

“Diseño de CD interactivo para niños de 6 a 8 años”



Tesis

“Diseño de CD interactivo”

Licenciatura en Diseño Gráfico

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Abierta Interamericana

Jésica Montal, Leg. 30.806

Buenos Aires, 2012

“Diseño de CD para niños de 6 a 8 años”

Ausencia de diseño dinámico, atractivo y funcional de CD interactivos para etapa primaria, entre 6 y 8 años; el paso del jardín al colegio.

Al analizar lo que el mercado infantil ofrece, nos encontramos con ausencia de un CD temático y multifuncional que se encuentre bien diseñado y que acompañe desde el juego y la enseñanza a los niños que comprenden la edad de 6 a 8 años. Las herramientas que el mercado actual nos ofrece, son CD's sin alcanzar estas expectativas o revistas para colorear, las cuales no se orientan a este tipo de público en particular.

Durante la etapa anteriormente mencionada, el niño esta realizando un paso primordial al cambiar del jardín a la primaria y un CD con estas

características estimularía no solo el aprendizaje del niño fuera de la escuela, sino que también se podría lograr una acercamiento del niño hacia la tecnología, la computadora, ya que ocupa un lugar esencial en la vida humana. A su vez, el presente CD será creado para poder ser usado por los niños, para que ellos mismos interactúen y aprendan los contenidos principales que el programa escolar presenta como pertinente para esta etapa (1^{er}, 2^{do} y 3^{er} grado).

Por lo tanto, se pretende generar un vínculo entre el niño y la tecnología, dicho de otro modo, generar un entretenimiento relacionado a la situación social actual. De esta manera, interiorizar a los niños en los nuevos recursos que el mercado nos ofrece.

Se pretende generar una nueva forma de entretenimiento del niño, bajo el uso de herramientas de diseño adecuadas, buena implementación de tipografía y color, orientada al vínculo con los agentes que la sociedad nos ofrece.

Se desea lograr un diseño adecuado, para que el niño se afiance a estos nuevos recursos y sepan utilizarlos como fuentes de aprendizaje, y comunicación, en una edad temprana.

Indice

1. Problemática	6
2. Objetivos	7
3. Hipótesis	7
4. Antecedentes	8
5. Marco teórico	8
5. Introducción	8
5.1. Educación	9
5.1.1. Características	10
5.1.2. Códigos educativos	11
5.1.3. Funcionalidad	12
5.1.4. Repercusión	13
5.2. Niños	15
5.2.1. Educación infantil	17
5.2.2. Juego infantil	20
5.3. CD interactivo	21
5.3.1. Partes y características	23
5.3.2. Secciones	23
5.3.3. Aplicaciones	24
5.4. Lenguaje visual	24
5.5. Elementos del Diseño	25
5.5.1. Elementos Conceptuales	25
5.5.2. Elementos Visuales	25
5.5.3. Elementos de Relación	30
5.5.4. Elementos Prácticos	30
6. Relevamiento iconográfico	33
7. Hipótesis Desarrolladas	44
8. Encuestas y relevamientos	51
9. Conclusión Final	55
10. Propuestas de diseño	56
11. Glosario	69
12. Bibliografía	71
13. Anexo	73

1. Problemática

En el mercado actual, no se encuentra un CD que reúna las condiciones de diseño de excelencia para una etapa primaria.

En estos últimos años la tecnología creció de forma inesperada y sorprendente. La sociedad debió adaptarse a estos cambios, los cuales modificaron la interacción social aumentando la comunicación globalizada. En la presente tesis se plantea el diseño de un CD que genere un vínculo del niño con la tecnología. Esta nueva forma de aprendizaje aumentará la capacidad de interacción del niño.

El cambio social se vio desde el auge de la computación, al pasar los años los niños continuaban con los mismos métodos de interacción

que no reflejaban este cambio social, por tal tanto se plantea una solución a este problema.

La delimitación temporal de esta tesis es desde los años 1990 aproximadamente hasta la actualidad, fecha donde se comenzó a utilizar la computación como recurso habitual en la vida humana. Es necesario aclarar, que la problemática que aquí se presenta es a nivel nacional, ya es una situación de este país en particular. Los recursos utilizados para el desarrollo del proyecto fueron virtuales y bibliográficos para la búsqueda de información, y sustento de la teoría planteada; a su vez se utilizaron recursos gráficos para manifestar que era lo que el mercado nos ofrecía que no cumplía con las expectativas.

2. Objetivos

El objetivo que aquí se plantea es ofrecer una herramienta que el mercado actual no considera.

- incentivar a la interacción y vinculación del niño con la tecnología; a través de un diseño dinámico y atractivo que genere el acto del juego y aprendizaje integral.

3. Hipótesis

- 1 Un CD con diseño dinámico y pertinente para la edad, debe generar una atracción en el niño.
- 2 El uso de la retórica, debe apoyar el significado y despertar interés infantil hacia lo lúdico y virtual.
- 3 Las piezas deben ser diseñadas con tipografía legible y cromatismo reconocible según el grupo etario.

4. Antecedentes

Como se comentó anteriormente, lo que se plantea en este proyecto no se encuentra en el mercado actual. A pesar de ello, luego de un análisis destacamos antecedentes que utilizando otros recursos intentan generar este concepto de relación entre la tecnología y los niños.

Un ejemplo de ello, es un blog para incentivar el aprendizaje en el área de matemáticas¹. Es un proyecto realizado por los mismos profesores del ciclo básico educativo.

Así también, se encuentra en la web un sitio, realizado por el ministerio de educación, ciencia y tecnología. Es una obra de Antonio Berni de las colecciones educar². Fue diseñado para otorgar conocimiento sobre sus obras. Es un sitio bien organizado y claro en sus objetivos, a diferencia del primer proyecto mencionado.

5. Marco Teórico

Introducción

El proceso más importante en los niños es sin duda la educación y el aprendizaje. Sin embargo, muchas veces las metodologías con que se incurre dicha actividad pueden ser poco atractivas y estimulantes para la formación de los niños. El diseño que este trabajo plantea es la solución de esta situación, ante la creación de un CD pensado no solo para entretener, sino también educar a los más pequeños. Convirtiéndose, de esta forma, en una herramienta útil para establecer contacto entre el niño y la tecnología.

El entretenimiento de los niños ha ido transformándose en los últimos tiempos. Las bicicletas y canicas quedaron en segundo plano ante los avances tecnológicos. Actualmente, los más jóvenes han hallado herramientas que años

¹<http://babys.blogia.com/2008/060401-software-educativo-en-matematica-para-ninos..php>

²<http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD5/contenidos/index.html>

atrás no existían. Por tal motivo esta tesis reconoce este cambio y genera un proyecto en relación a la sociedad actual.

La ciencia y la tecnología orientada a los más pequeños han originado una nueva forma de interacción, donde al pasar los años se convierte en una herramienta de trabajo, generando oportunidades laborales.

La computadora es un medio que fortalece el proceso enseñanza - aprendizaje.

5.1 Educación

La educación es definida como el proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra; sino que se encuentra presente en

todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes. Es la que nos indica nuestra forma de actuar e interactuar ante diferentes situaciones.

La educación es esencial para todo ser humano ya que es una herramienta utilizada de forma constante en la vida cotidiana.

Al tener conocimientos culturales se conoce sobre la historia, valores, ideologías y demás información que es primordial para construirse como persona. El saber brinda beneficios extraordinarios que uno no se da cuenta hasta gozar de ellos, y como dice la frase el saber no ocupa lugar, por lo tanto nada te impide disfrutar de ello.

“En el proceso educativo (tanto de la escuela como de la familia) se enseña a comprender el mundo y la realidad que nos rodea, se transmiten

y ejercitan los valores que hacen posible la vida en sociedad, se adquieren los hábitos de convivencia democrática y de respeto mutuo, se prepara para la participación responsable en las distintas actividades e instancias sociales”³. En esta frase señala como la educación es sumamente importante ya que guía en el inicio de la vida en un mundo desconocido. Establece las pautas y saberes que el humano necesita para entender y desarrollarse en la sociedad en la que vive.

Al nacer un niño, es como una página en blanco que debe nutrirse de conocimientos, siendo esta la tarea de los padres y luego de los docentes.

Por tal motivo el conocimiento a transmitir debe ser bajo los medios que la sociedad maneja. La tecnología se convierte en una poderosa y versátil

herramienta que enriquece a los usuarios en el proceso de aprendizaje. Esto conlleva a afirmar que la materia informática deja de ser una más, ya que va a ayudar a poder abordar los conocimientos de cada una de las otras materias como matemáticas, sociales y naturales.

5.1.1 Características

La educación es vista como la forma de estrategia más efectiva para el desarrollo humano, equidad y la justicia en la sociedad. Es el motor fundamental para un crecimiento intelectual, económico y competitivo en el mercado globalizado actual. Por tal motivo es importante hacer incapié en las oportunidades que genera.

El proceso de la educación genera un desarrollo intelectual en el alumno, ofrecido por un ser

³Enrique Javier Díez Gutiérrez, *La globalización neoliberal y sus repercusiones en la educación*, Capítulo 1, Edit. El Roure, Barcelona 2007

superior con conocimiento hacia el tema en cuestión. Este proceso se realiza bajo la recepción adecuada de la información proveniente del emisor. Como en la transmisión de todo mensaje, se necesita de un emisor el cual actúa como modelo para facilitar la comunicación con el receptor. Por lo tanto, la educación requiere la influencia o contacto humano, dicho de otra forma, la intervención directa o indirecta de un ser con otro. Como todo mensaje, debe ser transmitido bajo un determinado medio de una manera clara y concisa.

Bajo la incorporación de los diferentes conceptos el educando va construyendo su personalidad, por lo tanto estamos frente a un acto intencional. Dicho de otro modo, el humano posee intención de aprender, siendo esto primordial ya que sin un

esfuerzo el proceso educativo no tiene fin alguno. La educación es un proceso gradual y continuo, es decir, va generándose por etapas concretas en el crecimiento humano, nunca finaliza. No hay necesidad de dar fin al proceso de aprendizaje, ya que la misma sociedad te genera el interés de estar continuamente actualizado.

Como hemos mencionado, la educación se compone de diferentes etapas o ciclos; jardín maternal (a partir de 45 días - 3 años), educación inicial (de 3 - 5 años), primaria (de 6 a 12 años), secundaria (de 13 a 17 años) y universitaria (a partir de los 18 años).

5.1.2 Códigos educativos

Todos los niños no son educados de una misma forma, por distintas situaciones que los privan de

ello. Por ejemplo entorno social, tipo de escuela. Por eso, sus conocimientos van a diferir con otros niños, esta desigualdad distingue dos códigos: público y formal.

“Código restringido o público: es el que utilizan los niños de la clase obrera. Es una forma de discurso muy vinculada a su entorno cultural. Muchas personas viven en un ambiente familiar, en donde los valores y las normas se dan por supuestas y no se expresan mediante el lenguaje. Los padres tienden a socializar a sus hijos de forma directa; reprimiendo o recompensando según el comportamiento. Este tipo de habla es característico en los niños que crecen en familias de clase social baja y de los grupos de compañeros con los que comparten el tiempo libre.

Código elaborado o formal: es el que practican

los niños de clase media. Comprende una forma de hablar en la que los significados de las palabras pueden individualizarse para adecuarse a las demandas de situaciones particulares. Estos niños pueden generalizar y expresar ideas abstractas con mayor facilidad, ya que de la forma que aprenden el lenguaje, esta menos ligada a contextos particulares”⁴.

Los niños que se sitúan dentro del código formal, poseen una mayor facilidad en la internalización de los conocimientos en el proceso de aprendizaje. Siendo ellos los que serán las víctimas de este nuevo método de enseñar.

5.1.3 Funcionalidad

La educación cumple con una serie de funciones, entre ellas: transmisión cultural y socialización,

⁴Según Bernstein, Brasil –sociólogo y lingüista británico- <http://www.reducativa.com/verarticulo.php?id=37>

formación ciudadana y formación y selección de un futuro laboral. Nos permite ser parte de un conjunto de personas con el propósito de contribuir a la sociedad mediante alguno de los trabajos que se ofrecen.

Lo recientemente mencionado es lo que construye una sociedad homogénea con la concientización de cada uno de nosotros de un sistema de ideas, sentimientos, costumbres; tales como las creencias, prácticas religiosas y la moral.

Al observar lo que la educación brinda a la sociedad se puede comprender que está creada para un beneficio no solo individual sino también social para garantizar una buena interacción con el otro bajo los mismos valores.

“La finalidad es proporcionar a todos los niños una educación común que haga posible la

adquisición de los elementos básicos culturales, los aprendizajes relativos a la expresión oral, a la lectura, a la escritura y al cálculo aritmético, así como una progresiva autonomía de acción en su medio”⁵. Aquí se plantea que el mundo no podría funcionar sin educación. Que es necesaria para establecer las normas sociales, del mismo modo que no puede jugar un juego sin un instructivo que explique las bases del mismo.

5.1.4 Repercusión

La educación incide de manera directa en la sociedad y viceversa. La sociedad está creada bajo una serie de sistemas de ideas enseñadas en las instituciones educativas. Por tan motivo un pequeño fallo va a repercutir en la interacción entre las personas y el crecimiento individual.

⁵<http://www.educacion.gob.es/educacion/que-estudiar-y-donde/educacion-primaria.html>

“Para analizar adecuadamente los principales problemas del mundo actual y su relación con la educación, primero tenemos que contextualizarlos. A partir de este análisis es como podemos entender cabalmente las repercusiones de esta globalización en la educación”⁶. Todo cambio en la sociedad tiene un porque, es decir, nada sucede arbitrariamente. La globalización incide por el planteo de nuevas formas de comunicación e interacción social, dejando nuevos conceptos educativos como base de herramientas de aprendizaje. El ser humano se ve obligado a adaptarse a los cambios debiendo alterar las bases de la educación. Con el paso de los años se observa como los avances tecnológicos e intelectuales han modificado conscientemente la educación y la sociedad. La forma de enseñanza

como el comportamiento humano no es igual a la de antes, todo va modificándose.

Como las condiciones educativas han variado nos vemos obligados al desarrollo de estrategias de aprendizaje ligadas con los avances tecnológicos actuales, es decir, establecer una conexión entre la forma de enseñar y la sociedad que nos rodea con todo lo que ello conlleva.

Así mismo, la repercusión va a ser visible en la familia también ya que los niños son las víctimas de estos cambios de aprendizaje, los cuales son realizados para un beneficio hacia ellos. La familia deberá cumplir la función de contener al niño en este nuevo proyecto y explicarle todo lo que sea necesario, debe establecerse un vínculo entre la familia y la forma de aprendizaje para trabajar en conjunto bajo un mismo objetivo.

⁶http://www.concejoeducativo.org/article.php?id_article=209

El cambio no solo se visualiza en el niño sino también en la sociedad en general, la cual debe adaptarse a los cambios tecnológicos, teniendo en cuenta que ocurrieron rápidamente. A tal punto de que la sociedad no se encuentra preparada para interiorizarse con ellos en los tres niveles: psicológico, biológico y social. Aquí se visualiza una nueva demanda en la forma de aprendizaje comprometiendo a la familia para aprobar este nuevo proyecto.

De esta manera se manifiesta como un simple cambio puede repercutir en los individuos a nivel social y a consecuencia a nivel familiar.

5.2 Niños

“El niño es una semilla que contiene todos los ingredientes necesarios para convertirse en un

adulto en armonía. Solo hace falta dejar que se desarrolle. Esa semilla necesita de una fértil tierra donde arraigar sus raíces. Raíces ubicadas en la gestación, en el nacimiento y fortalecidas en los años posteriores, necesitados de un entorno amoroso (tierra fértil), creador del vínculo afectivo, nutriente de la semilla humana”.

Los niños son seres que necesitan de una educación y estimulación constante. Por tal motivo los adultos somos los responsables de brindar las bases de enseñanza. Es decir, de construir un entorno amoroso y adecuado como se expresó en la frase anterior, tierra fértil.

Los niños a esa corta edad son como pequeñas esponjas, ya que absorben información de manera sorprendente, por tan motivo hay que aprovechar este beneficio. Necesitan recibir datos

⁷<http://www.criaryamar.com/aprendizaje-infantil/15-aprendizaje-infantil/69-consideraciones-sobre-la-educacion-infantil.html>

para poder entender la cultura que los rodea y así poder ir formando su futura personalidad y forma de actuar. La forma de educación que el niño reciba estará vigente durante muchas acciones de la vida, por ser esencial.

La importancia de un aprendizaje estimulante a temprana edad es tan esencial, ya que el niño aprende la mayoría de las cosas que conocerá en su vida desde que nace hasta los cinco años. Este conocimiento se mantiene grabado por ser adquirido en una etapa de desarrollo vinculada a las necesidades afectivas.

Todo aprendizaje ligado a una carga afectiva queda profundamente arraigado en forma permanente. Posteriormente se podrá trascender esta limitación viéndose en otras áreas de la vida.

Continuando con el análisis infantil en torno a la

edad objetivo, descubrimos que estamos frente a un proceso de aprendizaje que intervienen tanto situaciones afectivas (aceptación, rechazo, motivación, autoestima, autoconcepto) como sociales (integración en el grupo clase, aprender de los demás). “Se encuentran entre el período preoperativo (2 a 7 años) y el período de las operaciones concretas (7 a 11 años)”⁸. En esta etapa los niños aún no tienen la capacidad para pensar de manera lógica. En lugar de ello los niños desarrollan la capacidad para manejar el mundo de manera simbólica o por medio de representaciones. Es decir, desarrollan la capacidad para imitar que hacen algo en lugar de hacerlo realmente. Según Piaget, en este período las acciones están interiorizadas, pueden ser anticipadas o recordadas, pero carecen aún de la

⁸Piaget - Desarrollo cognitivo- <http://www.slideshare.net/adrysilvav/piaget-desarrollo-cognitivo>

reversibilidad, propia de las operaciones. Las relaciones con los demás vienen determinadas por el egocentrismo.

Los niños, durante el período de las operaciones concretas (nivel cognitivo), se abren más a las relaciones sociales descubren que hay una diferencia entre los demás y el, lo que supone el inicio de la ruptura del egocentrismo así como el comienzo de su autonomía personal y autoestima. Esto genera entrar en un período de reflexión.

Siguiendo con este análisis, se determinaran los puntos más importantes dentro de los demás niveles que el ser humano posee.

Socioafectivamente poseen la capacidad de entender las normas de convivencia. A su vez, todavía suelen mezclar lo real con lo “mágico”;

A nivel motor ya comienzan a tener control de su

cuerpo pasando de la acción a la representación. Por lo tanto pasan de ser dominados por sus movimientos a dominar su motricidad. Ya presentan una mejora de las capacidades de coordinación y equilibrio al poder desarrollar las habilidades y destrezas básicas (correr, saltar, trepar, lanzar, entre otras) de forma global.

5.2.1 Educación infantil

La educación infantil es un derecho vital en la futura vida del niño. Esta educación debe darse desde muy temprana edad para que el niño vaya asimilando desde pequeño los conceptos y los valores que debe ir desarrollando. “Los primeros ocho años de la vida del niño son fundamentales, especialmente los tres primeros años, que son la base de la salud, el crecimiento y el desarrollo en el

futuro. Durante este período, las niñas y los niños aprenden más rápidamente que en cualquier otra época. Los recién nacidos y los niños de corta edad se desarrollan con mayor rapidez y aprenden más rápidamente cuando reciben amor, afecto y estímulos mentales, así como alimentos nutritivos y una buena atención de la salud”.

Los niños, poco a poco, al ir creciendo van ganando autonomía, van firmando y construyendo su personalidad y a veces es difícil para los adultos, para los padres, saber como actuar o reaccionar. Lamentablemente, no existe una regla absoluta en materia de educación: es una cuestión de equilibrio y de comunicación. El niño necesita ser guiado por los padres, ya que él ignora lo que es mejor para él. Y es aquí donde adquiere un papel muy importante la autoridad.

Los niños deben asimilar las restricciones fundamentales relacionadas con la socialización.

Es importante comprender la cultura infantil, forma de ver el mundo para no imponer restricciones equivocadas; lo cual conlleva dedicación y recursos.

El educar contiene la responsabilidad de asentar los cimientos del resto del sistema educativo. La inversión generosa en estas primeras edades puede ayudar a prevenir problemas posteriores, en momentos en los que es más difícil intervenir por encontrarnos con bases ya establecidas.

La educación infantil hacia el público objetivo de este proyecto posee una serie de características, las cuales se centran en un mayor acercamiento en los conceptos referidos a la realidad en la sociedad vigente. Cuando el niño se acerca a la edad de los 6

⁹Unisef <http://www.unicef.org/spanish/ffl/03/>

años se produce una pérdida del egocentrismo infantil, relacionada con la acción de la comunicación diaria. A su vez, se produce una mejora en el razonamiento lógico, tratando de encontrar una respuesta a las situaciones que suceden a su alrededor.

Aquí se plantea una mejora de la forma de enseñanza hacia los niños adaptada a nuestra sociedad, la cual posee un nuevo concepto de navegabilidad en un espacio virtual.

La educación bajo el concepto de navegabilidad se destaca por estar frente al uso de diferentes herramientas, se reemplaza el libro por la pantalla de la computadora.

Todo cambio en un principio parece incómodo, pero es cuestión de costumbre y comprensión de que la sociedad va cambiando otorgando en este caso un beneficio para los usuarios.

“La palabra "Virtual" se utiliza para caracterizar el hecho de que el curso no se imparte en un aula cara a cara, sino a través de algún modo de sustitución (...)”¹⁰.

Este tipo de educación posee una serie de características diferentes a la educación que conocemos hoy en día. Esto se vincula a la libertad de manejar los tiempos, es decir no hay un momento determinado donde el usuario debe proceder al vínculo con el ambiente virtual, sino que la elección es libre. Así mismo estamos frente a diferentes herramientas las cuales deberán ser explicadas al usuario para su buen uso.

¹⁰<http://elaprendizaje.com/870-caracteristicas-de-la-educacion-virtual.html#ixzz1MWQf9evG>

5.2.2 Juego Infantil

Pero además de una buena educación y de unos valores correctos, el niño debe ir desarrollando desde pequeño todas sus aptitudes psicológicas y mentales. Para su desarrollo no hay nada mejor que una serie de actividades que harán que el niño crezca intelectualmente y que su inteligencia se vaya desarrollando adecuadamente. El juego es esencial para el niño, ya que sin darse cuenta desarrolla el campo creativo, intelectual, emocional y social. La relación con el otro, el compartir, prestar y regalar, es decir el interactuar y negociar con el otro, produce un crecimiento en el niño interpretando de que se trata vivir en sociedad. En otras palabras, los niños crecen a través del juego, por eso no se lo debe limitar al niño en esta actividad lúdica.

Es una actividad principal con la cual satisfacen una necesidad en el mundo real.

“El juego es la descarga agradable y sin formalidad de un exceso de energías. Spencer buscó la razón del juego en la existencia de un excedente de energía, que pugnando por evadirse del organismo infantil se desplegaría por los centros nerviosos”¹¹. Es otras palabras, es una actividad placentera que se vincula al deseo del niño de ser mayor. Generalmente el papel que ellos representan es el de ser adultos. “El juego domina la vida de mis pequeños. Un niño sano quiere jugar desde la mañana hasta la noche. Su juego emana desde lo más profundo de su ser y le permite mantener de forma fluida su fuerza vital, que es tan necesaria para el crecimiento exuberante que está desarrollando. Si un niño pierde

¹¹Calero Perez, “Educar Jugando” - Editorial San Marcos- Impreso Perú. 1998.

el interés por jugar es casi siempre una señal indicativa de que está enfermo”¹².

Es considerado un signo positivo, que demuestra que el niño se encuentra con ganas y voluntad de realizar todo tipo de actividades. Muchas veces se suele criticar el juego diciendo que es una actividad innecesaria, la cual puede verse como una pérdida de tiempo. Contrariamente el juego en el niño debe considerarse como un acto más serio, ya que está lleno de significado.

Una de las actividades comunes en los niños es dibujar, la razón de ello es que lo utilizan como forma de expresión. Cada niño posee una personalidad y forma de expresarse diferente, por lo tanto nunca se van a encontrar dos dibujos de niños de la misma edad iguales pero si similares, ya que están bajo la misma etapa.

Los niños pasan diferentes etapas al avanzar en su edad. La etapa del esquema es en la que se sitúa nuestro público objetivo; donde ya los dibujos son con más detalles, ya dibujan la mano con sus cinco dedos.

5.3 CD interactivo

En el diseño de un cd (Compact Disc) o dvd (Digital Versatile Disc) se destacan varias funciones: educar, conocer bandas de música o como herramientas de trabajo para empresas (cd's corporativos). Es una pieza gráfica muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes. Posee en su interior contenidos que fueron grabados y no pueden ser eliminados por tener códigos de seguridad.

Son utilizados para diversos fines, con el objetivo

¹²Joan Almon (E.U.A.) <http://www.criaryamar.com/aprendizaje-infantil/15-aprendizaje-infantil/148-como-se-desarrolla-el-nino-a-traves-del-juego.html>

de difundir información, música de incentivo de aprendizaje o conocimiento del emisor que transmite el mensaje.

El cd posee elementos como la tapa, libro interior, gráfica, material multimedia y contratapa. Piezas que deben ser diseñadas teniendo en cuenta varios aspectos, entre ellos el público objetivo.

La tapa es el elemento principal del cd ya que actúa como la tapa de un libro, la cual debe ser sumamente atractiva para el receptor. Es como el diseño de un afiche, pero con mucho más detalles ya que posee un tiempo de lectura mayor.

El libro interior tiene el objetivo de ampliar la información del contenido del cd, suele acompañarse con gráfica que alude al mensaje.

Existe un nuevo elemento que no puede ser asociado con el de una revista o libro ya que no se

encuentra en ellos; el cd interior. Es una pieza, diseñada bajo sistema serigráfico, que suele generar dificultades. Una de ellas es que estamos sobre un soporte redondo de solo 12 x 12 cm; además en el centro del mismo un círculo rompe con la superficie. A partir de estas dificultades deben pensarse diseños atractivos tratando de involucrar el círculo, si así se desea, para generar un propósito de la sustitución de la superficie.

La contratapa, como lo es en un libro, actúa como sinopsis o suele publicitar una colección de la misma marca.

A partir del surgimiento de las nuevas tecnologías el CD está ocupando un lugar muy importante; ya no es sólo para escuchar música u obtener alguna información, sino que es una combinación de varias actividades prácticas y funcionales.

Al involucrarse el cd en nuestra vida cotidiana, se generó un acercamiento involuntario a la tecnología, la cual ocupa un lugar primordial en la actualidad.

5.3.1 Partes y características

Cada CD posee una disposición diferente. Sus partes, secciones y principalmente su diseño es pensado para esa situación. Nunca se encontrarán dos piezas con el mismo diseño, ya que la creación de toda pieza es lograda bajo un análisis; en el cual se determinan aquellos aspectos que otorgan al producto originalidad y creatividad. A su vez, éste análisis es primordial para no realizar diseños similares. Previamente al diseño de una pieza gráfica debe estudiarse el soporte, funcionalidad para generar atracción por parte del receptor.

5.3.2 Secciones

Las secciones son las divisiones temáticas del CD, en uno de música serán los temas musicales, en cambio en un CD interactivo son los distintos focos de interés que se desarrollarán. En el presente proyecto el objetivo es desarrollar secciones educativas bajo el uso de juegos lúdicos. Las secciones no solo en un CD sino también en un libro o revista son indispensables para una buena organización de la información, de esta forma será totalmente claro el procedimiento de lectura del CD, llegando a poder ser manejado por los mismos niños.

Las secciones ayudan a reconocer los temas a abordar. Ej. matemática, lengua y geografía. Dentro de las secciones están las subsecciones, las cuales profundizan el tema principal.

5.3.3 Aplicaciones

La aplicación de un CD en el mercado no es tarea sencilla, sino que es un trabajo arduo de publicación del mismo para poder ser reconocido por el público y finalmente vendido. Para lograr el reconocimiento anteriormente mencionado, será necesario generar una campaña bajo el diseño de otras piezas comunicativas; como avisos, carteles, folletos, publicidades y demás piezas gráficas que mencionen las cualidades del producto a vender. La elección de los soportes gráficos estará orientada a aquellos medios de comunicación que el futuro comprador usa habitualmente. En otras palabras, si un CD posee público objetivo de gente mayor, entre 60 y 80 años, no se elegirán publicidades digitales o newsletters, ya que ese público no consume generalmente ese tipo de

soportes comunicacionales. De lo contrario una publicación en el diario o revista sería mucho más pertinente.

5.4 Lenguaje visual

El lenguaje visual es un sistema que utiliza las imágenes como medio de expresión. Se construye con forma, color y movimiento. Es primordial ya que facilita la comunicación humana a través de imágenes y gestos determinados. Para ello se determinaron ciertas imágenes que poseen el mismo significado sociológico y cultural para los distintos receptores.

Según su finalidad al transmitir el mensaje se distingue el lenguaje publicitario, visual objetivo y artístico.

“- Lenguaje publicitario: su objetivo es informar,

sobre algún concepto o beneficio; convencer y/o vender el producto/servicio.

- Lenguaje visual objetivo: es el que transmite una información de modo que posea sólo una interpretación. Por ejemplo, un dibujo científico.

- Lenguaje artístico: posee una función estética”¹³.

El lenguaje visual de un diseño se compone tanto por imagen como por texto, tales elementos no están colocados al azar sino que hay que buscar una ubicación estratégica para ellos según el caso.

“Toda imagen colocada en un espacio público comunica indefinidamente un espectro impredecible de mensajes”¹⁴. La imagen va más allá de una simple interpretación, generando un juego de relación entre la imagen y el receptor.

Cada elemento tiene un propósito, nada se coloca de forma arbitraria.

El texto, expresado con el uso de tipografías, también tiene la finalidad de expresar y/o aclarar un concepto establecido por la imagen. Puede en algunas situaciones reforzar las características, beneficios del producto/ servicio. Es primordial que la tipografía sea comprendida por el receptor, para así no distorsionar el mensaje a comunicar. Se destacan varias fuentes tipográficas con sus variaciones (bold, cursiva, versalita, itálica), formando así una familia tipográfica. Cada una de ellas posee un uso diferente.

Los tipos de tipografías con las que el diseñador cuenta para generar una pieza visual son con serif: romana antigua, romana de transición, romana moderna, egipcia y sans serif: Grotescas, Neogóticas, Geométricas y humanísticas. Luego se destacan las caligráficas y las de fantasía.

¹³<http://educacionplasticayvisual.wikispaces.com/El+lenguaje+visual>

¹⁴Jorge Frascara, *El poder de la imagen*, Edit. Infinito, Argentina, 1999

Cada tipografía es utilizada para un propósito, debiendo optar por una u otra según lo que se desee transmitir en la pieza a diseñar.

5.5 Elementos del Diseño

Según Wong, el diseño se compone de una serie de elementos que interrelacionados conforman las imágenes y tipografías que comunican mensajes. Estos elementos interactúan entre si constantemente.

5.5.1 Elementos Conceptuales

Existen elementos que no son tangibles, sino que son conceptuales, no existen físicamente (punto, línea, plano y volumen). El punto está indicando una posición, no tiene ninguna situación definida en el espacio.

La línea se define como una secuencia de puntos, posee largo pero no ancho. La secuencia de estas líneas forma un plano, es decir, el recorrido de una línea. Por último, el volumen es el recorrido del plano, tiene una posición en el espacio y se encuentra limitado por planos.

5.5.2 Elementos Visuales

Los elementos visuales, como su nombre lo indica se pueden percibir, a diferencia de los anteriores.

Al poder observarse se ponen en juego otras variables como la forma, medida, textura y color.

La forma es la configuración externa de algo, lo que se puede ver.

La medida es el tamaño que una forma posee, entra en juego el concepto de grande y pequeño.

La textura es el recorrido de un plano en movimiento. Estructura, disposición de las partes de un cuerpo, la cual puede adoptar diversos estados. Tiene una posición en el espacio y está limitada por planos.

El volumen deja de ser ilusorio cuando el diseño es de carácter tridimensional¹⁵.

El color es una percepción visual generada por señales enviadas de la retina del ojo hacia el cerebro. El color es el que permite la distinción entre una forma y otra. Existe un gran número de variables tonales y cromatismos.

El círculo cromático nos sirve para observar la organización básica y la interpretación de los colores. También puede ser el sustento para la selección de nuestro diseño. Podemos encontrar

diversos círculos de color, pero al que hacemos referencia es el que se compone de los doce colores básicos; originándose a partir de los colores primarios: rojo, amarillo y azul; los secundarios: verde, violeta y naranja. Es la mezcla de los primarios al 50%. Los colores terciarios: amarillo verdoso, azul verdoso, azul violáceo, rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado; la mezcla de un primario con un secundario.

Además se utilizan los colores complementarios para el diseño de diversas piezas. Para definir los colores complementarios es muy útil la siguiente regla: el complementario de un primario es la mezcla de los otros dos primarios, que nos dará un secundario. El complementario del amarillo es el violeta, porque se obtiene mediante la mezcla de los primarios azul y rojo. El complementario

¹⁵Wucius Wong, *Fundamentos del Diseño*, Capítulo 1, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 87-89

del azul será el anaranjado porque se obtiene mediante la mezcla del rojo y del amarillo, y por último el complementario del rojo será el verde que se obtiene con la mezcla del amarillo y el azul.

Estas variables de tonalidad generan, como todos los elementos de diseño, diferentes mensajes que varían entre las diferentes culturas. Cada cultura tiene un ideal distinto generando que una misma pieza pueda ser interpretada y aceptada según el lugar en el que esté ubicada.

Además de haber una diversidad de significado según la cultura, también puede analizarse según el grupo etario. No todos tienen atracción o interés por los mismos colores, como así tampoco se puede decir que todos los que posean una determinada edad optan un color en particular.

A pesar de ello, se puede realizar un análisis en niños que permita la distinción de paletas cromáticas que desenlacen conceptos e intereses relacionados.

El color rojo se encuentra dentro de la paleta primaria de colores acompañado con el amarillo y el azul. Se caracterizan por no poder formarse con la mezcla de ningún otro. Los colores primarios son los primeros que el ser humano percibe. Es interesante analizar la atracción que el color rojo genera entre el año y los diez años porque los niños se encuentran en la edad de la efervescencia y espontaneidad. “Se ha observado que los juguetes rojos generan dinamismo e incitan al movimiento en los niños”¹⁶. Por tal motivo suele utilizarse este color para atraer al niño en una determinada actividad. De esta misma forma

puede optarse por un color en particular en las edades siguientes. El naranja corresponde al período de 10 a 20 años, edad de la imaginación, excitación y aventura. El amarillo al período de 20 a 30 años, correspondiente a la edad de la fuerza, potencia y arrogancia.

El color verde se identifica con el período de 30 a 40 años, edad de la disminución del fuego juvenil.

El azul corresponde al período de 40 a 50 años, edad del pensamiento y la inteligencia. El lila se relaciona período de 50 a 60 años, edad del juicio, misticismo y la ley.

Por último el rosa es el período de 60 o más años, edad del saber, experiencia y bondad.

Continuando con la psicología del color, se puede deducir que el emisor está en busca de diseños dinámicos y pertinentes para la edad.

El dinamismo de un diseño se determina bajo diferentes aspectos, entre ellos se encuentra el color utilizado, las formas, tipografía y demás elementos visuales que forman el producto deseado. En otras palabras la atracción hacia el diseño se genera con la incorporación de elementos que llamen la atención del receptor. Por lo tanto, un diseño sin juego de elementos, tipografía ilegible y colores fríos no ocasionará el mismo impacto que otro diseño con el uso de herramientas inversas.

Es necesario analizar el público objetivo para el diseño de cualquier producto destinado a ellos.

El término dinamismo es utilizado en varios aspectos de la vida. Pero es interesante analizar que es el dinamismo dentro del campo del diseño. Dinamismo alude a que está en movimiento o lo

¹⁶Según el médico pediatra Jordi Mateu

produce. Es la rama de la mecánica que se ocupa de las leyes del movimiento. Es un conjunto de fuerzas (elementos del diseño) que actúan bajo un mismo propósito; transmitir un mensaje que atraiga al receptor. Un diseño dinámico puede ser generado con el juego de elementos en el plano, con propuestas en página interesantes y atractivas para el receptor. De este modo se involucra un nuevo concepto que es el interés. ¿Que causa interés y que no en un diseño?.

5.5.3 Elementos de Relación

Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interacción de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos como la dirección y la posición, y otros sentidos como el espacio y la gravedad. Son utilizados de forma constante en

todo diseño, ya que es imprescindible para la vinculación entre los elementos en el plano.

5.5.4 Elementos Prácticos

Estos elementos subyacen el contenido y el alcance de un diseño. La representación es la forma derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano; puede ser realista, estilizada o semiabstracta.

Esto varía según la función del diseño realizado.

La función es el propósito, fin que el mensaje posee. La función tiene relación con la ubicación y elección de los elementos.

El significado se hace presente cuando la imagen transporta un mensaje. Todo diseño posee el objetivo de transmitir un mensaje. Es primordial reconocer los dos conceptos que acompañan a la

imagen: el significado que es la idea que evoca y el significante que es la propia idea.

Respecto al significado de la imagen este se hace presente bajo el uso de diferentes recursos, entre ellos la retórica de la imagen. Refiere al análisis en un segundo nivel bajo un significado intencional, descubriendo la transición de un mensaje que va más allá de una primer mirada. “Esta teoría sujeta a la connotación de la imagen sin la necesidad de quedarse con la denotación de la misma. Así mismo plantea que la imagen es polisémica, es decir posee una lectura múltiple”¹⁷. Lo cual conlleva a hablar de la retórica de la imagen.

Existen diversos tipos, ya que cada una alude a un concepto diferente; (ver siguiente página), cada una se divide en subcategorías.

Se deberá analizar cual puede considerarse pertinente para el mensaje a transmitir; sin descuidar el significado.

“La función de la retórica es básicamente la persuasión. El objetivo de potenciar al mensaje consiste en que el receptor tomará frente al mismo una posición activa, de compromiso ideológico y podrá incluso llegar a modificar hábitos en su conducta”¹⁸. Se utiliza como el principal recurso en el ámbito publicitario, para así poder modificar de algún modo la atracción frente a un determinado producto.

¹⁶Según el médico pediatra Jordi Mateu

¹⁷Roland Barthes, “Retórica de la imagen”. Paidós Comunicación

Adjunción

Repetición: presentación idéntica del mismo objeto indeterminadas veces.

Acumulación: adición de otros elementos del mismo género o similar.

Oposición: suma de otros objetos relacionados por oposición.

Rima: se agrega un objeto de forma similar.

Supresión

Elipsis: se quita un objeto significativo para genera interés por aquello que falta.

Suspensión: para producir expectativa, se retrasa la aparición de un objeto.

Reticencia: la imagen insinúa, sugiere, pero no deja ver.

Censura: eliminación intencionada de una parte o sector.

Sustitución

Acentuación: sustitución de la imagen inicial, por otra con una pequeña diferencia.

Hipérbole: exageración en el aumento del tamaño de la imagen u objeto.

Lítote: exageración en la disminución del tamaño de la imagen u objeto.

Alusión: sustitución sutil, insinuada o directa de tipo formal.

Metonimia: cambio por otro objeto, con el que mantiene una relación de continuidad.

Sinécdoque: el todo es reemplazado por una de sus partes.

Eufemismo: forma de expresión amable para ocultar o disimular algo desagradable.

Intercambio

Inversión: alteración en el orden de los factores del discurso, para alterar al producto, logrando imágenes irreales.

Asíndeton: supresión de la coherencia entre dos términos.

Anacoluto: imagen imposible en la realidad.

Permutación: cambio de los atributos identificatorios entre dos pares de objetos.

Oximorón: misma imagen en la que se presentan dos elementos muy contradictorios.

6 Relevamiento Iconográfico

Previamente al diseño y planificación de las piezas, debe realizarse un análisis del mercado actual. La recopilación de datos se orienta en tres matrices: general, específico y particular.

La matriz general engloba todo tipo de recurso con la particularidad de querer generar una atracción en el público infantil. No solo se analizarán CD's, sino también revistas y libros.

La mayoría de estas piezas presentan una misma puesta en página, logrando que no haya una personificación de la portada según la temática a plantear. La idea que aquí se desea es plantear, dar alusión al contenido del producto desde un principio para así involucrar al usuario desde el comienzo. No sólo se plantea un cambio de personajes, sino también de cromático.

Las piezas que aquí se visualizan son un ejemplo de ello(ver imagen1). Se plantean dos situaciones y personajes diferentes, los que incluso poseen relación por ser del mismo canal. A si mismo hay una variación de cromatismo que no interfiere en el sistema, ya que la ubicación de los elementos y la tipografía permiten verlos como unidad.

Se observan casi idénticos diseños en todas las piezas. Un juego de elementos en el plano generaría un diseño mucho más atractivo.

En este otro ejemplo (ver imagen 2); no se presenta variación de los elementos ni personajes, siempre se observa la misma fotografía de la familia en el centro del plano. Por tal motivo, no hay un interesante juego de conceptos entre constantes y variables. La tipografía elegida varía, ambas son legibles y apropiadas para el mensaje.

Imagen 1

Revista Playhouse Disney



Imagen 2

CD Valores para niños

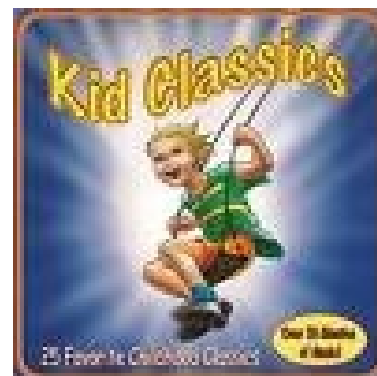


Imagen 3

CD con canciones infantiles



La próxima matriz a analizar, es la particular, donde aquí se indaga en el análisis de CD's que comprendan características similares a los que se plantean a diseñar. Esta matriz, se enfoca a CD's con cualidades semejantes a las de nuestro producto a diseñar, por poseer un fin recreativo. La siguiente imagen muestra un sistema de dos tapas de CD (ver imagen 3), donde se observan niños festejando un cumpleaños o divirtiéndose. De tal manera plantea un clima pertinente hacia el contexto en donde éste CD puede ser utilizado. Pero a su vez, no se observa dinamismo por situarse los personajes siempre en el centro del plano. Se visualizan muchas más constantes que variables, sin dan lugar al juego de elementos para crear un sistema interesante a la vista del receptor. La tipografía utilizada no otorga significado.

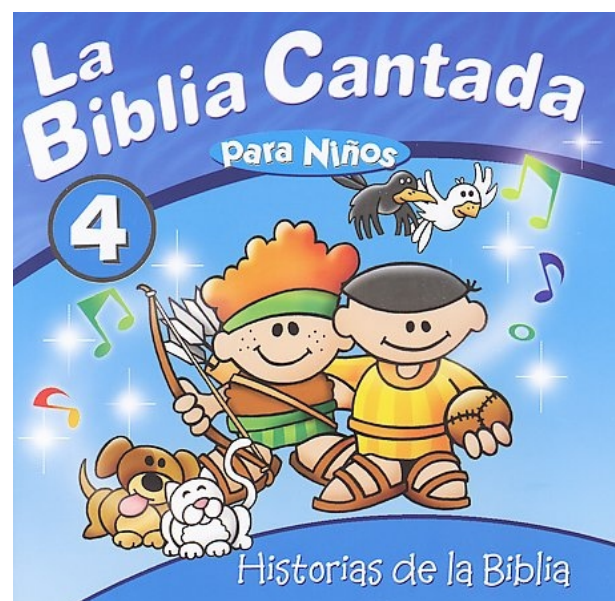
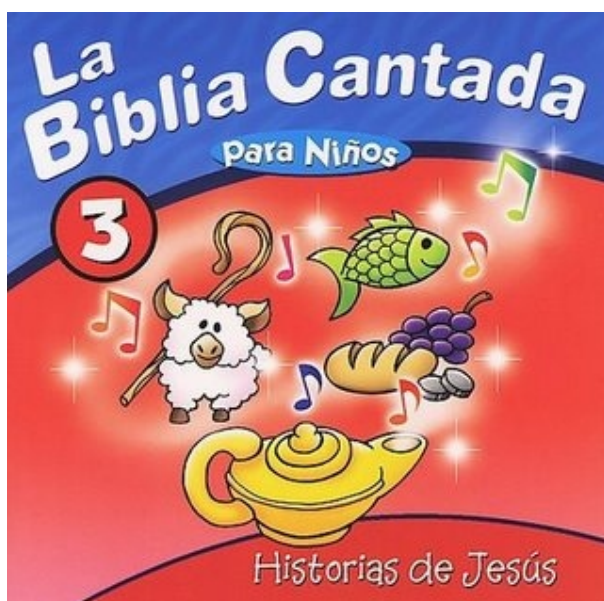
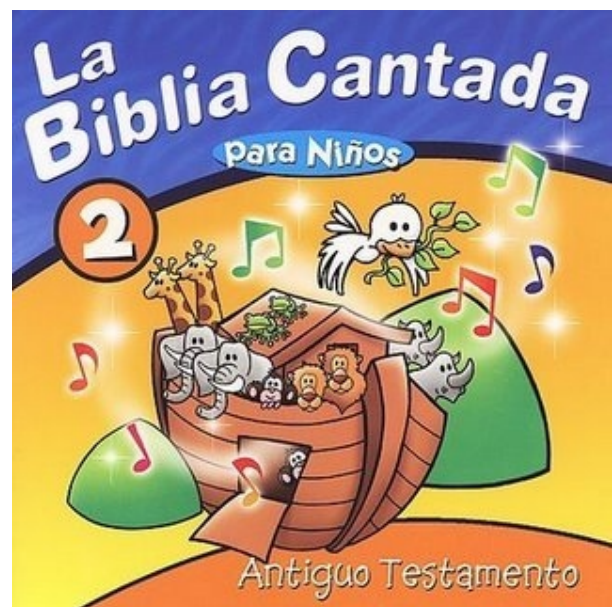
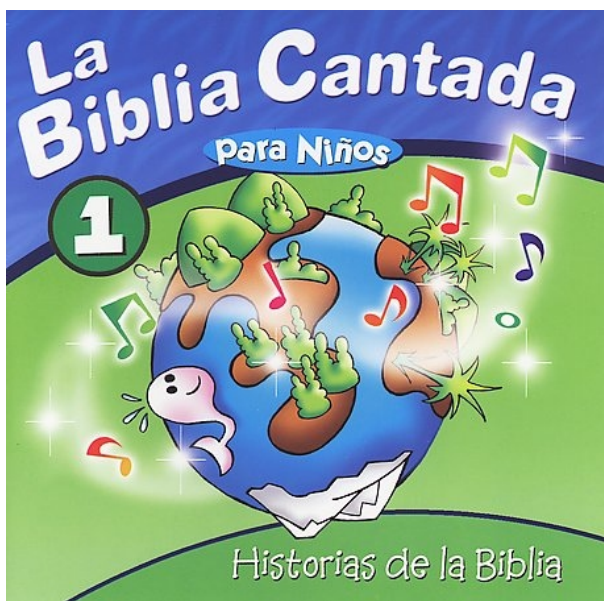


En cambio, en el siguiente caso (ver imagen 4) se utilizó un juego cromático mucho más interesante, aludiendo a contextos diferentes en cada CD, dan a conocer una idea de su contenido. Pero el uso tipográfico podría haber variado en su forma y/o ubicación para otorgar un sistema más atractivo visualmente.

¹⁸ Retórica de la imagen, http://la.logtechnology.com/fullaccess/Library/Retorica_de_la_imagen.pdf

Imagen 4

CD sobre la Biblia



El siguiente ejemplo no puede verse como un sistema ya que estamos frente a una sola pieza (ver imagen 5). Posee un dibujo de los personajes de la familia, dando alusión al contenido del concepto de curiosidad dado por la expresión de uno de los hijos. Utiliza una tipografía fantasía en color amarillo que a pesar de no ser armoniosa con el tema a tratar, no causa problemas de lectura.

La matriz específica se orienta un poco más al proyecto, ya que el análisis se encuentra enfocado a CD's, debiendo tener en cuenta que estamos frente a otro soporte, por lo tanto hay otras características y conceptos a plantear. Al generar el diseño de un CD debe procurarse colocar mayor atención en la portada por ser el medio de interés y atracción. Dicho de otro modo, la

que genera el deseo de compra. Es primordial poner énfasis en los colores a utilizar, debiendo lucirse de manera óptima sin que el vidrio obstruya la visión.

Como se mencionó anteriormente la tapa del CD también deberá generar un juego de elementos con el objetivo de plantear un buen sistema. El diseñador debe sumergirse en el uso de recursos atractivos y creativos.

El siguiente (ver imagen 6), presenta un sistema con muy poca atracción por una falta de juego de elementos en el plano. La información presentada en la solapa del CD, se sitúa siempre en un mismo lugar. No se genera alusión ni variables en el plano, solo un contraste cromático.

Imagen 5

CD de educación sexual para niños

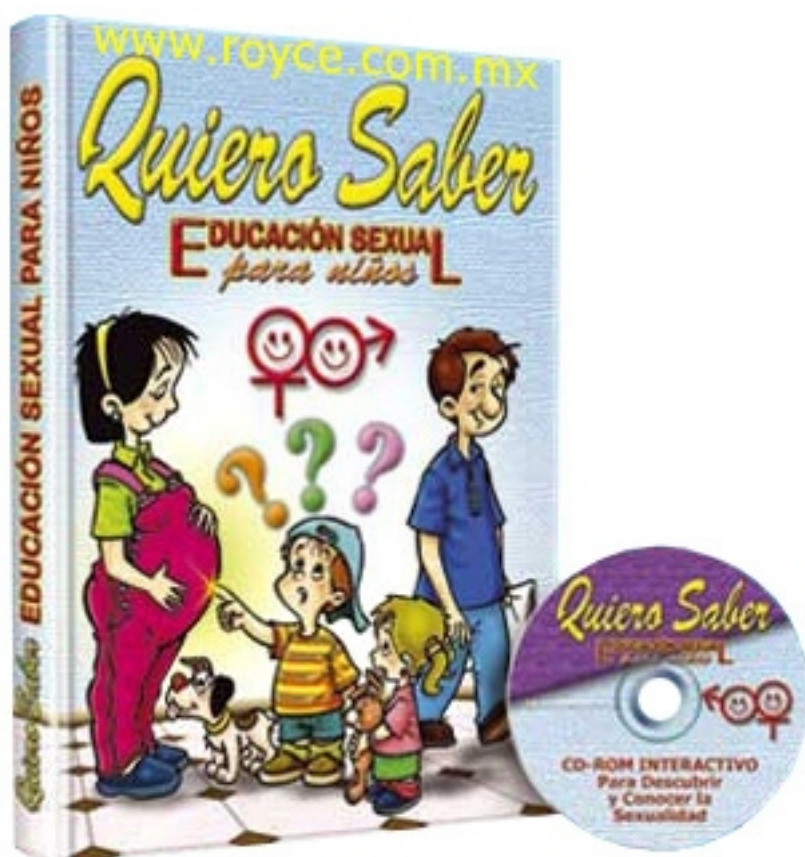
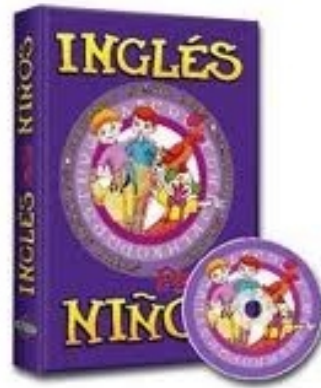


Imagen 7

CD de inglés para niños



En este otro caso, se observa un mismo diseño tanto en la tapa de caja como en el CD (ver imagen 7), lo cual no es lo recomendable ya que demuestra una falta de creatividad que logra poca atracción del receptor ante el producto. No se varía ningún concepto generando un diseño aburrido y sin dinamismo. La tipografía utilizada es de fantasía, la cual se encuentra en amarillo con una medida exagerada que no genera función en el diseño.

La pieza analizada dentro de la matriz específica (ver imagen 8), presenta tapas que plantean colores diferentes correspondiendo uno para cada CD. A pesar de ser positivo el cambio de cromatismo, no es adecuado que sea la única variable. Lo cual genera aburrimiento en el comprador. La tipografía es de tipo decorativa, fantasía; siendo un recurso muy visto en el marco infantil.

En el último caso (ver imagen 9) es un claro ejemplo de un diseño monótono. Sólo se presenta una variable que, al igual que en el caso anterior, es el color. Así mismo, no se genera contraste entre los elementos causando ambigüedad y constancia exagerada en el comprador.

Lo fundamental al diseñar es causar anhelo, deseo por parte del receptor ante un objeto. Si las piezas se conforman de constantes, dejando de lado la creatividad, novedad y curiosidad; el resultado de la compra es muy probable que sea negativo.

Imagen 8

CD de manualidades para niños



Imagen 9

CD de manualidades para niños



Luego de este análisis, observamos que el mercado actual nos ofrece una gran cantidad de piezas; revistas, libros, cd`s con nuestro mismo público objetivo. Como consecuencia de ello, se deben destacar los atributos de la competencia y descartar las características erróneas para así diseñar algo atractivo para nuestro receptor o consumidor. Sin ser esto tarea fácil, ya que uno tiene que preveer como reaccionará el público antes del lanzamiento del nuevo proyecto.

Algo interesante a destacar es que no se utiliza la retórica de la imagen como herramienta para diseñar. Se deja de lado una interesante forma de llamar la atención ante la novedad y curiosidad.

7. Hipótesis desarrolladas

1 *Un CD con diseño dinámico y pertinente para la edad, debe generar una atracción en el niño.*

Como hemos mencionado con anterioridad en el mercado actual no encontramos diseños que cumplan con las características esenciales que un sistema debe poseer. Por tal motivo se plantea la creación de piezas gráficas diseñadas para niños con todo lo que ello implica, es decir, estudio del receptor, para incentivar al niño que lo utilice.

El niño posee atracción por aquello que está orientado a sus intereses y necesidades. Hay una serie de características que el niño observa como pertinente otorgando una interacción entre el objeto en cuestión.

Los niños se relacionan con un mundo lleno de colores, materiales, formas y juegos. Se encuentran en una etapa de observación en la que

todo elemento novedoso llama su atención. Por tal motivo, los niños suelen utilizar colores cálidos (rojo, amarillo y naranja) por ser mucho más brillantes y atractivos que otros.

El uso de los colores varía según la edad del niño. En un principio no distinguen los colores sino que solo se focalizan en los que generan gran contraste, negro y blanco. Ya en la etapa pre-escolar los colores son parte de sus juguetes, libros, y demás objetos que utilizan. Como mencionamos anteriormente los colores cálidos son los favoritos por atraer mucho la atención visual, estimular la acción, apetito, alegría y energía. A su vez, estos colores generan una proyección hacia fuera que atrae la atención.

Además de un cromatismo adecuado a la edad, toda pieza diseñada a los niños debe ser clara, legible y dinámica.

Clara: La organización de los elementos en el plano es crucial para cualquier tipo de diseño, una comprensión de ellos logrará que los niños entiendan la pieza diseñada.

Legible: No debe haber lugar a la ambigüedad, se deben utilizar tipografías fácil de comprender por el público objetivo.

Dinámico: Se refiere al diseño con atracción y movimiento, siendo el medio multimedia pertinente para lograrlo, ya que permite el juego de movimiento y sonido.

La combinación de estas herramientas generan una atracción por parte del niño. Es decir, una imagen fuerte y consistente que cause anhelo hacia el cliente.

Los niños poseen interés por aquello que llama su atención, por lo original, es decir aquello que

utilice colores estructuras y técnicas completamente llamativas a la vista.

2 *El uso de la retórica, debe apoyar el significado y despertar interés infantil hacia lo lúdico y virtual.*

Hoy en día la retórica de la imagen se ve aplicada en muchos aspectos, pero se dejó de lado su expansión en el campo del público infantil. Por tal motivo se intenta introducir este nuevo concepto en los productos destinados a los niños. Toda nueva implementación genera interés y ganas de involucrarse y conocer el nuevo campo; siempre y cuando se realice de forma prudente e inteligente. La retórica de la imagen es una forma de transmisión de mensajes de una manera mucho más atractiva y creativa. Por lo tanto los avisos publicitarios, tanto virtuales como gráficos,

implementaron esta técnica con muy buenos resultados. Existen diversos tipos de retóricas de la imagen, ya que cada una alude a un concepto diferente; adjunción, supresión, sustitución e intercambio. Por lo tanto se deberá analizar que categoría y subcategoría dentro de ella considerar como pertinente. La intención del uso de la retórica infantil es despertar el interés del espectador mediante actividades lúdicas.

El diseño se compone de la fusión de una serie de conceptos interrelacionados entre si; por lo tanto uno necesita del otro para transmitir el mensaje deseado. Dicho de otra forma, la retórica de la imagen aplicada debe acompañar al significado que la imagen posee. De lo contrario el receptor no podría interpretar de manera clara lo que el emisor desea transmitir.

Nuestra hipótesis hace referencia al significado de la imagen generado por un juego de interpretación. Dicho de otro modo, el receptor involucra el concepto de connotación y deja de lado la denotación (donde la asociación se hace de forma directa). Es interesante como se produce un vínculo entre la imagen y el público objetivo, lo cual pone en juego la capacidad de interpretación. “La retórica de la imagen juega con los sentidos connotados, implica un juego mental, de interpretación, se encarga de decir las cosas no de la manera más obvia, sino de un modo más sutil y elaborado, lo que hace más rica e interesante a la comunicación”¹⁹.

Al hombre, principalmente en la etapa infantil, genera curiosidad por aquello que es nuevo.

Todo cambio tecnológico causa atracción, eso es

porque un campo que no se había desarrollado antes cobra vida y se instala en nuestra vida diaria.

“Vivimos en una era cibernética y por lo tanto, tenemos el deber de convivir en ella”²⁰.

Por lo tanto debemos ver a la tecnología como una herramienta para solucionar problemas cotidianos, tanto de trabajo como de estudio. Se debe pensar que este cambio no solo en la sociedad sino también en cada familia en individual posee un objetivo que beneficia a cada uno de los ciudadanos. Hoy en día es indispensable el manejo de ciertos aparatos electrónicos no solo para comunicarse sino también para formar parte de la sociedad en la que vivimos. No podemos cerrar los ojos y

utilizar los mismos recursos de enseñanza y entretenimiento que antes; la vida cibernética ya es parte de nuestras vidas.

“Es importante educar a los niños para que, usen la tecnología para asegurarles mejor calidad de vida. En los estudios, sino conoces el uso de las computadoras no puedes crecer profesionalmente así, que vemos la necesidad de inculcarles el uso de las mismas”²¹.

¹⁹http://la.logtechnology.com/fullaccess/Library/Retorica_de_la_imagen.pdf

²⁰⁻²¹<http://ninosaprendiendotecnologia.blogspot.com/>

3 *Las piezas deben ser diseñadas con tipografía legible y cromatismo reconocible según el grupo etario.*

Los elementos o recursos a utilizar para el diseño de las piezas infantiles deben tener de algún modo un vínculo con el contexto en el que el niño se desempeña. Debe atraer su atención en todos sus sentidos. Durante esta etapa los niños se rigen sobre el impacto que poseen los objetos a su alrededor. Es decir utilizan sus sentidos, principalmente el de la vista, para distinguir que es lo que les agrada o no.

Uno de los aspectos que esta hipótesis indaga es sobre la tipografía a utilizar para un diseño infantil. Para analizar este concepto se debe reconocer que es lo que diferencia un diseño para un adulto y para un niño. Una de ellas es el nivel de enseñanza, siendo sumamente importante a la hora de diseñar. Por lo tanto las piezas deben poseer elementos y formas reconocidas por el

grupo etario, ya que son los receptores. Esto conlleva a profundizarse en que tipo de tipografías se les enseñan a los chicos. Durante la etapa infantil los niños reconocen con mayor facilidad las letras mayúsculas, ya que son las primeras enseñadas por los maestros. Lo primero que es enseñado son las vocales en letra mayúscula y luego las consonantes. Es decir, para ellos la tipografía mayúscula presenta mayor legibilidad. Como consecuencia de ello, los diseños destinados a (los más pequeños) deberán tener en cuenta estos conceptos para ser comprendidos de manera totalmente clara.

Una vez transcurrida la etapa que aquí nos compete, los niños aprenden las letras minúsculas y el uso de las mismas. “Los métodos actuales de la enseñanza de la Lengua sostienen que, para obtener resultados más rápidos, los alumnos deben dar sus primeros pasos en el aprendizaje de

la lectoescritura utilizando el abecedario en imprenta, primero, mayúscula y luego, se puede continuar con las minúscula”²².

Como plantea la hipótesis el diseño de una pieza tanto en 2D como en 3D debe adaptarse a las necesidades del grupo etario, debe componerse de elementos reconocidos por los niños.

“El diseño para niños pequeños requiere prestar atención a sus limitaciones. Los niños no suelen tolerar los comentarios condescendientes o el humor inapropiado”²³.

El problema que aquí se plantea es el distinguir que está “bien” o “mal”. ¿Qué tipografía debe utilizarse? ¿Cómo debo distribuir la paleta cromática en el plano a diseñar? ¿Qué elementos debo utilizar? ¿Cómo diseñar para los niños?. Lamentablemente no hay una receta que nos diga

como diseñar para los niños, pero la experiencia de vida nos indica cómo debe llevarse a cabo este proyecto. “...debemos tener en cuenta que los niños representan un tipo de audiencia muy heterogénea, para los que no existe una receta mágica de diseño”²⁴.

Muchos autores han indagado sobre esta problemática por el simple hecho de que no solo debe ser un diseño muy atractivo visualmente para los niños, sino que también presenta dificultad la acción comunicativa. Debe parecer para niños, pero en realidad el diseño va enfocado a los padres. Es decir, los niños son los que influyen en la toma de decisión, pero finalmente los padres son los que realizan la compra.

La tipografía, colores, formas deberán generar un sistema con deseo de pertenencia por parte del

²² Profesora de enseñanza media y superior en letras. <http://www.educar.org/articulos/escritura.asp>

²³ http://www.usabilidadweb.com.ar/disenio_chicos.php

²⁴ Hassan, Y.; Martín Fernández, F.J.; Iazza, G. “Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información”. En: Hipertext, n. 2, 2004. ISSN 1695-5498.

niño, siendo esta la primera etapa de la adquisición del producto. Por lo tanto, se concluye que es imprescindible analizar que la compra será realizada por los padres, pero a pesar de ello el diseño del producto deberá llenar las expectativas de los niños para generar la necesidad de obtener el mismo.

Nuestra experiencia nos indica que los niños poseen atracción hacia diseños coloridos, dinámicos y entretenidos. El color es una herramienta sumamente importante no solo para llamar la atención del receptor, sino también para transmitir un mensaje. Como hemos analizado anteriormente los colores primarios deberán tener una gran participación en el diseño infantil por ser los primeros en reconocerse.

No necesariamente nuestro diseño debe poseer letras mayúsculas por estar frente a niños, ya que nuestro grupo etario reconoce las minúsculas. Pero si utilizar tipografía sin serif para no generar problema de legibilidad. A su vez, el uso de paletas cromáticas aporta sentido a la pieza gráfica y otorga significado y dinamismo.

8. Encuestas

Las encuestas se realizaron a los padres (quienes son los compradores del producto), ya que los mismos niños no podrían ser entrevistados por su corta edad y a los maestros, quienes son los que conocen los comportamientos educativos de los niños. Durante la entrevista se indagó sobre el miedo el vínculo del niño hacia la tecnología, sobre el adecuado juego para el niño, la importancia de aprender al estar jugando, entre otros aspectos.

Se distinguen diferentes tipos de encuestas, en este caso se optó la personal, donde directamente el encuestador habla con el encuestado.

Se obtiene una respuesta directa y el encuestado puede aclarar cualquier duda que posea ante las preguntas dadas.

Fueron realizadas a padres que se encontraban en la plaza con sus hijos o que los esperaban a la salida de la escuela y a maestros al finalizar las clases diarias.

Encuesta realizada a padres de niños con la edad de nuestro público objetivo.

1 ¿Cuántos años tiene su hijo/hija?

- 6

- 7

- 8

2 ¿Tiene hermanos/as?

- si

- no

3 ¿Con que suele jugar?

Niño

- pelota

- videojuegos

- autos

- disfraces

- computadora

- otros.....

Niña

- muñecas

- videojuegos

- mama/ maestra

- princesas

- computadora

- otros.....

4 ¿Tiene atracción hacia la computadora?

- si -no

5 ¿Utiliza la computadora?

- si
- no

¿Con que fin? - recreativo
- educativo
- ambos

6 ¿Opina que los juegos deben estar diseñados bajo normas de diseño según su grupo etario para llamar su atención? Ej. color y tipografía

- si
- no

7 ¿Las piezas diseñadas para niños deben ser bajo estructuras innovadoras sosteniendo la teoría que lo nuevo llama la atención del niño?

- si
- no

8 ¿Piensa que por algún motivo puede ser perjudicial para su hijo/a?

- si
- no

¿Por qué motivo?

- miedo al cambio
- adicción
- otro

Encuesta realizada a maestros de niños con la edad de nuestro público objetivo.

1 ¿Cómo es el comportamiento general de los niños de 6 – 8 años?

- Malo
- Bueno
- Muy bueno

2 ¿Suelen tener dificultades para prestar atención en clase?

- si
- no

3 ¿Con que suelen jugar en su tiempo libre?

Niño

- pelota
- videojuegos
- autos
- disfraces
- computadora
- otros.....

Niña

- muñecas
- videojuegos
- mama/ maestra

- princesas
- computadora
- otros.....

4 ¿Tiene atracción hacia la computadora?

- sí
- no

5 ¿Mencionan el uso de la computadora?

- sí
- no

¿Con que fin?

- recreativo - educativo - ambos

6 ¿Opina que sus juegos deben estar diseñados bajo normas de diseño para llamar su atención?

- sí - no

7 ¿Esta de acuerdo con el cambio en el sistema educativo bajo el surgimiento de las nuevas tecnologías?

- sí - no

8 ¿Piensa que por algún motivo puede ser perjudicial para ellos?

- sí - no

Conclusión encuestas

Luego del desarrollo de las hipótesis y las encuestas, se determina que hay un fuerte impacto del niño hacia la tecnología; por el surgimiento de nuevas tecnologías. El niño se siente atraído con juegos recreativos y educativos que se componen con colores y elementos atractivos. Al niño le atraen los juegos innovadores pero a su vez, hay que tener en cuenta ciertas normas del diseño como lo es la fuente tipográfica y el cromatismo.

El uso métodos innovadores, como la retórica de la imagen, otorga una visión diferente al ir un poco más allá de lo que la imagen manifiesta.

9. Conclusión final

Luego de un arduo análisis, tomando como fuente los resultados de las encuestas realizadas a los padres/ profesores y la teoría planteada en el marco teórico de la tesis; hemos llegado a la conclusión que un cambio tecnológico conlleva una adaptación y conocimiento de nuevas herramientas. A pesar de ser difícil en un principio, los padres deben darse cuenta que es para un bien de ellos y no es para quitarles tiempo en otros juegos. Es necesario entender que los niños de hoy no solo están rodeados de una sociedad que ha sido alterada; sino también que sus intereses y necesidades difieren a los de los niños de años anteriores. Esto es totalmente lógico ya que vivimos en un mundo en el que todo cambio influye en el ser humano.

Somos claramente un reflejo de la sociedad construida bajo una serie de cambios socio-económicos. Por tal motivo, este proyecto es consecuencia de una nueva realidad; de responder ante las necesidades.

"El diseño se trata de la necesidad."

Charles Eames

10. Propuesta de diseño

Luego del previo análisis vemos la necesidad de generar no solo un CD interactivo, sino también una fuerte identidad corporativa para sustentar la teoría planteada durante la tesis.

El CD cuenta con diferentes secciones para así poder abarcar las necesidades de juego y aprendizaje. Se procedió al diseño de 2 CD's en sistema, uno en castellano, otro en inglés.

Secciones

1 Aprendiendo y jugando (en castellano)

1 Castellano

1.2 Matemática

1.2.1 Suma

1.2.2 Resta

1.2.3 Multiplicación

1.2.4 Mayor y menor

1.2.5 Problemas

1.2.6 Par / impar

1.2.7 Formas

1.3 Lengua

1.3.1 Verbos

1.3.2 Cuentos

1.4 Geografía

1.4.1 Nuestro país

2 Learning and playing (en inglés)

2 Inglés

2.1 Maths

2.1.1 The Time (la hora)

2.1.2 Shapes (formas)

2.1.3 Numbers (números)

2.2 Lenguaje

2.2.1 ABC Song

2.2.2 Complete (completar)

2.3 Vocabulary (vocabulario)

Partiendo de las falencias encontradas en productos similares se plantearon estos diseños, con el objetivo de proponer un proyecto que se destaque ante los demás.

El sistema complejo de piezas realizadas compone diseños utilizando diferentes medios para así poder llegar a transmitir el mensaje deseado. Se generaron puestas en revista, Internet, librerías escolares y demás espacios.

A pesar de ser piezas correspondientes a distintos

ámbitos se reconocen como sistema por poseer variables y constantes equilibradas.

Un sistema se compone de un vínculo entre piezas con elementos semejantes, y/o diferentes.

Una buena combinación de estos elementos genera un sistema entre los soportes elegidos.

Como primer paso a diseñar se debe realizar un relevamiento. Se indagaron sobre diferentes aspectos del diseño; entre ellos: tipografía, color, interés según el grupo etario, retórica de la imagen y significación a plantear.

Así mismo, se optó por una editorial para sustentar este proyecto; Conexión Santillana. Fue creada bajo la inclusión de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Santillana nos convoca en un presente donde niños, jóvenes y adultos se relacionan a través de nuevas conexiones que han llegado para quedarse en la escuela. Editorial que se esfuerza por innovar, crear y dar vida a nuevos proyectos para acompañarte en el desafío de enseñar.

A su vez, se realizó un análisis en los productos del mercado actual destacando sus virtudes y defectos para conocer el contexto del diseño

infantil y partir de los defectos y transformarlos en conceptos positivos.

El partido conceptual que este proyecto plantea es diseñar un CD interactivo como principal pieza gráfica que incentive a los niños de 6 a 8 años a tener un contacto con el aprendizaje y la tecnología de forma atractiva.

Plantear que la tecnología y el aprendizaje son elementos relacionados.

La combinación de estos conceptos genera una actividad recreativa por el uso de juegos lúdicos y educativos al mismo tiempo; en un espacio nuevo.

El partido gráfico se centra en el diseño de los soportes que lograrán identificar a las piezas como un sistema complejo. La atracción fue lograda por el uso de colores primarios y juego de elementos en el plano. Se generaron 2 propuestas gráficas, una para cada CD, que poseen sus variables y constantes correspondientes.

Se utilizó retórica de la imagen de personificación para crear el personaje de la marca Pasitos (oso polar). El mismo se sitúa en las piezas de la campaña publicitaria y acentúa el momento de transición, cambio: al ser un animal que no posee

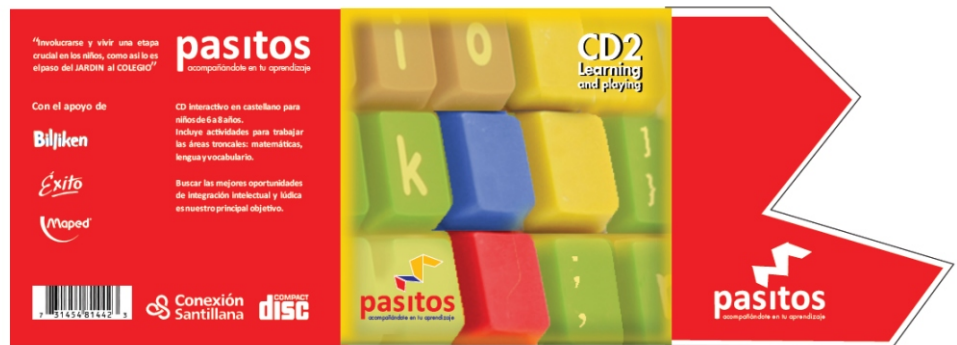
una ubicación permanente, sino que varía. Se encuentra acompañado de cuatro personajes más que forman parte del proyecto.

Así mismo se plantean situaciones de anacoluto, imagen retórica de intercambio, al enfatizar de forma exagerada la frase “conecta lo tradicional” (utilizada en los avisos publicitarios), para dar a conocer de que se tratan nuestros productos.

Es importante destacar que las piezas poseen la intención de transmitir el mismo mensaje a través de diferentes recursos; lo cual genera un sistema fuerte en sentido y atractivo al público para no causar aburrimiento bajo el uso de herramientas de comunicación iguales.

Proyecto Final: Sistema de Identidad Visual

Tapas CD



CD



Animación castellano



Animación inglés



Stickers



Folleto

¿Quiénes somos?

Somos una empresa en constante crecimiento y desarrollo. Buscamos integración intelectual y lúdica en una etapa crucial en los niños, como así lo es el paso del JARDIN al COLEGIO.

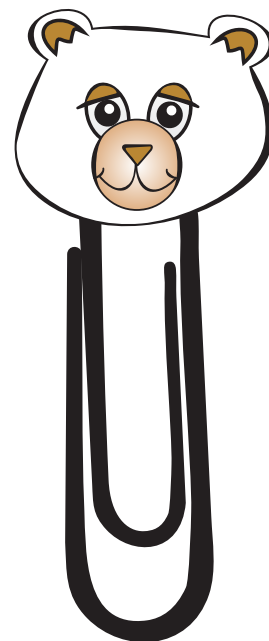
pasitos
acompañándote en tu aprendizaje

info@pasitosinteractivos.com.ar
www.pasitosinteractivos.com.ar
o por facebook

Nuestro objetivo

Incentivar la interacción y vínculo del niño hacia la tecnología.
Generar junto al entretenimiento un aprendizaje infantil integral.

Señalador



Calendarios

Calendario 2012



acompañándote en tu aprendizaje
www.pasitosinteractivos.com.ar



Horarios	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes

Nombre.....
Curso.....
Turno.....

Calendario escolar 2012
acompañándote en tu aprendizaje



Etiquetas

pasitos acompañándote en tu aprendizaje

6 etiquetas para **materias**
tamaño 8 x 4.5cm















Artículos escolares



Papel envoltorio



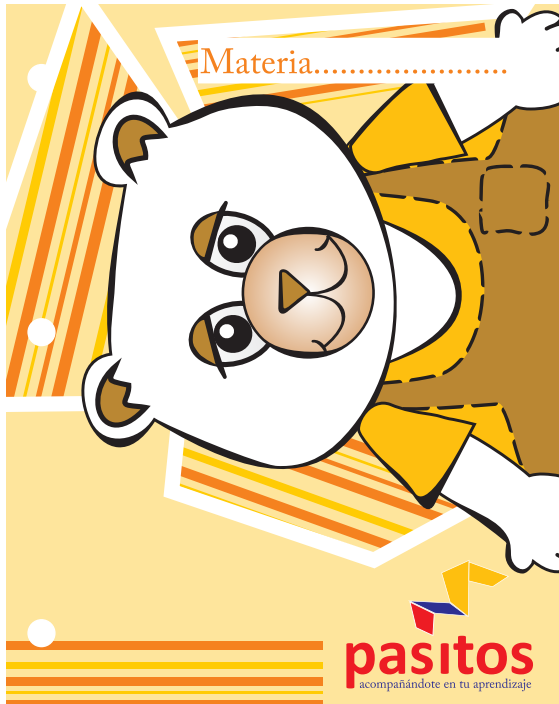
Posa vasos



Individual y servilleta



Separadores



Jésica Montal ["Diseño de CD interactivo para niños de 6 a 8 años"] UAI 2012

Página Web www.pasitosinteractivos.com.ar



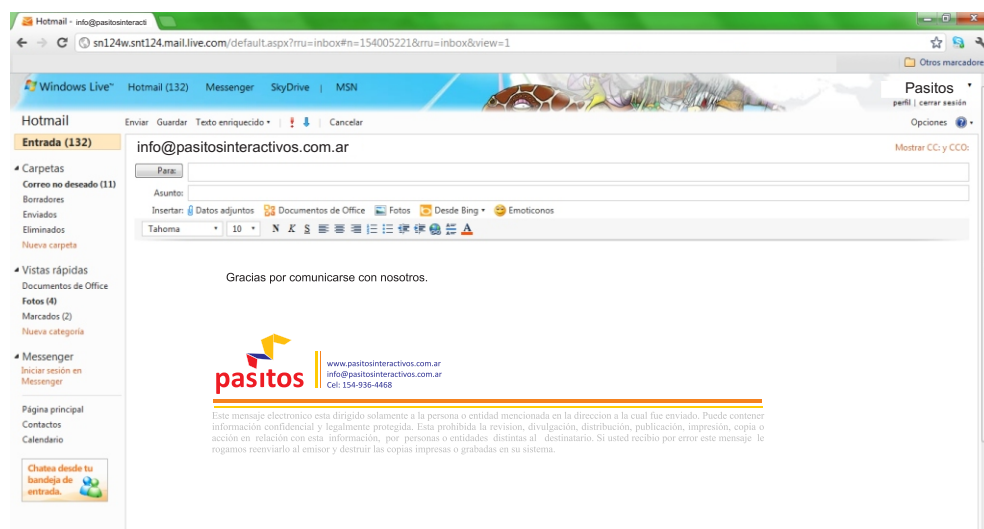
Aviso de vía pública



Aviso de revista



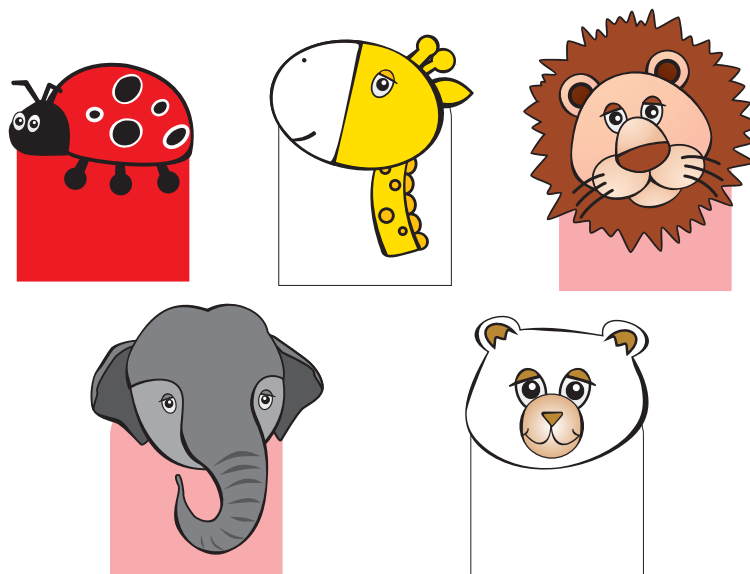
Firma del mail



Página en facebook



Títeres



11. Glosario

C

Con serif: Son llamadas tipografías con serif las que llevan remate en los extremos. Tienen su origen en la antigüedad, cuando se tallaban en bloques de piedra. El tallador desarrolló esta técnica para asegurar que los bordes de las letras fueran rectos.

Cromatismo: Conjunto o gama de colores.

E

Encuesta: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.

F

Fuente Tipográfica: Estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes.

H

Hipótesis: Se establece provisionalmente como base de una investigación que puede confirmar o negar la validez de aquella.

P

Partido conceptual: El es proponer que es lo que se quiere hacer como proyecto. Establecer los conceptos a desarrollar.

Partido gráfico: Es establecer como se realizará lo propuesto conceptualmente, definir las herramientas y técnicas a utilizar.

Publicidad: Calidad o estado de público. Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.

Público objetivo: Es la población a la cual voy a dirigir la campaña, por ser estos quienes consumirán el producto o el servicio.

R

Retórica: Técnica y arte de hablar bien, es equivalente a la oratoria. Sus orígenes son griegos, y en la Grecia antigua la manera de hablar importaba tanto, si no más, como lo que se decía.

S

Sans serif: En tipografía, un tipo de letra paloseco, de palo seco o sin remates es aquel que en cada carácter no tiene unas pequeñas terminaciones llamadas remates, gracias o serifas.

Subjetividad: Trata de aquello perteneciente o relativo al sujeto, tomado en oposición al mundo externo. Por otra parte, el concepto hace referencia a nuestro modo de pensar o de sentir, y no al objeto en sí mismo.

V

Versalita: se refiere a una variación de cualquier tipo de letra, específicamente a una tipografía de letras mayúsculas cuyo tamaño, sin embargo, es similar al de las minúsculas, con proporciones ligeramente distintas.

12. Bibliografía

Libros

- Barthes Roland, *Retórica de la Imagen*. Edit. Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires, 1970.
- Botta Mirta, *Tesis, Monografías e Informes*. Edit. Biblos.
- Calero Perez, “*Educación Jugando*”. Edit. San Marcos-Impreso Perú, 1998.
- Chavez Norberto/Belluccia Raúl, *La marca Corporativa*, Capítulo 4 Pág. 87 a 100, Edit. Paidós, Buenos Aires, Argentina 2006
- Costa Joan, *Imagen Corporativa del Siglo XXI*. La Crujia Ediciones. Buenos Aires 2001.
- Einon Dorithy, *Aprender desde muy pequeños*, Edit. Integral, 1999
- Frascara Jorge, *El poder de la imagen*, Edit. Infinito, Argentina, 1999
- Frascara Jorge, *Diseño Gráfico y Comunicación*, Capítulo 1 Pág. 17 a 26, Edit. Infinito, Buenos Aires, Argentina 2005
- Frascara Jorge, *Diseño para la Gente*, Edit. Infinito, Buenos Aires, Argentina 2004
- Gutiérrez Enrique Javier Díez, *La globalización neoliberal y sus repercusiones en la educación*, Edit. El Roure-Ciencia, Barcelona, 2007
- Hassan, Y.; Martín Fernández, F.J.; Iazza, G. *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información*. 2004
- Wong Wucius, *Fundamentos del Diseño*, Capítulo 1, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 87-89.

Páginas Web

Aprendizaje infantil
www.criaryamar.com

Colección Educar
<http://coleccion.educ.ar>

Desarrollo cognitivo
www.slideshare.net

La globalización neoliberal
www.concejoeducativo.org

La retórica de la imagen
<http://la.logtechnology.com>

Los códigos sociolingüísticos
www.reeducativa.com

Modelos educativo
www.educacion.gob.es

Software educativo para niños
<http://babys.blogia.com>

Unidef
www.unicef.org

13. Anexo

Matriz de datos

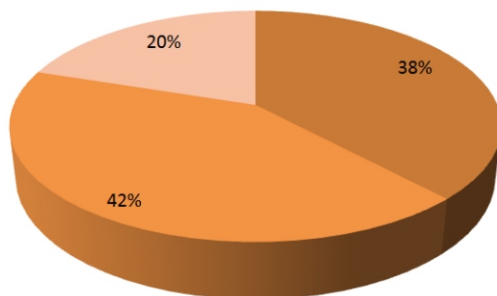
Encuesta a padres

A continuación se desarrollan los gráficos tomados como referencia para arribar a la conclusión planteada anteriormente. Cada pregunta posee su gráfico correspondiente con sus datos y porcentajes.

Encuesta realizada a padres de niños con la edad de nuestro público objetivo.

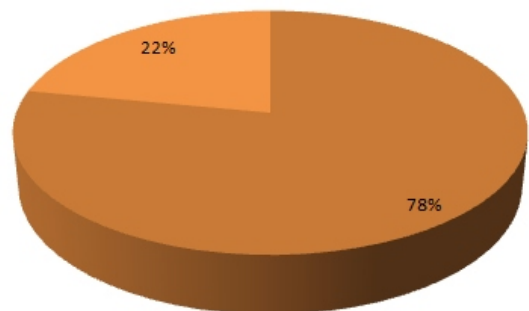
1 ¿Cuántos años tiene su hijo/hija?

- 6 años = 38%
- 7 años = 42%
- 8 años = 20%



2 ¿Tiene hermanos/as?

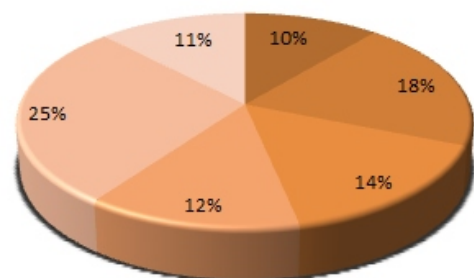
- Si = 78%
- No = 22%



3 ¿Con que suele jugar?

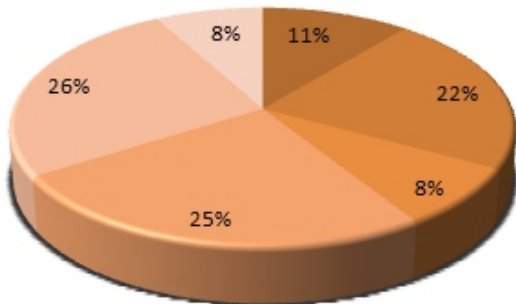
Niño

- Pelota = 10%
- Disfraces = 12%
- Videojuegos = 18%
- Computadora = 25%
- Autos = 14%
- Otros = 11%



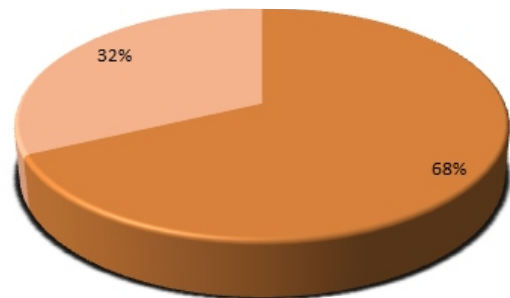
Niña

- Muñecas = 11%
- Princesas = 25%
- Videojuegos = 22%
- Computadora = 26%
- Mamá/Maestra = 8%
- Otros = 8%



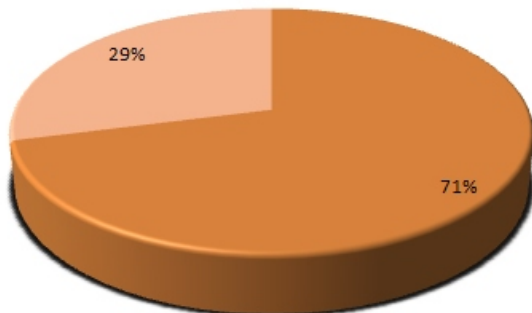
5 ¿Utiliza la computadora?

- Si = 68%
- No = 32%



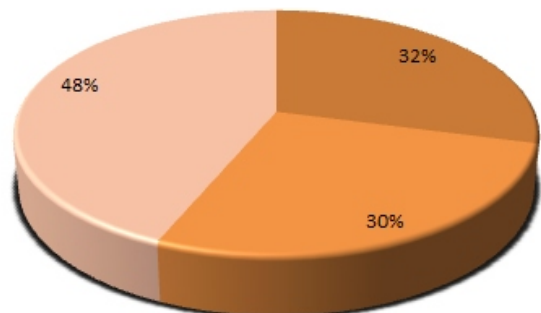
4 ¿Tiene atracción hacia la computadora?

- Si = 71%
- No = 29%



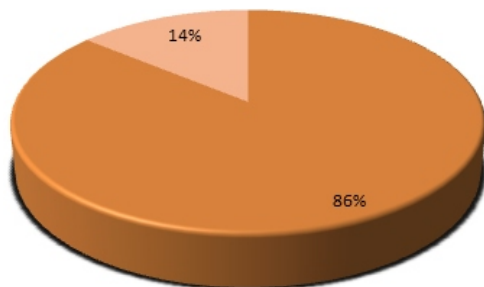
¿Con que fin?

- Recreativo = 30%
- Educativo = 32%
- Ambos = 48%



6 ¿Opina que los juegos deben estar diseñados bajo normas de diseño según su grupo etario para llamar su atención? Ej. color y tipografía

- Si = 86%
- No = 14%



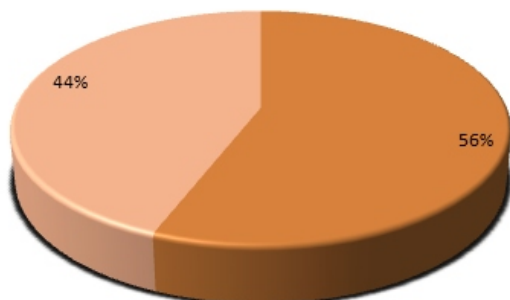
8 ¿Piensa que por algún motivo puede ser perjudicial para su hijo/a?

- Si = 45%
- No = 55%



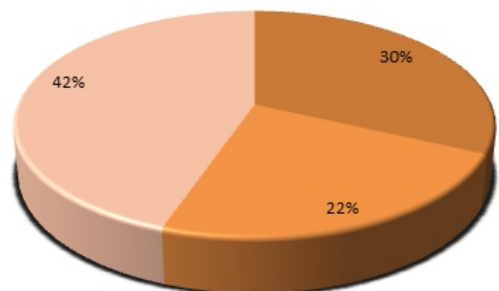
7 ¿Esta de acuerdo con el cambio en el sistema educativo bajo el surgimiento de las nuevas tecnologías?

- Si = 56%
- No = 44%



¿Por qué motivo?

- Miedo al cambio = 30%
- Adicción = 22%
- Otros = 42%



Anexo

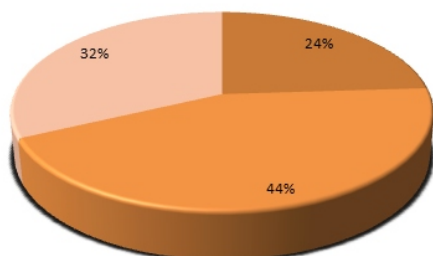
Matriz de datos

Encuesta a maestros

Encuesta realizada a maestros de niños con la edad de nuestro público objetivo.

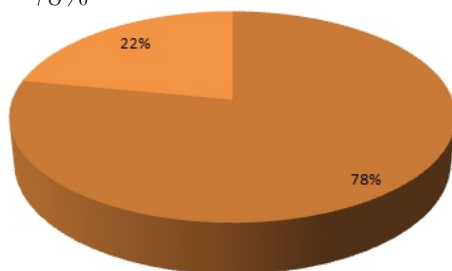
1 ¿Cómo es el comportamiento general de los niños de 6–8 años?

- Malo= 24%
- Bueno= 44%
- Muy bueno= 32%



2 ¿Suelen tener dificultades para prestar atención en clase?

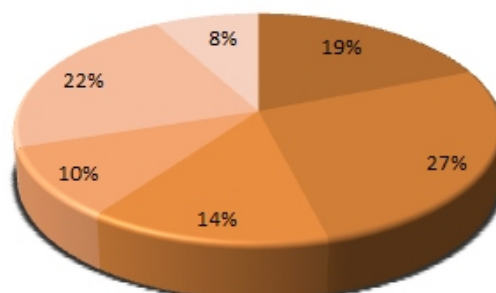
- Si = 22%
- No = 78%



3 ¿Con que suelen jugar en su tiempo libre?

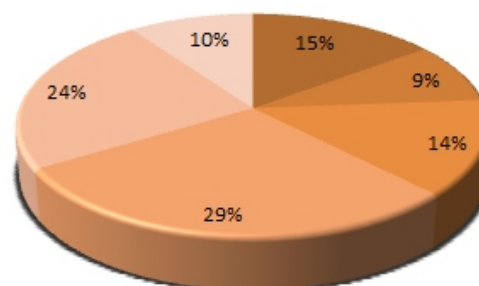
Niño

- Pelota = 19%
- Disfraces = 10%
- Videojuegos = 27%
- Computadora = 22%
- Autos = 14%
- Otros = 8%



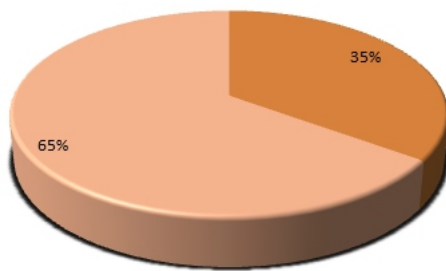
Niña

- Muñecas = 15%
- Princesas = 29%
- Videojuegos = 9%
- Computadora = 24%
- Mamá/Maestra = 14%
- Otros = 10%



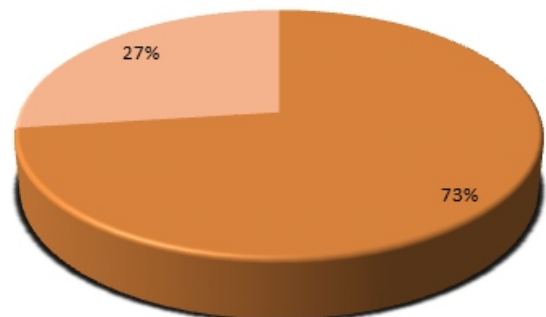
4 ¿Tiene atracción hacia la computadora?

- Si = 35%
- No = 65%



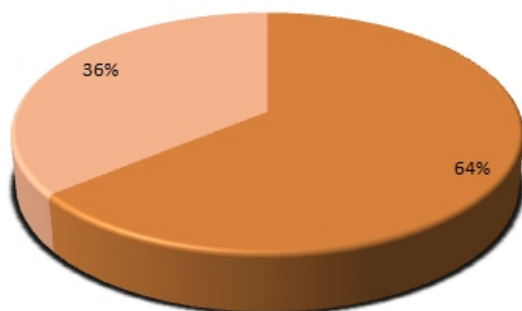
6 ¿Opina que el uso de la computadora de forma moderada ayuda al aprendizaje y crecimiento de su alumno/a?

- Si = 73%
- No = 27%



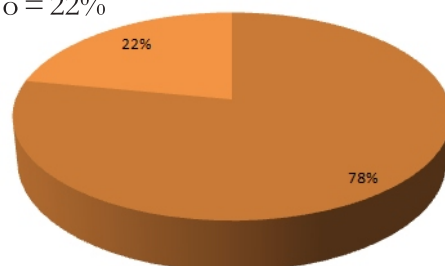
5 ¿Mencionan el uso de la computadora?

- Si = 64%
- No = 36%



7 ¿Esta de acuerdo con el cambio en el sistema educativo bajo el surgimiento de las nuevas tecnologías?

- Si = 78%
- No = 22%



8 ¿Piensa que por algún motivo puede ser perjudicial para ellos?

- Si = 21%
- No = 79%

