



**FACULTAD DE CIENCIAS**

**DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO DE LIBRO DIGITAL DIRIGIDO A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 13 Y 30 AÑOS DE EDAD, PARA INFORMAR ACERCA DE SU SEXUALIDAD EN TODAS LAS ETAPAS DE SU VIDA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA, 2014.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

**ELABORADO POR:**

Pérez Molina, Shirley Zayori

09000697

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2014

## **Proyecto de Graduación**

“DISEÑO DE LIBRO DIGITAL DIRIGIDO A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 13 Y 30 AÑOS DE EDAD, PARA INFORMAR ACERCA DE SU SEXUALIDAD EN TODAS LAS ETAPAS DE SU VIDA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA, 2014. ”

Pérez Molina, Shirley Zayori

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación y Diseño

Enero, 2014

## **Autoridades**

### **Rector:**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

### **Vicerrectora Académica:**

Dra. Mayra de Ramírez

### **Vicerrector Administrativo:**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

### **Secretario:**

Lic. Jorge Retolaza

### **Decano Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

### **Vicedecano Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto

## **Dedicatoria**

Iniciar una carrera universitaria no fue difícil, sino continuar y perseverar. Agradezco a Dios por ser mi guía, por iluminar mis pasos por el buen camino y sobre todo por darme la fortaleza de alcanzar esta meta.

A mis padres, Favio Ignacio Pérez y Amelia Molina Oliva, a quien les debo la vida, por enseñarme el amor a la vida. Gracias por el apoyo incondicional, sus consejos y valores que me han inculcado, por escucharme, aconsejarme siempre y por ser el centro de mi vida.

A mi Tía, Irma Yolanda Oliva “Mamayoli”, por ser una amiga, una madre y una tía simultáneamente, por ser inspiración para mi vida, por creer en mí y por apoyarme y por estar siempre cuando lo necesite.

A mi Tío, Jorge Molina, gracias por los consejos, y aliento que me brindó, a pesar del tiempo que ha pasado desde su partida, forma parte de mi vida.

A mis hermanos Jenny Surama, Juanita Fabiola, Xiomy Katherinne y Favio Roberto, por formar parte de mi vida, Mi familia, por comprenderme, aconsejarme y por todo su amor tan sincero.

A mis sobrinos, Alejandro Rafael, LeAngela Amelia, Víctor Hugo, y Galla Fabiana, por cada sonrisa, momento compartido y por el amor más sincero que me han brindado.

De forma especial a mi sobrino, Néstor Gabriel, doy gracias a Dios por la bendición más grande que me puso en mi vida, por el hecho de conocerte y ser tu tía. Siempre serás la estrella de mi vida.

A mis amigos, Juan Andrés, Carol Guzmán, por sus consejos, apoyo y cariño.

A mi amiga e hija, Rocío Lara y Katherine Argueta Lara, por su cariño y amistad incondicional.

A mis compañeros, Diana Pivaral, Abraham Sánchez, Mario Gonzalez, Edder Pérez, Marco Tún, Juan L. Pinera, Elisa Gonzales, Ange Ricart, Frida, Cristina Lobos, Sandra Hernández, por sus amistad, apoyo y las enseñanzas aprendidas en el recorrido de nuestra carrera.

A mis catedráticos de la Universidad Galileo, gracias por compartir sus conocimientos, que a lo largo de mi carrera atribuyeron cosas positivas en mi vida.

## **Sinopsis**

En el presente proyecto de graduación, se elaboró un libro digital para argumentar la problemática social y cultural que confrontan las féminas de la Asociación Vidas Paralelas de Quetzaltenango, Guatemala, con el propósito de mejorar la calidad de vida de las mujeres.

El Objetivo general que se sugirió fue diseñar un libro digital con temas relacionados a la educación sexual de la mujer, para la Asociación Vidas Paralelas, Quetzaltenango.

Para validar el proyecto fue necesario apoyarse en una herramienta de investigación para la recolección de información en el momento de recopilar y tabular datos. Por lo que se implementó un instrumento de validación, la encuesta, enfocada en tres áreas de la comunicación y diseño.

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

El primer acierto, entre otros, fue que el 100% de la población considera que sí es necesaria la elaboración de un libro digital para la asociación quetzalteca Vidas Paralelas, acerca de temas de educación sexual.

La investigación permitió conocer más a fondo a las colaboradoras de Vidas Paralelas, quienes contarán con una herramienta que les ayudará de forma dinámica, a impartir temas relacionados con la sexualidad femenina.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

# Índice

<b>Capítulo I.I Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo II Problemática</b> .....	
2.1 Contexto .....	2
2.2 Requerimiento .....	2
2.3.1 Magnitud .....	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	3
2.3.3 Trascendencia.....	3
2.3.4 Factibilidad.....	3
<b>Capítulo III Objetivos del diseño</b> .....	
3.1 Objetivo General .....	5
3.2 Objetivos Específicos .....	5
<b>Capítulo IV Marco de Referencia</b> .....	
4.2 Información General del Cliente .....	6
<b>Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo</b> .....	
5.1 Perfil geográfico .....	12
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil Psicográfico .....	14
5.4 Perfil Conductual.....	14
5.4.1 Personalidad .....	14
5.4.2 Conducta.....	15
<b>Capítulo VI: Marco teórico</b> .....	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio. ....	16
6.2 Conceptos relacionados con Comunicación y el diseño.....	25
6.2.2 Conceptos relacionados con Diseño.....	33
6.3.1 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	64
<b>Capítulo VII Proceso de diseño y Propuesta preliminar</b> .....	
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	77
7.2 Conceptualización .....	79
7.2.1 Método: Mapas mentales.....	79

7.2.2 Definición del Concepto.....	82
7.3 Bocetaje 7.3.1 Tabla de requisitos.....	83
7.3 Propuesta Preliminar .....	91
<b>Capítulo VIII: Validación Técnica .....</b>	
8.1 Población y Muestreo.....	102
8.2 Métodos e instrumentos.....	105
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	110
8.4 Cambios en base a los resultados .....	117
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final. ....</b>	<b>118</b>
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....</b>	
10.1 Plan de costos de elaboración.....	162
10.2 Plan de costos de producción .....	163
10.3 Plan de costos de reproducción .....	163
10.4 plan de costos de distribución .....	164
10.5 Cuadro de resumen de costos de la realización del proyecto digital .....	164
<b>Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	
11.1 Conclusiones .....	165
11.2 Recomendaciones.....	166
<b>Capítulo XII: Conocimiento General .....</b>	<b>167</b>
<b>Capítulo XIII: Referencias .....</b>	
Bibliografía.....	174
Biblioweb .....	177
<b>Capítulo XIV: Anexos.....</b>	<b>181</b>



# Capítulo I

## **Capítulo I.I Introducción**

La asociación de Quetzaltenango para mujeres de Vidas Paralelas, se dedica a velar por los derechos y deberes de la diversidad sexual. Actualmente funciona en Quetzaltenango y Guatemala a través de donaciones nacionales e internacionales.

Vidas Paralelas nace desde el momento en que un grupo de personas, reunidas bajo un fin común, deciden pactar una asociación que trabaje en pro de los Derechos Humanos, sean estos educación, salud y vivienda.

El propósito de contribuir con la asociación fue la realización de un libro digital, que sirva como material didáctico para las charlas que se imparten a las féminas con el fin de favorecer el desarrollo psicológico, personal y emocional para promover una integridad social, al educar, instruir y hacer conciencia en la mujer sobre los temas del desarrollo del cuerpo, sexo, drogas, entre otros temas, con lo que la organización podrá apoyar el reforzamiento de la educación comunicacional.

El objetivo general es:

Diseñar un libro digital dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad, preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en todas las etapas de su vida.

El enfoque del trabajo de investigación será cuantitativo, para verificar los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas al cliente, grupo objetivo, expertos de comunicación y diseño, así como médicos relacionados a la sexualidad.

El primer acierto, entre otros, fue que el 100% de la población considera que sí es necesaria la elaboración de un libro digital para la asociación quetzalteca Vidas Paralelas, sobre el tema de la educación sexual.

La investigación permitió conocer más a fondo a las colaboradoras de Vidas Paralelas, quienes contarán con una herramienta que les ayudará de forma dinámica a impartir temas relacionados con la sexualidad femenina.



## Capítulo II

## **Capítulo II Problemática**

Al analizar las necesidades que presenta la asociación Vidas Paralelas, que vela por los derechos y deberes de la diversidad sexual, valores éticos y morales de cada persona que forma parte de esta diversidad, se detectó que la organización no cuenta con un material informativo para las charlas que se imparten dentro del personal femenino de la organización. Con el fin de educar, instruir y hacer conciencia en la mujer sobre los temas del desarrollo del cuerpo, sexo, drogas, entre otros, así mismo la organización podrá apoyar el reforzamiento de la educación comunicacional.

### **2.1 Contexto**

La asociación quetzalteca Vidas Paralelas, se dedica a velar por los derechos y deberes de la diversidad sexual. Actualmente funciona en Quetzaltenango y Guatemala a través de donaciones nacionales e internacionales.

La asociación no cuenta con material informativo para instruir sobre diversos temas a la población femenina quetzalteca, con el fin de reforzar el conocimiento sobre sexualidad y desarrollo del cuerpo humano, entre otros.

Por lo que se propone como solución diseñar un material digital que sirva como herramienta para implementarlo en las charlas que se impartirán al personal femenino.

El cliente solicita la elaboración de un libro digital en el que se den a conocer temas de: educación sexual, desarrollo, enfermedades sexuales, sus causas y prevención.

### **2.2 Requerimiento**

La asociación Vidas Paralelas no cuenta con un libro digital que oriente los temas relacionados a la educación sexual de la mujer.

Para solucionar la problemática, se propone realizarlo a través de las herramientas del diseño y la comunicación; los que son indispensables para llevar a cabo la elaboración del libro solicitado.

Para sustentar las razones por las cuales se decidió diseñar un libro digital, es necesario justificar la propuesta a partir de las siguientes variables: a) magnitud, B) trascendencia, c) vulnerabilidad, d) factibilidad.

### **2.3.1 Magnitud**

Según el Instituto Nacional de Estadística –INE- Guatemala tiene con una población de 15,301,412 millones de habitantes, Quetzaltenango tiene con una población de 789,358 de las cuales las mujeres son 410,938. La asociación Vidas Paralelas tiene cinco miembros mujeres.

### **2.3.2 Vulnerabilidad**

La falta de material adecuado para la utilización en los talleres de capacitación, genera ignorancia, desinterés, vergüenza y desconocimiento en la población femenina sobre su educación sexual. Es de suma importancia que la mujer tome con responsabilidad el rol que desempeña en la sociedad sobre temas relacionados a su desarrollo para mejorar su calidad de vida.

### **2.3.3 Trascendencia**

Con la implementación del libro digital sobre temas de la educación sexual de la mujer, el problema de desconocimiento será disminuido dentro de la organización ya que con ello podrán comprender la importancia de la representación que tiene dentro de la población, asimismo se promoverá una mejor educación en las féminas de Quetzaltenango.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proyecto de diseño, que será un libro digital para mujeres de 13 a 30 años de edad, preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en todas las etapas de su vida, si es factible, ya que se cuenta con el apoyo de la representante legal y Junta Directiva de la asociación.

#### **Además se cuenta con otros recursos:**

**2.3.4.1 Recursos humanos:** Cuenta con el apoyo de Junta Directiva de la organización, para la selección de documentos y llevar a cabo la elaboración de toda la etapa de diseño.

**2.3.4.2 Recursos Económicos:** La empresa tiene recursos para su distribución, así como su implementación en la página web de la organización.

**2.3.4.3 Recursos Tecnológicos:** Para llevar a cabo el inicio del proceso hasta llegar al final del proyecto se cuenta con el equipo iMac de la profesional de comunicación y diseño Shirley Zayori Pérez Molina, quien donará a la institución el costo del diseño del libro digital.

**2.3.4.4 Recurso Organizacional:** Se cuenta con el apoyo de las autoridades de la organización para la información necesaria que servirá de soporte para desarrollar los temas del libro digital.



# Capítulo III

## **Capítulo III Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo General**

Diseñar un libro digital dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad, preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en todas las etapas de su vida, para la Asociación Vidas Paralelas, Quetzaltenango.

### **3.2 Objetivos Específicos**

**3.2.1** Investigar a través de fuentes bibliográficas la información relacionada al diseño de libros digitales, para indicar lo más relevante y realizar el proyecto en base a los requerimientos establecidos.

**3.2.2** Recopilar toda la información a través de fuentes bibliográficas y médicos relacionada a los temas de la educación sexual de la mujer para realizar el libro eficientemente.

**3.2.3** Diagramar la información obtenida acerca de cada tema para facilitar la lectura y la comprensión de los temas que se presentan en el libro.



# Capítulo IV

#### **4.1 Datos del Estudiante**

**Nombre del estudiante:** Pérez Molina, Shirley Zayori

**No. De Carne:** 09000697

**Celular:** + (502) 4119-1682

**Email:** [zayoripm@gmail.com](mailto:zayoripm@gmail.com)

**Proyecto:** Diseñar un libro digital dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad, para informar acerca de su sexualidad en todas las etapas de su vida, para la asociación Vidas Paralelas. Quetzaltenango, Guatemala.

#### **4.2 Información General del Cliente**

**Nombre del cliente:** Vidas Paralelas.

**Dirección:** 4ta. Calle 16 - 54 Zona 1 Calle Real del Calvario

**Email:** [vdsparalelas@gmail.com](mailto:vdsparalelas@gmail.com) **Tel:** + (502) 5699-0946

**Página Web:** [www.vdsparalelas.wix.com/vdsp](http://www.vdsparalelas.wix.com/vdsp)

**Contacto:** Andrea De León Díaz

#### **Antecedentes**

Vidas Paralelas es una Institución que se identifica con la iniciativa de la diversidad sexual, vela por los derechos y deberes de la diversidad sexual, hace conciencia de los valores éticos, morales y profesionales de cada persona que forma parte de esta diversidad.

Nace desde el momento en que un grupo de personas, reunidas bajo un fin común, deciden pactar una asociación que trabaje en pro de los Derechos Humanos, sean estos educación, salud, vivienda, entre otros.

#### **Historia**

Vidas paralelas, inicia actividades a partir de experiencias de compañeras lésbicas y transexuales de la región de occidente, ante el estigma y discriminación de disfrutar su sexualidad de acuerdo a una orientación sexual, no vista como normal. Situación que la marca ante la sociedad en general, empezando desde los primeros espacios de socialización, en casa, grupo de amigos. Dicho escenario las lleva a hacer un grupo de amigas solidarias con problemas y necesidades comunes, para la búsqueda de alternativas y posibles soluciones, comparten y organizan actividades informales dirigidas a la comunidad, con el fin de crear ambientes de confianza, solidaridad entre otros.

Estos espacios generan expectativas con otras compañeras que requieren apoyo y que sus demandas puedan ser satisfechas, como una acción estratégica de ejercer sus derechos a la vez disfrutarlos, crear alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, ganar credibilidad, movilizar y administrar recursos mínimos y actividades necesarias y lograr los objetivos.

**Oportunidad Identificada:**

Crear un material informativo digital.

**Misión:**

Mejorar el acceso a oportunidades de personas de la diversidad sexual, facilitando y promover la igualdad.

**Visión:**

Vidas Paralelas busca ser una Asociación referente a la diversidad sexual para el logro de una sociedad en igualdad.

**Delimitación geográfica:**

Quetzaltenango.

**Grupo objetivo:**

C+, C, C-, D, E

**Principal beneficio del grupo objetivo:**

Educación sexual a la mujer.

**Competencia:**

No tiene, actualmente solo existe esta fundación que vela por los derechos de la diversidad sexual.

**Posicionamiento:**

Respeto por la diversidad sexual.

**Factores de diferenciación:**

- Apoyan la diversidad sexual
- Educar a la mujer heterosexual, lésbica y transexual.

**Objetivo de mercado:**

Proporcionar una herramienta digital, un libro digital con temas relacionados a la sexualidad de la mujer, con el fin de que cada una tome el control total de su ser.

**Objetivo de comunicación:**

Hacer conciencia en las mujeres, que comprendan el rol tan importante que juegan en la sociedad de todo lo que conlleva su sexualidad.

**Mensaje clave a comunicar:**

Educación, enseñanza, apoyo, motivación, autorrealización.

**Reto del diseño y trascendencia:**

Diseñar un libro digital dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad, preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en todas las etapas de su vida.

**Materiales a realizar:**

Libro digital

**Presupuesto:**

La empresa cuenta con el presupuesto para la distribución del libro digital y su reproducción.

**4.3 Antecedentes de Diseño**

El logotipo de Vidas Paralelas fue creado en el año 2012 por el diseñador Marco Polo.



En el 2013 se cambió el logotipo, con el fin de que represente de una forma más dinámica y actual a la organización.



(Logotipo Actual)

### 4.3.1 Datos del Logotipo

#### Colores:



R: 78 G: 72 B: 153  
C: 84 M: 85 Y: 1 K: 0



R: 204 G: 32 B: 130  
C: 2 M: 96 Y: 15 K: 0



R: 166 G: 151 B: 199  
C: 40 M: 47 Y: 0 K: 0



R: 39 G: 36 B: 37  
C: 82 M: 83 Y: 71 K: 59

#### Tipografía:

A Year Without Rain

#### Forma:

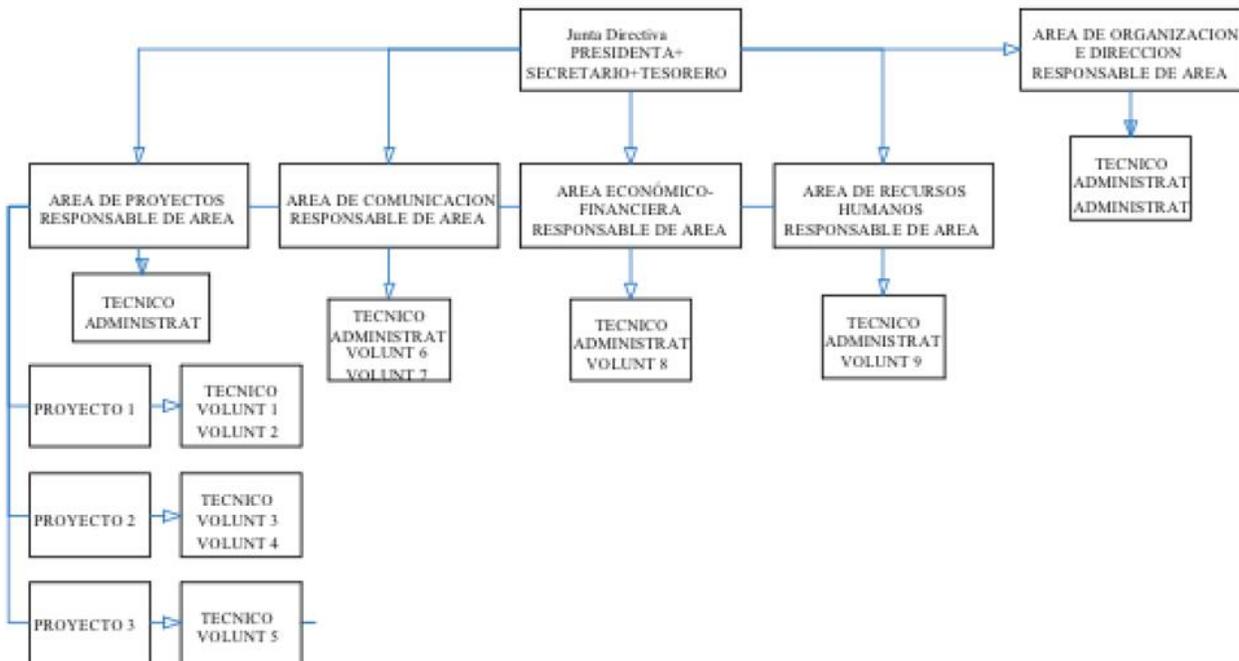


### 4.3.2 Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Única institución de Quetzaltenango que vela por los derechos de las mujeres lésbicas y transexuales.</li><li>• Todos sus programas son gratuitos.</li><li>• Se financian a través de donaciones nacionales e internacionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Captar fondos para abrir una sede en la ciudad de Guatemala.</li><li>• Ampliar los programas informativos y educativos para el beneficio de las mujeres.</li><li>• Abrir un centro de salud, para la mujer en áreas marginadas.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• No se ha dado a conocer en todo el país.</li><li>• Únicamente tienen una sede.</li><li>• No cuentan con fondos para realizar materiales informativos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dejar de recibir el apoyo de las finanzas de los programas nacionales e internacionales.</li><li>• Que personas dejen de llegar a la asociación debido a la falta de materiales informativos.</li><li>• Falta de alianzas con otras instituciones y organizaciones.</li></ul>

### 4.3.4 Organigrama

## ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



La clave de este esquema de estructura es que divide las funciones políticas de las administrativas y ejecutivas. De esta forma, nunca están concentradas en las mismas personas. Las primeras corresponden a la Asamblea y a al Consejo Directivo luego al equipo técnico, que es el que hará el trabajo con las poblaciones.



# Capítulo V

## Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El libro digital va dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad, féminas preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en todas las etapas de su vida, residentes en Quetzaltenango, Guatemala

### 5.1 Perfil geográfico:

La región que se analizará para este proyecto es donde viven las mujeres que pertenecen a la asociación Vidas Paralelas de Quetzaltenango.

**País:** Guatemala

**Departamento:** Guatemala.

**Dirección de la Asociación Vidas Paralelas:** 4ta. Calle 16 - 54 Zona 1 Calle Real Del Calvario Quetzaltenango, Guatemala

**Superficie:** 1,953 km<sup>2</sup>

**Región:** Quetzaltenango.

**Clima:** De acuerdo a la ubicación de la asociación Vidas Paralelas, se detallara el clima en el área:

Departamento	Cabecera	Población Aproximada	Clima
Quetzaltenango	Quetzaltenango	789,358	Frio

### 5.2 Perfil demográfico:

**5.2.1 Género:** Mujeres

**5.2.2 Edad:** Mujeres de 13 a 30 años

**5.2.3 Nivel Educativo:** Primaria, Secundaria, Técnicos y estudios universitarios

**5.2.4 Ingresos:** de Q 2,100 a Q 20,000.

**5.2.5 Religión:** católico, cristianos, testigos de Jehová, entre otros.

**5.2.6 Nacionalidad:** guatemaltecos y no guatemaltecos.

**5.2.7 Ciclo de Vida:** Adultos jóvenes, adultas, solteras, solteras con hijos, casadas y casadas con hijos.

**5.2.8 Ocupaciones:** secretarias, jefes de departamentos, administradora y gerentes.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
<b>DESEMPEÑO</b>	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
<b>INGRESO</b>	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
<b>VIVIENDA</b>	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
<b>OTRAS PROPIEDADES</b>	Sitios/terrenos interior por herencias				
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	Por día	Por día, eventual	Eventual		
<b>EDUCACIÓN GRUPO</b>	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
<b>POSESIONES</b>	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
<b>BIENES DE COMODIDAD</b>	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomésticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
<b>DIVERSIÓN</b>	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
<b>SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS</b>	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

## **5.3 Perfil Psicográfico**

### **5.3.1 Hábitos**

- Trabajadores
- Se levantan temprano
- Cumplen con su rol de madre, esposa, hija y profesional.
- Proactivas

### **5.3.2 Hobbies**

- Leer
- Hacer deporte
- Caminar
- Jugar con amigos/hijos
- Cocinar

### **5.3.3 Costumbres**

- Participar en actividades sociales
- Asisten a la iglesia
- Reuniones de trabajo
- Reuniones familiares

**5.3.4 Clase social:** Clase baja, Media Baja y Media Alta.

**5.3.5 Estilo de vida:** Adaptados, integrados a una sociedad de diversidad sexual.

**5.3.6 Personalidad:** Personas entusiastas, personas que les gusta perseverar en sus labores cotidianos.

## **5.4 Perfil Conductual**

Las mujeres que pertenecen a la asociación Vidas Paralelas, son mujeres con deseos de superarse, de mantenerse informadas y luchar por su familia. También apoyar a todas las mujeres que luchan por su diversidad sexual en la sociedad.

### **5.4.1 Personalidad**

Responsables, colaboradoras, luchan por su familia, algunas que han sufrido algún tipo de violencia que las ha marcado de forma positiva y a otras negativamente. Pero se adaptan a la realidad que viven y nada las detiene para conseguir lo que desean.

#### **5.4.2 Conducta**

- Mujeres empoderadas que tienen una vida de luchas y confrontaciones ante la sociedad por el papel que desempeñan en su diversidad sexual.
- Luchan por sus ideales y valores ante la sociedad.
- Preocupadas por su sexualidad, desean estar preparadas en todas las etapas de su vida.



# Capítulo VI

## Capítulo VI: Marco teórico

Los siguientes conceptos establecen el respaldo teórico del proyecto y proporcionarán orientación a la toma de decisiones que darán respuesta a los objetivos que se desarrollaron con anterioridad.

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

En el presente proyecto se aborda ciertos aspectos que sirven de apoyo para la elaboración del libro digital con temas relacionados a la educación sexual, para que sirva de apoyo en los talleres educativos que se impartirán en la Organización Vidas Paralelas para mujeres.

#### 6.1.1 Asociación

Es una combinación o relación que se establece entre personas, cosas o ideas para cumplimentar una finalidad común. Así, pueden asociarse números en una ecuación matemática, o palabras en un texto.

En el ámbito jurídico se llaman asociaciones, al conjunto de personas que se organizan para un fin común, no lucrativo, por un tiempo prolongado y en forma democrática, con independencia de los poderes públicos y otras entidades civiles y comerciales.

#### Características

- Grupo de personas
- Funcionamiento democrático
- Sin ánimos de lucro
- Independientes

#### Ejemplo:

Grupo de personas, quienes pertenecen a una asociación.



<http://www.vivamosmejor.org.gt>

### **6.1.2 Organización**

La organización es la estructura social diseñada para lograr metas o leyes por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo.

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la *"organización consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, que son necesarios para lograr las metas, y en actividades que incluyan atraer a gente a la organización, especificar las responsabilidades del puesto, agrupar tareas en unidades de trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito"*

En el caso de las ONG's (Organizaciones No Gubernamentales) hay que subrayar el hecho de que existen multitud de ellas en todo el mundo. Se caracterizan porque no dependen de ningún gobierno y porque pretenden conseguir el bienestar del ser humano desde diversos puntos de vista.

Las organizaciones que son creadas por el Estado para desarrollar tareas sociales son conocidas como organizaciones gubernamentales. Las mismas son dirigidas desde el gobierno y se financian con fondos públicos.

#### **Ejemplo:**

La asociación Quetzalteca para mujeres de la diversidad sexual, es un ejemplo; satisface necesidades al preocuparse por mujeres de la diversidad sexual, ya que es la única que se dedica a esta población en Quetzaltenango, Guatemala.

### **6.1.3 Educación**

Puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores.

El proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en el individuo. De acuerdo al grado de concienciación alcanzado, estos valores pueden durar toda la vida o sólo un cierto periodo de tiempo.

## **Las principales características de la educación son:**

### **a) Función receptiva.**

La educación implica, por una parte, recepción o captación adecuada de información proveniente de fuentes diversas, especialmente de agentes educativos; por otra, la selección y transformación de la misma, para integrarla en sentido configurativo y formativo.

### **b) Influencia humana.**

La educación requiere la influencia o contacto humano, la presencia del hombre que actúa como modelo, como emisor y como interventor; lo que posibilita la emergencia de estímulos, información, patrones u objetivos, normas conductuales, sanciones, puestas en acción, contextos congruentes, etc., que permitan al educando elaborar o construir su personalidad de acuerdo con un patrón determinado.

### **c) Finalidad.**

La educación requiere y exige la presencia de una finalidad, objetivo, patrón ideal, etc., que oriente el proceso y la acción. No es un proceso azaroso o descontrolado. Por ello se distingue del mero acontecer biológico, social, etc.

### **d) Intencionalidad.**

La intencionalidad es sustantiva en el proceso educativo. La educación trata de que el hombre "se construya" su personalidad de acuerdo con un patrón prefijado. Por eso, la educación es un proceso intencional.

Esta intencionalidad que reside en un principio en el educador, debe ser asumida progresivamente por el educando, para que sea autor de su concreta, singular e irrepetible personalidad.

### **e) Perfeccionamiento.**

La educación hace referencia a perfeccionamiento u optimización, ya que valora más al hombre al elevarse su nivel de determinación o libertad, porque le permite alejarse, distanciarse o desvincularse de las respuestas y liberarse de los estímulos, pudiendo proyectar su conducta antes de realizarla, lo que supone un factor de control y previsión de consecuencias.

### **f) Proceso gradual.**

La educación es un proceso gradual, que permite desde cada nivel alcanzado elaborar y aspirar a los siguientes.

### **g) Proceso integral.**

La educación es un proceso integral que se refiere y vincula a la persona como unidad y no a dimensiones o sectores de ella. Es la persona, unidad radical, quien se educa.

### **h) Comunicación.**

La educación es una relación interpersonal por la que alguien (emisor /educador) transmite a alguien (receptor / educando) un determinado mensaje (contenido educativo) mediante un canal apropiado (medio), con la finalidad de mejorar al destinatario en algún aspecto.

### **i) Proceso activo**

La educación es proceso activo del sujeto que se educa. Sólo el hombre "se construye" por su actividad. El educador promueve, interviene, pero no educa. Es la puesta en acción de la persona la que genera el proceso educativo. La educación implica acción.

### **j) Proceso temporal**

La educación es proceso temporal, porque se identifica con la vida. El hombre está y es permanentemente inacabado y su "construcción" le ocupa su tiempo vital.

### **Ejemplo:**

La educación es importante para el desarrollo de la persona.

### **6.1.4 Aprendizaje**

Se denomina aprendizaje al proceso de adquisición de conocimientos, habilidades, valores y actitudes, posibilitado mediante el estudio, la enseñanza o la experiencia.

Dicho proceso puede ser entendido a partir de diversas posturas, lo que implica que existen diferentes teorías vinculadas al hecho de aprender. La psicología conductista, por ejemplo, describe el aprendizaje de acuerdo a los cambios que pueden observarse en la conducta de un sujeto.

La pedagogía establece distintos tipos de aprendizaje. Puede mencionarse el aprendizaje por descubrimiento (los contenidos no se reciben de manera pasiva, sino que son reordenados para adecuarlos al esquema de cognición), el aprendizaje receptivo (el individuo comprende el contenido y lo reproduce, pero no logra descubrir algo nuevo), el aprendizaje significativo (cuando el sujeto vincula sus conocimientos anteriores con los nuevos y los dota de coherencia de acuerdo a su estructura cognitiva) y el aprendizaje repetitivo (producido cuando se memorizan los datos sin entenderlos ni vincularlos con conocimientos precedentes).

**Ejemplo:**

Mujer aplicando su propio método de aprendizaje.



**Fotografía por: Shirley Zayori**

**6.1.5 Diversidad**

Es una noción que hace referencia a la diferencia, la variedad, la abundancia de cosas distintas o la semejanza.

La diversidad sexual es la existencia de distintas orientaciones e identidades sexuales. Los grupos minoritarios, entre los que se encuentran homosexuales y bisexuales, se encargan de defender este concepto para que sus derechos no sean vulnerados y puedan acceder a las mismas posibilidades que la mayoría (heterosexuales).

**Característica:**

- Talentos diferentes
- Humanismo
- Creatividad

**Ejemplo:**

La diversidad refiere a la convivencia e interacción entre distintas culturas



**Fotografía por: Shirley Zayori**

## **6.1.6 Sexualidad**

Está conformada por los elementos biológicos, es decir, el sexo; los psicológicos, como es sentirse y pensarse como hombre o mujer; y los sociales, que hacen referencia al comportamiento que establece la sociedad para cada sexo. Entonces se puede entender por sexualidad a la forma en la que cada ser humano se manifiesta como hombre o como mujer, de acuerdo a las normas y valores propios de su cultura y de su época.

### **Característica:**

La sexualidad, además está compuesta de cuatro características, erotismo, vinculación afectiva, reproductividad, sexo genético, que interactuarán entre sí y muy especialmente con los niveles biológico, psicológico y social.

### **Ejemplo:**

La sexualidad engloba una serie de condiciones culturales, sociales, anatómicas, fisiológicas, emocionales, afectivas y de conducta, relacionadas con el sexo que caracterizan de manera decisiva al ser humano.

### **6.1.6.1 Sexo**

Es un término que sirve para clasificar a los seres humanos en dos grandes grupos: masculino y femenino, y también, en su uso coloquial, para aludir a la práctica sexual. Es un término unívoco que se emplea para los seres vivos en general.

El sexo (el cuerpo sexuado) y la sexualidad van unidos, la constituyen desde que nacemos hasta que morimos.

El cuerpo sexuado es, por tanto, el lugar donde la sexualidad reside y se hace posible. La sexualidad está íntimamente relacionada con el placer, la comunicación y el intercambio afectivo.

### **Características:**

- Mujer u Hombre
- Genitales externos
- Genitales Internos

**Ejemplo:**

El sexo es la genética que divide a los seres humanos en dos posibilidades solamente: mujer u hombre.



**Fotografía por: Shirley Zayori**

**6.1.6.2 Género**

Es definido como la manera en la que la persona ejerce su sexualidad y que se presupone puede ser diverso. El género es como una variable de opción múltiple que contrasta con el sexo que sólo tiene dos opciones.

Esas opciones múltiples de género, se dice, son roles sociales que la persona desarrolla desde su infancia y que definen a lo masculino y a lo femenino dentro de una sociedad.

**Características:**

La identidad de género y que en el fondo es la manera en la que se ejerce la sexualidad abriendo la posibilidad de variantes sexuales: lesbianismo, homosexualidad y demás, llamadas en general transgénero.

**6.1.6.3 Heterosexual**

Heterosexual es aquello perteneciente o relativo a la heterosexualidad. Este término hace referencia a la relación erótica entre individuos de diferente sexo.

La heterosexualidad es una orientación sexual caracterizada por el deseo y la atracción hacia personas del sexo opuesto.

Un hombre heterosexual se siente atraído por las mujeres, mientras que una mujer heterosexual siente atracción por los hombres.

### **Ejemplo:**

La heterosexualidad es la atracción al sexo opuesto.

#### **6.1.6.4 Bisexual**

La bisexualidad es la orientación mediante la cual la persona consigue satisfacción sexual y emocional con miembros de ambos sexos. La bisexualidad es una orientación permanente, si bien el relacionarse con ambos sexos puede estar limitado a un periodo en particular. Tanto los hombres como las mujeres pueden ser bisexuales.

El Dr. Fred Klein, en su libro "La opción bisexual" clasifica la bisexualidad en tres categorías: transitoria, histórica y secuencial.

- **Transitoria-** Un bisexual transitorio es una persona que (probablemente) está pasando de la heterosexualidad a la homosexualidad. Pasar en la otra dirección es menos corriente. Según el Dr. Klein, el paso hacia cualquiera de esas direcciones puede ocurrir en un periodo corto de tiempo, pero puede tardar más de un año en completarse. Si se evalúa a una persona durante ese periodo, su orientación parecerá bisexual; pero si se hace algún tiempo después entonces se mostrará homosexual o heterosexual.
- **Histórica-** La persona bisexual histórica es alguien cuya orientación es esencialmente heterosexual o homosexual, pero que en algún momento ha tenido alguna experiencia o alguna fantasía con una persona cuyo sexo era contrario a su orientación.
- **Secuencial-** En esta categoría, la persona tiene una relación con una persona de un sexo, y a continuación, con una del otro sexo. Su compromiso en la relación es igual en cada caso. El número de estas relaciones variará, dependiendo de las necesidades de la persona. La idea principal es que la persona con una orientación bisexual no encaja en un molde simple. Hay grados y matices de comportamiento y actitud, todos los cuales hay que considerar y resultan de una complejidad que todavía no se acaba de entender.

### **Ejemplo:**

Una persona bisexual puede tener una relación con un hombre o una mujer.

### **6.1.6.5 Lesbiana**

El Lesbianismo es la corriente social en la que las mujeres se ven atraídas sexual y amorosamente por otras mujeres. El termino hace referencia directa a la homosexualidad entre mujeres la cual es comúnmente llamada así, sin embargo no está mal llamar a una mujer lesbiana “Homosexual” ya que este es un término genérico para describir a personas que mantienen relaciones con las de su mismo sexo.

#### **Ejemplo:**

Una mujer lesbiana siente la atracción sexual por otras mujeres.

### **6.1.6.6 Transgénero**

La palabra transgénero también puede ser utilizada para englobar las distintas formas de expresión de la identidad de género, pero al tener dos acepciones (como un estado “intermedio” entre travesti y transexual) en idiomas como el Inglés, se utiliza el término Trans.

Es el estado de la identidad de género de uno mismo (auto identificación como hombre, mujer, ambos o ninguno) que no se corresponde con el "género asignado" a uno mismo (la identificación por parte de los demás de si se es hombre o mujer en función del sexo genético o físico). Una persona transgénero es alguien que ya vive en el rol de género al que realmente pertenece, ya ha pasado por una fase de auto aceptación, siguiendo con terapias psicológicas que tienen como objeto guiarla a través del proceso y no para que “regrese” a la normalidad, siguiendo a la psicoterapia comienza la terapia con hormonas, que debe realizarse bajo supervisión médica, debido al delicado uso de estas sustancias. Muchas mujeres transgénero no desean llegar a una reasignación genital debido a diversas cuestiones, que van desde lo personal hasta las razones médicas.

#### **Ejemplo:**

Una persona transgénero se identifica con el género opuesto a su sexo biológico.

### **6.1.6.7 Travesti**

Es una persona que gusta de vestir con ropas del sexo opuesto y puede deberse a diversos factores, uno es por fines lúdicos, como es el caso de las Drag-Queens, otro también puede ser con fines sexuales de cierta forma fetichistas, en este caso puede sentirse cierta excitación verse ya sea con tacones, falda y maquillaje. Otro de los casos es como una exploración y expresión del lado femenino, pero la persona travesti está conforme con su sexo de nacimiento, no desea cambiar su cuerpo por medio de hormonas y mucho menos llegar a una reasignación quirúrgica, pero ojo, en muchos casos el travestismo es la primera etapa que una mujer transgénero experimenta en su camino, pero esto sucede generalmente desde edades muy tempranas.

**Ejemplo:**

El travestismo es una identidad transgénero en la que una persona de determinado género biológico acostumbra utilizar la vestimenta socialmente asignada al género opuesto.

**6.1.6.8 Transexual**

Son aquellas personas que aspiran a someterse a una reasignación genital. Están totalmente en desacuerdo con sus genitales y harán todo lo posible por cambiarlos.

**Ejemplo:**

La transexualidad es el deseo irreversible de pertenecer al sexo contrario al genéticamente establecido.

**6.1.6.9 Pansexual**

Pansexual es un término que no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). El concepto, de todas formas, se emplea para calificar a la persona que se siente atraída sexualmente por otros individuos más allá de su género. Esto quiere decir que un sujeto pansexual puede entablar relaciones románticas con mujeres, hombres, transexuales, intersexuales (o hermafroditas), etc.

**Ejemplo:**

Pansexuales pueden mantener vínculos íntimos con cualquier ser humano, ya que no otorgan relevancia a las condiciones de género y sexo.

**6.2 Conceptos relacionados con Comunicación y el diseño**

El proyecto se realizará con la ayuda de la comunicación y el diseño; debido a la importancia que tiene el diseño de descifrar los problemas que se presentan en la comunicación respecto al producto, imágenes, temas y cualquier información necesaria para desarrollar el libro digital.

**6.2.1 Comunicación**

El origen del vocablo comunicación es latino, y proviene de “communicare”, que significa compartir alguna cosa.

Se entiende por comunicación a la relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común. Todas las especies animales se comunican, siendo la más sofisticada la comunicación humana, pues los animales utilizan signos instintivos invariables en su significación, alertan la presencia de peligro, la existencia de alimentos.

Por ejemplo, mientras los humanos usan los signos con distintas significaciones, pues tienen la capacidad de crear.

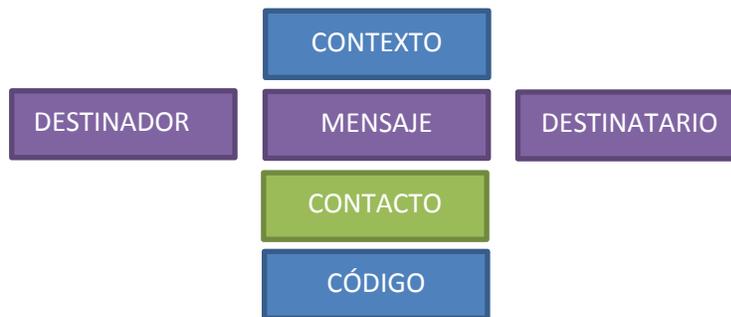
**Para que ocurra la comunicación se requiere de seis elementos fundamentales:**

- 1.El emisor: elabora, codifica y envía el mensaje.
- 2.El receptor: recibe, decodifica, interpreta y reacciona ante el mensaje.
- 3.El mensaje: es la información que comparten emisor y receptor.
- 4.El canal: es el medio por el que se envía o transporta el mensaje.
- 5.El código: es el sistema de signos o lenguaje que utiliza el emisor y que dominan tanto él como el receptor.
- 6.Referente: es el tema al que se refiere el mensaje.

**6.2.2 Clases de Comunicación, las tres más importantes son:**

Comunicación intrapersonal, que es un diálogo que el emisor establece consigo mismo; la Comunicación interpersonal, que es un diálogo directo o indirecto con otras personas identificadas o identificables; y la Comunicación masiva, que es una difusión de mensajes hacia muchas personas anónimas.

**La comunicación y sus funciones**



Según Jakobson, un destinador envía un mensaje a un destinatario. Para que este mensaje sea efectivo, requiere un contexto de referencia, verbal o susceptible de verbalización, necesita también un código común al destinador y al destinatario, un contacto, un canal físico y una conexión psicológica entre ambos que les permita establecer y mantener la comunicación.

Jakobson planteó que cada uno de estos factores determina una función diferente del lenguaje, lo que no quiere decir que haya mensajes que satisfagan una sola de las funciones o que una de estas monopolice a las demás. Se trata de una jerarquía a partir del predominio de una función sobre las demás.

Esta predominancia caracteriza el tipo de lenguaje, las demás funciones integradas a esta cumplen un papel accesorio. Las funciones serían, entonces:



### Metalingüística

**La función referencial**, conocida también como denotativa o cognoscitiva, se da cuando el lenguaje se dirige hacia el referente o contexto. En el párrafo siguiente, todos los elementos enunciados pertenecen a la historia del continente americano, contexto al que se remite el destinatario o lector cuando o lee, además, puede corroborar la veracidad de las afirmaciones, de los lugares y de los personajes, al confrontarlos con otros datos en otras fuentes probadas.

**La función emotiva o expresiva** está centrada en el destinado; refleja, sobre todo, la actitud subjetiva del hablante ante lo que dice, y utiliza las interjecciones con más frecuencia.

**La función conativa** está orientada, en cambio, hacia el destinatario, y se expresa de manera más genuina por medio del imperativo y del vocativo.

**La función fática** ocurre cuando el lenguaje busca establecer, mantener o interrumpir una comunicación para comprobar que el canal de comunicación funciona; se orienta, pues hacia el contacto, por medio de fórmulas o discursos, muchos de ellos ritualizados, que solo buscan prolongar el acto mismo de la comunicación.

**La función metalingüística** ocurre cuando los interlocutores quieren comprobar que están usando el mismo código; en este caso, se pregunta por significados de términos, se precisan conceptos ambiguos o se ponen de acuerdo para darle determinados significados a las palabras claves que emplean en su discurso.

#### 6.2.1 Tipos de Comunicación

Según el sitio [www.tiposdecomunicacion.net](http://www.tiposdecomunicacion.net), la comunicación es el proceso de transmitir y recibir ideas, información y mensajes entre individuos. La sociedad humana se funda en la capacidad del ser humano para transmitir intenciones, deseos, sentimientos, conocimiento y experiencia de persona a persona. En su sentido más amplio, la comunicación tiene como interés central a aquellas situaciones de comportamiento en las cuales una fuente transmite un mensaje a un captador del mismo con un intento consciente de afectar el comportamiento del último.

La comunicación se refiere al proceso especial que hace posible la interacción entre la especie humana y permite a los hombres ser sociables. La comunicación de las Relaciones Públicas es un proceso que comprende un intercambio de hechos, puntos de vista e ideas entre una organización de negocios o sin propósito de lucro y sus públicos, a efecto de llegar a un entendimiento mutuo. Existen tres puntos importantes que deben considerarse: primero, la comunicación debe abarcar a dos o más personas; segundo, es un intercambio de información de ida y vuelta; y tercero, implica entendimiento.

### **Se pueden señalar tres tipos de comunicación:**

- **Comunicación Interpersonal:** Aquella en la que se interactúa con otros individuos, es decir, se establece un diálogo con ellas. Es la forma de comunicación más primaria, directa y personal.
- **Comunicación Masiva:** Toda aquella que se realiza a través de los medios de difusión de información, como el radio, televisión, periódicos, revistas e internet.
- **Comunicación Organizacional:** Esta comprende la interna y la externa.

#### **a) Comunicación Externa**

Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, etc. Esta comunicación involucra tres elementos: el transmisor, el medio de comunicación y el receptor.

La efectividad de la comunicación depende de estos tres. Si el transmisor es incompetente o el mensaje poco claro, el receptor no entiende el significado de la señal y ha fracasado el proceso de la comunicación. La comunicación puede ser verbal, que consiste de palabras habladas y escritas, o no verbal, expresada por medio de acciones, gestos, expresiones faciales, música y figuras.

#### **b) Comunicación Interna**

Se refiere al intercambio entre la gerencia de la organización y los públicos internos, es decir, empleados. Su función es hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia y que la gerencia también sepa el pensamiento de los empleados.

La comunicación interna presenta difíciles problemas en una compañía grande, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad. En la transmisión, el significado del mensaje con frecuencia es mal entendido. En ocasiones los supervisores y trabajadores no interpretan la comunicación en el sentido de la intención de la gerencia, o ésta no está dispuesta a explicar políticas y acciones.

## **Barreras de la Comunicación**

Todos los elementos intervinientes en el proceso de la comunicación pueden sufrir obstrucciones o perturbaciones: anárquicas, aleatorias e imprevisibles que entorpecen, dificultan o imposibilitan la comunicación.

**Todas estas perturbaciones u obstrucciones pueden registrarse a nivel:**

- Semántico
- Físico
- Fisiológico
- Sicológico
- Administrativo

### **Barreras Semánticas**

Si al hablar o escribir empleamos una palabra con una acepción que no corresponda, se produce una barrera semántica. Estos ruidos o barreras se registran a diario. Los vehículos más eficaces en el uso y divulgación de los mismos son los medios de comunicación social.

Observe los ejemplos que se ofrecen a continuación: A través de los medios de comunicación de masas llamados canales: televisión, revistas, periódicos, prensa, llegan a nosotros incontables expresiones iguales a estas. Cuando no precisamos el correcto significado de las palabras orales o escritas surgen diferentes interpretaciones, y así el receptor capta no lo que dice el emisor, sino lo que su contexto le indique.

Asimismo, se dificulta la comunicación por la barrera semántica cuando nos expresamos en forma anfibológica. La anfibología nos remite a un doble sentido, a lo ambiguo, a la interpretación del discurso o palabra de múltiples maneras.

Este problema se registra a nivel de la construcción o sintaxis. Los ejemplos más corrientes de anfibología provienen del empleo confuso de los pronombres de tercera persona, del posesivo: su, suyo, etc., y de la omisión del sujeto.

A modo de ilustración colocamos los siguientes enunciados y la forma como deben corregirse: La construcción no nos deja ver claro quiénes eran los propietarios de la hacienda: La oración no nos parece saber qué es lo parece mediocre.

## **Barreras Físicas**

Esta barrera se presenta cuando los medios utilizados para transportar el mensaje no permiten que éste llegue nítidamente al receptor y provoca incomunicación.

El medio es el vehículo, instrumento o aparato que transmite la información, los medios más empleados son:

- Cartas.
- Teléfono.
- Radio.
- Cine.
- Televisión.
- Periódicos.
- Revistas.
- Conferencias, paneles, debates, reuniones.
- Carteles.
- Libros.
- Telégrafo.

**Otros casos que sirven como ejemplo de este tipo de barrera serían:**

- Interferencias en el radio o en el teléfono.
- El exceso de ruido.
- La distancia.

## **Barreras Fisiológicas**

Surge cuando una de las personas que intervienen en una comunicación interpersonal (conversación) presenta defectos orgánicos en la vista, en la audición o en la zona de articulación, lo que ocasiona interferencias en el acto comunicativo. Tal es el caso de los sordos y los ciegos; pero también, podemos señalar a aquellas personas que sin llegar a tales extremos, presentan alguna deficiencia fisiológica, tienen alguna falla y no ven, no escuchan o no hablan bien.

## **Barreras Psicológicas**

Todo ser humano tiene una forma particular de vivir, percibir y entender el mundo en el cual se encuentra inserto. Esta forma recibe nominación psicológica: esquema referencial. Aceptamos a las comunicaciones que se adaptan a nuestro esquema referencial. Usualmente vemos, oímos y sentimos lo que se encuentra a nuestro alrededor y toda comunicación que encierra para nosotros alguna amenaza, agresividad o crítica, no son rechazadas.

Es por ello que, muchas veces, resulta difícil entendernos con la gente. Esa dificultad se traduce en reacciones emocionales, en obstrucciones para evitar la sensación de malestar, miedo, incertidumbre, ansiedad, etc. Estas barreras se producen en el interior de cada individuo, en el mundo del yo.

El tono de voz del jefe, el uso que hace del vocabulario o su falta de tacto puede hacer que un empleado se sienta subestimado, agredido o rechazado. Siempre que se emitan mensajes en donde se encierre una amenaza, peligro o provocación, la psiquis del individuo producirá una barrera para repelar cualquier agresión. Son muchos los factores que influyen en una persona que escucha para que acepte, comprenda o rechace el mensaje que le es dado.

**Algunos de ellos son:**

- No tomar en cuenta el punto de vista de los demás.
- Mostrar recelo, sospecha o aversión.
- Registrar emociones ajenas al área laboral.
- Mostrar excesiva timidez.
- Emitir instrucciones, explicaciones poco precisa y claras.
- Manifestar preocupación por problemas personales.
- Demostrar sobrevaloración o subestimación.

Cuando se manipula una máquina solamente se necesita apretar teclas o botones; en cambio, cuando se establece comunicación con otras personas, es necesario que explique, converse, observe gestos, posturas, reacciones y dejar que “ella o ellas” le hablen. La comunicación establecida entre dos o más personas es una puesta en común. Un proceso de interacción.

**A continuación se citan algunas de las causas que contribuyen a crear barreras psicológicas:**

- Alta posición o jerarquía.
- Poder para emplear o discutir.
- Uso del sarcasmo.
- Críticas punzantes.
- Maneras demasiado formales.
- Apariencia física imponente.
- Interrumpir a los demás cuando hablan.

## **Barreras Administrativas**

Todos formamos parte de una sociedad, institución o empresa, esto quiere decir que formamos parte de una estructura grande y compleja, la mayoría de las veces, por su configuración, puede causar distorsión de mensajes.

### **Los factores que pueden originar barreras administrativas serían, entre otras:**

- La estructura organizacional.
- Los circuitos, redes y patrones de comunicación.
- Ambigüedad en los estatus y roles.

### **Estos factores generan barreras relacionadas con:**

- Las personas.
- Las ideas.
- La ejecución o rendimiento.
- La organización.

## **6.2.2 Comunicación Social**

Es el área de estudios que estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales. Sin dudas, la comunicación es uno de los temas fundamentales que aborda esta disciplina. La comunicación es aquella relación que se establece entre un emisor, que es el individuo que emite el mensaje, y un receptor, que será aquel encargado de decodificar, de recibir el mensaje. Ambos comparten un código en común y a través de él es que se comunican. Aunque la cuestión no es tan simple, también intervienen en esta relación otros elementos tales como el contexto (todas aquellas cuestiones que están alrededor del mensaje y que pueden incidir en su significado) código (que incluye a los signos y símbolos convencionales que usamos los seres humanos para comunicarnos); y el canal (que será el medio a través del cual el mensaje puede ser transmitido y llegar a destino). La comunicación social es una herramienta fundamental y esencial a la hora de construir la opinión pública. La comunicación bien realizada permite abrir puentes de diálogos entre los distintos actores sociales y con ello se contribuye de modo directo al fortalecimiento de la democracia.

Entonces, teniendo en cuenta que la comunicación es decisiva para el desarrollo humano será preciso e importante que se promueva la participación y el conocimiento de las personas acerca de la influencia de esta y de todas las tecnologías que se han vinculado a la misma en los últimos años.

Aplicar programas e impulsar programas de comunicación ayudará a la sociedad en general en este sentido tan importante de usar la comunicación de manera responsable y para el propio desarrollo.

## **Medios Impresos**

Son aquellos cuyo contenido está representado por la escritura. Entre ellos encontramos la prensa, en revistas, en libros, etc.

## **Medios Sonoros**

Pueden ser percibidos a través del oído. Entre ellos están la radio y el teléfono.

## **Medios Visuales**

Son aquellos cuya información es eminentemente icónica, es decir, hacen uso de la imagen para la construcción del mensaje. La publicidad es el área de la comunicación que mayor uso hace de este tipo de medios, especialmente a través de vallas.

## **Medios Audiovisuales**

Los mensajes se perciben simultáneamente con la vista y el oído, como la televisión y el cine.

## **Medios Multimediáticos**

Son aquellos medios en los que se encuentra una fusión de todos los elementos de los medios anteriores, es decir, elementos sonoros, visuales, escritos y audiovisuales. Se configura con la presencia de La Internet o superautopista de la información.

Dichos medios de comunicación ejercen una poderosa influencia en la sociedad; son los llamados medios de difusión masiva. Los más importantes son, sin duda, la prensa, la radio y la televisión.

### **6.2.2 Conceptos relacionados con Diseño**

#### **6.2.2.1 Diseño**

La palabra diseño es de origen italiano (*disegno*) y se incorpora a la lengua española hacia 1300. En el libro *El diseño de Comunicación*, Jorge Frascara dice que la palabra diseño se usa para referirse al proceso de concebir, programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos textuales y visuales con miras a la realización de productos destinados a producir comunicaciones visuales.

También en relación con los objetos creados a partir de esta actividad, por lo que diseñar implica planificar para obtener un propósito específico perseguido.

### **Las principales Características del diseño según Jorge Frascara:**

Implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones.

#### **Ejemplo:**

Diseño de isologo de Importadora Molina



**Fuente: Importadora Molina**

#### **6.2.2.2 Diseño Grafico**

Es una actividad profesional que incluye la concepción, programación, proyección y realización de comunicaciones visuales, por lo general a través de herramientas industriales, destinadas a comunicar ideas específicas a determinados grupos sociales. Se trata de comunicar ideas por un medio gráfico, una imagen, un logo, un cartel, un póster.

El diseño gráfico es también denominado “diseño en comunicación visual” ya que muchos asocian la palabra “gráfico” con “impresos” y sin embargo, el diseño gráfico está presente en todos los medios de comunicación, no sólo en los impresos. El diseño gráfico tiene muchas áreas de aplicación: publicidad, diseño de la identidad corporativa, cartelería, diseño web, diseños de envase, entre otros.

#### **6.2.2.3 Historia**

El diseño gráfico surgió como disciplina independiente a mediados del Siglo XX. El termino diseñador gráfico acuñado por el Norteamericano William Adison Dwinggins, no se empezó a utilizar hasta 1922, aunque ya los primitivos sistemas de escritura en columnas o filas revelaban el empleo de una cuadrícula elemental para organizar la página y facilitar la comunicación.

En 1919 apareció muy próxima a todos estos estilos de vanguardia la Escuela de la Bauhaus, bajo la dirección del arquitecto Walter Gropius. La Bauhaus se esforzó en unir arte e industria en el convencimiento de que la industrialización ofrecía grandes oportunidades al artista y de que solo las ideas más brillantes justificaban, la producción en masa. Con ella prácticamente nace el concepto de diseño, y en el diseño gráfico se introdujeron tantas ideas innovadoras que su influencia aún se detecta. 1908 – 1939: Art. Déco, denominado en su momento Estilo Channel, Estilo Poinet, Estilo Vertical, Estilo Rascacielos, Estilo Jazz, Estilo New Cork. Su nombre actual viene de una exposición en París, en 1925.

En el período de entre guerras: Destacaron los rotulistas y tipógrafos Stanley Morison y Eric Gill, creadores de importantes nuevas tipografías como Times New Roman – Gill Sans, perpetua. También hay que mencionar a Karen Beige, arquitecto muy representativo de la Escuela Checa de Diseño.

Años 50: Los diseñadores suizos desarrollaron el Estilo Tipográfico Internacional (Las Escuelas de Zurich y Basilea). Sus aspiraciones eran la legibilidad y el orden; y para crear sus tipos recurrieron al uso de gráficos matemáticos, reproducciones y fotografías. También fueron dominantes en el campo del cartel, que tenía sus raíces en la Bauhaus. Este estilo utilizó rejilla, reglas gráficas terminantes y mucho blanco y negro, para obtener estructuras claras.

La vanguardia de la creación artística se desplazó de Europa a Nueva York donde se consiguió un tratamiento más intuitivo y pragmático en el cual lo que importaba era la originalidad.

Así surge la expresión gráfica que combinaba con collage, fotomontaje, caligrafía, símbolos y otros elementos. Destacan Philip Meggs creador de un nuevo estilo de creación, mezcla de surrealismo y expresionismo.

Años 60: Los artistas Pop reflejaron el surgimiento de una nueva conciencia social y la búsqueda de las formas alternativas de la vida: El Rock y las drogas psicodélicas se convirtieron en los motivos dominantes de carteles creados para protestar contra la guerra, la represión, el machismo, y otras injusticias sociales. Estos años 60's, se caracterizaron por estos elementos símbolos y una idea más universal del diseño. Destaca Andy Warhol y Milton Graser (Pop–Art) y Anthon Beeke (Total Desing).

La explosión actual del diseño, comenzó poco después en Europa y tuvo su prosperidad en el consumo que provocó un aumento masivo de la publicidad de libros, axial como la expansión y la radio. También han colaborado a este desarrollo el avance de las técnicas de impresión y preimpresión, sobretodo en cuanto a la calidad y economía de la impresión a color.

De finales del Siglo XX podemos destacar Olt Aicher (Escuela Ulm), autor entre otras de las imágenes corporativas de Braun. David Carson, fotógrafo con diseños basados en imágenes fotografías artísticas y Wolfgrang Weingar, profesor de diseño, autor de carteles espontáneos complejos y caóticos que usaba mucha letterset.

Según Jorge Frascara, en el libro El Diseño de la Comunicación, el diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido.

### **Ejemplo:**



**Fuente: Shirley Zayori/Diseño EPS**

### **6.2.2.4 Libro**

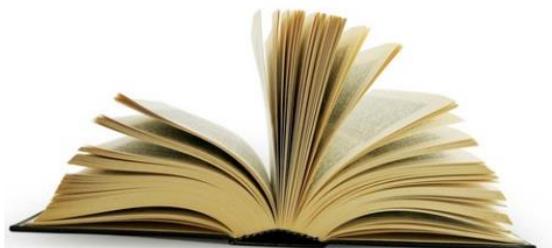
La palabra libro proviene del latín *liber*, un término vinculado a la corteza del árbol. Un libro es un conjunto de hojas de papel o algún material semejante que, al estar encuadernadas, forman un volumen. De acuerdo a la UNESCO, un libro debe tener 50 o más hojas. En el caso contrario, es considerado un folleto. Cabe destacar, de todas formas, que existen los libros digitales los ebooks, que no tienen hojas sino que son archivos para leer en una computadora o en algún dispositivo electrónico específico.

#### **Características de un libro impreso**

- Un libro se compone de portada y contraportada.
- Tiene capítulos y subcapítulos.
- Cada página contiene algún tipo de contenido (texto y fotografías).
- Su costo es alto.
- Según la Unesco un libro debe tener de 49 o más páginas.
- Puede tratar sobre cualquier tema.

### **Ejemplo:**

Un libro impreso cuenta con más de 49 páginas.



Fotografía del sitio: <http://biblioguillemdalcala.blogspot.com/2012/04/un-buen-libro.html>

### **6.2.2.5 Libro Digital**

Según el sitio [www.psicomeditores.com](http://www.psicomeditores.com) son publicaciones que se realizan en formato digital, lenguaje de la computadora, para ser leídas por medio de los programas.

Los libros digitales conocidos como los e-books tienen sus ventajas, como son:

- La disminución de costos
- Mayor distribución
- Integración
- Disponibilidad
- Actualización de formatos

### **Ejemplo:**

Los libros digitales son fáciles de portar y de encontrar.



Fotografía del sitio: <http://www.cornwall.gov.uk/default.aspx?page=26318>

### 6.2.2.6 Digitalizar

Según el sitio [www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar) digitalizar es la acción de convertir en digital información analógica. En otras palabras, es convertir cualquier señal de entrada continua (analógica) en una serie de valores numéricos.

### Proceso de digitalización de documentos

En el proceso de digitalización de documentos son los pasos mediante los que los registros físicos, como texto e imágenes se convierten en formatos digitales. En el caso específico de digitalizar documentos con origen en formato papel, el proceso tiene que realizar:

- Captura con escáner del documento físico.
- Indexado de la información extraída del documento.
- Almacenamiento del documento y la información asociada para una posterior búsqueda.

### Ejemplo:

Al digitalizar un documento se puede procesar una computadora.



Fotografía del sitio: <http://soluciondocumentos.com/?p=214>

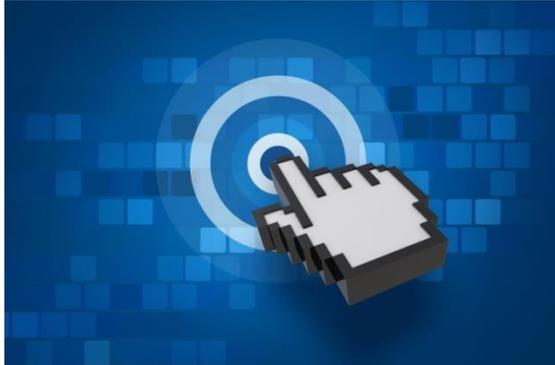
### 6.2.2.7 Digital

Digital es aquello relativo a los dedos, está estrechamente vinculado en la actualidad a la tecnología y la informática para hacer referencia a la representación de información de modo binario.

Por lo general, el término digital (utilizado como adjetivo) se encuentra en los ambientes tecnológicos y de electrónica, ya que es uno de los últimos avances en lo que respecta a la calidad de imagen, de sonido, de efectos, etc.

### **Ejemplo:**

Los documentos digitales son más fáciles de manipular.



Fotografía del sitio: <http://iniciadigital.wordpress.com/tag/digital/>

### **6.2.2.8 Multimedia**

Consiste en diversos tipos de medios para presentar información; puede ser en una representación de textos, graficas, audio, video, entre otros.

Uno de los beneficios más importantes de la multimedia es que se puede enriquecer al receptor y al usuario, donde les permitirá asimilar de forma más fácil la información dada.

#### **Multimedia se caracteriza por:**

- Las presentaciones multimedia pueden verse en un escenario, proyectarse, transmitirse, o reproducirse localmente en un dispositivo por medio de un reproductor multimedia.
- Una transmisión puede ser una presentación multimedia en vivo o grabada.
- Las transmisiones pueden usar tecnología tanto analógica como digital.
- Multimedia digital en línea puede descargarse o transmitirse en flujo.

### **Ejemplo:**

La multimedia es atractiva para cualquier tipo de personas.



Fotografía del sitio: <http://www.codejobs.biz/es/blog/2014/01/08/multimedia-software-de-audio-video-y-fotografia>

### 6.2.2.9 Resolución

Según Ambrose / Harris 2010, la resolución es la cantidad de información contenida en una imagen digital. A mayor resolución, la mayor cantidad de información que la imagen contiene y por lo tanto un mayor detalle. Alta resolución también significa que una imagen puede ser reproducida a mayor escala sin pérdida notable de calidad de información. La resolución es la medida en píxeles (cada cuadro es un píxel) por pulgada (ppi) o líneas por pulgada (lpi).

Se conoce como resolución al acto y consecuencia de resolver o resolverse. El término puede aprovecharse para nombrar al coraje o valor o bien al ánimo para efectuar una determinada cosa.

#### Entre sus características están:

- Alta definición de imágenes
- Brinda nitidez
- Colores vivos, reales
- Mayor impacto visual
- Gama de colores intensos, vibrantes
- más interés y mínimos detalles
- Mayor calidad

#### Ejemplo:

La resolución de una imagen puede variar según su utilidad.



Fotografía del sitio: <http://www.mastermagazine.info/termino/15440.php>

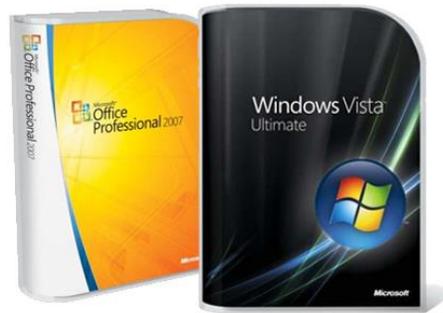
### 6.2.2.10 Software

El software es el conjunto de instrucciones que las computadoras emplean para manipular datos; sin el software la computadora no se podría utilizar. Al cargar los programas en una computadora, la máquina actuará como si recibiera educación instantánea, la que se podrá manipular.

El software es desarrollado mediante distintos lenguajes de programación, que permiten controlar el comportamiento de una máquina, estos lenguajes consisten en un conjunto de símbolos y reglas sintácticas y semánticas, que definen el significado de sus elementos y expresiones.

#### **Ejemplo:**

Existen varios tipos de software en los que podemos encontrar Windows.



Fotografía del sitio: <http://componentesdelpcbc.blogspot.com/2011/08/software-parte-logica-del-computador.html>

### 6.2.3 Herramientas Gráficas

#### **Adobe Photoshop CS6**

Photoshop en sus versiones iniciales trabajaba en un espacio (bitmap) formado por una sola capa, donde se podía aplicar toda una serie de efectos, textos, marcas y tratamientos. En cierto modo tenía mucho parecido con las tradicionales ampliadoras.

#### **Los formatos que utiliza Photoshop son:**

**PSD, PDD:** formato estándar de Photoshop con soporte de capas.

**PostScript:** no es exactamente un formato, sino un lenguaje de descripción de páginas. Se suele encontrar documentos en PostScript. Utiliza primitivas de dibujo para poder editarlo.

**EPS:** es una versión de PostScript, se utiliza para situar imágenes en un documento. Es compatible con programas vectoriales y de autoedición.

**DCS:** fue creado por Quark (empresa de software para autoedición) y permite almacenar tipografía, tramas, etc. Se utiliza para filmación en autoedición.

**Prev. EPS TIFF:** permite visualizar archivos EPS que no se abren en Photoshop, por ejemplo los de QuarkXPress.

**BMP:** formato estándar de Windows.

**GIF:** muy utilizado para las web. Permite almacenar un canal alfa para dotarlo de transparencia, y salvarlo como entrelazado para que al cargarlo en la web lo haga en varios pasos. Admite hasta 256 colores.

**JPEG:** también muy utilizado en la WWW, factor de compresión muy alto y buena calidad de imagen.

**TIFF:** una solución creada para pasar de PC a MAC y viceversa.

**PICT:** desde plataformas MAC se exporta a programas de autoedición como QuarkXPress.

**PNG:** la misma utilización que los GIF, pero con mayor calidad. Soporta transparencia y colores a 24 bits. Solo las versiones recientes de navegadores pueden soportarlos.

**PDF:** formato original de Acrobat. Permite almacenar imágenes vectoriales y mapa de bits.

**ICO:** es utilizado para representar archivos, carpetas, programas, unidades de almacenamiento, etc.

**IFF:** se utiliza para intercambio de datos con Amiga.

**PCX:** formato solo para PC. Permite colores a 1, 4, 8 y 24 bits.

**RAW:** formato estándar para cualquier plataforma o programa gráfico.

**TGA:** compatible con equipos con tarjeta gráfica de Truevision.

**Scitex CT:** formato utilizado para documentos de calidad profesional.

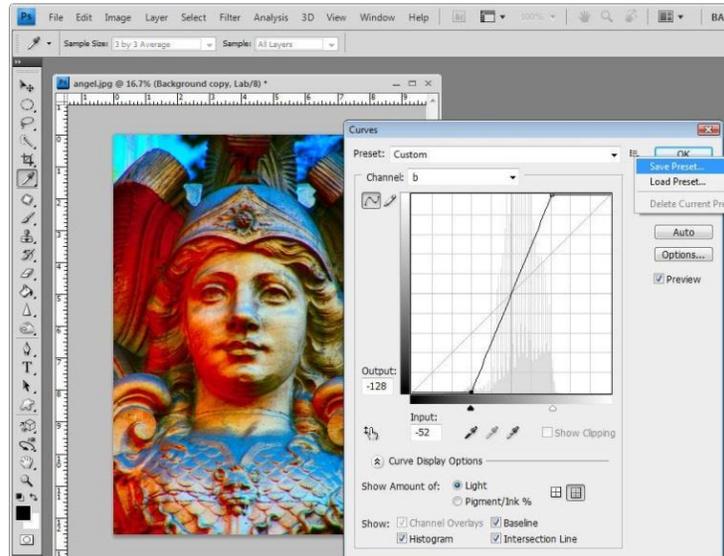
**Filmstrip:** se utiliza para hacer animaciones. También se puede importar o exportar a Premiere.

**FlashPix:** formato originario de Kodak para abrir de forma rápida imágenes de calidad superior.

**JPEG2000:** al igual que el JPEG, es nuevo formato de compresión que permite aumentar la calidad de la imagen.

### **Ejemplo:**

Photoshop es para la utilidad del retoque fotográfico.



Fotografía del sitio: <http://ticinformaticafederacion.blogspot.com/2011/10/que-es-photoshop-y-para-que-sirve.html>

### **Adobe Ilustrador CS5**

Adobe Illustrator contiene opciones creativas, un acceso más sencillo a las herramientas y gran versatilidad para producir rápidamente gráficos flexibles cuyos usos se dan en (Maquetación-Publicación) impresión, vídeo, publicación en la Web y dispositivos móviles.

#### **Sus características son:**

- Gran variedad de funciones que ahorran tiempo.
- Se pueden convertir JPG'S en vectores en las últimas versiones.
- Ayuda a crear gráficos vectoriales distintivos para cualquier proyecto con las herramientas de dibujo y pinceles naturales expresivos.
- La calidad de ilustración es ideal para documentos de publicidad y diseño.

## Ejemplo:

Se utilizan los vectores en ilustraciones.



Fotografía del sitio: <http://clasesdeillustrator.blogspot.com/2012/07/que-es-illustrator-illustrator-es-una.html>

## 6.2.4 Elementos de diseño

### 6.2.4.1 Tipografía

Según Cullen Kristin, es el arte y el oficio que trata el tema de las letras, número y símbolo de un texto impreso. El propósito específico es el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.

La tipografía tiene muy antiguos orígenes, que están relacionados con la caligrafía y los manuscritos, que ya eran usados antes del año 2500. Durante toda la edad media la "industria editorial" se centraba en los monasterios donde los libros eran copiados a mano por monjes especializados, llamados copistas; esta labor se hacía en el scriptorium, el donde se copiaban los textos.

Posteriormente con el invento de la imprenta, en la época del renacimiento, la tipografía tomó especial relevancia. En esta época Johanes Gutenberg imprimió su biblia de 42 líneas utilizando sin embargo, caracteres del periodo gótico.

En el año de 1500 la imprenta se había difundido de forma exponencial, la técnica había tenido tanta difusión que en Europa ya existían alrededor de 1100 imprentas instaladas y en funcionamiento.

#### 6.2.4.2 Tipo y clasificación

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes.

**Serif:** Las fuentes serif o de adorno tienen su origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.

Las Serif se subclasifican en las siguientes clases: Romanas Clásicas, Romanas de Transición, Romanas de Antiguas o viejo estilo, Romanas Modernas o Didonas, De cuña o glífico y Caligrafiadas.

**San serif:** Las fuentes Sans Serif están simplemente sin patines o pies, es decir, no tienen remates en sus extremos. Las fuentes Sans serif, etruscas o de palo seco, hacen su aparición en Inglaterra durante el siglo XIX. Entre sus trazos gruesos y delgados no existe contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ajustados en sus empalmes. Los tipos Sans serif o palo seco, se subclasifican en: De contraste, geométrica, grotesca, humanista, informal, híbrida, de terminación redonda, Bauhaus y ajustada. Los ejemplos incluyen: Arial, Chicago, Mónaco, Tahoma, Helvética, Verdana y Univers.

**Manuscritas o Script:** Las fuentes manuscritas o script parecen cursivas o de caligrafía. En el diseño de una presentación digital, estas fuentes se reservan para acentuar el título principal, o la firma del autor, pues los trazos más finos pueden desaparecer, comprometiendo la legibilidad.

La tipografía manuscrita se subdivide en: Brush, caligráfica, canciller, casual, formal, semi-formal, gráfico y mono línea, aunque también podría entrarse aquí el grafiti. Entre los ejemplos encontramos: Aelfa, Belphebe, Brush, Edwardian Script, English, Killigraphy, Medieval Victoriana y Vivaldi.

**Fuentes de Exhibición:** Son las que tienen mayor atracción de todas las categorías. La forma del carácter puede sugerir una época o período de tiempo, otras otorgan mayor personalidad.

Podemos enlistar las siguientes subcategorías para la tipografía decorativa: Antigua, art Nouveau y art Deco, de exhibición, Grune, de fantasía, de píxel, de arte pop, de estencil, y la más reciente para mass media.

Por su alto grado de asociación y referencia mediática, las fuentes de la exhibición se utilizan en todos los casos única y exclusivamente para el título. Entre las fuentes más conocidas de exhibición se encuentran: Terminator, Star Wars, Final Frontier y Jokerman, en su gran mayoría creadas por la industria del entretenimiento, el arte y la tecnología.

**De Símbolos e Imágenes o Dingbats & DingFonts:** Según Martínez Castillo, Giovanni, las fuentes de símbolos e imágenes incluyen caracteres y formas no encontrados en alfabetos tradicionales (dingbats y dingfonts), incluyen diseños que contienen juegos de caracteres de matemáticas, fonéticos, y otros usos especializados. Fuentes integradas por símbolos, muestras, logotipos, ornamentos, imágenes y otros caracteres no -alfabéticos. Estas fuentes se utilizan para enfatizar, para viñetas y decoraciones.

### 6.2.4.3 Fuentes y Familias Tipográficas

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto. Esa personalidad se magnifica cuando una fuente se usa a través de una presentación digital.

Además de la clasificación y sub-clasificación por familia tipográfica, existe una versión ampliada de las mismas, con variaciones como: Serif Slab, Sans Serif tensionado, tipografía monoespaciada, ultra condensada, gótica o blackletter, y por último, la variable de la lengua. Mismas que se describen en las tablas a continuación y que complementan este acercamiento a las fuentes tipográficas sin pretender crear una clasificación propia.

#### Partes que componen un tipo de tipografía

**Altura de las mayúsculas:** Es la altura de las letras de caja alta.

**Altura X:** Altura de las letras de caja baja, las letras minúsculas, excluyendo los ascendentes y los descendentes.

**Anillo:** Es el asta curva cerrada que forman las letras "b, p y o".

**Ascendente:** Asta que contiene la letra de caja baja y que sobresale por encima de la altura x, tales como las letras "b, d y k".

**Asta:** Rasgo principal de la letra que la define como su forma o parte más esencial.

**Astas montantes:** Son las astas principales o oblicuas de una letra, tales como la "L, B, V o A".

**Asta ondulada o espina:** Es el rasgo principal de la letra "S" en mayúscula o "s" en minúscula.

**Asta transversal:** Rasgo horizontal de las letras "A, H, f o t".

**Brazo:** Parte terminal que se proyecta horizontalmente o hacia arriba y que no se encuentra incluida dentro del carácter, tal como se pronuncia en la letra "E, K y L".

**Cola:** Asta oblicua colgante que forman algunas letras, tales como la " R o K".

**Descendente:** Asta de la letra de caja baja que se encuentra por debajo de la línea de base, como ocurre con la letra "p y g".

**Inclinación:** Ángulo de inclinación de un tipo.

**Línea base:** La línea sobre la que se apoya la altura.

**Oreja:** Es la terminación o terminal que se le añade a algunas letras tales como "g, o y r".

**Rebaba:** Es el espacio que existe entre el carácter y el borde del mismo.

**Serif, remate o gracia:** Es el trazo o termina de un asta, brazo o cola.



Fotografía del sitio: <http://www.taringa.net/posts/info/971914/Tipografia-y-su-evolucion-directo.html>

#### 6.2.4.4 Ilustración

Ilustración es la acción y efecto de ilustrar (dibujar, adornar). El término permite nombrar al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro.

#### Características

- Realizar a mano alzada o en computadora.
- Efectuar con diversas técnicas, lápiz, crayón, lapicero, acuarela, carboncillo, etc.
- Escanear para manejarla en un software o dibujar directamente en algún software y dar cualquier uso
- se pueden animar

#### Ejemplo:

La Ilustración para un libro digital.



Fuente: Shirley Zayori

#### 6.2.4.5 Lay Out (boceto)

El dibujo resulta esencial en soluciones de diseño, pues lo que tenemos que hacer es plasmar las ideas escritas en imágenes que comuniquen con el cliente, sobre papel colocamos las ideas en su forma gráfica. Debería ser siempre el primer paso del proceso creativo, pues nos permite recrear lo que vemos en nuestra mente, además de explorar de qué forma se perciben las formas, las líneas, el contorno, la textura, los tonos, la profundidad y los colores.

### **Características:**

- Dibujos a mano alzada
- Representación grafica
- Asimilación de lo que se quiere comunicar
- Percepción de espacios
- Se pueden utilizar técnicas de lápiz, crayón, entre otros.

### **Ejemplo:**

El boceto de un personaje.



**Fuente: Shirley Zayori**

### **6.2.4.6 Esbozos**

Son dibujos pequeños, hechos a toda prisa y en una rápida sucesión. En ellos se exploran y se ponen a prueba elementos como la forma, la composición, las relaciones espaciales, la posición del texto e incluso el tratamiento gráfico, para determinar si una idea es válida o si necesita trabajarse más. Los esbozos son la mejor forma de validar una idea de antemano, sobre todo antes de intentar buscar la imagen perfecta, tratarla y retocarla en el ordenador.

La experimentación que conlleva la realización de esbozos es clave para cualquier proceso de diseño serio, ya que todo el tiempo que se invierte en esta primera fase repercute en un ahorro de tiempo en el contexto global del proceso.

### **Características:**

El boceto se caracteriza porque es la primera idea, es el primer proyecto plasmado en papel, es un apunte de manera rápida que con más detalle y dedicación nos conducirá al resultado esperado.

- Dentro de un boceto aparecen los elementos principales sin detalle, sin exactitud.
- En el boceto no se aplica el color de manera perfecta, simplemente que llegue a demostrar las características de la idea, sin entrar en detalle, para que sea en forma rápida, esencial y descriptiva del concepto.

### **Ejemplo:**

Boceto de personaje realizado a lápiz.



**Fuente: Shirley Zayori**

### **6.2.4.7 Retícula**

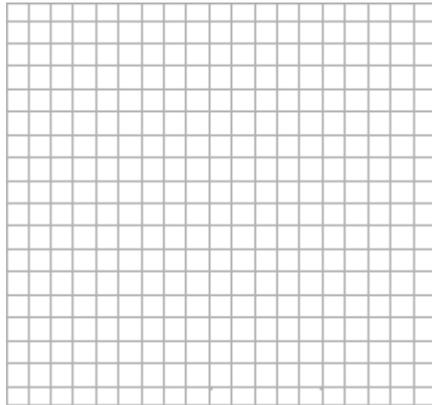
Según el Libro *The Complete Designer* de Editorial Blume, la retícula consiste en un conjunto de guías que se utilizan para construir la composición de la página, su función es estructurar la página y ayudar a mantener la coherencia del formato. Empezar por el cuerpo del texto en la misma línea, página tras página, mantener el ancho de las columnas constante, alinear las imágenes con el texto u otras imágenes y poner los números de página en el mismo punto en todas las hojas para generar orden que repercute positivamente en el diseño.

La retícula está condicionada a las características del documento gráfico de que se trate, de tal manera que un libro de lectura tendrá retícula muy distinta a una revista de modas, un periódico o un folleto publicitario. Adicionalmente, la cantidad de fotografías o ilustraciones a utilizar en la página y la tipografía serán condicionantes en el proceso de creación de la retícula.

La retícula más simple es la de una sola columna con márgenes iguales en todos sus bordes. Sobre esta base de una sola columna se pueden elegir diferentes variantes en el tamaño de los márgenes, en función del documento gráfico de que se trate o de consideraciones como la facilidad de lectura, elegancia en la representación de los bloques de texto o requisitos de encuadernación.

### **Ejemplo:**

Retícula conformada por líneas verticales y horizontales.



Fotografía del sitio: <http://angie-lorena-mor.blogspot.com/2010/03/reticula-repeticion-gradacion-radiacion.html>

### **6.2.4.8 Portada**

Portada, portada interior o página de título de cualquier documento: Contiene los nombres completos del autor o autores, el título completo del libro, la casa editorial (en la mayoría de los casos el logotipo de ésta), el lugar y el año de impresión, nombre del prologuista, méritos del autor, etc. Y es la parte más importante para llamar la atención del lector, por lo que se le debe poner mayor atención.

En el ámbito de internet, la portada de un sitio web es su página de inicio o home page. Se trata de la primera página que se carga al ingresar una determinada URL en el navegador.

Por extensión de estos usos del concepto, se conoce como portada a la cara principal o frontispicio de cualquier cosa, por ejemplo, las portadas de los CD'S.

Según el Libro Fundamentos de Diagramación: La portada se caracteriza por el diseño de una publicación, también es visualmente organizada con base en la rejilla y al criterio general creado: tipografía, color, composición.

### **Ejemplo:**

Portada de un libro.



Fotografía del sitio: <http://www.librosaguilar.com/mx/libro/juega-como-hombre-gana-como-mujer-1/>

### **6.2.4.9 Color**

Es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro. Se trata de un fenómeno físico-químico donde cada color depende de la longitud de onda.

Los cuerpos iluminados absorben parte de las ondas electromagnéticas y reflejan las restantes. Dichas ondas reflejadas son captadas por el ojo y, de acuerdo a la longitud de onda, son interpretadas por el cerebro. En condiciones de poca luz, el ser humano sólo puede ver en blanco y negro.

En el lenguaje de las artes plásticas, el color es primordial calificativo para los objetos, es un elemento categórico para su distinción: La flor amarilla, el vestido rojo, el sillón azul. La capacidad para percibir los colores no es igual en todas las personas, puede variar en relación con las características del órgano de la vista, por lo que el grado y la intensidad con que se perciben los colores no es homogéneo.

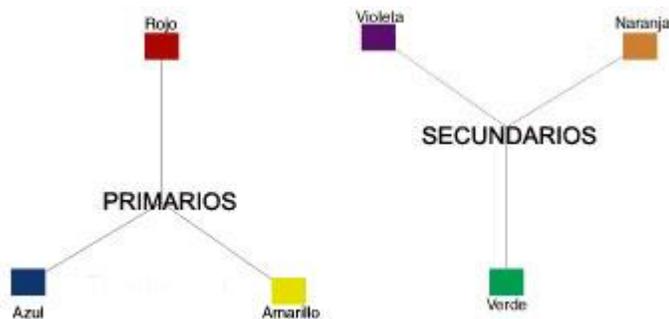
El color presenta tres dimensiones distintas, matiz, su propia cualidad del color, si es rojo, azul o amarillo, valor tonal, capacidad del color para ir del tono más claro hasta más oscuro, intensidad es la potencia cromática del color. Para tener la experiencia de una fuente de luz. En completa oscuridad no es posible distinguir ningún color. Por lo tanto, la luz es necesaria para ver los colores. Solo ciertos objetos tienen color; es necesaria la presencia de alguna sustancia material, como tintas de color, pinturas, flores, frutas, animales, etc., para distinguir los colores. A menos que veamos directamente una fuente de luz.

Se necesita un ojo en buenas condiciones de visión. Si cerramos los ojos, no vemos los colores. Sin los ojos es imposible la experiencia del color. El razonamiento o la inteligencia nos permiten interpretar lo que nuestros ojos ven. Esta operación la efectuamos por medio del cerebro.

### 6.2.5 Circulo Cromático

Según el sitio [www.fotonostro.com](http://www.fotonostro.com), la representación gráfica sobre un círculo con los seis colores reflejados en la descomposición de la luz visible del espectro solar, según el siguiente orden: Púrpura, Rojo, Amarillo, Verde, Azul cian y Azul oscuro. Por lo tanto, en principio tendríamos tres colores primarios Purpura, amarillo y azul cian y tres secundarios, rojo, verde y azul oscuro, completándolo con otros seis resultantes de las mezclas de los primarios con los secundarios más próximos, con lo que el círculo cromático quedaría compuesto por doce colores: tres primarios, tres secundarios y seis terciarios.

#### Colores primarios y secundarios



El círculo cromático se divide en tres grupos de colores primarios, con los que se pueden obtener los demás colores.

**El primer grupo de primarios**, según los artistas diseñadores: Amarillo, rojo y azul. Mezclando pigmentos de estos colores se obtienen todos los demás colores.

**El segundo grupo de colores primarios:** Amarillo, verde y rojo. Si se mezclan en diferentes porcentajes, forman otros colores y si lo hacen en cantidades iguales producen la luz blanca.

**El tercer grupo de colores primarios:** Magenta, amarillo y cian. Los utilizados para la impresión.

Definimos como los **colores secundarios:** Verde, violeta y naranja. Los colores secundarios se obtienen de la mezcla en una misma proporción de los colores primarios.

**Los colores terciarios consideramos como colores terciarios:** Rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo. Los colores terciarios, surgen de la combinación en una misma proporción de un color primario y otro secundario.



**6.2.5.1 Colorimetría:** Se la conoce actualmente, no tiene muchos años de existencia, aunque los primeros intentos por medir y comprender los conceptos relativos al color se remontan a Aristóteles (384-322 a. C.).

Podemos entender como Colorimetría la ciencia que estudia los colores, caracterizándolos mediante números, para que una vez que se encuentran cuantificados poder operar con ellos y deducir características de los colores obtenidos mediante mezclas, así como para averiguar las cantidades que hay que mezclar de varios colores elegidos y considerados como primarios para obtener el color deseado.

Destacamos el descubrimiento de la descomposición de la luz de Isaac Newton en 1666: cuando un rayo de luz solar traspasaba un prisma de cristal, el rayo de luz de salida no era blanco, sino que estaba formado de un espectro continuo de colores que iban desde el violeta al rojo.

Así pues el espectro del color podía dividirse en 6 regiones: violeta, azul, verde, amarillo, naranja y rojo, (aunque en realidad ningún color del espectro termina abruptamente, sino que se combina suavemente en el siguiente).

**Tono:** Es un atributo asociado con la longitud de onda dominante en una mezcla de ondas de luz. Así, el tono representa el color percibido por el observador; cuando llamamos a un objeto rojo, naranja o amarillo estamos especificando el tono.

**Saturación:** Se refiere a cómo de puro es el color, es decir, cuánto blanco se mezcla con él. Se parte del color blanco hasta llegar al color totalmente saturado:



**Claridad:** Implica la noción que percibimos de la intensidad de luz en un objeto reflectante, es decir, que refleja la luz pero no tiene luz propia. El intervalo de claridades está comprendido entre el blanco y el negro pasando por todos los grises.

**Brillo:** Se usa en lugar de la claridad para referirse a la intensidad percibida por un objeto con luz propia (emitida y no reflejada), tal como una bombilla, el Sol, etc.

**Crominancia:** Engloba la información que aportan el tono y la saturación, por lo que podemos considerar un color caracterizado por su brillo y crominancia.

**Mezcla subtractiva de color:** Consiste en eliminar componentes espectrales de la radiación para conseguir nuevos colores, por ejemplo mediante el filtrado o sustracción de algunas longitudes de onda y reflejando otras.

Este proceso, denominado sustracción, se produce porque ciertas moléculas (denominadas pigmentos) absorben zonas particulares del espectro luminoso. Los pigmentos se quedan con ciertas longitudes de onda, y mezcla de dos tipos diferentes de pigmentos dará como resultado una luz reflejada con menos longitudes de onda. Los tres colores primarios de los sistemas sustractivos son el Amarillo, el Cyan y el Magenta, que son los colores complementarios de los sistemas aditivos.

Mezclando las cantidades adecuadas de estos tres colores podemos conseguir una amplia gama de colores. Si los mezclamos en proporciones iguales obtenemos como resultado el color Negro (B1) (en este caso, los pigmentos absorben todas las longitudes de onda).

Es importante resaltar que la mezcla sustractiva es fundamentalmente diferente a la de los sistemas aditivos. En los sistemas aditivos, a medida que añadimos colores, el resultado se traduce en una luz que tiene cada vez más longitudes de onda. En cambio, el resultado de una mezcla sustractiva es una luz que posee menos longitudes de onda que la original.

**Sistema de coordenadas HSV** Consiste en un subconjunto hexagonal de un sistema cilíndrico, tal y como muestra la figura. Las coordenadas son: tono (HUE), saturación (S), y brillo (V). El plano  $V=1$  es el sistema RGB visto anteriormente.

Desplazamientos verticales hacia el negro implican un oscurecimiento del color, mientras que para brillo (V) constante, cuanto más nos alejamos del eje más saturados serán los colores. El tono se representa como el ángulo de rotación partiendo desde el rojo (0°) sobre un plano V cte.

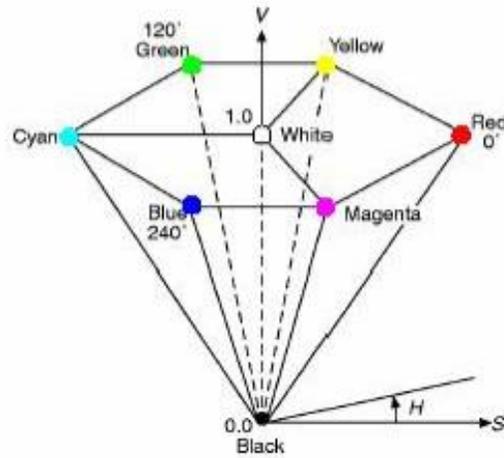


Figura 2.6: Cono hexagonal simple del modelo de color HSV.

## Comparativa de modelos

### RGB

#### Ventajas:

- Es un sistema de coordenadas cartesianas, lineal.
- Basado en los valores triestímulo.

#### Desventajas:

- No cubre toda la gama de valores perceptibles.
- No es uniforme, ya que las distancias geométricas entre colores no se corresponden con distancias percibidas.

### Sistemas CIE

#### Ventajas:

- Lineal.
- Basados en la percepción humana, ya que se han obtenido de experimentos.
- Cubren toda la gama de colores perceptibles.

## **Desventajas:**

- No uniformes.
- El diagrama de cromaticidad no muestra la luminancia de los colores.

## **Escala acromática**

Gradación que va del negro al blanco, a través de todos los posibles valores luminosos.

## **Escala cromática**

Es la constituida a partir de un color determinado, con la progresiva adición de blanco por un lado y de negro, por el otro.

## **Gama**

Escala de colores o de matices de un solo color, que van variando progresivamente o que mantienen alguna relación entre ellos.

Según Paul Zelanski en el libro *Color: Colores Cálidos y colores fríos*

En la rueda cromática las gamas azul y verde se denominan fríos, se denominan colores cálidos a aquellos que “participan” del rojo o del amarillo y fríos a los que lo hacen del azul.

Ambos tipos de colores tienen efectos “psicológicos” diferentes, por lo que resultan interesantes para el maquetista, pues contrastan muy bien y su combinación resalta el trabajo de pintura.

No debemos olvidar que siempre que hablamos de “color”, estaremos refiriéndonos a los pigmentos capaces de reflejar cierta frecuencia de luz; pigmentos que mezclados reflejan, a su vez, otras frecuencias que permiten percibir tal o cual color.

### **6.2.5.2 Fotografía**

Según el Diccionario de producción gráfica, Lexicográfico escrito por Claudio Puig, *Fotografía*: Es el arte de fijar y reproducir, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en la cámara oscura de una máquina preparada para tal procedimiento. La primera copia fotográfica fue obtenida en 1838 por Leonis Jaques Daguerre y la denominó «daguerrotipo». Según el Libro *The Complete Designer* de Editorial Blume, la fotografía se caracteriza por ser el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura. En la actualidad, la gran característica de la fotografía es que con la tecnología las fotografías suelen retocarse con softwares que eliminan las imperfecciones y realzan colores, entre otros. Además de ser usada con fines científicos, ha logrado constituirse como un arte, las imágenes tomadas por fotógrafos artísticos suelen ser exhibidas en exposiciones y museos.



**Fuente: Shirley Zayori**

### **6.2.5.3 Creatividad**

Es la forma personal original y singular de concebir e interpretar nuestro papel vital ante una realidad. Se trata de los parámetros que sigue cada uno para interpretar los distintos roles y para construir el sentido de su vida.

Creatividad hace referencia a crear, inventar, construir y amar. En el plano humano relacionamos la creatividad con el arte, la moda, el marketing (la fórmula para incitar hacia un producto o a una realidad), la música, hasta en la forma de realizar cualquier cosa.

Pero ser creativo no es un trabajo ni una profesión, es una cualidad personal e intransferible por la que interpretamos toda acción y toda reacción. Igual que dos pájaros no pueden imitarse en la trayectoria de su vuelo aunque vuelen en dirección a la misma rama. De la misma forma, cada persona es dueña de su trayectoria sean cualesquiera sus circunstancias.

### **6.2.5.4 Diagramación**

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 aspectos de la diagramación**

- Texto.
- Título y Titulares.
- Fotos.
- Artes.
- Color.
- Tipografía.
- Espacios ( Importante)

Estos elementos, se podría decir que son los más básicos al momento de la diagramación de artículos. Pasando del título al texto y del texto a la tipografía y color, se llega a la ubicación del arte o la foto, esta última resulta muy importante y hasta veces imprescindible porque es la que logra darle el punto final y profesional a nuestro trabajo.

### Ejemplo:

La diagramación de una revista.



Fotografía del sitio: <http://alejandroandrade81.wordpress.com/2009/02/25/diagramacion-revista-cocoa/>

### 6.2.5.5 Logotipo

Según el sitio [www.8thart.com](http://www.8thart.com), El logo suele incluir algún símbolo que sea asociado de manera casi inmediata con aquello que representa. En la antigüedad, los artesanos marcaban las obras de su autoría con un logo. Los reyes también cruzaban documentos legales con un logo personal, ya sea a mano o mediante un sello.

### Ejemplo:

Logotipo de la cafetería Starbucks.



Fotografía del sitio: <http://starbucks-lovers.tumblr.com/>

### 6.2.5.6 Isotipo

Se refiere al ícono, símbolo o anagrama. Nos encontramos con un **Isotipo** cuando el símbolo diseñado refleja o nos trae a la memoria el nombre de la **marca**, es decir, se entiende por sí mismo.

#### Ejemplo:

Isologo de Pepsi Cola.



Fotografía del sitio: <http://upsa2013dc2.wordpress.com/2013/03/12/clase-08-id-triptico/>

### 6.2.5.7 Imagotipo

Es el conjunto de logotipo e Isotipo. Un Imagotipo reflejará un texto y un símbolo bien diferenciados que, dado el caso, pueden ser efectivos incluso por separado.

#### Ejemplo:

Imagotipo de puma.



Fotografía del sitio: <http://pinedaproject.com/no-es-lo-mismo-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad/>

### 6.2.5.8 Isologo

Al igual que en el punto anterior, nos encontramos con una agrupación de logotipo e isotipo. La diferencia es que, en este caso, están fusionados y no pueden trabajar por separado. Si se aíslan, pierden su sentido y significado.

#### **Ejemplo:**

Isologo de la cadena de comida rápida Burger King.



Fotografía del sitio: <http://pinedaproject.com/no-es-lo-mismo-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad/>

### 6.2.5.9 Slogan

Slogan es un vocablo inglés que forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Se utiliza para la Publicidad, el slogan o lema publicitario se usa en un contexto comercial o político como parte de una propaganda y con la intención de resumir y representar una idea.

La característica es que dicha frase sea fácil de recordar para el público, ya que intenta llamar la atención sobre un producto o servicio, remarcando ciertas cualidades o tratando de asociarlo a un valor simbólico, difundir los beneficios de la marca para diferenciarla de la competencia y generar un deseo o necesidad en el consumidor, que son sus dos finalidades primordiales.

#### **Ejemplo:**

La caracterización de Mcdonald's "Nos encanta verte sonreír"

## **6.2.6 Grupo Objetivo**

Klotler y Armstrong autores del libro “Fundamentos de Marketing” consideran que un mercado meta (grupo objetivo), consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir. Philip Kotler, en su libro Dirección de Mercadotecnia, define el mercado meta o mercado al que se sirve como “la parte del mercado disponible calificado (conjunto de consumidores que tienen interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta del mercado) que la empresa decide captar.

La American Marketing Association (A.M.A.), define al mercado objetivo (Target Market) o mercado meta, como “el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr determinada utilidad.

Las principales características de un mercado objetivo es que comparten necesidades y hábitos de compra.

### **Ejemplo:**

Grupo objetivo son mujeres de la diversidad sexual.

### **6.2.6.1 Brief**

Palabra inglesa que en español, puede traducirse como “Informe” más utilizado en el mundo de la publicidad y el marketing. Según el Diccionario de marketing y publicidad escrito por Lorenzo Iniesta se le llama Briefing, a la información puntual que facilita el anunciante a su agencia o a otras empresas de comunicación o profesionales colaboradores, para que puedan ajustar al plan de marketing la creación, producción, planificación y pre-supuestación de las campañas. El briefing comprende datos sobre producto, perfiles del target group, etc., que se tendrán en cuenta en la campaña proyectada. Su objetivo es proporcionar al equipo de publicitarios toda la información necesaria para el diseño del mensaje y para la total y acertada realización de determinado proyecto de publicidad o de relaciones públicas, promoción, mailing, etc. El briefing contempla no solo los objetivos de imagen, promotores, etc., sino también los propios de las estrategias offering, para que los creativos y el resto de los miembros de la agencia puedan crear y programar sus mensajes y campañas, con el fin de que resulten plenamente eficaces gracias a su sincronización con el total marketing.

Se caracteriza por ser un resumen bien detallado que servirá de guía para la eficacia y eficiencia de un proyecto a realizar. Entre sus características principales, el brief tiene como fin identificar un problema de diseño, sus causas, consecuencias y mensajes clave, posibles soluciones para resolverlo, costo, etc.

## Ejemplo:

### Brief de una compañía de publicidad.

 <p><b>PRINT COMPETITION BRIEF</b></p> <p><b>THE CLIENT</b> Founded over 70 years ago, Plan is one of the oldest and largest children's development organizations in the world. We work in 48 developing countries across Africa, Asia and the Americas to promote child rights and lift millions of children out of poverty.</p> <p>Plan works with more than 3,500,000 families and their communities each year. Plan is also independent, with no religious, political or governmental affiliations.</p> <p>Our vision is of a world in which all children realise their potential in societies which respect people's rights and dignity.</p> <p><b>THE BRIEF</b> Inspire target audience to 'Sponsor a Child', particularly to sponsor a girl.</p> <p>Because I am a Girl is Plan's global campaign to fight gender inequality, promote girls' rights and lift millions of girls out of poverty.</p> <p>Young women and girls make up almost a quarter of the world's population. They have the same rights as their brothers. Yet too often they remain at the bottom of the social ladder.</p> <p>Because their rights to the essentials of life are undervalued, they are denied schooling, healthcare and even basic food. Many girls are forced into early marriage or domestic labour.</p> <p>Investing in girls is key to ending the cycle of poverty. An extra year of education significantly increases a girl's prospects of finding a higher paid job in the future, leading to a better life for themselves and their children.</p> <p>Plan works with communities across the world to ensure parents see why education is vital for their daughters and remove the barriers that prevent girls from going to school.</p> <p><b>The core issues:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• An estimated 100 million children are "missing" because they have been killed or aborted, simply because they are girls</li><li>• Girls are three times more likely to suffer from malnutrition because their families feed boys first</li><li>• Over 60 million girls are not in primary school</li><li>• Each year, roughly two million girls between the ages of 8 and 15 are trafficked, sold or coerced into the sex trade</li><li>• Pregnancy is the leading cause of death for girls between the ages of 15 and 19 worldwide</li><li>• Globally, girls are twice as likely as boys to have an HIV infection</li></ul> <p><b>The solutions:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• By educating one girl, by giving her nourishment, healthcare and protection, she will flourish and go on to improve the lives of those around her.</li><li>• She will marry later and have fewer, healthier children.</li></ul> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• She will have a better chance of staying healthy, avoiding HIV and remaining alive through pregnancy and child birth.</li><li>• Her children will be 3-10 times more likely to survive.</li><li>• For each year that a girl stays in school, her future income will rise by 15%.</li><li>• She will pull not only herself out of poverty but her children as well, and she will invest what she earns in them, their education and futures.</li><li>• She is better placed to secure her rightful place in society, equal to that of men.</li><li>• She will help raise the status of all girls and women, and with them the lives of children.</li></ul> <p><b>RESPONSE</b> Creative must motivate target audience to respond by doing the following:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 'Sponsor a Child' for £15 a month focussing on girls.</li></ul> <p>Sponsorship is a one to one relationship, between sponsor and child. They are encouraged to exchange photos, pictures and letters. This gives insight into each others cultures and the sponsor can offer encouragement. The money from sponsorship goes to fund projects in the country where the child lives, not directly to the child.</p> <p><b>TARGET AUDIENCE</b> Female bias 35-54 years old Educated, professional or management, often described as middle class (ABC1)</p> <p><b>TOE OF VOICE</b> When presenting the problem, bear in mind that we don't like wallowing in grief, so avoid words like "plight", "suffering", "desperate". Don't mix emotions, be sentimental or talk about "poor little children" - children need to be presented in a way that is respectful.</p> <p>Remember that Plan works as a catalyst for change, together with children and communities, so it's no good just saying Plan magically stepped in and solved all their problems - that's not how it works. Instead, whenever possible, you should stress what communities and children are doing themselves to improve the lives of their communities in the long term. The key point is <u>empower</u>.</p> <p>Plan's house style is REAL, POSITIVE, ENGAGING. It should be serious but not technical. Positive but not overly up-beat. Our audience is intelligent, but might know next to nothing about water and sanitation issues in, say, Africa.</p> <p><b>MANDATORY INCLUSIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plan logo</li><li>• Because I am a Girl strap-line</li><li>• Website <a href="http://www.plan-uk.org">www.plan-uk.org</a></li></ul> <p>2</p>
---	--

Fotografía del sitio: <http://ideasenpositivo.blogspot.com/2010/07/la-publicidad-como-servicio-social.html>

### **6.3.1 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

A continuación se presentan las disciplinas que servirán de apoyo para la realización del libro digital digital, para dar a conocer todo lo relacionado con el tema de la educación sexual para la Asociación Vidas Paralelas de Quetzaltenango, Guatemala.

#### **6.3.1.1 Semiología**

Según Pierre Guiraud en el Libro La Semiología: Semiología viene del Griego *semefon* “signo” y *logos* (estudio). La semiología es considerada una ciencia joven que comienza a tener importancia dentro del análisis teórico de los medios de comunicación social propios del siglo XX.

La semiología fue concebida por Ferdinand de Saussure como “ la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. De acuerdo con esta definición la lengua sería una parte de la semiología, por lo que permite definir la semiología como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: Lenguas, códigos señalizaciones, etc. El norteamericano, Charles Sanders Peirce concibe también una teoría general de los signos bajo el nombre de semiótica.

Saussure destaca la función social del signo; Peirce su función lógica, pero los dos aspectos están estrechamente vinculados y los términos semiología y semiótica dominan en la actualidad en la misma disciplina.

La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por eso comparable a la escritura, el alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc.

Según el sitio [www.definicionde.com](http://www.definicionde.com): Define la semiología como la ciencia que se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

El Suizo Ferdinand de Saussure (1875-1913) fue uno de los principales teóricos del signo lingüístico, al definirlo como la asociación más importante en la comunicación humana. Para Saussure, el signo está formado por un significante (una imagen acústica) y un significado (la idea principal que tenemos en mente respecto a cualquier palabra).

El estadounidense Charles Peirce (1839-1914), por su parte, definió el signo como una entidad de tres caras, con un significante (el soporte material), un significado (la imagen mental) y un referente (el objeto real o imaginario al cual hace alusión el signo). La semiología señala que el signo lingüístico tiene cuatro características fundamentales, que son: La arbitrariedad, la linealidad, la inmutabilidad y la mutabilidad.

### **6.3.1.2 Carácter arbitrario:**

La relación entre significado y significante no responde a ningún motivo; se establece de modo convencional, cada lengua usa para un mismo significado un significante distinto.

La palabra arbitrario no sugiere la idea de que el significante dependa de la libre elección del sujeto parlante, sino que quiere decir que es inmotivado, es decir, arbitrario con relación al significado. El lazo que une el significante con el significado es una convención.

### **6.3.1.3 Carácter lineal:**

Los elementos de cada signo, al igual que cada signo respecto al otro, se presentan uno tras otro, en la línea del tiempo (cadena hablada) y en la del espacio (escritura). El carácter lineal del Signo Lingüístico se debe a la naturaleza fonética del lenguaje humano, que necesita desenvolverse en el tiempo, por lo cual los fonemas no pueden ser simultáneos, si no que deben formar una cadena. Este carácter destaca inmediatamente cuando se representan los signos gráficamente en la escritura donde la sucesión de sonidos parece sustituida por una línea espacial de signos gráficos. Por esta razón, los signos no solo tienen valor en sí mismos si no que es fundamental también el contraste con los que le preceden y los que le siguen, siendo estas relaciones las que dan significados mayores a los grupos de signos.

### **6.3.1.4 Carácter mutable e inmutable:**

Por ser arbitrario, el signo no depende de ningún hablante en particular: Es inmutable, permanente, ningún individuo lo puede cambiar. Por otra parte, las lenguas cambian porque van cambiando los signos; es decir, son mutables a largo plazo.

El teórico de la comunicación Roman Jakobson, definió seis funciones lingüísticas del signo.

#### **1. FUNCIÓN REFERENCIAL**

Es la base de toda comunicación. Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia.

#### **2. LA FUNCIÓN EMOTIVA**

Define las relaciones entre el mensaje y el emisor. Cuando comunicamos por medio del habla o de cualquier otro modo de significación, ideas relativas a la naturaleza del referente.

#### **3. LA FUNCIÓN CONNOTATIVA O CONMINATIVA**

Define las relaciones entre el mensaje y el receptor, pues toda comunicación tiene por objeto obtener una reacción de este último. La conminación puede dirigirse ya sea a la inteligencia o a la afectividad del receptor, y encontramos, en este nivel, la misma distinción objetivo-subjetiva, cognoscitivo-afectiva que opone a la función referencial con la función emotiva.

#### **4. LA FUNCIÓN POÉTICA O ESTÉTICA**

Es definida por Roman Jakobson como la relación del mensaje consigo mismo. Es la función estética por excelencia: en las artes, el referente es el mensaje que deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto.

## 5. FUNCION FÁTICA.

Tiene por objeto, afirmar, mantener o detener la comunicación. Son los signos “que sirven esencialmente para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación”, para verificar si el circuito funciona ejemplo: “Hola, me escuchas?, para atraer la atención del interlocutor o asegurarse de que no decaiga, Ejemplo: “Hey pongan atención”

## 6.FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA.

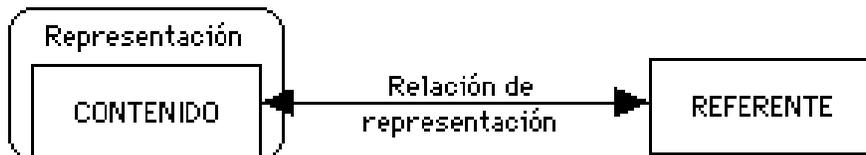
Tiene por objeto definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. Por ejemplo, poner una palabra entre comillas y precisar: “Semiología en el sentido médico del término” de ese modo la función metalingüística remite el signo al código del cual extrae su significación.

Por lo que la semiología se caracteriza por el estudio de la función del signo, el cual consiste en: Comunicar ideas por medio de mensajes, esta operación implica un objeto, una cosa de la que se habla o referente, signos y por lo tanto un código un medio de transmisión y evidentemente, un emisor y un destinatario.

### 6.3.2.1 Semiología de la imagen

Según Saussure, La semiología estudia la vida en los signos en el seno de la vida social y la imagen es una representación visual de un objeto real o imaginario.

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, "representación" significa "figura, imagen o idea que substituye a la realidad"; según el Larousse, se trata de la "imagen de un objeto, dada por los sentidos o por la memoria". Aunque implícito en la segunda definición, podemos advertir que la idea de substitución está presente en ambos casos. Acumulando las precisiones o complementos que admiten ambas definiciones y considerando el significado técnico que asumiremos aquí, hemos de recalcar que el término "representación" se aplica tanto a los estados mentales cuyo origen es el proceso perceptivo consciente como a expresiones externas, modelos y enunciados -en algún lenguaje o mediante alguna técnica de reproducción-. Aunque todas éstas sean entidades de muy variada naturaleza, todas ellas comparten un rasgo esencial: siempre están ligadas a otra entidad a la cual remiten. En otras palabras, una representación es tributaria de un vínculo (la "relación de representación") que la une a algún "referente" por la mediación de su contenido (cfr. Perner, p.30).



**Las características de la relación de representación, tal como la define Perner, son básicamente cuatro:**

1. **Asimetría:** La imagen te representa, pero tú no representas la imagen.
2. **Singularidad:** Tu imagen te representa a ti, aun cuando sea indiscernible de una imagen de tu gemelo idéntico.
3. **Representación errónea:** Para cualquier representación es posible representar de manera errónea.
4. **No existencia:** El objeto o situación descrita en una imagen no tiene necesidad de existir.

### **Códigos comunicativos**

- Códigos de percepción
- Códigos generales
- Códigos de significación
- Códigos de relación
- Códigos gráficos

El signo se encuentra compuesto por un significado y la imagen mental, puede que no sea siempre lingüístico.

#### **6.3.3.1 Psicología del color**

En el siglo XVIII se comenzaron a evaluar los efectos del color sobre la psique humana. Con el correr de los años se realizaron diversos estudios, tests y pruebas en los que se comprobaron las reacciones psicológicas y fisiológicas que los colores producen. Estos estudios han avanzado al punto que en la actualidad existe un método curativo denominado cromoterapia, a través del cual se ayuda a curar ciertas enfermedades a través de la utilización de colores. Los efectos psicológicos que se han podido comprobar son básicamente de dos tipos, los que se definen como directos, los cuales hacen que un ambiente parezca alegre o sombrío, frío o cálido, etc. y los indirectos, relacionados con los afectos y con asociaciones subjetivas u objetivas de los individuos frente a los colores.

Esta característica subjetiva de la apreciación de los colores, hace que los efectos secundarios sean los más discutidos, ya que pueden variar de acuerdo con los diferentes individuos. Otro componente que juega un papel importante en la apreciación de los colores, es la iluminación del ambiente, ya que ésta no sólo puede modificar el color de acuerdo con la forma en que incide sobre la superficie pintada, sino que además puede "crear un ambiente" por sí misma.

### 6.3.3.2 Semiótica

La semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas.

Saussure fue el primero que habló de la semiología y la define como: "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social"; añade inmediatamente: "Ella nos enseñará en que con los signos y cuáles son las leyes que lo gobiernan...".

El actual término "semiótica" remite a una muy larga historia de búsquedas y exploraciones en torno al complejo fenómeno de la significación o de las situaciones significantes, que han desembocado en las actuales prácticas de desmontaje, de la más diversa índole, aplicadas a distintas configuraciones culturales, interesadas en los sistemas y mecanismos de la significación. En efecto, hoy en día circulan varias definiciones de semiótica que, de hecho, corresponden a otros tantos proyectos, diversos entre sí.

Para Pierre (Collected Papers) semiótica es "la doctrina de la naturaleza esencial de las variedades fundamentales de toda posible semiosis"; para De Saussure (Curso), se trata de "una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social" a la que propone que se dé el nombre de "semiología". Para Erik Buysens (La comunicación et l'articulación linguistique), en cambio, se trata del "estudio de los procesos de comunicación, es decir, de los medios utilizados para influir a los otros y reconocidos como tales por aquel a quien se quiere influir", la llama semiología. Mientras Ch. Morris (Signos, lenguaje y conducta) define la semiótica como una "doctrina comprensiva de los signos"; para Umberto Eco "es una técnica de investigación que explica de manera bastante exacta como funcionan la comunicación y la significación". La parte de la semiótica que estudia las relaciones entre significantes y significados es la **semántica**. Se llama así a la rama de la lingüística que se ocupa de estudiar el significado tanto de las palabras, como de los enunciados y de las oraciones.

Dentro de un ámbito todavía más específico, hay la onomasiología y la semasiología: la primera se ocupa en general de la tarea de dar nombres a los objetos y en concreto de las denominaciones que se dan a un mismo referente. La semasiología, en cambio, es la actividad inversa.

Parte de la semiótica que se encarga de estudiar las relaciones entre significantes y usuarios se le llama **pragmática** y, en efecto, estudia el empleo de los signos por los seres humanos en sus diferentes maneras de relacionarse. Sin embargo, dentro de este ámbito, se pueden distinguir al menos tres direcciones en la actual pragmática. Se la puede entender y se la entiende, en efecto, tanto como una doctrina del empleo de los signos, que como una lingüística del diálogo y, finalmente, como una teoría del acto del habla.

Finalmente, se llama **sintaxis** a la parte de la semiótica que estudia las relaciones de los significantes entre sí. Se puede decir, por tanto, que de acuerdo con el modelo saussureano, la semiótica "está por encima" de los objetos particulares de cada una de estas disciplinas que se ocupan de alguno de los componentes del proceso semiótico.

### 6.3.3.3 Sistema semiótico

Se denomina así a todo conjunto de signos entre los cuales se pueden establecer relaciones. En este sentido forman sistemas semióticos tanto las señales de tráfico, los lenguajes, las imágenes, las reproducciones, las obras de arte, los diccionarios, los textos, así como lógicas o gramáticas, etc. Partiendo de Peirce, cuya metafísica parte no del concepto del “ser” sino del concepto de “estar representado”, es decir del concepto de signo, los sistemas metafísicos son sistemas semióticos, y los sistemas semióticos, como que el signo excede el “horizonte de la realidad, son también sistemas metafísicos:

1. Sistemas de representación (por ejemplo lenguajes)
  2. Sistemas de constitución (por ejemplo el “árbol genealógico de los conceptos” en el sentido de Carnap)
  3. Sistemas de generación (por ejemplo axiomas, sistemas deductivos, series de números, gramáticas generativas, muestras, estructuras, programas)
  4. Sistemas de gradación (sistemas de valores, números cardinales, números ordinales, todos los esquemas de progresión)
  5. Sistemas de comunicación (señales de tráfico, lenguajes)
- Signos: lo icónico.

Las imágenes, según Peirce, se distribuyen entre las tres variedades que se pueden aplicar las denominaciones que genera:

Cualisignos icónicos: se muestran sólo cualidades visuales que transmite puras sensaciones subjetivas. Denominado también signo plástico.

Sinsignos icónicos: son imágenes que proponen el reconocimiento de objetos a través de una representación, dando origen a la iconicidad.

Legisignos icónicos: imagen material que muestra la forma de determinadas relaciones ya normadas en determinados momentos de determinada sociedad. El productor propone una percepción visual y el intérprete una propuesta visual cuya relación de representación consiste en la actualización de los rasgos socialmente asignados para la comunicación de determinada estructura y proceso conceptual y valores ideológicos.

### 6.3.4.1 Sociología

Es una parte constituyente e importante del conjunto de las Ciencias Humanas, junto con la Filosofía, la Historia, la Psicología, la Antropología, etc. Tiene con todas las disciplinas afinidades necesarias.

Según Richard Osborne en el libro Sociología para todos, se reconoce que fue el filósofo Auguste Comte (1798-1857) quien acuñó el término “sociología”, después de que él mismo empleara durante cierto tiempo la expresión de Física Social para referirse a la nueva ciencia. La entendía como una rama del conocimiento en la que estaba implícita, de una manera más o menos conscientemente reconocida, una clara vocación de transformación del orden social.

Comte prefería decir, de “reorganización de la sociedad”. Según Cecilio Nieto Cánovas, en el Libro Sociología, la Sociología es el modo de ver la sociedad llevado a la práctica como método y como experiencia, Comte consideró la Sociología como la “Ciencia de las Ciencias”, muchos autores le llamaron el padre de la sociología. Este pensador francés fue uno de los primeros en acuñar el nombre sociología, en 1839, para referirse al estudio científico de la sociedad. Comte fue uno de los primeros que sugirió que el método científico podía ser aplicado a las ciencias sociales. En este sentido desarrolló lo que se denomina la corriente positivista, argumentando que la conducta y los eventos sociales podían ser observados y medidos científicamente.

Como producto de su análisis social, Comte distinguía una ciencia de la sociedad con dos ramas: Estática, es decir, el estudio de la organización que permite a las sociedades perdurar o mantenerse a través del tiempo, y dinámica, es decir el estudio de los procesos que explican por qué las sociedades cambian.

### **Emile Durkheim 1858-1917**

Es considerado el pionero en la aplicación sistemática de los métodos científicos a la sociología. La preocupación central de Durkheim fue hacer de la sociología una ciencia separada y única para explicar la sociedad. Su visión social lo llevó a definir la sociología como el estudio científico de los hechos sociales, cuya característica principal es que son hechos externos y coercitivos para los individuos. El planteamiento central de Durkheim fue que la estructura social, es decir, los hechos sociales externos de los individuos pueden ofrecer una explicación de la conducta y otros hechos sociales. De acuerdo con este método, Durkheim aislaba los elementos que le parecían propios de la sociología, la que entendía como una ciencia que estudia los hechos sociales independientemente de los individuos.

Varios grandes teóricos del siglo XIX pusieron las bases para el desarrollo de la nueva ciencia: Saint-Simon fue el precursor, Augusto Comte es a quien debemos la acuñación de este término; Emilio Durkheim desarrolló enfoques de estudio e investigación que dieron un verdadero estatuto científico a la nueva disciplina; y finalmente Carlos Marx y Max Weber contribuyeron, con su gran capacidad analítica, al desarrollo de las bases teóricas de la nueva ciencia de lo social.

Este reducido grupo de personas conforman el núcleo básico de lo que generalmente se conoce como padres o pioneros de la Sociología. La Sociología hoy en día se caracteriza porque se ha basado en las concepciones filosóficas acerca de la moral, del poder, del Estado, etc., por lo que posee características propias que a su vez permiten fundamentar nuevas éticas, nuevas morales y políticas.

Estas características tienen que ver con su especificidad, es decir, con los problemas que esta disciplina ha desvelado como propios, estos problemas sociales son los creados por las distintas sociedades, comunidades, colectivos, grupos de interés, agencias gubernamentales, etc. Se caracteriza por estudiar la sociedad humana y, más concretamente, las diversas colectividades que la forman y las causas que originan las desviaciones y cambios sociales.

Según Wilhelm Wundt y Edward Bradford Titchener: El estructuralismo En 1879 fundó el primer laboratorio de psicología en la Universidad de Leipzig (Alemania).

Allí el uso de experimentos y de la medición marcó el nacimiento de la psicología como ciencia. Wundt y uno de sus alumnos Edward Titchener, crearon un enfoque denominado estructuralismo, el cual se basaba en la suposición de que la psicología tiene por objeto identificar los elementos fundamentales de la experiencia y la manera en que se combinan.

#### **6.3.4.2 William James: El funcionalismo**

El psicólogo estadounidense William James criticó al estructuralismo, afirmando que no podemos separar las sensaciones de las asociaciones mentales que nos permiten aprovechar las experiencias pasadas.

#### **6.3.4.3 Sigmund Freud: La psicología**

Las teorías de Freud incorporaron una nueva dimensión a la psicología, la idea de que gran parte de la conducta está regida por conflictos, motivos y deseos inconscientes. Sus teorías dieron origen al enfoque psicodinámico.

#### **6.3.4.3 John B. Watson: El conductismo**

John B. Watson, portavoz de la escuela psicológica conocida como conductivo, sostuvo que la psicología debería ocuparse exclusivamente del comportamiento observable y medible. Basó gran parte de su obra en los experimentos que Ivan Pavlov realizó sobre el condicionamiento.

#### **6.3.4.4 B.F. Skinner: una revisión del conductismo**

Las ideas de Skinner se parecen a las de Watson, solo que agregó el concepto de reforzamiento o recompensa. Con ello convirtió al sujeto en agente activo del proceso de aprendizaje. Sus ideas dominaron la psicología estadounidense hasta la década de los 60`.

Según José M. Velásquez, en el Curso elemental de psicología, la etimología de la palabra Psicología proviene de dos voces griegas: Psique, cuyo significado es alma o espíritu, y logos que equivale a estudio o tratado. Etimológicamente “estudio del Alma”. Según David Myers, Paulina Sigaloff en el libro Psicología, se define a la psicología como la ciencia de la conducta de los procesos mentales.

Conducta es todo lo que hace un organismo cualquier acción que se puede observar y registrar, gritar, sonreír, parpadear, sudar, hablar, y completar cuestionarios son todas conductas observables.



**Fotografía: Shirley Zayori**

### **6.3.5.1 Psicología Social**

Según ALLPORT, Floyd en el Libro *Introducción a la Psicología Social*. La psicología social nace a principios del siglo XX. Concretamente, se apunta hacia 1908 como año de nacimiento, el mismo que ve nacer la publicación de las dos obras que se consideran fundadoras de este campo de conocimiento: *Social Psychology: An Outline and Source Book*, de E. A. Ross; e *Introduction to Social Psychology*, de W. McDougall.

En términos generales se suele marcar como objetivo principal de la psicología social la armonización de los enfoques individuales y sociales en la reflexión sobre la realidad social. El interés básico de esta disciplina radica en el análisis de las interacciones sociales entre individuos.

Desde su nacimiento, la psicología social aborda temas relacionados con la influencia social y la interacción, pero en términos más específicos, se pueden enlistar algunos conceptos o campos de reflexión privilegiados por el enfoque psico-social.

La percepción social, la cognición social, las actitudes, la persuasión, la socialización, las conductas sociales, la personalidad, el comportamiento y estructura de los grupos sociales, la relación entre el ambiente y el comportamiento y la comunicación humana, entre otros. A su vez, dentro de las reflexiones sobre la comunicación humana desde la perspectiva psico-social, destacan referencias al lenguaje verbal y no verbal, a los rumores y a la construcción de la opinión pública.



**Fotografía: Shirley Zayori**

### 6.3.6.1 Psicología del color

Los colores lo son todo en nuestra percepción visual, nos transmiten o invocan sensaciones, emociones, atracción o rechazo.

La definición técnica de color según la RAE es: “Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.”

Según el sitio [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com), el filósofo Aristóteles (384 - 322 AC) definió que todos los colores se conforman con la mezcla de cuatro colores, además otorgó un papel fundamental a la incidencia de luz y la sombra sobre los mismos. Estos colores que denominó como básicos eran los de tierra, el fuego, el agua y el cielo.

Siglos más tarde, Leonardo Da Vinci (1452-1519) se refirió al color como propio de la materia, con la siguiente escala de colores básicos: Primero el blanco como el principal ya que permite recibir a todos los demás colores, después en su clasificación seguía amarillo para la tierra, verde para el agua, azul para el cielo, rojo para el fuego y negro para la oscuridad, ya que es el color que nos priva de todos los otros.

Con la mezcla de estos colores obtenía todos los demás, aunque también observó que el verde también surgía de una mezcla.

Finalmente fue Isaac Newton (1642-1519) quien estableció un principio hasta hoy aceptado: La luz es color. En 1665 Newton descubrió que la luz del sol al pasar a través de un prisma, se dividía en varios colores conformando un espectro.

Lo que Newton consiguió fue la descomposición de la luz en los colores del espectro. Estos colores son el Azul violáceo, el Azul celeste, el Verde, el Amarillo, el Rojo anaranjado y el Rojo púrpura.

Este fenómeno lo podemos contemplar con mucha frecuencia, cuando la luz se refracta en el borde de un cristal o de un plástico.

También cuando llueve y hace sol, las gotas de agua de la lluvia realizan la misma operación que el prisma de Newton y descomponen la luz produciendo los colores del arco iris. Así es como observa que la luz natural está formada por luces de seis colores, cuando incide sobre un elemento absorbe algunos de esos colores y refleja otros.

Con esta observación dio lugar al siguiente principio “todos los cuerpos opacos al ser iluminados reflejan todos o parte de los componentes de la luz que reciben”. Johan Goethe (1742-1832), Reacción humana a los colores.

Goethe estudió y probó las modificaciones fisiológicas y psicológicas que el ser humano sufre ante la exposición a los diferentes colores.

Para Goethe era muy importante comprender la reacción humana a los colores, y su investigación fue la piedra angular de la actual psicología del color. Desarrolló un triángulo con tres colores primarios, el rojo, amarillo y azul. Desarrolló un triángulo como un diagrama de la mente humana y relacionó a cada color con ciertas mociones.



### 6.3.7.1 Pedagogía

Según el Libro Pedagogía e historia: la historia de la pedagogía desde los griegos fue definida dentro de las Artes en el concepto amplio que tenía el término como habilidad o destreza; desde entonces siempre se ha planteado la relación entre la Pedagogía y las ciencias como algo crítico. La pedagogía es la disciplina que se encarga de regular el proceso educativo al igual que resolver los problemas que se suscitan debido a la aparición de la educación (Ricardo Nassif).

Según el Libro Ciencia de la Pedagogía Nociones e Historia: La Pedagogía es una ciencia y arte, como ciencia es la aplicación de las leyes naturales del entendimiento o razón individual. Como arte, es el conjunto de recursos y procedimientos que emplean los educadores en la transmisión de conocimientos.

En su escrito “Crítica a la crítica” (1901), Eugenio María de Hostos ofrece la definición de pedagogía: Es la ciencia que da a la instrucción leyes y reglas, por medio de la didáctica, reglas por medio de métodos y procedimientos. En la actualidad, la pedagogía es el conjunto de saberes que se encarga de la educación como fenómeno típicamente social y específicamente humano.

Se trata de una ciencia aplicada de carácter psicosocial, cuyo objeto de estudio es la educación. La pedagogía recibe influencias de diversas ciencias, como la psicología, la sociología, la antropología, la filosofía, la historia y la medicina, entre otras.

La pedagogía puede ser categorizada según distintos criterios. La pedagogía general (que se refiere a las cuestiones universales y globales de la investigación y de la acción sobre la educación) o de las pedagogías específicas (que han sistematizado un diferente cuerpo del conocimiento en función de diversas realidades históricas experimentadas).

Es importante distinguir entre la pedagogía como la ciencia que estudia la educación y la didáctica como la disciplina o el conjunto de técnicas que facilitan el aprendizaje. Así puede decirse que la didáctica es sólo una disciplina dentro de la pedagogía.

### 6.3.7.2 Andragogía

Etimológicamente andragogía hace referencia a antropos (hombre) por contraposición a la pedagogía que hace referencia al paidos (niño).

La andragogía adquirió un gran desarrollo hasta los años sesenta pero, después, su excesiva independencia respecto a las teorías generales del aprendizaje y sobre todo su contraposición sistemática a la pedagogía la precipitaron en un aislamiento que la hizo menos fecunda de lo esperado. Sin embargo, aunque la palabra como tal haya caído en desuso, las aportaciones de todo el movimiento andragógico a la educación de personas adultas han tenido y siguen teniendo una gran trascendencia.

La andragogía se definió, en sus orígenes, como una **pedagogía invertida**. La práctica andragógica era concebida como el reverso de la práctica pedagógica. Hacía referencia permanente a las características de la pedagogía, como teoría y práctica educativa infantil, pero para negarlas en la andragogía como teoría y práctica educativa con personas adultas.



Fotografía del sitio: <http://ticsdeariadne.blogspot.com/>

### 6.3.8.1 Estadística

El termino **estadística** proviene del latín *statisticum collegium* (“**consejo de Estado**”) y de su derivado italiano *statista* (“**hombre de Estado o político**”). En 1749, el alemán **Gottfried Achenwall** comenzó a utilizar la palabra alemana *statistik* para designar el análisis de datos estatales. Por lo tanto, los orígenes de la estadística están relacionados con el gobierno y sus cuerpos administrativos.

Hoy puede decirse que la recopilación y la interpretación de los datos obtenidos en un estudio es tarea de la estadística, considerada como una rama de la matemática



Fotografía del sitio: <http://akademeia.ufm.edu/dev/?curso=estadistica-2&guest=welcome>



# Capítulo VII

## **Capítulo VII Proceso de diseño y Propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

Según Jorge Frascara en su libro *Diseño Gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*, el diseño de comunicación visual puede ser un medio importante para encarar problemas sociales. Ciertamente no puede erradicar el problema, pero como parte de estrategias coordinadas, se puede contribuir de manera significativa a la reducción de la intensidad de estos problemas.

La manera en que opera el diseño de comunicación, sobre todo en relación con sus posibilidades de ejercer un impacto positivo en la sociedad. Para ello se debe desarrollar un diseño efectivo, en función de asegurar el logro de los objetivos propuestos. Ya que el diseño es una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. El diseñador como identificador de problemas, como solucionador de problemas y como activo coordinador de equipos multidisciplinarios dedicados a mejorar el bienestar de la gente, debe basarse en una introducción a los campos pertinentes que le permitan entrar en un diálogo productivo con una variedad de especialistas, sobre todo en Sociología, Psicología, Antropología, Ciencias de la Educación y en el área de Comunicación y Diseño.

**Diseño**, como disciplina implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones, que será de gran utilidad para la elaboración de este proyecto.

**Diseño Gráfico**, como disciplina dedicada a la producción de materiales en solución a un problema, los diseñadores deben reconocer las situaciones sociales, al desarrollar nuevas herramientas para iniciar proyectos y actividades sociales, ya que el diseño para que sea relevante siempre debe comenzar con el reconocimiento de una necesidad.

**Sociología**, porque es necesario contextualizar la actividad del diseñador gráfico en el más amplio medio social. La importancia de la audiencia en el proceso comunicacional requiere buen conocimiento de ciertos fenómenos sociales.

Los métodos de investigación que se usan en sociología pueden proveer a los diseñadores gráficos herramientas útiles para el estudio de los problemas comunicaciones.

**Semiología**, como disciplina en el estudio de los signos, es necesaria en la actividad del diseñador gráfico para la importancia de la expresión e interpretación de los mensajes.

Para Ferdinand de Saussure, teórico suizo de principios del siglo 20, la semiología es “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

**Semiología de la imagen**, porque es necesario para la interpretación en un proceso cognitivo, ya que la imagen es una idea principal respecto a cualquier palabra.

Es la herramienta primordial de la cual están constituidos todos los mensajes, en donde se analiza la publicidad a través de sus imágenes, símbolos o signos, todo esto, con el objetivo principal de conocer cómo llega a ese sentido de la imagen, donde acaba y fuese del caso, si realmente ésta acaba.

**Semiótica**, como disciplina en el análisis de los signos lingüísticos, relacionados a la escritura y la semántica, como semióticos, los signos.

Esto ha generado que la semiótica deba comenzar a estudiar el significado de los signos en el mundo de la informática y la inteligencia artificial. Posiblemente esto exigirá una unificación entre el lenguaje coloquial y las nuevas tecnologías, y un amplio estudio de estas consecuencias podrá colaborar con un mayor entendimiento de las relaciones entre sociedades.

**Semiología:** Debido a que como la concibió Ferdinand de Saussure, la ciencia que estudia la vida de los signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc.

Es indispensable el apoyo de esta ciencia en el proyecto de tesis para la realización del libro digital, dirigido a una Organización de mujeres de la diversidad sexual en Quetzaltenango, Guatemala, para un uso del sistema de comunicación para esta población se debe incluir en el material a realizar para que lo comprenda.

**Andragogía:** Es concebida como la educación del adulto y este material didáctico servirá de apoyo para educar a población femenina adulta.

**Psicología:** Es preciso extender su contribución al diseño más allá de los tradicionales estudios de la percepción. La psicología de la conducta, del desarrollo, del conocimiento y de la educación puede proveer importantes avances a la comprensión del pensamiento, el comportamiento, los sentimientos y el aprendizaje en diferentes momentos de la vida.

**Estadística:** Porque es el conjunto de métodos científicos ligados a la toma, organización, recopilación, presentación y análisis de datos, tanto para la deducción de conclusiones como para tomar decisiones razonables de acuerdo con tales análisis.

Es por ello que se vuelve imprescindible para la etapa de pre-validación y validación final, ya que con los datos obtenidos nos ayudará a comprender de forma más rápida los resultados, necesarios para la elaboración del proyecto de forma eficaz.

## 7.2 Conceptualización

### 7.2.1 Método: Mapas mentales

Es una técnica popularizada por **Tony Buzan**, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la **exploración del problema y la generación de ideas**. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

**Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:**

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.
- El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

## Mapa Conceptual

Se realizó un mapa conceptual sobre la educación sexual, para lograr detectar lo más importante sobre el tema; para desarrollar el proyecto que servirá como apoyo a la educación de las féminas a través de la técnica de SCAMPER.



## La técnica SCAMPER

En realidad es una mezcla de varias técnicas. Es una lista de preguntas que estimulan la generación de ideas. Alex Osborn, el creador del Brainstorming, estableció las primeras. Más tarde fueron dispuestas por Bob Eberle en este mnemotécnico:

- S: ¿Sustituir?
- C: ¿Combinar?
- A: ¿Adaptar?
- M: ¿Modificar?
- P: ¿Utilizarlo para otros usos?
- E: ¿Eliminar o reducir al mínimo?
- R: ¿Reordenar? ¿Invertir?

**Puede ser utilizada junto a otras técnicas en el proceso divergente de la generación de ideas.**

*1º Establecimiento del problema.*

*2º Planteamiento de las preguntas SCAMPER.*

*3º Evaluación de las ideas.*

### **El problema planteado de este tema:**

La problemática que enfrenta la población de la diversidad sexual debido a las barreras que se les impone sobre sus derechos; esto hace que la misma sociedad los excluya sobre varias actividades que les apoyaría para un desarrollo integral.

- **Sustituir.** (Sustituir cosas, lugares, procedimientos, gente, ideas...)
- **Combinar.** (Combinar temas, conceptos, ideas, emociones...)
- **Adaptar.** (Adaptar ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, personas...)
- **Modificar** (Añadir algo a una idea o un producto, transformarlo)
- **Utilizarlo para otros usos** (extraer las posibilidades ocultas de las cosas)
- **Eliminar** (Sustraer conceptos, partes, elementos del problema)
- **Reordenar** (o invertir elementos, cambiarlos de lugar, roles...)

### **Conceptos**

- La diversidad sexual, una entidad por comprender
- Una diversidad por educar
- Comprender y educar
- Sexualidad un mundo de tabúes
- Un grupo por conocer

### **Selección de Conceptos**

- Sexualidad un mundo de tabúes
- Una diversidad por educar
- Comprender y educar

### **7.2.2 Definición del Concepto**

El concepto en el que se apoyará la propuesta gráfica del libro digital, que tiene el fin de servir como herramienta didáctica de apoyo en la educación que se les impartirá a las féminas que pertenecen a la Organización Vidas Paralelas de Quetzaltenango, Guatemala, es:

***“Una diversidad por educar”***

#### **Justificación del concepto**

Se seleccionó esta frase, ya que identifica el grupo objetivo que tiene la Organización Vidas Paralelas, que vela por los derechos y deberes de la diversidad sexual.

Este material servirá para eliminar las barreras sobre la sexualidad que se impone a las féminas, pues debido a la falta de educación, desconocen el mundo de la sexualidad. La asociación contará con material dinámico para impartir talleres.

Es una frase que pone a pensar a todas las personas, que todos merecemos una mejor educación y sobre todo a las féminas que carecen de esta información. Es una frase sencilla que identifica el fin que tiene el libro como propósito, cumpliendo los objetivos principales de la organización.

## 7.3 Bocetaje

### 7.3.1 Tabla de requisitos

Elemento Grafico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Expresar la relación del libro con el grupo objetivo.	Fuente utilizada para los temas será: Baskerville Old Face ; así mismo se utilizara la fuente: Times new romans para el desarrollo de los temas; Para la portada se utilizará una combinación de letras con la fuente: Baskerville old face	Sencillez Comprensión Unidad Claridad Entendimiento
Color	El propósito de los colores a utilizar en el libro digital será por la misma representación de la asociación Vidas Paralelas, que viene representando a la bandera de las mujeres lesbianas.	Colores a utilizar: Rosado: R: 247 G:191 B: 190 Púrpura: R:145 G:99 B:199 Negro: R: 0 G:0 B:0 Gris: R:192 G:192 B:192 Blanco R:255 G:255 B:255	Significado de colores según la psicología del color. Rosado: Es un color de denota calidez y enfatiza valores espirituales. Morado: Es un color que invita a soñar Negro: Es un color que también denota poder. Gris: Puede expresar elegancia, respeto, desconsuelo, aburrimiento, vejez. Blanco: Su significado es asociado a la paz, pureza, fe, alegría y pulcritud.

<b>-Imagen</b>	Se utilizaran imágenes para hacer referencia a los temas expuestos en el libro digital.	JPEG y PNG	Placer Conocimiento Entendimiento Simplicidad
<b>Diagramación Libro Digital</b>	Diagramar el libro digital de manera sencilla y clara para dar a conocer aspectos importantes sobre la educación sexual.  Organizar espacios, sencillez y claridad en los textos.	Diagramación de forma digital en Illustrator CC convertido en formato PDF. Asimismo se realizara una versión SWF con el programada	Simplicidad Equilibrio Armonía

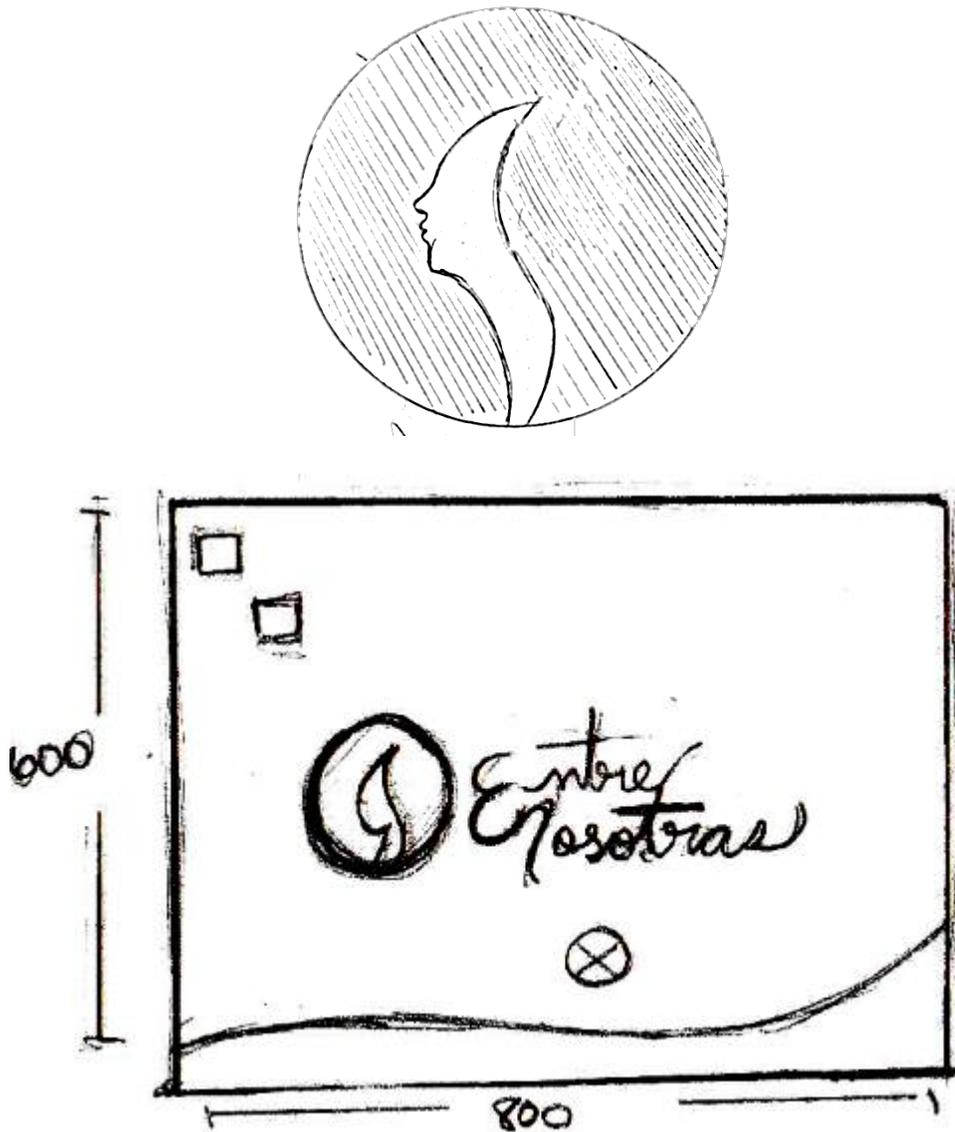
Los bocetos se elaboraron con lápices 2B y H para visualizar los detalles; se ejecutaron a través de los objetivos de la asociación Vidas Paralelas, que educara a las féminas sobre la sexualidad.

## Bocetaje Propuesta de Portada

Se realizó una ilustración femenina de perfil con el fin de identificar el libro y su grupo objetivo, así mismo se realizó el nombre del libro “Entre Nosotras” para personalizar más la autenticidad del mismo.

**El bocetaje se realizó a lápiz.**

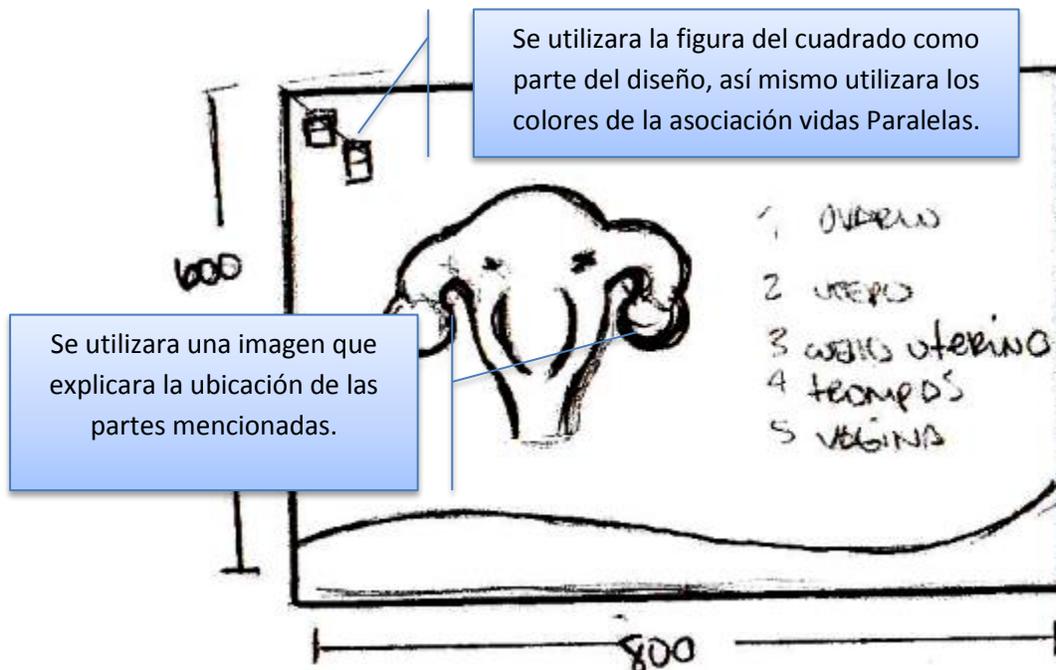
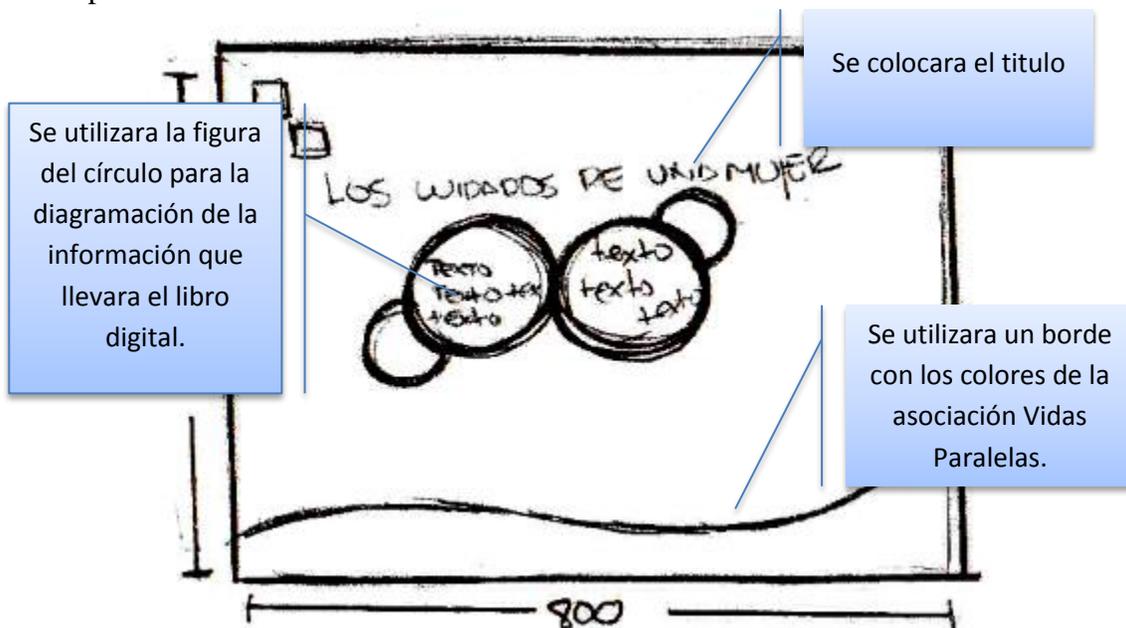
El libro tiene un tamaño de 800 x 600 pixeles que es la medida estándar que se puede reproducir en cualquier equipo.

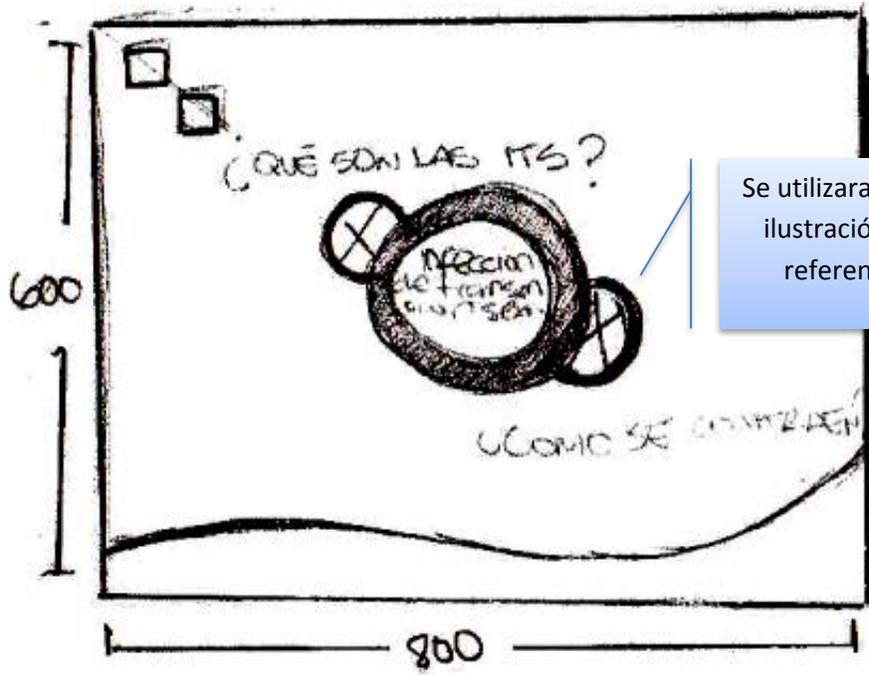


# Propuesta 1 Libro Boceto del libro digital, Asociación Vidas Paralelas

## Páginas interiores

Boceto a lápiz





Se utilizara fotografía y/o ilustración para hacer referencia al tema

## Propuesta 2 Libro Boceto

### Páginas interiores e ilustraciones

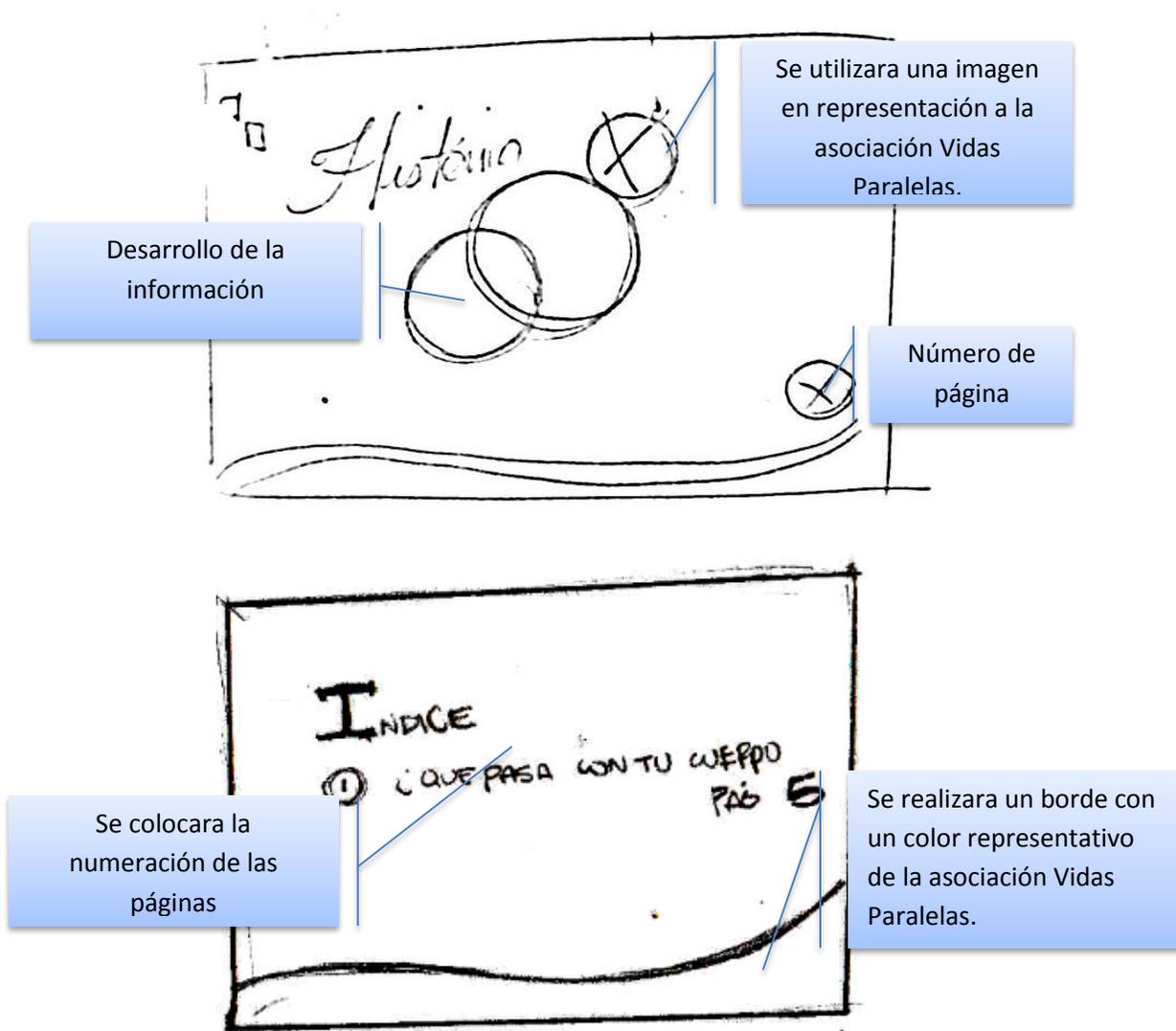
En esta propuesta el diseño se utilizara los mismos elementos gráficos para mantener la comunicación sobre la educación sexual y para que sea comprensible con las ilustraciones.

Esta propuesta se realizó anteriormente con el objetivo de dar a conocer la importancia que tiene la educación sexual hacia las féminas.

En la misma se incluye el logotipo, nombre y slogan de la organización, ya que es importante para la identificación de Vidas Paralelas, así como la representación del libro.

## Propuesta 2

### Boceto a lápiz



**Propuesta Digital Portada 1**

Portada del libro digital para asociación Vidas Paralelas.



**Propuesta Digital Portada 2**

Portada del libro digital para asociación Vidas Paralelas.



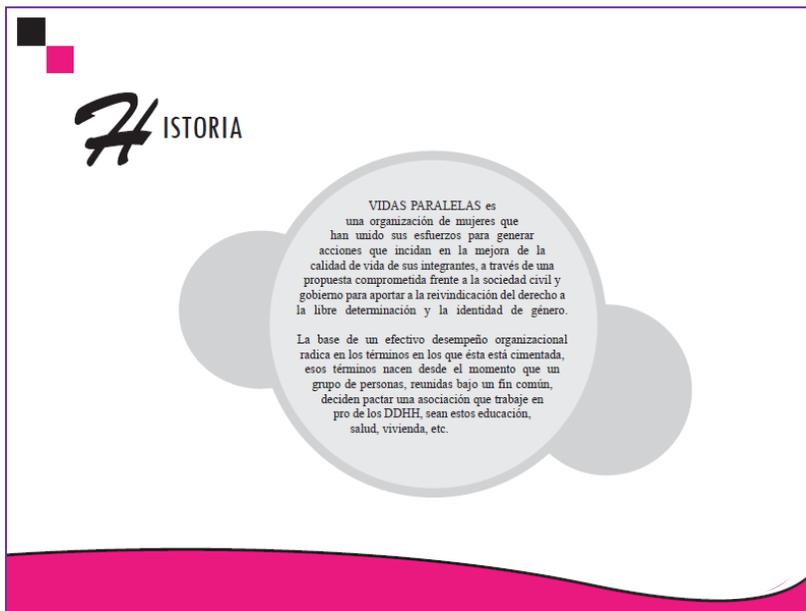
### 7.3 Propuesta Preliminar

Se presentaron dos propuestas preliminares al cliente (portada y páginas interiores) para conocer cuál de ellas se utilizaría según los objetivos de la organización.

#### Propuesta preliminar Portada y pagina interior 1 para asociación Vidas Paralelas.



## Propuesta preliminar Portada y pagina interior 2 para asociación Vidas Paralelas.



**Propuesta Digital 1**

Portada para el libro digital para la asociación Vidas Paralelas



**Propuesta Digital 2**

Portada para el libro digital para la asociación Vidas Paralelas



**Propuesta 1 Páginas interiores del libro digital para asociación Vidas Paralelas  
Opción Digital**

**HISTORIA**

VIDAS PARALELAS es una organización de mujeres que han unido sus esfuerzos para generar acciones que incidan en la mejora de la calidad de vida de sus integrantes, a través de una propuesta comprometida frente a la sociedad civil y gobierno para aportar a la reivindicación del derecho a la libre determinación y la identidad de género.

La base de un efectivo desempeño organizacional radica en los términos en los que ésta está cimentada, esos términos nacieron desde el momento que un grupo de personas, reunidas bajo un fin común, deciden pactar una asociación que trabaje en pro de los DDHH, sean estos educación, salud, vivienda, etc.

Desarrollo del contenido para el libro digital

Botón interactivo

**Título del tema**

**VISITA AL GINECÓLOGO**

La primera visita al ginecólogo puede despertar en tí miedos y dudas pero ten en cuenta que tiene una importancia fundamental para tu salud, física y la reproducción.

¿Cuándo se debe de ir?

En la mayoría de casos la primera visita al ginecólogo es cuando se da comienzo a las relaciones sexuales, aquí se debe de tener un control ya que se pueden presentar infecciones o algunas alteraciones en el sistema genital de la mujer.

¿Cuál es el objetivo del examen?

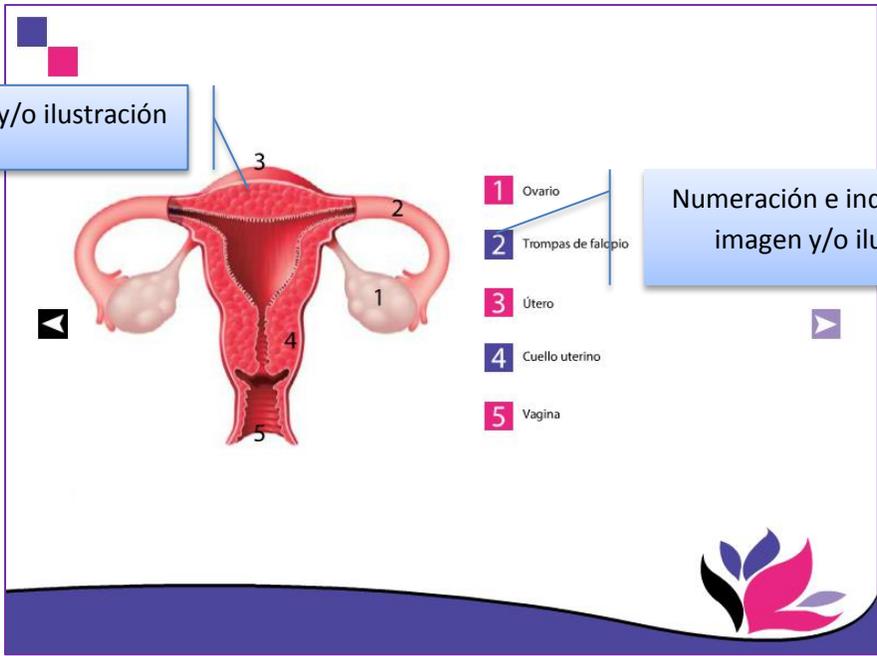
El objetivo del examen es descubrir en las mamas o en el útero pequeñas alteraciones, en principio sin importancia, pero que de no tratarse pueden llegar a transformarse en un tumor. La visita al ginecólogo periódicas pueden prevenir riesgos de enfermedades.

¿Cuándo se debe de ir?

En la mayoría de casos la primera visita al ginecólogo es cuando se da comienzo a las relaciones sexuales, aquí se debe de tener un control ya que se pueden presentar infecciones.

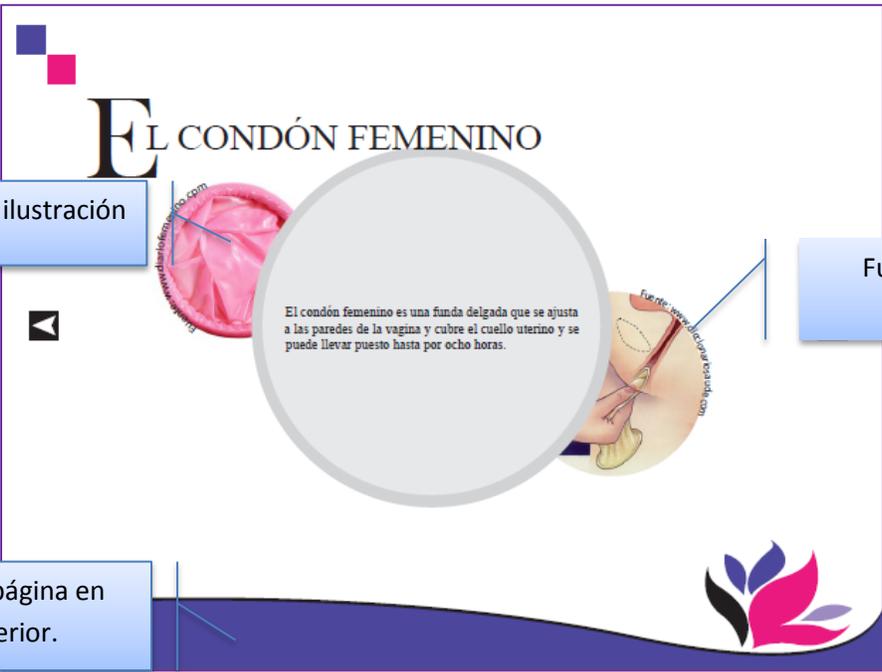
Isotipo de la asociación Vidas Paralelas

Imagen y/o ilustración



Numeración e indicación de la imagen y/o ilustración.

Imagen y/o ilustración

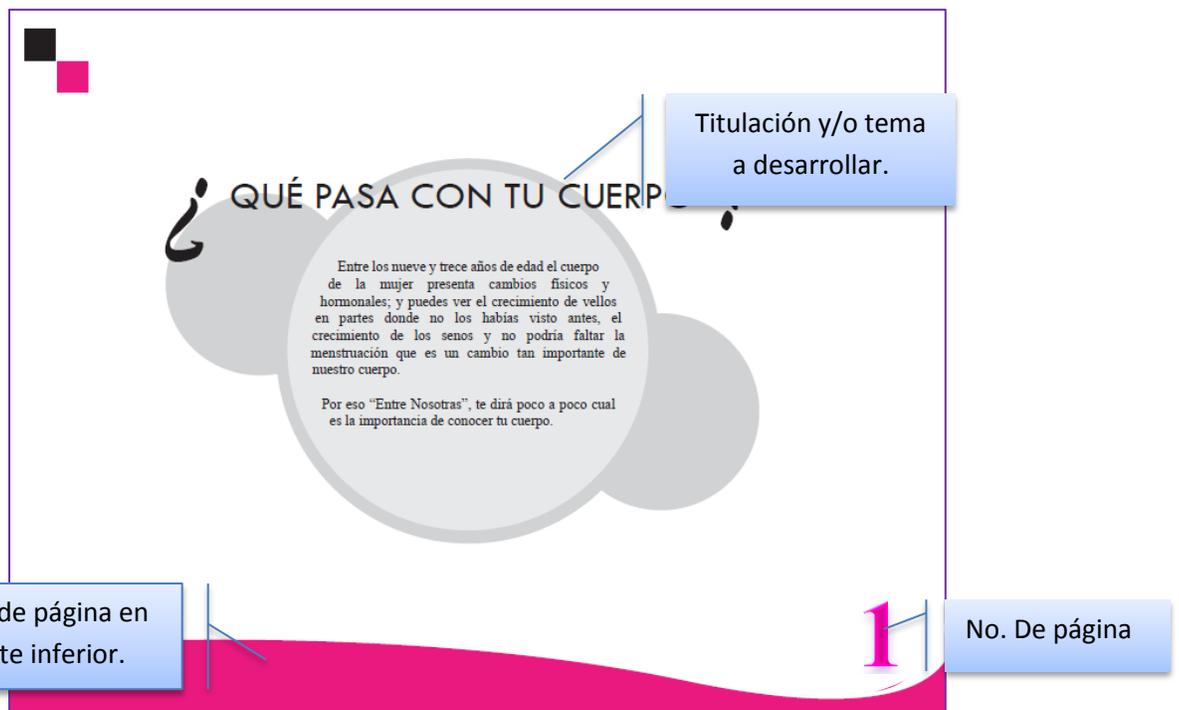
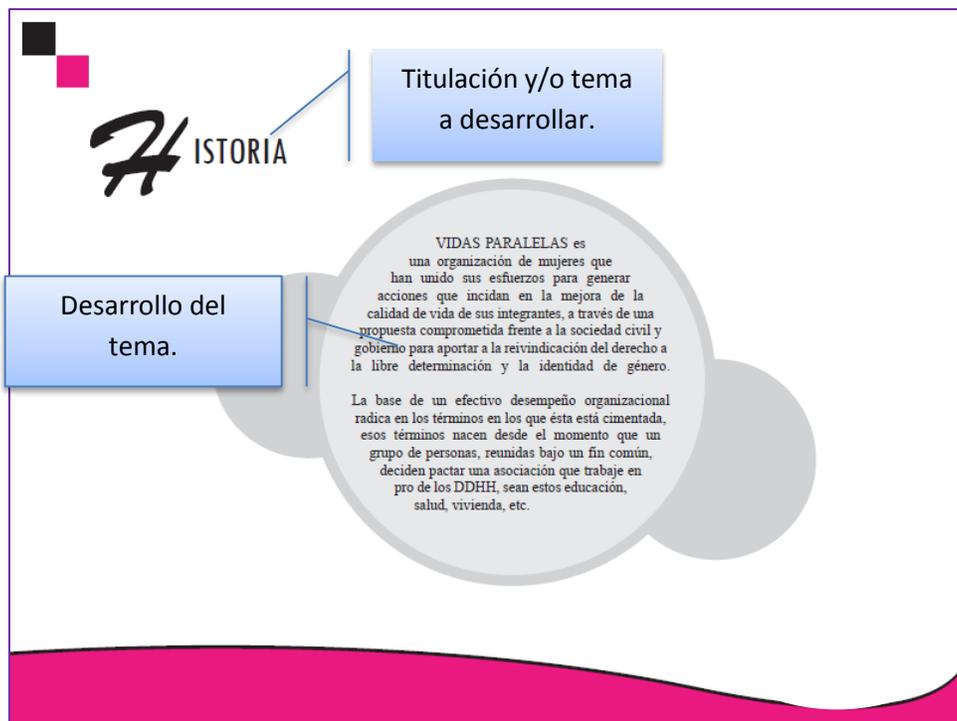


Fuente de la imagen y/o ilustración

Diseño de página en la parte inferior.

## Propuesta 2 Opción Digital

### Páginas interiores del libro digital para asociación Vidas Paralelas



## 7.4 Propuesta Preliminar

### Justificación propuesta 1

#### Imágenes

##### 1. Logotipo de la asociación Vidas Paralelas



2. Se realizó la ilustración de la silueta de una fémina, ya que el libro digital va dirigido a mujeres, quienes tienen el interés de aprender sobre su sexualidad.



##### 3. Colores

Los colores utilizados en esta propuesta son RGB; se utilizará los colores de la asociación Vidas Paralelas como colores institucionales.

Gris: R: 192 G: 192 B: 192

Morado: R: 229 G: 26 B: 79

Blanco: R: 255 G: 255 B: 255

Rosado: R: 247 G: 191 B: 190

##### Tipografía

La tipografía a utilizar en título Baskerville Old Face, así mismo se utilizará la tipografía Times New Romans en el desarrollo de cada tema.

## Justificación de Propuesta 2

### Imágenes

#### 1. Logotipo de la organización



El logotipo de la organización deberá estar presente ya que va dirigido a féminas que acuden a la misma entidad por lo cual deberá ser identificado.

#### 2. Ilustración

Se realizó la ilustración de siluetas de dos féminas, con el fin de simbolizar una comunicación entre las mimas; ya que el libro digital va dirigido a mujeres, quienes tienen el interés de aprender sobre su sexualidad.



#### 3. Color

Los colores utilizados en esta propuesta son RGB, se utilizará los colores de la bandera de la diversidad sexual según representa a la asociación Vidas Paralelas.

Rosado: R: 247 G: 191 B: 190

Negro: R: 0 G: 0 B: 0

Gris: R: 192 G: 192 B: 192

### Tipografía

La tipografía a utilizar en título y subtítulo será Brush Script MT Italic y Tw Cen MT Condensed, así mismo se utilizará la tipografía Times New Romans en el desarrollo de cada tema.

**Propuesta 1 Portada del Libro Digital para asociación Vidas Paralelas**



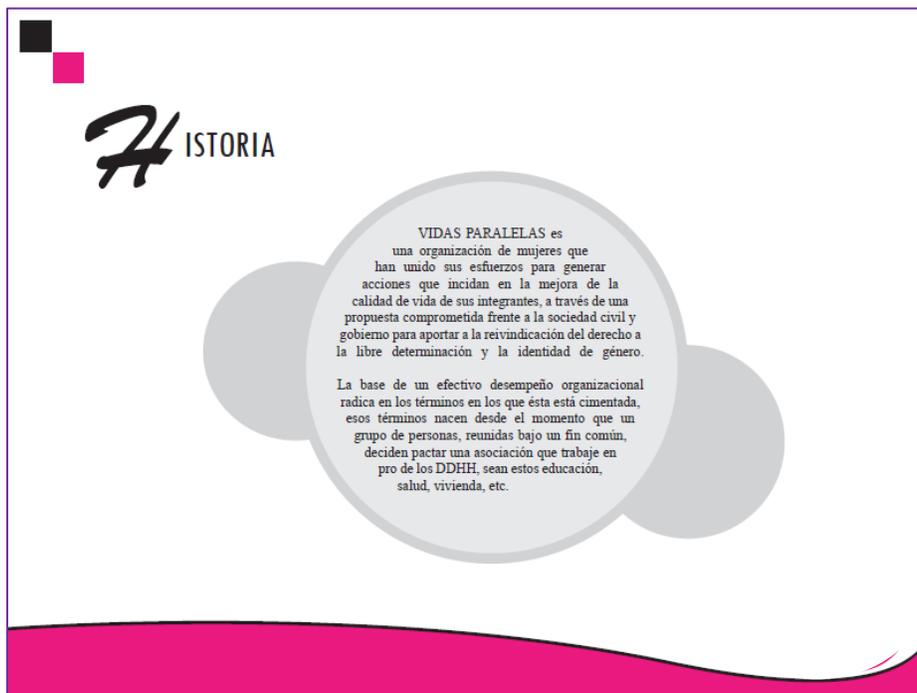
**Propuesta 2 Portada del Libro Digital para asociación Vidas Paralelas**



## Propuesta 1 Páginas Interiores del Libro Digital para asociación Vidas Paralelas



## Propuesta 2 Páginas Interiores del Libro Digital para asociación Vidas Paralelas





# Capítulo VIII

## Capítulo VIII: Validación Técnica

### 8.1 Población y Muestreo

Se realizaron 2 propuestas gráficas, con las cuales se realizó la pre-validación con el cliente (Ingeniera Andrea De León, Representante legal de Vidas Paralelas), quien después consultar con la junta directiva de la asociación. Indicó cual fue la propuesta que tenía mayor relación con la asociación, así mismo la licenciada Claudia Quiñonez confirmó algunos cambios necesarios antes de la validación técnica final.

### PROPUESTA ELEGIDA Y APROBADA POR EL CLIENTE

Antes de la pre-validación con el cliente

**Portada y páginas interiores del libro digital para asociación Vidas Paralelas**



# VISITA AL GINECÓLOGO

La primera visita al ginecólogo puede despertar en tí miedos y dudas pero ten en cuenta que tiene una importancia fundamental para tu salud, física y la reproducción.

¿Cuándo se debe de ir?

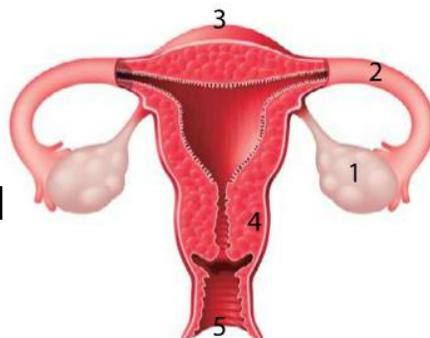
En la mayoría de casos la primera visita al ginecólogo es cuando se da comienzo a las relaciones sexuales, aquí se debe de tener un control ya que se pueden presentar infecciones o algunas alteraciones en el sistema genital de la mujer.

¿Cuál es el objetivo del examen?

El objetivo del examen es descubrir en las mamas o en el útero pequeñas alteraciones, en principio sin importancia, pero que de no tratarse pueden llegar a transformarse en un tumor. La visita al ginecólogo periódicas pueden prevenir riesgos de enfermedades.

¿Cuándo se debe de ir?

En la mayoría de casos la primera visita al ginecólogo es cuando se da comienzo a las relaciones sexuales, aquí se debe de tener un control ya que se pueden presentar infecciones.



- 1 Ovario
- 2 Trompas de falopio
- 3 Útero
- 4 Cuello uterino
- 5 Vagina



## DESPUÉS DE LA PREVALIDACIÓN CON EL CLIENTE

**(No se realizaron cambios en la portada y páginas interiores)**

Después de realizar la pre-validación y la elaboración final del Libro Digital sobre la Educación Sexual para la Asociación Vidas Paralelas de Quetzaltenango para las Fémimas, se procedió a realizar la validación técnica final, con la cual se pretende evaluar la funcionalidad y aceptación del mismo.

**Por lo cual se implementó un instrumento de validación enfocado en tres áreas de la comunicación y diseño.**

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

**Con los cuales se pretende:**

- Confirmar el cumplimiento respecto de los objetivos planteados del proyecto.
- Verificar la diagramación de los elementos del diseño utilizados.
- Comprobar que el libro digital cumpla con las características de legibilidad, práctico, facilidad de navegación por el contenido, facilidad de entender y concientizar a la población en relación al tema.

Para validar el proyecto fue necesario recopilar conocimientos, opiniones y criterios de tres grupos de personas.

<b>Doctores (Psicología/Sexología/Medico General)</b>	<b>03</b>
<b>Especialistas en comunicación y diseño</b>	<b>03</b>
<b>Ejecutivos de la Asociación (Cliente)</b>	<b>03</b>
<b>Grupo Objetivo</b>	<b>36</b>

En total fueron 45 personas encuestadas, quienes conformaban el grupo objetivo.

Con esto se pretende instaurar parámetros de referencia del proyecto, así como el cumplimiento de los objetivos establecidos, así como los posibles cambios que ayudarían a mejorar la propuesta final del proyecto.

## 8.2 Métodos e instrumentos

Para validar el proyecto fue necesario tener el apoyo de una herramienta para investigar la cual permitirá reunir suficiente información sobre la funcionalidad del Libro Digital, el cual se utilizará en la asociación Vidas Paralelas y de esta forma se pudiera verificar el alcance de los objetivos planteados.

Se tomó un instrumento investigativo para la recolección de información al momento de recaudar información y tabular datos.

La encuesta es un instrumento que responde a los resultados de la evaluación del rendimiento objetivo, semiológico y operativo del libro digital.

La encuesta está conformada por trece preguntas, las cuales están agrupadas en tres áreas fundamentales para la elaboración del libro. (VER ANEXO)

La parte objetiva: responde al objetivo general y específicos del proyecto, además de objetivos propuestos en el área de la comunicación y diseño.

La parte semiológica: constituida por el conjunto de elementos visuales interactivos que transmiten mensajes y la idea del concepto creativo como: Tipografía, Color, forma.

La parte operativa: que cumple con los objetivos de aprendizaje y educativo del usuario, entre ellos:

- **Legibilidad de información**
- **Aprendizaje de la información**
- **Uso práctico del libro**

El libro digital, es un documento que reúne información relacionada con temas de la educación sexual, con el fin de instruir y educar a féminas de la asociación y a personas que asisten a la misma, para que puedan entender las necesidades y que deben de tener en relación a su cuerpo y salud.

El libro tiene como objetivo dar a conocer temas relacionados con la educación sexual, con el fin de que las féminas de la asociación logren comprender estos temas y ponerlos en práctica. El objetivo es que sea utilizado y visto por las féminas que pertenecen a la asociación Vidas Paralelas, por lo tanto debe de ser sencillo, simple, práctico y claro en redacción, uso de tipografía, color y gráficos.

## Para la validación de instrumento se utilizó: La Encuesta

Según el diccionario de la Real Academia Española, define la palabra “*Encuesta*” como:

(Del fr. *enquête*).

1. f. Averiguación o pesquisa.
2. f. Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.

Existen cuatro grandes etapas en el trabajo con encuestas:

- **Definir el objetivo de la encuesta:**
  - **La formulación de la encuesta:**
  - **Trabajo de campo:**
  - **Resultados:**
1. **Definir el objeto de la encuesta:** al formular con precisión los objetivos a conseguir, delimitar el problema a investigar, eliminar lo superfluo y centrarse en el contenido de la encuesta, delimitar, si es posible, las variables intervinientes y diseñar la muestra. Se incluye la forma de presentación de resultados así como los costos de la investigación.
  2. **La formulación del cuestionario:** es fundamental en el desarrollo de una investigación, debiendo ser realizado meticulosamente y comprobado antes de pasarla a la muestra representativa de la población.
  3. **El trabajo de campo:** que consiste en la obtención de los datos.
  4. **Obtener los resultados:** Es decir, procesar, codificar y tabular los datos obtenidos para que luego sean presentados en el informe y que sirvan para posteriores análisis.

Las encuestas se pueden clasificar según el ámbito que abarcan, a la forma de obtener los datos y al contenido, de la siguiente manera:

\* **Encuestas exhaustivas y parciales:** Se denomina exhaustiva cuando abarca a todas las unidades estadísticas que componen el colectivo, universo, población o conjunto estudiado. Cuando una encuesta no es exhaustiva, se denomina parcial.

\* **Encuestas directas e indirectas:** Una encuesta es directa cuando la unidad estadística se observa a través de la investigación propuesta registradora en el cuestionario. Será indirecta cuando los datos obtenidos no corresponden al objetivo principal de la encuesta y pretender averiguar algo distinto o bien son deducidos de los resultados de anteriores investigaciones estadísticas.

\* **Encuestas sobre hechos y encuestas de opinión:** Las encuestas de opinión tienen por objetivo averiguar lo que el público en general piensa acerca de una determinada materia o lo que considera debe hacerse en una circunstancia concreta. Las encuestas sobre hechos se realizan sobre acontecimientos ya ocurridos, hechos materiales.

Como los cuestionarios están formados por preguntas, se dice que éstas deben ser excluyentes y exhaustivas, lo que se refiere a que una pregunta no produzca dos respuestas y, simultáneamente, tenga respuesta. (A cada pregunta le corresponde una pregunta y sólo una respuesta.)

Una manera de clasificar a las preguntas es por la forma de su respuesta:

\* **Preguntas cerradas:** consiste en proporcionar al sujeto observado una serie de opciones para que escoja una como respuesta. Tienen la ventaja de que pueden ser procesadas más fácilmente y su codificación se facilita; pero también tienen la desventaja de que si están mal diseñadas las opciones, el sujeto encuestado no encontrará la opción que él desearía y la información se viciaría.

Una forma de evitar esto es realizar primero un estudio piloto y así obtener las posibles opciones para las respuestas de una manera más confiable. También se consideran cerradas las preguntas que contienen una lista de preferencias u ordenación de opciones, que consiste en proporcionar una lista de opciones al encuestado y éste las ordenará de acuerdo a sus intereses, gustos, etc.

\* **Preguntas abiertas:** consisten en dejar totalmente libre al sujeto observado para expresarse, según convenga. Tiene la ventaja de proporcionar una mayor riqueza en las respuestas; mas, por lo mismo, puede llegar a complicar el proceso de tratamiento y codificación de la información. Una posible manera de manipular las preguntas abiertas es llevando a cabo un proceso de categorización, el cual consiste en estudiar el total de respuestas abiertas obtenidas y clasificarlas en categorías de tal forma que respuestas semejantes entre sí queden en la misma categoría.

Las preguntas pueden ser clasificadas también de acuerdo a la función que cumplen en el cuestionario

\* **Filtro:** se utilizan mucho en los cuestionarios para eliminar aquellas personas que no les afecten determinadas preguntas, es decir que marcan la realización o no de preguntas posteriores.

\* **Batería:** todas las preguntas tratan sobre un mismo tema y siempre deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería se inicia por las más sencillas y luego las más complejas. Esto se denomina "embudo de preguntas".

\* **De control:** se utilizan para comprobar la veracidad de las respuestas de los encuestados y normalmente lo que se hace en estos casos es colocar la misma pregunta pero redactada de forma distinta en lugares separados una de la otra.

\* **Amortiguadoras:** se refieren a que cuando estamos preguntando temas escabrosos o pensamos que serán reticentes a contestar, hay que preguntar de manera sutil la pregunta y no de modo brusco y directo.

Otra clasificación posible es de acuerdo a los contenidos:

**Identificación:** sitúan las condiciones en la estructura social. Ej. Edad, sexo, profesión.

**Acción:** tratan sobre las acciones de los entrevistados. Ej. ¿Va al cine? ¿fuma?

**Intención:** indagan sobre las intenciones de los encuestados. Ej. ¿Va a votar?

**Opinión:** tratan sobre la opinión encuestados sobre determinados temas. Ej. ¿Qué piensa de?

**Información:** analizan el grado de conocimiento de los encuestados sobre determinados temas.

**Motivos:** tratan de saber el porqué de determinadas opiniones o actos.

Hay 4 formas de aplicar un instrumento:

1. **Aplicación dirigida:** es aquella en la que el encargado debe estar presente mientras el encuestado o grupo de encuestados responden por escrito el instrumento.
2. **Aplicación mediante entrevista:** es aquella en la que un encuestador debe aplicar oralmente el instrumento a los examinados de manera individual. En estos casos no siempre se exige un contacto cara a cara, pueden realizarse cuestionarios telefónicos, cuyos costos son menores, pero tiene el inconveniente de que no se puede controlar a la persona que responde.
3. **Auto aplicación:** es aquella que no requiere de la presencia del encargado. En estos casos él entrega el instrumento y se revisa en el momento en que éste le es devuelto. Una de las más comunes son las encuestas por correo que si bien es un método económico, tiene el inconveniente de un índice de respuesta bajo.
4. **Observación:** en este caso el encargado es quien contesta algunas preguntas en función de lo que observa.

## **Metodologías:**

**Telefónica:** Las entrevistas telefónicas son menos costosas, pero tienen sesgos porque sólo se incluye a quienes disponen del servicio.

**Por correo:** carecen de interacción y la gente las contesta poco.

**Cara a Cara:** tienen el más alto porcentaje de respuestas y permiten controlar el grado de sinceridad, pero son las más costosas y exigen cualidades y entrenamiento del entrevistador. Pueden hacerse en la calle o en el domicilio, sin embargo, se dificultan en la calle porque muchos se niegan a detenerse. Las más representativas son las domiciliarias.

**Vía Internet:** se han ido tornando cada vez más populares, pero son complejas, en gran parte, por la dificultad del acceso a Internet de ciertos sectores en algunos países.

## **¿Para qué son las encuestas?**

- \* Generar descripciones de la sociedad
- \* Detectar cambios sociales
- \* Fotografiar la realidad de un momento
- \* Planificar estrategias de acción
- \* Legitimar decisiones
- \* Escuchar a la comunidad
- \* Generar participación ciudadana

## **Escala de Likert**

En la mayoría de las investigaciones, cuando se evalúan actitudes y opiniones, se suele utilizar la escala de Likert. Esta escala se difundió ampliamente por su rapidez y sencillez de aplicación, desde su desarrollo en 1932. Su aplicación ha tenido un crecimiento exponencial a lo largo de los años y en la actualidad, luego de 77 años, continúa siendo la escala preferida de casi todos los investigadores.

La escala de Likert es de nivel ordinal y se caracteriza por ubicar una serie de frases seleccionadas en una escala con grados de acuerdo/desacuerdo. Estas frases, a las que es sometido el entrevistado, están organizadas en baterías y tienen un mismo esquema de reacción, permiten que el entrevistado aprenda rápidamente el sistema de respuestas.

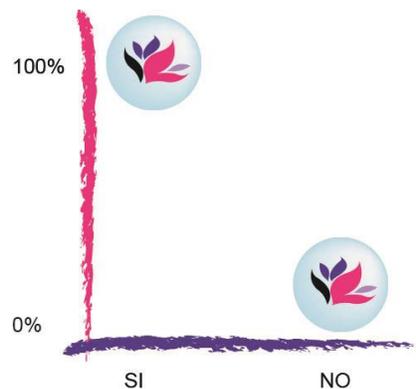
La principal ventaja que tiene es que todos los sujetos coinciden y comparten el orden de las expresiones. Esto se debe a que el mismo Likert (psicólogo creador de esta escala) procuró dotar a los grados de la escala con una relación de muy fácil comprensión para el entrevistado.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

A continuación se presentaran las gráficas con los resultados, a través de la tabulación e interpretación de los mismos.

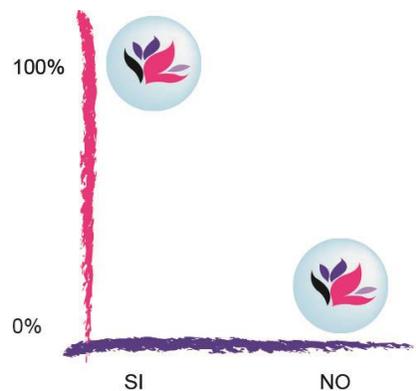
#### Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario implementar el diseño de un libro digital con el fin de dar a conocer educar a las mujeres en temas relacionados a su sexualidad?



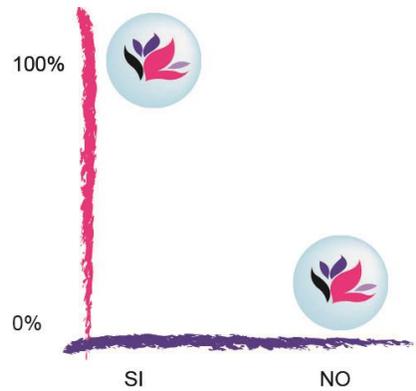
El 100% de la población considera que sí es necesaria la elaboración de un libro digital para la asociación quetzalteca Vidas Paralelas, sobre el tema de la educación sexual. Todos los encuestados respondieron afirmativamente a la pregunta, lo que confirma la realización del proyecto.

2. ¿Considera importante investigar toda la información relevante relacionada al diseño e ilustración de libros digitales para integrarlo en el proyecto?



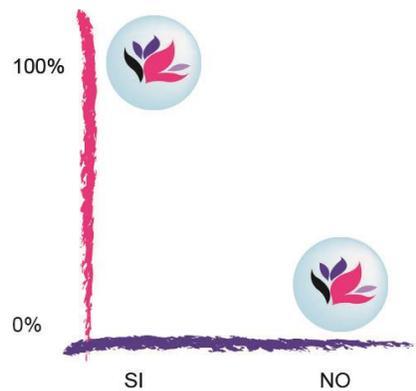
El 100% de la población encuestada, considera que es necesario recopilar la información relacionada a las teorías que sustentan el proyecto para poder realizar el proyecto

3. ¿Considera importante recopilar todos los datos necesarios e importantes de los temas relacionados a la sexualidad femenina para integrarlos en el libro digital?



El 100% de la población considera que es necesario investigar toda la información relacionada al tema de la sexualidad femenina y desarrollar el proyecto de forma eficaz.

4. ¿considera importante incluir ilustraciones para que haya una mejor comprensión de cada tema?



El 100% de la población encuestada considera importante incluir ilustraciones en el libro digital para facilitar la comprensión de los temas.

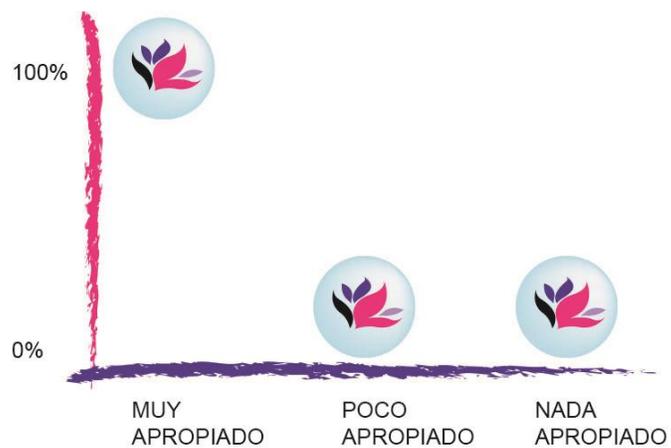
## Parte Semiológica

5. ¿según su criterio los colores utilizados en el libro digital son?



El 100% de la población opina que los colores utilizados son adecuados para el libro digital.

6. ¿La diagramación utilizada en el libro digital es?



El 100% de la población opina que la diagramación es apropiada para el libro digital.

7. ¿Según su criterio la tipografía del libro digital es adecuada y entendible?



El 100% de la población opina que la tipografía utilizada en el libro digital es adecuada y entendible.

8. ¿Según su criterio las ilustraciones utilizadas en el libro digital son?



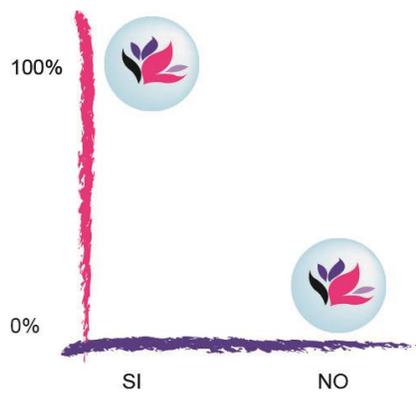
El 100% de la población opina que las ilustraciones son muy relacionadas al tema en el libro digital.

9. ¿Según su opinión el libro digital muestra información necesaria para comprender el tema de forma?



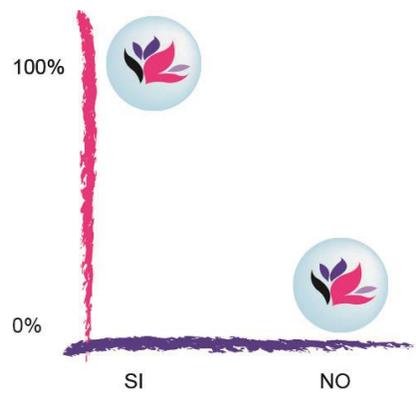
El 100% de la población opina que la información es fácil de comprender y entender.

10. ¿Según su opinión es agradable la distribución y tamaño de los elementos dentro del libro digital?



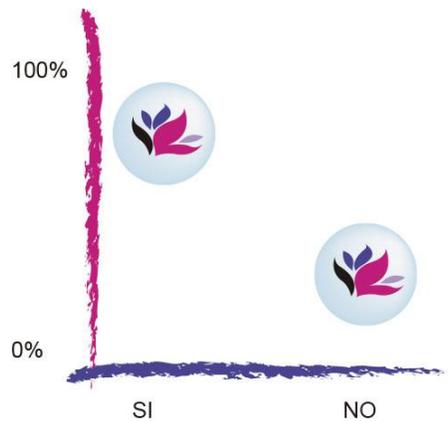
El 100% de la población opina que la distribución y el tamaño de los elementos es agradable dentro del libro digital.

11. ¿Según su opinión el lenguaje utilizado en la descripción sobre la educación sexual de cada tema facilita su comprensión?



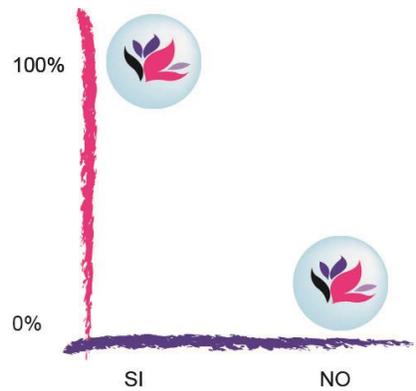
El 100% de la población opinó que el lenguaje utilizado en la descripción sobre la educación sexual si facilita su comprensión.

12. ¿La navegación dentro del contenido del libro digital es amigable y fácil de leer?



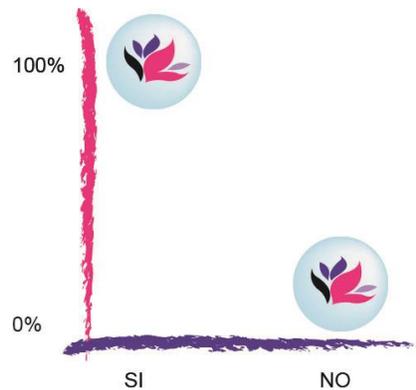
El 96% de la población opinó que la navegación dentro del contenido del libro digital es amigable y fácil de leer, mientras el 4% opinó lo contrario.

13. ¿Considera que los temas sobre sexualidad que se exponen en el libro digital es Suficiente?



El 100% de la población opino que los temas sobre sexualidad expuestos en el libro digital son suficientes para el libro digital.

14. ¿Considera que con este material se disminuirá la desinformación que tienen las féminas sobre su sexualidad?



El 100% de la población opino que el material expuesto en el libro digital disminuirá la desinformación que tienen las féminas sobre su sexualidad.

#### **8.4 Cambios en base a los resultados**

En la validación del libro digital, (Ilustración, diagramación, colores utilizados, navegación dentro del libro, tipografía e información) la mayoría de la población opino satisfactoriamente, por lo tanto no se realizaron cambios al diseño de la propuesta.



# Capítulo IX

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

En base a la solicitud del cliente, se elaboró un libro digital para presentarlo como proyecto de graduación, el cual se titula:

*“Diseñar un libro digital dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad, preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en todas las etapas de su vida, para la Asociación Vidas Paralelas. Quetzaltenango, Guatemala”*

El presente documento contiene las siguientes especificaciones:

1. El libro digital cuenta con 42 páginas, incluyendo portada y contraportada.
2. Es una herramienta educativa con temas sobre educación sexual para féminas.
3. Su resolución es de 800x600 pixeles, la cual es apta para su visualización en cualquier computador.

### Justificación:

#### Isotipo

Se utilizó el isotipo de la asociación Vidas Paralelas en la portada del proyecto.

#### Colores

Los colores utilizados en la propuesta son los siguientes: Rosado, Gris, Lila y Morado; el rosado se utilizó en la portada y contraportada del libro digital, los demás colores mencionados fueron utilizados dentro de la diagramación del libro digital.

#### Tonos RGB



## Tipografía

En el tema del Libro “Entre Nosotras” se utilizó la tipografía SketchFlow Print, ya que es una tipografía que se relaciona con la temática del libro.

Se utilizó la tipografía Baskerville Old Face para la titulación y Times New Romans para los demás bloques de textos, son ideales para la lectura ya que son de espaciosa y grandes.

### **Baskerville Old Face**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

### **Times New Romans**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

De acuerdo al grupo objetivo a quien va dirigido el libro digital, es adecuada la tipografía geométrica ya que es parecida al trazo o escritura de una persona, lo que hace fácil su legibilidad y entendimiento.

**Libro Digital  
Entre Nosotras**

Portada del libro digital para asociación Vidas Paralelas





# HISTORIA

VIDAS PARALELAS es una organización de mujeres que han unido sus esfuerzos para generar acciones que incidan en la mejora de la calidad de vida de sus integrantes, a través de una propuesta comprometida frente a la sociedad civil y gobierno para aportar a la reivindicación del derecho a la libre determinación y la identidad de género.

La base de un efectivo desempeño organizacional radica en los términos en los que ésta está cimentada, esos términos nacen desde el momento que un grupo de personas, reunidas bajo un fin común, deciden pactar una asociación que trabaje en pro de los DDHH, sean estos educación, salud, vivienda, etc.





**M**ISIÒN Mejorar el acceso a oportunidades de personas de la diversidad sexual, facilitando y promover la igualdad.

Vidas Paralelas busca ser una Asociación referente a la diversidad sexual para el logro de una sociedad en igualdad.

**V**ISIÒN





# INDICE

*Capítulo 1*  
*¿Qué pasa con tu cuerpo?*



*Capítulo 3*  
*¿Qué es un ITS?*



*Capítulo 2*  
*Métodos Anticonceptivos*





*Capitulo 1*  
*¿Qué pasa con tu cuerpo?*





# ¿QUÉ PASA CON TU CUERPO?



Entre los nueve y trece años de edad el cuerpo de la mujer presenta cambios físicos y hormonales; y puedes ver el crecimiento de vellos en partes donde no los habías visto antes, el crecimiento de los senos y no podría faltar la menstruación que es un cambio tan importante de nuestro cuerpo.

Por eso “Entre Nosotras”, te dirá poco a poco cual es la importancia de conocer tu cuerpo.





# LOS SENOS

El estrógeno juega un papel importante en el desarrollo de los senos durante la pubertad y el embarazo junto con otra hormona llamada progesterona.

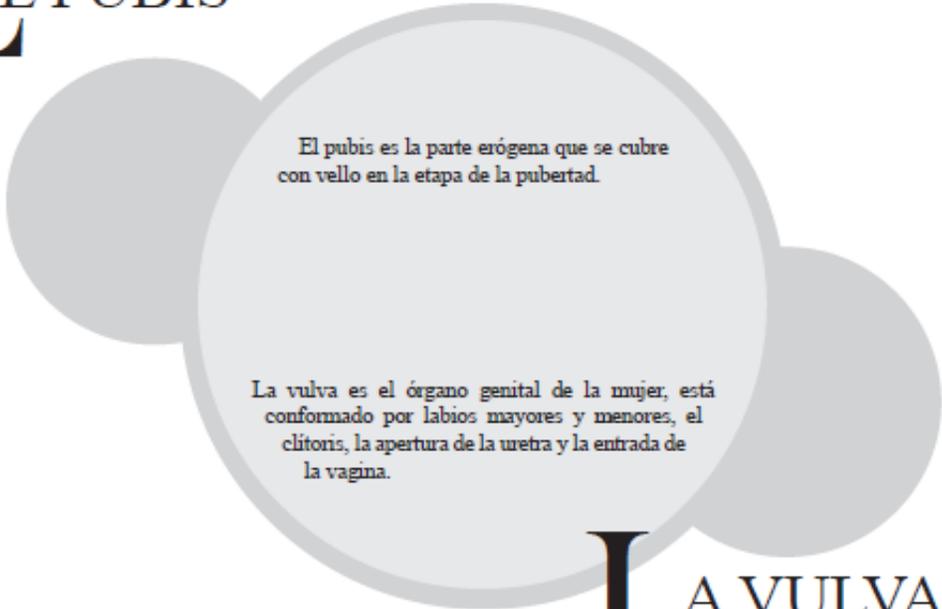
Ambas se encargan de enviar señales al cuerpo para producir la maduración de los tejidos mamarios, los conductos y las glándulas.

El estrógeno también juega otros papeles en el cuerpo femenino que afectan el útero, el ciclo menstrual, los huesos, los músculos y algunas funciones del hígado y del cerebro.





# EL PUBIS



El pubis es la parte erógena que se cubre con vello en la etapa de la pubertad.



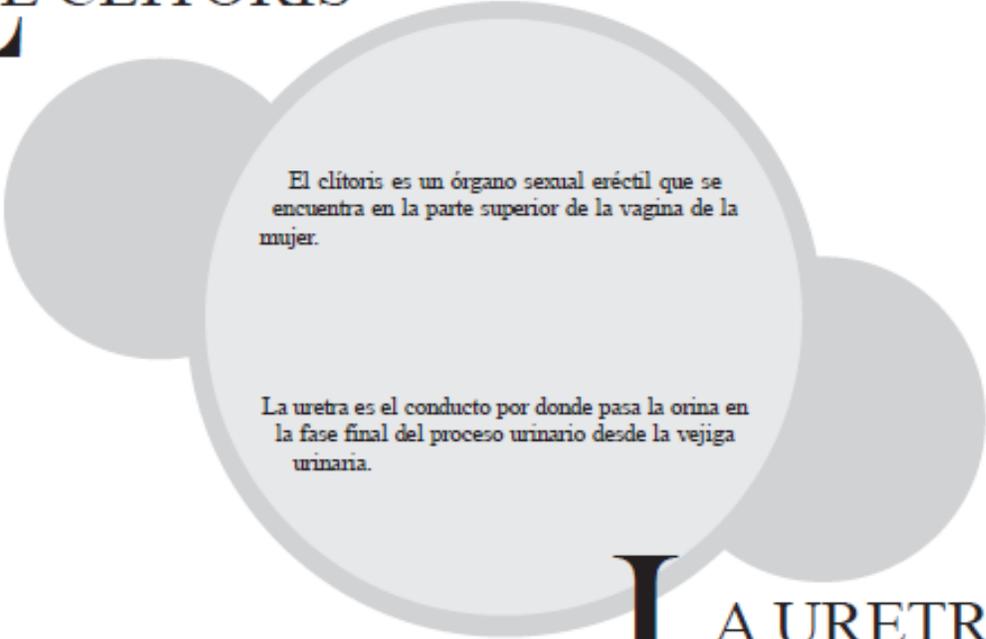
La vulva es el órgano genital de la mujer, está conformado por labios mayores y menores, el clitoris, la apertura de la uretra y la entrada de la vagina.

# LA VULVA





# EL CLITORIS



El clitoris es un órgano sexual eréctil que se encuentra en la parte superior de la vagina de la mujer.

La uretra es el conducto por donde pasa la orina en la fase final del proceso urinario desde la vejiga urinaria.

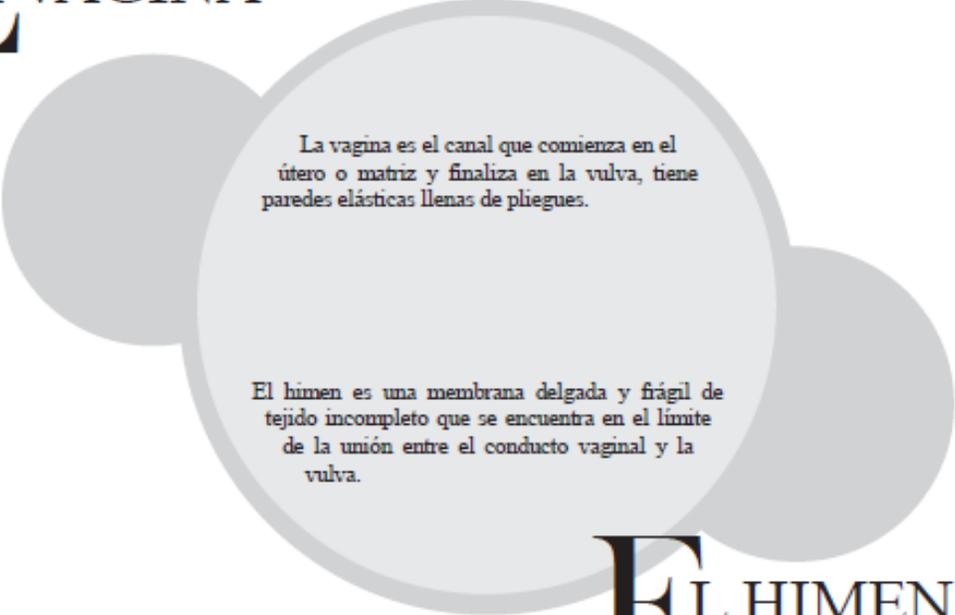


# LA URETRA





# LA VAGINA



La vagina es el canal que comienza en el útero o matriz y finaliza en la vulva, tiene paredes elásticas llenas de pliegues.



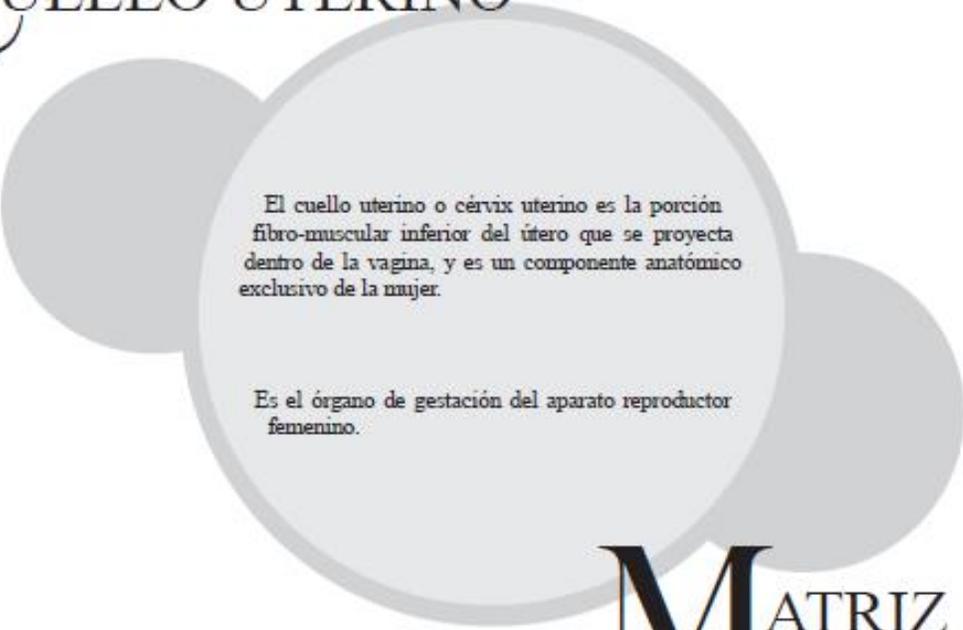
El himen es una membrana delgada y frágil de tejido incompleto que se encuentra en el límite de la unión entre el conducto vaginal y la vulva.

# EL HIMEN





# CUELLO UTERINO



El cuello uterino o cérvix uterino es la porción fibro-muscular inferior del útero que se proyecta dentro de la vagina, y es un componente anatómico exclusivo de la mujer.

Es el órgano de gestación del aparato reproductor femenino.

# MATRIZ





# TROMPAS DE FALOPIO

Son unos tubos flexibles que comunican la parte superior del útero y se acercan mucho a cada uno de los ovarios, cada mes se encargan de transportar el óvulo liberado hacia la matriz después de la ovulación.



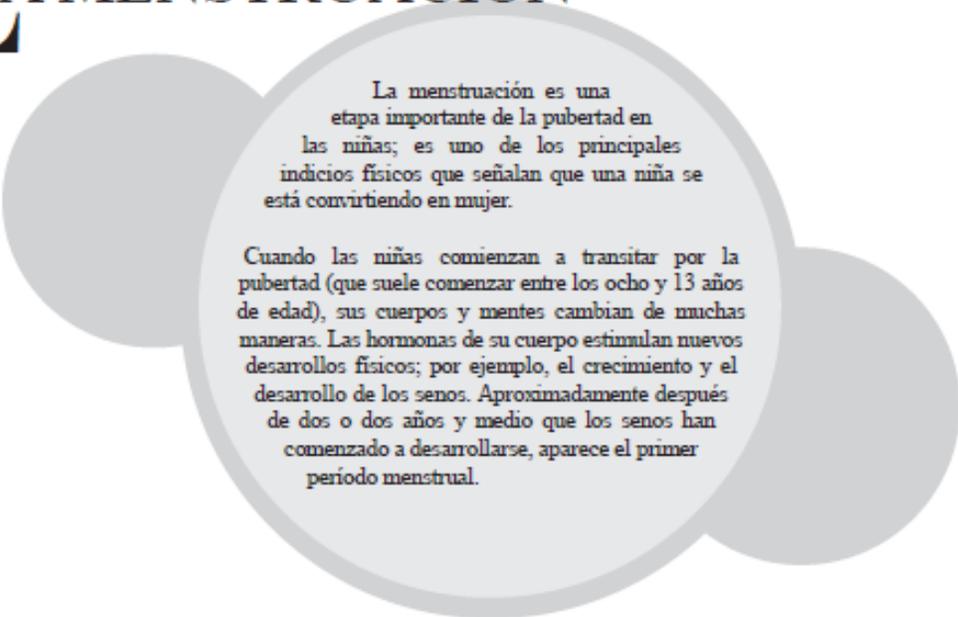
Los ovarios son las glándulas sexuales femeninas. La mujer tiene dos ovarios, que se encuentran en la parte baja del abdomen, son del tamaño y forma de una almendra y están situados a ambos lados del útero. Son los encargados de producir las hormonas femeninas que aseguran el adecuado funcionamiento de todos los órganos sexuales.

# LOS OVARIOS





# L A MENSTRUACIÓN



La menstruación es una etapa importante de la pubertad en las niñas; es uno de los principales indicios físicos que señalan que una niña se está convirtiendo en mujer.



Cuando las niñas comienzan a transitar por la pubertad (que suele comenzar entre los ocho y 13 años de edad), sus cuerpos y mentes cambian de muchas maneras. Las hormonas de su cuerpo estimulan nuevos desarrollos físicos; por ejemplo, el crecimiento y el desarrollo de los senos. Aproximadamente después de dos o dos años y medio que los senos han comenzado a desarrollarse, aparece el primer período menstrual.





# LOS CUIDADOS DE UNA MUJER



Algo que debemos hacer y saber desde pequeñas es la forma de limpiarse el área genital. Cuando se va al baño hay que hacerlo de adelante hacia atrás, para evitar que las bacterias vayan del ano a la vagina y evitar alguna infección vaginal. Otro dato con la higiene es, al bañarse, recordarse de lavar con agua y jabón neutral, entre labios mayores y menores, para quitar el esmegma (la grasa que se acumula durante el día); porque el dejarla ahí puede causar una infección. Lo que no se debe hacer es el limpiar dentro en la vagina, ahí no se debe introducir jabón o agua, esta se limpia sola.

No es necesario el usar duchas vaginales si no son recetadas por doctor



Cuando se tiene una vida sexual activa, se agregan otros datos y cuidados para la salud: Primero es consultar al médico acerca de cuál es el mejor método anticonceptivo. No es bueno auto medicarse, por los efectos secundarios que provocan. Lo ideal es que el doctor diga cuál es el mejor, para el estilo de vida, frecuencia, preferencia, religión y acceso económico. Otro detalle con la parte médica es realizarse el examen de papanicolaou por lo menos una vez al año. Esto para detectar cualquier problema o infección en la vagina. De esta forma también se podrá tener un buen historial médico para cuando desee tener hijos y también para evitar las consecuencias que se complique el parto con una infección.





# C TOALLAS SANITARIAS O TAMPONES ?



Toda mujer puede tener gustos variables, por lo que algunas mujeres podrán usar solo toallas, otras tampones o una combinación de ambas, es cuestión de gusto y comodidad.

¿Cada cuánto?

Necesitarás cambio de toallas según tu flujo, aproximadamente hay que cambiarlas cada tres o cuatro horas para impedir manchas en la ropa o sentirte con mal olor.





# ¿QUÉ SON LOS TAMPONES?



El tampón es un tubo de algodón comprimido que se inserta dentro de la vagina para la protección interna y asimismo se deberá extraer con ayuda de un cordón que trae.





# VISITA AL GINECÓLOGO



La primera visita al ginecólogo puede despertar en tí miedos y dudas pero ten en cuenta que tiene una importancia fundamental para tu salud, física y la reproducción.

¿Cuándo se debe de ir?

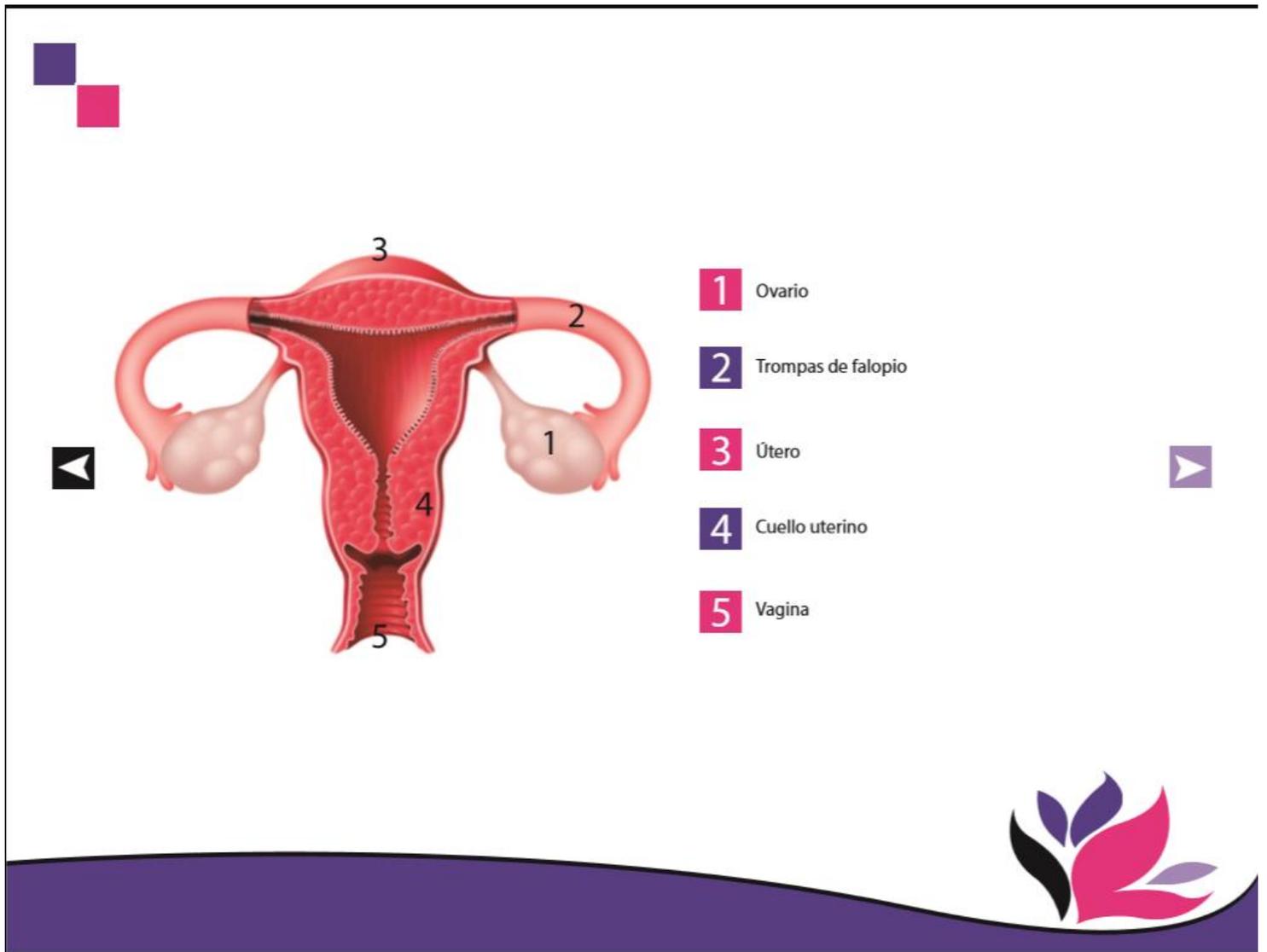
En la mayoría de casos la primera visita al ginecólogo es cuando se da comienzo a las relaciones sexuales, aquí se debe de tener un control ya que se pueden presentar infecciones o algunas alteraciones en el sistema genital de la mujer.

¿Cuál es el objetivo del examen?

El objetivo del examen es descubrir en las mamas o en el útero pequeñas alteraciones, en principio sin importancia, pero que de no tratarse pueden llegar a transformarse en un tumor.

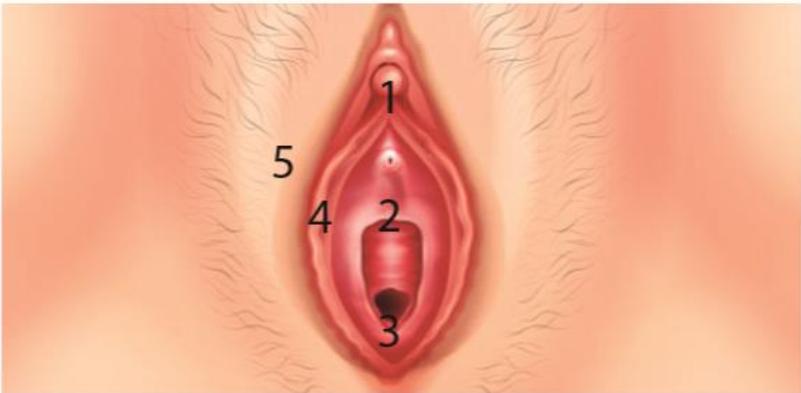
La visita al ginecólogo periódicas pueden prevenir riesgos de enfermedades.







- 1** Clitoris
- 2** La uretra
- 3** Vagina
- 4** Labio menos
- 5** Labio mayor





*Capítulo 2*  
*Métodos Anticonceptivos*





# MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS

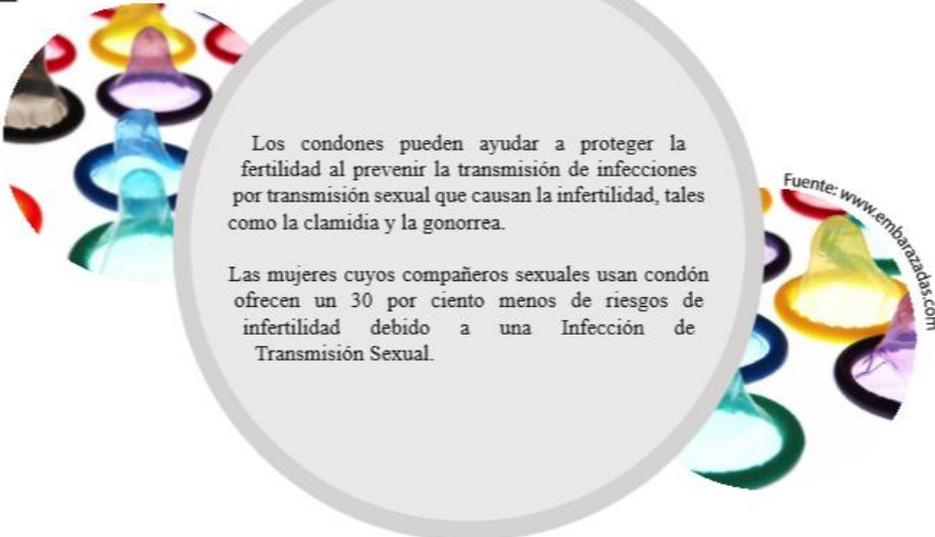
Los anticonceptivos evitan el embarazo no deseado y infecciones de transmisión sexual (ITS).

El mejor anticonceptivo es aquel que se adecúa a las necesidades de cada pareja, existen múltiples opciones.





# EL CONDÓN MASCULINO



Los condones pueden ayudar a proteger la fertilidad al prevenir la transmisión de infecciones por transmisión sexual que causan la infertilidad, tales como la clamidia y la gonorrea.

Las mujeres cuyos compañeros sexuales usan condón ofrecen un 30 por ciento menos de riesgos de infertilidad debido a una Infección de Transmisión Sexual.

Fuente: [www.embarazadas.com](http://www.embarazadas.com)





---

# V

## VENTAJAS

- 
- Los centros de salud los distribuyen sin costo.
  - No ponen en riesgo la fertilidad.
  - Al dejar de usarlo la fertilidad se restaura inmediatamente.

- 
- Pueden no ser tan eficaces como otros métodos si no se saben usar o si no se usan en cada acto sexual.
  - Requieren de cuidado al almacenarlos y al usarlos pues puede sufrir rasgaduras y perder eficacia.
  - Requiere de acuerdo y disciplina de ambas partes de los miembros de la pareja.
  - Los condones pueden romperse, rasgarse o quitarse durante el uso.
  - Puede causar una reacción alérgica.

# D

## DESVENTAJAS



# EL CONDÓN FEMENINO



El condón femenino es una funda delgada que se ajusta a las paredes de la vagina y cubre el cuello uterino y se puede llevar puesto hasta por ocho horas.



The infographic is titled 'VENTAJAS' (Advantages) and 'DESVENTAJAS' (Disadvantages). It features two large, overlapping light gray circles. The left circle contains three bullet points under the heading 'VENTAJAS'. The right circle contains four bullet points under the heading 'DESVENTAJAS'. The page is decorated with a purple and pink square graphic in the top left, a purple square with a white arrow in the middle right, and a stylized leaf logo in the bottom right. A purple wavy border is at the bottom.

# VENTAJAS

- Protege contra la mayoría de enfermedades de transmisión sexual o enfermedades venéreas.
- Puede ofrecer un grado de protección contra el papiloma virus humano.
- Este método no presenta ningún riesgo médico.

# DESVENTAJAS

- Disminuye la sensibilidad vaginal.
- Para algunas mujeres puede ser difícil de colocar.
- Su costo es mayor que el preservativo masculino y no es tan fácil de encontrar en las farmacias.
- Solo puede usarse una vez.

# DIAFRAGMA



Copa de hule rigido que se coloca directamente en el cuello uterino, obstruyendo la entrada de los espermatozoides al útero.



The infographic is titled 'VENTAJAS' (Advantages) and 'DESVENTAJAS' (Disadvantages). It features two overlapping light gray circles. The left circle contains the 'VENTAJAS' section, and the right circle contains the 'DESVENTAJAS' section. The text is presented in a list format. The design includes decorative elements: a purple and pink square in the top left, a black square with a white arrow pointing left on the left side, and a purple square with a white arrow pointing right on the right side. At the bottom right, there is a stylized logo with purple and pink leaves. The bottom of the page has a purple wavy border.

# V

## VENTAJAS

- Se inserta fácilmente antes del coito.
- Puede reducir la incidencia de cáncer cervical y puede proteger contra las ITS: gonorrea y clami-diasis.

# D

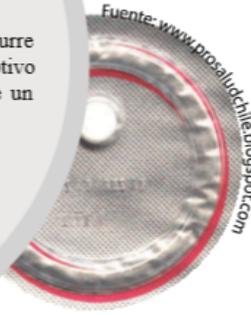
## DESVENTAJAS

- Requiere examinación y prescripción médica.
- Debe insertarse 6 horas antes del coito.
- Puede causar irritación e infecciones urinarias.
- Algunas personas pueden ser alérgicas al látex





# PILDORA DEL DÍA DESPÚES



Es un anticonceptivo de emergencia al que se recurre cuando falla o no se ha usado un método anticonceptivo planificado en las relaciones sexuales después de un coito sin protección.





# V

## VENTAJAS



- Evita el embarazo, en un alto porcentaje, si se toma antes de que transcurran 72 horas de haber realizado un coito sin protección.



- El anticonceptivo de emergencia es un método de uso ocasional y en ningún caso puede sustituir a los medios habituales de anticoncepción.

- Puede evitar un embarazo no deseado pero no las enfermedades de transmisión sexual.

# D

## DESVENTAJAS



# ESPERMICIDAS



Substancias químicas que se aplican en la vagina para matar o destruir los espermatozoides.





# V

## VENTAJAS



- No requieren prescripción médica



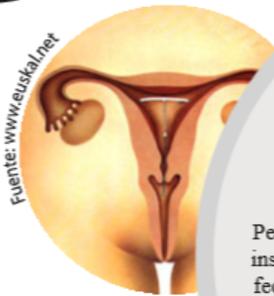
- Menos efectivo que otros métodos.
- Puede producir irritación.
- Puede interferir con el acto sexual.

# D

## DESVENTAJAS



# DISPOSITIVO INTRAUTERINO (DIU)



Pequeño lazo o espiral de cobre o progesterona que se inserta en el útero e impide la implantación del óvulo fecundado en la pared uterina e impide el movimiento de los espermatozoides.





# V

## ENTAJAS



- El DIU de cobre puede permanecer colocado por 10 años, el DIU de progesterona debe ser cambiado anualmente.

- La fertilidad regresa inmediatamente después de discontinuar su uso.

- Debe ser insertado por un médico.

- No protege contra enfermedades de transmisión sexual.

- Puede ser expulsado espontáneamente por el cuerpo.

- El costo es elevado



# D

## ESVENTAJAS





*Capitulo 3*  
*¿Qué es un ITS?*





# ¿ QUÉ ES UN ITS ?

ITS  
significa Infección de Transmisión  
Sexual.

Las Enfermedades de Transmisión Sexual, anteriormente conocidas como enfermedades venéreas, son un grupo de enfermedades que se contagian durante las relaciones sexuales sin protección.

Son causadas por virus, bacterias, hongos y otros gérmenes microscópicos. Una persona infectada puede seguir propagando la enfermedad sin saber que lo hace, porque puede estar sin síntomas y la infección puede pasar desapercibida.





# CÓMO NO CONTRAER UN ITS ?



Para no contagiarnos de alguna Infección de transmisión Sexual es importante el uso de los anticonceptivos como el condón femenino o masculino ya que otros métodos anticonceptivos no cuentan con ese tipo de protección.



Realizarse por lo menos una vez al año un examen de ITS al igual que su pareja, por si en un caso el examen salga positivo, tratarse de inmediato para evitar que se prolongue la enfermedad.





The infographic features a white background with a purple and pink decorative border at the bottom. Two overlapping light gray circles contain text. The left circle is titled 'GONORREA' and describes the disease. The right circle is titled 'SINTOMAS' and lists symptoms for women. There are two circular images showing skin rashes with red spots, one on the left and one on the right, both with source URLs. Small square icons in purple and pink are scattered around the text.

# GONORREA

La gonorrea es la ITS más frecuente y es causada por la bacteria *Nelsseria gonorrhoeae*.

La mujer infectada, puede no tener síntomas o presentar ligeras molestias al orinar o flujo.

# SINTOMAS

En la mujer:

- Secreción vaginal inusual
- Sangrado vaginal inusual
- Dolor en la parte inferior del abdome

Fuente: [www.lavozdesanjuan.com](http://www.lavozdesanjuan.com)

Fuente: [www.chilanguerías.com](http://www.chilanguerías.com)



# SIFILIS



La sífilis es una Infección de Transmisión Sexual causada por la bacteria *treponema pallidum*. La sífilis puede causar complicaciones a largo plazo o la muerte si no se trata de manera adecuada.



La clamidia es causada por una bacteria llamada *Chlamydia trachomatis*.

Se transmite mediante el contacto sexual con una persona infectada con la bacteria, ya sea anal, vaginal o por el contacto de la boca con los genitales.

Si no se trata a tiempo, las consecuencias podrían ser serias.



# CLAMIDIA



# PAPILOMA HUMANO



Este virus es el responsable de las verrugas genitales y también ha sido la causa de algunos casos de cáncer cervical y de otros tipos de cáncer genital. Se desconoce qué es lo que produce este virus. El papiloma humano produce las verrugas genitales que son altamente contagiosas.



Las verrugas aparecerán en el lugar en que hubo contacto con la persona infectada.

Pueden aparecer varias verrugas al igual que una sola.

Si no se tratan, ellas formarán un tejido carnoso con aspecto de coliflor.

## SÍNTOMAS





# VIH/SIDA

El Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH) es responsable del síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA) y ataca a los linfocitos T-4 que forman parte fundamental del sistema inmunológico en el género humano.

Como consecuencia disminuye la capacidad de respuesta del organismo para hacer frente a infecciones oportunistas originadas por virus, bacterias, protozoos, hongos y otro tipo de microbios.

El VIH/SIDA se puede transmitir por 3 vías:

- **Sanguínea:** Por medio del intercambio de agujas y jeringas y/o cualquier elemento punzante. Durante el embarazo y el parto y por transfusiones de sangre no controladas.
- **Transmisión sexual:** Las relaciones sexuales pueden transmitir el VIH, ya sean homosexuales o heterosexuales.
- **Transmisión perinatal:** Una mujer portadora del VIH puede transmitir la infección a su bebé durante el embarazo, el parto o la lactancia.



Fuente [www.ozano.me](http://www.ozano.me)



Fuente [www.psicologiamundial.com](http://www.psicologiamundial.com)



# CHANCRO BLANDO



El Chancro Blando producido por *Haemophilus ducreyi*, se presenta después de 5 a 7 días, en promedio, del contacto sexual con la persona infectada.

La lesión inicial, que puede ser única o múltiple; es una fistula purulenta (**ampolla con pus**) recubierta de una membrana que se rompe dejando una úlcera excavada, de bordes irregulares rodeada de un anillo enrojecido, no dura y es muy dolorosa. El uso adecuado del condón puede ser útil para prevenir esta enfermedad.





*Entre*  
**En** *nosotras*  
*"Una diversidad por educar"*





# Capítulo X

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

Para que el Libro Digital cumpla con los objetivos, es importante la utilización de los recursos tecnológicos, económicos y técnicos.

Su propósito es utilizarlo en la Asociación Vidas Paralelas en capacitaciones y charlas que se impartirán a las féminas, así mismo entregar en CD a mujeres en colegios, centros comerciales, etc. Para que conozcan más sobre la sexualidad y las prevenciones que deben de tomar y mejorar la calidad de vida al educarlas e informarlas al respecto.

Para verificar el costo del proyecto se tomaran los siguientes aspectos:

1. Plan de costos de elaboración
2. Plan de costos de producción
3. Plan de costos de reproducción
4. Plan de costos de distribución

### 10.1 Plan de costos de elaboración

Para el proyecto a elaborar en un Libro Digital, que servirá como una herramienta de apoyo en charlas que se impartirán sobre la educación sexual, PDF 13,189 KB y SWF 456 KB.

El disco debe llevar impreso el diseño con el cual será fácil el reconocimiento del tema de la Educación Sexual, y para otras entidades o profesionales se deberá entregar en un estuche plástico color rosado para su fácil identificación.

En el tiempo de elaboración del libro digital de La Educación Sexual, fue necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- Compilación de información teórica y conceptos de diseño para respaldar el proyecto:  
Tiempo Empleado: 10 semanas
- Proceso de diseño y propuesta preliminar en el cual se realizaron bocetaje que dieron una respuesta a la necesidad del cliente y el grupo objetivo.

<b>Tiempo Estimado</b>	<b>12 Semanas</b>
<b>Total de semanas trabajadas</b>	<b>22 Semanas</b>
<b>Total de días trabajados</b>	<b>132 (6 días por semana)</b>
<b>Total de horas trabajadas</b>	<b>924 (7 horas diarias)</b>

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q.5,000.00 el pago laborado es de Q.167.00 y la hora tiene un valor de Q.21.00

### Precio total por horas

$$924 \text{ hrs.} \times \text{Q.}21.00 = \text{Q.}19,404.00$$

El costo total de la elaboración del Libro Digital que se realizó para la Asociación Vidas Paralelas es:

<b>Fase de Elaboración</b>	<b>Q.19,404.00</b>
----------------------------	--------------------

### 10.2 Plan de costos de producción

Digitalización de bocetaje y demostración del Libro Digital finalizado durante el proceso. En esta etapa se realizó la validación de la propuesta y elaboración del proyecto final.

<b>Total de semanas trabajadas</b>	<b>4 semanas</b>
<b>Total de días trabajados</b>	20 (4 días por semana)
<b>Total de horas de trabajo</b>	100 (5 horas diarias)

### Precio total por horas

$$100 \text{ hrs.} \times \text{Q.}21.00 = \text{Q.}2,100.00$$

El costo de producción del Libro Digital para la asociación Vidas Paralelas, asciende a:

<b>Fase de producción</b>	<b>Q.2,100.00</b>
---------------------------	-------------------

### 10.3 Plan de costos de reproducción

Cantidad de libros en formato digital 5

Se grabaran 5 discos con el libro digital para el uso de la Asociación Vidas Paralelas, cada uno con su estuche e impresos con respectiva identificación.

Según la cotización de la empresa Last Minute, la impresión de 5 portadas para un estuche de CD, tiene un costo de Q.7.50 por unidad, y la impresión de caratulas para el CD, tiene un costo de Q.10.50 por unidad, lo que da un total de Q.90.00.

Según cotización de la empresa Diseño Gráfico Plus, la elaboración de un libro digital de 42 páginas, diseñado y diagramado en Illustrator en una versión PDF tiene un costo de Q.8,500.00

<b>Fase de reproducción</b>	<b>Q.90.00</b>
-----------------------------	----------------

#### **10.4 plan de costos de distribución**

El Libro Digital no tendrá ningún costo de distribución, ya que será entregado a la junta directiva para su utilización, así mismo ellas se encargaran de su reproducción.

**Fase de distribución**

**Q.0.00**

#### **10.5 Cuadro de resumen de costos de la realización del proyecto digital**

<b>Etapas</b>	<b>Costo</b>
<b>Elaboración</b>	Q.19,404.00
<b>Producción</b>	Q.2,100.00
<b>Reproducción</b>	Q. 90.00
<b>Distribución</b>	Q.0.00
<b>Total</b>	Q. 21,594.00



# Capítulo XI

## Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

### 11.1 Conclusiones

- Se diseñó un Libro Digital que sirva como una herramienta educativa en las charlas y capacitaciones impartida a féminas de Quetzaltenango.
- Se investigó toda información relacionada con La Educación Sexual para poder llevar a cabo la elaboración del libro con mayor eficiencia.
- Se recopiló información necesaria para incluirla en el Libro Digital con el fin de cumplir los objetivos de la asociación.
- Se incluyeron ilustraciones para apoyar la comprensión de los temas relacionados con educación sexual femenina.

La elaboración de un Libro Digital sirve como una herramienta didáctica en las charlas impartidas a las féminas que no tienen información relacionada a la sexualidad.

El diseño es una respuesta al problema de la comunicación por medio de la cual se respalda con ilustraciones, en el caso de La Educación Sexual, coloca al diseño dentro del contexto, los cuales pueden ser implementado para cualquier población de Guatemala.

## 11.2 Recomendaciones

- Aprovechar el Libro Digital para educar, informar y concientizar a las féminas en los temas relacionado con la sexualidad y prevención que deben de tener con su cuerpo, con ello se pretende mejorar el estilo de vida y la comunicación en sus comunidades.
- Realización de actividades que puedan implementar bajo los textos e ilustraciones para el aprendizaje de las féminas en comunidades donde la educación es inaccesible.
- La información deberá ser manejada en orden para su debida comprensión.



# Capítulo XII

## Capítulo XII: Conocimiento General

### **C**ultura

Los conjuntos de los saberes y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios tecnológicos que utilizan los usuarios para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de todo tipo.

### **T**ecnología

Los medios que están enlazados en la tecnología tienen una meta y un propósito, la tecnología es el aliado perfecto para realizar cualquier trabajo.

### **F**ormación personal

La formación personal es aquella que encaminamos por medio de estudios y aprendizajes, cuyo objetivo es aumentar y educar el conocimiento y habilidades, a lo largo de la vida.

### **V**isualización grafica

La visualización grafica implica generar un cuadro mental positivo con el fin de lograr ciertas metas.

### **C**omunicación

La comunicación es un proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra.



# Capítulo XIII

## **Capítulo XIII: Referencias**

### **Bibliografía**

#### **A**

Alberich Pascual, Jordi (2007): “Comunicación, Diseño, Estética” (1era. Edición)  
Editorial UOC. 2-6, 5-9, 20-26 p. ISBN: 9788497885973

#### **B**

Barthes, Roland (1990). “Elementos de semiología”, en La aventura semiológica,  
Buenos Aires, Paidós.

#### **C**

Cumpa González, Luis Alberto (2002): “Fundamentos de Diagramación” Publicación Lima  
UNMSM, Fondo Editorial, 105 p. ISBN 9972-46-189-0

#### **E**

Eva Heller, “Psicología Del Color”, Como actúan los colores sobre los sentimientos  
y la razón

#### **F**

Frascara, Jorge (2006): “El Diseño de Comunicación” (1ra. Edición) Buenos Aires,  
Argentina. 19-25, 27-33 p.

#### **G**

Gabriela Rodríguez R., ¿Cómo ves? El aborto, Dirección General de Divulgación  
de la Ciencia, UNAM, México, 2004.

Guiraud, Pierre (1972): “La Semiología” (1era. Edición español) Siglo XXI Editores,  
S.A. de C.V. 2-9, 12-15 p. ISBN 9682301351

Guiraud, Pierre (1979). La semiología, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

## **H**

Heller, Eva. “Psicología del Color” Editorial Gustavo Gili 3-7, 9-11 p.

Hogg Vaughan (2008): “Psicología Social” (5ta. Edición) Pearson Educación Limitada, Editorial Médica Panamericana, S.A. 3-7 p. ISBN: 8475092268

## **I**

Introducción a los métodos anticonceptivos, información general, Primera Edición  
julio 2000, ISBN 0-939704-59-5

## **P**

Pino Mona, Georgina (1932): “Las Artes Plásticas” (1era Edición) San José, Costa Rica. 2-5, 7-9 p. ISBN 9977641200

Philip Kotler y Gary Armstrong: “Fundamentos de Marketing”, (6ta. Edición),  
Prentice Hall, Págs. 255, 235 y 61.

## **R**

Ritzer, George. (1993): “Teoría Sociológica Contemporánea” McGraw Hill, Madrid.  
4-16 p.

Rosado, Yordi y Vargas, Gaby: “Quiúbole con...” ISBN 978671100382

Rodriguez, Abelardo (2005): “Diseño y Comunicación” (1era. Edición) Programas  
Educativos, S.A. 4-9, 7-13, 15-26, 35-49 p. ISBN 968232596x

## **V**

Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto “Comunicación, Semiología del Mensaje  
Oculto” Editorial . 3-40 p

Enfermedades de Transmisión Sexual

AUTORES

DR. VICENTE ANERI MÁS. Especialista en Dermatología Médico-Quirúrgica y Venereología, Hospital Clínico Universitario de Málaga.

DR. RICARDO J. BOSCH GARCÍA. Especialista en Dermatología Médico-Quirúrgica y Venereología, Hospital Clínico Universitario de Málaga.

## **Biblioweb**

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, ORGANIZACIÓN:

<http://educaciontecnologicachb.weebly.com/la-organizacion-acuten.html>

Educacion

<http://definicion.de/educacion/>

Aprendizaje

<http://definicion.de/aprendizaje/>

Diversidad

<http://definicion.de/diversidad/>

Sexualidad

<http://www.definicionabc.com/general/sexualidad.php>

Sexo

<http://educacionafectivosexual.wordpress.com/informacion-educacion-afectivo-sexual/>

Genero

<http://contrapeso.info/2012/sexo-y-genero-definiciones/>

Heterosexual

<http://www.ecured.cu/index.php/Heterosexualidad>

Bisexual

<http://www.publispain.com/sexologia/bisexualidad.html>

Lesbiana

<http://conceptodefinicion.de/lesbianismo/>

Transgenero

[http://transexualidad-euskadi.blogspot.com/2006\\_04\\_01\\_archive.html](http://transexualidad-euskadi.blogspot.com/2006_04_01_archive.html)

Trasvesti

<http://anodis.com/nota/4205.asp>

Transexual

<http://www.condesadf.mx/transexual.htm>

Pansexual

<http://definicion.de/pansexual/>

Libro

<http://definicion.de/libro/>

Libro Digital

<http://www.psicomedidores.com/librosdigitales.html>

Digitalizar

[www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar)

Digital

<http://definicion.de/digital/>

Multimedia

[www.uv.es/bellochc/pdf/pwtic3.pdf](http://www.uv.es/bellochc/pdf/pwtic3.pdf)

Resolución

[http://cefire.edu.gva.es/pluginfile.php/199804/mod\\_resource/content/0/contenidos/006/resolucin.html](http://cefire.edu.gva.es/pluginfile.php/199804/mod_resource/content/0/contenidos/006/resolucin.html)

Software

<http://emecs.blogspot.com/>

Photoshop

<http://sabia.tic.udc.es/gc/Contenidos%20adicionales/trabajos/Tutoriales/>

[Photoshop/Diseno%20Web/Paginas/Photoshop.htm](#)

Adobe Illustrator

<http://www.ced.umich.mx/curso%20ilustrador%20intro.htm>

PEPSI EFESA, Educacion Sexual Integral

<http://www.pesi-amssac.com/>



# Capítulo XIV

## Capítulo XIV: Anexos

En el presente capítulo se adjuntará toda la información que sirvió como apoyo al proyecto de graduación.

- Instrumento de validación
- Fotografías
- Cotizaciones

### Encuesta

UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
Licenciatura en Comunicación y Diseño



Nombre: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

Realizada a:

Experto \_\_\_ Cliente \_\_\_ Grupo Objetivo \_\_\_ Género: \_\_\_ Femenino \_\_\_

Edad: \_\_\_

La Asociación Vidas Paralelas se identifica con la iniciativa de la diversidad sexual con el fin de velar por los derechos y deberes de la diversidad sexual.

Con el fin de educar a las mujeres, se propone la creación de:  
*"Diseño de libro digital con temas relacionados a la educación sexual de la mujer, para la organización Vidas Paralelas, Quetzaltenango, Guatemala"*

#### ENCUESTA

##### Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario implementar el diseño de un libro digital con el fin de dar a conocer educar a las mujeres en temas relacionados a su sexualidad?

Sí  No

2. ¿Considera importante investigar toda la información relevante relacionada al diseño e ilustración de libros digitales para integrarlo en el proyecto?

Sí  No

3. ¿Considera importante recopilar todos los datos necesarios e importantes de los temas relacionados a la sexualidad femenina para integrarlos en el libro digital?

Sí  No

4. ¿considera importante incluir fotografías e ilustraciones para que haya una mejor comprensión de cada tema?

Sí  No

##### Parte Semiológica

5. ¿según su criterio los colores utilizados en el libro digital son?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

6. ¿La diagramación utilizada en el libro digital es?

Muy apropiada Poco apropiada Nada apropiada



7. ¿Según su criterio la tipografía del libro digital es adecuada y entendible?

Muy clara y facilita la lectura   Poco legible y dificulta la lectura   Nada legible

8. ¿Según su criterio las ilustraciones utilizadas en el libro digital son?

Muy relacionadas al tema   Poca relación con el tema   Ninguna relación al tema

9. ¿Según su opinión el libro digital muestra información necesaria para comprender el tema de forma?

Fácil de entender   Poca facilidad de entender   Nada fácil

#### Parte Operativa

10. ¿Según su opinión es agradable la distribución y tamaño de los elementos dentro del libro digital?

Sí  No

11. ¿Según su opinión el lenguaje utilizado en la descripción sobre la educación sexual de cada tema facilita su comprensión?

Sí  No

12. ¿La navegación dentro del contenido del libro digital es amigable y fácil de leer?

Sí  No

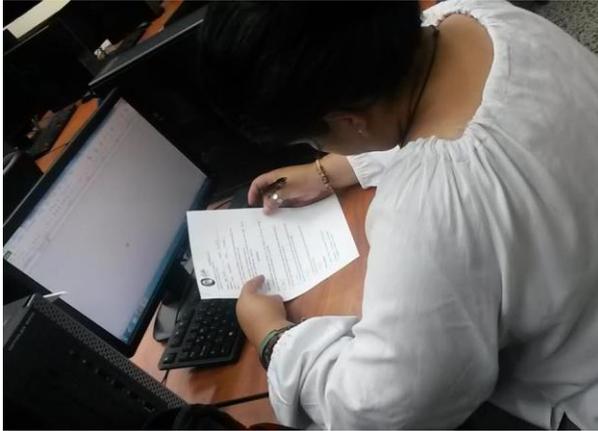
13. ¿Considera que los temas sobre sexualidad que se exponen en el libro digital es Suficiente?

Sí  No

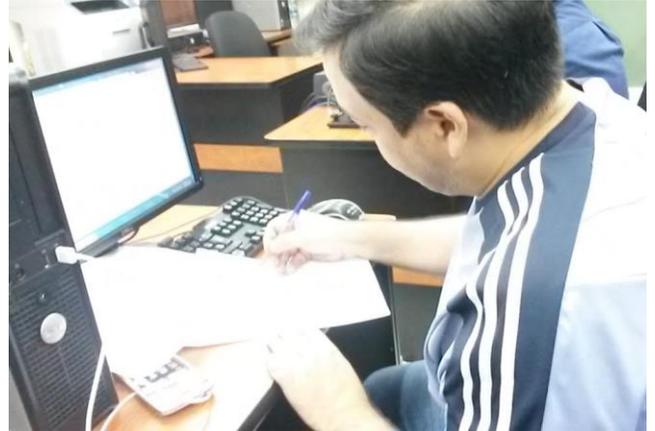
14. ¿Considera que con este material se disminuirá la desinformación que tienen las Fémias sobre su sexualidad?

Sí  No

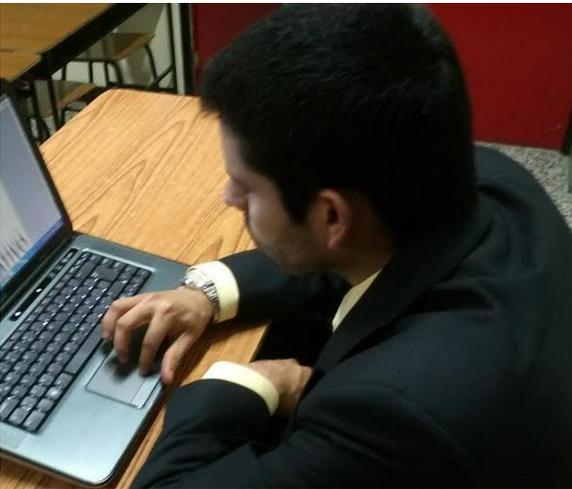
## Validación de Profesionales



Licda. Edna Rheiner



Lic. Rolando Barahona



Lic. Antonio Gutiérrez

**Grupo Objetivo**



## Cotizaciones

Diego Pellecer+  
...diseñogràficoplus

Co. 001

 Cotización: Diseño de libro digital informativo sobre Educación Sexual  
Cliente: Zayori Molina  
Fecha: 28 de noviembre 2013

Diego Pellecer  
DiseñadorGráfico  
Tel. 5872-1107  
e-mail: diego.pellecer@gmail.com

Estimada  
Srita Molina

Agradeciendo de antemano la confianza puesta en nuestros servicios para la realización de su proyecto, le presento los precios del servicio basados en la alta calidad de diseño, tamaño de documento, creatividad y eficacia del mismo.

La cotización está detallada de la siguiente manera:

Diseño de libro digital informativo tamaño 510 px x 605pix full color, 48 páginas.  
Formato PDF Digital.  
Material proporcionado por el cliente.

..... Q. 8,500.00

TOTAL:

..... Q. 8,500.00

Se trabaja 50% anticipo y 50% contraentrega  
PRECIO YA INCLUYE IVA

\_\_\_\_\_  
FIRMA

Guatemala, 04 de diciembre de 2013

Atención a:  
**Zayori Molina**  
zayoripm@gmail.com

---

**Diseño y diagramación de libro.**

**Características:**

48 páginas + portada  
full color en formato RGB,  
Cliente proporciona textos finales e ilustraciones en formato digital  
Tamaño por confirmar con cliente

**TOTAL: Q 2,200.00**

**Tiempo de entrega: a convenir con el cliente.**  
**Se entrega cd con archivos finales**

Forma de pago: 50% al aprobar cotización  
50% contra entrega de diagramación final

Nota: No incluye costo por escaneo de ilustraciones, en caso estas se entreguen en papel.

Esta cotización tiene vigencia por 15 días

Quedo a la espera de su respuesta. Atentamente,

  
**Marco Antonio Ortiz**  
DIRECTOR CREATIVO / IDEART

Somos una empresa con más de 10 años de experiencia,  
especializados en la edición y diseño gráfico orientado a publicaciones y material publicitario.  
Contamos con un equipo profesional dispuesto a ayudarle en el desarrollo de su proyecto.  
Nuestros servicios: Revisión y corrección de estilo y ortográfica, asesoría en autorías y edición de publicaciones.  
Diagramación, diseño gráfico editorial y publicitario. Impresión litográfica. Fotografía profesional.

**BRIEF:** Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de marcadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

## DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Shirley Zayori Pérez Molina

No. de Carné: 09000697 Celular: + (502) 52236512

Email: zayoripm@gmail.com

Proyecto: Diseñar un libro digital dirigido a mujeres de 13 a 30 años de edad,  
preocupadas por su sexualidad que desean estar preparadas e informadas en  
todas las etapas de su vida

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Vidas Paralelas

Dirección: 4ta. Calle 16 - 54 Zona 1 Calle Real Del Calvario

Email: vidasparalelas@gmail.com Tel: + (502) 5699-0946

Contacto: Andrea De León Díaz Celular: + (502) 5699-0946

Antecedentes: Vidas Paralelas es una Institución que se identifica con la iniciativa de la  
diversidad sexual, vela por los derechos y deberes de la diversidad sexual, hace conciencia  
de los valores éticos, morales y profesionales de cada persona que forma parte de esta  
diversidad.

Oportunidad identificada: Crear un material informativo digital que ayude a educar  
sexualmente a la mujer.

# BRIEF

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión:	Mejorar el acceso a oportunidades de personas de la diversidad sexual, facilitando y promover la igualdad.
Visión:	Vidas Paralelas busca ser una Asociación referente a la diversidad sexual para el logro de una sociedad en igualdad.
Delimitación geográfica:	Quetzaltenango
Grupo objetivo:	B,C,D
Principal beneficio al grupo objetivo:	Educación sexual a la mujer
Competencia:	No tiene, actualmente solo existe esta fundación que vela por los derechos de la diversidad sexual.
Posicionamiento:	Respeto por la diversidad sexual.
Factores de diferenciación:	- Apoya a la diversidad sexual - Educar a la mujer
Objetivo de mercadeo:	Proporcionar una herramienta digital, un libro digital con temas relacionados a la sexualidad de la mujer, con el fin de que cada una tome el control total de su ser.
Objetivo de comunicación:	Hacer conciencia en las mujeres, que comprendan el rol tan importante que juegan en la sociedad de todo lo que conlleva su sexualidad.
Mensajes claves a comunicar:	Educación, enseñanza, apoyo, motivación, autorrealización.
Estrategia de comunicación:	Coordinar estratégicamente los recursos para lograr con éxito la proporción de información en relación a la sexualidad de la mujer.
Reto del diseño y trascendencia:	Diseñar un libro digital con información sobre sexualidad de la mujer, que de forma clara, guie y concientice sobre temas relacionados a su desarrollo.

# BRIEF

Materiales a realizar: Libro Digital

Presupuesto: \_\_\_\_\_

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: 1) R: 78 G: 72 B: 153 2) R: 204 G: 32 B: 130 3) R: 166 G: 151 B: 199  
4) R: 39 G: 36 B: 37

Tipografía: A Year Without Rain

Forma: Líneas curvas

## LOGOTIPO



Fecha: \_\_\_\_\_