la letra "b" y la "p" minúsculas poseen unos trazos muy similares, diferenciándose tan sólo por el sentido ascendente o descendente del trazo vertical y por el sentido del ojo de la letra.





3.2.8.3. Interletrado

La palabra es una sucesión de letras. Una palabra está bien espaciada si el ojo reconoce armonía y equilibrio entre las formas de las letras y las superficies que se encuentran en su entorno, es decir, entre plenos (negros) o vacíos (blancos). El resultado de este equilibrio es un “gris uniforme”, esto es, una secuencia sin interrupciones.

La determinación del espaciado no sigue reglas fijas. La distancia entre letras deberá ser evaluada cada vez, considerando las diferentes superficies que se crean después del acercamiento de los caracteres. Dentro del espaciado de caracteres, cuando hablamos de kerning nos referimos al espaciado que el diseñador de la tipografía ha definido para cada par de letras del alfabeto y que, generalmente, se debe ajustar en cuerpos grandes. Por ejemplo, el espaciado crítico entre las letras A y V.

El tracking define también la medida del interletrado, pero por bloques de texto. Este parámetro se ocupa de variar la separación entre letras en forma uniforme en todo un párrafo, o de controlar las viudas y las huérfanas (líneas sueltas al inicio o al final de un párrafo, respectivamente) manteniendo los parámetros entre -5% y el 5% para que sea imperceptible al ojo.

Normalmente, en textos compuestos en cuerpos menores de 12 puntos no son necesarias correcciones manuales. En medidas mayores de 14 puntos, las irregularidades son detectadas por el ojo y deberán ser corregidas. Esto también ocurre cuando se trabaja con ordenador.

3.2.8.4. La línea de texto

Una línea de texto está formada por palabras sucesivas. Debe ser cuidadosamente tratada para facilitar la lectura. Las palabras no deben exceder el espaciado entre sí, pero tampoco debe ser demasiado estrecho: lo ideal es que tenga intervalos que permitan leer todas las palabras con la misma intensidad.

3.2.8.5. Interlineado

La interlínea es la distancia, medida generalmente en puntos, que separa las líneas del párrafo. Los programas que manejan texto definen automáticamente la interlínea, sumando un 20% al valor del cuerpo del texto. El valor de este parámetro no debe ser muy bajo, para evitar que los caracteres de diferentes líneas se superpongan, ni tan alto que haga dificultosa su lectura. Las líneas tipográficas se miden de cabeza a cabeza o de pie a pie de las letras. El interlineado mínimo es el que corresponde al cuerpo que se está trabajando. Se le llama sólido o compacto y nunca permite que las líneas se toquen. Debemos tener en cuenta que los signos tipográficos varían su dimensión de acuerdo a su diseño; por tal motivo, diferentes diseños tienen diferentes proporciones en una misma medida tipográfica, por lo que requieren interlíneas diferentes. Dependerá de la tipografía utilizada el uso de mayor o menor interlineado.

Para la fácil lectura de textos es fundamental manejar un interlineado adecuado. Este influye en la composición y legibilidad del texto. Por último, no se debe olvidar que el interlineado tiene una influencia decisiva en la anchura de la columna, desde el punto de vista de la legibilidad del texto.

Líneas de aproximadamente 50 signos de un cuerpo entre 8 y 12 se interlinean de 1 a 3 puntos. Líneas más largas, con mayor cantidad de signos suelen requerir interlíneas de entre 3 y 6 puntos.

3.2.9. Columna.

Los párrafos, es decir, el texto comprendido entre dos retornos de línea o dos “punto y aparte”, tienen sus parámetros específicos.

Un texto debe leerse con facilidad y agrado. Esto depende, en última instancia, del tamaño de los tipos de letra, de la longitud de las líneas y del interlineado. La anchura de columna tiene que ser adecuada al tamaño del cuerpo. Cuando son demasiado anchas cansan al ojo y resultan





psicológicamente negativas. Cuando son demasiado estrechas perturban porque interrumpen el flujo de la lectura, puesto que el ojo debe cambiar con excesiva rapidez de línea.

Ambas disminuyen la capacidad de retener lo leído al exigir que se gaste energía excesiva, por lo que se pierde la comunicación. La columna es fácilmente legible cuando la combinación entre el espacio entre palabras, el largo de la línea y el interlineado es adecuado.

3.2.9.1. Tipos de columnas

Composición justificada o en block.

Este tipo de columna tiene líneas plenas que llenan de izquierda a derecha el ancho de la misma. Los espacios entre palabras son repartidos en forma pareja en cada línea; por lo tanto, dicho espacio varía de una línea a otra en función de la cantidad de palabras por línea. La fórmula ideal para la composición justificada es de 50 o más caracteres por línea.

3.2.9.2. Marginado izquierda

Todas las líneas de texto comienzan en el margen izquierdo. Es necesario controlar el margen irregular, también llamado desflecado, para que las líneas no queden excesivamente parejas o disparejas; en todo caso, es posible cortar palabras. También puede darse un ancho máximo y un ancho mínimo, para lograr un efecto especial. Las palabras guardan regularmente su separación en toda la columna.

3.2.9.3. Marginado derecha

Causa mayores dificultades al lector porque el ojo no retorna al mismo lugar al cambiar de línea.

3.2.9.4. Centrada o simétrica

Las líneas se disponen sobre un eje central, quedando ambos extremos simétricos. La distancia entre palabras puede ser la misma en todas las líneas pero tiene muy malas condiciones de lectura. No es recomendable en textos largos.

3.2.9.5. Asimétrica

Las líneas se equilibran ópticamente sin referencia a ningún eje.

3.2.9.6. Recorrido

Las líneas de texto recorren parte del contorno de la imagen.

3.2.10. Siguiendo las reglas

3.2.10.1. Norma 1

Para una legibilidad óptima, conviene elegir fuentes clásicas y habituales ya probadas.

Normalmente, los buenos tipógrafos pueden contar sus fuentes con los dedos de la mano. Con frecuencia, son estas fuentes las que poseen las proporciones más legibles:

Baskerville Bembo
Bodoni Caslon
Centaur Franklin Gothic
Frutiger Futura
Garamond Gill Sans
Goudy Old Style Helvética
News Gothic Palatino
Perpetua Sabon
Times New Roman Univers

3.2.10.2. Norma 2

Procure no utilizar demasiadas fuentes diferentes a la vez.

La única justificación para emplear más de una fuente es destacar o diferenciar dos partes de un mismo texto. Cuando se usan demasiadas fuentes diferentes, el lector es incapaz de determinar qué es importante y qué no lo es. El uso de demasiadas fuentes diferentes en una misma página o dentro de un texto distrae la atención. Se obtendrán excelentes resultados combinando dos o tres fuentes diferentes, siempre que se les asigne una función determinada a cada una de ellas.





3.2.10.3. Norma 3

Evite combinar fuentes que se parezcan demasiado entre sí.

Si combina fuentes para destacar un texto, evite la ambigüedad que se puede originar al combinar tipos que se parezcan demasiado. Contravenir esta norma habitualmente se considera un error porque no existe contraste suficiente entre los tipos.

Para una correcta elección tipográfica tenga en cuenta que dará mejores resultados si se eligen caracteres con rasgos diferentes (ej.: una tipografía romana antigua con una palo seco). Combinar una Helvética con una Univers o una Caslon con una Goudy Old Style no tiene sentido porque se parecen demasiado.

3.2.10.4. Norma 4

Un texto en mayúsculas entorpece la lectura.

Utilice letras en caja alta y baja (mayúsculas y minúsculas) para optimizar la legibilidad. Las letras en caja baja poseen las prolongaciones que necesita el ojo para leer mejor el texto, porque muestran las astas o trazos ascendentes y descendentes y las características propias de las letras con mayor claridad. Usar caja alta y baja es el método normativo para presentar el texto y con lo que los lectores están muy familiarizados. Sin embargo, las letras en caja alta, pese a que crean formas rectangulares monótonas, pueden utilizarse con éxito para destacar el tipo. Un texto que presente todas sus letras en caja alta carece de variedad rítmica y es, por tanto, más difícil de leer. Un texto que posee todas sus letras en caja baja resulta más difícil de leer por el contraste de las formas. El método más común de presentar el texto consiste en combinar la caja alta con la caja baja. Las mayúsculas marcan claramente el inicio de las frases.

3.2.10.5. Norma 5

Para los bloques de texto utilice aquellos cuerpos que, según se ha demostrado, facilitan la lectura. Dichos cuerpos oscilan entre los 8 y 12 puntos (con todos los cuerpos intermedios) para un texto

que se lea a una distancia media de entre 30 y 35 cms aproximadamente .

Sin embargo, es importante saber que las fuentes del mismo cuerpo pueden parecer diferentes en función de la altura de X de las letras. Si comparamos un texto escrito en Bodoni, otro en Helvética y otro en Frutiger, (todos en cuerpo 8) serán aparentemente desiguales (es decir, escritos en distintos cuerpos).

3.2.10.6 Norma 6

Evite emplear demasiados cuerpos y grosores a la vez.

Utilice sólo los cuerpos y grosores necesarios para establecer una clara jerarquía entre las partes de la información. Josef Müller-Brockmann recomendaba no usar más de dos cuerpos, uno para destacar títulos y otro para el texto. Limitando el número de cuerpos utilizados conseguirá páginas más funcionales y bellas. Puede emplearse el mismo cuerpo y grosor para los títulos y para el texto, siempre que ambos elementos estén separados por un espacio. Utilizar dos cuerpos y grosores para los títulos y para el texto marca una jerarquía clara pero simple. Es importante que haya mucho contraste. Si el cuerpo o el grosor son muy parecidos, desaparece el contraste y su relación es ambigua.

3.2.10.7. Norma 7

Use tipo para texto de grosor adecuado. Evite fuentes demasiado gruesas o demasiado finas. El grosor de las fuentes viene determinado por el ancho de las astas o trazos de las letras. Las fuentes del texto que son demasiado finas no se pueden distinguir o separar fácilmente del fondo. En las fuentes demasiado gruesas, se reduce demasiado el tamaño de sus ojos (los blancos de las letras se cierran), lo que dificulta su lectura. El grosor del tipo principal debe mantenerse en un término medio, ideal para el texto. Las fuentes demasiado gruesas dificultan la lectura porque no hay equilibrio entre las astas y los ojales de las





letras. Se reservan para destacar un título o un fragmento concreto.

3.5.8. Norma 8

Utilice fuentes de anchura media. Evite las fuentes demasiado anchas o demasiado estrechas. Distorsionar el texto para ampliar o estrechar las letras dificulta la lectura, ya que no estamos familiarizados con las proporciones de las letras así modificadas. Las familias tipográficas bien diseñadas incluyen estilos condensados y expandidos que responden a las normas aceptadas sobre las proporciones. Si bien en todos los casos las opciones condensadas y expandidas fueron creadas y añadidas cuidadosamente a las distintas familias, cuesta leer un fragmento largo en estas variables.

3.2.10.9. Norma 9

Utilice un interletrado y un espaciado entre palabras coherente, para dar solución de continuidad. Las letras deben fluir con libertad y naturalidad en las palabras y, a su vez, las palabras en las líneas. Para ello deberá aumentar el espacio entre palabras si el interletrado aumenta. Las letras odian estar apretujadas, pero también les gusta no perder de vista a sus compañeras. Otra consideración es que las fuentes más finas mejoran su aspecto si se aumenta el interletrado, mientras que lo contrario es propio de estilos en negrita.

3.2.10.10. Norma 10

Use líneas de longitud adecuada. Las líneas demasiado cortas o demasiado largas interrumpen la lectura. Cuando las líneas de texto son muy largas o muy cortas, la lectura se hace aburrida. Cuando el ojo se desplaza a lo largo de líneas interminables, llegar a la línea siguiente resulta bastante difícil. Leer líneas cortas produce en el ojo un movimiento intermitente que cansa y aburre al lector. Utilice un máximo de 70 caracteres por línea (diez a doce palabras). Al aumentar el cuerpo, disminuye el número de caracteres por línea.

3.2.10.11. Norma 11

Use interlineados que lleven al ojo con facilidad de una línea a la siguiente.

Las líneas separadas por muy poco espacio ralentizan la lectura y fuerzan al ojo a captar muchas de ellas a la vez. Si se añade de uno a cuatro puntos de espacio entre las líneas - dependiendo de la naturaleza específica de la fuente - se mejorará la lectura. Aunque se utilice en dos bloques de texto el mismo cuerpo y la misma interlínea, variando solo la familia tipográfica con diferentes cajas de X, puede llegar a parecer que tengan un mayor o menor interlineado. Las líneas de texto con mayor altura de X se deberán espaciar adecuadamente para compensar su aspecto más voluminoso.

3.2.10.12. Norma 12

La mejor legibilidad se consigue con una alineación a la izquierda o desflecado a la derecha. Aunque en situaciones especiales se aceptan otro tipo de alineaciones, si se combinan siempre se pierde calidad en la lectura.

3.2.10.13. Norma 13

Procure obtener finales de línea coherentes y rítmicos. Evite el desflecado que genere formas extrañas e inadecuadas al final de las líneas, y desflecados que muestren una repetición y pautas predecibles en los finales de línea. El aspecto de los textos desflecados es deficiente si los finales de línea no son suficientemente diferentes entre sí, si aparecen formas extrañas o contornos y si las líneas cortas y largas se parecen tanto que crean una pauta repetitiva y predecible.

3.2.10.14. Norma 14

Indique los párrafos con claridad, pero procure no alterar la integridad y la coherencia visual del texto. Las dos maneras más comunes de marcar párrafos son los sangrados y la inserción de un espacio adicional entre ellos, aunque no es necesario sangrar el primer párrafo de una columna de texto.





3.2.10.15. Norma 15

Evite viudas y huérfanas siempre que pueda. Una viuda es una línea corta, palabra o sílaba que corresponde al final de un párrafo y que aparece suelta al inicio de una nueva página o columna. Una huérfana es una línea inicial de párrafo que queda al final de una página o columna. Evítelas siempre que puedan porque rompen la continuidad de los bloques de texto, crean páginas irregulares e interfieren en la concentración de la lectura.

3.2.10.16. Norma 16

Destaque discretamente elementos del texto sin alterar la fluidez de la lectura. Realice intervenciones mínimas para obtener los máximos resultados. Destacar elementos del texto sirve, sobre todo, para aclarar el contenido y diferenciar partes de información. Diferentes métodos para destacar unidades de texto: uso de cursiva, subrayado, color, diferentes fuentes, versalitas, mayúsculas, negrita y normal, cuerpo mayor, contorno. Si bien ninguna de estas posibilidades perjudica al texto, algunas de ellas destacan más que otras.

3.2.10.17. Norma 17

Mantenga siempre la integridad del tipo. Evite cambiar el set de forma arbitraria. Las fuentes bien diseñadas ofrecen calidades visuales que las hacen más legibles. Las letras se diseñan con atributos proporcionales específicos en mente. Distorsionarlos de manera arbitraria afecta su integridad.

Si desea una versión más extendida o condensada de una determinada fuente, utilice una versión diseñada específicamente para esa familia particular. Las proporciones perfectas y refinadas quedan totalmente alteradas al utilizar el ordenador para escalar las formas de las letras, generando así proporciones inadecuadas entre las astas más gruesas y las más finas de las letras.

3.2.10.18. Norma 18

Alinee las letras y las palabras sobre la línea base. Las letras están diseñadas para convivir sobre una

línea base invisible. Cuando pierden esta orientación, parecen escapar fuera de control y resultan mucho más difíciles de leer. Como las letras están diseñadas específicamente para estar alineadas una al lado de la otra, cualquier desviación de la norma es cuestionable. Nunca amontone las letras.

3.2.10.19. Norma 19

Cuando trabaje con el tipo y el color, asegúrese de que existe suficiente contraste entre tipo y fondo.

Un contraste muy débil en cuanto a matiz, valor o saturación, o una combinación de estos tres factores puede dificultar, o incluso imposibilitar, la lectura. Un tipo en negro sobre un fondo blanco constituye la combinación de colores más legible y es la que más estamos acostumbrados a leer. Un tipo blanco sobre fondo negro invierte esta relación de color y dificulta la lectura. Si consideramos las relaciones de contraste de color entre el tipo y el fondo, el tipo siempre se ha de poder leer.

3.2.11. Rompiendo las reglas

En el libro "Diseñando con tipografía 4", Rob Carter habla de una serie de elementos que se pueden manejar para generar diseños tipográficos no convencionales. Dichos elementos y las pautas para manejarlos se presentan a continuación.

3.2.11.1. Caja

En el diseño de la mayoría de las fuentes se incluyen letras en caja alta y en caja baja. Las letras en caja alta se muestran firmes y grandes. Poseen un carácter más formal que las letras en caja baja, que adoptan un aire más informal. La tradición nos enseña a usar conjuntamente las letras en caja alta y baja en títulos y en texto. Las letras en caja alta marcan visualmente los inicios de las frases según sus normas. Pero existen muchas posibilidades para jugar con las combinaciones de ambas cajas en presentaciones y fragmentos de texto.





3.2.11.2. Estilo

Cuando se experimenta con tipografía, hay que tener muy en cuenta la selección de la fuente. Con los miles de diseños tipográficos que existen hoy en día, la tarea de elegir la fuente adecuada puede hacerse interminable. Si está investigando, pruebe combinar muchas fuentes diferentes. Inténtelo con aquellas que nunca ha utilizado. Examínelas en combinaciones diferentes y desconocidas, sin hacerse idea alguna ni darse esperanzas sobre el resultado. Aunque las fuentes se dividan generalmente en dos categorías generales, con rasgo y palo seco, existe toda una asombrosa serie de permutaciones.

Cada fuente posee una textura visual única cuando se aplica al texto. Los estilos manuscrito (script) y las fuentes que imitan la letra manuscrita, pueden ser formales o informales, desenfadados o extremadamente cuidados. Con la popularización de la composición por ordenador, ha surgido una generación completa de nuevas fuentes. Los fabricantes de los tipos ya asentados se han subido al carro de los estilos de fantasía, del mismo modo que las pequeñas tiendas que venden sus exóticos diseños tipográficos a través de Internet. En particular, las nuevas fuentes de tipo fantasía van mucho más lejos que los tipos para titulares del siglo XIX, sus directos predecesores. Los estilos de fantasía, descuidados e irrespetuosos, desafían y retan a la tradición más consumada del diseño de fuentes.

Expresan emociones, actitudes y opiniones y se enfrentan y desafían al lector. Estas fuentes no pretenden reflejar las ideas del autor de forma silenciosa y objetiva, sino que transmiten su propio mensaje de manera deliberada. Cuando experimente con diferentes fuentes, intente descubrir la relación que existe entre formas, texturas, contenido y mensaje. Al combinarlas, las fuentes de fantasía arrojan resultados inesperados y sorprendentes.

3.2.11.3. Cuerpo

Las relaciones de escala influyen mucho en la forma de percibir el tipo, porque proporcionan los medios de destacar o enmascarar elementos. Situados al lado de elementos de mayor tamaño, los tipos pequeños resultan tímidos e incluso timoratos; al lado de elementos más pequeños, los tipos grandes resultan llamativos e inflexibles. La escala siempre es relativa: para que exista algo grande ha de haber algo pequeño, y al revés. El efecto de la profundidad espacial también se puede conseguir mediante ajustes de escala. Los tipos más grandes parecen avanzar, y los más pequeños, retroceder.

3.2.11.4. Inclinación

Si se inclina el tipo, éste adquiere una posición activa, especialmente fuerte y enérgica, y parece como si avanzara en el espacio. Cuanto más pronunciada sea la inclinación, más cinético y agresivo se muestra el tipo. Tradicionalmente, la inclinación de la cursiva es de entre 13 y 16 grados, pero con el ordenador, las letras pueden adoptar cualquier ángulo de inclinación. Recuerde siempre que cuesta más leer un tipo con una inclinación demasiado pronunciada que uno con una inclinación moderada. Pero se puede obviar esta recomendación si lo que se busca es un efecto dinámico y al público no le preocupa la legibilidad del texto.

3.2.11.5 Grosor

La propiedad que llamamos grosor viene determinada por la anchura de las astas. Un tipo con astas finas ofrece una apariencia fina y frágil, mientras que un tipo con astas gruesas ofrece una apariencia robusta y sólida. Las letras con astas finas cuentan con ojales, orificios interiores abiertos y espaciosos, mientras que el caso contrario se da en las letras en negrita. De hecho, el tamaño de los ojales de las letras de un grosor demasiado acentuado disminuye en extremo. Como un experimento, se pueden comparar los diferentes grosores de las formas de algunos caracteres.





Analice qué elementos tipográficos hay que destacar y asigne los grosores de acuerdo con ello. Recuerde que los intensos contrastes de grosor que se establecen entre diferentes elementos tipográficos resultan siempre muy eficaces.

3.2.11.6. Anchura

Los programas de ordenador permiten realizar escalados verticales u horizontales del tipo, efecto que distorsiona las proporciones de las formas de los caracteres. Cuando se efectúa un escalado vertical, las astas horizontales parecen más gruesas. Cuando se realiza un escalado horizontal, las astas verticales parecen más finas. Muchos puristas de la tipografía condenan estos escalados del tipo porque, para ellos, destruye la integridad de los diseños tipográficos originales. Sin embargo, cuando se da luz verde a este recurso, investigar sus efectos da lugar a curiosos resultados expresivos y visuales.

3.2.11.7. Tonalidad

Por tonalidad entendemos la característica que sirve para establecer la diferencia entre un tipo tramado, un tipo degradado y un color puro. No hay que confundirla con el “color” tipográfico, es decir, la claridad u oscuridad del texto, que está estrechamente relacionada con el grosor de las astas de las letras. Una forma de controlar el realce consiste en ajustar el tono del tipo, y cuanto más se aproxima al tono o al valor del fondo, más parece fundirse en el espacio. El tipo al que se le asignan tonos más claros destaca menos que el tipo más oscuro. De este modo, se puede controlar la intensidad de los elementos en un espacio dado.

3.2.11.8. Simetría

Existen dos modelos fundamentales para estructurar los elementos tipográficos en el espacio: la simetría y la asimetría. La organización simétrica ofrece una imagen estable, satisfactoria y formal, mientras que la organización asimétrica crea una tensión visual dinámica. La simetría a

menudo consta de elementos tipográficos situados a ambos lados de un eje central. En otras palabras, los elementos se reflejan unos a otros y se distribuyen del mismo modo a cada lado del eje central. La asimetría obtiene su fuerza de una interacción entre espacios positivos y negativos. En otras palabras, la armonía espacial se establece a través del diálogo que existe entre los elementos tipográficos y el espacio que los contiene.

3.2.11.9. Dirección

Los elementos tipográficos ejercen fuerzas direccionales en virtud de sus formas intrínsecas y de las posiciones que ocupan en la página. Normalmente, el tipo se ve horizontalmente y reposando sobre una línea base imaginaria. Si se dispone en otros ángulos, adquiere diversos grados de fuerza. Si el tipo se mueve en círculos, adquiere una presencia caprichosa.

3.2.11.10. Fondo

Es fácil entender que el fondo corresponde a la superficie sobre la que descansa el tipo. Entre fondo y tipo se establece una relación de acercamiento / alejamiento basada en la similitud / disimilitud de sus respectivos tonos y valores. Un bajo contraste entre fondo y tipo hace que el fondo avance, mientras que, con un contraste elevado, el fondo parece retroceder.

3.2.11.11. Agrupamiento

Cuando agrupe elementos tipográficos, debe tener en cuenta dos principios muy importantes: la armonía, que consiste en una relación concordante y unificadora entre elementos, y la inarmonía, que consiste en una relación discordante y caótica entre éstos. Las letras se pueden alinear y agrupar en un grupo compacto. Como resultado de una estructura cuadrada, las figuras son armónicas, no así aquellas figuras que contienen agrupamientos de elementos que se extienden hacia fuera y, en apariencia, sin control alguno. Los efectos visuales que logran causar los agrupamientos de elementos





tipográficos pueden ayudar e intensificar el sentido intencionado de un mensaje.

3.2.11.12. Proximidad

La proximidad, relacionada con el factor del agrupamiento tipográfico, abre una interesante vía de investigación. Las letras, las palabras, las líneas y los bloques de texto pueden adoptar desde una disposición casi superpuesta hasta un espaciado muy generoso. Cuando los elementos tipográficos se superponen, la legibilidad disminuye o desaparece. Lo que a menudo se obtiene de este compromiso es una serie de fascinantes formas tipográficas creadas superponiendo letras o texturas agobiantes producto de superponer líneas de texto.

3.2.11.13. Repetición

Además de la tarea obvia pero funcional de las letras y de las palabras repitiéndose una y otra vez para portar mensajes escritos, la repetición constituye un factor importante en el proceso de la exploración tipográfica. Del mismo modo que se repiten los elementos tipográficos, los pensamientos y las ideas no se destacan sólo mediante la redundancia y la exageración, sino también mediante una resonancia visual bien determinada. A menudo, los modelos visuales dinámicos proceden de letras, palabras y líneas de tipo que se repiten. Cuando esté investigando la repetición tipográfica, recuerde el grado de repetición (escasa o abundante) y si la repetición es aleatoria o sigue una pauta.

3.2.11.14 Ritmo

La tipografía, por su estructura lineal, es análoga a la música; se puede imaginar como el equivalente visual de la música. Los principios de la repetición y del ritmo corren en paralelo. Pero, a diferencia de la repetición, el ritmo se obtiene mediante la repetición de elementos contrastados. En otras palabras, para que exista ritmo, las partes tipográficas no sólo se deben repetir, sino que se deben oponer unas a otras en una secuencia rítmica distinta. En tipografía, el contraste se establece yuxtaponiendo diferentes cuerpos de tipo, fuentes,

grosos, colores e intervalos de espacio que separan los elementos tipográficos. Un ritmo regular repite partes tipográficas similares separadas por intervalos espaciales iguales. Ésta es la cualidad rítmica más común en tipografía. El ritmo irregular se caracteriza por elementos idénticos o contrastados separados por intervalos espaciales diferentes. En el ritmo alterno, las partes tipográficas alternan dos atributos contrastados entre sí (cuerpo, grosor, tono, etc.). Los intervalos espaciales son constantes entre las partes. El ritmo progresivo se produce cuando los atributos del elemento y / o los intervalos espaciales que separan los elementos aumentan o disminuyen progresivamente. Las variaciones rítmicas se pueden combinar y aumentar hasta un sinnúmero de posibilidades.

3.2.11.15. Rotación

La rotación del tipo parece ser un ejercicio bastante sencillo, pero el aspecto que crean los ángulos y, por lo tanto, el efecto de alejar al tipo de su seguro lecho en la línea base horizontal, puede alterar la fuerza y las emociones que transmite la letra. A medida que la rotación va cambiando de ligera a fuerte, aumentan las fuerzas dinámicas y el impacto emocional. La yuxtaposición de elementos tipográficos en diferentes ángulos puede producir fascinantes resultados visuales.

3.2.11.16. Imágenes

Las imágenes pueden aparecer como fondos, como elementos adyacentes o incluso incorporadas a las letras y palabras. Normalmente, se pueden presentar con distintos efectos de distorsión con la ayuda del ordenador y / o manipulando el color.

3.2.12. Diagramación

Se puede considerar al diseño gráfico como la organización armoniosa de elementos gráficos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual. Estos elementos gráficos son el texto y la imagen. Ambos convierten al mensaje impreso en un mensaje bimedia, en el decir de Moles éste sería, por lo tanto, un mensaje multimedia. El diseño





gráfico se concibe para ser plasmado sobre soportes bidimensionales: papel, cartón, plástico, etc.; sin embargo, estos soportes pueden ser convertidos a objetos tridimensionales: envases, dispensadores, merchandising, etc. Esto significa que el diseñador también tiene una concepción tridimensional con respecto al uso del diseño. Habría que concordar con Moles cuando afirma que un libro, un folleto, una revista o un periódico, desde el momento que es manipulado para ser observado, adquiere un carácter tridimensional; el desglose, el paso de una página a otra implican factores ergonómicos previos en su concepción.

Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

Los conceptos diseño y diagramación involucran el problema de la composición. En realidad, la diferencia entre uno y otro es el papel que cumple cada uno en la edición periódica de la publicación. Mientras que el diseñador establece las pautas de la diagramación: formato, cajas de diagramación, tipografías, tamaño, estilo, formateo de párrafos, sangrías; propone color corporativo para textos, tratamiento de la imagen (sangrados, recuadros o aplicaciones especiales), criterios compositivos, en fin, todos los detalles que componen una publicación, el diagramador los aplica en cada una de las ediciones posteriores.

Como vemos, el diagramador resuelve la organización de las páginas de acuerdo con las normas ya establecidas por el diseñador en el manual de diseño. Es posible que el mismo diseñador también pueda encargarse de la diagramación, pero las responsabilidades son distintas. Un buen diagramador es el que respeta esas normas, precisamente su creatividad radica en la capacidad

para ofrecer múltiples posibilidades de presentación bajo una norma establecida.

3.2.12. 1. Elementos y aspectos

Para diagramar el contenido editorial, la actividad de diagramación necesita trabajar con elementos gráficos (categorías de contenido visual) y aspectos (variables que pueden modificar el resultado final).

Las medidas utilizadas en diagramación son generalmente en picas y puntos. Una pica (1 pc) corresponde a doce puntos (12 pt).

Al espacio delimitado de impresión dentro de una página se le llama caja tipográfica, donde cae tinta sobre el papel; fuera de estos límites, nada puede ser impreso. En los casos en que la caja sobrepasa los bordes del papel, se dice que la impresión es sangrada. Algunos de los elementos utilizados en el proceso de diagramación son:

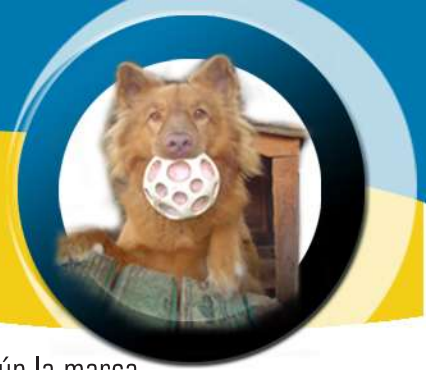
3.2.12.2. Texto. El llamado "cuerpo de texto" es el tipo en que será impreso el contenido principal del impreso, ya sea libro o publicación periódica (artículos, columnas, crónicas, editoriales, cartas etc.). La masa de texto acostumbra llenar más de la mitad de toda la mancha gráfica del periódico y debe de ser delimitada por los otros elementos. Un formato común para el cuerpo de texto en periódicos es el tipo serifado, con cuerpo (tamaño) 12 puntos.

3.2.12.3. Títulos o titulares. Desde el titular de la primera página, hasta los titulares menores de artículos. Son subdivididos en:

3.2.12.4. Subtítulos o subtulares. Son colocados abajo de la titular principal, complementan la información y incitan a leer el texto.

3.2.12.5. Antetítulos o antetitulares. Colocados arriba de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.





3.2.12.6. Intertítulos, intertitulares o quiebras. Colocados en el medio del texto, para seccionarlo y facilitar la comprensión.

3.2.12.7. Destacados u ojos. Colocados en el medio de la masa de texto, entre columnas, para resaltar trechos y sustituir quebras; son muy utilizados en entrevistas.

3.2.12.8. Fotos. Fotografías, que en los diarios y revistas siempre van acompañadas por pie de fotos descriptivos y el crédito del fotógrafo.

3.2.12.9. Arte. Lo que se llama arte en diagramación son imágenes producidas para ilustrar o complementar visualmente la información del texto. Pueden ser:

3.2.12.10 Infografías. Incluyen mapas, gráficos estadísticos, secuenciales y esquemas visuales.

3.2.12.11. Caricaturas. Dibujos generalmente satíricos con personajes del noticiero.

3.2.12.12. Ilustraciones. Todo tipo de dibujo ilustrativo para el texto periodístico.

3.2.12.13. Viñetas. Mini titulares que marcan un tema o asunto recurrente o destacado; pueden incluir mini ilustraciones y generalmente van arriba de la titular del artículo o en el alto de la página.

3.2.12.14. Boxes o caja. Un box es un espacio gráficamente delimitado que usualmente incluye un texto explicativo o sobre el asunto relacionado al artículo principal.

3.2.12.15. Hilos. Existen para separar elementos que, por algún motivo, pueden ser confundidos.

3.2.12.16. Encabezado y pie. Marcan la cumbre y la base de la página, respectivamente, incluyendo marcas básicas como nombre del periódico, editorial, fecha, número de la edición y número de la página; cuando es usado en la

primera página, el cabecero incluye aún la marca del diario, precio y algunos nombres del equipo periodístico (presidente, director, editor-jefe).

3.2.12.17. Espacios para publicidad, único elemento de contenido no editorial de la diagramación, producido por el equipo comercial.

3.2.12. 18. Los aspectos que determinan la composición de estos elementos en la página son, entre otros:

*Número de columnas. La distribución del texto en columnas verticales de tamaño regular, espaciadas y válidas para encajar los elementos.

Actualmente, el patrón en diarios estándar es la división en 6 columnas, pero el uso de 8 columnas ha sido predominante.

*Color. Uso de colores y matices en periodismo, que confiere sentido y modifica el mensaje, muchas veces sutilmente. Hasta medios del siglo XX, los diarios de gran circulación no utilizaban impresión en colores, dependían de la escala de grises para matizar sus elementos.

*Espaciamento. Interlínea entre columnas y entre cada elemento gráfico.

*Tipología. Variedad y tipos de fuentes tipográficas utilizadas

3.2.13. Significado de líneas

3.2.13.1. ¿Qué es composición?

Se denomina composición a la distribución de los elementos que intervienen en una imagen dentro del encuadrado que se realiza a partir del formato de la imagen y de acuerdo con la intencionalidad semántica o estética que se tenga. Se pueden considerar diversos aspectos:





3.2.13.2. Líneas verticales. Producen una sensación de vida y sugieren cierta situación de quietud y de vigilancia. En general las líneas verticales, igual que las líneas horizontales, se asocian a una situación de estabilidad. No conviene abusar demasiado de las líneas verticales porque pueden cansar y provocar una sensación de monotonía en el espectador.

3.2.13.3. Líneas horizontales. Producen una sensación de paz, de quietud, de serenidad y a veces de muerte. En general las líneas horizontales, al igual que las líneas verticales, se asocian a una situación de estabilidad. No conviene abusar demasiado de ellas porque pueden provocar una sensación de monotonía en el espectador.

3.2.13.4. Líneas inclinadas. Producen una sensación de dinamismo, de movimiento, de agitación y de peligro. En general, las líneas inclinadas dan relieve y sensación de continuidad a las imágenes. Al igual que las líneas curvas, proporcionan un ritmo más dinámico a las secuencias de vídeo y resultan más agradables que las líneas verticales y las horizontales.

3.2.13.5. Líneas curvas. Producen una sensación de dinamismo, de movimiento, de agitación y de sensualidad. En general, las líneas curvas dan relieve y sensación de continuidad a las imágenes. Al igual que las líneas inclinadas proporcionan un ritmo más dinámico a las secuencias de vídeo y resultan más agradables que las líneas verticales y las líneas horizontales.

3.2.13.6. El aire. Se denomina aire al espacio más o menos vacío que se deja entre los sujetos principales que aparecen en una imagen y los límites del encuadre. Algunas de las normas que conviene tener presentes al respecto son las siguientes:

3.2.13.7. Regla de los tercios. Una de las principales reglas de la composición es la regla de los tercios. Según ella, los personajes u objetos

principales tendrían que estar colocados en las intersecciones resultantes de dividir la pantalla en tres partes iguales de manera vertical y también de manera horizontal. De esta manera, se consigue evitar la monotonía que producen los encuadres demasiado simétricos. A consecuencia de la regla de los tercios hay que tener presentes los siguientes aspectos:

*Los personajes principales no han de ocupar el centro del encuadre.

*La línea del horizonte nunca dividirá horizontalmente el encuadre en dos partes iguales.

3.2.13.8. Simetría. Ésta se produce cuando en un encuadre aparece repetido un elemento, de manera que uno de ellos parece el reflejo del otro en un espejo. Las composiciones muy simétricas resultan agradables, dan una sensación de estabilidad, pero pueden resultar monótonas. Las composiciones asimétricas son más dinámicas, producen una sensación de inestabilidad y pueden generar más tensión dramática.

Al componer las imágenes hay que asegurarse que los espectadores centren su atención en los lugares convenientes y no miren demasiado los elementos secundarios.





Capítulo **4** Conceptos de Diseño y Bocetaje





Capítulo 4

4. Concepto de Diseño y Bocetaje

4.1 Concepto Creativo

El concepto creativo que se desarrolló para el CD interactivo, y que se desea transmitir como mensaje es:

Dueño **Atento,**
Mascota **Contenta**

Realizar un concepto, que combine los elementos deseados; mascotas, cuidado, responsabilidad, amor, etc., es un proceso un tanto complejo ya que a raíz de este concepto se origina y estructura el resto de mensajes a transmitir.

4.1.1. ¿Como se llegó a este concepto?

Primero se realizó una lluvia de ideas con las palabras relacionadas al título del proyecto. Estas son: perros, gatos, mascotas, amor, dueños, educación, cuidado, atención, trato adecuado, animales de compañía, felicidad, entre otros. Se eligió palabra por palabra y se desarrolló una lluvia de ideas para cada una, ya sea a través de lo que representa para cada quien la palabra en sí, como sus sinónimos. También se investigó todo lo relacionado a cuidados, animales de compañía, sus significados, todo lo que ayudará a enriquecer el conocimiento para transmitir un mensaje adecuado.

Al tener la lista con la lluvia de ideas, dio como resultado varias palabras parecidas entre sí. Con las palabras seleccionadas se hizo un mapa de relaciones, mediante la redacción de frases alusivas al tema que se está desarrollando. Se procedió de igual manera con los opuestos a dichas palabras.

El concepto no solo se realizó con el juego de palabras, ya que la idea, el concepto general del proyecto, es hacer conciencia que cuando un dueño de mascota está bien informado acerca de la tenencia responsable de la misma, está comprometido a dar una vida de por vida; es decir, debe darle los cuidados, atenciones, tiempo, etc, que necesita la mascota. Todo esto da como





resultado una mascota sana y con una mejor calidad de vida. Por tal razón se trató de buscar un concepto que describa en forma general y en pocas palabras, pero precisas, el proyecto.

La relación causa y efecto aquí es la siguiente: causa si el dueño está atento a todo lo que conlleva el tener una mascota en casa; efecto una mascota feliz y saludable.

De aquí parte el concepto. Generar una actitud, invitar a la acción de informarse, cuidar, amar al que no hace más que darnos su amor incondicional, y para quien su dueño lo es todo.

4.1.2. Los colores utilizados son el azul y verde.

En el caso del color verde; es un color de gran equilibrio, ya que está compuesto por los colores de la emoción (amarillo=cálido) y del juicio (azul=frío). Se asocia con las personas sociales. Significa realidad, esperanza, razón, juventud, naturaleza. Los que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Esto refleja con claridad el concepto a transmitir, ya que las mascotas son más que animales de compañía.

En el caso del azul, se le asocia con la vida interior, la inteligencia y emociones profundas. Es el color de la verdad, fidelidad; también significa descanso. No fatiga los ojos. También se adecua muy bien al concepto, ya que se desea transmitir fidelidad y estabilidad.

El tipo de letra utilizado es Bahaus, en sus tipos light y médium. Con ello se logra destacar ciertas palabras de otras, diferenciándolas por el grosor de las mismas. Es un tipo de letra juvenil, que invita a la acción; dado nuestro grupo objetivo, se adecua bien.

4.1.3 Lluvia de ideas

A continuación se presenta la lluvia de ideas realizada al momento de crear el concepto creativo para desarrollar el CD interactivo.

| | | |
|-----------|---------------|----------|
| Amigo | Amor | Atención |
| Amistoso | Cariño | |
| Compañero | Afecto | Tener |
| Adicto | Blando | Poseer |
| Afecto | Apacible | Sostener |
| | Suave | |
| Compañero | | Compañía |
| Socio | Respeto | Sociedad |
| Colega | Consideración | |





Leal
Fiel
Noble

Sentimiento
Afección
Emoción
Pasión
Afecto

Conciencia
Ético

Conocimiento
Entendimiento
Inteligencia
Noción
Idea
Saber

Acciones
Hecho
Acto
Encuentro

Perro
Amigo
Suciedad
Felicidad
Ternura
Divertido
Lindo
Bonito
Inteligente
Compañía
Compañero
Guau
Peludos
Pulgas
Cuidado
Atención
Garrapatas
Socios
Ladridos

Buen humor
Juguetones
Guardián
Afectuosos
Benévolos
Miedo
Vida
contentos

Gatos
Miau
Gozoso
Enojados
Egocéntricos
Aruños
Atención
Amigo
Felicidad
Bonito
Limpios
Amor
Responsabilidad
Amigo
Compañía
Vida
Cuidado
Arena
Contentos

Cuidado
Atención
Esmero
Prudencia
Vigilancia
Solicitud
Velar

Atención
Consideración
Cortesía
Deferencia
Fino
Cortés

Amable
Bondad
Educar
Enseñar
Formar
Dirigir
Domar
Adiestrar
Instruir
Modos

Buen trato
Pacto
Convenio
Ajuste
Contrato

Tiempo
Duración
Edad
Estación

Dueño
Responsable
Atento
Supervisor
Cuidar
Poseer





4.1.4. Frases

Vida feliz

Una vida feliz de por vida

Vida peluda

De pelos

Amigos bondadosos

La otra forma de amar

Dando amor

Huellas

Marcado de amor

Dejando huella

Dejando marca

Insignia

A ciegas

Amor eterno

Convenio de amor

Dando tiempo y esmero a tu mascota

Enciende

Intercambio de amor

Facil amar dificil no quererlos

En contacto

Amigos

Lenguaje de amor

Actuando como corresponde

Misión posible

Mascotas de por vida

Meter la pata

Actívate

Entendiendo a los amigos

Unidos por el mismo sentir

Amigos felices siempre

Alguien a quien querer y cuidar

Amigos contentos

Mascotas felices, dueños felices

Para tu mejor amigo

Mejor calidad de vida para tu mejor amigo

Amor incondicional

Viviendo felices

Como perrosy gatos

Comunícate con tu mascota

Aprende a conocer a tu mascota

Conexión total, con tu

mascota

Responsabilidad a bordo

Tenencia responsable

Responsabilidad externa

Compromiso de por vida

Mascotas de dia y de noche

Amigos de cuidado

Dueño atento

Conéctate al mundo de tu mascota

Cuidado, mascota en casa

Mi lado responsable

Mejores amigos

Pilas “

Dueño atento, mascota feliz

Dueño responsable, mascota contenta

Super dueño, super mascota

Dueño atento, mascota contenta

Mascota





4.2 Bocetaje

Al tener ya definido el concepto creativo que se desea transmitir en el CD interactivo, se procedió a realizar los bocetos del CD. Para ello se hizo lo siguiente.

Lo que se desea transmitir con la diagramación es invitar al lector a la acción, a tomar partido de ello, informarse y dar una mejor calidad de vida a la mascota, haciendo que la misma esté feliz, saludable y a su lado por mucho tiempo. Todo esto se logra a través de informarse y leer el contenido detenidamente, con atención. Es de suma importancia que los dueños y/o futuros dueños de animales de compañía actúen de la forma correcta en el cuidado de la mascota y estén informados de lo que conlleva la tenencia responsable.

Como en el CD se incluirán varios temas, se desglosó el contenido por tema, dando a cada uno un color e imágenes diferentes alusivas.

Los elementos que forman el diseño son:

4.2.1. Líneas.

Se utilizó una combinación de líneas verticales, curvas e inclinadas. Las verticales producen sensación de vida, pero no conviene abusar de ellas porque pueden provocar sensación de monotonía y cansancio. En el caso de las líneas inclinadas, producen sensación de dinamismo, movimiento, acción; son más agradables que las verticales y horizontales, evitando el estancamiento, aburrimiento, etc. Las líneas curvas también producen dinamismo, movimiento, y por lo general dan sensación de continuidad. Se adaptan a la idea que se trata de transmitir.

4.2.1.2. Fotografías.

Estas juegan un papel muy importante en toda diagramación, en especial donde contiene mucho texto. En general, la mayoría de guatemaltecos no tiene la costumbre de leer, por lo que se incluyeron fotografías que complementen el tema a tratar.

Se emplearon fotografías alusivas al tema tratado, en diferentes áreas del diseño. Por ejemplo, en el tema baño, se insertaron fotografías donde se está dando un baño a las mascotas, para reforzar la información ofrecida. Las fotografías se diagramaron en diferentes formas, ya que al colocarlas de manera convencional (cuadradas) pueden cargar y visualmente hacer pesado el diseño y, como consecuencia, cansar al lector o no invitarlo a leer el contenido.

4.2.1.3. Tipografía.

En el caso de los textos se diagramó en dos columnas, porque cuando una columna es demasiado ancha cansa al ojo, resultando psicológicamente negativa; cuando es demasiado estrecha perturba el flujo de lectura, puesto que el ojo debe cambiar con excesiva rapidez de línea. Un texto debe leerse con facilidad y agrado. Así mismo se dejó un espaciado entre líneas adecuado para facilitar la lectura, ya que líneas muy juntas tienden a confundir y mezclar la información.

El tipo de letra utilizado en los slides de la presentación interactiva es Bahaus, en sus tipos light y médium. Con ella se logra destacar ciertas palabras de otras, diferenciándolas por el grosor





de las mismas. Es un tipo de letra juvenil, que invita a la acción. Dado el grupo objetivo, se adecua bien.

En el caso de los títulos se utilizó el tipo Bahaus en bold, ya que es lo que se pretende destacar. Así el usuario sabrá de lo que se tratará el slide. La información que está diagramada en dos columnas es en letra Bahaus médium, y no es ni muy delgada ni muy gruesa lo cual la hace legible y agradable a la vista

Acerca del tipo de letra Bahaus

Pertenece a los tipos de palo seco, también conocidos como Gothics en Estados Unidos y Grotescos o Lineales en Europa. Se puede dividir en tres categorías: Grotescos, Geométricos y Humanísticos.

Geométricos

- * Construidas a partir de formas geométricas simples como el círculo y el rectángulo.
- * Usualmente monolineales.
- * Normalmente presentan una "g" de caja baja no ascendente.

A partir de 1920, como consecuencia de las propuestas estéticas y postulados de los movimientos de vanguardia en Europa y de la Bahuaus en Alemania, surge un estilo de palo seco austero y funcional que se conoce como geométrico. Estos tipos monolineales se construyen a partir de líneas rectas y figuras geométricas básicas como el círculo y el rectángulo. Quizá el tipo más conocido de este estilo es el Futura, diseñado por Paul Renner en 1928. Su enorme gama de pesos, anchos y cursivas la ha hecho muy popular para publicaciones educativas e infantiles.

Humanísticos

- * Basadas en las proporciones de las mayúsculas inscripcionales romanas y el diseño de caja baja de las romanas de los siglos XV-XVI.
- * Algún contraste en el grosor de los trazos.
- * La "a" y la "g" de caja baja son ascendentes y descendentes, respectivamente.

El tipo de palo seco que el calígrafo Edward Johnston creó para el Metro de Londres en 1916, significó un paso adelante en lo referente a las características habituales hasta entonces presentes en estos tipos.

Basada en las letras romanas, sus trazos presentaban un ligero contraste y era palpable su influencia caligráfica, contrastando con la apariencia mecánica de los tipos de palo seco existentes en el momento. Este tipo fue en el que se basó Eric Gill para crear su tipo Gill Sans. El prototipo de esta tipografía fue diseñado por Herbert Bayer, profesor de la famosa escuela Bauhaus en Dessau, Alemania, en 1925, en su labor de crear una tipografía universal. Su diseño





responde a las convicciones y estilo propio de la escuela, buscando la funcionalidad en la eliminación de elementos y dejando la tipografía en su apariencia más elemental.

4.2.1.4. Colores.

Los colores centrales, utilizados en la portada, en el título y slides anexos (como por ejemplo menú) son el verde y el azul,

En el caso del verde; es un color de gran equilibrio, ya que está compuesto por los colores de la emoción (amarillo=cálido) y del juicio (azul=frío). Se asocia con las personas sociales. Significa realidad, esperanza, razón, juventud, naturaleza. Los que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Esto refleja con claridad el concepto a transmitir, ya que las mascotas son más que animales de compañía.

En el caso del azul, se le asocia con la vida interior, la inteligencia y las emociones profundas. Es el color de la verdad, fidelidad, también significa descanso. No fatiga los ojos. También se adecua muy bien al concepto, ya que se desea transmitir fidelidad y estabilidad.

Cada slide llevará un color diferente, pero manteniendo la diagramación. Esto se hace para que el usuario no lo sienta aburrido y asocie ver el mismo slide e información varias veces, ya que cada tema es diferente y se le intenta dar una personalidad distinta al resto de los demás.

4.2.1.5. Diagramación.

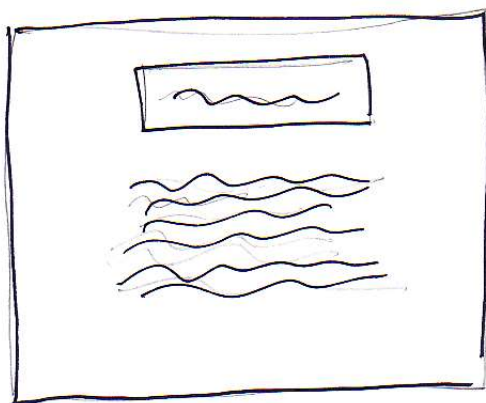
Cada slide tiene el espacio para colocar fotografías, textos y los botones de acción de la presentación que hará interactivo el CD. El usuario podrá seguir al siguiente tema, regresar o ir al menú. Cada elemento está pensado para que no afecte y altere el contenido, como por ejemplo fotos encima de textos, ya que esto entorpece el mensaje a transmitir.

Para hacer más interesante la presentación los títulos y textos de los temas, así como ciertas fotografías, se utilizará un efecto en el momento de su presentación, a fin de lograr una presentación dinámica y no plana. Los botones tienen forma de huella. Dado que el tema es sobre animales se utilizaron los elementos que connoten el mismo.

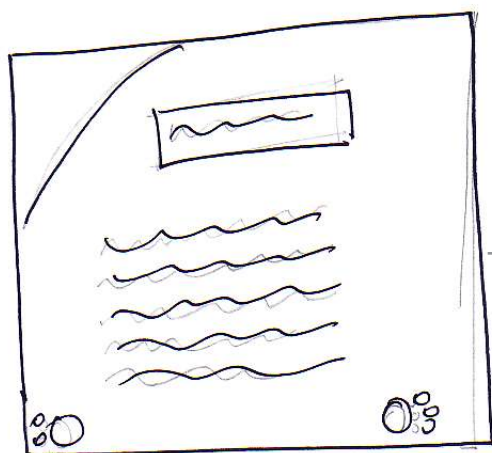




4.2.1.6. Bocetos (a mano)



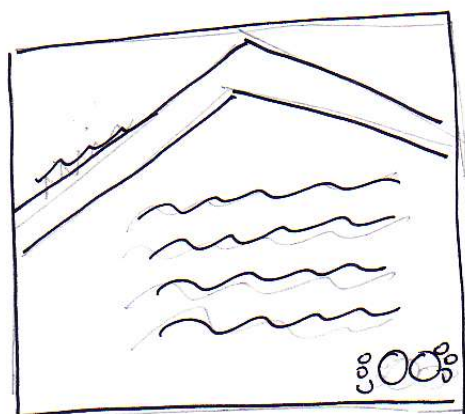
En este boceto se delimitó un área para colocar el título y la información a una columna, pero el diseño se ve muy vacío.



Al ya tener delimitado el área del título y de la información se pensó en colocar alguna fotografía, así como los botones que harán la interacción del CD.

Los botones se colocaron en cada esquina (en izquierda y derecha) para que el de la derecha sea siguiente y el de la izquierda sea regresar.

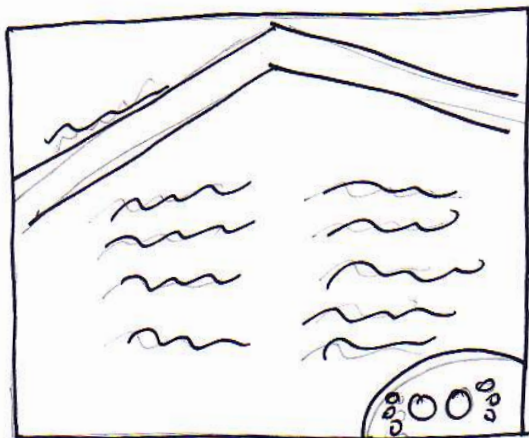
Cosa importante de mencionar, es que los botones tendrán forma de huella ya que el material trata acerca de animales, perros y gatos, para así, dar mayor personalidad al diseño, es por ello que se hicieron en esta forma los botones



En este diseño, se trató de enriquecer un poco más el diseño, colocando algún tipo de elemento que nos evoque continuidad, movimiento, y para que el diseño no se vea aburrido, ya que va dirigido a jóvenes de 18 a 25 años.

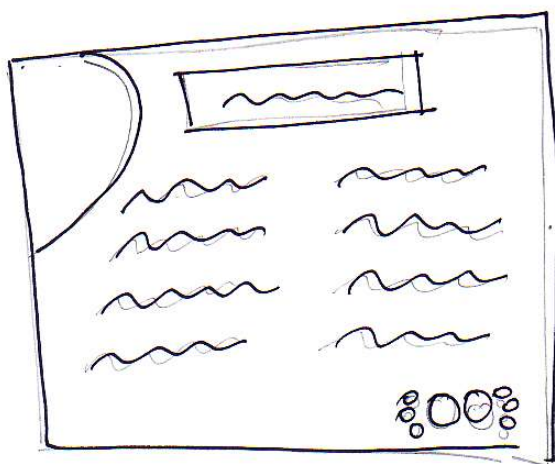
En el caso de los botones se pusieron juntos para que no se pierdan uno del otro estando a distancia.



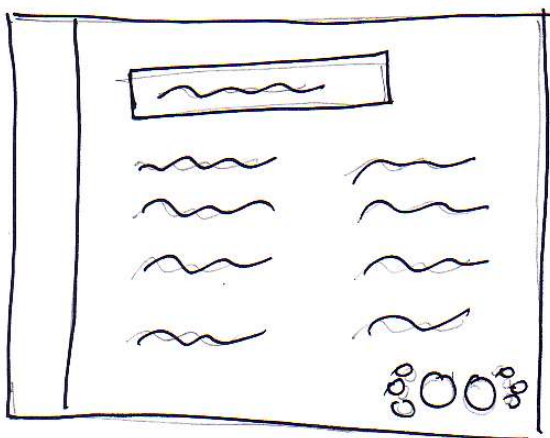


En este boceto se colocó el título en otra posición, para verlo más dinámico y no al centro.

Para que los botones no solo estén puestos en una esquina, se les puso dentro de una curva para dar más dinamismo al diseño.

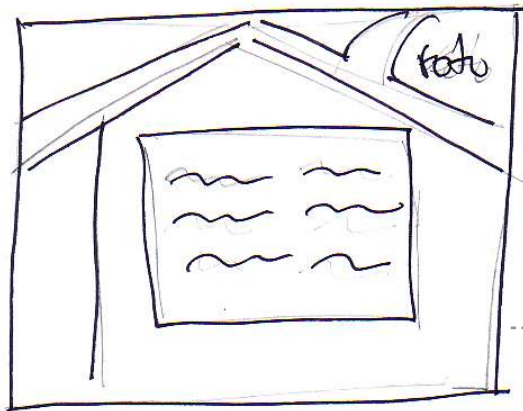


Para hacer que el diseño no se vea aburrido y canse al lector con solo texto, se diseñó un lugar para colocar una fotografía, que es una curva donde estará la fotografía, acorde al tema a tratar.



En este diseño se pensó en poner algo más al diseño, en este caso una franja vertical que contendrá fotografías.



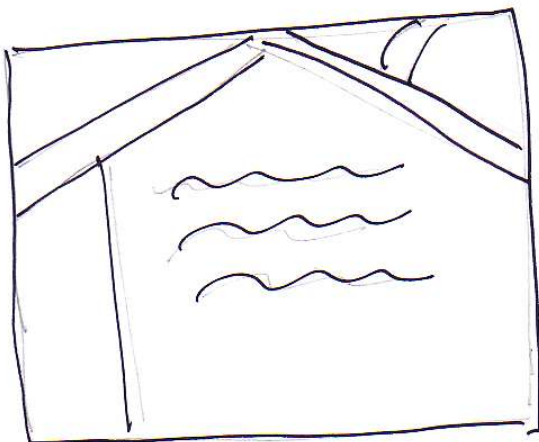


Este boceto se trató de crear un diseño que asemejará una casa de perro, pero no hacerla del modo convencional, pero si una alusión.

En éste, el texto está encerrado en un recuadro para que tenga su espacio.

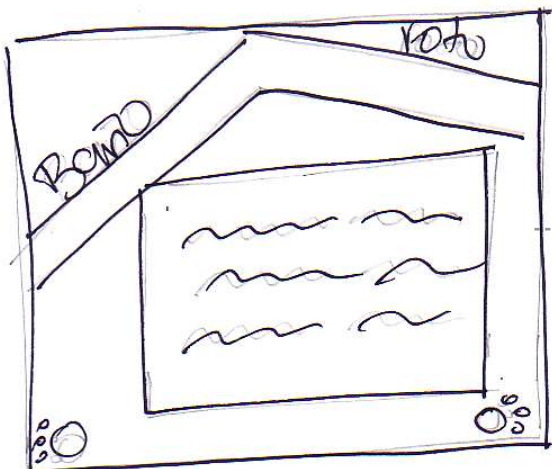
Se manejó la línea inclinada para crear el ambiente de casa.

Para colocar la fotografía se hizo una curva en la parte superior derecha y dejar su espacio



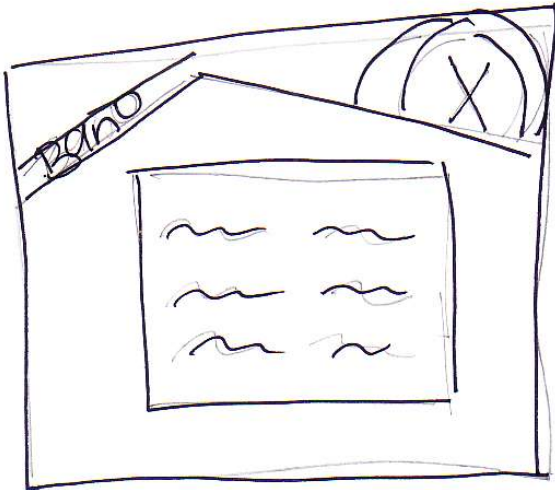
Este diseño es básicamente como el anterior, pero con la diferencia que el texto no tiene un recuadro si no que ocupa el área donde no hay diseño.

A la par de la información hay una columna vertical para hacer que el diseño no tenga apariencia de vacío y darle estabilidad al mismo

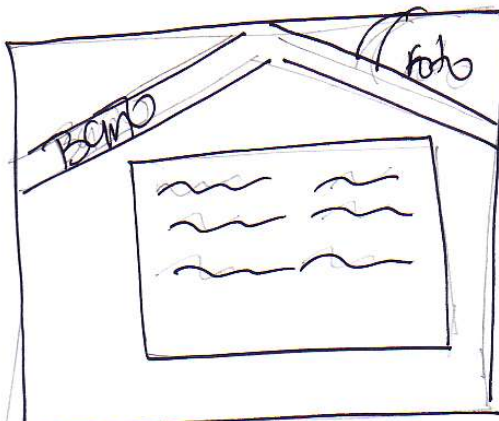


En este diseño se colocó en la parte superior izquierda el título, en forma inclinada, para que así el título denote continuidad, y que no se mezcle dentro del área de la información y logrando así que se separe del resto de elementos y destaque.

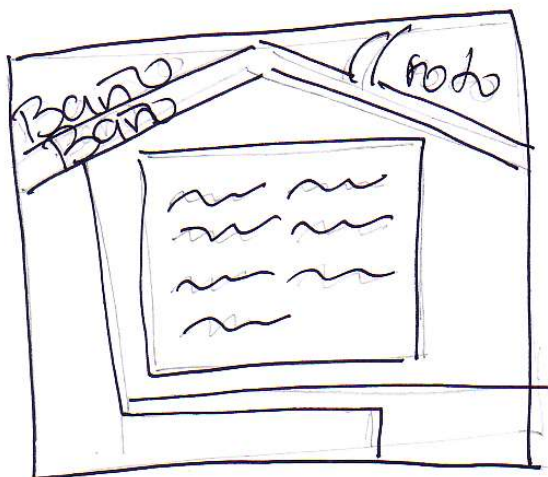




En este boceto se dio énfasis al área de la fotografía, ya que lo que se pretende es no colocar una fotografía de la forma convencional cuadrada si no proporcionarle un estilo diferente, juvenil y moderno. En esta ocasión se colocaron líneas curvas que evocan un círculo.

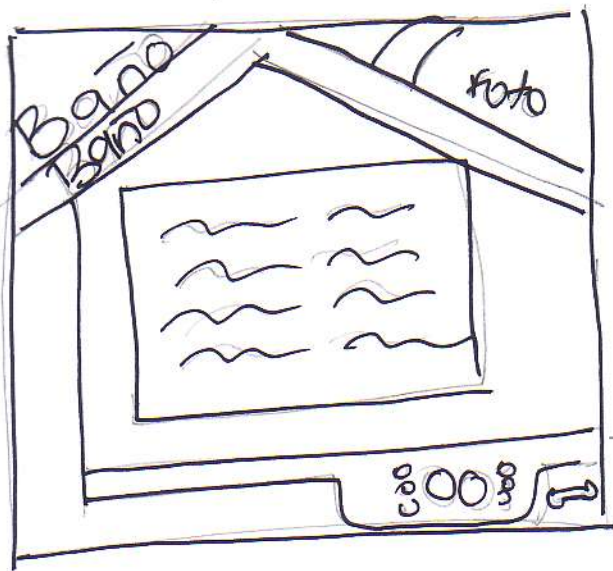


En éste, se quitó la columna vertical para dar más área al texto.



Teniendo delimitadas las áreas de la fotografía, del título y de la información, se pensó en crear una especie de pestaña que contenga los botones para seguir y regresar, para que no estén sueltos y estén puestos sobre algo.

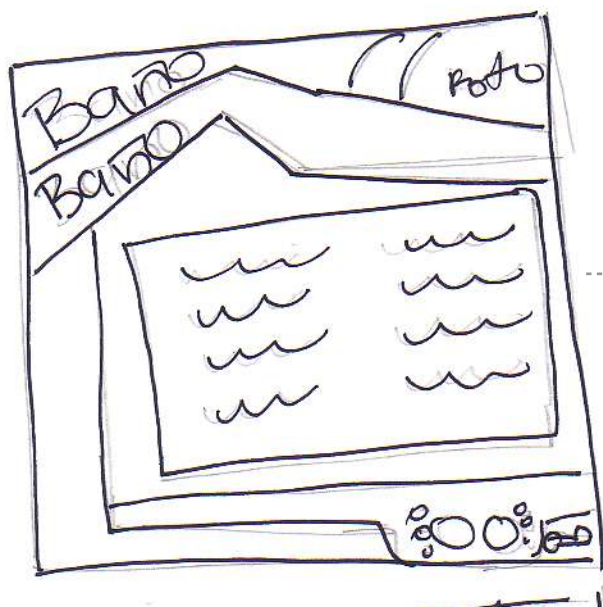




En este boceto se mejoró la idea de la pestaña y se colocaron los botones.

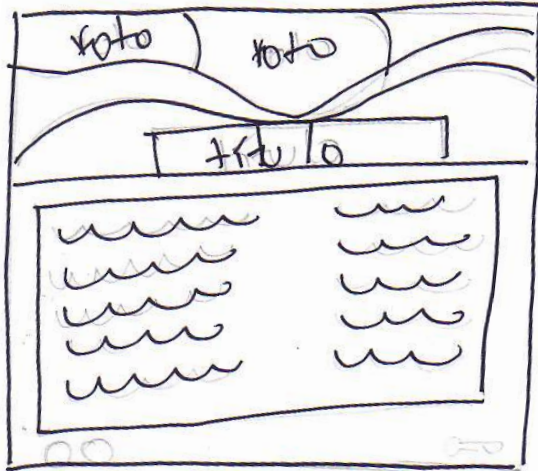
Como se mencionó anteriormente, los botones tienen forma de huellas pero están colocados en direcciones diferentes uno de otro, es decir el botón de seguir, tiene los elementos colocados en dirección de flecha derecha y viceversa.

Se colocó un botón en forma de hueso, que lo llevará al menú principal.



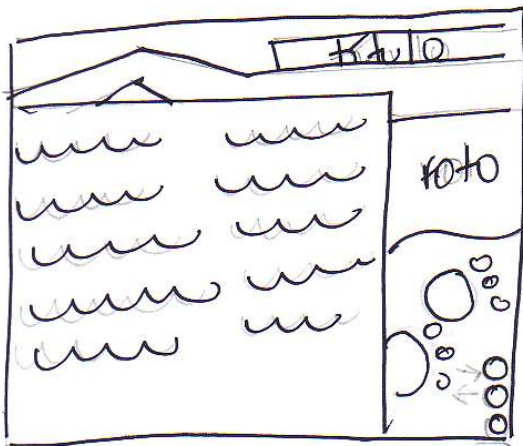
Este boceto tiene el mismo estilo al anterior con la diferencia que esta vez se modificó la línea inclinada que hace referencia a una casita. Para mantener la idea de una casa pero haciéndolo más de forma abstracta y de continuidad, y dar sensación de acción y movimiento.





En este boceto lo que se pretendió era colocar a lo ancho la información y el título en el centro.

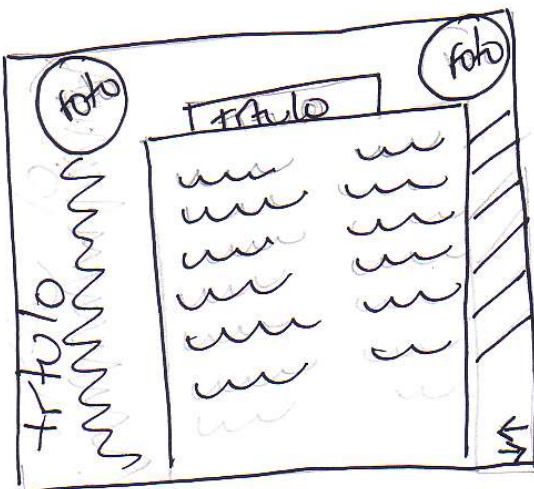
Y en la parte de arriba líneas curvas para transmitir sensación de movimiento y se dejó áreas específicas para colocar fotografías para que así el diseño tuviera imágenes y no solo texto.



En éste se trató de dejar un gran área para colocar la información.

El título en la parte superior derecha y se mantienen las líneas inclinadas. y en la parte de la derecha dentro de una columna vertical se delimitó un área para colocar una fotografía.

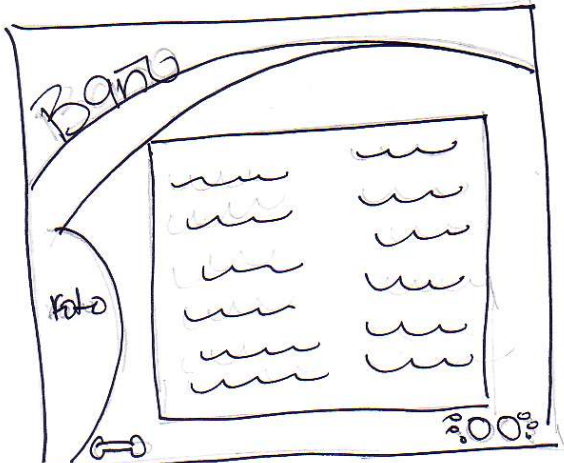
Y huellas en opacidad para agregar un toque más al diseño.



Este boceto se diseñó pensando en colocar dos fotografías dentro de un área circular.

Y que el título esté colocado a lo largo del diseño, en forma vertical para arriba. Y debajo del título un efecto de brush para no dejar solo al título.

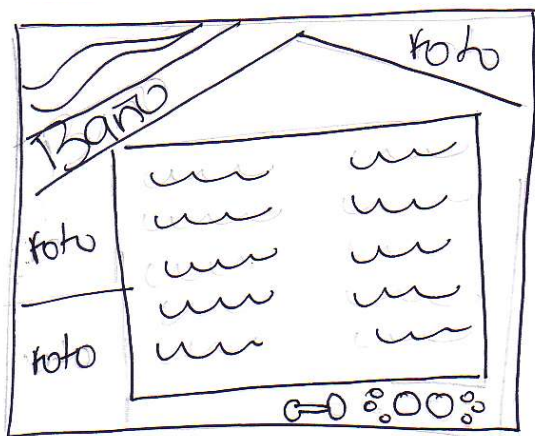
En la parte de la derecha un pequeño espacio para colocar una serie de líneas verticales solo como adornos, y esta vez los botones serían flechas.



En este diseño se quitó la línea inclinada para poner una curva y arriba de ésta el título.

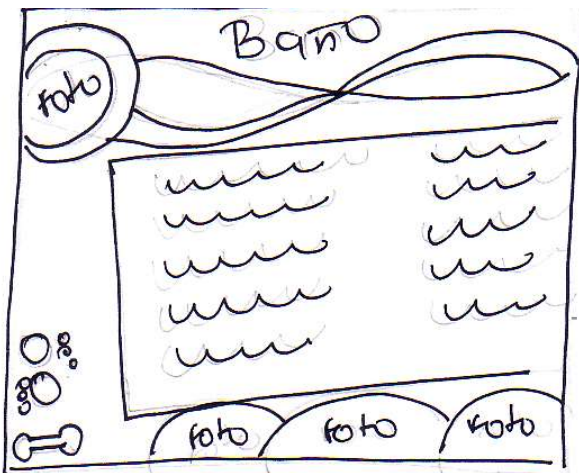
En la parte izquierda se hizo un semicírculo que asemeja una parte del corazón para colocar la fotografía.

La información está colocada dentro de un recuadro, y los botones de seguir y regresar están juntos en la parte derecha y en la izquierda el botón del menú.



En este diseño se mantuvo la línea inclinada en la parte superior, y en la parte izquierda una columna que contendrá dos fotografías acorde al tema.

En esta opción, el botón del menú se colocó junto al de los otros botones.

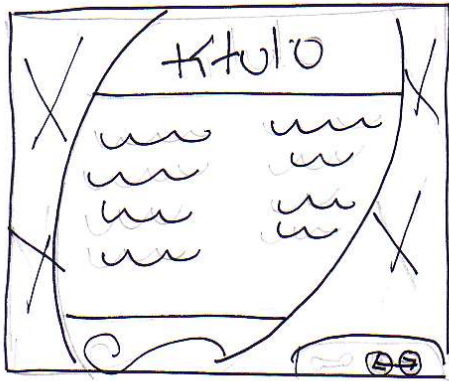


En la parte superior se crearon efectos de líneas curvas para dar sensación de movimiento, y en la parte izquierda un círculo que contendrá una fotografía, a la par del mismo estará el título.

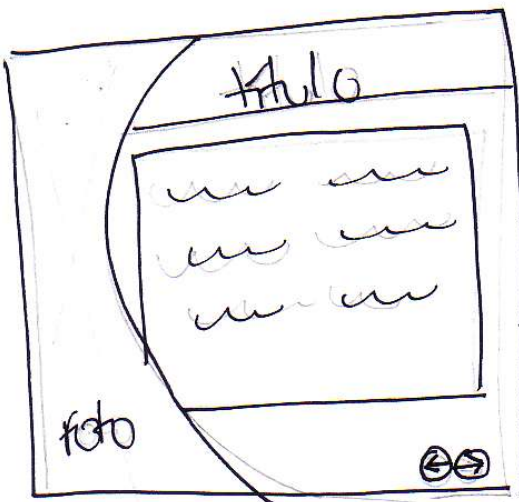
En la parte de abajo se colocaron una serie de semicírculos que contendrán fotografías de complemento para el tema.

En la parte izquierda están colocados los botones.



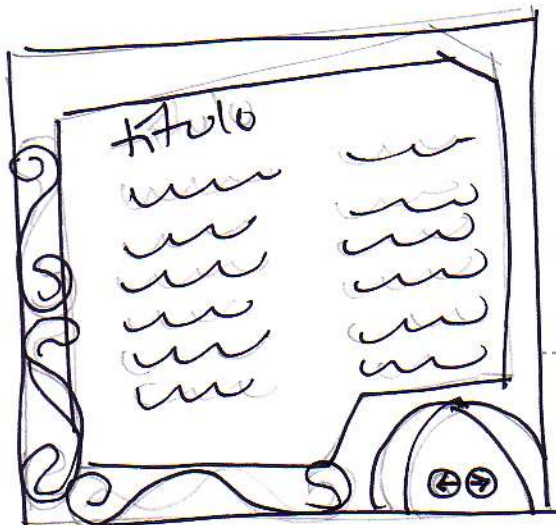


En esta opción, se pretendió dejar el diseño dentro de una especie de círculo. Pero en este caso el área para colocar información no es adecuada ya que varía de tamaño, y no es apto para colocar la información.



En este boceto se realizó una estructura curva para colocar fotografías, y a la par el área para colocar la información y el título.

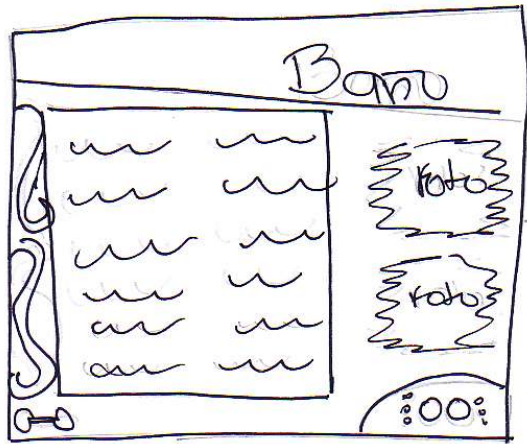
Los botones son flechas encerradas dentro de un círculo.



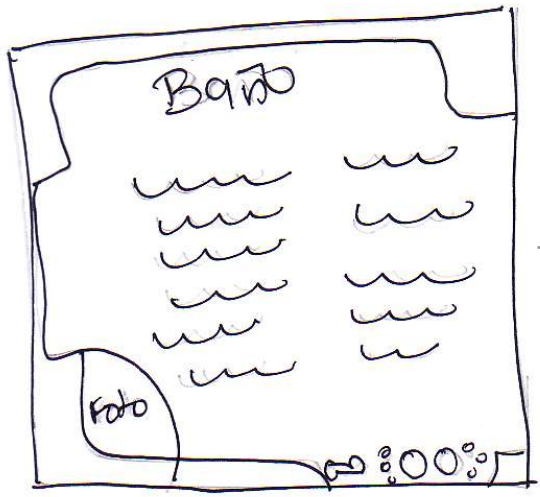
En este diseño se dio mayor énfasis a la información por lo que el área del texto ocupa la mayor parte del diseño.

Y en la parte de abajo, encerrado en semi-círculos, los botones.

A este diseño se le acompaña unos ornamentos curvos para evocar hojas, plantas, naturaleza, ya que son líneas curvas dan sensación de acción y movimiento.



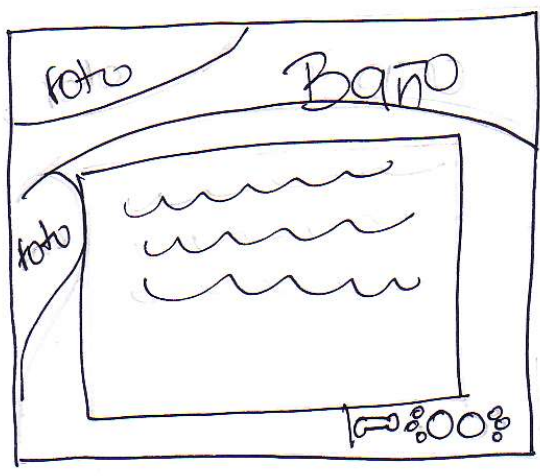
Esta opción básicamente consta en otra forma de colocar las fotografías, colocándolas con un efecto de brush, para no verlas tan cuadradas.



En este boceto se trató de colocar la información y el título dentro de un área, pero haciéndola fuera de lo convencional, un recuadro que no es cuadrado si no que tiene un recorrido de líneas rectas y curvas.

Y en la parte izquierda inferior una pequeña área para colocar la fotografía.

Y en la parte inferior derecha el área de los botones.



En este boceto se utilizaron líneas curvas y en la parte superior colocar una fotografía y en el lado derecho, dentro de la curva el título.

El texto dentro de un cuadro, en el centro del diseño, y a la par un área en forma de la mitad de corazón, donde se colocará otra fotografía

Los botones están colocados en la parte inferior derecha.





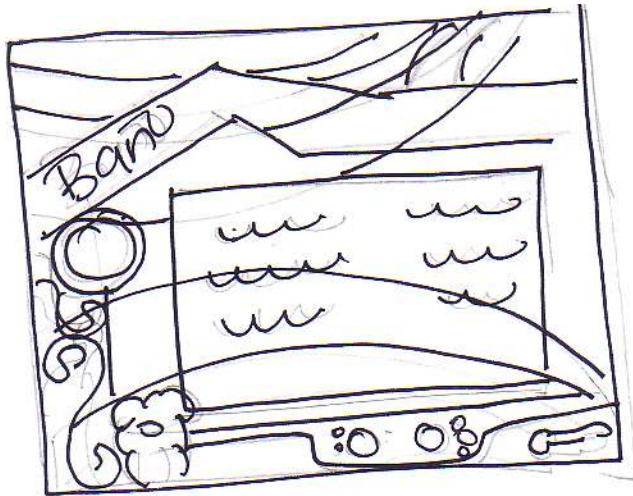
Este diseño trata de la utilización de la línea recta, donde en una parte se colocará el título y dentro de una curva una fotografía referente al tema a tratar.

El texto estará a 2 columnas dentro de un cuadro.

Pegado al diseño estará una columna vertical, dando sensación de equilibrio y estabilidad y al lo largo del diseño una línea recta horizontal delgada y en medio de la línea una pestaña que contendrá los dos botones (seguir y regresar) y fuera de la pestaña, el botón para ir al menú.

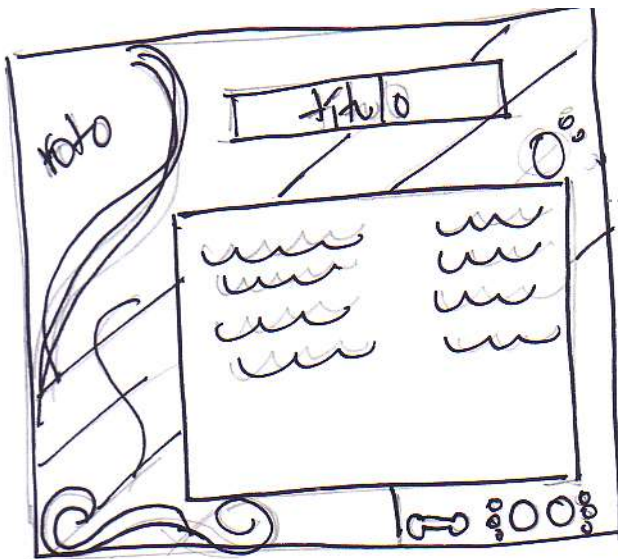
Para no ver el diseño solo con texto se hizo un área para colocar otra fotografía dentro de un círculo (para no ponerla cuadrada), y en la parte inferior derecha una foto recortada de una mascota (dependiendo del cd o de perros o gatos)

En el fondo se colocaron líneas curvas que transmiten sensación de movimiento.



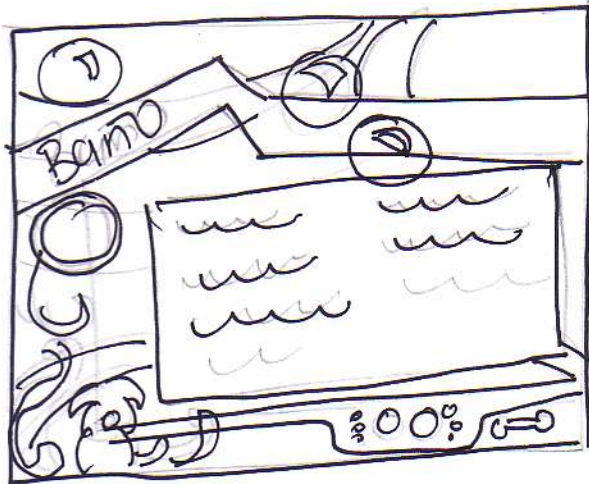
En este boceto, en el fondo en vez de utilizar líneas curvas, se colocaron líneas inclinadas, que irán en opacidad, para no interferir con el diseño. También se utilizaron los ornamentos curvos.

En la parte superior izquierda se colocó el área de la fotografía puesta en forma de la mitad del corazón en forma estilizada.





En esta opción se siguió bajo la misma línea de elementos curvos e inclinados.

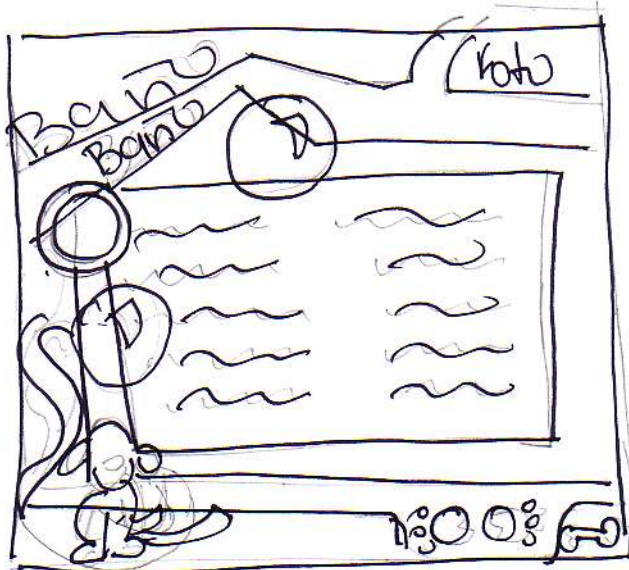


El título colocado en forma inclinada, y áreas para colocar fotografías que acompañen en el mensaje a transmitir y que no solo haya texto.

Los botones están dentro de una pestaña, excepto del menú que está fuera de la pestaña para separar de los otros.

Y una fotografía en la esquina inferior de complemento al tema a tratar.

En este caso que el tema es baño se colocaron elementos alusivos al tema, ejemplo, se colocaron dentro del área burbujas, para que el diseño se vea más divertido y de fácil asociación al tema, y dando así un toque especial y personalizado.



En éste también se siguió bajo la misma línea de diseño del anterior, pero en este caso se trató de ordenar los elementos que contendrá el diseño.

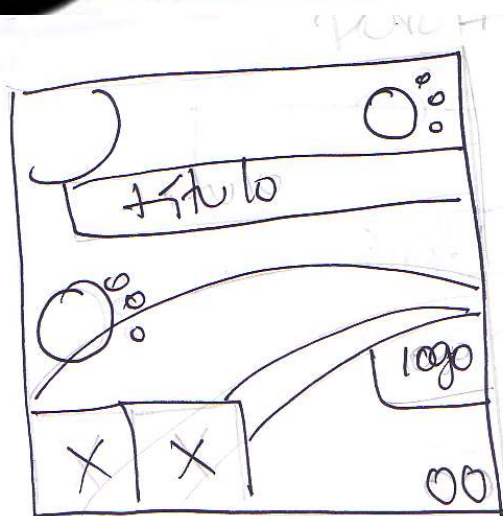
En el caso del título, en el área de arriba del mismo, se colocará en tamaño más grande el título para que lo complemente pero este se tratará que no opaque al título ya que la intención es solo de complemento por lo que estará en forma suave.

Ya se encuentran delimitadas las áreas donde estarán las fotografías, y en diferentes formas.

También se colocaron las burbujas en áreas donde no interfieran con ningún otro elemento, o estén sobre las fotografías y texto.

El área de los botones se mantuvo igual.

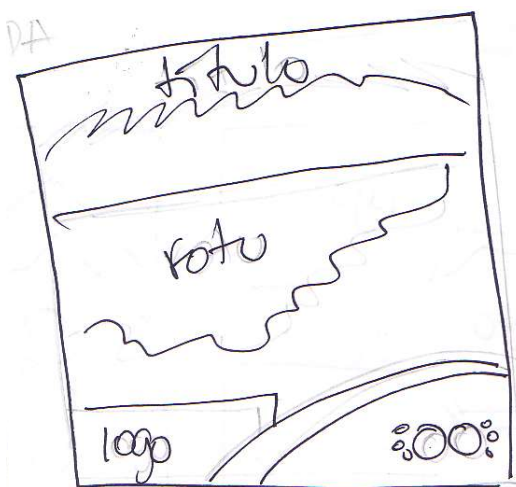




En el caso de la portada se trató de utilizar elementos y líneas curvas para colocarlas en el fondo.

Se delimitaron áreas para colocar fotografías, el logotipo y muy importante el título del nombre del cd.

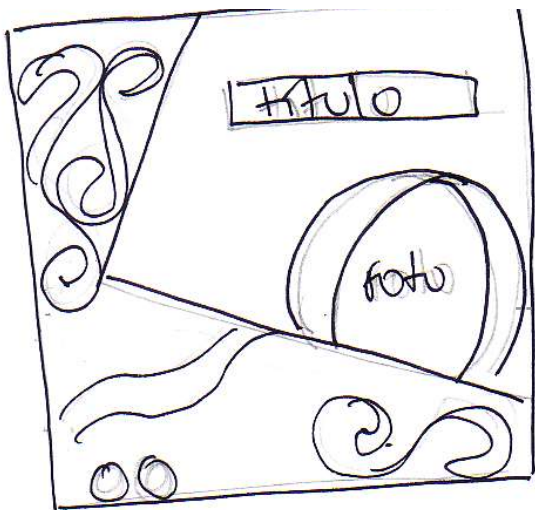
También como fondo estarán formas de huella, en forma discreta.



Se trató de crear un fondo liso, que contenga estilos de brushes, para colocar fotografía y el título del proyecto.

En la parte inferior, el área para colocar el logo de la entidad.

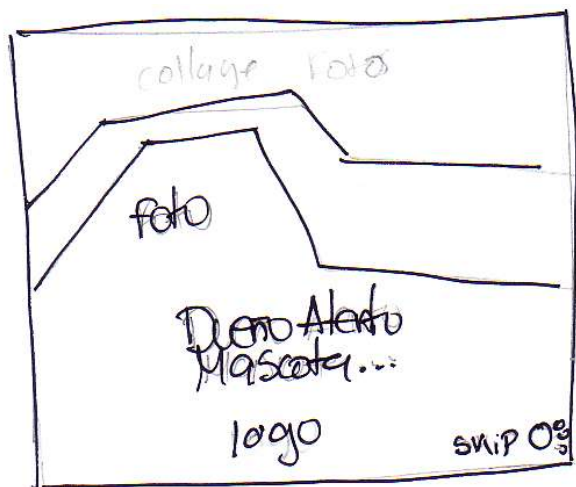
Y en la esquina inferior derecha se colocaron los botones que lo llevarán al menú.



En este diseño se quiso utilizar una forma o estructura inclinada y en la parte de arriba del lado derecho una especie de curvas para colocar dentro, la fotografía titular.

Y en el área en blanco el nombre del proyecto.

Dentro de la estructura irán fondos de ornamentos curvos para que el diseño no se vea muy vacío.



En este boceto se delimitó un área para colocar la fotografía, el título del proyecto y abajo de él, el logotipo de la entidad.

En la esquina inferior derecha se colocó el botón que llevará al menú principal.

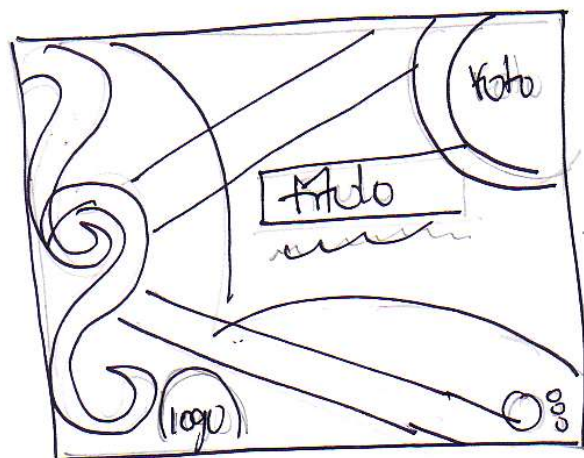
Se creó un elemento recto y con líneas inclidadas para encerrar la fotografía y dar sensación de continuidad.



En este boceto se creó un elemento recto con una parte inclinada que da sensación de crecimiento y la parte horizontal se aprovecha para colocar el título del proyecto.

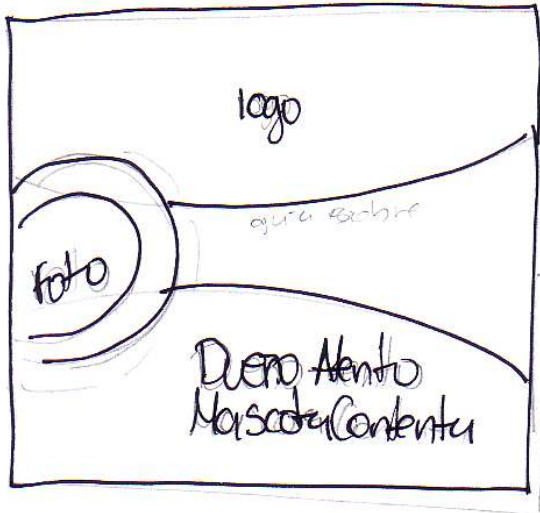
Abajo una fotografía de alguna mascota (en el caso del cd de perros solo habrá fotografías de perros y el de gatos solo de gatos)

El fondo tendra un color sólido y una serie de líneas rectas ténue.



Para salir de lo formal del diseño anterior que tiene muchas líneas rectas, en este diseño se crearon varios elementos curvos para transmitir otra sensación y hacerlo atractivo visualmente. También se delimitó el área de la fotografía que tendrá una línea recta, y el título estará al centro del diseño.

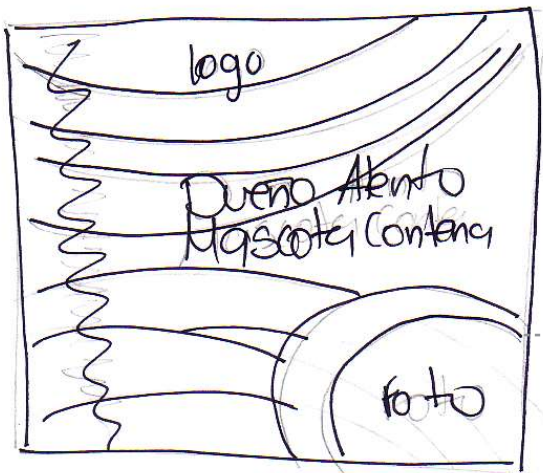




En este diseño el título del proyecto estará en la parte de abajo y al centro.

En la parte central se dibujó una forma curva y en la parte izquierda una forma circular que contendrá una foto acorde al cd a tratar, ya sea de perros o de gatos.

El logo estará en la parte de arriba y centrado.

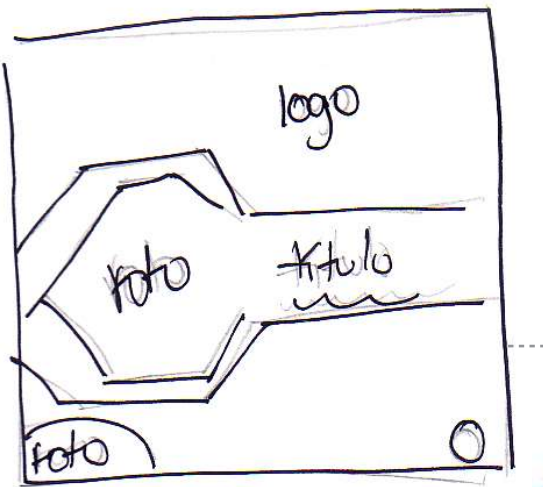


Este diseño se creo en base de líneas curvas para dar sensación de movimiento, acción, continuidad.

En la parte del centro estará el título del proyecto, y arriba del mismo el logo de la entidad.

En la esquina inferior derecha dentro de una forma circular estará una fotografía en relación al cd a tratar.

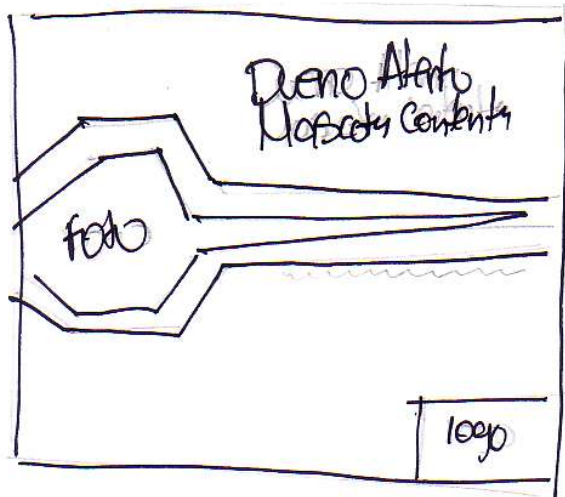
Y en la parte de la izquierda se colocó un efecto de brush.



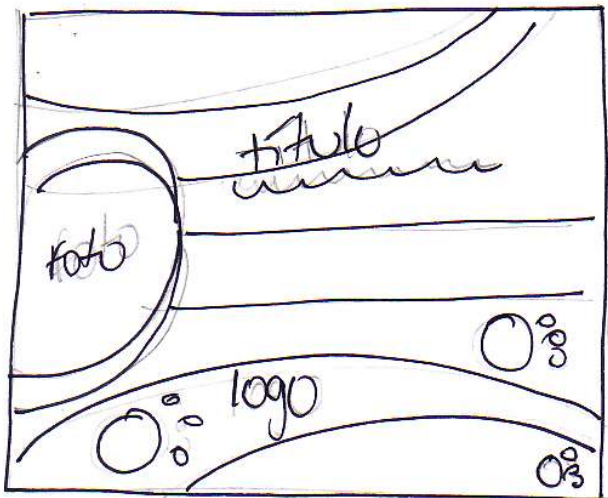
En la parte central del área de la portada se creó una forma recta y una especie de rombo, que contendrá la fotografía. y dentro del área de la forma horizontal se colocó el título del proyecto.

El logo de la entidad estará en la parte de arriba, y el botón para continuar con la presentación está colocado en la parte inferior derecha.

Así como un área para poner otra fotografía de complemento.



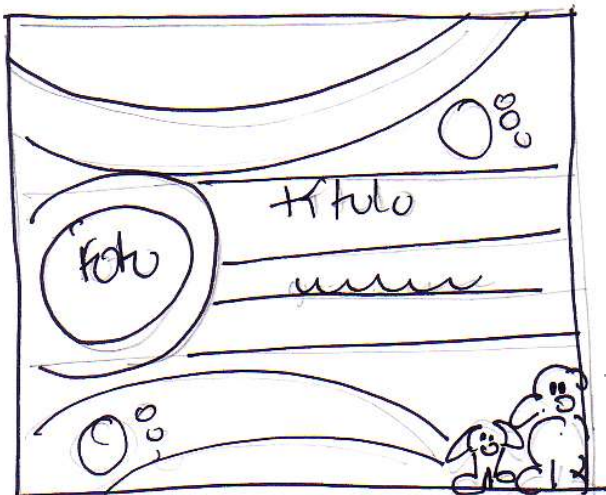
Siguiendo bajo el esquema de la estructura horizontal con el rombo, en este boceto solo se cambiaron las posiciones del título colocándose en la parte de arriba.



Se creo un diseño que no se viera muy cuadrado pero siguiendo con la idea de una línea horizontal, pero en lugar del rombo se colocó un círculo, que encerrará una fotografía.

El título se colocó en la parte de arriba de la línea horizontal. El logo en la parte de abajo de la línea.

El diseño tiene adornos de líneas curvas que evocan sensación de estar en movimiento, dando al diseño un toque más dinámico y agradable a la vista.



Se siguió bajo la misma línea de elementos curvos, pero se mejoró el área de en medio de la línea horizontal y el círculo, haciendo que el círculo no se vea entrecortado. Y haciendo un poco más ancha la línea horizontal, para que de lugar a colocar el nombre del proyecto.

En la esquina inferior derecha se colocaran fotografías recortadas (no en forma convencional cuadradas) de mascotas, dependiendo el cd a tratar, para que el diseño tenga una mejor apariencia e invite a las personas a continuar con la presentación.

También se mantuvieron los elementos curvos





4.2.1.7. Bocetos en el tipo de letra del título.

En el tipo de letra para el título del proyecto (nombre del CD), se trabajó sobre la idea de utilizar un tipo de letra que proporcione versiones, light, medium, bold y normal.

La razón de esto, es que se utiliza un mismo tipo de letra y no varios tipos a la vez, en una frase. Y para destacar ciertas palabras del título se utiliza en versión un poco más gruesa y el resto en versión delgada. Para así destacar ciertas palabras y no menospreciar el resto, ya que es de igual importancia para transmitir el mensaje.

La mayoría de tipos de letra solo tienen opción de utilizar bold, o itálica. Pero en ocasiones al poner en bold la letra se pone muy gruesa, haciendo que se vea muy pesado y a veces se pierde la estética.

Pero también se tomó en cuenta utilizar un tipo de letra juvenil, que nos de sensación de actualidad, tecnología, movimiento, acción.

Dueño **Atento**

Este tipo de letra es Helvetica, en versiones, normal, light, ultralight y bold.

Mascota **Contenta**

La versión ultralight es muy estética y simple pero es muy delgada por lo que no se adecua para incluirla en el cd interactivo ya que al verla en pantalla puede cansar la vista y la visibilidad es poca.

Dueño **Atento**

Mascota **Contenta**

Dueño **Atento**

Este tipo de letra es Eras, en versiones. Light, medium y bold.

Mascota **Contenta**

Es un tipo de letra muy contrastante entre el delgado y mediano, y las palabras en versión medium hacen que contrasten demasiado con el resto y sobresalgan demasiado. Minimizando al resto.





Dueño **Atento**
Mascota **Contenta**

Este tipo de letra es Gill Sans, versiones light y normal.

Este es un tipo juvenil y se logra apreciar el juego de palabras entre light y normal por lo que ninguna compite demasiado entre si.

Dueño Atento
Mascota Contenta

Este tipo de letra es SF Grunge.

Este tipo da alusión a escrita a mano. Pero con tanta curva pierde legibilidad.

Dueño **Atento**
Mascota **Contenta**

Este tipo de letra es Futura, en versiones, light condensed, y medium bold condensed.

Este es un tipo condensado, da sensación de que las letras están apretadas pero aún así no molesta y cansa a la vista. Y también se logra el juego entre delgadas y gruesas.





4.2.2. Bocetos (digital)

Al inicio de elaborar los bocetos se tenía presente utilizar colores no por contraste sino análogos. Ya que cuando hay varios colores en un slide puede causar que la atención se dirija sobre un punto que no tiene relevancia y minimize los otros. Ejemplo: si se utiliza azul, se utilizará de complemento tonalidades azules oscuras y claras. Al utilizar una gama del mismo color, el diseño tiene sobriedad.

En este diseño el texto está dentro de un cuadro para que el texto no esté visualmente fuera de lugar y tenga su propio espacio. Para darle un mayor atractivo al cuadro se hizo un cuadro más grande con esquinas curvas y en la parte de abajo se hizo un efecto de rasgado para dar un toque diferente al diseño.

Al lado derecho está el espacio para colocar la fotografía. y en la esquina inferior los botones. Al fondo del diseño se encuentran líneas curvas para transmitir sensación de movimiento y evitar lo plano. Así como huellas en opacidad. Para asociar íconos de animales.

Este diseño se realizó más cuadrado. Y para dar sensación de movimiento se dibujaron líneas curvas. La posición para colocar las fotografías es del lado izquierdo así como los botones..

En este diseño, para romper el esquema cuadrado y recto, el recuadro se dibujó con líneas irregulares para que así de una imagen más juvenil y no tan seria.

La posición para colocar las fotografías es el lado derecho.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. Y jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cocharrillo. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientas a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o sólo como parte de lo que

le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- Yo está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le pases poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. Y jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cocharrillo. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientas a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o sólo como parte de lo que

le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- Yo está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le pases poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar

Alimentación

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. Y jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cocharrillo. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientas a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o sólo como parte de lo que

le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- Yo está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le pases poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar



Alimentación

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. V jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cachorrito. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientas a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o solo coma parte de lo que le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- Va está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le poseas poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo



Para salir del esquema de elementos cuadrados, rectos formales y serios. Y como se mencionó en los bocetos hechos a mano, se intentó realizar un diseño con idea de una casa. Por lo que se utilizaron líneas inclinadas para transmitir sensación de continuidad. Y dar un espacio a la fotografía donde no interfiera con otro elemento.

Los botones se colocaron en la esquina inferior derecha para su fácil ubicación.

El título se colocó en la parte superior

En este diseño la intención era modificar la idea del techo de una casa pero haciéndola un poco más abstracta con la utilización de líneas inclinadas e irregulares. En la parte superior una curva que da el espacio para colocar una fotografía alusiva al tema.

Pero para que el diseño no sea solo texto y se vea aburrido se colocaron más fotografías pero no de la forma convencional, cuadradas, una fotografía dentro de un círculo y otra fotografía recortada que de sensación de libertad y que sea parte del diseño.

El teto está colocado en 2 columnas dentro de un recuadro. En el caso de los botones se realizó una pestaña donde irán los botones. Esto con la intención de dar un lugar a los botones y que no estén sueltos.

En la parte izquierda se colocaron ornamentos curvos con forma de hojas, para evocar más a la naturaleza. y para dar sensación de estabilidad y tranquilidad se utilizaron líneas rectas horizontales.

En este diseño se hicieron las modificaciones que solicitó la entidad, la cual fue que el título no esté en un tipo de letra delgado sino un poco más grueso, por ello se cambió.

Y se colocó un botón más el cual lleva al menú para que así en el caso que una persona esté interesada en un punto en especial, quiera buscar otro punto, o etc pueda acceder al menú.

Alimentación

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. V jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cachorrito. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientas a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o solo coma parte de lo que le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- Va está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le poseas poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

Alimentación

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. V jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cachorrito. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientas a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o solo coma parte de lo que le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- Va está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le poseas poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpio. En verano, a veces, es conveniente racionárselo un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).





Este es el boceto para la portada, la cual tiene como intención colocar el título del CD una breve explicación de lo que trata y una fotografía respecto al CD, por ejemplo si es CD sobre perros se colocarán fotografías solo sobre perros.

En este se utilizaron líneas horizontales delgadas, medianas y gruesas, así como una combinación de líneas curvas. Y la fotografía sobre un efecto rasgado.



En este diseño se cambió la imagen del anterior se utilizaron los colores verdes y azules, así como se explicó anteriormente. Se utilizaron elementos curvos para dar sensación de movimiento, dinamismo, acción, así como huellas como ícono sobre animales.

En medio se colocó una franja horizontal ancha, para colocar el título y en la parte izquierda un círculo seguido de una línea horizontal que contendrá una fotografía del animal a tratar así como un texto que indicará perros o gatos, según trate el CD.





4.2.3. Arte Final

Utilización de colores análogos y no de contraste porque en el diseño se pretende que no haya otro elemento distractor y se centre en el tema, ya que al crear un diseño con varios colores y por contraste la atención y el punto focal va en todas direcciones.

Título colocado en forma inclinada para dar más movimiento. Este aparecerá en disolvencia al iniciar el slide

fotografías alusivas a cada tema y colocadas en diferentes áreas

Elementos extras para reforzar el tema, en este caso el tema es baño, se dibujaron y colocaron burbujas de baño para dar un toque más realista y agradable al diseño.

ornamentos en línea curva para transmitir dinamismo, movimiento, y dar sensación de continuidad y hacer agradable a la vista el diseño

Baño

Antes de comenzar, debe asegurarse de encontrar un buen lugar para bañar al perro, en el cual éste se sienta cómodo, y pueda ser manejado con relativa facilidad. Además, será importante que tenga en cuenta una serie de factores para todo el proceso de baño, como, por ejemplo, si se utilizará agua caliente o fría, (es bueno que sea tibia, pero no caliente) y estar seguro de disponer de un tiempo adecuado para todo el proceso de baño.

También, debe saber bien si el lugar donde se bañara el pichicho será al aire libre o en un interior (en el caso de que sea en un interior, es necesario planear una "ruta de escape", ya que cuando están mojados, los perros no paran de sacudirse).

Si logra hacer del baño una experiencia agradable para su perro, éste aprenderá a apreciar los baños, y tendrá menos problemas en el futuro.

Si usted lo bañará al aire libre, prepárese para mantener a su perro ocupado por un rato. Aquellos que saben, recuerdan es frecuente que los perros fraten su peluda y recién lavada piel en todo lo que tienen a mano. Un minuto de descuido, y todo el arduo trabajo del baño se echará a perder. !!

En primer lugar, debe conseguir un balde o recipiente plástico con divisiones (se encuentran en cualquier veterinaria), para recolectar y guardar los elementos que utilizará en el baño. Esto le ahorrará tiempo y le será de suma utilidad.

Seleccione una correa y un collar para poder controlar al perro, y mantener seguros tanto a usted como a su mascota durante el baño. Tenga en cuenta que esta correa y collar se irán a mojar, por lo que debe elegir un material acorde.

Un material no recomendable para estas correas, es el cuero, puesto que al exponerse al agua, es posible que se contraiga demasiado, se debilite, y con el tiempo, se rompa. Además, podría llegar a teñir la piel de su mascota. El material ideal para la correa y el collar es probablemente el nylon.

También es bueno tener un cepillo con cerdas suaves, para distribuir el champú a través de toda la piel del perro, sobre todo si su pelo es muy largo y denso. Al elegir el champú, tenga en cuenta que éste sea suave y eficaz. Si va a utilizar un champú antipulgas, sepa que estos productos contienen ciertos químicos

Volver Seguir Menú

texto a 2 columnas. aparecerá de opacidad a color total en la presentación.

líneas curvas, verticales e inclinadas

botones para seguir, regresa o menu.

Dueño Atento, Mascota Contenta

colores verde y azul





Baño



Antes de comenzar, debe asegurarse de encontrar un buen lugar para bañar al perro, en el cual éste se sienta cómodo, y pueda ser manejado con relativa facilidad. Además, será importante que tenga en cuenta una serie de factores para todo el proceso de baño, como, por ejemplo, si se utilizará agua caliente o fría, (es bueno que sea tibia, pero no caliente) y estar seguro de disponer de un tiempo adecuado para todo el proceso de baño.

También, debe saber bien si el lugar donde se bañara el pichicho será al aire libre o en un interior (en el caso de que sea en un interior, es necesario planear una "ruta de escape", ya que cuando están mojados, los perros no paran de sacudirse).

Si logra hacer del baño una experiencia agradable para su perro, éste aprenderá a apreciar los baños, y tendrá menos problemas en el futuro.

Si usted lo bañará al aire libre, prepárese para mantener a su perro ocupado por un rato. Aquellos que saben, recuerdan es frecuente que los perros froten su peluda y recién lavada piel en todo lo que tienen a mano. ¡ Un minuto de descuido, y todo el arduo trabajo del baño se echará a perder !!

En primer lugar, debe conseguir un balde o recipiente plástico con divisiones (se encuentran en cualquier veterinaria), para recolectar y guardar los elementos que utilizará en el baño. Esto le ahorrará tiempo y le será de suma utilidad.

Seleccione una correa y un collar para poder controlar al perro, y mantener seguros tanto a usted como a su mascota durante el baño. Tenga en cuenta que esta correa y collar se irán a mojar, por lo que debe elegir un material acorde.

Un material no recomendable para estas correas, es el cuero, puesto que al exponerse al agua, es posible que se contraiga demasiado, se debilite, y con el tiempo, se rompa. Además, podría llegar a teñir la piel de su mascota. El material ideal para la correa y el collar es probablemente el nylon.

También es bueno tener un cepillo con cerdas suaves, para distribuir el champú a través de toda la piel del perro, sobre todo si su pelaje es muy largo y denso. Al elegir el champú, tenga en cuenta que éste sea suave y eficaz. Si va a utilizar un champú antipulgas, sepa que estos productos contienen ciertos químicos

Volver Seguir Menú



Este es el diseño elegido por la entidad. Sobre esta base se seguirá con el resto de temas, donde se colocarán fotografías acorde al tema a tratar. En este caso el tema es baño, por lo que se utilizaron fotografías donde están perros bañados o los están bañando. Para hacer más atractivo el diseño y juvenil. Se colocaron burbujas de baño en el diseño para que sea de fácil asociación al tema.

En el caso de los botones abajo de cada uno, se colocó el nombre del botón , regresar, seguir, y menú, esto con la intención que sea entendible y que no cause confusión al lector.





Alimentación



El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpia. En verano, a veces, es conveniente racionársela un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).


No debe darsele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo. Y jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cachorrillo. Hacerlo, causa dos problemas: 1) siempre estará pidiendo cada vez que te sientes a comer (y ya no le quitas la costumbre en la vida), 2) es muy probable que rechace su comida; si comer de tu plato le gusta, dirá en adelante que "el pienso, te lo comes tú". Y para quitarle esta costumbre tendrás que hacerle pasar hambre.

Si el perro está sano y no ha cogido malas costumbres, el hecho de que no coma, o solo coma parte de lo que le dejas en el plato, puede deberse a estas causas:

- 🐾 Ya está saciado. Basta con reducirle un poco la ración diaria para arreglar el problema. Se sabe que es este el caso, si aparte del hecho de no comer, el perro sigue estando alegre y activo.
- 🐾 El perro "sabe" que ha comido lo suficiente, en relación al ejercicio que hace. Posiblemente le paseas poco, y el perro deja de comer, instintivamente, cuando ya ha satisfecho sus necesidades.
- 🐾 Hace mucho calor. Si es este el caso, no le obligues a comer, o ponle la comida después del atardecer, cuando el calor disminuya.

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpia. En verano, a veces, es conveniente racionársela un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).

El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpia. En verano, a veces, es conveniente racionársela un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez



Volver Seguir Menú

Este es una muestra de otro tema. Donde se cambiará el color y fotografía de cada tema, y en el caso de las fotos se pondrán la que corresponden al tema a tratar. El layout es el mismo solo la diferencia de color y fotografías.





Siguiendo bajo la misma línea de elementos que nos transmitan movimiento, acción y eficacia se utilizaron elementos curvos para que nos de la sensación de seguir hacia un rumbo.



Elementos curvos que forman un círculo que contendrá la fotografía del CD a tratar en este caso el CD es sobre perros y se colocó una fotografía de un perro. Se colocó en esta forma para que de un toque diferente al diseño y no esté cuadrada.

Espacio para colocar el título del cd así como su breve explicación. En este lugar el nombre no se pierde está legible y visible.

Espacio para colocar el logotipo de la entidad, en un lugar visible y que no interfiera sobre algún elemento.

Para que el diseño no se vea tan vacío se colocaron más fotografías, en este caso de perros, para acompañar al diseño. Cabe mencionar que son fotografías de animales saludables y felices ya que la idea principal, el concepto a tratar es que si el dueño sigue y cumple estos pasos su mascota estará sana y feliz





Esta es la portada inicial que contendrá el título del CD y una leyenda sobre de que es lo que trata el mismo.

También el espacio para la fotografía principal que es la que está dentro del círculo y para que el diseño se vea más atractivo se colocaron más fotografías en la parte inferior derecha. Cada portada tendrá fotografías de los animales que se están tratando, por ejemplo si es sobre perros, solo habrán fotografías de perros y no mezcla con gatos ya que los gatos tendrán otra CD.

También se reservó un área donde se colocará el logotipo de la entidad para que las personas conozcan más de la misma.





El material a realizar es un CD interactivo sobre los cuidados, atenciones y trato que necesitan los perros y otro CD interactivo sobre los cuidados, atenciones y trato que necesitan los gatos.

El contenido del CD interactivo sobre perros es:

***ANTES DE ADQUIRIR UN PERRO**

(Si conoces a una persona que desea una mascota, orientale con esta información)

- aspectos a evaluar antes de llevar una mascota a casa.
- eligiendo a la mascota correcta
 - cachorros
 - perro adulto

***CUIDADOS**

- Alimentación
- Alimentación para perro adulto
- Alimentación para cachorro
- Higiene
- Pelaje
- Salud dental
- Baño
- Hora de dormir
- Precauciones

***ATENCIÓN MÉDICA**

- Enfermedades del perro
- Vacunación
- Esterilización

***COMPORTAMIENTO**

- Comprender a un perro adulto y cachorro
- Ejercicio
- Entrenamiento básico
- Algunas actitudes negativas del perro y porqué
- Entrenamiento para hacer sus necesidades

***MUY IMPORTANTE**

- Cómo reconocer a un verdadero veterinario
- Una vejez feliz
- Perros y niños
- Perros y bebés
- Socialización
- Viajes con tu perro





El material a realizar es un CD interactivo sobre los cuidados, atenciones y trato que necesitan los perros y otro CD interactivo sobre los cuidados, atenciones y trato que necesitan los gatos.

El contenido del CD interactivo sobre gatos es:

***ANTES DE ADQUIRIR UN GATO**

(Si conoces a una persona que desea una mascota, oriéntale con esta información)

- aspectos a evaluar antes de llevar una mascota a casa.
- Ventajas de adquirir un gato.

***CUIDADOS**

- Alimentación para gatitos
- Alimentación para gatos adultos
- Hierba gatera
- Higiene
- Peinar y cepillar
- Precauciones
- Baño

***ATENCIÓN MÉDICA**

- Enfermedades del gato
- Vacunación
- Esterilización

***COMPORTEAMIENTO**

- Comprender a un gato
- Entretenimiento
- Entrenamiento básico
- Algunas actitudes negativas del gato y porqué
- Entrenamiento para hacer sus necesidades

***MUY IMPORTANTE**

- Cómo reconocer a un verdadero veterinario
- Una vejez feliz
- Gatos y niños
- Gatos y bebés
- Viajes con tu gato
- El gato y la toxoplasmosis





Capítulo
**Comprobación
de Eficacia y
Propuesta
Gráfica Final**

5





Capítulo 5

5.1 Comprobación de Eficacia

5.1.1 Descripción Metodológica

Para comprobar la eficacia de la propuesta gráfica de los CD interactivos se recurrió a entrevistas, encuesta con tres expertos y una muestra representativa del grupo objetivo. Consistieron en 15 personas en edades entre 15-45 años, tres veterinarios, dos estudiantes de veterinaria, cinco diseñadores gráficos; para un total 28 personas, incluyendo los expertos.

- * Experto del tema: veterinario.
- * Experto de la entidad.
- * Experto en diseño gráfico interactivo.
- * Grupo objetivo.

5.1.2. ¿Qué se comprobó?

Los elementos que se evaluaron para comprobar su eficacia son:

- Funcionalidad
- Importancia de su uso
- Claridad y comprensión del contenido
- Facilidad de navegación e interactividad
- Diseño agradable

5.1.2.1. ¿Cómo se comprobó?

Para comprobar la eficacia de los CD's interactivos, se utilizaron las técnicas de validación como la entrevista individual, mostrando el material y grupos focales. El instrumento utilizado fue la encuesta. Esto se pasó tanto a los tres expertos como al grupo objetivo.

5.1.3. Perfil del informante consultado para la comprobación.

5.1.3.1. ENTIDAD

Nombre: Suzanne Rivera Danziger

Entidad: Asociación de Amigos de los Animales

Puesto que ocupa: Directora





Principales actividades:

Rescate y tratamiento de animales abandonados y maltratados para luego ubicarlos en hogares responsables. Para costear su labor se realizan diferentes productos y actividades con el fin de recaudar fondos. También parte de su labor es educar a las personas sobre cómo cuidar a los animales, concienciarlas acerca de la sobrepoblación de animales y la importancia de adquirir mascotas conciente y responsablemente.

Realiza pláticas informativas y campañas:

AMA va a establecimientos educativos para transmitir a los estudiantes el respeto a la vida de los animales e instruirlos acerca de las necesidades de los animales, para convertirlos en amos responsables. Las campañas se enfocan en la adopción de animales sin discriminación de su apariencia o procedencia, y la concienciación de la sobrepoblación de mascotas que desencadena el maltrato y abandono de las mismas. También ofrece pláticas en los diferentes eventos que organizan a lo largo del año para crear conciencia en las personas sobre las necesidades de los animales.

Objetivos

Que la población guatemalteca tome conciencia de que los animales no son objetos que se desechan cuando ya no los quieren. Que aprendan a dar un trato digno a los animales que poseen en sus casas, así como a los animales que viven en la calle a causa del abandono.

Porqué se eligió esta persona?

Se eligió a la Directora de AMA porque es una persona que está comprometida con el bienestar de los animales, tanto callejeros como de casa. Se encuentra en constante actividad para educar y concienciar a las personas de que los animales son seres vivos que tienen necesidades, que requieren cuidados, atenciones que se les debe brindar, ya que para ellos su dueño es todo.

También se le eligió por la experiencia que tiene en realizar pláticas, campañas y tener contacto con las personas de cualquier edad, nivel socioeconómico, etc, para crear conciencia sobre lo que conlleva tener una mascota e inculcarles la tenencia responsable.

Al ver los CD interactivos dio su opinión, conocimiento y experiencia sobre lo que debe y no debe tener el CD, así como comentarios y sugerencias para que la información manejada, aparte de tener atractivo visual, sea de utilidad y de fácil manejo. De esta manera podrá cumplir con los objetivos y resultados esperados.

Lo que refleja la encuesta y entrevista realizada.

En este caso, la persona de la entidad verifica el nombre del proyecto, el diseño y la información, ya que los objetivos son que las personas tengan a su alcance una guía de cuidados básicos. La información debe ser la correcta, así como el diseño tiene que ser atractivo.





En relación al nombre del proyecto.

Si lo considera adecuado al tema a tratar, es decir el nombre si da a entender el concepto a manejar.

En relación al diseño.

- Si es adecuado al grupo objetivo,
- Transmite la sensación de dinamismo, alegría.
- Las fotografías ayudan a reforzar el tema a tratar (de cada slide) y hacen atractivo visualmente al diseño.
- La diagramación del texto a dos columnas no interfiere la lectura
- El tipo de letra utilizado es legible.
- Considera que es fácil navegar en el CD, es decir, ir al menú principal, continuar, regresar.
- Tiene atractivo visual, y la animación en botones así como de los títulos, textos y fotografías lo hacen dinámico

En relación a la información.

- El material será de utilidad y una fuente de consulta para las personas que tienen mascotas y/o desean comprar una.
- También es una guía básica para conocer los cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan las mascotas, ya que se tratan temas importantes y relevantes. Acerca del lenguaje utilizado, debe ser fácil de comprender.

Comentarios.

Considera que es un material bien elaborado, realizado con dedicación y esmero. Y que a las personas les gustará tener el CD, ya que se tratan temas importantes en relación a cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan los animales de compañía, además del atractivo visual. Este material será de gran ayuda para las personas que tienen o desean comprar/adoptar una mascota.

Le pareció adecuada la utilización y variedad de las fotografías de cada tema, ya que a la mayoría de personas les gusta ver imágenes diferentes. Como los elementos tienen animación hacen que el diseño se vea animado e invita a las personas a interactuar y leer el contenido.

5.1.3.2. DISEÑO

Nombre: Johanna Letona de Sáenz

Entidad: Compudiseño

Puesto que ocupa: Gerente General

Principales actividades y atribuciones:

Gerencia y supervisión de diseño, artes finales, material impreso y visual.





Contacto con los clientes. Realización de conceptos creativos. Supervisión de artes y creatividad. Revisión de cotizaciones y costos. Búsqueda de contactos nuevos.

Objetivos

Brindar una atención rápida al cliente.

Dar solución a problemas de comunicación, y que las soluciones prácticas tengan una razón y funcionalidad, para que los clientes alcancen los objetivos propuestos al solicitar el material.

Experiencia en pláticas educativas:

Sí tiene experiencia. Referente a diseño gráfico y programas de diseño. Fue catedrática de la universidad Unis y URL, donde enseñaba cómo realizar un buen diseño y que el mismo debe tener una funcionalidad.

Es decir, no diseñar solo por diseñar.

Porqué se eligió esta persona?

Por la experiencia en el campo del diseño gráfico, tanto editorial, creativo y multimedia. Conoce lo que se debe hacer y lo que se debe hacer a la hora de diseñar. Hay que pensar antes de realizar el diseño y dar un espacio a cada cosa, para que el resultado final no esté alterado por nada y cumpla con el objetivo.

Por el énfasis y empeño que se pone al elaborar un diseño, en el caso de una página web o boletín, procura siempre que sea fácil de navegar y de comprender. Un diseño complejo hace que las personas ya no sigan navegando en el sitio. Se rige bajo los lineamientos de fácil acceso (amigable al usuario), con animación sobria, que no reste importancia al material de la página, con carga fácil de bajar (no pesada), con mucha imagen corporativa.

Al revisar y evaluar los materiales propuestos, dada su experiencia y conocimiento indicará sus comentarios y/o sugerencias para que sea fácil de comprender y de utilizar. Así, las personas que tengan en sus manos el material estarán interesadas y les atraerá el proyecto para que lean todo el contenido y se cumpla con los objetivos propuestos. Y les resulte fácil la utilización del proyecto.

Lo que refleja la encuesta y entrevista realizada.

En este caso, el experto en diseño pone énfasis en lo relacionado al diseño y los aspectos interactivos, para que la utilización del mismo sea fácil y amigable. De esta manera se cumplirá con los objetivos.

En relación al nombre del proyecto.

Si lo considera adecuado al tema a tratar, es decir, si el nombre da a entender el concepto a manejar.

En relación al diseño.

- No hay contraste de elementos visuales y no hay elementos que resten importancia a la información
- El diseño se ve ordenado
- Es adecuada al grupo objetivo,





- Transmite la sensación de dinamismo, alegría.
- Las fotografías ayudan a reforzar el tema a tratar (de cada slide), hacen atractivo visualmente al diseño. Su posición es adecuada, es decir, no interfiere en el texto
- El tipo de letra utilizado es legible.
- La diagramación del texto a dos columnas no interfiere la lectura
- Considera que es fácil de navegar en el CD, es decir, ir al menú principal, continuar, regresar.
- Tiene atractivo visual. La animación en botones, así como de los títulos, textos y fotografías lo hacen dinámico
- La posición de los botones es visible.
- Fácil navegación.
- Rapidez de navegación.
- Atractivo visual en la animación de elementos.

En relación a la información.

El material será de utilidad y una fuente de consulta para las personas que tienen mascotas y/o desean comprar una.

Comentarios.

Considera que es un material bien elaborado. La animación de elementos, la diagramación utilizada, el tipo de letra, entre otros, ayudan a que el diseño tenga un buen atractivo visual, para que las personas disfruten el contenido y a la vez se informen sobre la tenencia responsable de las mascotas.

La navegación del mismo es fácil y amigable, por lo que las personas no se perderán o se confundirán al momento de leer y utilizar el CD.

5.1.3.3. TEMA

Nombre: Edie Avila Kristancic

Entidad: Hospital Veterinario Avila

Puesto que ocupa: Gerente General (propietario) Médico Veterinario. Colegiado 692.

Principales actividades y atribuciones:

Médico veterinario especialista en animales de compañía. Atención en salud preventiva y curativa de mascotas. Administrador del Hospital Veterinario Avila.

Objetivos

Prestar asesoría para el cuidado general de las mascotas con especial énfasis en atención médica. Educar y concienciar a las personas que compren o adopten a una mascota, para que asuman el compromiso que esto implica.





Propósitos

Brindar todos los servicios que un hospital veterinario pueda ofrecer para que las personas que tengan una mascota, den a sus animales un trato humano y digno.

¿Ha ofrecido pláticas educativas sobre cuidados y atención de mascotas? ¿O para crear conciencia en las personas sobre la vida de los animales?

Sí, ha realizado pláticas a nivel escolar para informar sobre los cuidados de las mascotas, así como para concienciar a las personas para que exista una convivencia sana y armoniosa entre humanos y animales.

Características generales de las personas que llegan a su clínica y que tiene trato: Personas con una alta sensibilidad humana, que solicitan asesoría para el cuidado de sus mascotas. En algunos casos, personas de escasa capacidad económica que, a pesar de sus limitaciones, hacen un esfuerzo para tratar los padecimientos de sus mascotas.

Lo que refleja la encuesta y entrevista realizada.

En este caso, el experto en el tema (veterinario), pone mayor énfasis en el contenido, ya que lo que se menciona en los cds interactivos debe ser verídico, así como su análisis sobre la utilidad y fácil comprensión del mismo.

En relación al nombre del proyecto.

Lo considera adecuado al tema a tratar, es decir, si el nombre da a entender el concepto a manejar.

En relación a la información.

- Considera que la información es útil y será de ayuda para las personas que tienen mascotas y deseen comprar y/o adoptar a una.
- Si es una guía básica para conocer los cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan y se les debe brindar a las mascotas
- El lenguaje utilizado es fácil de comprender
- La información incluida en los CDs es verídica
- La información contenida ayudará a que las personas proporcionen una vida óptima a sus mascotas, con la salvedad de que si tienen mayores dudas deben consultar con su veterinario.
- Este material ayudará a que las personas sepan cómo educar y comprender a sus mascotas y puedan conocer el porqué de muchas de sus actitudes
- Este material enseñará y concienciará a las personas todo lo que conlleva la tenencia responsable de una mascota.
- Si se mencionan los temas importantes en relación al cuidado de las mascotas

En relación al diseño.

- El diseño se ve ordenado
- Si va adecuada al grupo objetivo,
- Transmite la sensación de dinamismo, alegría.
- Las fotografías ayudan a reforzar el tema a tratar (de cada slide), hacen atractivo visualmente al diseño y su posición es adecuada, es decir no interfiere en el texto





- El tipo de letra utilizado es legible.
- Considera que es fácil de navegar en el CD, es decir, ir al menú principal, continuar, regresar.
- Tiene atractivo visual, y la animación en botones así como de los títulos, textos y fotografías lo hacen dinámico.
- La posición de los botones es visible.
- La posición de los títulos es visible.

Comentarios.

Este trabajo excelentemente compilado en un CD es único en su género. Su difusión será de gran ayuda para concienciar a las personas que tengan y/o adopten una mascota, para que puedan tener los conocimientos básicos en el cuidado de los animales de compañía. Este CD reúne la información de lo que varios de sus clientes constantemente preguntan y tienen duda acerca de sus mascotas, por lo que considera que será de gran utilidad.

5.1.3.4. GRUPO OBJETIVO

Para comprobar la eficacia de los CD interactivos para el grupo al que va dirigido, se trabajó con 28 personas con edades entre 15-60 años, divididas así: 15 personas del grupo objetivo, que tienen mascotas o tienen el deseo de comprar/adoptar a una, y que tienen interés en proporcionarles una mejor calidad de vida; 3 veterinarios, 2 estudiantes de veterinaria, 5 diseñadores gráficos (total 25 personas). Se reunió cada grupo y se mostraron los dos CD interactivos. Se les dejó que interactuaran con él y se observaron sus actitudes en relación con los mismos.

Las características de este grupo son:

Residencia: departamento de Guatemala, ciudad y municipios

Ingresos: A, B+, B, C+, C

Grupo étnico: sin distinción.

Preferencias: gusto por los animales, perros y/o gatos

Actitudes: con estudios. Conocimientos o dominio en uso de computadora.

Valores: conciencia ecológica.

Las principales actividades de este grupo son: trabajar, estudiar, navegar en internet ya sea por entretenimiento o para investigar cualquier tipo de información. Por lo general a estas personas les gusta compartir su tiempo con sus mascotas, brindándoles el amor que ellas necesitan.

Lo que refleja la validación es:

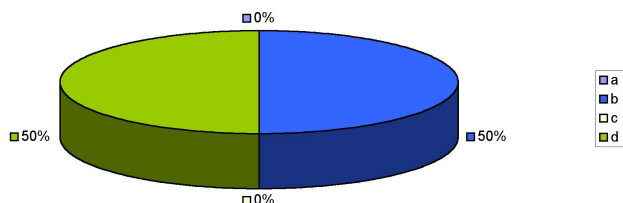




5.1.3.4.1. Presentación de resultados.

Pregunta No. 1

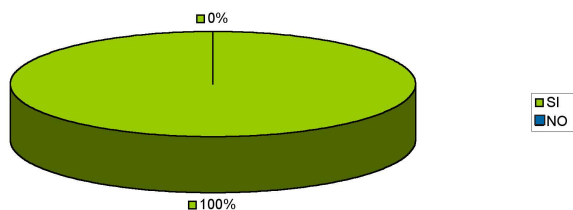
¿Con qué relaciones la frase Dueño Atento, Mascota Contenta?



- A. Solo cuidar mi mascota
- B. Cuidar, atender bien a mi mascota para que esté saludable
- C. Las mascotas se valen por si mismas.
- D. Debo estar al tanto de cuidar y atender a mi mascota para que esté saludable y feliz

Pregunta No. 2

El contenido de este CD ¿es claro y de fácil comprensión?

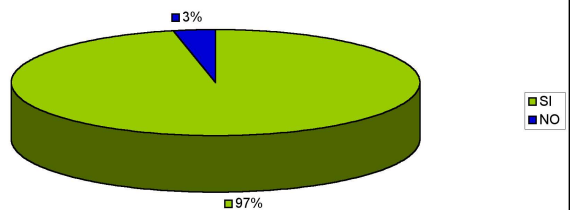


SI = 100%
NO = 0%

Las personas si entendieron el contenido ya que no se usan términos o lenguaje desconocido.

Pregunta No. 3

El tipo de letra ¿es legible?



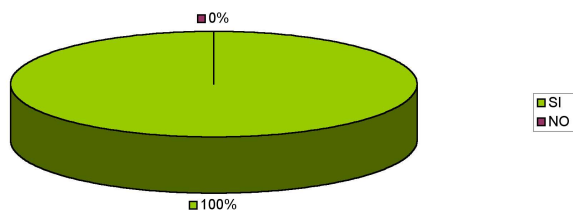
SI = 97%
NO = 3% = 1 persona

¿Porqué?

Fue una persona de edad mayor, que utiliza lentes con mucha graduación y él opinó que le costó un poco leer el texto.

Pregunta No. 4

¿Se mencionan los temas importantes de los cuales tienes dudas frecuentemente?



SI = 100%
NO = 0%

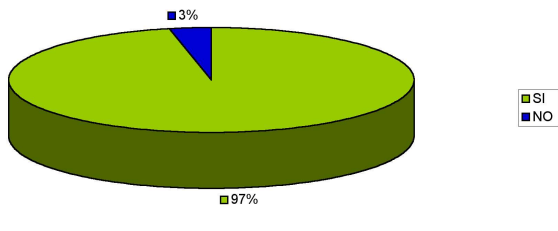
Los veterinarios coincidieron en que si se mencionan todos los temas de los cuales sus clientes tienen dudas, así mismo, los dueños de mascotas opinan igual, ya que les ayudó a resolver dudas que tenían y no habían consultado antes





Pregunta No. 5

La información incluida en el CD, ¿te ayudará a cuidar, atender y tratar adecuadamente a tu mascota?



SI= 97%
NO= 3% = 1 persona

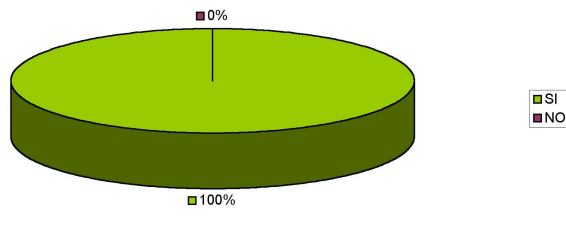
¿Porqué?

Esta persona enfocó el tema de cuidados y responsabilidades que implica tener una mascota con el dinero y tiempo (aparte del CD)

¿Cómo se puede cambiar este porcentaje?
Explicándole que uno de los objetivos de estos CD's, es dar a conocer los aspectos a tomar en cuenta y evaluar antes de adquirir la mascota, y que éstos servirán para que conozcan si pueden o no tener una mascota.

Pregunta No. 6

Actualmente ¿navegas en internet en busca de información de cualquier tipo cada vez que lo necesitas?

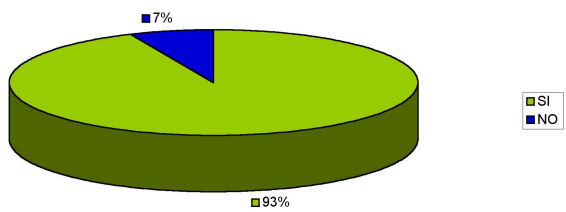


SI= 100%
NO= 0%

Pasan la mayor parte del tiempo en sus computadoras y navegando en internet.

Pregunta No. 7

¿Consideras que es necesario contar con un material interactivo de este tipo para que las personas que tienen mascotas puedan disponer de el en cualquier momento y dar una buena calidad de vida a las mismas?



SI= 93%
NO= 7% = 2 personas

¿Porqué?

Ellos por lo general hacen sus consultas con el veterinario y piden información sobre los cuidados de sus mascotas

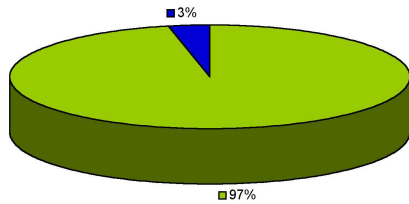
¿Cómo se puede cambiar este porcentaje?
Diciéndoles que en el CD se incluyen todos los cuidados básicos, que lo lean y así evitarse gastos de consultas, cuando su duda puede ser resuelta con el CD.





Pregunta No. 8

¿Consideras que con la utilización del CD las personas estarán más conscientes e informadas a todo lo relacionado que conlleva tener una mascota?



■ SI
■ NO

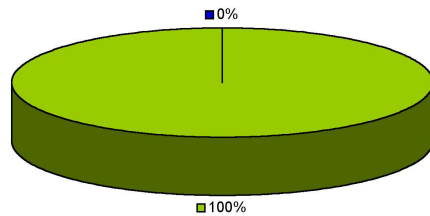
SI= 97%
NO= 3% = 1 persona

¿Porqué?

Esta persona considera que si estarán más informados sobre la tenencia responsable de una mascota pero todo puede depender de los valores y conciencia que tenga el dueño de una mascota.

Pregunta No. 9

¿Consideras que la presentación es dinámica?



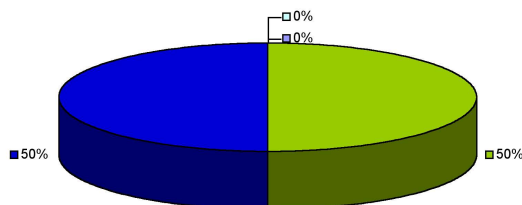
■ SI
■ NO

SI= 100%
NO= 0%

Consideran que si es dinámica, por la utilización de diferentes fotografías, colores y animación de los elementos.

Pregunta 10

¿Consideras que la utilización de imágenes y los colores en el contenido de cada tema lo hace?



■ a
■ b
■ c
■ d

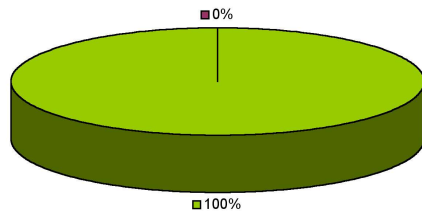
- A. aburrido
- B. capta mi atención
- C. dinámico
- D. monótono





Pregunta 11

¿Es fácil de utilizar el CD? es decir ir de slide a otro, regresar, continuar ir al menú principal?



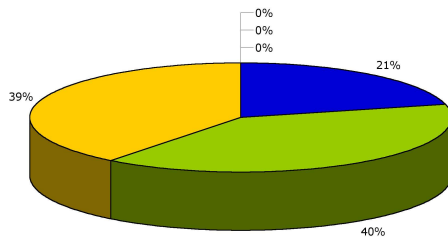
■ SI
■ NO

SI = 100%
NO = 0%

No tuvieron ningún problema en cambiar de slide, regresar o ir al menú, ya que los botones están bien identificados.

Pregunta No. 12

12. ¿Que sensaciones te transmite el diseño?



■ a
■ b
■ c
■ d
■ e
■ f

- A. Movimiento
- B. Dinamismo
- C. Alegría
- D. Aburrimiento
- E. Tristeza
- F. Dolor

5.1.4. Propuesta gráfica final y fundamentación.

La Asociación de Amigos de los Animales (AMA), es una entidad que está interesada en que por medio de su trabajo, los guatemaltecos adquieran conciencia y respeto por la vida de los animales, en este caso, perros y gatos, para que así se reduzcan los casos de maltrato y abandono de animales. También realiza campañas masivas de educación acerca del trato adecuado y tenencia responsable de mascotas.

El abandono y maltrato hacia los animales de compañía se debe en gran parte a que las personas al momento de comprar o adoptar una mascota no se informan o no tienen acceso a información sobre todo lo que implica llevar una mascota a casa. Por tanto, es necesario contar con un material que informe a quienes tienen mascota y/o piensan comprar o adoptar una, todo lo que conlleva tener un animal de compañía en casa y la tenencia responsable de la misma.

Por ello el material propuesto es un CD interactivo, uno sobre perros y otro sobre gatos, en los cuales se incluye toda la información necesaria que conducirá a las personas a una tenencia responsable de animales de compañía.





5.1.4.1. Propuesta gráfica final y sus especificaciones.





5.1.4.1.2. Formato y Tipografía

Este es el formato de cada slide del CD. Los slides contienen el mismo layout, elementos y espacios para colocar los textos, títulos, fotografías etc. Lo que va cambiando es el contenido, textos, títulos, fotografías que van acorde al tema a tratar, así como el color para diferenciar los temas y a la vez no hacer monótono el diseño.

El tamaño de cada formato es de 828 x 650 pixeles. Se realizó en este tamaño y de forma horizontal ya que el CD tiene la opción de verlo en pantalla completa, para así no afectar la legibilidad de los slides y no salga entrecortado, es decir, incompleto en pantalla.

En el caso de los textos se diagramaron en dos columnas, porque cuando una columna es demasiado ancha cansa al ojo, resultando psicológicamente negativa. Cuando son demasiado estrechas perturban el flujo de lectura, puesto que el ojo debe cambiar con excesiva rapidez de línea. Un texto debe leerse con facilidad y agrado, en especial si se trata de lectura en pantalla. Así mismo se dejó un espaciado entre línea adecuado para facilitar la lectura, ya que líneas muy juntas tienden a confundir y mezclar la información.

El tipo de letra utilizado es Bahaus en sus versiones light, bold, medium, para emplear un solo tipo y no una mezcla desordenada de tipos de letra. Para destacar títulos se utiliza en versión bold, que resulta juvenil y legible, apropiado al grupo al que va dirigido el mensaje.

5.1.4.1.3. En el caso de los botones,

Son en forma de huella, para dar personalidad y relación con el tema de animales. Es la forma con la que se relacionan las patas de los perros y gatos, dando así un toque diferente a los botones convencionales. En la parte inferior de cada botón se indica el nombre del mismo (continuar, seguir o ir al menú) para evitar cualquier tipo de confusión. En el CD de perros el botón para ir al menú principal es un hueso, ya que a los perros se les asocia con este ícono. En el caso del CD de gatos, el ícono del botón para ir al menú es un pescado, igualmente porque con esto se asocia a los gatos. Además de la utilización de íconos de asociación para los botones, los mismos tienen animación; es decir, cuando la persona pulsa el botón, éste tendrá un movimiento, que hace más dinámica la presentación.

5.1.4.1.4. En relación a la utilización de la línea.

En el tema de líneas, se utilizó combinación de verticales, curvas e inclinadas. Las verticales producen sensación de vida, pero no conviene abusar de ellas ya que pueden provocar sensación de monotonía y cansancio. En el caso de las líneas inclinadas, producen sensación de dinamismo, movimiento, acción; son más agradables que las verticales y horizontales, y evitan el estancamiento, aburrimiento, etc. Las líneas curvas también producen dinamismo, movimiento, y por lo general dan sensación de continuidad. Se acoplan así con el concepto general a tratar en el CD

5.1.4.1.5. En relación a las fotografías.

Estas juegan un papel muy importante en toda diagramación, en especial donde existe mucho texto. En general, la mayoría de personas en Guatemala no tiene la cultura de lectura, por lo que se deben colocar fotografías que complementen el tema a tratar. Se colocaron fotografías alusivas al tema tratado, en diferentes áreas del diseño. Por ejemplo en el tema Baño, se insertaron fotografías donde se





encuentran bañando a las mascotas; tratando con ello de reforzar la información incluida. Las fotografías se diagramaron en diferentes formas, ya que al colocarlas de manera convencional (cuadradas) pueden cargar y visualmente hacer pesado el diseño; como consecuencia, cansan al lector y en algunos casos no lo invitan a leer el contenido.

5.1.4.1.6. En relación a los colores.

Los colores centrales, utilizados en la portada, en el título y slides anexos, como por ejemplo menú, son el verde y el azul,

El verde es un color de gran equilibrio, ya que está compuesto por los colores de la emoción (amarillo=cálido) y del juicio (azul=frío). Se asocia con las personas sociales. Significa realidad, esperanza, razón, juventud, naturaleza. Los que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Lo cual refleja con claridad el concepto a transmitir, ya que las mascotas son más que animales de compañía.

En el caso del azul, se le asocia con la vida interior, la inteligencia y emociones profundas. Es el color de la verdad, fidelidad, también significa descanso. No fatiga los ojos. También se adecua muy bien al concepto, ya que se desea transmitir fidelidad y estabilidad.

Cada slide llevará un color diferente, pero manteniendo la diagramación. Esto se hace para que el usuario no lo sienta aburrido y asocie ver el mismo slide e información varias veces, ya que cada tema es distinto y se intenta dar una personalidad diferente al resto de los demás.

5.1.4.1.7. En relación a la diagramación.

Cada slide tiene el espacio para colocar fotografías, textos y los botones de acción de la presentación que hará interactivo el CD, ya que el usuario podrá seguir al siguiente tema, regresar, o ir al menú. Cada elemento está pensado para que no afecte y altere el contenido, por ejemplo fotos encima de textos, ya que esto entorpece el mensaje a transmitir.

Para hacer más interesante la presentación, los títulos y textos de los temas, así como ciertas fotografías, aparecerán con un efecto, logrando así una presentación dinámica y no plana.





boton para pantalla completa.

boton para pantalla normal.

Frase de los dos CDS

boton salida

boton para volver a intro

títulos de los temas principales del CD, cada título se divide en varios temas

Botón cuyo ícono es la foto de un perro el cual al presionar el mismo tiene animación

logo de la entidad

Area para colocar fotografías del CD, en este caso de perros

Título del CD interactivo

Fotografía





Cuidados

- Alimentación
- Alimentación para cachorros
- Alimentación para adultos
- Higiene
- Pelaje
- Salud dental
- Baño (consejos)
- Hora de dormir
- Precauciones

Menu Principal



Título del tema a tratar

boton en forma de círcuclos y al presionarlos tiene animación

subtemas del tema principal

botón para regresar al menu pncipal

líneas curvas para transmitir sensación de movimiento y dinamismo





Botón en forma de huella para saltar intro y continuar

Area para colocar el título del CD

Area para colocar el texto que explica acerca del contenido del CD

huellas en opacidad para dar más personalidad al tema de animales

área donde se describe el tipo de mascota del cd a tratar, es decir si es de perros o gatos

líneas rectas que se unen a una forma de círculo donde se colocó una fotografía del CD a tratar, en este caso fotografía de perros

logo de la entidad

líneas curvas para dar sensación de movimiento y dinamismo

fotografías para dar más atractivo visual al diseño





Soportes y medios a utilizar.

El material interactivo está creado para ser utilizado en una computadora versión Windows o Macintosh, para que así se cumpla con unos de los objetivos: que las personas conozcan todo lo que conlleva el tener a un animal de compañía en una forma responsable.

El material podrá ser utilizado en cualquier momento, y las personas que lo adquieran podrán verlo en la comodidad de sus casas, oficina o cualquier otro lugar, ya sea solos o en familia, tal como lo recomendó el veterinario, uno de los expertos con el que se validó la propuesta.

Se creó en CD para que el costo de reproducción no fuera alto, y también para que las personas puedan disponer de un material accesible, que no se deteriore con facilidad. Es importante recordar que la tecnología avanza cada vez más y, por lo general, las personas están la mayor parte del tiempo en sus computadoras, navegando en internet.

Son dos CD interactivos: uno sobre perros y otro sobre gatos, ya que la entidad indica que si las personas tienen ambas especies de mascotas, la idea es que compren ambos discos compactos. También porque las personas que gustan de los animales prefieren productos que no son generalizados; es decir, si tienen perros, les interesan productos solo de la raza que tienen. Por tal razón se elaboró un CD por cada especie, para que sea más personalizado.

Una sugerencia que se planteó a la entidad es considerar los patrocinios. Pero por ahora su prioridad es la reproducción de los CD, ya que para buscar patrocinio se requiere de tiempo y esfuerzo, pero lo tomarán en cuenta para un futuro.





Conclusiones





Conclusiones

Al validar la propuesta de diseño del problema encontrado en la entidad, y después de investigar tanto del tema como de diseño, se llegó a las siguientes conclusiones:

Estos CD cumplen con el objetivo para el cual fueron diseñados, que es educar a las personas sobre los cuidados, atenciones y trato adecuado que necesitan los animales de compañía.

Ayudarán a las personas que no tienen mascotas a conocer todos los aspectos que conlleva tener una mascota, para que así evalúen antes de llevarla a casa.

Quienes tienen mascotas, conocerán todos los cuidados que necesitan, para así brindarles una mejor calidad de vida y evitarse gastos innecesarios en el futuro, por algún descuido.

También se pudo comprobar que el diseño de los CD tiene atractivo visual. La diagramación utilizada fue la adecuada para que ningún elemento interfiriera en la transmisión del mensaje. La utilización de diferentes fotografías, así como el cambio de color en cada slide, hace que el CD sea dinámico, tenga movimiento, despierte el interés de las personas para leerlo.

La animación de los elementos y de los botones hace que el diseño no se vea estático, sino que le da un detalle extra al diseño y lo hace dinámico.

Otro aspecto que se comprobó es que la navegación en el CD es amigable y fácil, ya que se comprende cómo ir y regresar de un slide a otro, así como ir al menú principal.

Además, el contenido del CD es de fácil comprensión. Será de gran ayuda para las personas y para la entidad Asociación de Amigos de los Animales.





Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta gráfica





El canal de distribución será la Asociación de Amigos de los Animales, que se encargará de reproducir, promover y poner a la venta los CD en las diferentes actividades que realiza a lo largo del año, así como colocarlos en los puntos de venta de costumbre.

El material es de fácil reproducción. Si se necesitan más copias de las previstas no habrá problema, ya que se puede reproducir en las cantidades que la entidad requiera.

Para una mejor presentación, se sugiere entregar el producto final con su respectiva caja e impresión en el CD, del nombre del proyecto y el tipo de información que contiene (de perros o de gatos). Con este fin se presentan los siguientes presupuestos:

Costo de reproducción de los CD interactivos "Dueño atento, mascota contenta".

Reproducción sugerida:

100 CD perros
100 CD gatos

Impresión directa en CD.

Incluye:

CD

Caja

Impresión directa a CD

Encelofanado

Quemado

Costo por unidad Q.7.00 (US\$0.90)

Cotizado en Ministerios Deborah.

Estos precios son sugeridos a la fecha de Agosto de 2007.

Etiqueta para CD

Cantidad: 200 (2 motivos diferentes de 100 c/motivo)

Etiqueta para CD, full color tiro, en papel adhesivo, troquelado.

Tam. 4.75" x 4.75".

Q. 941.85 (US\$120.45)

Negativo tamaño carta (separación de color): Q.200.00 (US\$25.64)

Costo total: Q. 1,141.85 (US\$147.00)

Costo por unidad: Q.5.71 (US\$0.73)

CD en blanco con caja

Costo por unidad Q. 5.00 (US\$0.64)

Costo unitario CD con etiqueta: 10.71 (US\$1.37)

Estos precios son sugeridos a la fecha de Agosto de 2007.





La opción sugerida para la reproducción de los CD es la impresión directa en CD, cuyas ventajas son:

- El precio unitario es menor.
- El precio incluye quemado, por lo que la entidad se ahorrará tiempo en este proceso.
- El precio ya incluye la cajita y el encelofanado.
- La impresión directa en CD es de mejor atractivo y presentación, y evitará que se trabaje al introducirlo, ya que no tendrá adhesivo.
- El tiempo para realizar la impresión, quemado de archivo y empaçado es menor a si se realiza con etiqueta.

Desventajas de los CD con etiquetas.

- El precio unitario es mayor al del impreso directo al CD.
- Se debe comprar por aparte los CD con cajita.
- Se debe invertir mucho tiempo en pegar cada calcomanía a su respectivo CD.
- Se puede correr el riesgo de pegar mal las calcomanías.
- Ya con la calcomanía pegada se debe meter en la cajita.
- Se debe invertir tiempo en el quemado de cada CD.
- El tiempo de producción de etiquetas atrasará el proceso de reproducción, ya que la imprenta entrega en 4 a 5 días hábiles. Después hay que invertir tiempo en el pegado de etiquetas y quemado de información, lo cual representa un atraso de más días.

Dado que son CD la frecuencia de su publicación o reproducción dependerá del número de unidades vendidas, ya que si se necesitan más pueden reproducirlas sin ningún problema. Dado que el material es informativo y se realizó con un diseño de atractivo visual acorde al grupo objetivo, sin perder la legibilidad y funcionalidad, es un material que permanecerá vigente por largo tiempo. En general, los cuidados y el trato que necesitan los animales de compañía seguirán siendo los mismos, solo en el caso de temas médicos, según como avance la ciencia tendrá algún tipo de modificación.





Bibliografía y Fuentes Consultadas





*Información proporcionada por la Asociación de Amigos de los Animales (AMA), en la entrevista, acerca de aspectos a evaluar al momento de adoptar una mascota. El sadismo y los animales, entre otros.

*Gunter, Barrie. Animales Domésticos, Psicología de sus dueños. Piados. Impreso en A & M Gráfico, S. L. Santa Perpétua de Mogoda (Barcelona España)

*Gómez Soto, Adrián. Perros en Casa, una Guía completa para su cuidado. 2001. Selector, S. A., de C.V. México

*Más de 1000 consejos para el cuidado de los animales de compañía. 1997 Servilibro Ediciones, S.A. Madrid (España)

*Swan, Alan. Bases del Diseño Gráfico. Ediciones G. Gilli, S. A. De C.V. Quarto Publishing Plc, Londres, 1987 para la edición castellana.

*Gordon, Maggie. Dodd, Eugenie. Tipografía Decorativa. Ediciones G. Gill, S. A. De C.V. México Naucaplan 53050, Valle de Bravo 21. 1994.

*AEDO, Ignacio; DÍAZ, Paloma (1998). "Evaluación de sistemas hipermedia orientados al aprendizaje". Educación y Tecnologías de la Comunicación.

Consultas en la red:

- * www.misanimales.com
- * www.mascotas.com
- * www.conciencia-animales.cl
- * www.infomascota.com
- * www.monografias.com
- * www.arqhys.com/sicologia-color1.html
- * www.imageandart.com/tipografia.html
- * sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Libros/comunicacion/Fundamentos_de_diagramacion/Diseño_grafico.htm
- * <http://mx.geocities.com/animaraz/tesis/element2.htm>
- LEXANDER, J. y TATE, M.A. (1996). Lista de verificación para una página web informativa.
- * <http://www.eduteka.org/pdfdir/ListaChequeo2.pdf>
- * <http://dewey.uab.es/pmarques> [2003]





Glosario





Candor

Blancura suma. Inocencia. Sencillez que puede llegar hasta la ingenuidad.

CD-room

Hardware de computadora que permite insertar CD´s para leer el contenido de un CD

Cinético

Relativo al movimiento. Parte de la mecánica que estudia el movimiento.

Circunspección

Conducta prudente y adecuada a las circunstancias.

Esguinces

Torcedura o distenció violenta de una articulación.

Figurativas

Que representa o figura algo Imaginarse, suponer algo que no se conoce.

Gestar

Llevar y sustentar la madre el futuro ser hasta el momento del parto.

Hipervínculo

hipervínculos o enlaces conectan creativamente los diferentes elementos de una presentación multimedia a través de texto coloreado o subrayado o por medio de íconos, que el usuario señala con el cursor y activa pulsándolos con el mouse.





Interactivo

Influencia recíproca entre una aplicación y el usuario del medio.

Interletrado

Es el espacio de una palabra, es decir, una palabra está bien espaciada si el ojo reconoce armonía y equilibrio entre las formas de las letras y las superficies que se encuentran en su entorno, es decir, entre plenos (negros) o vacíos (blancos).

Linfático

Relativo a la linfa. Se dice del individuo de tez pálida y de ánimo blando y tranquilo.

Linfa

Líquido orgánico, transparente y de sabor salado, que circula por los vasos linfáticos.

Legibilidad

Que se puede leer.

Mutilar

Cercenar un miembro.

Monotonía

Falta de variedad, rutina.

Opulencia

Abundancia o riqueza desmedida.





Parámetro

Valor que se expresa como una constante en una ecuación, pero que puede ser fijado a voluntad.

Plug-in

Aditamentos para el navegador.

Roll overs

Son botones, vínculos, que el usuario señala con el cursor y éstos cambian de color o forma.

Síntesis

Composición de un todo por la reunión de sus partes.

Software

También conocido como programática y aplicación informática- es la parte lógica del ordenador, esto es, el conjunto de programas que puede ejecutar el hardware para la realización de las tareas de computación a las que se destina. Es el conjunto de instrucciones que permite la utilización del equipo.

Tolerancia

Acción y efecto de tolerar. Respeto y consideración hacia las opiniones o prácticas de los demás.

Tracking

El tracking define la medida del interletrado, pero por bloques de texto. Este parámetro se ocupa de variar la separación entre letras en forma uniforme en todo un párrafo, o de controlar las viudas y las huérfanas (líneas sueltas al inicio o al final de un párrafo respectivamente) manteniendo los parámetros entre -5% y el 5% para que sea imperceptible al ojo.





Transición

Acción y efecto de pasar de un modo de ser o estar a otro distinto.

Tramado

Red, puntos, líneas o sombreados que en los fotograbados señalan la variedad de tonos.

Viñetas

Adorno gráfico que ilustra el comienzo y final de una página, un capítulo o un libro.

Yuxtaponer

Poner una cosa junto a otra o inmediata a ella.





Anexos





Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC
Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico, Multimedia

La presente es una encuesta para evaluar la propuesta de los CD's interactivos. Favor marcar con una X la respuesta a su elección. Su colaboración será de vital importancia.

1. Con que relaciones la frase Dueño atento, Mascota Contenta

Solo cuidar a mi mascota _ _ _ _ _
Cuidar, atender bien a mi mascota para que este saludable _ _ _ _ _
Las mascotas se valen por si mismos _ _ _ _ _
Debo estar al tanto de cuidar y atender a mi mascota para que este saludable y feliz

2. El contenido de este CD es claro y de fácil comprensión?

Si No

3. El tipo de letra es legible?

Si No

4. Se mencionan los temas importantes de los cuales tienes dudas frecuentemente

Si No

5. La información incluida en el CD, te ayudará a cuidar, atender y tratar adecuadamente a tu mascota?

Si No

6. Actualmente navegas en internet en busca de información de cualquier tipo cada vez que lo necesitas?

Si No

7. Consideras que es necesario contar con un material interactivo de este tipo para que las personas que tienen mascotas puedan disponer de el en cualquier momento y dar una buena calidad de vida a las mismas?

Si No

8. Consideras que con la utilización del CD las personas estarán más conscientes e informadas a todo lo relacionado que conlleva tener una mascota?

Si No

9. Consideras que la presentación es dinámica?

Si No

10. Consideras que la utilización de imágenes y los colores en el contenido de cada tema lo hace:

aburrido capta mi atención dinámico monótono

11. ¿Es fácil de utilizar el CD? es decir ir de slide a otro, regresar, continuar ir al menú principal?

Si No

12. Que sensaciones te transmite el diseño?

Movimiento dinamismo alegría aburrimiento tristeza dolor





IMPRÍMASE

Decano
Arq. Carlos Valladares Cerezo

Sustentante
Lesly Carol Arriaza Rivera
Carné 199916587

Tribunal examinador
Lic. Fernando Fuentes

Tribunal examinador
Lic. Alberto Paguaga

Tribunal examinador
Lic. Melvin Muñoz

“Material Interactivo para la Asociación de Amigos de los Animales -AMA-;
Educación en el cuidado, atención y trato adecuado que necesitan los perros y gatos”

Guatemala, 28 de agosto de 2009.





arquitectura



diseño gráfico
U S A C