

*Material Informativo y Publicitario
para la Institución ICFE
Proyecto de Investigación*

Presentado al consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar, por Ingrid Judith Díaz Reyes, previo a optar el título en Diseño Gráfico en el grado académico de Licenciada.

Marzo, 2008

Carta de Impresión

020
03
71476
0.2



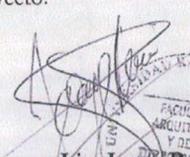
**Universidad
Rafael Landívar**
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2428
Fax: (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

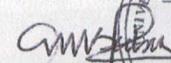
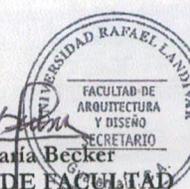
Reg. No. Arq. 06-2008

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a treinta y un días del mes de enero de dos mil ocho.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **“Material informativo y publicitario para la institución ICEF”** presentado por la estudiante **Ingrid Judith Diaz Reyes**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.



Lic. Jorge Rosio
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO



Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD

Carta de Asesores



Guatemala 25/mayo 2007
28/noviembre/2007

Señores
 Departamento de Diseño Gráfico
 Presente

Estimados miembros del Departamento de Diseño Gráfico
 Por este medio, hacemos de su conocimiento que el (la) estudiante:

Díaz Reyes, Ingrid Judith con carné 1053699

ha cursado la materia de Elaboración de Portafolio Académico, presentando el siguiente resultado.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación

Análisis de la nueva imagen de la Heladería Pabellón y características de sus pasarelas

Primera Convocatoria Fecha 9/5/07

Segunda Convocatoria Fecha

Aprobado Reprobado No entregó

Aprobado Reprobado

	Introducción	Planteamiento y objetivos	Metodología	Contenido y antecedentes	Resultados	Interpretación y síntesis	Conclusiones y Recomend.	Referencias
Incompleto								
Análisis deficiente								
No relación entre puntos								
No hay confrontación								
No responde a objetivos								
Mejorar redacción y ortografía				X		X		
Mal uso de citas								
Revisar datos y normas APA								

Observaciones Mejorar la redacción en el área de contenido y en la interpretación

Carta de Asesores

ÁREA DE PROYECTO CON ESTRATEGIA CREATIVA E

Título del proyecto de diseño:

Material Informativo y Publicitario para la institución ICEF

Primera Convocatoria Fecha 09.05.07

Segunda Convocatoria Fecha 19.07.07

Aprobado Reprobado No entregó

Aprobado Reprobado

Con las siguientes observaciones

	Introducción, bibliografía y Anexos	Necesidad y objetivos	Marco de referencia y contenido teórico de diseño	Grupo Objetivo	Concepto, contenido del material gráfico y medios	Bocetaje	Propuesta final y fundamentación.	Conclusiones y recomendaciones
Mejorar la redacción y ortografía								
No tiene relación entre puntos								
Incompleto								
Falta Discusión								
Falta aplicar instrumentos								
No está de acuerdo a la APA								

Observaciones Revisar introducción Correcciones pag. 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 37, 39, 41, 42, 43, 44, 53, 34, 42, 65, 66.

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO

Cursada por 2da vez 14.11.07

Primera Convocatoria Fecha 09.05.07

Segunda Convocatoria Fecha _____

Aprobado Reprobado No entregó

Aprobado Reprobado

Número de Trabajos	<input checked="" type="checkbox"/> Completo	<input type="checkbox"/> Incompleto
Fichas Técnicas	<input checked="" type="checkbox"/> Completo	<input type="checkbox"/> Incompleto
Texto e imágenes	<input checked="" type="checkbox"/> Mejorar legibilidad	<input type="checkbox"/> Mejorar resolución
PDF	<input checked="" type="checkbox"/> Funciona <u>en algunos casos</u>	<input type="checkbox"/> No funciona
Links/botones	<input checked="" type="checkbox"/> Funciona	<input type="checkbox"/> No funciona
Presentación CD/ Impreso	<input checked="" type="checkbox"/> Completo	<input type="checkbox"/> Incompleto

foto de árbol

Observaciones colocar nuestra de pag. analizadas en anexos. Rev. alineación de textos

Unificar el uso de numerales. Etiquetas como está en el doc. Rev. jerarquía de

títulos. C.D. Rev. PDFs. Revisar Screens de Fichas. Rev. Fichas de Comm. Folleto

tipo y retire.

Atentamente,

Asesoras del proceso

Analetiqués

Área de Investigación

[Firma]

Área de proyecto con Estrategia Creativa E

[Firma]

Área de construcción de Portafolio

Resumen

Autor: Ingrid Judith Díaz Reyes

Título: Material Informativo y Publicitario para la Institución Icef

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura y Diseño

Carné : 1053698

El proyecto que se desarrollo en la cual su necesidad es:
" Se desconoce por parte de los guatemaltecos con estudio de nivel diversificado y universitario sobre el programa de Diplomado / Maestría en Asesoramiento Educativo Familiar que se imparte en ICEF".

Siendo los objetivos los siguientes:

1.*"Diseñar un material informativo para los guatemaltecos con el estudio de nivel diversificado y universitario acerca del Diplomado/ Maestría en Asesoramiento Educativo Familiar, que se imparte en ICEF".*

2.*"Desarrollar un medio publicitario sobre el programa de Diplomado / Maestría en Asesoramiento Educativo Familiar, que facilite la información para los guatemaltecos con estudio de nivel diversificado y universitario, el cual se imparte en ICEF".*

Teniendo como grupo objetivo a *padres de familia y personas interesadas en el tema , de clases sociales variadas.* Se desarrolló como conceptualización *"Cadena de Amor"* ya que una cadena se puede llegar a transmitir de varias maneras y es una metáfora sobre la unión, y este desarrollo de diseño es algo muy atractivo. En el cual se puede llegar a solucionar de varias maneras. Teniendo varios resultados en los cuales el grupo objetivo se puede llegar a identificar fácilmente y sin complicaciones.

Como resultado del proceso se tiene la realización de las siguientes piezas que son el afiche que se ubicará en los colegios, institutos, universidades e ICEF ; éste es un medio informativo. Al igual como el trifoliar que se ubicará en los lugares como institutos, colegios, universidades e ICEF siendo un medio informativo. La invitación que es un medio publicitario , que se entregara a las personas que se inscriban en la Maestría. Por ultimo el despegable que se dará el día de inicio a los inscritos en la Maestría.

Para desarrollar cada una de las piezas se utilizó colores cálidos buscando la unidad en todas las piezas, utilizando como ayuda gráfica la fotografía. La tipografía fue sencilla y clara ya que lo importante era transmitir la información y no se requería de una muy recargada. Los formatos que se utilizarón se buscó que fueran variados y de diferentes tamaños no utilizando los convencionales. Se realizó cada pieza que reflejara esa integración, dentro de todo el proceso representando la unión de la familia.

Indice

Introducción	1
Necesidad y Objetivos	2
Marco de Referencia	
Área de Estudio	
Diplomado y Maestría	3
Qué es la familia	3
Educación Familiar en Guatemala	4
Día internacional de la Familia	4
Educación Familiar	5
Contenido Teorico	
Cliente	6
Área de Diseño	
Material Informativo	7
Contenido del material informativo	7
Diseño del material publicitario	8
Clases de diseño publicitario	8
Cartel	9
Publicidad exterior	9
Piezas Graficas	11
Definición del Grupo Objetivo	12
Proceso de Conceptualización	13
Contenido del Material Gráfico	16
Medios y formas de distribución	19
Bocetaje	20
Propuesta Preliminar	42
Validación	46
Propuesta Final	54
Producción y Reproducción	62
Conclusiones y recomendaciones	69
Bibliografía	70
Anexos	71

1.Introducción

En la actualidad los hogares de familias guatemaltecas presentan un esquema heterogéneo y complejo; ya que los roles del jefe proveedor y la esposa ama de casa han evolucionado. Esto ha generado un doble ingreso para la familia, y es evidente que en Guatemala, como lo confirma el sistema de las Naciones Unidas cuando afirma que en la actualidad es importante que dentro de la familia ambos padres trabajen para mejorar su la calidad de vida, como núcleo familiar. Sin embargo, lo anterior a punta a cumplir con el objetivo del Desarrollo del Milenio cuyas metas son alcanzar la educación primaria universal, reducir la pobreza, el hambre y la mortalidad, se olvidan de lo más importante de la labor de la familia, dejando en un segundo plano la formación de sus hijos.

Al respecto de la formación familiar hay instituciones que colaboran con los padres a rescatar y mejorar la calidad de vida en sus hogares, entre ellas se encuentra el Instituto de Colaboración en Educación Familiar (ICEF). Esta Institución ICEF en Guatemala realiza programas de educación, formación y orientación a padres de familia; ayudando a cumplir el papel de progenitores y educadores de sus hijos. Y a capacitar a personas interesadas en un desarrollo personal, cuyo potencial está encaminado a mejorar la sociedad.

Se contactó a la institución ICEF, ya que se solicitó en el curso de síntesis III, el desarrollo de un proyecto de ayuda social; en el que se debía trabajar con un cliente real. Debido a que ICEF requería informar sobre el diplomado/maestría a los guatemaltecos, se diseñó un material que permitiera transmitir de una forma atractiva para el grupo objetivo, los datos relevantes de dicho programa.

Como propuesta se desarrolló un material informativo y publicitario cuyas características gráficas destacan formas dinámicas para llamar la atención del grupo objetivo. De esta forma, se hizo importante el aprovechamiento de las proporciones del formato, aplicándolo de manera diferente en los distintos medios.

2. Identificación de la Necesidad

Se desconoce por parte de los guatemaltecos con estudio de nivel diversificado y universitario sobre el programa de diplomado / maestría en asesoramiento educativo familiar que se imparte en ICEF.

3. Objetivo de diseño

- **D**iseñar un material informativo para los guatemaltecos con el estudio de nivel diversificado y universitario acerca del diplomado/ maestría en asesoramiento educativo familiar, que se imparte en ICEF.

- **D**esarrollar un medio publicitario sobre el programa de diplomado / maestría en asesoramiento educativo familiar, que facilite la información para los guatemaltecos con estudio de nivel diversificado y universitario, el cual se imparte en ICEF.

4.Marco de Referencia

Área de Estudio

Diplomado

El diccionario virtual El Mundo (2007) comenta que el diplomado es un título o certificación que expiden ciertas entidades para acreditar generalmente un grado académico o un premio.

Maestría

El diccionario virtual El Mundo (2007) menciona que la maestría es el arte y destreza para enseñar o efectuar alguna cosa. Título de maestro en un oficio.

Educación

En el diccionario El Mundo la educación se define como el proceso de socialización y aprendizaje encaminado al desarrollo intelectual y ético de una persona. Es la instrucción por medio de la acción docente. De la misma forma define que educar es desarrollar las facultades intelectuales y morales de una persona. Dirigir, encaminar. Enseñar los buenos usos de urbanidad y cortesía.

La información del señor Arturo Ramos García menciona que la educación conduce a la formación de una persona madura, más completa y más coherente. La persona es madura cuando alcanza un buen equilibrio personal entre sus facultades intelectuales, su cuerpo y sus relaciones sociales. Es completa cuando sabe integrarse a diversas vertientes adecuadamente y es coherente cuando establece una armonía entre las ideas y la conducta, entre la teoría y la práctica. La persona formada es más humano y más espiritual, más dueño de sí mismo. En toda educación es importante la figura del educador (padre y profesor) y la tarea de autoformación del propio educando. El poder del educador depende menos de su palabra que de su ejemplo. El niño necesita un modelo de identidad, una persona ejemplar a la que admirar y en quien aprender. Las palabras mueven, pero el ejemplo arrastra.

Pero el agente principal de la educación es uno mismo, es la propia persona que formula y desarrolla su proyecto personal. Los medios para alcanzar los objetivos propuestos son dos: la motivación y el esfuerzo. La motivación que mueve a actuar y mediante el esfuerzo realizamos pequeños vencimientos concretos, repetidos una y otra vez, hasta conseguir el control de la propia conducta.

Qué es Familia

Según Enciclopedia Encarta (2,000) 01 y 02 . No se puede dar una definición exacta de familia puesto que cada tipo de familia requiere su propia definición. Aunque se conoce una definición histórica aplicable a todas las familias.

Según la enciclopedia Larousse (2,002) una familia es "un conjunto de personas del mismo linaje, de la misma casa".

La familia constituye de un elemento fundamental como lo que se vive en el seno familiar, lo que se aprende dentro de la familia.

Tipos de familia

Hoy en día en la sociedad se puede encontrar con distintos tipos de familia.

Para hacer una clasificación basta con la definición de que una familia es un conjunto de personas pariente o no que viven en una misma casa :

-Familia nuclear :

Está formada por padre, madre e hijo, es la típica familia clásica

-Familia monoparental:

Sólo hay un padre o madre e hijos o hijas

-Familia monoparental extendida :

Hay un progenitor, hijos o hijas y personas de la familia

-Familia monoparental compleja :

Hay un progenitor y a su cargo hijos o hijas y comparte vida con personas ajenas a la familia

-Familia unipersonal :

Es una familia formada por un componente (soltero)

-Familia compleja :

Es una familia en la que en casa viven personas familiares y no familiares

-Familia extendida :

Es una familia que comparte hogar con personas familiares

4. Marco de Referencia

-Familia bis:

Es una familia en la que se produce una ruptura en la pareja y cada miembro de ésta forma una familia nueva

-Familia de Hecho:

Este tipo de familia tiene lugar cuando la pareja convive sin haber ningún enlace legal

-Familia formada por parejas de homosexuales y lesbianas:

Familias de gays y lesbianas que tienen hijos

Educación familiar Guatemalteca

La página virtual de APROFAM (2,007) comenta que como muchos otros países latinoamericanos, casi un cuarto de la población de Guatemala es adolescente. Cada día estos adolescentes enfrentan problemas relacionados directamente con su salud sexual y reproductiva, incluyendo embarazos no deseados, contagio de enfermedades de transmisión sexual, VIH/SIDA, abortos provocados, violencia basada en género, etc. Es este ámbito, APROFAM creyó que el departamento de servicios para adolescentes podría servir a las necesidades diversas de la juventud guatemalteca y proveerles educación y servicios para ayudarles a tomar decisiones informadas y a manejar responsablemente su sexualidad. El departamento ofrece una variedad de servicios en salud sexual y reproductiva, incluyendo una clínica que provee servicios de salud en general, ginecológicos y psicólogos para las y los adolescentes.

Como parte de una red de servicios para jóvenes, APROFAM implementó una línea telefónica directa y gratuita de información sobre salud sexual y reproductiva. Los jóvenes usan esta línea para solicitar servicios, hacer citas en la clínica, y buscar respuestas a sus preguntas relacionadas con la salud.

Considerando el alto índice de embarazos en las adolescentes, APROFAM implementó un programa de adopción de bebés mecánicos. La experiencia fue diseñada para permitir a las y los jóvenes la oportunidad de experimentar las implicaciones e inconveniencias de ser madre o padre a temprana edad.

En el programa, los jóvenes "adoptan" a un bebé mecánico durante una semana. Los bebés están programados para llorar de vez en cuando durante el día y la noche y deben ser atendidos por la madre o el padre adoptivo. Los padres tienen que alimentar, cambiar el pañal, y consolar al bebé. Un ordenador instalado dentro del cuerpo de bebé graba las acciones del padre o madre,

incluyendo algún "abuso" o "negligencia" que ocurra. Cuando el bebé se devuelve a APROFAM, los padres adoptivos asisten a mini-cursos sobre temas relacionados con la salud sexual y reproductiva y reflexionan sobre sus propias experiencias.

Lo que hace que este programa sea innovador y diferente es que permite vivenciar la experiencia de ser madre o padre a edad temprana a través de tecnología moderna y no está basado solamente en información verbal o escrita. Tanto hombres como mujeres, después de la experiencia de adopción, dicen que se identifican y consideran más a los padres, especialmente a su mamá.

Día internacional de la familia

El Sistema de Naciones Unidas comenta sobre que la familia que es reconocida universalmente como la unidad básica de la sociedad que da el apoyo esencial, emocional y material para el crecimiento y bienestar de sus miembros. Además, las familias son las promotoras del desarrollo económico y social.

En Guatemala, la Ley de Desarrollo Social, aprobada en 2001, en su artículo 6 indica que "la organización de la familia es la unidad básica de la sociedad, la que se considera sobre la base legal del matrimonio. Constituye también núcleo familiar con los mismos derechos, la unión de hecho, las madres y padres solteros, en atención a los artículos 48 de la Constitución Política de la República y 173 del Código Civil".

En ese artículo, se recogen los cambios que la familia ha ido conociendo a lo largo de los últimos años y décadas, donde el esquema familiar sustentado en el jefe varón proveedor y la esposa ama de casa ha evolucionado. Hoy en día, los hogares y las familias presentan esquemas más heterogéneos y complejos, al haber aumentado los hogares y familias de doble ingreso, con jefatura femenina o unipersonales.

En el Día Internacional de la Familia, el Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala quiere expresar la necesidad de unir esfuerzos para mejorar calidad de vida de las familias, dado que son la unidad básica de cada sociedad. Al elevar el grado de su bienestar, mediante la definición de políticas públicas pertinentes, también se estarán alcanzando los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que contienen entre otras metas alcanzar la educación primaria universal y reducir la extrema pobreza, el hambre y la mortalidad materna.

4. Marco de Referencia

Educación Familiar

La familia tiene un papel preponderante en la educación, debiendo formar individuos que sepan ser felices y estables, que sepan encontrar un sentido a su vida sabiendo coordinar y equilibrar los distintos aspectos de la vida: personal, profesional, afectivo y social. Como complemento a ella, en la educación escolar se debe transmitir conocimientos a los niños y enseñarles a leer, escribir, calcular, razonar y dialogar. De la calidad con que eduquemos a nuestros hijos dependerá la calidad futura de nuestra sociedad.

Las primeras influencias que recibe un niño provienen de su familia, y también es en la familia donde se da una gran parte de la educación humana, entendida como la transmisión de valores y complementaria de la educación académica, entendida como la transmisión de conocimientos. Las relaciones familiares han de estar basadas en el cariño, en el respeto de unos a otros y en la solidaridad. La mejor forma de educar es con el ejemplo.

Educar bien es proporcionarle al niño la oportunidad de autovalorarse y de cultivar su propia libertad de pensamiento. Esto pasa por atribuirle un rol activo en la familia y unas responsabilidades que, a su medida, le hagan necesario. A partir de aquí, educar bien es definir claramente las pautas de conducta dentro de la estructura familiar: imponer límites es necesario pero hemos de ser justos, objetivos y coherentes.

La autoridad paterna y materna en la educación no debe inhibirse sistemáticamente por temor a resultar autoritaria; los padres tienen responsabilidad sobre los hijos y ninguna responsabilidad puede ejercerse sin la debida autoridad. Hay que fomentar la familia basada en el respeto mutuo, el amor, la cooperación, y no dejar de lado ni el orden jerárquico ni la disciplina en los primeros años de la educación.

Los poderes públicos deben promover las "Escuelas de padres" desde antes del nacimiento del hijo: igual que es obligatoria la enseñanza para los hijos o la titulación oficial para ejercer una profesión, debe habilitarse una formación para padres, pues van a tener una influencia considerable en los ciudadanos del futuro y, por tanto, en la sociedad en la que ellos mismos vivan dentro de unos años.

En una situación en la que los hijos no abandonan el hogar parental hasta la edad adulta, la convivencia debe plantearse más como entre adultos que como entre adultos y adolescentes.

No debe magnificarse el éxito profesional como objetivo en la vida, sino equilibrarlo con el resto de facetas: éxito afectivo, social, etc. La actividad profesional es una forma de conseguir los ingresos necesarios, de relacionarse, de plantearse y superar retos, pero no puede ser la única medida del éxito de una persona.

5. Contenido Teórico

Cliente: La fundación ICEF

MISIÓN

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y orientación de padres de familia para ayudarles a cumplir lo mejor posible, su papel de progenitores y educadores. Otra parte la dedicará a la capacitación de empleados en el área del desarrollo personal, encaminadas a mejorar nuestra sociedad.

VISIÓN

Con el apoyo de todos los patrocinadores, colaboradores, directivos, ejecutivos, empleados, catedráticos, coordinadores, etc. La Fundación deberá crecer a un nivel que le permita relacionarse permanentemente, a nivel nacional, con miles de matrimonios de todas las clases sociales, económicas, sin importar su raza, su credo religioso ni su nivel cultural. Organizará actividades y tendrá grupos, secciones o departamentos que le permita abarcar, además de los aspectos formativos de los miembros de las familias que serán el núcleo De la Fundación, todos los aspectos del diario.

Maestría de Padres

Nace como formación interna del profesorado del centro de enseñanza. Y en 2 años 1500 personas ha cursados estos estudios. Este programa se imparte en: México, San Luís Potocil, Querétaro, Guayacán, Monterrey, España, colegio Attendis y escuelas familiares Sagrarias España, Guatemala, Lima Perú, Tegucigalpa Honduras, San salvador Salvado, Santiago de Chile Guayaquil Ecuador.

Qué es el diplomado educación familiar

Es una titulación del Centro Universitario Villanueva, que esta adscrito a la Universidad Complutense de Madrid, y que exige título previo de licenciado universitario, para otorgar el Diploma de Master en Educación, con especialización en Asesoramiento Educativo Familiar. Si no se posee el grado de licenciado, se otorgara a los participantes un Diploma de Experto Universitario.

-El objetivo del programa es la formación de directores, orientadores, profesores y padres de familia interesados en la aplicación práctica de las técnicas educativas más modernas y acordes a los tiempos que vive la familia y la sociedad de hoy.

Su objetivo como maestría es

El futuro de la sociedad pasa necesariamente por la recuperación de los padres de su función educativa familiar. El Master y Experto en Orientación Familiar tiene como objetivo capacitar a preceptores, profesores, orientadores, padres de familia (educadores) para formar a las familias a las que atiende, de manera que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o Institución. Se trata de formar a profesionales capaces de ofrecer a las familias el asesoramiento que necesitan para "ser" familia y educar a sus hijos en el mundo de hoy.

5. Contenido Teórico

Área de diseño

Material informativo

Barrios (2003) menciona que:

Este material permite transmitir mensajes concretos por medio de imágenes visuales. Es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimiento que permiten ampliar un tema determinado.

Los contenidos del material informativo se determinan a partir de un proceso en que se resume toda la información que se desea hacer llegar a determinado grupo objetivo con el fin de ampliar conocimientos a medida que el tema se desarrolla y que no se facilita al grupo objetivo por otros medios.

Que para diseñar un material informativo se debe tomar en cuenta que la clave es el atractivo que ejerza al grupo objetivo, lo que lograr que este se identifique con el tema y así se aproveche de mejor forma y se logre el objetivo del material. Esto se logra habiendo comprendido el texto, estableciendo un ritmo, dando lugar a la sorpresa y logrando la variedad en la unidad.

Los tipos de material gráfico informativo varían dependiendo lo que se necesite pero los más comunes son: Folleto, boletines, periódicos, anuncios gráficos, rotafolio, despegables y afiches.

Samayoa (2001) afirma que:

El material informativo es el que quiere expresar toda aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tipo de información.

Que existe otros tipos de materiales gráfico informativos, los plegable estas piezas puede asumir diversas forma , como lo puede ser: membretes, tarjetas, volantes, carteles, anuncios, hojas de instrucción, sobres etc.

Contenido del material informativo

Samayoa (2001)

Indica que los contenidos del material informativo se determina a partir de un proceso de reducción, que se hace el facilitador conjuntamente con el diseñador gráfico, de toda la información que se desea hacer llegar al grupo objetivo sobre un tema actividad o proceso determinado. El material informativo va ampliando conocimiento a medida que el tema se va desarrollando, que no importa elementos que no se darán al grupo objetivo por otros medios.

Esto implica que el tema, actividad o proceso a desarrollar, complementado con el material informativo, debe ser el dominio del facilitador. En principio el facilitado debe aportar los conceptos, las definiciones, las formulas, los signos, las ilustraciones, los procesos, las instrucciones, el contenido todo en cuanto que debe ser el dominio del grupo objetivo. El material informativo debe constituir una estructura progresiva y jerarquizada de información no sean aislados.

Reglas para elaborar los contenidos del material informativo

1. Los contenidos del material informativo, deben ser interesantes y ampliar los conocimientos sobre el tema tratado.
2. Deben seleccionarse en función a las necesidades e intereses del grupo objetivo.
3. Deben evidenciar lo esencial del tema.
4. Las actividades deben establecer una comunicación en dos vías: facilitar una información que provoque una respuesta activa.
5. El contenido del material informativo debe hacer referencia a la realidad.
6. El recurso motivador debe ser adecuado a la edad para que resulte atractivo.
7. El material debe utilizarse en el momento oportuno dentro de una programación de capacidad y debe irse graduando según la etapa de utilización.

5. Contenido Teórico

Diseño del material informativo

Samayoa (2001) comenta que para diseñar material informativo hay que manejar bien la información que se quiere comunicar al grupo objetivo. El tratamiento desde la forma se refiere a los recursos expresivos que se combinan con el material.

En el material informativo se debe enriquecer el tema los conocimientos y la percepción del grupo objetivo, hacer comprensible el texto, establecer un ritmo, dar lugar a sorpresa a ruptura y lograr variedad en la mitad.

Folleto

La página virtual de arte dinámico (2007) define al folleto como una publicación no encuadernada utilizada, generalmente, para transmitir información publicitaria, que ofrece información de los productos o servicios de una empresa.

Los folletos al igual que otros elementos de comunicación pueden presentarse de muchas formas diferentes, su tamaño, la cantidad de hojas utilizadas, y en general todo lo que lo conforma.

Un folleto se divide en diversas partes o secciones por su forma de plegado:

- De una sola hoja o parte, que es el folleto simple.
- De dos partes, cuerpos o díptico (un plegado).
- De tres partes, cuerpos o tríptico (dos plegados). Suele utilizarse el formato en sentido horizontal para obtener tres cuerpos verticales que nos permiten realizar composiciones más expansivas.
- Folletos con más partes, cuerpos u hojas, pero que dependiendo de la dimensión ya podríamos clasificarlos como catálogos.

Boletín

La página virtual de arte dinámico (2007) menciona que el boletín informativo es un programa de corta duración que sirve para el seguimiento continuo de la actualidad. Incluye pocas noticias, que si no cambian de un boletín a otro, deben ser rescritas con otra redacción o complementadas con nuevos datos o testimonios

William (1999) dice que:

Boletín es una publicación sobre los acontecimientos políticos de una campaña. Un boletín interno se distribuye exclusivamente entre los empleados. Las publicaciones externas se envían a una persona relacionada con la compañía o al público en general.

Dentro de las ventajas del boletín bien elaborado es contribuye mucho motivando a los empleados y atraer a los clientes. Pero la redacción, impresión y distribución puede ser costosa y consumir mucho tiempo, lo cual puede ser como una desventaja.

Avens (1999) menciona que los medios digitales son canales de comunicación que combinan la eléctrica de los formatos de multimedia con las capacidades de los sistemas electrónicos con el control de la telecomunicación moderna y con la televisión y la tecnología de la computadora

Material publicitario

Campañas publicitarias

Estrategia general de comunicación.

Dentro de monografías Méndez (2007) comenta que:

La Estrategia general de un enunciado rector que determina propósitos, finalidades y generales de acción y para encausar todas las de comunicación.

Consiste en tres pasos:

1. Enunciado: es donde se enuncia la estrategia general de comunicación.
2. Imagen ideal del producto: lo que el público espera de un producto como el que se está público.
3. Posicionamiento deseado: cual es el que se desea para el producto.

5. Contenido Teórico

Diseño Publicitario

En Fotonostra(2005), la página virtual menciona que el diseño publicitario se encuentra en un punto imposible de determinar, ya que se encuentra reproducido en muchos ámbitos, con sus variables y tendencias.

La labor de un diseñador gráfico, es la de transmitir ideas mediante el uso de cualquier elemento, ya sea un texto, una imagen. No obstante la utilización de un elemento u otro, se encuentra marcado por las tendencias. Las tendencias, son las preferencias sobre los gustos, compartidos por diferentes grupos de personas, las cuales, coinciden al representar un diseño marcado por un estilo, que influye sobre el resto. En cada proceso, el diseñador deberá emplear distintos diseños del resto y dependiendo del elemento que se va a diseñar. Los diseños realizados por un mismo individuo, se encuentran marcados por Su estilo personal, que lo diferencia del resto.

Las modas, es otro de los elementos, por el cual se encuentra marcado el diseño, pero en gran medida las marcan los grandes diseñadores. Intermediario concreto de un mensaje (publicitario) entre el remitente (ofertador) y el destinatario. Transporta y "lleva" el mensaje al destinatario, ya sea en forma impresa o no impresa como medio impreso o no impreso. También la muestra del artículo es un medio publicitario. En sentido amplio, los periódicos, las revistas, la radio y la televisión forman parte de los medios publicitarios clásicos; en sentido estricto, los anuncios o spots publicitarios.

Clases de diseño publicitario

En el ámbito publicitario Fotonostra(2005) menciona, que:

Es muy amplio, cada vez son más los elementos que se utilizan para conseguir y transmitir la publicidad de una empresa, o de un nuevo producto, o cualquier otro ingrediente de última creación, fabricación etc.

Destacamos como clases de diseño publicitario:

- Catálogos
- Carteles y póster
- Vallas publicitarias
- Packagin, envases y etiquetas

Diseño de catálogos publicitarios

Fotonostra(2005) dice que son las publicaciones que ofrecen información sobre una serie de productos o servicios, de una empresa. Es el mejor medio que tiene una empresa para ofrecer publicidad sobre sus productos directamente al consumidor, aunque esta sea un poco elevada de costo, permite enseñar de una forma correcta todos los contenidos deseados por la empresa, sin limitar calidad ni espacio en la publicación de sus productos.

Diseño de folletos y flyers publicitarios

Dentro de la página de Fotonostra (2005) se menciona que:

Los flyers o denominado también, "Volante". Es el término con el que se denomina a aquellos folletos de pequeñas dimensiones y gramajes reducidos y que se utilizan para transmitir información publicitaria sobre productos y servicios de una empresa.

Los folletos, es uno de los elementos que pueden encontrarse también, incluidos en un mailing. Presenta el producto o servicio de forma detallada e ilustrada, destacando las ventajas y las características de la oferta. Su formato o tamaño, varía en función de las necesidades del producto y del desarrollo creativo.

Según la dimensión y plegado del flyer, puede clasificarse en:

- Volante: Contiene una sola hoja y dos caras
 - Díptico: Compuesto por una hoja, un plisado y 4 caras
 - Tríptico: Compuesto por una hoja, dos plisados y 6 caras
- Eventualmente una hoja podría plisarse más veces.

Los flyers, se encuentran dentro de la categoría de folletos, y son pequeños panfletos de reducido tamaño. Son también los que normalmente se reparten en grandes cantidades, a los clientes o consumidores que circulan a pie.

5. Contenido Teórico

Cómo es un folleto publicitario

Sin tener en cuenta el número de páginas que tenga, un folleto puede presentar en su formato formas y tamaños muy diferentes, sin dejar a un lado las normas generales de una buena composición.

Los plegados más habituales de un folleto, son el doblado tipo rollo. Se pliegan cada una de las hojas dentro de otra, y para ello es muy importante tener en cuenta el grosor del papel, ya que se nos podría abrir el tríptico y quedaría abierto.

La parte del folleto que se encuentra en primer lugar, es lo que denominamos "la portada", debe impactar lo suficiente como para que el receptor le despierte el suficiente interés, para ilustrarse de la información del folleto. El diseñador deberá crear un diseño uniforme y relacionando unas páginas con otras, para evitar que se pierda el atractivo y equilibrio de la publicación.

La información que muestra los folletos, es de forma temporal, y suelen incluirse diseños muy atractivos e innovadores, para que el cliente centre su atención en ellos.

El cartel publicitario

Fotonostra (2005) menciona que por el tamaño se entiende que es un póster o cartel, aquel diseño impreso que sobrepase el tamaño DIN A3.

El diseño de un cartel publicitario o un póster es uno de los retos más atractivos que un diseñador puede encontrar. Un cartel o un póster están hechos para captar la atención a las personas mientras, éstas, se encuentran en movimiento y para que sean visibles desde grandes distancias e impactantes por su gran dimensión. Gráficamente un cartel debe presentar un correcto equilibrio de todos los elementos que contiene. Las imágenes, gráficos, fotos y textos deben representar una línea de comunicación que permita al ojo humano (y al cerebro) dirigirse de un punto de información a otro. Esto crea movimiento y dinamismo. Los puntos de información no son colocados por casualidad, sino que son creados por el diseñador para influir en el lector.

El diseño de póster y carteles

En fotonostra(2005) dice que un cartel, los textos y los tipos de letras son elementos importantes que deben ser realizados usando distintos colores, y ser posibles colores muy llamativos y diferentes tamaños. Esto ayudará a los clientes a leer el cartel con facilidad.

También se debe seleccionar un tipo de letra ancha, negrita y con un tamaño de letra grande (mínimo 16 puntos) para los encabezamientos. Si el cartel tiene distintos encabezamientos, utilizaremos dos o más tamaños de letra. El color del texto debe encontrarse contrastado con el color de fondo: si el fondo es oscuro, utilizar letra clara y viceversa. Cuanto menor sea el contenido, mejor, y si tiene que aparecer mucha información, intentar que los datos sean gráficos.

Publicidad exterior

Sobre la publicidad exterior fotonostra menciona que es, aquella que se realiza al exterior de los edificios y en los diferentes medios de difusión móviles existentes.

La publicidad exterior intenta llegar a las personas, cuando estas se encuentran fuera de sus hogares. Es una publicidad de grandes tamaños, y han ser vistas a grandes distancias y alturas.

Se Puede relacionar las siguientes formas de publicidad exterior:

- Vallas publicitarias: Son las que están en zonas abiertas, grandes centros comerciales, carreteras. Se encuentran colocadas en soportes especiales, y su medida alcanza los 4 y 8 metros de longitud.

- En eventos especiales: Parecidas a las vallas publicitarias, pero con la diferencia, de que estas se realizan, cuando concurre algún evento específico y puntual. Por ejemplo, la celebración de la diputación de un partido de fútbol, o bien una concentración de medios.

5. Contenido Teórico

- En la vía pública: Se colocan en las superficies, ubicadas, en las estaciones de metro, estaciones de tren, o bien en las paradas de los autobuses. Esta clase de publicidad, mantiene un tamaño más reducido, ya que se visualizan desde una distancia más cercas.
- En vehículos de transporte terrestre y aérea: La de vehículos se plasma, en los medios de transporte público, en el propio vagones de metro, autobuses, taxis, etc.
- El medio de publicidad aérea: es aquella publicidad que se realiza a través de las avionetas, que transportan colgando de su cola, carteles de tela y otros materiales ligeros con mensajes publicitarios.
- La publicidad exterior: es muy utilizada y para que estos mensajes publicitarios consigan un óptimo resultado, se deben tener en cuenta una serie de pautas importantes, al componerla.
 - Deben ser de gran tamaño y un cierto atractivo para ser vistas a grandes distancias.
 - Han de contener textos muy cortos, claros y directos, para que se puedan visualizar y leerse con rapidez, al primer golpe de vista.
 - La marca o empresa que publicita debe ser grande y claro.
 - Los colores que se utilicen serán puros y llamativos.

Piezas Gráficas

Según Kotler (2001), en su libro "Dirección del Milenio", una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades. Se relaciona muy fuertemente con la publicidad, la cual es usada tanto en vía pública como en revistas o prensa escrita. A pesar de limitarse a un espacio plano, en la vía pública puede tener relieves para acaparar el interés del grupo objetivo. La característica de ser reconocida como pieza diseñada es el primer condicionante de sentido presente en la pieza de comunicación visual. La pieza diseñada es reconocida como un tipo de comunicación que se recorta dentro del conjunto de los discursos sociales, como un tipo de voz en particular.

Kotler (2001) en su libro "Mercadotecnia y Publicidad" define los siguientes conceptos:

Letra: existen tipos de letra que facilitan la legibilidad de un texto

ya que sus diseños se ajustan bien a ciertos espaciados. Así, se dice que los tipos de letra latinos y romanos, cuyo diseño es parecido a los clásicos ofrecen mayor legibilidad.

Espaciado entre letra y letra: una palabra o frase que tenga las letras poco espaciadas dificulta la lectura de las mismas y por tanto no ofrecen buena legibilidad.

Igualmente, si éstas están excesivamente espaciadas también resultan difíciles de leer. Así mismo, un espaciado mínimo e igual entre letra y letra, crea en los rótulos una desagradable falta de unidad.

Longitud de la línea: una línea muy larga con letras pequeñas dificulta la lectura, ya que imprime muchas palabras y hace complejo el pasar de una línea a otra.

Espaciado entre línea y línea: mientras más extensa es una línea de texto, y más pequeño el cuerpo de la letra, más necesario es el espaciado entre línea y línea, llamado en artes gráficas interlineado. Entre los más usuales tenemos:

Calidad de la impresión: una impresión deficiente, con fallos, con exceso de tinta, perjudica notablemente la legibilidad del rótulo y le quita belleza al diseño, dificultando también la lectura del mismo.

La rotulación utilizada como imagen: por medio del diseño de un rótulo también podemos expresar, ilustrar, lo que significan las palabras que lo componen. Esto se logra convirtiendo las letras en imagen, logrando que la letra, la palabra y la imagen sean una sola cosa. Este tipo de diseño es de gran eficacia a nivel publicitario, ya que el uso del rótulo imagen ayuda a fijar en la memoria del observador el nombre de una marca, producto, empresa, etc.

6. Grupo Objetivo

Este proceso se desarrollo obteniendo la información de el nivel socio económicos de Prodatos de la ciudad de Guatemala de junio de 2003 y también por medio de una encuesta que se realizó al grupo objetivo (Anexos 1)

6.1 Perfil demográfico

Las clases sociales serán entre A B y C. Los cuales tienen un ingreso familiar de Q 49,600.00 a Q 6,100.00. Tienen un nivel de educación en el caso de A, B, C1, C2 universitarios y diversificado. Las ocupaciones más comunes de jefe del hogar en las clase social A; B, C1 son de profesionales empresario comerciante y gerentes, el C2 supervisores/jefes administrativos, técnicos. En el caso de su hogar tiene un promedio de habitaciones de 3 o más en las clases sociales A, B, C1 en C2 3 cuartos. El servicio doméstico las clases social A, B, C1 tiene por lo regular el 97% y en C2 el 77%. En cuanto a sus aparatos eléctricos como lavadora, secadora, microondas en la clase sociales A, B, C1 son electrodomésticos que no faltan en su casa, en la clase social C2 tiene un cierta prioridad en cuando a la lavadora y microondas, la secadora no es indispensable. En cuanto al teléfono de casa, celular, son parte de las clases sociales A, B, C1 en la clases C2 también tiene teléfono el celular es algo secundario. La computadora e Internet, televisión y cable son servicios indispensables al 90% en las clases sociales A, B, C1 en la clase social C2 un 80% el Internet si un 50 % no es tan indispensable. Los Vehículos son indispensables al 100% todos los mayores de 18 años o mas edad tiene vehiculo de los años recientes en las clases sociales A, B, C1 en el caso de C2 tiene vehículo pero de años anteriores y no todos dentro de la familia.(Nivel socioeconómicos -Predatos-ciudad de Guatemala junio de 2003)

6.2 Perfil Psicográfico

Según Gilligan mencionado por Felman(1985) los hombres ven lo moral en función de principios generales tales como justicia y equidad. En contraste , la mujeres la ven en función de responsabilidad hacia los individuos y voluntad de hacer sacrificios para ayudar a una determinada persona dentro del contexto de una relación específica.La compasión hacia los demás es un facto más importan en el comportamiento moral de las mujeres que de los hombres.Las ideas diferentes de hombre y mujeres sobre lo que constituye el comportamiento moral puede conducirlos a considerar la moralidad de un comportamiento particular en formar potencialmente contradictorias.

Estas perspectivas divergentes pueden llevar al desacuerdo, como en el caso en que un padre y una madre llegan a conclusiones diferentes respecto ala necesidad de disciplinar a un hijo.

Tal es el caso en que la edad en algunos caso llega a influir ,ya que si el matrimonio es de un nivel diversificado; papas novatos como todo padre primerizo que llega a diferir en la educación de sus hijos.

Roberts Felman (1985) menciona que con frecuencia los psicólogos creen que la primer etapa de la vida adulta inicia alrededor de los 20 años y finaliza entre los 40 y 45 años y que la etapa medio abarca de los 40 y 45 hasta los 65 años. A pesar de la gran importancia de estas etapas en cuanto a los logros que ocurren en ella y su duración los psicólogos del desarrollo las han estudiado menos que a cualquier otra. Una de las razones es que los ambitos físicos durante estos periodos son menos palpables y ocurren más gradualmente que en la otras fases de la vida. Los cambios sociales son tan variados que imposibilitan una categorización sencilla. No obstante está surgiendo un creciente interés en la edad adulta entre lo psicólogos del desarrollo con un enfoque especial en los cambio sociales que se dan en la familia, el matrimonio, el divorcio y las carreras profesionales de la mujeres.

Si bien los cambio físicos en la fase de la vida adulta manifiestan un desarrollo de un tipo cuantitativo, los cambios sociales del desarrollo más profundos.

En Guatemala hay un alto porcentaje de que los padres no asiste a reuniones que la temática sea sobre el sexo y reproducción, esto provoca que no le enseñan a sus hijos, en varios casos los hijas salen embarazadas y no saben que hacer. Por lo que es necesario llegar a un lugar donde les indique como hacerlo mejor. Son gente con un estatus social estable, trabajan sólo el padre y la madres se dedica a la educación de sus hijos , por lo tanto están dispuestos ha mejorar en el área de la formación de sus hijos.

En el caso de padres jóvenes sin responsabilidad tienen problemas de aceptación de la nueva etapa aquí delegando la responsabilidad a sus padres.

Son gente que les gusta leer revistas , periódicos, pasar el tiempo con su familia salir los fines de semana a centros comerciales, como La Padrera Concepción, Miraflores, La Padrera por mencionar algunos. A fin de año salir de paseo al extranjero, o dentro del país. Estas personas les interesa que la información esté publicada por periódicos, revistas y que la anuncien en la televisión. Les gustaría verlo en afiches, y poco en volantes.

7. Proceso de Conceptualización

Dentro del proceso se desarrolló 3 formas para conceptualizar como lluvia de ideas, metáforas y opuestos. A continuación se presenta la lluvia de ideas que consta de un listado de palabras de éstas se selecciona tríos o parejas para formular oraciones que nos lleva a elegir unas palabras, para el concepto iniciar el proceso.

- Estudios
- Familia
- Educación
- Unión
- Papa
- Mama
- Hijos
- Religión
- Social
- Informativo
- Material
- Comunicación
- Ayuda
- Constante
- Lucha
- Convivencia
- Desarrollo
- Responsabilidad
- Diferencias
- Evolución
- Integración
- Sencillez
- Humildad
- Sentimientos
- Amor
- Atención
- Vida
- Adolescencia
- Problemas
- Confianza
- Amistad
- Dinero
- Diversión
- Comida
- Versatilidad
- Distinción
- Platica

- Secretos
- Crecimiento
- Verdad
- Estrategias
- Fin
- Perfil
- Soporte
- Imágenes
- Formación
- Cumplimiento
- Orientación
- Colaborar
- Ejecutivos
- Empleados
- Programa
- Educadores
- Prioridades
- Destinos
- Relación
- Actividades
- Económico
- Enseñanza
- Mejorar
- Opción
- Fundación
- Gente
- Nivel
- Conclusión
- Valores
- Libertad
- Oportunidades
- Respeto
- Deseos
- Dirigir
- Cortesía
- Maduro
- Figura
- Dependencia
- Ejemplo
- Pasos
- Morales
- Facilitar
- Medios
- Humano
- Propio
- Histórico
- Sangre
- Casa
- Elemento
- Identidad
- Ambiente
- Momentos
- Descubrimiento
- Intercambio
- Procesos
- Bienestar
- Salud
- Clasificación
- Intercambiar

7. Proceso de Conceptualización

Tríos de palabras

- Libertad, familia y responsabilidad

- Una familia libre

- La libertad con responsabilidad

- Una familia responsable

- La libertad con responsabilidad

- Una responsabilidad con libertad

- La familia como centro de responsabilidad

- La libertad es una responsabilidad familiar

- Lucha, Comunicación y Oportunidades

- La comunicación como centro

- La comunicación brinda oportunidades

- Las oportunidades solo se dan una vez

- Una vez se tiene familia se da la oportunidad

- La oportunidad de la familia

- La comunicación como una lucha

- La lucha de oportunidad de comunicar

Idea central de este proceso

La libertad con responsabilidad : se llegó a este concepto en este ejercicio de conceptualización. En una familia debe encontrar ciertos límites, cada persona es libre en todo sentido pero siempre con responsabilidad, y respetar sus ideales y forma de actuar. Para diseñar a través de este concepto se tomara un diseño libre sin marcos algo muy flexible. No recargado, simple.

Seguido se realizó el ejercicio de la metáfora que es el empleo de palabras en sentido distinto al que propiamente le corresponde, consiste en expresar una idea con el signo de otro con la que puede haber similitud.

Palabra central: Familia

Características

Unidad, integrada, grupo, diferente variable, cariñosa, sentimental, respetada, luchadora, amigable, potente, valores, responsabilidad, verdadera, conjunto, personas, vida, sociedad, distinta, ruptura, nueva conciencia, pariente, típica

Palabra a substituir: Unidad

Cadena, lazo, tejido, venas, ramas,

Metáfora

- Cadena de amor
- Una cadena de ilusiones
- Cadena de responsabilidades
- Somos una cadena
- La cadena de verdades
- Con cadenas de oportunidades

Idea central de este proceso

Cadena de amor : la cadena representa la unidad de una familia, y el amor en la unión. El amor es uno de los principales sentimientos del cual influye dentro de una relación familiar, ya que deriva varios factores como el respeto, la comprensión, la armonía e incluso la unida misma desarrollando una cadena. Para realizar el proceso de diseño se realizara de una forma que se refleje la unidad y cadena de amor apoyándose en los gráficos, color y tipografía a utilizar

Por último se trabajó la técnica de opuestos, que se realiza por medio de un listado de palabras con sus opuestos, que se relacione con el tema y se toma tres más palabras que sea el opuesto para realizar la oración.

Énfasis : Familia

- Unión = Desintegración
- Solución = Problemas
- Confianza = Desconfianza
- Amistad = Enemistad
- Dinero = Pobreza
- Diversión = Aburrimiento
- Constancia = Inconstancia
- Igualdad = Distinción
- Diferente = Idéntico
- Cambio = Intercambio
- Sencillo = Complicado
- Bueno = Malo
- Lealtad = Deslealtad
- Felicidad = Tristeza

7. Proceso de Conceptualización

Relación de palabras
Desintegración

- Una familia desintegrada no es familia
- La familia desintegrada tiene varios problemas.
- La desintegración no es parte de una familia

Desconfianza

- La Desconfianza no es base de una familia
- La familia con desconfianza no progresa
- En una familia no debe de haber desconfianza

Complicado

- Una familia complicada lleva la destrucción
- Un familia complicada no es feliz.
- Lo complicado nos lleva a los problemas.
- Las complicación no son simples.

Idea central de este proceso

Las complicaciones no son simples: dentro de una familia siempre se desarrollan varias situaciones, las cuales no son simples ya que de cada situación se aprende algo y se puede llegar a aplicar en la vida diaria. En cuanto al diseño será de una forma sencilla, estético, no recargado. Atractivo por su sencillez, limpio.

7.1 Concepto central

Cadena de amor : Se seleccionó éste ya que se relaciona con la línea de diseño que se quiere trabajar, y con lo que se proyecta dentro del proceso de diseño. Ya que una cadena se puede llegar a transmitir de varias maneras y es una metáfora sobre la unión, y este desarrollo de diseño es algo muy atractivo. En el cual se puede llegar a solucionar de varias maneras. Teniendo varios resultados en los cuales el grupo objetivo se puede llegar a identificar fácilmente y sin complicaciones. El amor es otro factor muy importante dentro de la familia por lo que es adecuado llegar a transmitir en el desarrollo del proyecto. En el diseño se efectuara de una forma simple, atractiva y que impacte al grupo objetivo trabajando una tipografía sencilla y legible, manejando formatos con dinamismo. Y fotografías no convencionales si no que hablen por si solas.

8. Contenido del Material

8.1 Contenido Gráfico

Contenido de texto

- Características
- Objetivos
- Requisitos
- Programa
- Bloques
- Misión
- Visión
- A qué se dedica
- Información de las materias

Diseño	Función	Tecnología	Expresión
Soporte	Demostrar la calidad del material.	Texcote 10Grs., opalina 80 Grs, bond 80Grs.	Sensación de durabilidad
Tipografía	Generar jerarquía según su importancia.	Se utilizarán letras sans serif, con puntos de 72 hasta 12 como mínimo entre los cuales serán Franklin gothic, Arial, Arial Rounded mtd bold , Eras Bold ITC. Los títulos con un mínimo de 22 y los cuerpos de texto con un mínimo de 12.	Sensación de claridad

8. Contenido del Material

Diseño	Función	Tecnología	Expresión
Formato	Crear impacto del material.	Entre 8 " y 11" como mínimo y máxima 13" x 18".	Sensación de elegancia
Color	Captar la atención.	Colores que se utilizarán son en CMYK , y colores cálidos y fríos utilizando una paleta de color saturada.	Sentimiento de alegría
Diagramación	Mantener una unidad por medio de contorno	Se utilizará los ejes verticales con horizontales, el interlineado será variado.	Sensación de Sencillez
Elemento Gráfico	Ser un punto focal	Fotografía a colores y en blanco/negro. Utilizando contrastes.	Sensación de respaldo

8. Contenido del Material

foto	Descripción
Foto 1	una pluma con un cuaderno
Foto 2	un mano escribiendo en un cuaderno
Foto 3	dos manos, una ayudando a la otra.
Foto 4	las manos de papás e hijos , en una posición de grupo.

9. Medios y Formas

Dentro de proyecto se realizarán 4 piezas las cuales se distribuirán de la siguiente manera:

1. **Los afiches** que se ubicarán en los diferentes puntos de la ciudad como universidades, colegios, institutos, centros comerciales por mencionar algunos. Los afiches se ubicaran tres meses antes de iniciar la maestría.
2. **Trifoliar** estará ubicado en los colegios, institutos y universidades y en la institución ICEF. Los trifoliales van de la mano de los afiches ya que están ubicados en los mismos establecimiento, pero estos estarán antes que los afiches y un tiempo más largo en las ubicaciones.
3. **Invitaciones** que se dará a los padres de familia o personas que se inscriba y además se estarán proporcionando en los centros comerciales como una forma más directa de invitar al programa.
4. **El despegable** que se proporcionará en el curso, para cada estudiante de la maestría al iniciar.

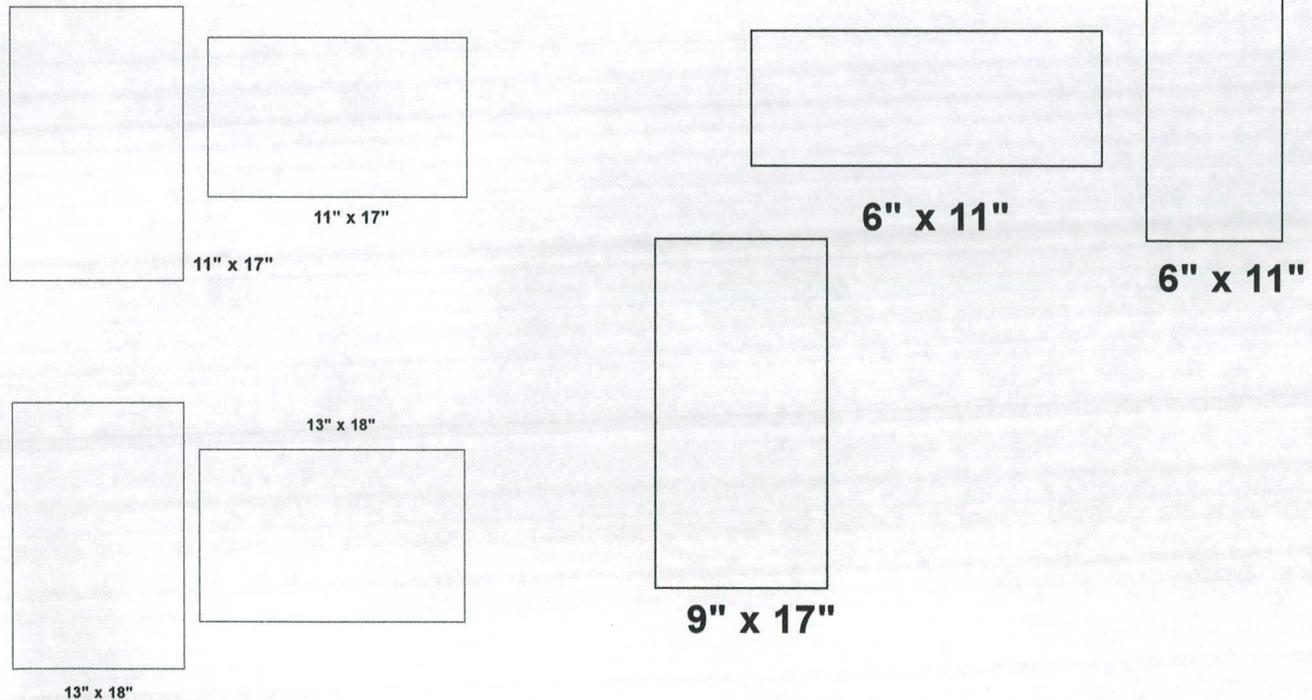
Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
Afiche : transmitirá información sobre el curso acerca de la maestría	Impreso	Informativo	El representante de ICEF	durante 3 meses	Univeridades, centros comerciales, Colegios, Institutos
Invitación: un medio publicitario para las personas de los diferentes lugares.	Impreso	publicitario	El representante de ICEF	duración 1 mes	Univeridades, centros comerciales, colegios
Trifoliar: Comunicar acerca de la maestría, para las personas interesadas en el tema.	Impreso	Informativo	El representante de ICEF	duración 1 año	Colegios, institutos, universidades Icef
Despegable: informar sobre el contenido del curso	Impreso	Informativo	El representante de ICEF	Un semestre	En el hotel Camino Real

10. Bocetaje

Etapa 1 Formato

Afiche

Con el afiche se inició proponiendo como mínimo 11" x 17" y un máximo de 13" x 18"; dentro de estas medidas se obtuvieron otras como 6" x 11", 10" x 18" y 9" x 17". Se seleccionó la de 9" x 17" dentro de la tabla la expresión se representará la elegancia; y la altura es una forma de representar la elegancia.

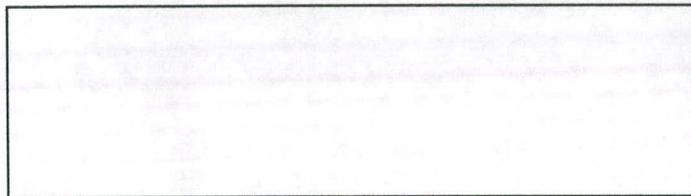


10. Bocetaje

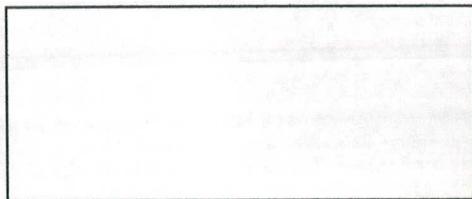
Etapa 1 Formato

Invitación

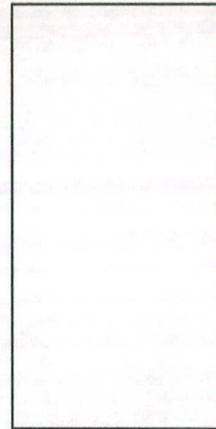
En el caso de la invitación se buscó mantener la elegancia por medio de la proporción de más alto que ancho. En la invitación se trabajaron de 3" mínimo y un máximo de 11". Se optó por el formato 4" X 11". El concepto Cadena de amor se reflejó una forma de eslabón ya que son piezas unidas, y en este caso tendrán unidad por su continuidad en el diseño.



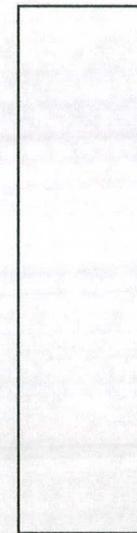
4" x 8.5"



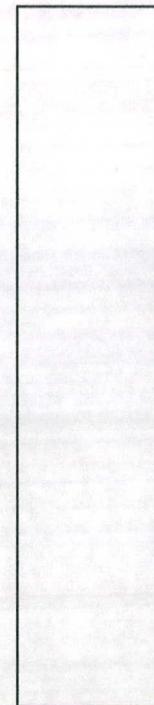
4"x 6"



5" x 8.5"



3"x 8.5"

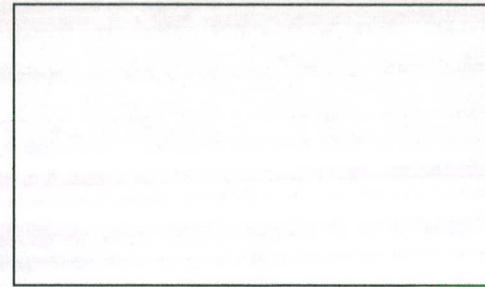


4"x 11"

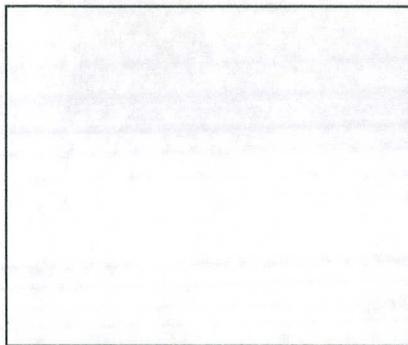
10. Bocetaje

Etapa 1 Formato Trifoliar

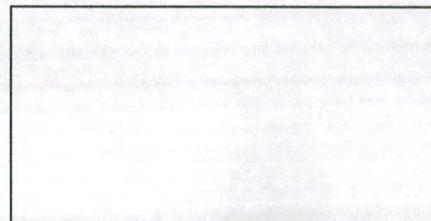
Para el trifoliar se bocetaron 5 medidas distintas con un mínimo de 3" y un máximo de 17". Se seleccionó el de 3" X 17" pulgadas, para que se observe una unidad en los materiales; se buscó esta proporción de más largo que ancho. Manteniendo en ésta representación de elegancia. El concepto Cadena de amor: en formato se reflejó en la unión, ya que su proporción horizontal en un área consecutiva en forma de lazo.



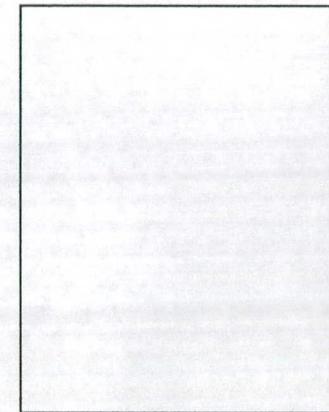
5 x 11



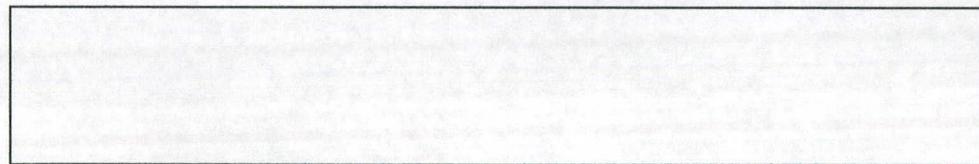
8.5" x 11"



5" x 10"



6" x 11"



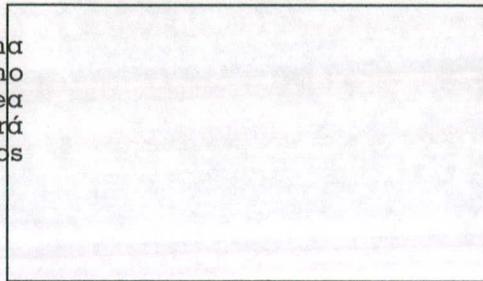
3" x 17"

10. Bocetaje

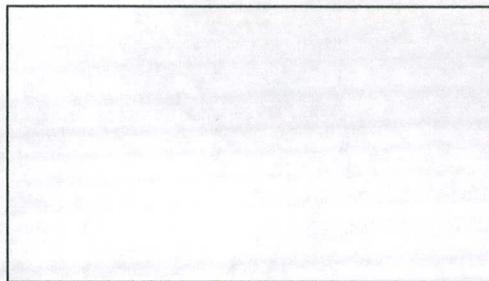
Etapa 1 Formato

Despegable

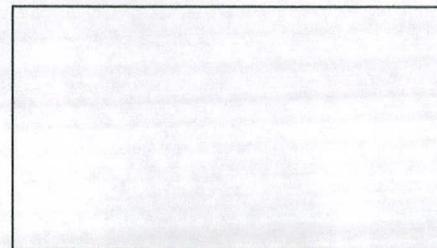
El despegable se trabajó de 3" x 17" ya que de esta forma es más fácil de dividir el formato, que en cuatro como anteriormente se había pensado. Guardando siempre la línea de la elegancia. El concepto de Cadena de amor se reflejará con varios eslabones de la cadena ya que todos están unidos entre sí dentro del despegable.



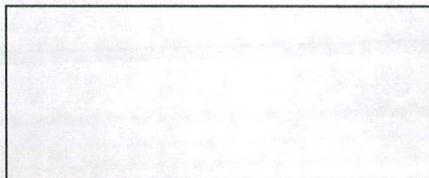
13" x 16"



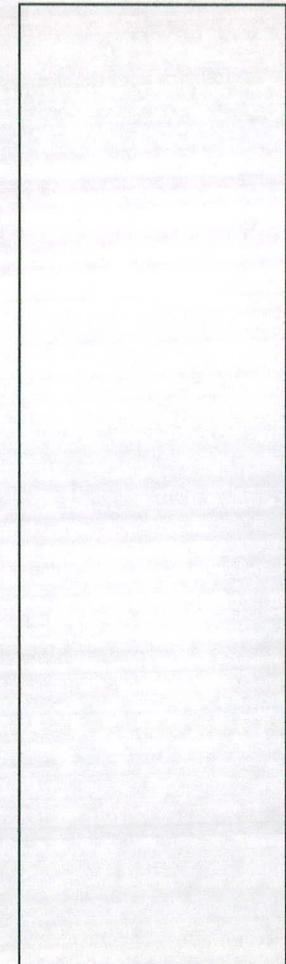
13" x 18"



11" x 17"



8" x 15"



3" x 17"

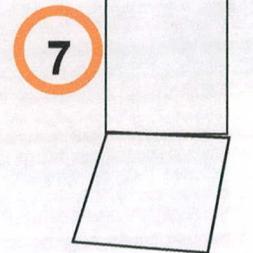
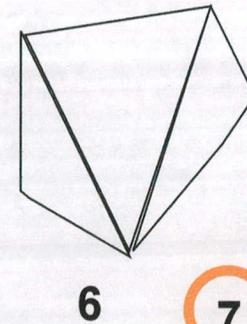
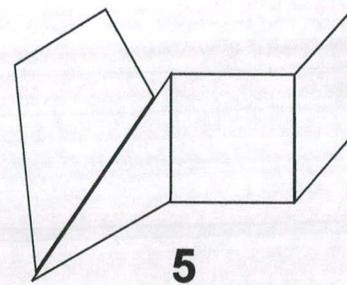
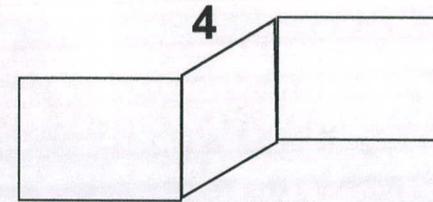
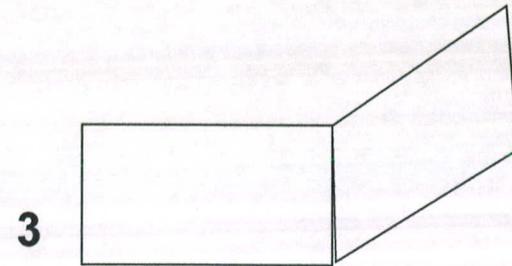
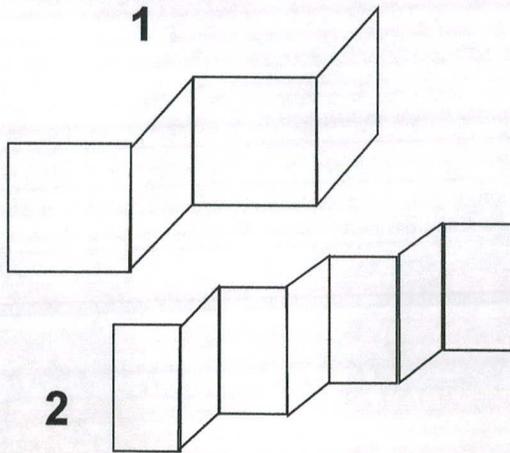
10. Bocetaje

Etapa 2 Dobleces

Invitación

En cuanto a parte de los dobleces en la invitación se buscó una forma práctica, convencional, para que el grupo objetivo lo maniobrará bien.

Dentro de los dobleces que se realizaron el que se seleccionó es el número siete. Para la ubicación de los elementos acorde a esta proporción, la forma es de acordeón. El concepto se evidencia en la forma de los dobleces realizando los eslabones que forman una cadena.

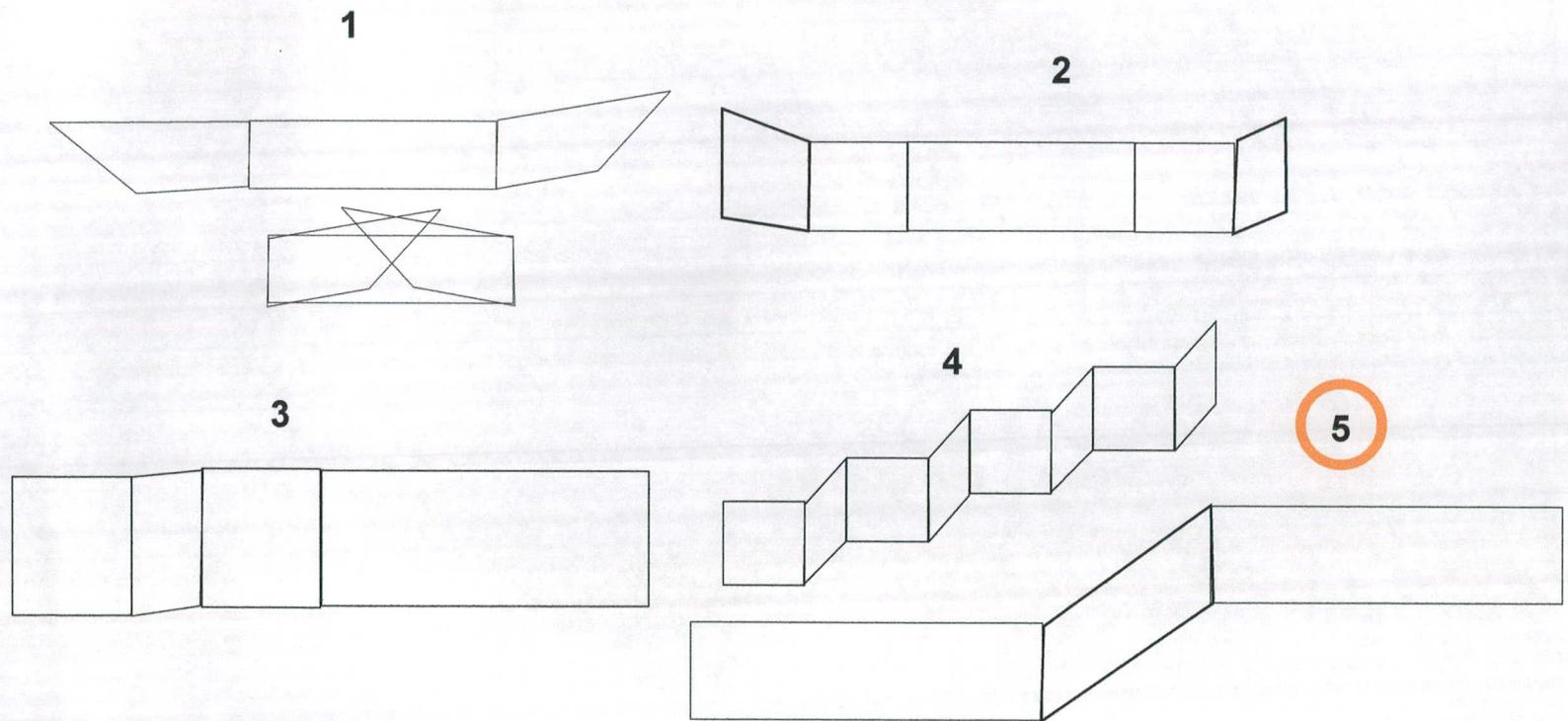


10. Bocetaje

Etapa 2 Dobleces

Trifoliar

En el trifoliar se buscó una forma práctica y distinta adecuándose al grupo objetivo. Se optaron por varias formas entre las cuales están las convencionales y comunes, por lo cual se siguió trabajando de una forma que fuera un poco distinta por lo cual se optó por el número cinco que es alargado y el doblez es variado; teniendo la forma de cadena con eslabones, unidos nunca separados.

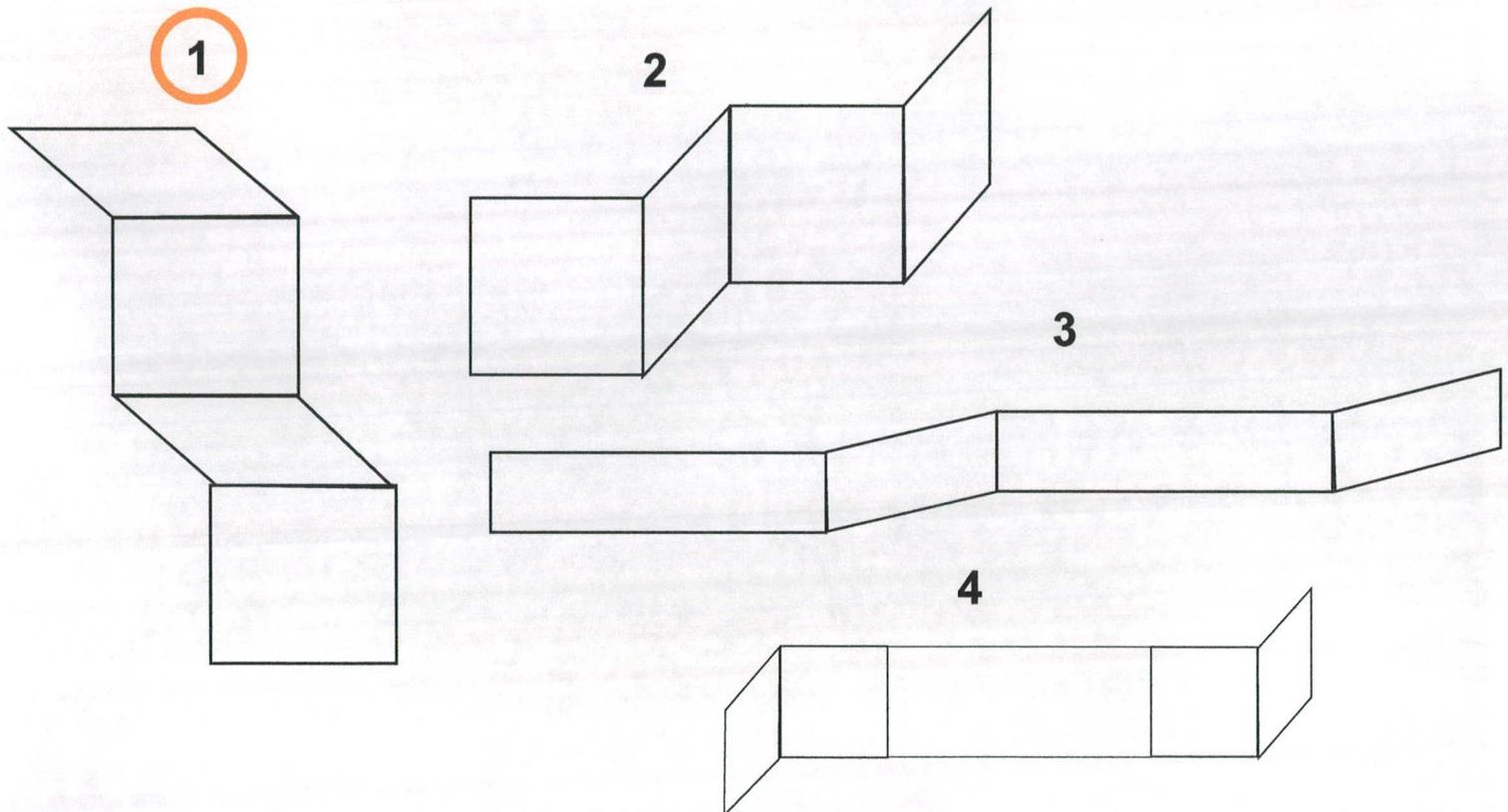


10. Bocetaje

Etapa 2 Dobleces

Despegable

En el despegable se buscó algo fácil de maniobrar para el grupo objetivo que fuera correlativo en la ubicación de información. Se buscó una forma sencilla y no confusa en el momento de diagramar en relación a la proporción y los dobleces por lo que se optó por la número uno.

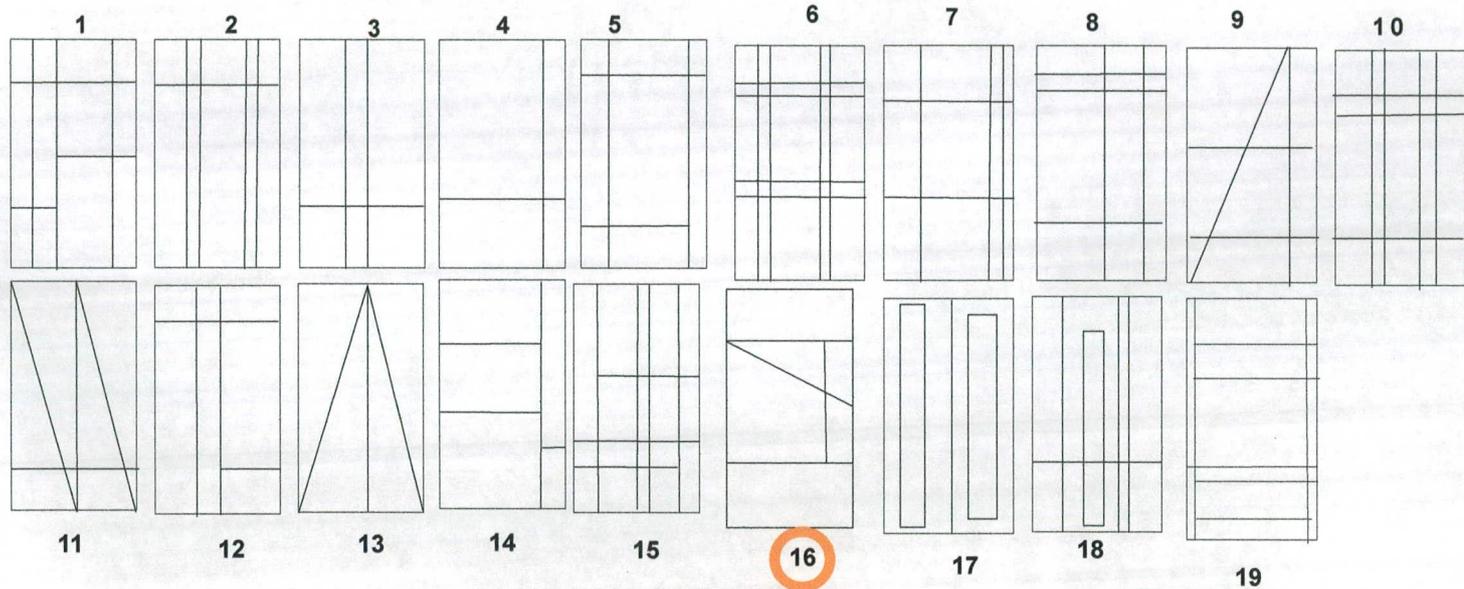


10. Bocetaje

Etapa 3 Reticulas

Afiche

En el afiche se buscó una forma de ubicar las líneas acorde al concepto de cadena. Por lo que se distribuyeron en una posición que siempre las líneas se tocar en sí, para hacer una conexión y formar una cadena. Se bocetaron varios tipos de los cuales se siguió este parámetro. Dentro de este proceso se buscó una forma más dinámica para diagramar y ubicar la información y el que se seleccionó fue el número dieciseis, para empezar hacer los layout.

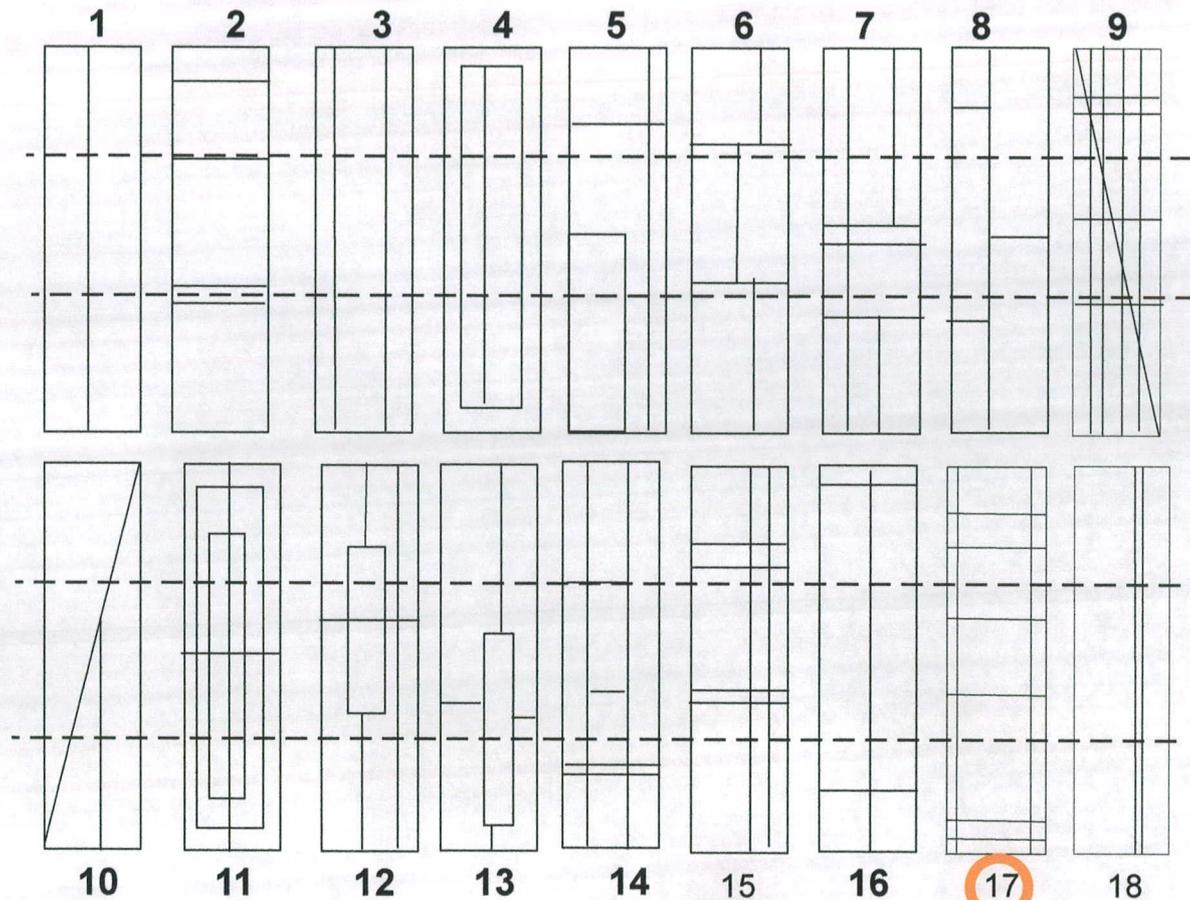


10. Bocetaje

Etapa 3 Reticulas

Invitación

En el desarrollo de la invitación se realizaron varias propuestas ubicando las líneas tanto horizontales como verticales que siempre se tocarán en un punto para hacer la cadena. Por lo cual en el proceso se buscó una forma sencilla y no confusa, para el momento de ubicar la información en relación a la proporción y los dobleces por lo que se optó por la número diecisiete.

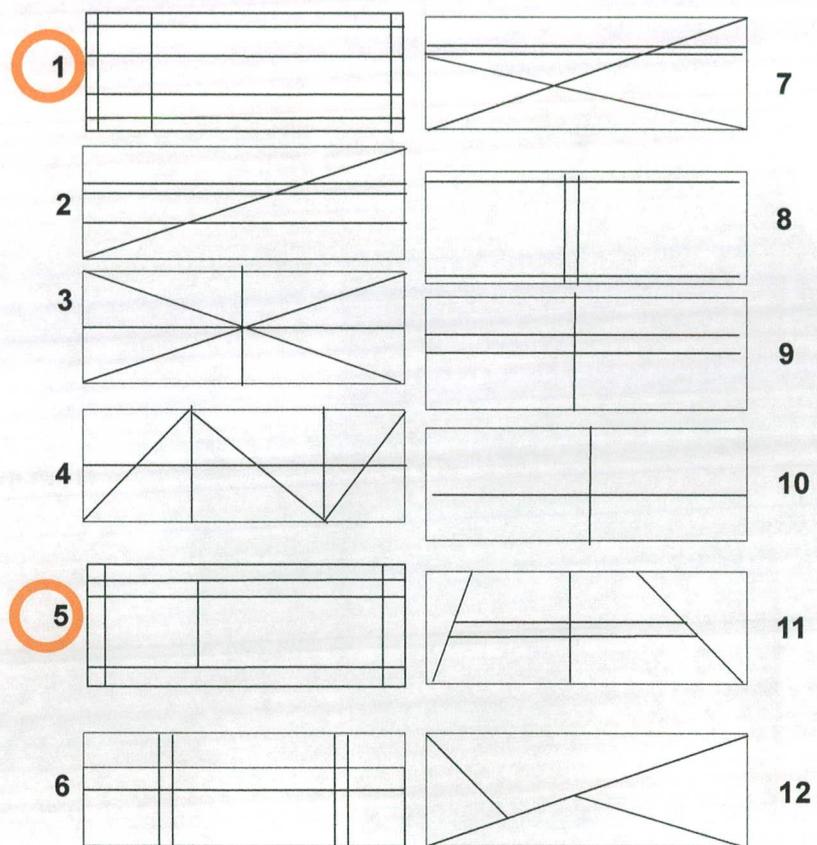


10. Bocetaje

Etapa 3 Reticulas

Trifoliar

Dentro del desarrollo del bocetaje de retículas, en el trifoliar se ubicarán las líneas en unión siempre buscando la forma de cadena. Los números más adecuados para realizar el layout en base al concepto fueron el uno y cinco para la diagramación, para estar con la misma secuencia de los eslabones se realizarán estos para colocar información.

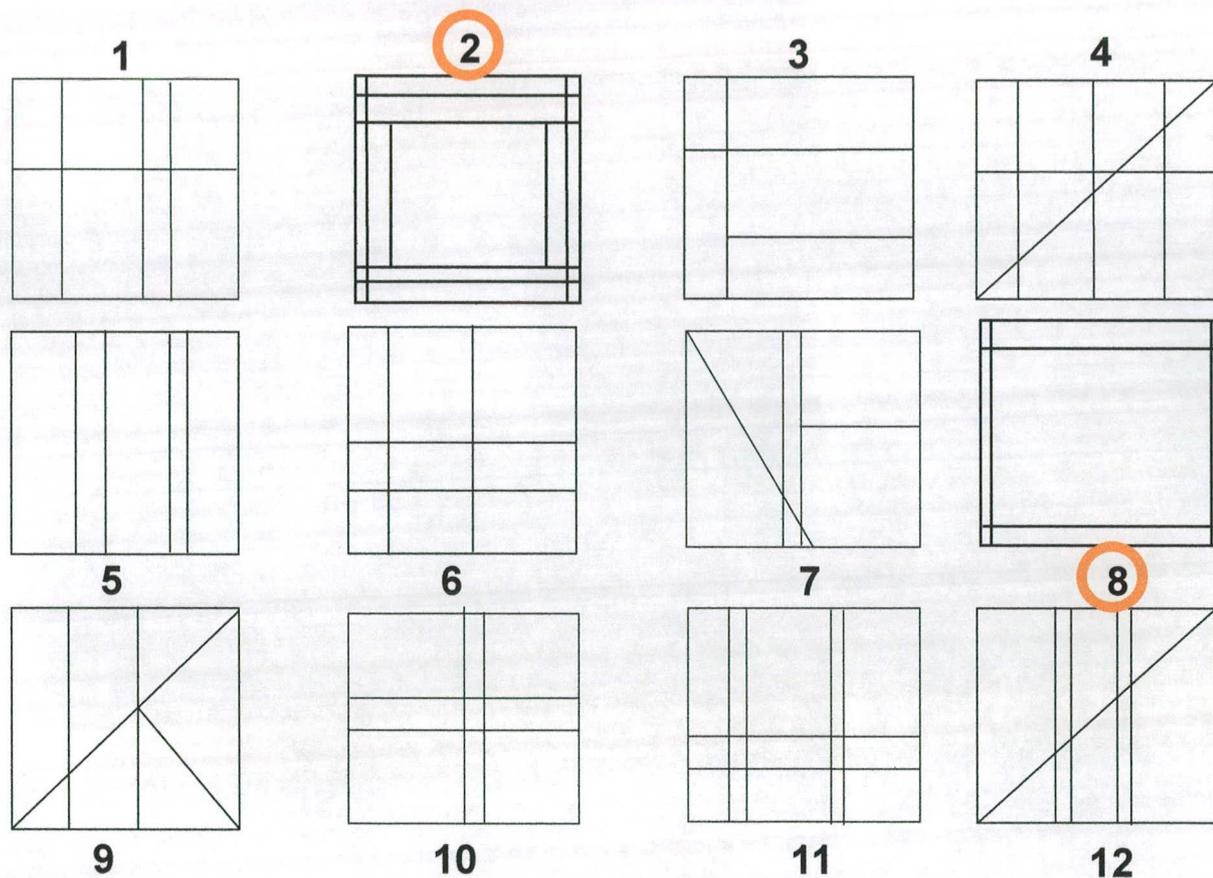


10. Bocetaje

Etapa 3 Reticulas

Despegable

Se ubicó un retícula sencilla para el despegable, para que al momento de diagramar sea atractivo y no monótono para el grupo objetivo. Por lo tanto se seleccionaron el número dos para portada y contra portada y el ocho para las demás áreas del despegable. Las líneas dentro forman cadenas con eslabones realizando una unión.

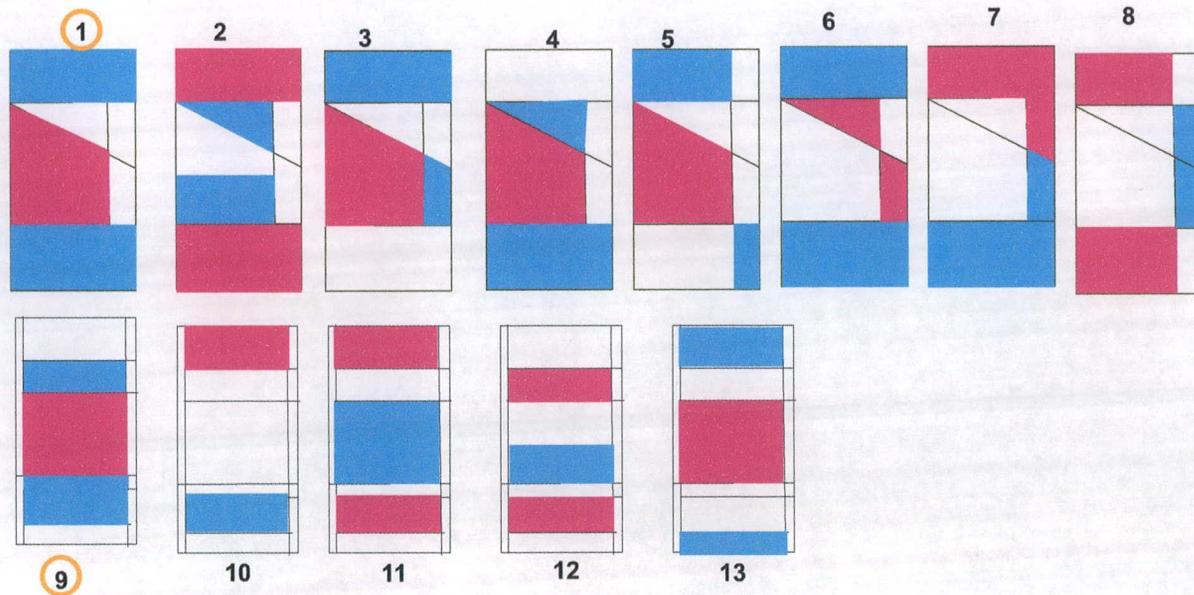


10. Bocetaje

Etapa 4 layout.

Afiche

Utilizando las retículas anteriores en el afiche se habían seleccionado dos. Por medio de éstas se empezó a realizar una serie de bocetos basándonos en el concepto de cadena de amor, por lo que se hicieron los layout, buscando una proporción adecuada. Y ubicando de una forma que se unieran entre sí. Seleccionaron los números uno y nueve.

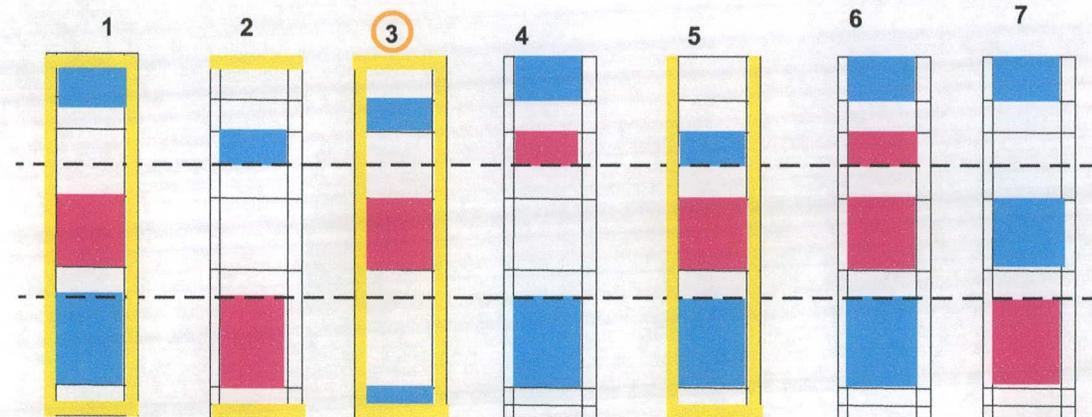


10. Bocetaje

Etapa 4 layout.

Invitación

En la invitación se desarrollaron siete propuestas en las cuales se trabajó, el concepto de cadena de amor buscando que dentro de la diagramación se encontrara una conexión que formara la cadena. Se eligió, para desarrollar la invitación el número tres, para bocetar el retiro. En el mismo marco se realizará el tiro.

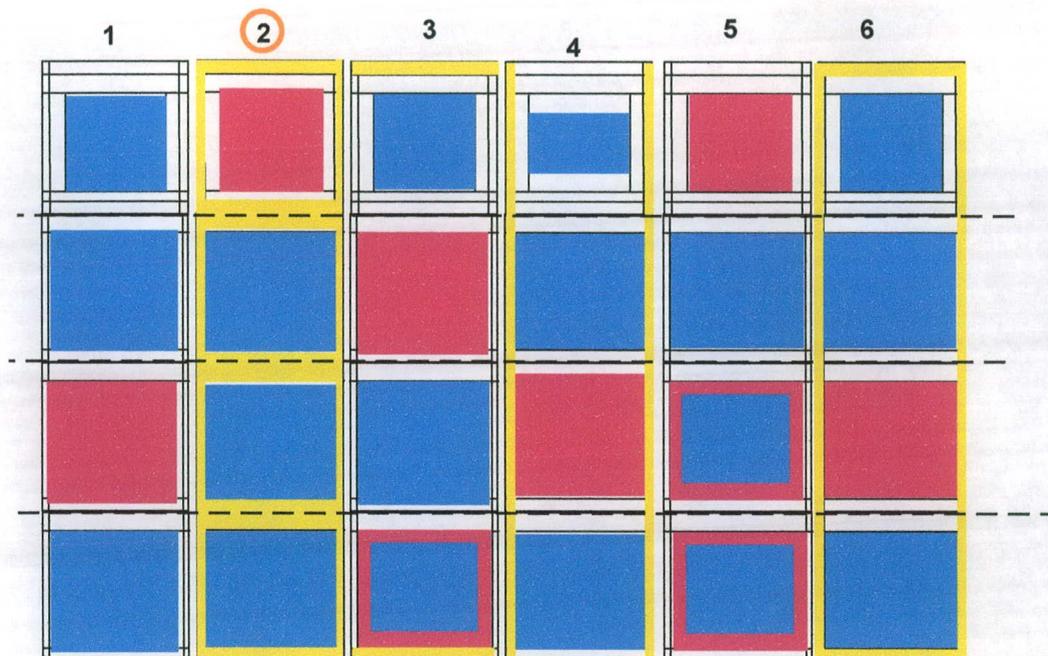


10. Bocetaje

Etapa 4 layout.

Desplegable

En el caso del desplegable se trabajó un área en el retiro y el tiro se realizará con la misma diagramación en ambos lados. Se optó por el número dos, en cual se evidenciaba más el concepto, ya que su utilizó en la forma de cadena uniendo con el fondo a todas las demás áreas.



10. Bocetaje

Etapa 5 Tipografía.

En el desarrollo de la tipografía se realizó bocetaje en base a los títulos, subtítulo, y texto a utilizar. Se eligió el número tres Arial Rounder para titulares, Elphat para subtítulos y para texto en general Arial. Estas tipografías son las más representativas en cuanto al concepto cadena de amor ya que son sans serif ambas redondas y sin puntas esto refleja algo más suave y tierno como el amor.

1

**Maestría en
Asesoramiento
con Educación Familia**

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y a mejorar nuestra sociedad.

**Maestría en Asesoramiento
con Educación Familia**

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y a mejorar nuestra sociedad.

4

2

**Maestría en
Asesoramiento
con Educación Familia**

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y a mejorar nuestra sociedad.

**Maestría en
Asesoramiento
con Educación Familia**

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y a mejorar nuestra sociedad.

5

3

**Maestría en
Asesoramiento
con Educación Familia**

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y a mejorar nuestra sociedad.

**Maestría en
Asesoramiento
con Educación Familia**

Misión

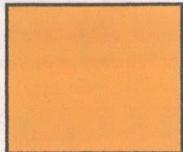
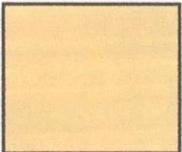
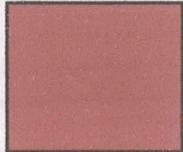
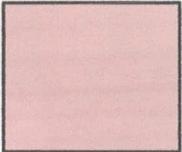
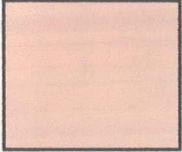
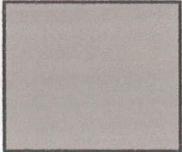
La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y a mejorar nuestra sociedad.

6

10. Bocetaje

Etapa 6 Color

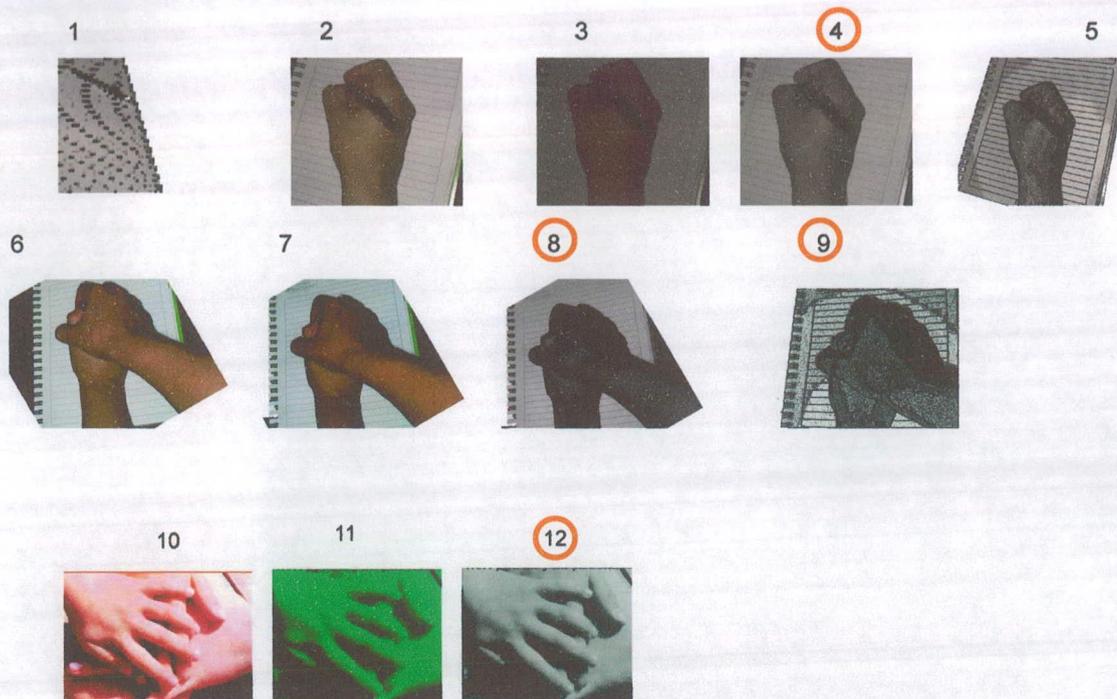
Se seleccionó tres colores cálidos dentro de la escala de amarillo hasta el color rojo. Se escogieron a su vez colores neutros como en el negro y el blanco para algunos casos y en el uso de tipografía. Todos los colores se bocetaron en una gama del 100%, 50% y 20%.

			0% Cian 27% Magenta 100% Amarillo 0% Negro
			30% Cian 97% Magenta 92% Amarillo 5% Negro
			0% Cian 100% Magenta 100% Amarillo 5% Negro
			0% Cian 0% Magenta 00% Amarillo 100% Negro

10. Bocetaje

Etapa 7 Fotografía

En el desarrollo de la fotografía se trabajaron varias propuestas. Las fotografías se trabajaron primero utilizando brillos, contraste posteriormente en blanco y negro. Se utilizaron texturas de opacidad, de crayón y pastel. Las fotografías que se utilizarán para el desarrollo de esta la número cuatro , la ocho, nueve y doce.



10. Bocetaje

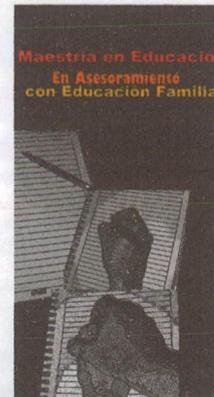
Etapa 8 Diagramación Afiche

En el proceso de diagramación se desarrollaron seis afiches en los cuales se trabajaron con los layout anteriormente mencionados, se trabajaron con los colores cálidos y tipografías Sans serif. De los afiches que más se adecuaba según el concepto de una cadena de amor es el número seis. Ya que se observa un lazo de unión dentro del marco, la textura se fue realizando en base de una ciudad unida.



Layout

1



2



3



4



5



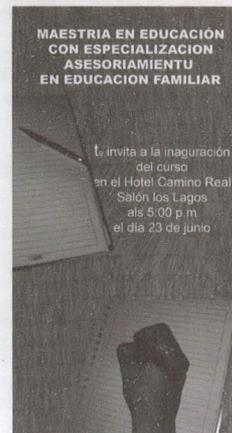
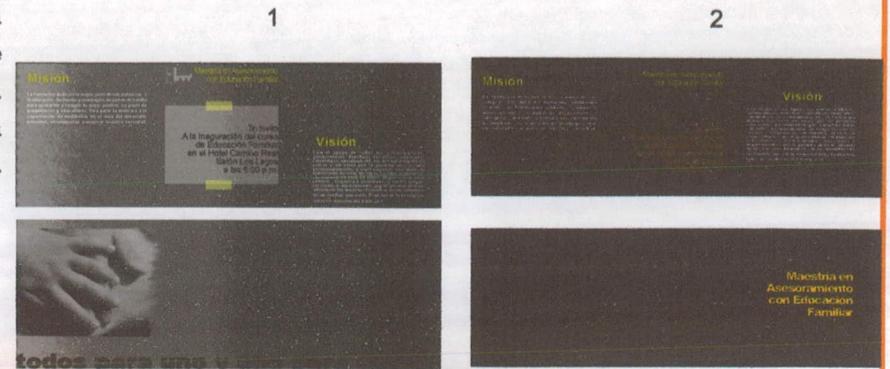
6

10. Bocetaje

Etapa 8 Diagramación

Invitación

La invitación se diagramó de una forma que se aprovechara el espacio ubicando la información de una forma dinámica. Se desarrolló varias propuesta pero la que se adecua según el concepto es la número seis, ya que por el concepto lleva a la unión e integración de la información y como punto focal la fotografía.

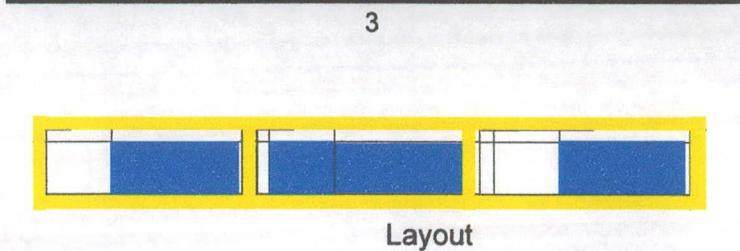
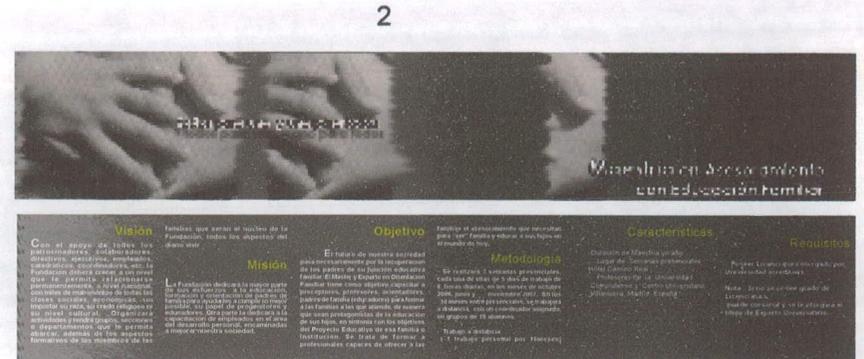
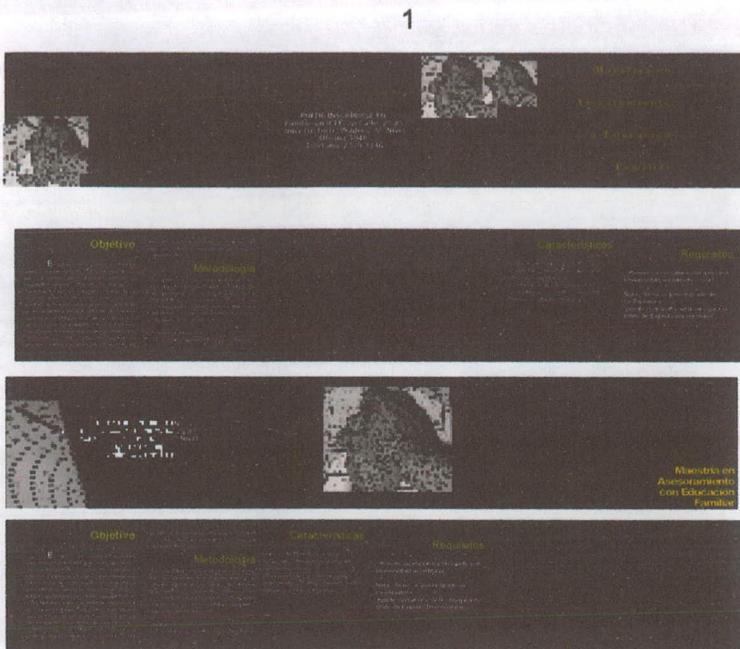


Layout

10. Bocetaje

Etapa 8 Diagramación Trifoliar

El trifoliar se diagramó de una forma horizontal, distribuyendo la información de manera atractiva para el grupo objetivo. El trifoliar que se seleccionó de manera que el color rojo se utilizó en un marco, que se adecua al concepto de cadena de amor, la fotografía se utilizó de forma redonda como punto focal y para realizar un balance con los elementos gráficos. Se optó por el número 4.



10. Bocetaje

Etapa 8 Diagramación

Depegable

Para el despegable en base a lo anteriormente bocetado se fue realizando un diseño determinado por lo cual sólo se realizaron dos estilos. Adecuándose más al concepto el rojo, por que el fondo forma un cadena dentro de la información y el diseño. Se optó por el número 1.



Layout

1

2

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

361

362

363

364

365

366

367

368

369

370

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

408

409

410

411

412

413

414

415

416

417

418

419

420

421

422

423

424

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

439

440

441

442

443

444

445

446

447

448

449

450

451

452

453

454

455

456

457

458

459

460

461

462

463

464

465

466

467

468

469

470

471

472

473

474

475

476

477

478

479

480

481

482

483

484

485

486

487

488

489

490

491

492

493

494

495

496

497

498

499

500

501

502

503

504

505

506

507

508

509

510

511

512

513

514

515

516

517

518

519

520

521

522

523

524

525

526

527

528

529

530

531

532

533

534

535

536

537

538

539

540

541

542

543

544

545

546

547

548

549

550

551

552

553

554

555

556

557

558

559

560

561

562

563

564

565

566

567

568

569

570

571

572

573

574

575

576

577

578

579

580

581

582

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593

594

595

596

597

598

599

600

601

602

603

604

605

606

607

608

609

610

611

612

613

614

615

616

617

618

619

620

621

622

623

624

625

626

627

628

629

630

631

632

633

634

635

636

637

638

639

640

641

642

643

644

645

646

647

648

649

650

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660

661

662

663

664

665

666

667

668

669

670

671

672

673

674

675

676

677

678

679

680

681

682

683

684

685

686

687

688

689

690

691

692

693

694

695

696

697

698

699

700

701

702

703

704

705

706

707

708

709

710

711

712

713

714

715

716

717

718

719

720

721

722

723

724

725

726

727

728

729

730

731

732

733

734

735

736

737

738

739

740

741

742

743

744

745

746

747

748

749

750

751

752

753

754

755

756

757

758

759

760

761

762

763

764

765

766

767

768

769

770

771

772

773

774

775

776

777

778

779

780

781

782

783

784

785

786

787

788

789

790

791

792

793

794

795

796

797

798

799

800

801

802

803

804

805

806

807

808

809

810

811

812

813

814

815

816

817

818

819

820

821

822

823

824

825

826

827

828

829

830

831

832

833

834

835

836

837

838

839

840

841

842

843

844

845

846

847

848

849

850

851

852

853

854

855

856

857

858

859

860

861

862

863

864

865

866

867

868

869

870

871

872

873

874

875

876

877

878

879

880

881

882

883

884

885

886

887

888

889

890

891

892

893

894

895

896

897

898

899

900

901

902

903

904

905

906

907

908

909

910

911

912

913

914

915

916

917

918

919

920

921

922

923

924

925

926

927

928

929

930

931

932

933

934

935

936

937

938

939

940

941

942

943

944

945

946

947

948

949

950

951

952

953

954

955

956

957

958

959

960

961

962

963

964

965

966

967

968

969

970

971

972

973

974

975

976

977

978

979

980

981

982

983

984

985

986

987

988

989

990

991

992

993

994

995

996

997

998

999

1000

10. Propuesta Preliminar

Afiche

El afiche que fue seleccionado, tiene una diagramación acorde al concepto de Cadena de amor por medio de la unión del fondo que enmarca toda la información. El fondo representa una ciudad que necesita unidad, amor y que trata de realizar estos factores para poder ayudar a la familia. Los círculos utilizados como elementos gráficos, para balancear el diseño. La fotografía utilizada es la de las manos de una familia unida por medio de un lazo de amor.

**Maestría en Asesoramiento
en Educación Familiar**

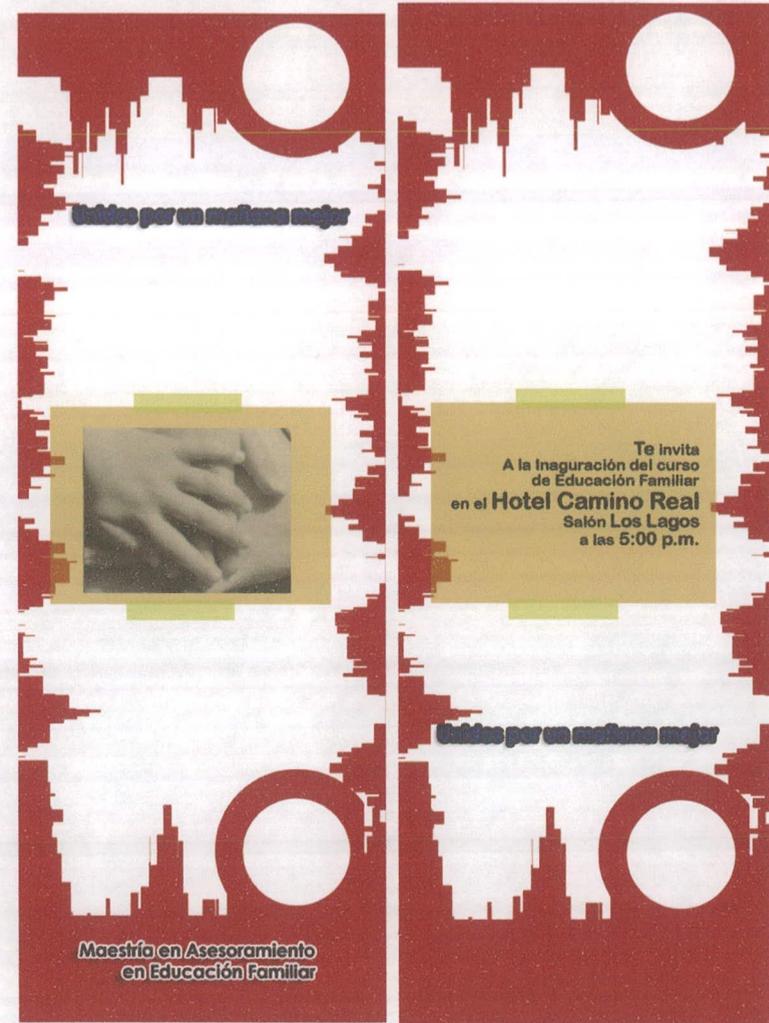
Unidos por un mañana mejor

Inscripción : 23 de Junio
Lugar : Fundación Icef ,
20 calle 25 -85
zona 10 torre Padrera
5 to. nivel Oof. 504 B
Teléfono : 23 79-3346

10. Propuesta Preliminar

Invitación

La invitación se desarrolló de una forma dinámica, utilizando como puntos focales la fotografía colocada en un recuadro como centro de la ciudad en el tiro. El retiro se realizó de la misma forma utilizando como punto focal la información dentro de la ciudad. Perdurando la elegancia con el formado largo. Siendo una diagramación simple no recargada.



10. Propuesta Preliminar

Trifoliar

El trifoliar se utilizó de una forma horizontal, para aprovechar este formato se realizó una diagramación balanceada. El círculo se utilizó para la fotografía representando la unión de la familia, de igual forma es el punto focal ubicándola en el centro del trifoliar. Dentro del uso de los colores se realizó un invertido de blanco y rojo, para ubicar la información. Representando el concepto por la unión del fondo, relacionando como en una secuencia , formando un lazo.

PUEDA INSCRIBIRSE EN:
Fundación Icef, 20 calle 25-85
zona 10, Torre Prader, 5to. Nivel
Oficina 504 B
Teléfono:2379-3346



**Maestría en Asesoramiento
en Educación Familiar**

Objetivo

El futuro de nuestra sociedad pasa necesariamente por la recuperación de los padres de su función educativa familiar. El Master y Experto en Orientación Familiar tiene como objetivo capacitar a preceptores, profesores, orientadores, padres de familia (educadores) para formar a las familias a las que atiende, de manera que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o institución. Se trata de formar a profesionales capaces de ofrecer a las familias el asesoramiento que necesitan para "ser" familia y educar a sus hijos en el mundo de hoy.

Características

- Duración de Maestría un año
Lugar de Semanas presenciales: Hotel Camino Real
Profesores de la Universidad Complutense y Centro Universitario Villanueva
Madrid España

Requisitos

- Poseer Licenciatura otorgado por Universidad acreditada.
Nota : Si no se posee grado de Licenciatura, puede cursarse y se le otorgará el título de Experto Universitario.

Metodología

- Se realizará 3 semanas presenciales, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2006, junio y noviembre 2007.
En los 10 meses entre presenciales, se trabajará a distancia, con un coordinador asignado, en grupos de 10 alumnos.

- Trabajo a distancia
(1 trabajo personal por 10meses)

10. Propuesta Preliminar

Despegable

En el desarrollo del despegable se utilizó un dinamismo en la diagramación. Utilizando como punto focal los números de las páginas ubicándolos en el círculo del elemento gráfico, está en un punto más grande que la información. La fotografía se utiliza en el tiro del despegable posicionándola en la parte superior del despegable, como inicio de éste. El despegable se realizó de una forma sencilla y práctica para la ubicación de la información, adecuándolo al grupo objetivo.

Unidos por un mañana mejor
Unidos por un mañana mejor

1 **BLOQUE A**
INTRODUCCIÓN GENERAL AL
ASESORAMIENTO EDUCATIVO FAMILIAR

A.1 Persona y educación.
Elementos básicos de antropología
educativa.
Las notas características de la persona.
Una educación centrada en la persona.

A.2 La acción educativa en la familia.
Continuidad de la acción educativa.
Preocupación y
acción.
Los planes de acción en la educación
familiar.

A.3

2 **BLOQUE B**
Matrimonio Y Familia, Hoy

B.1 Antropología de la diferencia: iguales pero
diferentes.
Para entender a los hombres. Para
entender a las mujeres.
Dónde están las diferencias.

B.2 Matrimonio y familia: cuestiones básicas.
Cuestiones básicas y actuales sobre la
familia y de derecho matrimonial.
El asesor familiar y los problemas
matrimoniales

B.3 Matrimonio y familia. Situaciones
irregulares.
Matrimonio: análisis e implicaciones.
Nulidad matrimonial.
Situaciones irregulares. Moralidad y
enfoque de estas situaciones.

3 **BLOQUE C**
LA ENTREVISTA

C.1 El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar:
cualidades y formación.

C.2 Las entrevistas de asesoramiento
educativo.
Los contenidos del asesoramiento
educativo. Las entrevistas. La primera
entrevista.
El Plan de mejora familiar. El
expediente familiar.

C.3 Técnicas de relación empática.
La escuela activa.

4 **BLOQUE D**
LA EDUCACIÓN EN EL
BIEN FAMILIAR.

D.1 Comunicación padres - hijos.
Temperamento, carácter y personalidad.

D.2 Conocer a cada hijo.

D.3 El estudio y el rendimiento escolar.
Responsabilidad y papel de los padres
Cómo ayudar a los hijos en los estudios.

5 **Bloque E**
LA EDUCACIÓN DE LA
INTELIGENCIA

E.1 Optimización del desarrollo intelectual en
la primera infancia (0-3 años)

E.2 Optimización del desarrollo intelectual en
la segunda infancia (3-12 años)

E.3 Optimización del desarrollo intelectual en
la adolescencia.

6 **BLOQUE F**
LA EDUCACIÓN DE LA VOLUNTAD

F.1 Educar en libertad en la familia.

F.2 Cómo educar la voluntad de los hijos
La mejores edades. Las virtudes humanas.

F.3 La educación de las virtudes en la familia I.
Virtud nuclear del
Autodominio-Orden.

7 **BLOQUE G**
LA EDUCACIÓN DE LA
AFECTIVIDAD

G.1 La educación sexual y para el amor I.
Principios y orientaciones generales

G.2 La educación sexual y para el amor II.
Orientaciones particulares según las
edades

G.3 La educación de los sentimientos en la
familia I.

11. Validación

La propuesta gráfica fue sometida a una validación, con el fin de verificar la funcionalidad y efectividad de la misma en cuanto a codificar los elementos; para la observación de las piezas se realizaron una serie de preguntas con tres grupos diferentes.

En el primer grupo se validó el grupo objetivo; que son padres de familia y personas interesadas en el tema. En el segundo grupo se realizó la validación a expertos psicólogos en el tema. Y en el tercer grupo fue validó a diseñadores. Los instrumentos para ambos grupo se evaluaron el soporte, el color, la tipografía, el formato, fotografía, jerarquía, diagramación (Anexo 3)

En base a los resultados se realizó el siguiente análisis de las diferentes piezas.

Afiche

El color

El color que se utilizó en el material debería reflejar alegría – emoción. De acuerdo a la opinión de los colaboradores, no es adecuado, y no refleja lo mencionado, ya que a su vez les presenta alerta, estrés. En algunos casos, el fondo rojo le causa demasiada ansiedad. Por lo que se hará un cambio respecto al color

Formato

En el formato no se realizará ningún cambio ya que lo evaluaron de una forma acorde a la necesidad.

Tipografía

En cuanto a la información en el afiche, consideraron en algunos casos muy pesada en la parte inferior, reflejando miedo en algunos casos. En la frase " Unidos por un Mañana Mejor " comentaron que no se evidencia el balance adecuado. El título de la " Maestría " no se jerarquizaba acorde y era poco atractivo en cuanto a lo tipográfico. En las demás piezas que debería de ser más atractivo y jerarquizar.

El soporte

En cuanto al soporte las personas que colaboraron les pareció el adecuado para los materiales.

La diagramación

Por medio de la evaluación se afirmó que la jerarquía, no era muy evidente que se necesitaba evaluar más acerca de la posición de la información y fotografías.

La Fotografía

En cuanto a éste elemento se recomienda que se debería de evaluar y utilizar el color. Al igual el elemento gráfico de los masquin tape se debería de tener más textura o eliminarlos.

Se concretó respecto al afiche; que el color no fue el adecuado con respecto a la interpretación visual; por lo que se realizará un bocetaje para utilizar otro color siempre dentro de la gama de colores cálidos. El formato no se hará ningún cambio; sin embargo la tipografía se evaluará al igual que en la diagramación se realizará un mejor estudio en ubicación.

Invitación

El Color

Al igual que el afiche se cree que el color rojo le produce mucho estrés, y el fondo que se desarrollo no ayuda; es muy pesado esto no permite una jerarquía visual.

Formato

Se adecua según la necesidad del grupo objetivo de una forma normal; ya que es sencillo. Cuenta con poca información en relación al espacio. Se observo que al momento de la manipulación el grupo no siguió con el patrón visual, dirigiéndose por otros lados en cuanto los dobles, por lo cual se llevara una evaluación.

Tipografía

Se evaluó que el texto es muy pequeño, no es legible; la tipografía debe de jerarquizar más en cuanto al texto.

Soporte

En cuanto al material es el adecuado, maleable, para el grupo objetivo y elegante.

Diagramación

En cuanto a la diagramación se debería mejorar, ya que es muy escasa la información y hay demasiado espacio en blanco. Las personas que colaboraron recomiendan colocar más información y los diseñadores recomiendan buscar una mejor jerarquía visual.

Fotografía

Respecto a la ubicación del recuadro en el que está ubicada la fotografía, no le da valor visual en relación a lo demás, haciendo que no se observe y perdiendo el punto focal.

11. Validación

En la invitación tendrá cambio en cuanto al color, ya que como anteriormente se mencionó refleja varias cosas negativas para el grupo objetivo. Se evaluarán siempre dentro de los colores cálidos. En cuanto al formato su variación será respecto a la ubicación de los objetos, evaluando los dobles. La fotografía se buscará una mejor proporción y a color. La diagramación se utilizará de una forma más dinámica y atractiva al grupo objetivo.

Trifoliar

El Color

En cuanto al color se ha mencionado que no es el adecuado, ya que genera un icono de sangre para el grupo objetivo, reflejando poca atracción. Lo que recomendaron los diseñadores, es evaluar y encontrar un color que sea un complementario del rojo.

Formato

El material en dimensiones quería representar la elegancia e impacto por los diferentes formatos que se utilizaron. Por medio de la validación un porcentaje alto sí coincidieron con la expresión. Por lo que en cuanto a las dimensiones no se realizará ningún cambio.

Tipografía

La tipografía está condensada, y no está ubicada correctamente por lo que se recomienda ayudarse con la jerarquía visual y buscar otra tipografía más acorde para obtener una mejor legibilidad.

Soporte

Al mencionar los soportes, el material les representó durabilidad y calidad.

Diagramación

En cuanto a la diagramación podría variar, un poco en la jerarquía. La unidad en la tipografía, y en espacios visuales.

Fotografía

La ubicación en el trifoliar respecto a la fotografía no se encuentra unidad, ya que está en una posición circular variada de las demás piezas.

En cuanto al trifoliar se efectuara cambios con respecto a la tipografía y a la diagramación se realizará una mejor jerarquía visual. Se efectuará cambio de color a igual que en todas las piezas. En la fotografía se utilizará a color al igual que en las demás piezas.

Despegable

El Color

En esta pieza les pareció acorde a su función de informar de una forma clara ya que no está recargado si no acorde a lo que se desea transmitir.

Formato

En cuanto a la dimensiones del despegable se observó que sí era el adecuado y dinámico ya que la gente lo encontró interesante por lo cual se rescatara la proporción de éste.

Tipografía

Según los comentarios se debería de realizar un mejor balance, para que se evidencie la jerarquía, ya que la observan muy monótona.

Soporte

Sí es la correcta según su función. Ya que el material lo observan adecuado y durable.

Diagramación

La diagramación se debe de hacer de una forma más dinámica, ya que aunque se quiera reflejar seriedad, se puede encontrar un balance y realizarse más atractivo para el grupo.

Fotografía

Con respecto al despegable coinciden que la fotografía si se adecua en esta caso en una buena posición, por lo que se rescatará esta ubicación.

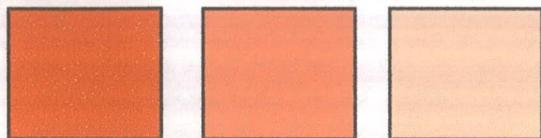
Con respecto al despegable en cuanto al color se hará un cambio para que se realice dentro de la misma línea de diseño. Al formato no se realizará ningún cambio ya que está si es atractivo para el grupo objetivo. En cuanto a la tipografía y la diagramación se evaluará realizando un mejor balance y jerarquía visual.

11. Validación

Cambios de la validación según los resultados.

El color

Se tomó la decisión de evaluar entre los colores cálidos cuales se podrán utilizar, ya que el color rojo lo codificaban con la sangre, por lo que llegó a escoger una tonalidad de naranja utilizando los porcentajes de 100%, 50% y 20%



El eslogan del material se diagramó de una forma más dinámica para realizar una mejor jerarquía visual en la diagramación. Y colocarlo como un punto focal dentro de la diagramación.

Unidos por un Mañana mejor

Unidos por un Mañana mejor

Unidos ✓
Por un Mañana
Mejor

Unidos
Por un Mañana
Mejor

11. Validación

Dentro del desarrollo de la validación se llegó a la conclusión de hacer ciertos cambios en los materiales. Se realizó un bocetaje del afiche para llegar a un mejor resultado en cuanto al color, y que trasmita el concepto. Según lo que se observó del grupo objetivo se realizaron ciertos cambios en cuanto al criterio propio, se seleccionó, el número 1 en base ha este estilo se realizarán los otros materiales.



Unidos
Por un Mañana
Mejor

**Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar**

Inscripción : 23 de Junio
Lugar : Fundación Icef
Dirección : 20 calle 25-85 Zona 10
Torre Padrera 5 To. Nivel Of. 504 B
Teléfono : 2379-3346

Unidos
Por un Mañana
Mejor

**Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar**

Inscripción : 23 de Junio
Lugar : Fundación Icef
Dirección : 20 calle 25-85 Zona 10
Torre Padrera 5 To. Nivel Of. 504 B
Teléfono : 2379-3346

Unidos
Por un Mañana
Mejor

**Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar**

Inscripción : 23 de Junio
Lugar : Fundación Icef
Dirección : 20 calle 25-85 Zona 10
Torre Padrera 5 To. Nivel Of. 504 B
Teléfono : 2379-3346

Unidos
Por un Mañana
Mejor

**Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar**

Inscripción : 23 de Junio
Lugar : Fundación Icef
Dirección : 20 calle 25-85 Zona 10
Torre Padrera 5 To. Nivel Of. 504 B
Teléfono : 2379-3346

11. Validación

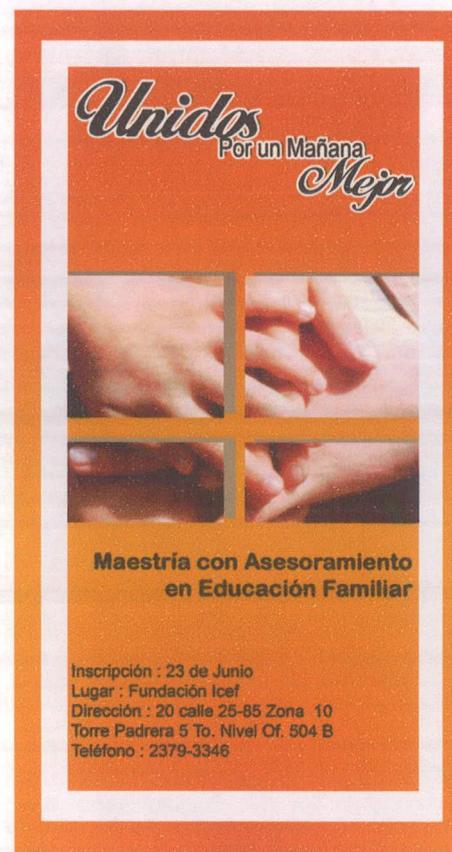
Afiche

El afiche se rediseñó, para enfocarse más en la maestría, debido a que uno de los comentarios fue, que no se debería de demostrar tanto estrés, si no más la maestría ya que se está haciendo la publicidad. Para el color se llevó un estudio quedando una gama de colores naranja reflejando la alegría. La tipografía se utilizó otra más dinámica que se adecua al grupo objetivo. Jerarquizando en el eslogan como un punto focal luego el título y la información.

Antes



Después

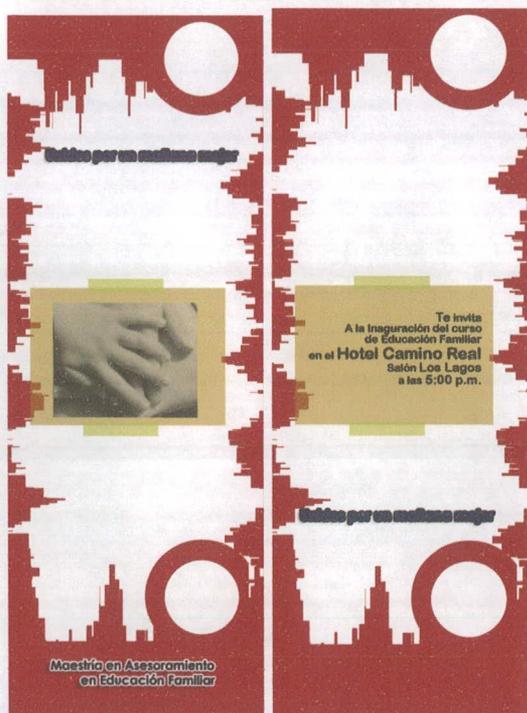


11. Validación

Invitación

La invitación se realiza un análisis para evaluar los dobles, en base a la observación y para facilitar al grupo objetivo se efectuó un unifoliar. Ubicando la información en el centro como punto focal en el retiro. En el tiro se ubicó el eslogan como un punto focal y las fotografías en los extremos.

Antes



Después



11. Validación

El trifoliar

En el desarrollo del trifoliar los cambios fueron: primero el color a una gama de naranjas, en la distribución de información en el retiro se ubicó el título en la parte superior, la fotografía la izquierda y en el centro el slogan. En la parte interior se diagramó la información en dos columnas, utilizando letras capitulares.

Antes

PUEDA INSCRIBIRSE EN:
Fundación Icafi, 20 calle 25-85
zona 10, Torre Piedras, 5to. Nivel
Oficina 504 B
Teléfono: 2379-3346



**Maestría en Asesoramiento
y Orientación Familiar
en Educación Familiar**

Objetivo

El tema de nuestra sociedad pasa necesariamente por la recuperación de los padres de su función educativa familiar. El Máster y Experto en Orientación Familiar tiene como objetivo capacitar a psicólogos, profesores, orientadores, padres de familia (padres/madres) para formar a las familias a las que atiende, de manera que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o institución. Se trata de formar a profesionales capaces de observar a las familias al asesoramiento que necesitan para "ser" familia y educar a sus hijos en el mundo de hoy.

Características

Se realizará en modalidad presencial, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2006, junio y noviembre 2007. En los 18 meses entre presentaciones, se trabajará a distancia, con un coordinador asignado, en grupos de 18 alumnos.

Metodología

Se realizará 3 semanas presenciales, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2006, junio y noviembre 2007. En los 18 meses entre presentaciones, se trabajará a distancia, con un coordinador asignado, en grupos de 18 alumnos.

Requisitos

• Poder Licenciatura otorgado por Universidad acreditada.
Nota: Si no se posee grado de licenciatura puede cursarse y se le otorgará el título de Experto Universitario.

Trabajo a distancia
(1 trabajo personal por 10seses)

Después



Unidos

Por un Mañana Mejor

Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar

<p>Objetivo</p> <p>El objetivo general consiste en la recuperación de los padres de su función educativa familiar. El Máster y Experto en Orientación Familiar tiene como objetivo capacitar a psicólogos, profesores, orientadores, padres de familia (padres/madres) para formar a las familias a las que atiende, de manera que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o institución. Se trata de formar a profesionales capaces de observar a las familias al asesoramiento que necesitan para "ser" familia y educar a sus hijos en el mundo de hoy.</p>	<p>Metodología</p> <p>Se realizará 3 semanas presenciales, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2006, junio y noviembre 2007. En los 18 meses entre presentaciones, se trabajará a distancia, con un coordinador asignado, en grupos de 18 alumnos.</p> <p>• Trabajo a distancia (1 trabajo personal por 10seses)</p>	<p>Características</p> <p>Duración de Maestría un año Lugar de Enseñanza presenciales: Hotel Camino Real. Profesores de la Universidad Complutense y Centro Universitario Vilanova, Madrid España</p>	<p>Requisitos</p> <p>• Poder Licenciatura otorgado por Universidad acreditada. Nota: Si no se posee grado de Licenciatura, puede cursarse y se le otorgará el título de Experto Universitario.</p>	<p>Visión</p> <p>Con el apoyo de todos los actores implicados en la educación, la familia y la sociedad, la Fundación deberá crecer a un nivel, que le permita relacionarse profesionalmente, a nivel nacional, con otros de instituciones de todas las ciencias sociales, académicas, sin importar su raza, su credo religioso ni su nivel cultural. Organizará actividades y tandas grupales, reuniones o departamentos que le permitan abarcar, además de los aspectos formativos de los miembros de las familias que serán el núcleo de la Fundación, todos los aspectos del día a día.</p>	<p>Misión</p> <p>La Fundación dedicará la mayor parte de sus recursos a la recuperación de los padres de familia, en la medida de sus posibilidades, en la parte de "formación" y educación. Con esta la Fundación se especializará en empresas en el área del Comercio personal, promoviendo a mejorar nuestra sociedad.</p>
--	---	--	---	--	--

11. Validación

Despegable

La ubicación de la fotografía se ubicó en la parte superior al igual que la anterior. Se diagramó logrando una posición más dinámica alineado todo a la derecha. Utilizando con una opacidad el eslogan en cada cuadro. El color que se utilizó es el anaranja para el fondo y el negro para la tipografía y utilizando de unión el fonda blanco.

Antes



Unidos por un mañana mejor
Unidos por un mañana mejor

BLOQUE A
INTRODUCCIÓN GENERAL AL ASSESORAMIENTO EDUCATIVO FAMILIAR 1

A.1 Persona y educación.
Elementos básicos de antropología educativa.
Las etnias características de la persona.
Una educación centrada en la persona.

A.2 La acción educativa en la familia.
Condición de la acción educativa.
Participación y acción.
Las planes de acción en la educación familiar.

A.3

A.1
Antropología de la diferencia: iguales pero diferentes.
Para entender a los hombres. Para entender a las mujeres.
Dónde están las diferencias.

B.2 Matrimonio y familia: cuestiones básicas.
Cuestiones básicas y actuales sobre la familia de derecho matrimonial.
El asesor familiar y los problemas matrimoniales

B.3 Matrimonio y familia. Situaciones especiales.

BLOQUE B
Matrimonio Y Familia, Hoy 2

BLOQUE C
LA ENTREVISTA 3

C.1 El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación

C.2 Las entrevistas de asesoramiento educativo.
Los contenidos del asesoramiento educativo. Las entrevistas. La primera entrevista.
El Plan de mejora familiar. El expediente familiar.

C.3 Técnicas de relación empática.
La escucha activa.

Después



Unidos
Por un Mañana
Mejor

BLOQUE A
INTRODUCCIÓN GENERAL AL ASSESORAMIENTO EDUCATIVO FAMILIAR 1

A.1 Persona y educación.
Elementos básicos de antropología educativa.
Las etnias características de la persona.
Una educación centrada en la persona.

A.2 La acción educativa en la familia.
Condición de la acción educativa.
Participación y acción.
Las planes de acción en la educación familiar.

A.3

BLOQUE B
Matrimonio Y Familia, Hoy 2

B.1 Antropología de la diferencia: iguales pero diferentes.
Para entender a los hombres. Para entender a las mujeres.
Dónde están las diferencias.

B.2 Matrimonio y familia: cuestiones básicas.
Cuestiones básicas y actuales sobre la familia de derecho matrimonial.
El asesor familiar y los problemas matrimoniales

B.3 Matrimonio y familia. Situaciones especiales.

BLOQUE C
LA ENTREVISTA 3

C.1 El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación

C.2 Las entrevistas de asesoramiento educativo.
Los contenidos del asesoramiento educativo. Las entrevistas. La primera entrevista.
El Plan de mejora familiar. El expediente familiar.

C.3 Técnicas de relación empática.
La escucha activa.

BLOQUE B
Matrimonio Y Familia, Hoy 2

B.1 Antropología de la diferencia: iguales pero diferentes.
Para entender a los hombres. Para entender a las mujeres.
Dónde están las diferencias.

B.2 Matrimonio y familia: cuestiones básicas.
Cuestiones básicas y actuales sobre la familia de derecho matrimonial.
El asesor familiar y los problemas matrimoniales

B.3 Matrimonio y familia. Situaciones especiales.

BLOQUE C
LA ENTREVISTA 3

C.1 El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación

C.2 Las entrevistas de asesoramiento educativo.
Los contenidos del asesoramiento educativo. Las entrevistas. La primera entrevista.
El Plan de mejora familiar. El expediente familiar.

C.3 Técnicas de relación empática.
La escucha activa.

BLOQUE C
LA ENTREVISTA 3

C.1 El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación

C.2 Las entrevistas de asesoramiento educativo.
Los contenidos del asesoramiento educativo. Las entrevistas. La primera entrevista.
El Plan de mejora familiar. El expediente familiar.

C.3 Técnicas de relación empática.
La escucha activa.

11. Validación

Al tener cada pieza por el cambio de la propuesta se revalidó , con las piezas anteriormente realizadas. Realizó un cuestionario a 2 expertos psicólogos que fueron Licda. Mariela Bustamante y Licda. Anita de Pinzón ; 5 diseñadores gráficos los cuales fueron los licenciados Karla Lam, Astrid Ochoa, Juan Díaz, Adolfo Almengor y Marsha Castillo; 10 del grupo objetivo, padres de familia y personas interesadas en el tema; teniendo los siguientes resultados. (Ver Anexo 6)

Color

En cuanto al color se codificó acorde a la tabla ya que expreso la alegría y la atención que requería en cada uno de las diferentes piezas.

Tipografía

Según los resultados la tipografía utilizada en las diferentes piezas , se estructura de acuerdo al mensaje que se quería transmitir. La tipografía ubicada en cada una de las piezas si jerarquizó según los comentarios.

Diagramación

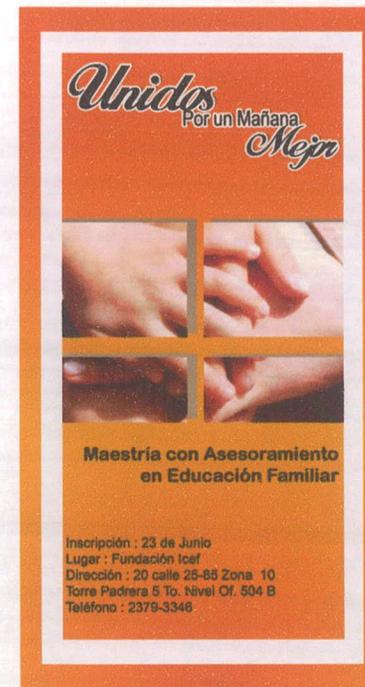
Acorde al comentario, la diagramación es variada y amena, tiene un balance con los elementos de apoyo que se proporcionan.

Formatos

Las piezas utilizan variedad de formato, los cuales codificaron bien con excepción de la invitación que habría que variar un poco.

Afiche

Dentro del proceso de validación el afiche , según comentarios codifica muy bien y cumple con la función de informar, el color y la fotografía se cumplen su función.



11. Validación

Trifoliar

Esté fue evaluando en base a la codificación de las pantallas que se ubicaron en el retiro, la cual por observación a encuestar comentó Astrid que tenían cierta dificultad al leer, no mostraban el interés. Por lo que se realizó el cambio ya causaba cierto ruido en la lectura.

Antes



**Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar**

Objetivo

El futuro de nuestra sociedad pasa necesariamente por la recuperación de los padres de su rol como protagonistas. El Maestría con Asesoramiento en Educación Familiar tiene como objetivo capacitar a profesionales, profesores, orientadores, padres de familia (voluntarios) para formar a las familias y los que atienden, en especial que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o institución. Se trata de formar a profesionales capaces de ofrecer a las

Metodología

- Se realizará 3 semanas presenciales, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2006, junio y noviembre 2007. En los 10 meses entre presenciales, se trabajará a distancia. Se trabajará en grupos de 10 alumnos.
- Trabajo a distancia (1 trabajo personal por 10semanas)

Características

- Duración de Maestría un año
- Lugar de desarrollo presenciales: Hotel Camino Real
- Profesores de la Universidad Complutense y Centro Universitario Vilanova, Madrid España

Requisitos

- Poseer Licenciatura otorgada por Universidad acreditada.

Nota: Si no se posee grado de Licenciatura, puede cursarse y se le otorgará el título de Experto Universitario.

Visión

Familias que serán el núcleo de la Fundación, todos los aspectos del diario vivir

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y orientación de padres de familia para fortalecer y cumplir lo mejor posible, en base de profesionalidad y educación. Otro punto le dedicará a la capacitación de empresas en el área del desarrollo personal, promoviendo a mejorar nuestra sociedad.

Después

Objetivo

El futuro de nuestra sociedad pasa necesariamente por la recuperación de los padres de su función educativa familiar. El Maestría y Experto en Orientación Familiar tiene como objetivo capacitar a profesionales, profesores, orientadores, padres de familia (voluntarios) para formar a las familias y los que atienden, en especial que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o institución. Se trata de formar a profesionales capaces de ofrecer a las

Metodología

- Se realizará 3 semanas presenciales, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2006, junio y noviembre 2007. En los 10 meses entre presenciales, se trabajará a distancia, con un coordinador asignado, en grupos de 10 alumnos.
- Trabajo a distancia (1 trabajo personal por 10semanas)

Características

- Duración de Maestría un año
- Lugar de desarrollo presenciales: Hotel Camino Real
- Profesores de la Universidad Complutense y Centro Universitario Vilanova, Madrid España

Requisitos

- Poseer Licenciatura otorgada por Universidad acreditada.

Nota: Si no se posee grado de Licenciatura, puede cursarse y se le otorgará el título de Experto Universitario.

Visión

Familias que serán el núcleo de la Fundación, todos los aspectos del diario vivir

Misión

La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y orientación de padres de familia para fortalecer y cumplir lo mejor posible, en base de profesionalidad y educación. Otro punto le dedicará a la capacitación de empresas en el área del desarrollo personal, promoviendo a mejorar nuestra sociedad.



**Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar**

11. Validación

Invitación

Dentro del proceso de la encuesta se preguntó acerca de la fotografía si codificaba acorde a las manos, lo cual la respuesta fue negativa, por lo que se llegó a la conclusión que para que tuviera la unión de diseño se ubicaría la fotografía que se estaba realizando hasta el momento en todas las piezas. Se observó de igual forma respecto al formato el cual se cambió el tamaño a una pulgada menos en cuanto lo ancho.

Antes



Despues



11. Validación

Despegable

El punto principal dentro del despegable que se observó que por comentarios realizados por las expertas si les dificultaba la lectura es las pantallas ubicadas dentro del trabajo por los que se realizó el cambio para una mejor lectura.

Antes



Despues

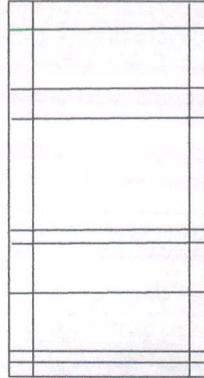


12. Propuesta Final y Fundamentación

El afiche

Reticula

La retícula que se utilizó es la más representativa al concepto, debido a que las líneas están ubicadas en una forma de cadenas, todas en un punto se une y forman bloques que a su vez siguen un patrón de unidad que se encierran dentro de un mismo marco.



El color

El color que se utilizó en el material es una gama de anaranjados; este color a su vez representa precaución, como una llamada de atención y atracción para la pieza. Y para los padres de familia o personas que se sienta identificados con este material. En cuanto al concepto de Cadena de amor, se refleja por las tonalidades de naranja hasta llegar aun color amarillo tenue, que representa los colores de una cadena de oro siendo un material precioso, como es una familia.



Formato

El afiche en relación a las dimensiones de 9" X 17" pulgadas se vario de está forma, y no utilizando las medidas convencionales para tener una mejor ubicación de información, y la vez variar para no tener monotonía, llamando la atención y buscado la elegancia por medio de la altura. En el concepto se refleja en una forma que esta pieza es parte de el eslabón que se complementa con las demás para realizar su funcionalidad dentro de una línea de materiales.

9" X 17" pulgadas

Tipografía

Se selección 3 tipos de tipografía de las familias Sans serif y Serif estas son: Arial Rounder, Elphat y Arial, tipografía sencilla y simple para poder transmitir la información al grupo objetivo. La tipografía es redondeada e inspira el amor, que debe unir a una familia.

Arial Rounder, EL phat, Arial

El soporte

Se selección el texcote ya que es un material durable para los afiches y cumple con la función para ubicarlo en las carteleras.

La diagramación

Se realizó de una forma sencilla haciendo una jerarquía visual, ubicando el eslogan en la parte superior, la fotografía en medio, el titular de la maestría en la parte inferior de la foto y por ultimo

la información. Se utilizó esta jerarquía visual para guiar grupo objetivo. El concepto se refleja por medio de la unidad en que todos los elementos se relacionan entre sí formando una cadena de amor.

La Fotografía

Se ubicó en esta proporción para utilizar como otro medio de atracción para el grupo objetivo; ya que si el eslogan no la atrae la fotografía seria su punto focal. Utilizando en color para llamar más la atención y que se entiendan a simple vista. La fotografía se refleja en base al concepto por medio de la unión de las manos formando la cadena de amor. Codificando como una ventana



12. Propuesta Final y Fundamentación

El afiche

Dimensiones 9 X 17

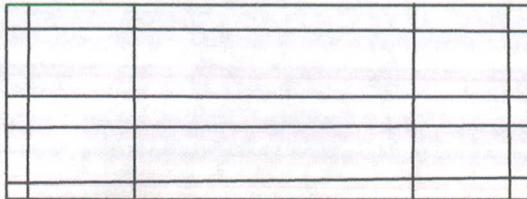


12. Propuesta Final y Fundamentación

Invitación

Retícula

El concepto se evidencia en el la posición de las líneas que esta conectadas entre sí formando una cadena. Esta retícula es la más acorde al concepto ya que se puede observar esa unión en la cual se puede seguir un lazo que conecta todo.



El color

Como se menciona anteriormente el anaranjado que refleja la alegría, la precaución y haciendo una llamada de atención para los padres, personas interesada a que se involucren en el diplomado/maestría.



Formato

El formato que se trabajó fue es el 3 x 11 pulgadas, aprovechando el formato de una forma horizontal, ya que se evaluó y no se utilizarán los dobles para hacerlo de una forma sencilla y practica para el grupo objetivo. El concepto se evidencia en la posición horizontal formando otro eslabón que se une a los demás materiales para formar una cadena.

Tipografía

Se utilizó la Arial para colocar la información, reflejando el amor dentro de una familia.

Arial

El soporte

Se utilizará el couché el cual le da elegancia, para que cumpla la función de reflejar durabilidad; debido a que es un soporte muy maleable y acorde.

La diagramación

Se desarrolló de una forma en que el punto focal es el slogan, en las parte superior e inferior se ubico la fotografía para realizar un balance en el diseño; en el retiro se ubico la información en una forma dinámica para que atraiga. El concepto se reflejó en conexión que los elementos tiene entre sí.

La Fotografía

La fotografía para tener unidad y codificación con el grupo objetivo se ubico la misma posición, ya que se puede observar esa unión que se quiere proyectar ,a través de la ventana que deja observar a la familia.



12. Propuesta Final y Fundamentación

Invitación

Dimensiones 3 x11 Pulgadas

11 pulgadas

Maestría con Asesoramiento
en Educación Familiar

Te invita
A la inauguración del curso
de Educación Familiar
en el Hotel Camino Real
Salón Los Lagos
a las 5:00 p.m.

Unidos
Por un Mañana
Mejor



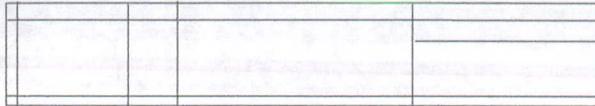
3 pulgadas

12. Propuesta Final y Fundamentación

Trifoliar

Retícula

Se proyecta la unión en las líneas formado la cadena para relacionando todos los elementos. Dentro del desarrollo de trifoliar aprovechando el formato horizontal.



El color

El anaranjado es un color que refleja la atención y el trifoliar es muy importante, por la cantidad de información para que el color sea un punto focal, y atraiga la atención.



Formato

En el trifoliar es una parte muy importante ya que aprovechar el formato horizontal, en cual se llegó a la conclusión de manejar este tipo de formato de 4 x 17 pulgadas ya que no es convencional y es manejable para el grupo, siendo diferente.

Tipografía

En el trifoliar se manejaron 2 tipos de tipografía Arial, para el texto, Arial Rounder para los títulos.

Arial , Arial Rounder

El soporte

Se utilizará un couché para darle elegancia, a la pieza y más atractivo por ser un material brillante.

La diagramación

Se trabajó una diagramación simple, utilizando en el interior dos columnas para hacerlo más descansado en el momento de la lectura. En la parte del tiro no se utilizó información, más que el eslogan, el titular y la fotografía para no recargarlo y hacerlo más atractivo, ya que se pudo adecuar la información en la parte interior.

La Fotografía

Se utilizó de la misma manera que el afiche la fotografía de cuadro entero, para encontrar una unidad dentro de las piezas e ir grabando la imagen en el grupo objetivo, para la ubicación.



12. Propuesta Final y Fundamentación

Trifoliar

4 x 17 Pulgadas

17 pulgadas

<p>Objetivo</p> <p>familias al asesoramiento que necesitan para "ser" familia y educar a sus hijos en el mundo de hoy.</p> <p>El futuro de nuestra sociedad pasa necesariamente por la recuperación de los padres de su función educativa familiar. El Máster y Experto en Orientación Familiar tiene como objetivo capacitar a preceptores, profesores, orientadores, padres de familia (educadores) para formar a las familias a las que atiende, de manera que sean protagonistas de la educación de sus hijos, en sintonía con los objetivos del Proyecto Educativo de esa familia o institución. Se trata de formar a profesionales capaces de ofrecer a las</p>	<p>Metodología</p> <p>- Se realizará 3 semanas presenciales, cada una de ellas de 5 días de trabajo de 8 horas diarias, en los meses de octubre 2005, junio y noviembre 2007. En los 10 meses entre presenciales, se trabajará a distancia, con un coordinador asignado, en grupos de 10 alumnos.</p> <p>- Trabajo a distancia (1 trabajo personal por 16sesas)</p>	<p>Características</p> <p>Duración de Maestría un año</p> <ul style="list-style-type: none"> Lugar de Semanas presenciales : Hotel Camino Real Profesores de la Universidad Complutense y Centro Universitario Vilanueva, Madrid España 	<p>Requisitos</p> <p>- Poser Licenciatura otorgada por Universidad acreditada.</p> <p>Nota : Si no se posee grado de Licenciatura, puede cursarse y se le otorgará el título de Experto Universitario.</p>	<p>Visión</p> <p>Con el apoyo de todos los patrocinadores, colaboradores, directivos, ejecutivos, empleados, cadetráticos, coordinadores, etc. la Fundación deberá crecer a un nivel que le permita relacionarse permanentemente, a nivel nacional, con miles de institutos de todas las clases sociales, económicas, sin importar su raza, su credo religioso ni su nivel cultural. Organizará actividades y tendrá grupos, secciones o departamentos que le permita abarcar, además de los aspectos formativos de los miembros de las</p>	<p>familias que serán el núcleo de la Fundación, todos los aspectos del diario vivir</p> <p>Misión</p> <p>La Fundación dedicará la mayor parte de sus esfuerzos a la educación, formación y orientación de padres de familia para ayudarles a cumplir lo mejor posible, su papel de preceptores y educadores. Otra parte la dedicará a la capacitación de empleados en el área del desarrollo personal, encaminadas a mejorar nuestra sociedad.</p>
---	--	--	--	--	--



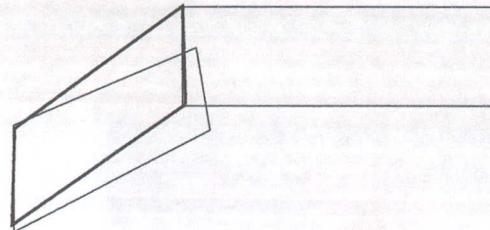
Unidos

Por un Mañana

Mejor

Maestría con Asesoramiento en Educación Familiar

4 pulgadas



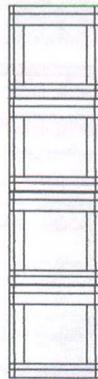
Guía de Dobleces

12. Propuesta Final y Fundamentación

Despegable

Retícula

Se seleccionó dos retícula para trabajar el despegable, ambas siguiendo el concepto de Cadena de amor, representado en la unión de cada línea formando los eslabones de la cadena.



El color

En la gama de anaranjados reflejando la precaución sobre la importancia sobre el tema.



Formato

En el despegable se trabajó un 3 x17 pulgadas aprovechando el formato vertical, para la ubicación de los elementos, los cuales siempre encadenados.

Tipografía

Se utilizó la Arial para el texto y Arial Rounder para los títulos, alineándolo hacia la derecha.

Arial , Arial Rounder

El soporte

Se realizará en couché reflejando así elegancia, siendo este papel maleable por los dobleces que lleva que son sencillos pero indispensables en seguir el patrón.

La diagramación

Se realizó de una forma balanceada para el diseño, ya que el texto esta alineado a la derecha y se proporciona con el fondo blanco que se encuentra a la izquierda.

La Fotografía

Se ubicó en la parte superior en el centro como punto focal de está pieza colocandola a colores.

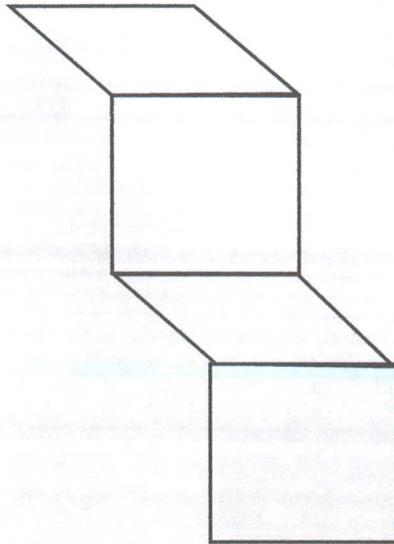


12. Propuesta Final y Fundamentación

Despegables

Dimensiones 3 x 17

Guía de Dobleces



17 pulgadas

3 Pulgadas

BLOQUE D
LA EDUCACIÓN EN EL SENO FAMILIAR.

D.1
El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación.

D.2
Las estrategias de acompañamiento educativo.
Los contenidos del acompañamiento educativo. Las estrategias.
La entrevista y el contrato.
El Plan de apoyo familiar.
El seguimiento familiar.

D.3
Técnicas de relación educativa.
La entrevista educativa.
Cómo manejar el espacio y el tiempo interactivo.



BLOQUE E
LA EDUCACIÓN DE LA INTELIGENCIA.

E.1
El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación.

E.2
Las estrategias de acompañamiento educativo.
Los contenidos del acompañamiento educativo. Las estrategias.
La entrevista y el contrato.
El Plan de apoyo familiar.
El seguimiento familiar.

E.3
Técnicas de relación educativa.
La entrevista educativa.
Cómo manejar el espacio y el tiempo interactivo.

BLOQUE A
INTRODUCCIÓN GENERAL AL ASESORAMIENTO EDUCATIVO FAMILIAR.

A.1
Presente y anterioridad.
Elementos básicos de antropología educativa.
Los rasgos característicos de la persona.
Los aspectos culturales en la persona.

A.2
La acción educativa en la familia.
Características de la acción educativa.
Prevalencia y acción.
Los ámbitos de acción en la educación familiar.

A.3
Familia y educación.
Los padres, roles y funciones y el rol del asesor.
Desarrollo de la familia.
Rol de la familia y del centro asesor.

BLOQUE F
LA EDUCACIÓN DE LA VOLUNTAD.

F.1
Las rasgos característicos de la persona.
Una educación centrada en la persona.

F.2
La acción educativa en la familia.
Características de la acción educativa.
Prevalencia y acción.
Los ámbitos de acción en la educación familiar.

F.3
Prevalencia de los padres.
Rol de la familia y del centro asesor.

BLOQUE B
Madreísmo y Familia, Hoy

B.1
Antecedentes de la atención familiar con el niño.
Para entender a los niños.
Hacer estar los objetivos.

B.2
Madreísmo y familia: problemáticas actuales.
Características básicas y actuales sobre la familia y el desarrollo materno.
El apoyo familiar y los profesionales involucrados.

B.3
Madreísmo y familia: situaciones irregulares.
Madreísmo materno y paterno.
Rol del profesional.
Situaciones irregulares, laborales y asistencia de otros involucrados.

BLOQUE G
LA EDUCACIÓN DE LA AFECTIVIDAD.

G.1
La motivación escolar y para el asesor.
Principios y orientaciones generales.

G.2
La educación escolar y para el asesor.
Orientaciones prácticas según las áreas.

G.3
La educación de los adolescentes en la familia I.

BLOQUE C
LA ENTREVISTA

C.1
El Asesor Educativo Familiar.
Perfil del asesor educativo familiar: cualidades y formación.

C.2
Las estrategias de acompañamiento educativo.
Los contenidos del acompañamiento educativo. Las estrategias.
La entrevista y el contrato.
El Plan de apoyo familiar.
El seguimiento familiar.

C.3
Técnicas de relación educativa.
La entrevista educativa.
Cómo manejar el espacio y el tiempo interactivo.

C.4
Ejes de acompañamiento.
Desarrollo de la función asesor.

C.5
Estrategias del acompañamiento.
Prevención y actuación en los diferentes momentos.

13. Producción y Reproducción

Especificaciones técnica para el afiche, invitación, trifoliar y despegable:

El material informativo : Afiche

Ejemplares 1,000
En texcote de 9 x 17
Full color
Impresión tiro

Material publicitario: Invitación

Ejemplares 1,000
En couché 80 de 4 x 11
Full color
Impresión tiro y retiro

Material informativo : Trifoliar

Ejemplares 1,000
En couché 80 de 3 x 17
Full Color
Impresión tiro y retiro

Material informativo: Despegable

Ejemplares 1,000
En couché 80 de 4 x 17
Full color
Impresión tiro y retiro

Informa técnico para Afiche, Invitación, Trifoliar y Despegable

En el Cd encontrará 4 archivos con los nombre, de Afiche, Invitación Trifoliar y Despegable.

EL afiche está trabajado en FH10 con excesos 0.125 del color que le corresponde; las medidas están en pulgadas. Dentro de la carpeta encontrará la fotografía en 300 dpi a color.

La invitación está trabajada el fondo en Photoshop 8 grabada como jpg, y el texto en FH10 con exceso de 0.125 de color correspondiente, las medidas en pulgadas. Dentro de la carpeta esta la fotografía utilizada a color , y el fondo.

Trifoliar esta trabajado en FH10 con exceso de 0.125 del color correspondiente; las medidas en pulgadas. Dentro de la carpeta encontrará la fotografia en 300 dpi a color.

Despegable está trabajado en FH10 con excesos 0.125 de color correspondiente; las medidas utilizadas es en pulgadas. Dentro de la carpeta está el fondo que se utilizará en el despegable a 300 dpi, al igual que la fotografía.

13. Producción y Reproducción

Presupuesto de impresión 1

Cotizaciones
Impresos Offset
Nain
3ª Calle 23.12 zona 6
Colonia Los Ángeles
Teléfono: 2254-5512

Afiche
Unidad Q 3.20
Las 1,000 unidades Q 3,200.00
Invitación
Unidad 1.80
Las 1,000 unidades Q1,800.00
Trifoliar
Unidad 2.50
Las 1,000 unidades Q 2,500.00
Despegable
Unidad 2.50
Las 1,000 unidades Q 2,500.00

Total Q 10,000.00

Afiche
Unidad Q 1.45
Las 10,000 unidades Q 14,500
Invitación
Unidad 1.10
Las 10,000 unidades Q 11,000.00
Trifoliar
Unidad 1.25
Las 10,000 unidades 12,500.00
Despegable
Unidad 1.25
Las 10,000 unidades Q 12,500.00

Total: Q 50,500.00

Litografía Genesis Publicidad
Impresión Offset y digital
11 av 14-17 zona 12
Tel :22561146

Afiche
Unidad Q 3.00
Las 1,000 unidades Q 3,000.00
Invitación
Unidad 1.60
Las 1,000 unidades Q1,600.00
Trifoliar
Unidad 2.30
Las 1,000 unidades Q 2,300.00
Despegable
Unidad 2.30
Las 1,000 unidades Q 2,300.00
Total: 9,200.00

Afiche
Unidad Q 1.30
Las 10,000 unidades Q 13,000
Invitación
Unidad 1.00
Las 10,000 unidades Q 10,000.00
Trifoliar
Unidad 1.10
Las 10,000 unidades 11,000.00
Despegable
Unidad 1.10
Las 10,000 unidades Q 11,000.00
Total: 45,000.00

1. Consulta en anexos 5

13. Producción y Reproducción

Presupuesto de Diseño
Cotización

Cotización en el área de Diseño
13 av. 10-81 zona 18 colonia Atlántida
Teléfono 22581015
Nombre Ingrid Díaz
Presupuesto de producción de creatividad, bocetajes,
,arte finales.

Imagen del programa
Total 1,200.00

Afiche
Total : 560.00

Invitación
Total 300.00

Trifoliar
Total: 450.00

Despegable
Total : 475.00

Total del proyecto Q 2,985.00

Sistema de impresión

Afiche
litográfico por la cantidad sale más económico.

Invitación
litográfico ya que debido a la cantidad es una opción
más económica.

Trifoliar
litográfico par bajar costos.

Depegable

Litográfico ya que por la cantidad que se realizará
para la institucion sale más económico.

14. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Se determinó que las piezas que deberían integrarse a la propuesta del material informativo consisten en un afiche, un trifoliar y un despegable porque son los medios que más se adecuan según la necesidad. En ellos se presenta la información de un forma que se refuerza con la variación de formato, utilizando el color anaranjado que refleja la atención, una tipografía sencilla para transmitir la información al grupo objetivo y el manejo de fotografía como apoyo al concepto ya que se elaboró de una forma que reflejara la unión por medio de una cadena de manos.

Se concluyó que para facilitar el traslado de información en el medio publicitario se realizó la siguiente pieza: una invitación que se utilizó de una forma vertical para aprovechar más el espacio al diagramar, la tipografía sencilla para transmitir la información. La fotografía se utilizó pequeñas porciones para representar los eslabones de la cadena.

Recomendaciones

Se recomienda que el en desarrollo de un material informativo la propuesta sea simple y concisa para el grupo objetivo. Debido a que el diseño es muy recargado, puede llegar a confundir y no cumplir el objetivo de facilitar la transmisión de información.

Para la elaboración de un material publicitario se recomienda hacer un análisis sobre la fotografía que se va utilizar, ya que a través de ésta se puede llegar a comunicar varias cosas y en especial el concepto. Por lo tanto se debe de hacer una muy buena fotografía en cuanto a lo gráfico de la comunicación.

15. Bibliografía

D

Derecho a la educación. (2006). Estudio Constitucional Comparativo. [Internet]. Centro de Estudios Latinoamericanos, Escuela de Servicio Exterior, Universidad de Georgetown.

E

Enciclopedia Encarta 01 y 02 .(2000)Enciclopedia interactiva
Enciclopedia interactiva Larousse.(2002) Enciclopedia Interactiva

G

García Arturo Ramo. Inspector de Educación. 2000. Venezuela.

M

MORATINOS, J.F. (1985): La de padres. Editorial Narcea

S

Segura Y.(2005) " Diseño de material informativo de la organización casa alianza(portafolio) . Univesidad Rafael Landivar . Facultad Arquitectua y Diseño

W

www.artedinamico.com
Consulta sobre material publicitario
Página interactiva de diseño gráfico.
Fecha consultada(marzo 2007)

www.imagearte.com
consulta sobre material informativo
Página interactiva de diseño gráfico
Fecha consultada(Febrero 2007)

www.fonotostra.com
consulta de estilos de diseño
Pagina de apoyo en el diseño
Fecha consultada (Abril 2007)

www.aprofam.com
Consulta sobre la ecuación en los jóvenes
Página sobre planificación familiar.
Fecha consultada (Marzo 2007)

www.wodersw.com
Consulta teórica de educación
Diccionario interactivo ,significado, sinónimos y antónimos
Fecha consultada (Marzo 2007)

www.elmundo.com
Consulta teórica de la Familia
Diccionario interactivo
Fecha consultada (Marzo 2007)

16. Anexos 1

validacion

Edad _____ Sexo _____
Ocupación _____

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas en las cuales debe subrayar solo una. Gracias por su colaboración.

1. ¿Cómo se transporta?

- a) Carro
- b) bus
- c) Taxi
- d) Otros _____

2. ¿Qué le gusta hacer en sus tiempos libres. Por favor marcar como máximo tres opciones, marcando de 1 a 3 en orden de importancia ?

- a) Leer _____
- b) Ver televisión _____
- c) Escuchar radio _____
- d) Hacer deporte _____
- e) Salir a comer _____
- f) Estar con su familia _____
- g) Internet _____
- h) Actividades al aire libre _____
- i) Otros (especifique) _____

3. ¿Cuál es su nivel de estudio ?

- a) Primario
- b) Diversificado
- c) Universitario
- d) Otros _____

4. ¿Cuál es su estado civil?

- a) Soltero(a)
- b) Casado(a)
- c) Divorciado(a)
- d) Viudo (a)

5. ¿ Cuántos hijos tiene?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) Más _____
- e) Ninguno

6. ¿ Qué comida le gusta más?

- a) Comida rápida
- b) Comida casera
- d) Otros _____

7. ¿Con qué frecuencia asiste a platicas de motivación y valores en Educación para sus hijos?

- a) Una vez al mes
- b) Una vez al año
- c) Nunca

8. ¿Por qué medios le gustaría informarse sobre la educación familiar. Por favor marcar como máximo tres opciones, colocando del 1 a 3 en orden de importancia?

- a) Periódico _____
- b) Radio _____
- c) Platicas _____
- d) Televisión _____
- e) Volante _____
- f) Trifoliales _____
- d) Afiches _____
- f) Mantas _____

9. ¿Qué color le refleja la educación?

- a) Rojo
- b) Azul
- c) Verde
- d) Amarillo

16. Anexos 1

10. ¿ Qué tipografía le llama la atención?

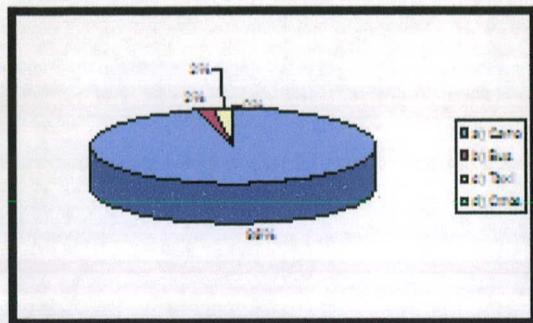
- a) EDUCACIÓN
- b) EDUCACIÓN
- c) *EDUCACIÓN*
- d) EDUCACIÓN

11. ¿Qué prefiriere ver en los volantes o afiches?

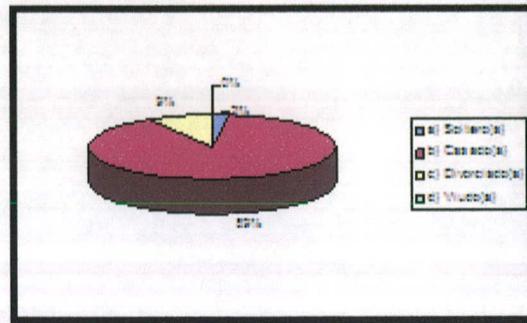
- a) Fotografía
- b) Ilustración
- c) Solo texto
- d) Otros _____

16. Anexos 2 Resultados de validación

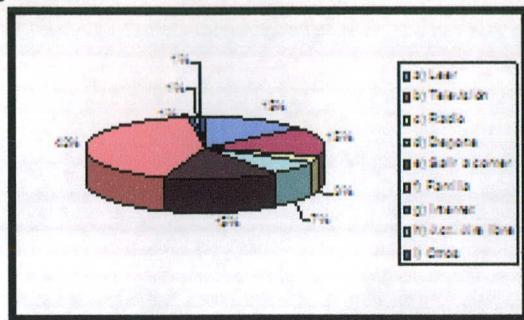
Pregunta 1



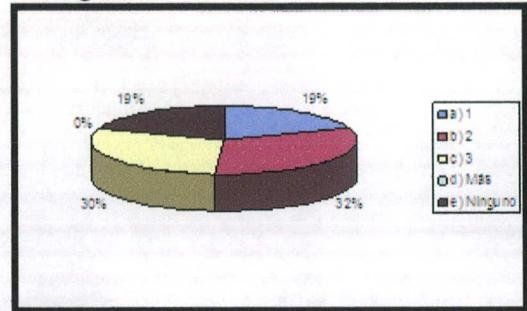
Pregunta 4



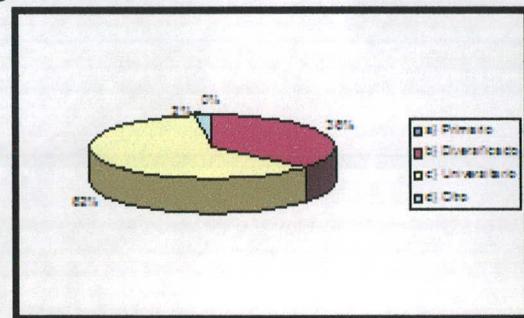
Pregunta 2



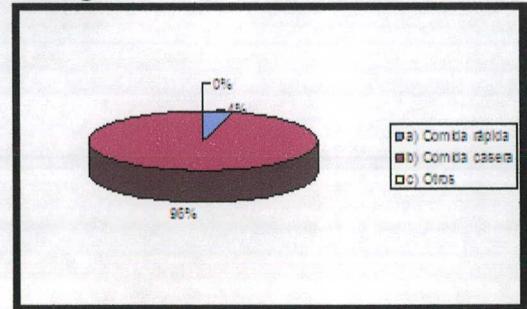
Pregunta 5



Pregunta 3

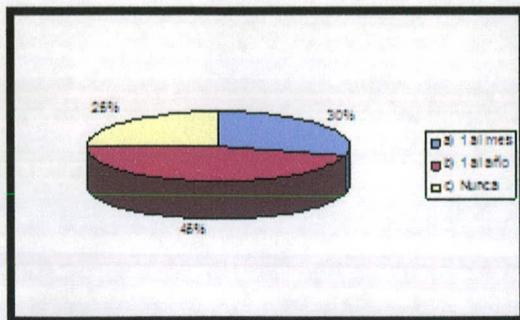


Pregunta 6

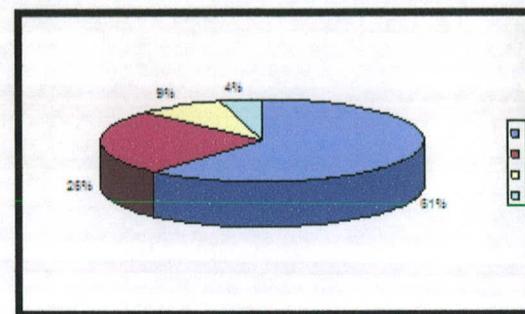


16. Anexos 2 Resultados de validación

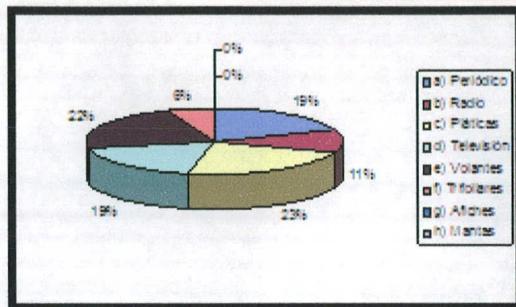
Pregunta 7



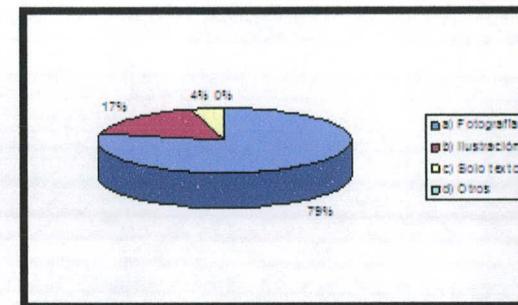
Pregunta 10



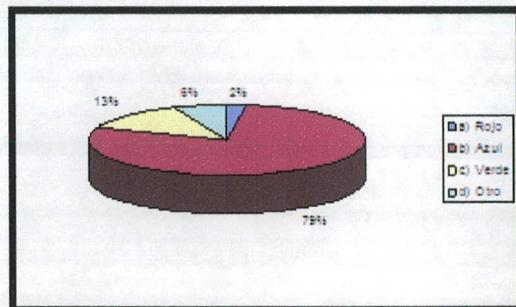
Pregunta 8



Pregunta 11



Pregunta 9



16. Anexos 3

Cuestionario Diseñadores

Introducción : El trabajo que se le presenta , fue elaborado para una institución que se dedica a educar a padres de familia y demás personas interesadas en el tema.
Se desarrollo varias piezas , como afiche , invitación, trifoliar y despegable.

Instrucciones : A continuación se presenta una serie de preguntas, por favor subrayar , la adecuada según su criterio . Gracias por su colaboración

1. Los colores cálidos utilizados en el material le dan sensación de :

- a. Alegría
- b. Tristeza
- c. Ansiedad

2. Los colores cálidos dentro del material desarrollado le generan

- a. Atención
- b. Distracción
- c. Confusión

3. Cree que la proporción entre el alto por el ancho de los materiales le originan

- a. Indiferencia
- b. Impacto
- c. distracción

4. La proporción entre el alto por el ancho del material le transmite

- a. Elegancia
- b. Ansiedad
- c. Libertad

5. El uso de las tipografías Arial , Arial Rounder Mt Bold y Franklin Gothic Demi dentro del material le crea

- a. Jerarquía visual
- b. Confusión
- c. Dificultad al leer

6. Las tipografías Arial , Arial Rounder Mt Bold y Franklin Gothic Demi en los materiales le expresan:

- a. Confusión
- b. Seriedad
- c. Claridad

7. El soporte dentro de los siguiente materiales cumple con :
7.1 El afiche en texcote de 80 grs

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

7.2 La invitación en couche

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

7.3 El despegable en couche

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

7.4 El trifoliar en couche

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

16. Anexos 3

8.Los soportes en los materiales expresan:

8.1 El afiche en texcote de 80 grs

a. Durabilidad

b. Blandura

c. firmeza

8.2 La invitación en couche

a. Durabilidad

b. Blandura

c. firmeza

8.3 El despegable couche

a. Durabilidad

b. Blandura

c. firmeza

8.4 El trifoliar en couche

a. Durabilidad

b. Blandura

c. firmeza

9. La diagramación de acuerdo a los ejes horizontales y verticales que se utilizaron hacen que los materiales se observen :

a.Recargados

b.Simples

c.Generan indiferencia

10. La diagramación de acuerdo con los ejes horizontales y verticales dentro de los materiales expresan :

a.Dificultad

b.Sencillez

c.Ármonía

11 La fotografía utilizada dentro de los materiales le expresa.

a.Protección

b.Respaldo

c.Indiferencia

12. La fotografía en blanco y negro dentro de los materiales está ubicado de una forma como

a.Ásimétrico

b.Punto focal

c.Desbalance

16. Anexos 3

Cuestionario Expertos

Introducción : El trabajo que se le presenta , fue elaborado para una institución que se dedica a educar a padres de familia y demás personas interesadas en el tema.

Se desarrollo varias piezas , como afiche , invitación, trifoliar y despegable.

Instrucciones : A continuación se presenta una serie de preguntas, por favor subrayar , la adecuada según su criterio . Gracias por su colaboración

1. Los colores que observa dentro de los materiales le dan sensación de :

- a. Alegría
- b. Tristeza
- c. Ansiedad

2. La proporción de los materiales le dan la sensación de :

- a. Elegancia
- b. Ansiedad
- c. Libertad

3. La letra en los materiales le da la expresión de:

- a. Confusión
- b. Seriedad
- c. Claridad

4. Los materiales que se le presenta le expresa:

- a. Durabilidad
- b. Blandura
- c. Firmeza

5. El soporte dentro de los siguiente materiales cumple con :

5.1 El afiche en textcote de 80 grs

- a. deficiencia
- b. calidad
- c. Insípido

5.2 La invitación en couche

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

5.3 El despegable en couche

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

5.4 El trifoliar en couche

- a. Deficiencia
- b. Calidad
- c. Insípido

6. Los materiales según su observación, la ubicación de los objetos (fotografía y texto) le expresa

- a. Dificultad
- b. Sencillez
- c. Armonía

7. La fotografía utilizada dentro de los materiales le expresa.

- a. Protección
- b. Respaldo
- c. Indiferencia

16. Anexos 3

Cuestionario Grupo Objetivo

Introducción : El trabajo que se le presenta , fue elaborado para una institución que se dedica a educar a padres de familia y demás personas interesadas en el tema.
desarrollo varias piezas , como afiche , invitación, trifoliar y despegable.

Instrucciones : A continuación se presenta una serie de preguntas, por favor subrayar , la adecuada según su criterio . Gracias por su colaboración

1. Los colores que observa dentro de los materiales según su criterio le dan sensación de :

- a. Alegría
- b Tristeza
- c .Ansiedad

2 .La proporción de los materiales según su criterio le dan la sensación de :

- a. elegancia
- b .ansiedad
- c. libertad

3. La letra en los materiales le da la expresión de:

- a. Confusión
- b. Seriedad
- c. Claridad

4. Los materiales que observan según su criterio le expresa:

- a. Durabilidad
- b. Blandura
- c. Firmeza

5. Los materiales según su observación, la ubicación de los objetos(fotografía y texto) le expresa

- a. Dificultad
- b. Sencillez
- c. Armonía

6. La fotografía utilizada dentro de los materiales le expresa.

- a. Protección
- b. Respaldo
- c. Indiferencia

7. Es necesario hacer algún cambio dentro del material ¿Por qué?

16. Anexos 4

Resultados

1. Los colores cálidos utilizados en el material le dan sensación de :

- a Alegría
- b Tristeza
- c Ansiedad

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	1	2	1
Expertos		1	1
Grupo Objetivo	1	2	8

2. Los colores cálidos dentro del material desarrollado le generan

- a Atención
- b Distracción
- c Confusión

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	3	1	

3. Cree que la proporción entre el alto por el ancho de los materiales le originan

- a. Indiferencia
- b. Impacto
- c. distracción

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores		4	

4 .La proporción entre el alto por el ancho del material le transmite

- a. Elegancia
- b. Ansiedad
- c. Libertad

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	2		2
Expertos		1	1
Grupo Objetivo	6	3	2

5.El uso de las tipografías **Arial** , **Arial Rounder Mt Bold** y **Franklin Gothic Demi** dentro del material le crea

- a Jerarquía visual
- b Confusión
- c Dificultad al leer

Entrevistados	A	B	C	D
Diseñadores	2	1		1

6. Las tipografías **Arial** , **Arial Rounder Mt Bold** y **Franklin Gothic Demi** en los materiales le expresan:

- a. Confusión
- b. Seriedad
- c. Claridad

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores		2	2
Expertos			2
Grupo Objetivo	5	4	2

7 El soporte dentro de los siguiente materiales cumple con

8.Los soportes en los materiales expresan:

	a. Durabilidad	b. Blandura	c. firmeza
El afiche en texcote de 80 grs			
La invitación en couche			
El despegable couche			
El trifoliar en couche			

16. Anexos 4

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	1	2	1
Expertos	2		
Grupo Objetivo	4	2	5

9. La diagramación de acuerdo a los ejes horizontales y verticales que se utilizaron hacen que los materiales se observen :

- a. Recargados
- b Simples
- c. Generan indiferencia

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	2	2	

10. La diagramación de acuerdo con los ejes horizontales y verticales dentro de los materiales expresan :

- a. Dificultad
- b Sencillez
- c Armonía

Entrevistados	A	B	C	D
Diseñadores	1	1	1	1
Expertos		2		
Grupo Objetivo	5	2	4	

11 La fotografía utilizada dentro de los materiales le expresa.

- a. Protección
- b. Respaldo
- c Indiferencia

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	3	1	
Expertos	2		
Grupo Objetivo	4	4	3

12. La fotografía en blanco y negro dentro de los materiales está ubicado de una forma como

- a. Asimétrico
- b Punto focal
- c Desbalance

Entrevistados	A	B	C	D
Diseñadores		4		

El afiche en texcote de 80 grs	a. deficiencia	b. calidad	c. Insípido
La invitación en couche	a. deficiencia	b. calidad	c. Insípido
El despegable en couche	a. deficiencia	b. calidad	c. Insípido
El trifoliar en couche	a. deficiencia	b. calidad	c. Insípido

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores		4	

16. Anexos 6

Resultados

1. Los colores cálidos utilizados en el material le dan sensación de:

- a. Alegría
- b. Tristeza
- c. Ansiedad

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	4		1
Expertos	1		1
Grupo Objetivo	6		4

2. En la invitación que interpreta en la fotografía

- a. Manos
- b. no se entiende
- c. dedos

Entrevistados	A	B	C
Grupo Objetivo	3	4	3
Expertos	1		1

3. Cree que las pantallas que se utilizan en los materiales le refleja

- a. Ruido
- b. Apoyo al concepto
- c. distracción

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	2		3

4. Los materiales según su observación de los objetos (fotografía y texto) le expresa

- a. Dificultad
- b. Sencillez
- c. Armonía

Entrevistados	A	B	C
Grupo Objetivo	2		
Expertos	8		2

5. El uso de las tipografías **Arial**, **Arial Rounder Mt Bold** y **Franklin Gothic Demi** dentro del material le crea

- a. Jerarquía visual
- b. Confusión
- c. Dificultad al leer

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	3		2

6. Las tipografías **Arial**, **Arial Rounder Mt Bold** y **Franklin Gothic Demi** en los materiales le expresan:

- a. Confusión
- b. Seriedad
- c. Claridad

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores		2	2
Expertos			2
Grupo Objetivo		2	8

7 La fotografía utilizada dentro de los materiales le expresa

- a. Respaldo
- b. Protección
- c. Indiferencia

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	2	3	
Expertos	2		
Grupo Objetivo	5	5	

16. Anexos 6

8. El texto “Unidos pro un mañana mejor” le expresa

- a. Confusión
- b. Claridad
- c. Indiferencia

Entrevistados	A	B	C
Grupo Objetivo		9	1
Expertos		2	

10. La diagramación de acuerdo con los ejes horizontales y verticales dentro de los materiales expresan

- a. Dificultad
- b. Sencillez
- c. Armonía

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores		2	3

11 La fotografía utilizada dentro de los materiales le representa.

- a. ventana
- b. Cruz
- c. Porciones

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	5		

12. En la invitación como observa la fotografía

- a. No codifica
- b. Punto focal
- c. Desbalance

Entrevistados	A	B	C
Diseñadores	2	1	2