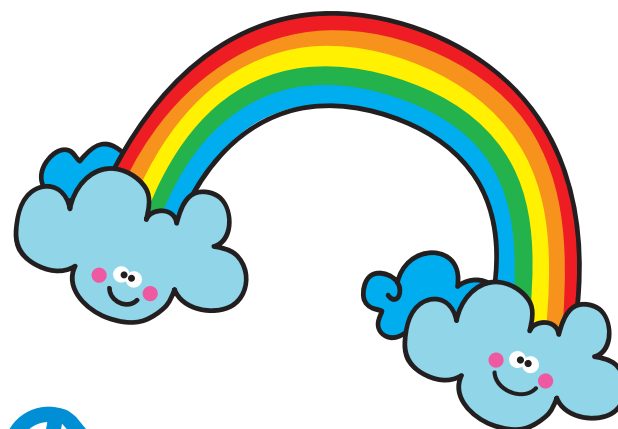


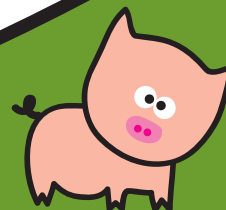


Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño
Memoria para optar al título de Diseñador, Mención Diseño Gráfico



Pégalo!

STICKERS MURALES PARA LA EDUCACIÓN PARVULARIA



ALUMNA: CRISTINA ANDREA ZAPATA LIEMPI
PROFESOR GUÍA: CARLOS RUDY MORALES



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño
Memoria para optar al título de Diseñador, Mención Diseño Gráfico

Alumna: Cristina Andrea Zapata Liempi
Profesor Guía: Carlos Rudy Morales

Quiero agradecer a todas las personas que me ayudaron a concretar este proyecto. A Dios, por su compañía y ayuda durante todo el proceso formativo, por fortalecerme en los momentos de flaqueza y por ayudarme a superar cada uno de los obstáculos. A mi familia, por brindarme siempre apoyo incondicional a lo largo de esta carrera. A mi mejor amigo Iván González, por acompañarme y por su ayuda en todo este tiempo.

Quiero agradecer a cada uno de las personas que colaboraron en la investigación, a cada uno de los jardines infantiles que abrieron sus puertas y me permitieron realizar visitas, encuestas y el registro fotográfico. Así también quiero agradecerle a mi profesor guía Carlos Rudy Morales, por su paciencia y por cada una de correcciones.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES	7
1.1 INVESTIGACIÓN EN JARDINES INFANTILES DE ÑUÑO A Y PROVIDENCIA	8
1.2 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA EN LOS JARDINES INFANTILES	11
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	14
1.3 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA O NECESIDAD	14
1.4 OBJETIVO GENERAL	15
1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO	16
2.1 ANTECEDENTES DE LA EDUCACIÓN PRE-ESCOLAR EN CHILE	18
2.1.1 PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA EDUCACIÓN PRE-ESCOLAR	20
2.1.2 CURRÍCULOS EDUCATIVOS DE LA EDUCACIÓN PARVULARIA	21
2.1.3 CONCLUSIONES	22
2.2 DESARROLLO INFANTIL	23
2.2.1 ESTIMULACIÓN OPORTUNA	24
2.2.2 ETAPAS DEL DESARROLLO EVOLUTIVO EN LA INFANCIA	25
2.2.3 EDUCACIÓN, JUEGO Y CREATIVIDAD	28
2.2.4 CONCLUSIONES	28
2.3 DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL	30
2.3.1 EL DISEÑO Y EL ENTORNO	31
2.3.2 EXPERIENCIA VISUAL	31
2.3.3 EL DISEÑO Y LAS COMUNICACIONES	32
2.3.4 LAS FORMAS BÁSICAS DE COMPOSICIÓN	32
2.3.5 EL COLOR	33
2.3.6 CONCLUSIONES	36

2.4 SOBRE INTERNET Y PÁGINAS WEB	38	3.2 LA EMPRESA Y SU MARCA	63
2.4.1 FUNCIONAMIENTO DE LA WEB	39	3.2.1 LA MARCA	63
2.4.2 INTERFAZ DE USUARIO	39	3.2.2 LOGOTIPO	63
2.4.3 USABILIDAD	39		
2.4.4 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN	40	3.3 EL ENVASE	65
2.4.5 BASES PARA REALIZAR UN SITIO WEB	40		
2.4.6 EL DISEÑO DE UN SITIO WEB	40	3.4 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	64
2.4.7 QUÉ ES UNA TIENDA VIRTUAL?	41	3.4.1 CATÁLOGO	64
		3.4.2 SITIO WEB	64
2.5 DEFINICIÓN DE EMPRESA	45		
2.5.1 LA MARCA, UN ELEMENTO DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA O PRODUCTO.	45	3.5 PRODUCCIÓN, VENTA Y DESPACHO	68
		3.5.1 PRODUCCIÓN	68
2.6 STICKERS Y SUS ANTECEDENTES	47	3.5.2 VENTA	68
2.6.1 MURALISMO Y PAPEL MURAL	48	3.5.3 DESPACHO	68
2.6.2 EL BUMB DEL ADHESIVO	50		
		CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	69
2.7 REFERENTES Y MATERIAL EXISTENTE	51	4.1 LOGOTIPO	70
2.7.1 STICKERS MURAL Y REFERENTES MÁS DESTACADOS	52	4.2 STICKERS MURALES	72
2.7.2 REFERENTES DE ILUSTRACIÓN	55	4.3 ENVASE	88
		4.4 SITIO WEB	89
CAPÍTULO 3 ETAPA PROYECTUAL	57	4.5 CATÁLOGO	90
3.1 PROPUESTA DE DISEÑO	58		
3.1.1 PÚBLICO OBJETIVO	58	CONCLUSIONES	92
3.1.2 CONCEPTOS GENERALES DE COMUNICACIÓN	59		
3.1.3 OBJETIVOS COMUNICACIONALES DEL PRODUCTO	59	BIBLIOGRAFÍA	95
3.1.4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	59		
3.1.5 CONTENIDOS GENERALES DEL PRODUCTO	60	ANEXOS	97
3.1.6 ASPECTOS SINTÁCTICOS DEL PRODUCTO	60		

INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico actualmente ha podido extenderse ampliamente abarcando campos inexplorados. Su intervención sobre distintos espacios es mucho más extensa y completa, tendiendo a combinarse con otras ramas muy relacionadas como el diseño de interiores, diseño industrial, la arquitectura, y la educación. Cuando nos referimos a ésta última, no solo estamos hablando de textos o libros, es decir de “diseño editorial”. Actualmente la educación cuenta con nuevos soportes o apoyos visuales, entiéndanse por esto la creación de nuevos softwares, presentaciones multimedia, CD interactivos, páginas Web, la creación de juegos y juguetes, todos éstos con fines educativos y como un apoyo al aprendizaje.

Este proyecto pretende identificar la forma en que el diseño gráfico podrá ser un buen aporte y una herramienta útil para la educación parvularia, en su transmisión de conocimientos formativos para el aprendizaje. Durante las visitas realizadas a establecimientos infantiles, se observó que los murales eran herramientas multifacéticas, por medio de las cuales, era posible entregar información relacionada, no sólo con una materia en particular, sino que también estaban se relacionaban con el lenguaje verbal y el lenguaje artístico, además de ser una fuente importante de estímulos visuales para los niños. Pese a lo anterior, se detectaron varios déficit en cuanto a la implementación del material aplicado, influyendo directamente sobre el aprendizaje y la estimulación.

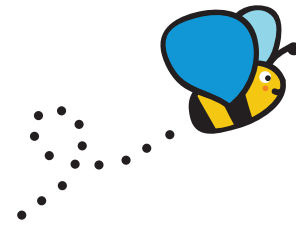
Así es como se llega a una solución que no solo propone un producto estético, sino que también posee una característica educativa que facilita la labor de la educadora y permite al menor asociar los conocimientos entregados.

A través de la aplicación de este producto de diseño, se pretende favorecer la creación de espacios acogedores, divertidos, ricos en estímulos, pero que a su vez entreguen aprendizaje a los niños ayudándolos a asociar el entorno que los rodea.



CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES Y PRESENTACIÓN DEL PROYECTO



1.1 INVESTIGACIÓN EN JARDINES INFANTILES DE ÑUÑO A Y PROVIDENCIA

Durante los meses de marzo y abril del presente año, se realizó una investigación en terreno en 20 Jardines Infantiles del sector oriente de Santiago, específicamente en las comunas de Ñuñoa y Providencia. Entre los jardines más significativos podemos nombrar:

Ñuñoa

Caramelos de Luz, Cachirulo, Railén, Macarena, El parque de los peques, Rayún, Millantu.

Providencia

Pequelandia, Betelgeuse, Timonel, Mundo encantado, Pliplin, Manchitas de colores.

ANTECEDENTES BÁSICOS DE LOS JARDINES INFANTILES VISITADOS.

Datos económicos

Todos los jardines tenían personalidad jurídica privada, y sus mensualidades en promedio bordeaban para la media jornada en \$85.000, y para jornada completa \$150.000. El promedio de niños por jardín es de 60 alumnos. Todos los jardines infantiles fueron empadronados por la JUNJI, a excepción de uno que estaba en proceso para obtener su rol.

Currículo educativo

En su mayoría funcionan con un currículo educativo integral, o currículo cognitivista (ver página 21). Hay que tener presente, que la educación parvularia se guía por lo publicado en las bases curriculares y con el cumplimiento de los objetivos declarados por la JUNJI.

Elementos comunes

La mayoría de los jardines infantiles contaban con rincones de juego establecidos de la siguiente forma:

Rincón de la casa (juguetes que imitan el hogar).

Rincón de la construcción (juegos de acople).

Rincón tranquilo (rompecabezas, libros para colorear, juegos didácticos).

Rincón del arte (expresión plástica).

Rincón de la lectura (cuentos didácticos o ilustrados).

Además todos los jardines infantiles cuentan con una sala para la hora del sueño.

Otro elemento en común es la presencia de tableros informativos, unos exigidos por la JUNJI, y otros de índole administrativo o educativos.

DECORACIÓN, RENOVACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LOS MUROS.

Respecto de la decoración interior, podemos encontrar la decoración estacionaria, que va cambiando mensualmente o trimestralmente según la unidad educativa, en eventos especiales como el 18 de Septiembre, el combate naval de Iquique, la pascua, la navidad, o las estaciones de verano, invierno, otoño y primavera. También se decora con los trabajos de los niños.

Existe una decoración de tipo permanente, y aquí debemos diferenciar entre las aplicaciones pintadas directamente en el muro y las decoraciones permanentes pegadas a las murallas, estas últimas por lo general se renuevan cada uno o dos años, y son gráficas con temáticas comunes, como por ejemplo, las vocales, los números, los colores, las formas geométricas, las temáticas como ranas, osos, naturaleza, cielo con nubes, abejas, flores, árboles, trenes. Estas son realizadas en conjunto por las educadoras que toman en acuerdo las temáticas y las gráficas a tratar. A esta decoración también se suman los tableros informativos como los usados para cumpleaños y asistencias. Generalmente se hace una mantención anual a la pintura de los muros, y cuando son manchas pequeñas, se van parchando con la pintura que han guardado. El exterior se pinta cada 2 años aproximadamente, y si hay presencia de murales, se trata de hacer la mantención de éstos.

Los encargados de la decoración son las mismas educadoras. A modo de ejemplo, los jardines que contaban con murales aplicados directamente sobre los muros, generalmente eran ilustrados por las educadoras, por familiares de las educadoras,

o por contacto de algún conocido y su gran mayoría pertenecía al género de Artistas, Arquitectos, o Diseñadores. Las ideas de los murales son de ellas, y buscan referentes o dibujos en los papeles de regalo, en los dibujos animados, o en alguna revista, luego la gráfica es aplicada sobre los muros. Las pinturas utilizadas son látex o esmalte, y no hay una gran preocupación respecto si las pinturas son tóxicas o de alto riesgo para los niños.

Solo en uno de los jardines (Pequelandia) se encargó con una empresa especializada hacer un mural exterior y un mural interior, pero esta misma empresa era proveedora de materiales didácticos y fue contactada previamente para esos servicios. El precio cobrado por el mural exterior fue de \$300.000.

El jardín Macarena, contactó a un Artista y mantuvo en reserva el precio pagado por la gráfica realizada en la reja exterior y en los muros.

Cachirulo, en una oportunidad mando a pintar el muro exterior, la gráfica consistía en replicar el trazo de los niños y para esto hicieron recopilaciones de dibujos y trabajos. La tarifa cobrada en ese momento fue de \$350.000.

El resto de Jardines Infantiles con presencia de murales no tuvo que pagar el servicio de la gráfica aplicada en los muros, pues los realizaban sus contactos cercanos. Es importante diferenciar entre la gráfica aplicada al interior y al exterior del jardín, pues la primera siempre debería tener un fin educativo, en cambio la gráfica aplicada en el exterior, en el frontis del jardín, es de índole publicitario y trata de manifestarse a la comunidad con su mejor imagen. Un dato importante a considerar, es que cualquier gráfica aplicada en un muro externo que da a la calle, debe pagar un impuesto por publicidad, este impuesto es pagado a la municipalidad y el costo es proporcional al espacio utilizado, por lo que es necesario llevar un plano con la planta y la elevación especificando el área que se utilizará y se debe graficar el



Murales al interior del jardín Pequelandia



Mural exterior del jardín Macarena

diseño del mural respetando la escala del plano.



Murales al interior del jardín Cahirulo



Mural exterior del jardín El parque de los peques

PROBLEMÁTICAS Y BENEFICIOS

En la gran mayoría de jardines visitados, las gráficas fueron colocadas en el último tercio de la muralla, casi llegando al techo. Eran adheridas a los muros con scotch, maskin tape, y hasta con cemento de caucho, y el gran inconveniente es que las murallas quedan manchadas, obligando a las educadoras a estar siempre tapando las manchas. Existe la presencia de móviles colgando o de muchas gráficas pegadas a la altura de un adulto en pasillos y en las mismas salas, donde quedan totalmente fuera del campo visual de los niños. Es cierto que a distancia son visibles (Cuando el pequeño ingresa a una sala), pero al momento de ingresar a la sala y desenvolverse habitualmente en el espacio pierde la noción de su presencia, pues éstas quedan fuera de su campo visual.

Otra desventaja de pegar cartulinas, es que no pueden colocarlos a la altura de los niños, pues éstos en su curiosidad y afán de tomar y tocar todo, tienden a despegar las decoraciones, las destruyen y esto hace que duren menos. Lo anterior, es una de las razones de por qué dicha decoración deja de ser permanente y se transforma en estacionaria. Este comportamiento hace que finalmente la gran mayoría de la decoración permanente sea colocada en lo alto.

El niño se desenvuelve en el primer tercio de la muralla, ese es su campo visual y es en esa altura donde recibe la mayor cantidad de estímulos (recordemos que su estatura, puede ser 3 y hasta 4 veces más pequeño que un adulto, por lo tanto mirar hacia el techo es un gran trabajo). El menor en esta etapa trabaja y se mueve a ras de suelo.

Las educadoras también buscan apoyo gráfico en las revistas especializadas o dirigidas a parvularias. La revista Maestra Jardinera tiene un alto contenido de gráficas decorativas, que son recortables y plegables como animales o bichos, también traen tableros educativos, ideas para hacer tableros, ideas para hacer decoraciones relacionadas con las unidades temáticas. Las revistas Icarito y Zigzag eran utilizadas por sus materiales educativos.

Respecto de los murales y de la incidencia que tienen en el aprendizaje de los niños, las educadoras coincidían en que éstos tienen características educativas, pues podían reforzar temáticas o unidades, ya sea por temas de naturaleza, animales, paisajes o porque pueden ejemplificar un cuento. También se pueden utilizar para reforzar la

enseñanza de los colores y formas básicas, incentivan la motivación, la estimulación reafirman el sentido de pertenencia de estar en un lugar único y especial, en la diferenciación de espacios, aportan a la enseñanza de conductas, dan un entorno alegre, cálido, colorido, que llama a la diversión, que invita a participar.

Finalmente, las educadoras necesitan un espacio donde ir desarrollando las temáticas, por lo que tal vez es desconsiderado hacer un mural en toda la sala ya que quedaría sin espacio para poner los trabajos realizados por los pequeños, o las gráficas que ayudan a desarrollar la unidad.



Gráficas en el último tercio de la muralla



Deterioro de las aplicaciones



Mural temático, en un espacio determinado

1.2 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA

Luego de la investigación realizada en los jardines infantiles de Ñuñoa y Providencia, fue posible apreciar que en los establecimientos es frecuente el uso de decoraciones o murales aplicados en las murallas. No obstante, este uso se transforma en un proceso inconsciente o como parte de una costumbre adquirida para decorar las salas, sin que existiera una plena conciencia de todos los atributos y de todas las posibilidades de educación que éstos pueden brindar. Pese a lo anterior, no se puede hablar de generalidades, pues existen jardines donde los murales son aprovechados al máximo, sin embargo, se ven limitados por aspectos técnicos o de elaboración.

Es importante destacar que fueron muy pocos los jardines que contaron con un “proveedor” de gráficas para muros, o de elementos de decoración en murales con productos estandarizados y ofrecidos en el mercado. Sólo un jardín contó con una empresa proveedora, los demás realizan sus propias ilustraciones de forma manual (cortando, pintando y pegando cartulinas de colores en las murallas). Las alternativas utilizadas eran realizar murales pintados, o utilizar el material de apoyo que suministran las revistas pedagógicas pero todos estos insumos son de una escala pequeña.

A continuación se expondrán las conclusiones realizadas en cuanto a los aspectos cognitivos y los aspectos formales de la investigación.



ASPECTOS COGNITIVOS



En las visitas realizadas a los jardines Infantiles, se pudo observar que los murales aplicados en las murallas eran utilizados como un apoyo para la educación en las distintas unidades de enseñanza, pues abordaban temáticas relacionadas con 2 ámbitos de la educación parvularia¹. Estos son: el ámbito de la comunicación, que abarca el lenguaje verbal y artístico; y el ámbito del medio natural y cultural. Los murales utilizados facilitaban el proceso de comunicación que involucra la capacidad de recibir, interpretar y producir mensajes. A través de éstos se narraban o se representaban situaciones particulares, y los mensajes debían ser recepcionados, interpretados y comprendidos por los niños.

Los murales también eran utilizados para ampliar progresivamente el vocabulario, pues facilitaban los relatos y las explicaciones del mundo que los rodea, permitiendo el reconocimiento y el nombramiento de objetos y seres vivos en distintas situaciones. Las educadoras nombraban cada uno de los elementos y personajes presentes, incentivando a los niños en la repetición fonética y en la asociación de los respectivos nombres y características. Esto también está vinculado con el desarrollo del pensamiento, al realizar asociaciones con su entorno, la composición y las distintas formas de representación.

Otro de los aportes que ofrecían los murales al interior de las salas, es que éstos facilitan el aprendizaje del lenguaje artístico, ya que el niño descubre un mundo visual lleno de líneas, contrastes, formas, colores, y movimientos. A su vez, los murales son un referente directo en las aulas de clases en cuanto a las representaciones de personas, animales y el entorno, y un modelo en cuanto a la diferencia de tamaños, la aplicación de color, y la iconización de los distintos elementos graficados.

Así se puede concluir que los murales son una herramienta multifacética, que permite informar, entretener, enriquecer la fantasía y entregar conocimiento. A través de éstos, las murallas son aprovechadas para conferir oportunidades de observación y estimulación, debido a que están constantemente en la sala de clases entregándole al niño oportunidades para observar, explorar y descubrir. Además, son una eficaz herramienta que potencia la estimulación y el desarrollo de la creatividad, el traspaso de conocimientos y el desarrollo del pensamiento por medio de la lectura iletrada que proporcionan las imágenes para los niños.

ASPECTOS FORMALES

Todos los Jardines Infantiles cuentan con decoraciones en base a papel o goma eva, que posteriormente se adhieren en las distintas murallas. Generalmente, son colocadas en el campo visual de un adulto y/o están en mal estado, o simplemente no tienen una buena recepción por no estar en el lugar indicado.

Cada jardín tiene su propia “técnica” para aplicar estas gráficas, que incluyen el material del soporte (cartón forrado, cartulina, plumavit), el material para colorear (papeles de colores, tempera, diferentes texturas), y el material para adherir (scotch, cemento de caucho, maskintape, agorex).

En estos establecimientos, no se han aplicado herramientas que solucionen de forma precisa los murales infantiles, considerando la técnica utilizada (materiales y forma de adhesión), la ubicación espacial y el código empleado. De igual forma, no son optimizados los recursos de la decoración y éstos no son capaces de resistir el tiempo necesario (entre 1 o 2 años), quedando como elementos desechables que además contribuyen al desorden visual, pues las aplicaciones gráficas no están en los lugares indicados o no pertenecen a un código gráfico coherente y sistémico.



Todos estos problemas afectan directamente el área educativa de los niños, reflejando una ausencia en los estímulos necesarios para el aprendizaje del menor (aunque los estímulos existan, muchas veces al ser ubicados en las partes superiores de los muros, pasan desapercibidos por los niños, que no tienen un contacto directo con la imagen, al encontrarse fuera de su campo visual).

Ahora podemos decir que las dificultades que más se relacionan con el mejoramiento de los estímulos visuales en la educación de los niños, tienen relación con diversas aristas: La de tipo educativo, si bien las temáticas no son erradas y en muchos jardines estas coinciden, las decisiones erróneas comunes son la ubicación espacial, la escala entre un objeto y otro, y el código utilizado; El aspecto técnico, donde los materiales utilizados no son los más idóneos para realizar la decoración infantil, como por ejemplo el papel crepé que después de un tiempo se destiñe y pierde su forma, llenándose de polvo. En el caso de los cartones y cartulinas adheridas a las murallas, las puntas se desprenden hasta despegarse por completo. El hecho de adherir con scotch, o cemento de caucho deja secuelas en las murallas, característicos manchones de pegamento o peladuras, deteriorando la pintura del muro; Los recursos económicos y de tiempo son otra arista. Durante las visitas a los jardines infantiles se les preguntó a las educadoras cómo hacían la decoración o si se repartían la responsabilidad de hacerla, y respondieron que generalmente hay educadoras que tienen habilidades para dibujar, y son ellas quienes dibujan a

gran escala, luego entre todas se dedican a pintar, recortar, y pegar. Esto les toma en promedio más de una semana de elaboración, pero todo va a depender del tamaño del jardín y de la cantidad de salas. Si bien los materiales que utilizan son relativamente económicos, el costo se paga en la dedicación, el tiempo y esfuerzo implementados. Posteriormente, una vez que dicha decoración cumple su tiempo útil y es desprendida aparecen los manchones o pelones sobre las murallas y se debe invertir en pintura para reparar los daños.

Notas al pie:

¹ GOBIERNO DE CHILE, MINISTERIO DE EDUCACIÓN. "Bases Curriculares de la Educación Parvularia" [en línea] Santiago, Chile < <http://www.mineduc.cl/usuarios/parvularia/doc/200607201611000.BASESCURRICULAES2.pdf> > [última consulta: junio 2008]



1.3 NECESIDAD Y PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Después de analizar los datos obtenidos en las visitas realizadas a los jardines infantiles (ver pág. 8) se ha detectado que los murales en conjunto con la gráfica y las temáticas abordadas son una herramienta multifacética que necesita ser fortalecida, puesto que pueden ser utilizadas para entregar conocimientos, estímulos de distinta índole y también son un apoyo para el cumplimiento de los objetivos pedagógicos y formativos de la educación parvularia. Estos eran utilizados para desarrollar unidades y temas de estudio relacionados con la comunicación, el lenguaje artístico, la expresión, la representación de la realidad, la formación de vocabulario hasta la entretención.

En la realidad y como pudo ser constatado en cada uno de los 20 establecimientos visitados, éste material educativo contaba con falencias de distintos aspectos, sus características comunicacionales se veían afectadas reduciendo su efectividad en cuanto a la educación y el proceso formativo de los niños.

Por lo tanto, se pretende hacer un aporte a la educación parvularia, a través de una herramienta educativa que promueva el aprendizaje en las aulas de clases, y de esta forma, sea potenciado el conocimiento y la creatividad por medio de la lectura ilustrada que proporcionan las imágenes.

También se pretende entregar una solución a las educadoras, facilitando su labor pedagógica a través de herramientas educativas, que favorecen su respectiva aplicación y duración en el tiempo.

En cuanto al aspecto formal de la aplicación de estos murales, se ha llegado a la conclusión de que una adecuada posibilidad de solución técnica se plantea a través del nuevo uso que se le ha dado a los vinilos, también conocidos como stickers murales, utilizados hoy en día para la ornamentación de espacios públicos y privados. De esta manera, la falencia detectada en los murales artesanales al interior de los jardines puede ser solucionada de un modo profesional, transformando al Stickers en una herramienta que apoya y facilita el proceso educativo.

Teniendo en cuenta el análisis de situación y la necesidad de suplir dicha falencia, se suma la inexistencia de empresas nacionales dedicadas a la producción de stickers murales proveedoras de este tipo de productos para establecimientos de educación parvularia. Este factor abre la posibilidad de generar una empresa

dedicada exclusivamente al rubro de la creación de stickers murales educativos, orientados a niños y que la empresa sea un ente proveedor de este producto para jardines infantiles. De esta forma, se transforma la necesidad o falencia en un producto educativo que se encontrará disponible en el mercado para satisfacer dichas necesidades.

Para culminar, se pretende dejar claro que frente a la falencia detectada en los jardines infantiles, específicamente en los murales educativos, se pretende hacer un aporte a la educación parvularia potenciando las virtudes y beneficios presentes en los murales, transformándolos en una herramienta educativa que facilita el proceso comunicativo. De esta forma dicha falencia es fortalecida y se ofrece como un producto con fines educativos disponible en el mercado.

1.4 OBJETIVO GENERAL COMUNICACIONAL DEL PROYECTO

El objetivo general de este proyecto es la creación y producción de stickers murales, que corresponderían a un sistema de piezas gráficas, cuyas características formales y conceptuales entregan al niño ambientes ricos y cargados de estimulación que logren proporcionar oportunidades de aprendizaje. A su vez, este sistema de piezas gráficas será un aporte en el proceso formativo de la infancia.

Paralelamente se necesita establecer una empresa dedicada a este rubro, que represente al producto en el mercado.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Los stickers murales deben contribuir en la generación de un ambiente acogedor que favorece el aprendizaje del niño.
- Para lograr un ambiente acogedor y rico en estimulación, se deben considerar los siguientes factores: gráfica amigable, animada, colorida, lúdica, de gran formato, y de fácil descodificación para el niño.
- Los stickers murales deben facilitar los aprendizajes esperados en este periodo de formación, tales como la asociación del medio que los rodea, sus características básicas y sus componentes.
- Los stickers murales serán un aporte para la enseñanza del lenguaje artístico y verbal. Ya que en él se podrán identificar variedad de colores, formas, tamaños, lograr asociaciones con vocales y por medio de éstos también se podrá expandir el vocabulario.
- Los stickers murales deben generar tener un nivel de influencia en cuanto a los estímulos que el niño recibirá en el aula de clases.

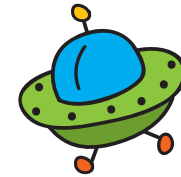
Paralelamente:

- Se necesita desarrollar una marca representativa, para el reconocimiento de la empresa y el producto en el mercado.
- Para sustentar la empresa, se necesitará implementar un Sitio Web donde se expongan los contenidos.



CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO [EDUCACIÓN PRE ESCOLAR]



A continuación se realizará una aproximación a las distintas áreas temáticas relacionadas con el proyecto. Estas temáticas son la base teórica que lo sostiene, fundamenta, y permiten llevar a cabo su realización.

En éste marco teórico se hará referencia al contexto en el cual se inserta el proyecto, es por esta razón que se abordan temas como la educación pre-escolar en Chile, sus principios y objetivos, las características y comportamientos típicos de los niños de 3 a 6 años de edad, quienes conforman el grupo objetivo y la importancia de la estimulación oportuna en su formación.

Luego se aborda el diseño y la comunicación visual, considerando el entorno, las formas básicas, los colores y su significación, cada una de estas áreas son necesarias al momento de elaborar un mensaje y un código apropiado para niños pre-escolares.

Posteriormente se desarrollará todo lo relacionado con Internet y los aspectos presentes en las tiendas virtuales, una breve definición de empresa y la importancia de la marca tanto para la empresa, como para el producto.

Finalmente se realizará una breve reseña sobre los antecedentes del stickers mural, sus representantes más destacados y reconocidos. Y por último se expondrán los referentes de ilustración.

2.1 ANTECEDENTES DE LA EDUCACIÓN PRE-ESCOLAR EN CHILE

Los Jardín Infantil según Junta Nacional de Jardines Infantiles, corresponden a los establecimientos que entregan Educación Parvularia a niños entre los 84 días hasta los 6 años, momento que ingresan a la educación básica. Estos poseen tres niveles según la edad correspondiente de los párvulos:

Sala Cuna:	menor – desde los 84 días hasta 1 año. mayor – desde 1 año hasta 2 años.
Medio:	menor – desde los 2 años hasta los 3 años. mayor – desde los 3 años hasta los 4 años.
Transición:	Primer nivel (Prekinder) – desde los 4 años hasta los 5 años. Segundo Nivel (Kinder) – desde los 5 años hasta los 6 años.

Los Jardines de la JUNJI son establecimientos públicos, financiados por el Estado de Chile y que prestan un servicio de educación gratuito a la comunidad y responden a la política educacional del Ministerio de Educación.

En la actualidad existen cerca de 1.755 Jardines Particulares a lo largo del país con autorización para funcionar. Debido a que no tienen una relación directa con JUNJI, esta última ha impulsado un sistema de empadronamiento que busca garantizar a los apoderados que dicho jardín o sala cuna cuenta con las garantías mínimas de seguridad, infraestructura, personal profesional y currículum pedagógico².

PROGRAMAS EDUCATIVOS EXISTENTES

Hoy la educación parvularia en Chile cuenta con distintos programas educativos y modalidades de atención, estos son:

Programas educativos	Modalidades de atención
Programa Jardín Infantil	Jardín Infantil Clásico
Programa Alternativo de Atención	Jardín Familiar / Jardín Laboral / Jardín Estacional / Jardín en Comunidades Indígenas
Programa para la Familia	Desarrollo y Aprendizaje Temprano desde el Centro de Salud Familiar / Patio Abierto / Comunicacional

Estos programas educativos tienen por finalidad proporcionar una educación de calidad, oportuna y pertinente que propicie aprendizajes relevantes y significativos en función del bienestar y el desarrollo del párvulo como persona que se vincula con su medio ambiente sociocultural y natural.

Definición de programa jardín infantil clásico

Esta investigación se estableció sobre establecimientos que aplican el programa de jardín infantil clásico, por lo tanto se considera importante su definición, en cuanto a que sus características son consideradas normales y se diferencian de los programas mencionados con anterioridad.

Este programa educativo atiende a niños desde los 84 días de edad hasta su ingreso a la educación básica. Su funcionamiento abarca once meses del año en una jornada de atención de lunes a viernes, mayoritariamente en jornada completa de 08:30 a 16:30 horas. Durante su permanencia, los párvulos reciben su alimentación correspondiente.

Se organizan en distintos niveles, agrupando a los niños según su edad y disponen de una dotación de personal compuesto por una educadora directora, educadoras pedagógicas, auxiliares y manipuladoras de alimentos.

Sistema de Acreditación de Calidad para Salas Cuna y Jardines Infantiles

Frente al inminente crecimiento de nuestra ciudad y de la población los jardines infantiles han aumentado considerablemente, tomando en cuenta esta situación la JUNJI establece un nuevo sistema de acreditación, lo relevante es que se manifiesta públicamente la preocupación e interés por el cumplimiento de ciertos estándares de calidad y podemos vislumbrar una clara preocupación del gobierno sobre esta materia, sin duda la calidad del servicio es fundamental sobre todo cuando la educación pre-escolar es la base del conocimiento y del aprendizaje posterior.

Desde la perspectiva de las necesidades de aprendizaje de los niños, la Educación Parvularia se ve impulsada a proporcionar un servicio educativo de calidad. Ya no basta con contar con un espacio educativo seguro donde se otorgue alimentación y educación. De esta manera, la institución inició la construcción de un nuevo Sistema

de Acreditación de Calidad del Servicio para Salas Cuna y Jardines Infantiles, éste implica cumplir determinados estándares para recibir un sello que acredite su excelencia, abordando las áreas de educación; gestión de recursos financieros, materiales y humanos; cuidado y protección de los niños y niñas; y participación de la familia y la comunidad. Finalmente, es necesario señalar que un sistema como éste es esencial para asegurar la calidad educativa y una efectiva estimulación para el aprendizaje de los niños.

BASES CURRICULARES

Las Bases Curriculares³ de la Educación Parvularia han sido elaboradas por la Unidad de Curriculum y Evaluación del Ministerio de Educación con una amplia participación del sector que comprende este campo.

Aquí se organizan sus contenidos en cuatro capítulos. Se exponen el conjunto de fundamentos y principios pedagógicos que las sustentan, se define el fin y objetivos generales de la Educación Parvularia, se describe la organización curricular con sus componentes, los ámbitos de experiencias para el aprendizaje, las definiciones de los núcleos de aprendizaje con sus objetivos generales, y los aprendizajes esperados para el primer y segundo ciclo, por último, se propone un conjunto de criterios para la implementación de las Bases Curriculares referidos a la planificación y evaluación, la organización y participación de la comunidad educativa.

Componentes estructurales de las Bases Curriculares

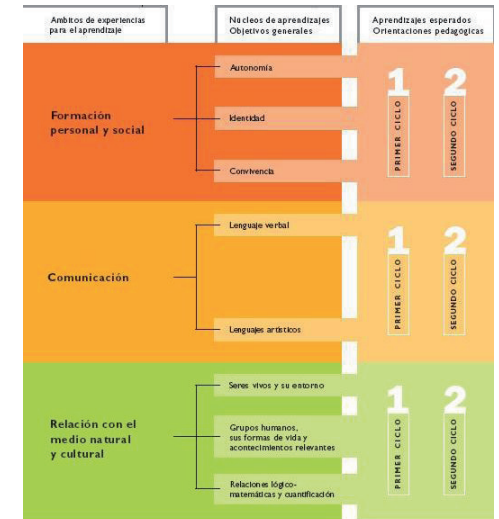
Los componentes de las bases curriculares se deben tomar en cuenta para el desarrollo de las mallas curriculares de cada establecimiento, éstas dependerán del enfoque particular de cada institución, no se pretende el cumplimiento exhaustivo de cada uno de estos, si no más bien como un referente. Cada uno de estos componentes nos da una idea de las distintas áreas donde el diseño puede intervenir haciendo presente un aporte para la educación.

Ámbitos de Experiencias para el Aprendizaje

Los componentes de las Bases Curriculares se organizan en tres grandes ámbitos de experiencias: Formación personal y social, la Comunicación y la Relación con el medio natural y cultural. En su conjunto, éstos abarcan campos de acción donde se llevan acabo procesos claves para la tarea formativa del aprendizaje.

Núcleos de Aprendizaje

Estos corresponden a focos de experiencia y aprendizaje al interior de cada ámbito, representan ejes en torno a los cuales se integran y articulan un conjunto determinado de aprendizajes esperados. Los núcleos constituyen los énfasis centrales que deben ser favorecidos por la educación parvularia en cada ámbito. Todos los núcleos que se presentan son igualmente importantes para promover mejores aprendizajes en los niños, por lo que deben estar todos permanentemente favorecidos en las planificaciones.



Ciclos

El ciclo alude a una forma de ordenar temporalmente el proceso educativo a partir de ciertas categorías integradoras, en tramos de más de un año, cada uno de los cuales secuencia y ordena con más flexibilidad y sentido los diversos aprendizajes que deben alcanzar los niños en una determinada etapa de su desarrollo evolutivo.

Primer Ciclo: Desde los primeros meses hasta los tres años.

Segundo Ciclo: Desde los tres hasta los seis años.

2.1.1 PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA EDUCACIÓN PRE-ESCOLAR

La educación parvularia constituye el primer nivel educativo que favorece en los párvulos aprendizajes oportunos y pertinentes a sus características, necesidades e intereses, fortaleciendo sus potencialidades para un desarrollo pleno y armónico.

Sin duda esta etapa escolar es de gran importancia, puesto que es uno de los primeros lugares donde el niño interactúa con sus iguales, donde el aprendizaje comienza a cimentar sus bases y donde los procesos lógicos comienzan a formarse, es también donde los niños comienzan a modelar y desarrollar su carácter y donde cada actividad tiene un objetivo específico en el desarrollo de su aprendizaje.

PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS

Estos principios deben ser considerados al momento de efectuar el proyecto, ya que la propuesta debe facilitar el cumplimiento de estos, por ende la aplicación del diseño debe estar centrada en el bienestar del usuario y en este caso específico debe estar orientado en pro de un servicio de calidad⁴.

Principio de bienestar: Toda situación educativa debe propiciar que cada niño se sienta plenamente considerado en cuanto a sus necesidades e intereses de protección, protagonismo, afectividad y cognición, generando sentimientos de aceptación, confortabilidad, seguridad y plenitud, junto al goce por aprender de acuerdo a las situaciones y a sus características personales. Junto con ello, involucra que los niños vayan avanzando paulatina y conscientemente en la identificación de aquellas situaciones que les permiten sentirse integralmente bien.

Principio de actividad: El niño debe ser protagonista de su aprendizaje a través de procesos de apropiación, construcción y comunicación. Ello implica que los niños aprenden actuando, sintiendo y pensando, generando sus experiencias en un contexto donde se les ofrecen oportunidades de aprendizaje según sus posibilidades, con los apoyos pedagógicos necesarios que requiere cada situación.

Principio de singularidad: Cada niño, independientemente de la etapa de vida y del nivel de desarrollo en que se encuentre, es un ser único con características, implica que cada niño aprende con estilos y ritmos de aprendizaje propios.

Principio de potenciación: El proceso de enseñanza-aprendizaje debe generar en los niños un sentimiento de confianza en sus propias capacidades para enfrentar mayores y nuevos desafíos, fortaleciendo sus potencialidades integralmente. Ello implica también una toma de conciencia paulatina de sus propias capacidades para contribuir a su medio desde su perspectiva de párvulo.

Principio de relación: Las situaciones de aprendizaje que se le ofrezcan al niño deben favorecer la interacción significativa con otros niños, como forma de integración, vinculación afectiva, fuente de aprendizaje, e inicio de su contribución social. Ello conlleva generar ambientes de aprendizaje que favorezcan las relaciones interpersonales, en pequeños grupos y colectivos mayores, en los cuales los modelos de relación que ofrezcan los adultos juegan un rol fundamental.

Principio del significado: Una situación educativa favorece mejores aprendizajes cuando considera y se relaciona con las experiencias y conocimientos previos de los niños, responde a sus intereses y tiene algún tipo de sentido para ellos. Esto último implica que para el niño las situaciones educativas cumplen alguna función que puede ser lúdica, gozosa, sensitiva o práctica, entre otras.

Principio del juego: Enfatiza el carácter lúdico que deben tener principalmente las situaciones de aprendizaje, ya que el juego tiene un sentido fundamental en la vida de la niña y del niño. A través del juego, que es básicamente un proceso en sí para los párvulos y no sólo un medio, se abren permanentemente posibilidades para la imaginación, lo gozoso, la creatividad y la libertad.

OBJETIVOS GENERALES DE LA EDUCACIÓN PARVULARIA

A continuación se enuncian los objetivos de la educación parvularia que están relacionados directamente con este proyecto.

- Promover el bienestar integral del niño mediante la creación de ambientes saludables, protegidos, acogedores y ricos en términos de aprendizaje, donde ellos vivan y aprecien el cuidado, la seguridad y la confortabilidad y potencien su confianza, curiosidad e interés por las personas y el mundo que los rodea.
- Promover en el niño la identificación y valoración progresiva de sus propias características personales, necesidades, preferencias y fortalezas, para favorecer una imagen positiva de sí mismos y el desarrollo de su identidad y autonomía, como así mismo, la consideración y respeto de la singularidad en los demás.
- Facilitar la transición del niño a la Educación General Básica, desarrollando las habilidades y actitudes necesarias e implementando los procesos de enseñanza y aprendizaje que se requieran para facilitar la articulación entre ambos niveles.

2.1.2 CURRÍCULOS EDUCATIVOS DE LA EDUCACIÓN PARVULARIA

En Educación Parvularia se utilizan diferentes Currículos, de acuerdo a las distintas tendencias o enfoques teóricos que se dan en los establecimientos educacionales. Entre los más utilizados en Chile, se destacan⁵:

- Currículo Cognitivo
- Currículo Personalizado
- Currículo Integral
- Otras tendencias teóricas

Sin embargo, al momento de realizar la investigación en los jardines Infantiles se detectó que los currículos educativos frecuentemente utilizados eran el currículo cognitivo y el currículo Integral, por lo tanto se hará una breve descripción de sus características.

Currículo Cognitivo

El Currículo Cognitivo se inicia en la década del sesenta en las escuelas públicas de Michigan, EEUU. Ha sido fundamentado en la Teoría Piagetana (Jean Piaget) y plantea estrategias y experiencias educativas para el párvulo, considerándolo como agente activo de su propio aprendizaje y, por lo mismo, es quien elige y decide sus actividades diarias. El educador es un facilitador de experiencias y orienta el proceso.

El propósito principal es que los niños aprenden explorando activa y libremente el medio, “a través de su propia experiencia y no a través de un programa didáctico de la profesora”. El educador, como observador participante, debe ser capaz de conocer el proceso de desarrollo de cada niño, ofreciéndole actividades que sean de su interés y apropiadas a su nivel; se debe organizar el espacio (sala de actividades) y el tiempo (rutina diaria) para que el niño se desplace libremente, interactúe con los demás y lleve a cabo sus planes de trabajo.

El Currículo Integral

Como su definición lo indica, esta modalidad curricular se fundamenta en la integración de los planteamientos teóricos de diferentes posturas filosóficas, psicológicas y pedagógicas enfatizando que el proceso educativo debe tomar en cuenta los diversos aspectos y áreas de desarrollo del niño o la niña, tendiendo a lograr objetivos integrales que satisfagan sus necesidades psicobiológicas, socioafectivas, psicomotrices, etc.

Su denominación, expresa algunos de sus principales fundamentos y planteamientos: el término “integral” pretende, por una parte, destacar el desarrollo armónico del niño en todos sus aspectos y la generación de las líneas conducentes a ello, se hace referencia a sus fundamentos, en el sentido de que “integra” los aportes que diferentes educadores, pensadores, psicólogos, etc., han dado a la educación, en relación a la idea de un desarrollo integral.

Es así como, dentro de los fundamentos pedagógicos, destacan planteamientos de Ovidio Decroly, William Kilpatrick, Benjamín Bloom, Federico García Hoz y Robert Havighurst, entre otros, y dentro de los psicológicos, figuran aportes de Arnold Gesell, Mussen, Erik Erikson y Jean Piaget.

2.1.3 CONCLUSIONES

Este proyecto se realizará sobre el tipo de jardín infantil clásico, que cuenta con tres niveles educativos, de los cuales se considerarán el nivel medio mayor y el nivel de transición. Estos jardines son de índole privado.

Es interesante tener en cuenta que hoy estos jardines deben cumplir con una serie de estándares de calidad para poder ser empadronadas por la Junta Nacional de Jardines Infantiles. Un aspecto importante a considerar es un servicio educativo de calidad.

Las bases curriculares son fundamentales en este proyecto, pues aquí se declaran los principios, objetivos, ámbitos de aprendizaje, y aprendizajes esperados en la educación parvularia. Los Jardines infantiles deben considerar estas bases como una guía de referencia y debe ser tomada en cuenta al momento de impartir la educación. Desde aquí se desprenderá la temática que finalmente se abordará en la propuesta final y se buscará facilitar algunos de los objetivos declarados para dicha unidad.

Como ya se mencionó con anterioridad los principios y objetivos de la educación parvularia deben ser considerados y se debe facilitar su cumplimiento, sobre todo los relacionados con el principio de bienestar, confortabilidad, entregar oportunidades de aprendizaje y la generación de espacios que favorecen el aprendizaje, las relaciones, acogedores y ricos en estímulos. También es importante considerar el goce al momento de aprender.

Notas al pie:

² JUNJI. “Jardín Infantil, Sala Cuna” [en línea] Santiago, Chile < www.junji.cl> [última consulta junio 2008]

³ GOBIERNO DE CHILE, MINISTERIO DE EDUCACIÓN. “Bases Curriculares de la Educación Parvularia” [en línea] Santiago, Chile < <http://www.mineduc.cl/usuarios/parvularia/doc/200607201611000.BASESCURRICULAES2.pdf>> [última consulta: junio 2008]

⁴ Idib.

⁵ Peralta E., María Victoria, “Un Vistazo A La Historia”, Boletín PARVUS Ltda., Santiago, Chile, 1981.



MARCO TEÓRICO [DESARROLLO INFANTIL]

2.2 DESARROLLO INFANTIL

A continuación revisaremos las distintas etapas de los infantes y sus características propias en su desarrollo, es importante tomar en cuenta esta información puesto que es el niño el usuario final y a quien irá dirigido el proyecto.

2.2.1 ESTIMULACIÓN OPORTUNA

La estimulación oportuna, conocida también como estimulación temprana, busca estimular al niño, de una forma adecuada. El objetivo no es desarrollar niños precoces, ni adelantarlos en su desarrollo natural, sino ofrecerles una amplia gama de experiencias que sirvan como base para futuros aprendizajes.

Recordando que todo aprendizaje se basa en experiencias previas, mediante la estimulación se le proporcionarán situaciones que le inviten al aprendizaje. La idea es abrir canales sensoriales para que el niño adquiera mayor información del mundo que le rodea. Es sumamente importante conocer al niño y hacer una observación focalizada para ofrecer experiencias, enfatizando sus áreas de desarrollo y al mismo tiempo estimular la atención, la memoria y el lenguaje.

El desarrollo neurológico de los bebés y los niños en general, tiene su más importante periodo de formación en los primeros seis años de vida, de esta etapa dependerá el 100% de las aptitudes y actitudes del ser humano.

Estudios genéticos dicen que la inteligencia está determinada en un 80% por la herencia y en un 20% por el medio ambiente. El cerebro tiene una evolución desmedida en los primeros años de vida por lo tanto es el momento justo donde el aprendizaje tendrá una fuerza impresionante, de ahí la necesidad de una “Estimulación Oportuna”.

Es fundamental que los padres y madres de familia, y más adelante los educadores, le ofrezcan al niño un ambiente rico para poder despertar sus energías ocultas. Con esto lograremos en un futuro niños más investigadores, seguros, audaces, y capaces de ir en busca de la satisfacción de sus propias necesidades teniendo con esto aprendizajes significativos, lo cual quiere decir que el aprendizaje tenga un sentido real para el niño, dejando atrás el aprendizaje mecánico y vacío, que posteriormente llevará a muchos al fracaso escolar.

Desde antes de nacer, en el cerebro del niño comienza a presentarse la sinapsis, que consiste en las conexiones entre neuronas. Este proceso se prolonga hasta los seis o siete años, momento en el cual no se crean más circuitos. Durante éste tiempo algunos circuitos se atrofian y otros se regeneran, por esto, la misión dentro de la estimulación es conseguir el mayor número de conexiones para que no se pierdan. La estimulación hace que un circuito se regenere y siga funcionando y mantenga viva a la célula⁶.

La función del cerebro depende, al igual que cualquier órgano de nuestro cuerpo, de la utilidad que le demos, es así como un músculo que no utilizamos es débil y se puede atrofiar.

Si a un niño se le da la oportunidad de jugar antes de los seis años, no solamente estará adquiriendo miles de datos interesantes, Lo más importante es que estará creando millones de conexiones cerebrales. El crecimiento del cerebro depende de los estímulos que recibe, las capacidades no se van adquiriendo simplemente con el paso del tiempo. El cerebro necesita recibir información para desarrollar la inteligencia que le permita ir aprendiendo a sobrevivir en un mundo totalmente desconocido para él. Pero no hay que olvidar que es el entorno el que moldea nuestras actitudes, aptitudes y habilidades.

El niño viene dotado de ciertas habilidades innatas y es responsabilidad de quienes están en su entorno lograr que esas habilidades sigan su desarrollo al máximo. La forma en que el niño procesa información tiene cambios muy fuertes durante el primer año de vida: la procesa cada vez más rápido; esto da lugar a los cambios que se suscitan en el cerebro. Los genes son los que proporcionan el potencial, pero es el medio ambiente el que determinará cuánto de ese potencial se utilizará. Por tanto la herencia y el ambiente se cruzan entre sí una vez más.

El cerebro tiene cinco áreas, todas ellas deben ser estimuladas por igual, estas corresponden a las áreas visual, auditiva, táctil, olfativa y gustativa. Todas ellas necesitan que sean cultivadas desde el nacimiento o aun antes.

El área visual no admite más que estímulos de luz en contraste con la oscuridad durante algún tiempo. Ese período será tanto más breve cuanto mayor sea la cantidad de estímulos que reciba. Después, podrá asimilar información sobre los

colores y las formas, y, poco a poco, será capaz de explorar y comprender por medio de los ojos y de sus neuronas un mundo maravilloso. La cima de su capacidad será la fácil comprensión de uno o varios lenguajes escritos. Por esto, resulta muy sano que a un niño se le lea y se le ponga en contacto con las letras (lenguaje). Es bueno seguir la lectura con el dedo ya que los niños comienzan a darse cuenta de la direccionalidad así como de que las letras dicen algo y comienzan a darle significado a las mismas.

Un niño no sabe más por el simple hecho de leer o caminar antes que otros, un niño sabrá más en relación a la estimulación que se le proporcione y al lograr despertar en él el interés por el conocimiento y la investigación⁷.

2.2.2 ETAPAS DEL DESARROLLO EVOLUTIVO EN LA INFANCIA

Los niños son el factor más importante de este proyecto, por ende es relevante enmarcar las características físicas y psicológicas de éstos, considerando las edades de 3 a 6 años aproximadamente.

Los niños de 3 a 4 años de edad

Son generalmente llamados pre-escolares, quieren tocar, gustar, oler, escuchar y examinar todas las cosas por sí mismos. Ellos aprenden experimentando, haciendo y jugando. Están muy ocupados desarrollando habilidades, usando el lenguaje y luchando por ganar control interno.

Entre los temores más comunes que se desarrollan durante los años pre-escolares, están los lugares nuevos o experiencias nuevas, así como la separación de sus padres u otras personas importantes. Pueden tener dificultad llevándose bien con otros niños puesto que no están acostumbrados a compartir. Debido al desarrollo de su imaginación pueden tener dificultad para distinguir entre la fantasía y la realidad, y suelen hablar de amigos imaginarios.

A medida que mejoran su habilidad y sus destrezas, los niños de 3 años se vuelven más independientes. La mayoría puede seguir una serie de instrucciones simples como servir líquidos de una jarra pequeña, lavarse las manos sin ayuda y sonarse la nariz cuando se les recuerda hacerlo.

Superada la etapa de adaptación a un nuevo entorno, los niños están más interesados en sus pares y es probable que compartan juguetes, se turnen para ayudar, e inicien juegos o participen de ellos con otros niños. También comienzan el juego dramático, con representación de escenas como viajar, simular ser animales, jugar a la casita, etc.

Los pre-escolares aprenden mejor haciendo. Necesitan espacio tanto dentro de la casa (o la escuela) como afuera. Necesitan un equilibrio entre juegos activos y juegos calmados o callados. Pueden expresar sus necesidades, ideas y preguntas puesto que manejan mejor el lenguaje. El tiempo de atención se extiende un poco más de manera que ellos pueden participar en actividades de grupo.

A los 4 años, los niños hacen muchas preguntas, incluyendo “¿Cómo?” y “¿Por qué?”. Ellos hablan mucho, su lenguaje incluye palabras sin sentido. A esta edad deben entender conceptos básicos tales como números, tamaño, peso, color, textura, distancia, tiempo y posición. Y deben desarrollar la habilidad para clasificar y la capacidad de razonar.

Los niños de 5 a 6 años de edad

Los niños de cinco y seis años se sienten emocionados por ir a la escuela y por sus nuevas responsabilidades. Sus padres todavía son las personas más importantes en sus vidas. Es muy importante fijar límites y hacerles saber lo que se espera de ellos. Cada niño necesita sentirse especial, protegido y cuidado. Los niños a esta edad son muy agradables, les gusta ayudar, especialmente a los adultos, sienten gran interés por las personas que le rodean, se vuelven muy habladores, utilizan con mucha frecuencia el pronombre de primera persona. Suelen ser muy hábiles para encontrar alguna excusa cuando no quieren hacer algo.

Muchos niños tienen su mejor amigo y prefieren jugar con compañeros del mismo sexo. A esta edad, no les gusta ser criticados y no les gusta fracasar. Ellos pueden ayudar con pequeñas tareas en casa. Tienen una fuerte necesidad de cariño y atención de sus padres. Comienzan a darle importancia a los sentimientos y necesidades de otras personas. Disfrutan cuidando y jugando con niños menores. Para ellos “lo bueno” y “lo malo,” son aquellas cosas que los padres y los maestros aprueban o desaprueban. Empiezan a entender el concepto de moralidad y honradez, desarrollan un buen sentido de humor y disfrutan rimas, chistes, canciones y adivinanzas. Se

disgustan cuando su comportamiento o trabajo escolar es criticado o ignorado. Los niños pueden distinguir entre izquierda y derecha. Su habilidad para hablar y expresarse por sí mismos se desarrolla rápidamente. Cuando juegan, ellos practican el lenguaje y palabras que aprenden. Empiezan a entender el tiempo y los días de la semana. Su atención se prolonga más tiempo, pueden seguir historias. Aprenden letras y palabras. Algunos de estos niños pueden leer palabras o combinaciones de palabras. También el niño puede imitar lo que recuerda, horas, o días después de haber visto el modelo; esto marca el comienzo de la representación, es un gesto de imitación.

En sus inicios, el dibujo o la imagen gráfica, son un intermediario entre el juego y la imagen mental. La imagen mental es una imitación de algo interiorizado. Relacionamos la imagen mental con el pensamiento y la representación. El pensamiento surge con la capacidad del niño para dibujar.

El desarrollo del niño va a depender de acuerdo al medio social al que pertenece y el medio geográfico. Es decir, un niño del campo tiene como estímulo visual fundamentalmente la naturaleza y generalmente desarrolla un grado de observación de ella que plasma en el dibujo; un niño de ciudad está más ligado a los medios de comunicación, a la tecnología, etc., es decir, representa aquello que es su ambiente.

La importancia del juego y la creatividad NO son para el niño un mero pasatiempo, son parte constitutiva de su evolución, porque con esta práctica conoce. Por lo tanto en el plano educativo deben ocupar el lugar correspondiente. La actividad lúdica posibilita un aprendizaje adecuado, ya que a través de esta el niño puede ampliar su lenguaje corporal, oral, gráfico, en función de su desarrollo integral, de su salud mental y de su información futura.

La etapa preescolar es muy importante para la formación posterior del individuo. La educación secundaria y superior, son el resultado de esos primeros años de desarrollo de aprendizaje, donde se complementan las etapas de maduración. En general lo creativo se incentiva más en los primeros años de la escuela, que en los niveles posteriores⁸.

DESARROLLO INTELECTUAL EN LOS NIÑOS

Jean Piaget denomina el desarrollo intelectual de los niños entre 3 a 6 años como el periodo pre-operatorio en el cual hay un desarrollo del pensamiento pre-conceptual o intuitivo, la inteligencia es representativa y el niño puede reemplazar, en su pensamiento un objeto por una representación simbólica. Hace inferencias elementales, da una primera forma de organización al espacio (suelo, cielo, y las cosas que ahí hay), comienza a establecer condiciones de una clasificación lógica.

Este es un momento de cambio cualitativo que le permite operar con el pensamiento, reemplazar las acciones reales por acciones virtuales (por eso empieza a jugar a la casita, por imitación y simbología virtual). Esto da paso a la función simbólica, o sea a la representación mental del objeto. El lenguaje, el dibujo, el juego simbólico, son fundamentales en esta etapa.

Se denomina función simbólica a la etapa generadora de la representación, el signo es una representación convencional, y el símbolo es un concepto historizado y cargado de significación⁹.

DESARROLLO EMOCIONAL

Es necesario conocer las características propias de los niños, puesto que la solución de diseño debe considerarlo como el usuario final. El niño debe sentir confortabilidad y bienestar, por esta razón es necesario determinar como el medio que lo rodea puede afectar directamente sus emociones y su comportamiento.

Podríamos definir la Educación como la suma total de procesos por medio de los cuales un grupo social transmite sus capacidades y poderes reorganizando y reconstruyendo las emociones para adaptar al individuo a las tareas que desempeñará en el proceso psicológico a lo largo de su vida.

Los estímulos provocan cambios fisiológicos en nuestro cuerpo y las emociones son resultados de ellos. Las emociones y las respuestas corporales ocurren simultáneamente, no una después de la otra. Esto señala un aspecto muy importante: lo que se ve (escucha o percibe) desempeña un papel importante en la determinación de la experiencia emocional que tiene.

Las emociones van acompañadas de diversas expresiones del cuerpo, existen una serie de reacciones emocionales que pueden ser llamadas sociales, porque en la producción de las mismas intervienen situaciones sociales como la cólera, el temor, el gozo, el amor, felicidad etc.

La creatividad también depende de las emociones porque ellas son las que movilizan la actividad creadora. La palabra emoción proviene del latín “motere”, que significa mover. Los sentimientos reflejan el estado de una persona y su actitud hacia el objeto. El deseo de solucionar algo, la curiosidad, el interés o los desafíos son algunos de los principios movilizados del actuar creador. Una palabra evocadora, trae una emoción y una imagen asociada a su recuerdo. Un sentimiento desplaza a otro, en forma involuntaria y así, las emociones entran a formar parte de las operaciones mentales durante el proceso de creación. Las emociones le reportan al niño algunas señales durante el proceso de creación, porque el actuar creador se disfruta, es un acto lúdico¹⁰.

DESARROLLO CREATIVO

Origen de la Creatividad

La energía es la fuerza vital que activa y hace posible la manifestación y organización del impulso a través de las diferentes funciones de la psicoestructura humana. El impulso mínimo de la conciencia se genera al observar algún aspecto, al detectar algún estímulo en la realidad del entorno. Todo esto se produce sin la intervención de la voluntad, la que se integra al proceso cuando se hace consciente, es decir, cuando es explicitado por el intelecto en alguna forma de lenguaje¹¹.

La Sensibilidad Perceptual

La capacidad creativa está condicionada por la sensibilidad de la percepción, es decir, de la sensibilidad sensorial de cada persona para percibir y asimilar los estímulos provenientes del medio externo. Todos los órganos de los sentidos tienen que estar siempre propensos, alertas a la percepción. Eso significa advertir, distinguir y valorar los estímulos que llegan a la vista, al oído, al tacto y al cuerpo en movimiento. La sensibilidad perceptual es aquella cualidad de la conciencia que permite darse cuenta y diferenciar los factores cualitativos de la experiencia. Las cualidades de lo percibido son aquellos estímulos, tales como, luz, color, textura, volumen, espacio y otros.

La sensibilidad perceptual hace posible la discriminación fina y detallada del estímulo, llegando a apreciar en ellos, los factores de orden y sentido que componen una organización formal. La percepción sensorial es la puerta de entrada, tanto de las imágenes como de la información referencial. La conciencia alerta permite ver y notar el valor sintáctico y comprender simultáneamente, el contenido semántico de las formas. Las percepciones se registran en la memoria como imágenes preceptuales. El registro de esta información visual puede ser consciente o inconsciente.

La Conciencia

La conciencia es la estructura silenciosa primordial donde se generan todos los procesos de activación de la mente. Por conciencia se refiere aquí, con precisión, a la capacidad de darse cuenta, al estado más simple de silencio interior con el cual “nos damos cuenta que percibimos”. La conciencia tiene un rol fundamental en el desarrollo creativo de las personas, es la base primordial de toda actividad mental y su desarrollo implica orden y claridad de pensamiento, tanto como capacidad de concentración, inteligencia y creatividad.

En el proceso de creación también se entremezclan momentos conscientes e inconscientes. El inconsciente es aquella zona donde se registran todos los fenómenos que se viven y que no se tiene a flor del recuerdo, igual graba y organiza información.

Así la conciencia es considerada realmente como el foco generador de todo el proceso de la creatividad, porque es ejecutora de la integración de los demás estratos de la psicoestructura. Las emociones y el intelecto no están separados, sino que interactúan de modo continuo.

La totalidad de los estímulos y de la información proveniente del ambiente que rodea a cada sujeto, ingresa y se interioriza hasta la profundidad de la conciencia. Primero atraviesa los órganos de la percepción, luego es filtrada por las emociones y posteriormente es clasificada por el intelecto. Después, todo es archivado en la memoria consciente o registrado en ella de forma inconsciente.

En el proceso creador, la información que ingresa a la conciencia desde el exterior se combina con la que estaba acumulada desde antes. Así, un solo estímulo externo le basta a la mente para recordar todos los conceptos e imágenes asociados analógicamente al primero¹².

2.2.3 EDUCACIÓN, JUEGO Y CREATIVIDAD

En el campo de la educación consideramos en forma particular la importancia del juego y la creatividad en la infancia como formas de desarrollo, conocimiento y su aplicación en los procesos de aprendizaje.

La creatividad, el juego y la expresión artística, han sido implementadas como una bonita forma de entender a los niños o rellenar los contenidos de enseñanza, pero nunca como constitutivas del desarrollo infantil. Es así como el rol formativo del juego y la creatividad en la vida del hombre, y particularmente en la infancia, constituye un elemento decisivo para el futuro del individuo.

Cuando el niño dibuja, baila o canta, no solo disfruta y se divierte, sino que a la vez conceptualiza, conoce, produce, crece, socializa. Aprende. Así el juego y la creatividad son formas de conocer.

Los estudios de Piaget¹³, son una base para analizar cómo conoce el individuo y el rol que ocupa la creatividad y en particular en la infancia, como parte de la formación integral. Según sus estudios, al terminar el periodo senso-motor, hacia el año y medio o dos, aparece la función simbólica que es fundamental para la evolución de las conductas futuras.

El aprendizaje es un acto provocado, mientras que el desarrollo es natural, pero estos dos elementos están indisolublemente unidos.

Las actividades artísticas no son destreza manual, como tradicionalmente se creía, sino el resultado de conceptos, asociaciones, aprehensión. La expresión gráfica es conceptualización, expresa ideas y conocimiento. El desarrollo creativo del niño es un proceso de organización del pensamiento y por lo tanto de una representación del medio que va conociendo. Así el niño se expresa creativamente por medio del juego, en forma natural y sin embargo aún no se toma esto como parte de sus necesidades formativas sino que se sigue considerando como una actividad secundaria o aleatoria tanto desde el punto de vista médico, como psicológico, como educativo.

2.2.4 CONCLUSIONES

La investigación esta focalizada en niños de 3 a 6 años de edad y es prioritario tener presente la incidencia de la estimulación oportuna durante esta etapa. Aquí la formación del desarrollo neurológico esta en su clímax y se debe ofrecer al niño ambientes ricos y cargados de estimulación para despertar sus canales sensoriales, modelar sus actitudes y habilidades. Es necesario que el cerebro reciba esta información para desarrollar la inteligencia y el aprendizaje. No hay que olvidar que el aprendizaje se basa en experiencias previas.

Con respecto a las características en el desarrollo evolutivo de los niños, ellos tienen temor a los lugares nuevos, por esta razón se debe ofrecer un lugar acogedor. Así también el desarrollo del niño va a depender de acuerdo al medio social y geográfico al que pertenece, y es importante reforzar los entornos que el niño desconoce para que pueda tener un conocimiento integral del entorno.

La característica del acto "lúdico" debe estar presente en la propuesta final, pues las actividades entretenidas posibilitan un aprendizaje en cuanto favorece el juego y la entretención visual.

Respecto de las emociones, es necesario que el proyecto favorezca emociones positivas, como la alegría o la felicidad de vivir, y genere un ambiente acogedor, pues como se ha dicho anteriormente, el medio que lo rodea puede afectar directamente sus emociones y su comportamiento, teniendo en cuenta que los estímulos provocan cambios fisiológicos.

Se busca un despertar y un desarrollo en la creatividad infantil, por lo que se debe tener presente, que cada estímulo percibido por el niño a través del proyecto concebirá en su conciencia impulsos que generarán conexiones neuronales y se sensibilizara su capacidad perceptual. En el proceso creador, la información que ingresa a la conciencia desde el exterior, se combina con la que estaba acumulada desde antes. Así, un solo estímulo externo le basta a la mente para recordar todos los conceptos e imágenes asociados analógicamente al primero.

Se pretende entregar un aporte a la creatividad, el juego y la expresión artística, pues generalmente estos han sido implementados como una bonita forma de entender a los niños o rellenar los contenidos de enseñanza, pero nunca como constitutivas del desarrollo infantil. El juego y la creatividad son formas de conocer.

Notas al pie

⁶ Calderón Astorga, Natalia. “La Estimulación Oportuna” (en línea), disponible en <<http://www.grupoalianzaempresarial.com/consultorioespecializadoenlenguajeyaprendizaje/estimulacionoportunaninosexitosos.htm>> [última consulta junio 2008]

⁷ Idib.

⁸ UIUC. “Desarrollo evolutivo en los niños” [en línea] disponible en <http://www.urbanext.uiuc.edu/babysitting_sp/age-school-sp.html> [última consulta: 27 octubre 2007]

⁹ BRANDA, María. “Creatividad y Comunicación: Reflexiones Pedagógicas”, Editorial Nobuko, Buenos Aires, 2005.

¹⁰ GEA RODRIGUEZ, Verónica. “Desarrollo de la empatía” (en línea), Granada, disponible en <http://www.inteligencia-emocional.org/aplicaciones_practicas_de_la_empatia.htm>, (última consulta 15 octubre 2007)

¹¹ TOLOSA MONTELLANO, CARMEN. La sociedad. En su: Didáctica proyectual, 1^o edición. Editorial Universidad tecnológica metropolitana, 1999. Página 203

¹² Idib.

¹³ PIAGET, Jean. “Seis estudios de Psicología”, Editorial DAIMON, Barcelona. página 86



MARCO TEÓRICO [DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL]

2.3 DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

El diseño hace que en cada entorno en que nos desarrollamos, podamos ver que existen aspectos susceptibles a mejoras, y principalmente en lo relacionado a los ambientes educativos que son pilares en el desarrollo del aprendizaje.

Todo acto de diseñar ha sido y es premeditado, provocado, comprado o pedido por alguien. También es el vehículo de la información y la información es el contenido útil del mensaje. Así el acto de diseñar es convocado siempre por una necesidad de comunicación específica.

Sin embargo, el diseño generalmente es considerado superficial, de escasa trascendencia, decorativo y divertido quizás, pero a fin de cuentas insustancial. Sin embargo, como lo describe John Heskett “El diseño es una de las características básicas de lo humano y un determinante esencial de la calidad de vida. Afecta a todas las personas, en todos los detalles de lo que hacemos cada día¹⁴.

El diseño en la comunicación visual cobra la mayor importancia en el área de la educación, pues colabora con la eficiencia de la comunicación del profesor. La imagen visual refuerza la palabra, por eso, todo el material gráfico es un instrumento muy apropiado en el proceso educativo¹⁵. En la educación hay un campo de acción enorme para los diseñadores, existe la información precisa que facilita el proceso de diseño y lo transforma en material que sirve para educar. El problema educativo no lo resuelve el diseñador, sin embargo, éste ayuda eficazmente en la transmisión de los objetivos educacionales¹⁶.

2.3.1 EL DISEÑO Y EL ENTORNO

En el significado del término “entorno” intervienen diversos niveles de complejidad, la forma, el color, el dibujo y las texturas son sus elementos compositivos básicos, pero la articulación y las dimensiones del espacio, la disposición de elementos, las materialidades de los objetos y la luz es una característica específica del diseño de entornos.

Un rasgo distintivo es que los entornos son marcos para actividades y afectan significativamente las pautas de uso, al comportamiento y a las expectativas en la vida doméstica, el trabajo, la escuela, el ocio y las empresas.

El espacio afecta directamente sobre las emociones y el desarrollo de los individuos, afectando incluso el desarrollo físico y estructural de nuestro cuerpo¹⁷.

En el caso de éste proyecto, hay que tomar en cuenta que todos los jardines infantiles visitados han acomodado sus instalaciones en salas de clases, logrando lugares aptos para la educación de niños pequeños, ya que estos lugares generalmente son casas donde el espacio ha sido creado para que una familia pueda vivir y desarrollarse y no en aulas educativas. Por lo tanto han tenido que adaptarse a un lugar que no necesariamente resulta cómodo o funcional.

2.3.2 EXPERIENCIA VISUAL

La experiencia visual humana es fundamental en el aprendizaje para comprender el entorno y reaccionar ante él. La vista es veloz, comprensiva y simultáneamente analítica y sintética. Requiere tan poca energía para funcionar, lo hace a la velocidad de la luz, que permite a nuestras mentes recibir y conservar un número infinito de unidades de información en una fracción de segundos. Buscamos un apoyo visual de nuestro conocimiento por muchas razones, pero sobre todo por el carácter directo de la información y por su proximidad a la experiencia real. Lo icónico es la capacidad de ver, reconocer y comprender visualmente las fuerzas ambientales y emocionales.

Cualquier acontecimiento visual es una forma con contenido, pero el contenido está intensamente influido por la significancia de las partes constituyentes, como el color, el tono, la textura, la dimensión, la proporción y sus relaciones compositivas con el significado.

Cuando vemos, hacemos muchas cosas a la vez, vemos periféricamente un campo enorme, vemos mediante un movimiento de arriba abajo y de izquierda a derecha. Descodificamos muchas clases de símbolos. Se trata de un proceso multidimensional cuya característica más notable es su simultaneidad. La inteligencia visual capta a la velocidad de la luz numerosas unidades básicas de información o bits, sirviendo simultáneamente de dinámico canal a la comunicación y de ayuda a la educación¹⁸.

2.3.3 EL DISEÑO Y LAS COMUNICACIONES

Nos vemos continuamente bombardeados con conjuntos de imágenes visuales, su influencia es penetrante, en sentido positivo y negativo: pueden informar, dirigir, influir, excitar, confundir e irritar.

Las imágenes bidimensionales como medio de expresión personal comunican con gran inmediatez y tienen un profundo efecto a la hora de estimular una serie de reacciones.

Al momento de estructurar un mensaje, sea cual sea el nivel de aplicación, se debe emplear un vocabulario común de signos, símbolos, tipografías, colores y motivos para estructurar la información.

Procesos de Comunicación

Al hablar de la comunicación visual, hablamos de un proceso donde el emisor es todo individuo, que elabora un mensaje visual con una intención determinada. Los problemas del lenguaje, los códigos, los signos, los símbolos y sus relaciones constituyen el campo de la semiótica y de la semántica.

El mensaje, expresa la intencionalidad del emisor. Sobre él se ejerce en primera instancia, la lectura del receptor, la decodificación, la interpretación. Se denomina receptor, al individuo o un grupo que interpreta un determinado mensaje. Se entiende por código, las reglas de elaboración y combinación de los elementos del mensaje. Ésas reglas conforman un sistema que debe ser conocido tanto por el emisor como por el receptor.

(De aquí la importancia en la codificación del mensaje orientado a niños pequeños, pues si el mensaje es muy complicado de comprender los niños tendrán dificultades para descodificar e interpretar lo que se les quiere enseñar.)

El referente es el tema del mensaje, aquello a lo cual el mensaje alude. El marco de referencia constituye el contexto inmediato que permite la interpretación del mensaje. El soporte es el conjunto de los elementos materiales que sirven para difundirlo.

Cuando nosotros expresamos y recibimos mensajes visuales los hacemos en tres niveles: Representativo, entendiendo que es aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia; Abstractamente, o sea, cuando un hecho visual queda reducido a sus componentes visuales y elementales básicos, realzando los medios más directos, emocionales y hasta primitivos de confección del mensaje; y Simbólicamente, que es el gran universo de sistemas de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que adscribe un significado.

Éstos son los elementos básicos que fundamentan la conceptualización de la comunicación visual, desde una visión semiótica¹⁹.

2.3.4 LAS FORMAS BÁSICAS DE COMPOSICIÓN

Las formas o conceptos básicos sintetizan toda la realidad, nuestro mundo, existen objetos, cosas que tienen formas determinadas y las llamamos con esos nombres: cosas redondas, cuadradas, triangulares.

Estos conceptos nos ayudan a ordenar y organizar el mundo que nos rodea, lo mismo sucede cuando enseñamos por ejemplo, a distinguir una vaca de un perro y situamos a estos animales en una clase o categoría natural. Para realizar estos aprendizajes se precisa de una serie de procesos mentales como pueden ser el análisis de los elementos que vemos, la selección de unas características frente a otras, diferenciar y comparar, poner nombres, memorizar y tomar una decisión sobre el elemento, objeto o cuestión que estamos analizando. Toda una serie de procesos mentales básicos se ponen en acción. Por lo tanto este aprendizaje instruye a los niños y les da una serie de información y un instrumento de conocimiento.

2.3.5 EL COLOR

Este capítulo aborda los colores desde el punto de vista de la psicología, y cómo influyen en el comportamiento humano. Si bien existen los colores primarios y secundarios, también se abordan colores que nacen de las diferentes mezclas, pues tienen incidencia y de igual manera afectarán e influirán en el comportamiento de los individuos.

Actuación de los colores sobre los sentimientos y la razón

La teoría del color²⁰ distingue entre los colores primarios (rojo, amarillo y azul) y los colores secundarios (verde, anaranjado y violeta), existen también las mezclas subordinadas como el rosa, el gris o el marrón.

Cada color puede producir distintos efectos, dependiendo del contexto, la ocasión y el soporte puede tener significados distintos. Un verde puede parecer saludable y venenoso, un negro puede parecer tétrico o elegante.

Un acorde cromático se compone de aquellos colores más frecuentemente asociados a un sentimiento o concepto en particular, así el acorde determinará el efecto del color principal.

Ejemplificación de acordes cromáticos



Ningún color carece de significado, ningún color aparece aislado, si no que siempre está rodeado de otros colores. Como ya lo mencionamos antes, el color está determinado por su contexto, es decir por la conexión de significados en la cual percibimos el color. De esta manera el contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable, correcto, confiable o de mal gusto.

EL AZUL

Es el color preferido, color de todas las buenas cualidades que se acreditan con el tiempo, de todos los buenos sentimientos, la simpatía, la armonía, la amistad, y la confianza, no hay ningún sentimiento negativo que domine este color²¹.

Este color también se relaciona con la fantasía, como un color de anhelo, de lo irreal, de la ilusión. Se le relaciona con las cualidades intelectuales y masculinas, como la inteligencia, la ciencia, la concentración, la independencia. Su color complementario, según la rosa cromática es el naranja, pero desde el punto de vista de la psicología y el significado asociado es el rojo. Un ejemplo:

Rojo/Azul	Activo/Pasivo
	Caliente /frío
	Corporal/espiritual
	Violencia/Calma

EL ROJO

Los niños asocian el rojo al sabor dulce, como el de los caramelos y el ketchup. No obstante, cuando los niños pintan no parecen mostrar ninguna predilección especial por este color, y simplemente pintan rojo lo que es rojo²².

El rojo también es considerado como el color de la alegría, de lo dinámico y lo activo, pero así también es considerado como el color de la agresividad, de la guerra y la fuerza. Es el color simbólico de todas aquellas actividades que exigen más pasión que razonamiento.

Su color complementario es el verde, sin embargo desde la psicología del color su opuesto sería el blanco, un ejemplo:

Rojo/blanco	Fuerte/débil
	Lleno/vacío
	Pasional/insensible

EL AMARILLO

Es uno de los tres colores primarios y es el más claro de todos los colores vivos. El amarillo esta presente en experiencias y símbolos relacionados con el sol, la luz y el oro, sin embargo ningún otro color es tan inestable y contradictorio. El amarillo depende, más que ningún otro color, de las combinaciones. Es el color de la luz, la iluminación, y del entendimiento. Es el color del optimismo, de la diversión, de la amabilidad, es sereno y animador, pero también del enojo, de la mentira, la envidia, de los despreciables y los traidores²³.

El amarillo irradia alegría, es el color principal de la amabilidad. Un ejemplo de esto es "smile", el icono redondo con una sonrisa radiante reconocido a nivel mundial.

El amarillo es divertido, pero para que resulte amable necesita un acorde especial "amarillo+naranja+rojo", así esta triada representa el gozo de vivir, la actividad, la energía. .

El amarillo es llamativo y chillón, se caracteriza con la espontaneidad, la impulsividad, a veces con lo impertinente, es reconocible a grandes distancias resaltando del fondo y llamando la atención.

Su color complementario es el violeta, pero en el aspecto psicológico su opuesto es el gris. Un ejemplo:

Amarillo/gris	Brillante/Apagado
	Llamativo/Discreto
	Animado/triste
	Radiante/nublado

EL VERDE

El verde, esta situado en perfecta neutralidad entre los extremos, proporciona una sensación de tranquilidad y seguridad. Es el color de la vida y la salud, no sólo referido al hombre, sino también a todo lo que crece. Lo sano es verde, nos recuerda todas las verduras y hortalizas, la vegetación en general. El verde es el color de la vida vegetativa, y el acorde verde-rojo simboliza la vitalidad máxima²⁴.

El verde tiene una vinculación con los "fresco", lo fresco es lo contrario de lo conservado, lo preparado, lo ahumado y lo secado. Junto al azul resulta especialmente refrescante. En esta combinación el azul obra como agua y el verde como toda la naturaleza. Es también el color de la juventud y de la inmadurez, es el color de la esperanza. Es un color tranquilizante, que alivia y es acogedor, alegra la vista sin cansarla.

El verde se halla también en el acorde de la felicidad, formado por los colores oro, rojo y verde.

EL NARANJA

Es el color de la diversión y del budismo, de lo exótico y llamativo. Es reconocido como un color lleno de sabor; gustoso y aromático. Es también el color de la diversión, la alegría y de la sociabilidad. El rojo y el amarillo separados contrastan demasiado entre si para que puedan asociarse a la diversión, mientras que el naranja los une y armoniza; sin él no hay diversión²⁵.

También se le vincula con el color del peligro. La "actividad" puede ser amarilla cuando es ligera y serena, anaranjada cuando en ella hay inquietud, y roja cuando es intensa y energética.

EL VIOLETA

EL violeta²⁶ es la mezcla de rojo y azul, y su diferencia con el lila, es que este último siempre contiene blanco. Es el color del poder, de la teología, la magia, el feminismo, el color de los sentimientos ambivalentes.

En ningún otro color se unen cualidades tan opuestas como en el violeta: es la unión del rojo y del azul, de lo masculino y de lo femenino, de la sensualidad, y de la espiritualidad. La unión de los contrarios es lo que determina el simbolismo del color violeta.

EL ROSA

Se le considera como un color dulce y delicado, escandaloso y cursi, el color del encanto y de la cortesía. Todas las cualidades atribuidas al rosa se consideran típicamente femeninas. Simboliza la fuerza de los débiles, como el encanto y la amabilidad, cualidades nobles de compromiso, la suavidad y la ternura, la sensibilidad y la etapa infantil. Es el color de las ilusiones y de los milagros, la ilusión, la ensoñación y el romanticismo. Las ilusiones corresponden a un estado en el que uno se encuentra sobre "Nubes Rosas" y todo lo ve "De color de Rosa"²⁷.

Es el color de los confites, lo dulce, lo delicioso, lo benigno, lo artificial, lo no natural. El rosa es un color de deleite.

El contrario psicológico del rosa es el negro

- Rosa/negro Delicadeza / Fortaleza
- Ilusión / Decepción
- Escandaloso / Elegante

EL MARRÓN

Es el color menos apreciado, pero está en todas partes, el marrón o castaño no se considera un color, pero es la mezcla de todos los colores, la mezcla del rojo y el verde da marrón, el violeta y el amarillo da marrón, el azul y el anaranjado da marrón, y si se combina cualquier color con negro da marrón, así podríamos decir que el marrón es mas una mezclolanza, que un color propiamente tal²⁸.

El marrón es un color valorado positivamente para los espacios habitables. Su cercanía a lo natural, hace del marrón el color de la comodidad. Es el color de los materiales rústicos. Es también reconocido como el color de sabor más fuerte, el color de lo tostado, de la carne asada, de la masa horneada, y tiene un intenso aroma a café, a té, a cacao y a chocolate.

EL BLANCO

En el sentido físico, en la teoría óptica, el blanco es más que un color: Es la suma de todos los colores de la luz. Como color de la luz, el blanco no es propiamente un color, sin embargo hay una diferencia entre la teoría óptica y la práctica de nuestra visión que llena de connotaciones a este "color"²⁹.

Como color psicológico el blanco es el cuarto color primario, pues no puede obtenerse de la mezcla de otros colores. Según el simbolismo es el color más perfecto, no hay ningún "concepto blanco", de significado negativo.

Es el color de lo femenino, la inocencia, del bien, de los espíritus, y es el más importante para los pintores, es la base de todo. El blanco es el color de la limpieza y la pureza. Es el color del diseño minimalista, objetivo y neutral. Y se ha convertido en un color de fondo sobre el cual los demás colores ganan en vistosidad. El blanco es vacío, ligero y esta siempre arriba, es también el color de lo desconocido. Por experiencia, todos esperamos encontrar las sustancias ligeras encima de las pesadas, y, por tanto, también los colores ligeros sobre los pesados; este es un principio estético.

EL NEGRO

Física y teóricamente el negro es la ausencia de todos los colores, por esto se decidió que el negro no es un color. Sin embargo en el sentido psicológico y en la connotación de significaciones es el color del poder, de la violencia, la muerte y el duelo, el color de la negación y de la elegancia.

El negro invierte todo significado positivo de cualquier color vivo. El amor es rojo, pero el rojo acompañado de negro caracteriza lo contrario del amor, el odio. El negro establece la diferencia entre el bien y el mal, establece la diferencia entre el día y la noche. Así el efecto más poderoso del negro, es la inversión de todos los valores.

El negro es el color de lo sucio y lo malo, la maldad es negra, es el color de la mala suerte.

El negro concentra su efecto en los límites del objeto, destando su forma y levandandolo del fondo.

2.3.6 CONCLUSIONES CAPÍTULO

La importancia de este proyecto radica en el aporte a la educación pre-escolar, por lo tanto la imagen visual es una herramienta fundamental que hay que tener presente.

La imagen refuerza la palabra, y a través de ésta el niño puede “leer el conocimiento por medio de imágenes”, como en el inicio de la escritura con en el hallazgo de los jeroglíficos, que no eran “letras” propiamente tal, sino símbolos. Posteriormente la imagen fue utilizada como un tipo de escritura para los iletrados. Es por esta razón que se ha decidido hacer hincapié en la visión, pues es el sentido que se desarrolla mas rápido y por el cual el niño recibe grandes cantidades de información. La vista es veloz, comprensiva y simultáneamente analítica y sintética.

También los entornos son marcos para actividades educativas y afectan significativamente el comportamiento de los niños, sus emociones y motivaciones. Por lo tanto, tienen que ser ambientes propicios y provistos del material necesario y adecuado.

La importancia en la construcción del mensaje, radica en que se deben tomar en cuenta las características propias del receptor y su capacidad de descodificación. El referente, o sea, el tema sobre lo que va a tratar el mensaje, se decidirá más adelante, sin embargo también se debe considerar el contexto en el cual los niños van a recibir dichos mensajes.

El niño esta recién empezando a reconocer el medio que lo rodea, está empezando a asociar y reconocer las formas básicas, éstas le ayudan a ordenar y organizar el mundo que les rodea. Por lo tanto, al momento de realizar la propuesta hay que considerar este punto, pues es necesario que los niños puedan asociar elementos como el círculo, el cuadrado, el rectángulo y el triángulo a los elementos naturales y cotidianos que les rodean.

Por último, es necesario tener un conocimiento previo de la significación y los sentimientos que evocan los colores sobre las personas, los que influyen en el comportamiento humano. Los colores facilitan la transmisión de emociones, y en las asociaciones que el niño hará con las imágenes. El color nos ayuda a representar el entorno donde ellos viven.

Notas al pie

¹⁴ HESKETT, John. Selección Múltiple. En su: El diseño en la Vida Cotidiana. Editorial Gustavo Gili, 2005.

¹⁵ DONDIS, Donis A. Selección Múltiple. En su: La sintaxis de la Imagen. 11° Edición, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1995.

¹⁶ MONTELLANO TOLOSA, Carmen. La sociedad. En su: Didáctica proyectual, 1° edición. Editorial Universidad tecnológica metropolitana, 1999. Página 203

¹⁷ DONDIS, Donis A. La sintaxis de la Imagen. 11° Edición, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1995, 212p.

¹⁸ BRANDA, María. "Creatividad y Comunicación: Reflexiones Pedagógicas", capítulo VIII, Editorial Nobuko, Buenos Aires, 2005.

¹⁹ HELLER, Eva. En su: "Psicología del Color". Editorial Gustavo Gili, 2005.

²⁰ Ibid., p. 45

²¹ Ibid., p. 48

²² Ibid., p. 50

²³ Ibid., p. 55

²⁴ Ibid., p. 58

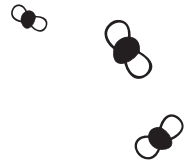
²⁵ Ibid., p. 60

²⁶ Ibid., p. 63

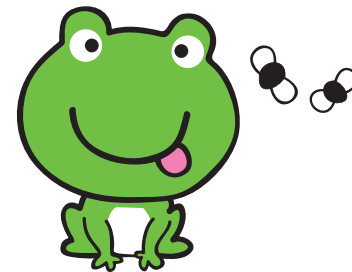
²⁷ Ibid., p. 65

²⁸ Ibid., p. 68

²⁹ Ibid., p. 70



MARCO TEÓRICO [SOBRE INTERNET Y PÁGINAS WEB]



2.4 SOBRE INTERNET Y PÁGINAS WEB

Internet ha evolucionado y ha transformado la forma de comunicarse con la sociedad. En la actualidad, esta herramienta permite realizar labores desde el hogar, mantener un contacto con personas a grandes distancias, y también permite dar a conocer un sin número de empresas que ofrecen sus productos y realizan sus ventas por este medio, entre otros.

Es interesante como a través de Internet podemos comenzar la búsqueda de productos que requerimos para suplir nuestras necesidades, podemos realizar un vitrineo virtual, en el cual es posible cotizar, comparar, y comprar distintos productos.

La necesidad de tratar este tema en el proyecto, es que dado el contexto y los requerimientos necesarios para llevar a cabo el proyecto, nos interesa saber aspectos como la usabilidad, la interfaz, la disposición de la información inciden de forma directa sobre el usuario, o el potencial comprador en la página Web.

Así también es interesante tener en cuenta las recomendaciones y elementos básicos sobre las tiendas virtuales y sus ejemplos más destacados.

2.4.1 FUNCIONAMIENTO DE LA WEB

La visualización de una página Web, u otro recurso, de la World Wide Web comienza normalmente tecleando la URL de la página en el navegador Web, o siguiendo un enlace de hipertexto a esa página o recurso. El primer paso consiste en traducir la parte del nombre del servidor de la URL en una dirección IP usando la base de datos distribuida de Internet conocida como DNS. Esta dirección IP es necesaria para contactar con el servidor Web y poder enviarle paquetes de datos.

El siguiente paso es enviar una petición HTTP al servidor Web solicitando el recurso. En el caso de una página Web típica, primero se solicita el texto HTML y luego es inmediatamente analizado por el navegador, el cual, después hace peticiones adicionales para los gráficos y otros ficheros que formen parte de la página. Las estadísticas de popularidad de un sitio Web normalmente están basadas en el número de 'páginas vistas' o las 'peticiones' de servidor asociadas, o peticiones de fichero, que tienen lugar. La mayoría de las páginas Web contienen hiperenlaces a otras páginas relacionadas, y algunas también contienen descargas, documentos fuente, definiciones y otros recursos Web.

Esta colección de recursos útiles y relacionados, interconectados a través de enlaces de hipertexto, es lo que ha sido denominado como 'red' de información. Al trasladar esta idea a Internet, se creó lo que Tim Berners-Lee llamó WorldWideWeb³⁰.

2.4.2 INTERFAZ DE USUARIO

La interfaz de usuario es la forma en que los usuarios pueden comunicarse con una computadora, y comprende todos los puntos de contacto entre el usuario y el equipo. Sus principales funciones son: Manipulación de archivos y directorios; Herramientas de desarrollo de aplicaciones; Comunicación con otros sistemas; Información de estado; Configuración de la propia interfaz y entorno; Intercambio de datos entre aplicaciones; Control de acceso; y Sistema de ayuda interactivo³¹.

Existen dos tipos de interfaz de usuario:

- Interfaces alfanuméricas (intérpretes de mandatos).
- Interfaces gráficas de usuario (GUI, Graphics User Interfaces), las que permiten comunicarse con el ordenador de una forma muy rápida e intuitiva.

2.4.3 USABILIDAD

La usabilidad (dentro del campo del desarrollo Web) es la disciplina que estudia la forma de diseñar sitios Web para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible³².

La mejor forma de crear un sitio Web usable es realizar un diseño centrado en el usuario (en contraposición a lo que pudiera ser un diseño centrado en la tecnología o uno centrado en la creatividad u originalidad). Así mismo, otro requisito para que una Web sea accesible es que cualquier persona pueda acceder a sus contenidos independientemente del dispositivo que use (hardware o software). De esta forma podemos decir que trabajamos para seres humanos que quieren realizar una tarea de una forma sencilla y eficaz, y en este caso particular, la deben realizar frente a un ordenador en un entorno gráfico, la Web. La usabilidad ayuda a que esta tarea se realice de una forma sencilla analizando el comportamiento humano, y los pasos necesarios para ejecutar la tarea de una forma eficaz

2.4.4 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

El término “Arquitectura de la Información” (AI)³³ fue utilizado por primera vez por Richard Saul Wurman en 1975, quién la define como:

El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información

Si nos ceñimos exclusivamente a la AI en el campo de la Web, una de las definiciones que Louis Rosenfeld y Peter Morville ofrecen en su libro “Information Architecture for the World Wide Web 2nd Edition”, puede sernos de más fácil comprensión: El arte y la ciencia de estructurar y clasificar sitios Web e intranets con el fin de ayudar a los usuarios a encontrar y manejar la información.

El concepto “Arquitectura de la Información” no sólo engloba la actividad de organizar información, sino también el resultado de dicha actividad. La arquitectura de la información de un sitio Web, como resultado de la actividad, comprende los sistemas de organización y estructuración de los contenidos, los sistemas de rotulado o etiquetado de dichos contenidos, y los sistemas de recuperación de información y navegación que provea el sitio Web.

Así también, la Arquitectura de la Información trata indistintamente del diseño de: sitios Web, interfaces de dispositivos móviles o gadgets (como los iPod), CDs interactivos, videoclips digitales, relojes, tableros de instrumentos de aviones de combate o civiles, interfaces de máquinas dispensadoras, interfaces de juegos electrónicos, etc.

Su principal objetivo es facilitar al máximo los procesos de comprensión y asimilación de la información, así como las tareas que ejecutan los usuarios en un espacio de información definido.

2.4.5 BASES PARA REALIZAR UN SITIO WEB

Un sitio en Internet es más que una suma de páginas Web, exige un planteamiento y un trabajo premeditado. Evidentemente para lograr esto es necesario un conocimiento mínimo de HTML y algunas herramientas que harán las cosas más fáciles. Pero ante todo está el autor, que es quien le transfiere a su sitio un estilo único y personal.

El primer paso es plantearse las siguientes preguntas:

¿Qué quiero publicar?, ¿A quien va dirigida la página?, ¿Con qué material cuento?, y ¿Qué necesito?

Posteriormente, se necesita tener claro el orden y la estructura del sitio, como por ejemplo las secciones y páginas que lo van a formar, la estructura física en el servidor (donde se guardarán las imágenes, los scripts, y los archivos de estilo), y una parte imprescindible en la estructura lógica del sitio, es decir, cómo se van a relacionar y agrupar las páginas, y como será la navegación por el sitio.

En la estructura existe una página principal, desde la que se puede llegar a otras páginas de la Web. Estas otras páginas a su vez son un nodo para llegar a otro grupo de páginas³⁴.

2.4.6 EL DISEÑO EN UN SITIO WEB

Para crear un sitio óptimo, se deben considerar las características de los siguientes elementos³⁵:

El texto: el texto debe ser legible, y estar ubicado de una manera tal, que permita su lectura con facilidad. Se debe considerar el tamaño de la tipografía, pues muy pequeño será ilegible, y muy grande se verá tosco.

Las imágenes: La gran mayoría de páginas Web contienen imágenes y otros componentes multimedia como animaciones flash o sonidos. Sin embargo hay que considerar que las imágenes adicionan peso a los sitios, y esto puede provocar una navegación más lenta, por lo tanto se hace indispensable la optimización de las imágenes y su formato ideal antes de armar la página.

TIPOS DE IMÁGENES

Imágenes JPG

JPG es un algoritmo diseñado para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises. JPEG es también el formato de archivo que utiliza este algoritmo para almacenar las imágenes comprimidas. Es recomendado su uso para fotografías o imágenes con degradados. A mayor compresión de la imagen, es menor la calidad, pero también es menor su peso y tamaño.

Imágenes Gif

GIF es un formato sin pérdida de calidad para imágenes con hasta 256 colores, limitados por una paleta restringida a este número de colores. Por ese motivo, con imágenes con más de 256 colores (profundidad de color superior a 8 bits), la imagen debe adaptarse reduciendo sus colores, produciendo la consecuente pérdida de calidad.

Este formato gráfico es utilizado ampliamente en la World Wide Web, tanto para imágenes como para animaciones y permite definir zonas transparentes.

Imágenes PNG

Este formato también permite transparencias graduadas, en donde los colores van graduados desde el 0% hasta el 100%, no admite animaciones, sin embargo la compresión de un png es mucho mejor que la compresión de un formato gif. Este formato no es muy utilizado en Internet.

Imágenes Vectoriales

Las páginas realizadas en Flash, utilizan mucho este tipo de imágenes para realizar animaciones de todo tipo, a su vez este tipo de animación puede ser exportada a otros formatos.

2.4.7 QUÉ ES UNA TIENDA VIRTUAL?

El Comercio Electrónico (e-commerce) está de moda, y ha cambiado en forma radical el modo de cómo son y cómo funcionan las empresas. El concepto de Tienda Virtual representa el intento de trasladar el lugar físico del comercio a Internet ³⁶.

Sin duda que uno de los ejemplos mas notables en cuanto al e-commerce, es el caso de Amazon.com, éste es un sitio en Internet que se inició como una tienda virtual para la venta de libros en línea, y ahora está expendiéndose para incluir otros productos como CDs, DVDs, artículos para el hogar, juguetes, electrónica, software y hasta subastas online. Fundada en el año de 1994, en una época donde los problemas de lentitud en los tiempos de respuesta en Internet eran todavía mayores que los de hoy en día, Amazon.com ha logrado posicionarse como el sitio de comercio electrónico por excelencia ³⁷.

Los cientos de miles de visitas al sitio de Amazon.com se deben a la gran variedad de productos disponibles, a la facilidad de navegación dentro del sitio, al excelente uso del correo electrónico como parte de su estrategia de mercadotecnia, y a su habilidad para poder efectuar recomendaciones de productos a sus diferentes visitantes.

A continuación expondremos los componentes básicos de una tienda virtual

La Tienda Virtual: El local

Es el equivalente del local físico, es un conjunto de páginas web mostradas al visitante desde un servidor. Por tanto, la elección de una buena plataforma tecnológica para desarrollar la tienda virtual y sobretodo la capacidad de adaptar esa plataforma según los cambios que se vayan produciendo son básicos para llevar a buen término el proyecto de comercio virtual.

Como en cualquier tienda, la ubicación es determinante para el éxito. Se recomienda que la nueva tienda virtual se ubique en su " propio local ", es decir tener su propio dominio en Internet, por ejemplo, <http://www.pegalo.cl/>.

Cada día están surgiendo nuevas iniciativas, incluso existen proveedores que ofrecen herramientas que permiten construir la tienda virtual de manera fácil y rápida. Adicionalmente, temas como la promoción y las técnicas para atraer visitantes a ella influirán en el éxito de ésta.

La vitrina

Las páginas Web son el escaparate y las estanterías de los productos. Deben ser acordes con la imagen que se pretenda dar al negocio. El uso de los colores y los elementos gráficos pueden convertir la experiencia de compra del cliente en algo agradable que desee realmente repetir y recomendar a otras personas. Sin embargo, debe prestarse total atención al balance entre una vistosa presentación, la facilidad y velocidad de manejo y navegación de la Tienda Virtual.

Los productos

Lo primero que buscan los visitantes al entrar a una tienda virtual son los productos o servicios que se ofrecen. Con todo, es frecuente ver tiendas virtuales con una absoluta despreocupación por “facilitar” las compras de los clientes. Los productos que aparecen en las páginas se pueden presentar y gestionar de distintas formas, la más sencilla es usando páginas Web estáticas que se modifican cada vez que se altera alguna información sobre el producto. Este enfoque es simple y válido para tiendas con pocos productos que varíen poco en sus características y precios. Esto además facilita la navegación y la rapidez con la que el interesado recibe la información.

El carrito de compra

Uno de los conceptos que ha tomado fama en el ámbito de las tiendas virtuales es el del “carrito de compra”. Simplemente se trata de un software -puede ser parte de la solución completa o un módulo adicional- que asiste al cliente en su “recorrido virtual” por la tienda anotando los productos que él va indicando y calculando el costo final, además de permitir devolver productos “a las estanterías”. Mientras mayor sea la flexibilidad con la que el cliente puede interactuar con estos módulos y la facilidad de uso de estas utilidades, mayor será la satisfacción de los compradores.

Los medios de pago

Finalmente, una vez el cliente decide que ha seleccionado todos los productos que “se llevará” éste debe pasar por caja. Las políticas de seguridad y de confidencialidad de los datos y transacciones de los clientes deben estar claras. El comercio electrónico, como el tradicional, se basan muchas veces en la confianza construida entre cliente y vendedor. El cobro por tarjeta de crédito parece ser el medio principal de transacción en la mayoría de las tiendas virtuales. Sin embargo, no todos los negocios pueden aprovechar este medio de pago. Ofrecer diversas posibilidades de pago a los clientes para que decidan cual prefieren es una buena idea. Aunque habrá que estar preparado para atender todas esas formas de pago.

El servicio en la tienda

Por muy fácil y bien preparada que esté la tienda virtual es probable que en algún momento el cliente tenga dudas que resolver o desee plantear alguna cuestión. En una tienda tradicional simplemente se dirigiría al vendedor más próximo para orientarse. Pero en una tienda virtual, donde a veces se pone demasiado énfasis en la automatización del proceso de venta, el cliente no sabrá dónde dirigirse. A medida que se intensifique el acceso y el uso del comercio electrónico por personas menos habituadas a manejar medios electrónicos, la necesidad de prestar ayuda “al instante” será fundamental para asistir al cliente en su proceso de compra. Sin embargo es importante comprender que no todos los clientes entran en la tienda a comprar. Muchos entrarán simplemente a ver que hay, otros a comparar precios, otros a buscar información previa a tomar una decisión de compra e incluso otros a buscar información post-venta.

La entrega del material

Otro de los problemas actuales al que se enfrentan las tiendas virtuales es el de la entrega del material. Lo que en muchos comercios es algo tan simple como llenar una bolsa que se llevará el cliente, en una tienda virtual se convierte en despachar la compra a la dirección que nos indique el cliente, en perfectas condiciones.

Seguramente el servicio de entrega estará en las manos de empresas terceras, y en casos de problemas o atrasos la reputación de la tienda virtual se verá de igual manera afectada. También hay que tener presente que la facilidad de compra por parte de clientes desde el extranjero puede quedar anulada por la dificultad de entrega del material ya sea por motivos de costes o de aduanas.

NOTAS AL PIE

³⁰ WIKIPEDIA , “Funcionamiento de la Web” [en línea] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web#Funcionamiento_de_la_Web>, [última consulta junio 2008]

³¹ WIKIPEDIA , “Interfaz de usuario” [en línea] disponible en < http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_de_usuario>, [última consulta junio 2008]

³² MONTERO HASSAN Yusef, “No solo usabilidad journal n° 1” [en línea] disponible en <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm#piedepagina> [última consulta junio 2008]

³³ FERNÁNDEZ MARTÍN Francisco , “ No Solo Usabilidad journal, n° 2” [en línea] disponible en < <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/ai.htm>> [última consulta junio 2008]

³⁴ DOMÍNGUEZ, Saulo. En su Diseño y desarrollo web con Dreamweaver Mx 2004, 1° edición, editorial Ritisa, 2005. Pág 26.

³⁵ DOMÍNGUEZ, Saulo. En su Diseño y desarrollo web con Dreamweaver Mx 2004, 1° edición, editorial Ritisa, 2005. Pág 28.

³⁶ ODISEA WEB, “¿Qué es una tienda virtual?” [en línea] <<http://www.mujeresdeempresa.com/tecnologia/tecnologia001003.shtml>> [última consulta junio 2008]

³⁷ MENDOZA JORGE, “Diseño de tiendas virtuales en Internet” [en línea] Disponible en < <http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo21.htm>> [última consulta junio 2008]

MARCO TEÓRICO [EMPRESA Y MARCA]



2.5 DEFINICIÓN DE EMPRESA

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales ³⁸.

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad para la satisfacción de sus necesidades, este organismo es coordinado por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creados.

Al interior de toda empresa existen diferentes tipos de recursos, tales como: los recursos materiales, las instalaciones, la materia prima, y los recursos técnicos. Así también existen los recursos humanos y financieros (ver pág. 98).

2.5.1 LA MARCA, UN ELEMENTO DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA O PRODUCTO.

La marca, según menciona Norberto Chávez³⁹, es la que representa a una entidad o a un producto: lo que un producto o empresa es, y lo que quiere transmitir. Se convierte en la imagen de una “personalidad” que ha sido otorgada a una empresa o a algún tipo de producto.

A través de la marca se hace una representación gráfica de la empresa o producto; un diseño en el que se encarna la esencia de estos y permite reconocerlos fácilmente. Se trata de un signo que contiene y constituye la identidad del producto, y expresa su personalidad de una manera distintiva, a través de formas y colores. Su función principal es de identificación y distinción, así como también producir una impresión perdurable en la mente del usuario.

Es importante que una imagen de marca logre, ante todo, su reconocimiento, esto sucede cuando los clientes pueden asociarlo directamente con el producto o empresa representado y cuando, a través de dicho signo, los consumidores pueden hacerse una idea completa sobre éstos.

Desde el punto de vista del consumidor, la marca representa un importante factor en el proceso de toma de decisiones, ya que transmite una serie de atributos o de valores que se instalan en la mente del destinatario y contribuyen a formar condiciones psicológicamente favorables al consumo, y actitudes positivas sobre la misma.

La marca, como concepto, consiste en un rasgo, huella o grafismo, que se asume como signo singular que distingue a una cosa de otra, abarcando no sólo productos que cotidianamente consumimos, sino también los servicios y las organizaciones, suelen ser interpretadas como signos materiales que emplean compañías y productos para diferenciarse de los demás.

Entre las características esperadas de una marca, debe ser corta, fácil de leer y de pronunciar, se debe asociar al producto o a alguna de las características del mismo, debe ser simple, para generar un reconocimiento visual, recordable, que sea capaz de grabarse en la memoria del usuario, pregnante, que se destaque por sobre las imágenes de marca de la competencia, distintivo y reconocible, que sea único y sepa rescatar la particularidad del producto o empresa en relación a otros del mismo tipo, y además debe ser eufónica (que sea agradable al oído y que no resulte ridícula).

Según Murphy & Rowe⁴⁰: “las marcas se han convertido en mucho más que simples recursos para distinguir productos: se han convertido en avales e indicadores de calidad, de valor, de fiabilidad y de origen.”

Existen cuatro clasificaciones en cuanto a la marca, estas son: el logotipo, isotipo, imagotipo e isologo (o isologotipo).

- Logotipo: Es un elemento verbal representado en forma escrita que asume una fisonomía singular y constante. El logotipo es la forma más común de representar una marca debido a su carácter fonético, pues a diferencia de las marcas icónicas, éste se puede leer.

- Isotipo: se refiere solamente al signo gráfico (dibujo) de la marca y no considera el texto que lo acompaña (un ejemplo, es la manzana de apple).

- Imagotipo: Es la suma del isotipo con el logotipo. Según Norberto Chávez, estos pueden funcionar de forma aislada si así se desea, ya que es el usuario quien mediante la identificación, logra reconstruir el texto.
- Isologotipo: corresponde a una imagen conformada por un elemento visual y uno escritural (logotipo y isotipo), pero a diferencia del imagotipo, ambas partes funcionan en conjunto. Texto e imagen se “funden” y funcionan juntas.

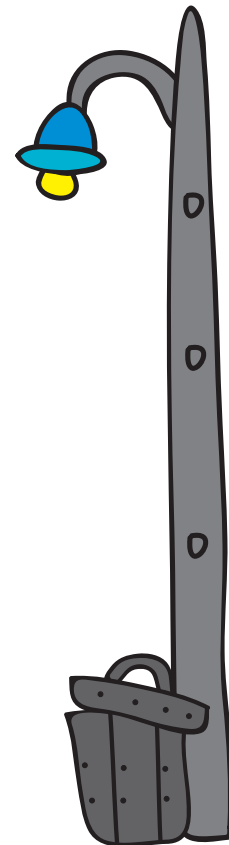
NOTAS AL PIE

³⁸ WIKIPEDIA. “Definición de empresa” [en línea] disponible en < <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa> > [última consulta junio 2008]

³⁹ CHAVES, Norberto. En su *La imagen corporativa*, Gustavo Gili 1988, España.

⁴⁰ MURPHY, John. ROVE. En su *Michael cómo diseñar marcas y logotipos*. Ed Gustavo Pili, España, 1991. página 8.

MARCO TEÓRICO [STICKERS Y SUS ANTECEDENTES]



2.6 STICKERS Y SUS ANTECEDENTES

2.6.1 MURALISMO Y PAPEL MURAL

Uno de los antecedentes directos del adhesivo sobre las murallas es el muralismo y posteriormente el papel mural. A continuación, un breve esbozo de su presencia en la historia.



El hombre de la prehistoria que vivía en las cavernas (las más nombradas son la cueva de Altamira en España y la cueva de Lascaux en Francia), realizó las conocidas pinturas rupestres, éstas fueron las primeras representaciones sobre muros y están presentes en muros de grandes dimensiones. Éstas según Gombrich⁴¹ tenían un fin mágico y ritual.

La pintura del Antiguo Egipto fue eminentemente simbólica, su técnica pictórica fue un precedente de la pintura al fresco, ya que aglutinaban pigmentos naturales, que mezclaban con clara de huevo y disolvían con agua para poder aplicarlo sobre los muros revestidos con una capa de revoco seco de cal.

La pintura, como todo el arte del antiguo Egipto, estaba sometida a reglas muy estrictas, como el canon del perfil, la jerarquía, la ausencia de perspectiva y los colores planos. Las pinturas se encuentran en papiros y paredes de tumbas, en éstas los temas representados son esencialmente costumbristas, escenas de la vida cotidiana o mitológica.

En Grecia, específicamente en Pompeya, destacan las pinturas murales y los mosaicos. En las murallas de sus casas y en los pilares se pueden encontrar pinturas con motivos cotidianos, naturaleza muerta, paisajes.

El arte griego y romano tuvo gran influencia sobre los judíos, pues aunque la ley judía prohibía la creación de imágenes por temor a la idolatría, éstos decoraron las paredes de sus sinagogas con temas extraídos del antiguo testamento. Una de estas pinturas fue descubierta y es una representación de moisés sacando agua de la roca.

Otro ejemplo es la basílica de S. Apollinare, donde las representaciones eran útiles, pues hacían recordar a los fieles las enseñanzas que habían recibido. El Papa Gregorio el grande recordó que muchos de los fieles no sabían ni leer ni escribir, y para enseñarles, las imágenes fueron tan útiles como los grabados de un libro ilustrado para niños. “La pintura puede ser para los iletrados lo mismo que la escritura para aquellos que saben leer”.

En el período medieval tardío aparecen las iglesias góticas con finos detalles en trabajo en piedra y vitrales. Aquí se fue perdiendo el trabajo sobre los muros.



Pintura Egipcia.



Pintura de Pompeya; una dama que esta cortando flores mientras danza



Relato de Moises sacando agua de la roca.



Basílica de S. Apollinare

Durante el Renacimiento se produjeron grandes murales, como los frescos realizados por Rafael en las Estancias del Vaticano. Posteriormente, con el Barroco y el Rococó aparece una gran complejidad de decoración sobre los muros y cielos.

La pintura mural suele tener un carácter decorativo en la arquitectura, aunque también cumplió finalidades didácticas. Sin embargo, la pintura mural no ha llegado nunca a un deceso, sino que ha estado presente en la mayoría de los movimientos posteriores, como puede verse ulteriormente en la obra de los muralistas mexicanos y los graffiti.

En cuanto al papel mural, aparece en el siglo 2 d. C. y tarda seis siglos en llegar a occidente. La creación de papel mural pintado a mano nace en China y Japón destacan las pinturas en muros, papeles y sedas.

En el siglo XIX aparece el Romanticismo, durante este periodo se desarrolló una gran cantidad de estilos de diseño ornamentales, donde se privilegia la ostentación. Es aquí, donde surge el artista William Morris, quien trabajó en papeles murales, cristalería, tapices, joyas, y muebles con un carácter decorativo, en este período se intenta dar forma al Art Nouveau, con formas curvilíneas y motivos de la naturaleza.



Antiguo papel mural Chino

Durante el siglo XX surgieron corrientes estéticas como el expresionismo, el fauvismo, el cubismo, futurismo, surrealismo y abstracción. Durante este siglo prevalece la industrialización de materiales ornamentales y con la llegada de la imprenta el papel mural se hizo más accesible al público y tuvo una mayor producción.

En la actualidad los materiales más comunes para decorar los muros son la pintura y el papel mural, líderes de la decoración interior por siglos, los cuales han tenido variaciones en sus aplicaciones, pues gracias al avance de la tecnología se han podido diversificar en sus características. Durante los últimos años surge el stickers de vinilo como alternativa de decoración.

2.6.2 EL BUMB DEL ADHESIVO

Los adhesivos nacen principalmente como una herramienta para la ambientación de vitrinas. Existen dos formas para utilizarlos: el vinilo de corte, con su color y terminación de origen; y el vinilo a base de agua, papel impreso posteriormente troquelado.

El vinilo para corte es utilizado por Domestic⁴², un colectivo francés que en septiembre del 2005 crea una colección llamada “Vinilo, una alternativa de papel mural”. Y así se generó un cambio radical en la utilización de este material que pasó desde las vitrinas al hogar, como un elemento decorativo. Posteriormente, esta novedosa técnica ha ido en aumento y haciéndose cada vez más utilizada por diseñadores como una novedosa herramienta para intervenir espacios temporalmente.

En el año 2005, Volkswagen diseño un vehículo dirigido especialmente a los jóvenes. Este revolucionario vehículo requería un revolucionario lanzamiento, y fue así como el departamento de Marketing comenzó a trabajar en el Project Fox, nunca una campaña de publicidad había llegado tan lejos.

Así nace la iniciativa del Hotel Fox, un proyecto que consistió en remodelar el Park Hotel, cuyas 61 habitaciones fueron completamente vaciadas y pintadas de blanco para que los 40 artistas agrupados en 21 firmas de diseño procedentes de distintos países pudieran soñar e imaginar habitaciones nunca antes creadas, destacando las aplicaciones en muros como los autoadhesivos de grandes formatos con gráficas diseñadas para cada habitación.

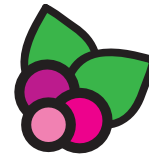
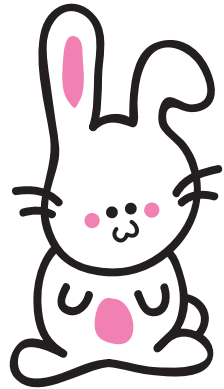
En el próximo capítulo se mostrarán algunas de las habitaciones de éste novedoso Hotel.

Notas al pie

⁴¹ Gombrich, E. H. La historia del arte, Editorial Sudamericana.

⁴² Domestic, “home domestic” [en línea] disponible en < www.domestic.fr > [última consulta: junio 2008]





MARCO TEÓRICO [REFERENTES Y MATERIAL EXISTENTE]

2.7.1 STICKERS MURAL Y REFERENTES MÁS DESTACADOS

Stickers adhesivo aplicado en una pieza del Hotel Fox, el cliente específico fue Volkswagen para su novedosa campaña publicitaria. Diseñador: Genevieve Gaukler



Habitación "sleep Season" en el Hotel Fox, diseñada por Rinzen, para VW.



Esta habitación fue intervenida directamente sobre los muros con cintas prefabricadas, alterando la percepción del espacio.



Shimo es un restaurante japonés de Brasil, se quiere lograr el efecto de una aventura manga.



Universidad Billy Blue School of Graphic Arts, este proyecto surgió cuando esta escuela de diseño situada en Australia trasladó una de sus instalaciones a un edificio corporativo. Los diseños de la puerta se usaron como un sistema para identificar las diferentes aulas de la escuela y para crear una sensación de diversión e interés en las nuevas instalaciones. El diseño fue realizado por Naughtyfish.



Botique Carrera y Carrera en Madrid, el diseño fue realizado por Carmen García Huerta



Selfridges Lab café. Esta cafetería cubrió todas las paredes con ilustraciones de mujeres que se están probando la ropa recién adquirida. El diseño fue realizado por Container.



2.7.2 REFERENTES DE ILUSTRACIÓN

Pucca

Originalmente, el personaje de Pucca⁴³ fue creado por la compañía surcoreana Vooz como la imagen de un servicio de postales electrónico, pero debido al éxito obtenido, la compañía comenzó a realizar una serie de 24 episodios de tan sólo 2 minutos y medio de duración por segmento. La serie fue distribuida por Jetix en Europa y Latinoamérica. Posteriormente esta serie dejó de ser cortos de dos minutos para convertirse en una serie animada de 26 episodios de media hora.

Con respecto al tipo de gráfica, las proporciones de los personajes no son reales, ya que éstos son “cabezudos”, conocidos como “child-bodied” o “chibi”. Se utilizan trazos negros y gruesos, sólo para los personajes, el resto de los elementos y el fondo nunca tienen contornos. Los personajes son coloreados con colores planos, pero para el fondo y algunos elementos, se utiliza mucho la grilla de degradación. La ilustración utiliza formas básicas, así es como podemos ver que el círculo es utilizado para construir la copa de los árboles, los arbustos, los montes, las nubes, las pantallas de luz. Asimismo, la cabeza de los personajes se asemeja al ovalo.

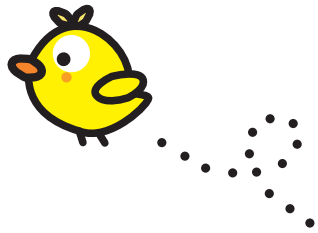


Tado

Tado⁴⁴ es un grupo de diseñadores dedicados a la animación, ilustración, diseño de juguetes, y de todo lo que se les ocurra. Su presencia es amplia en el rubro del diseño, pues han tenido todo tipo de clientes y sus ilustraciones son aplicadas sobre todo tipo de soportes.

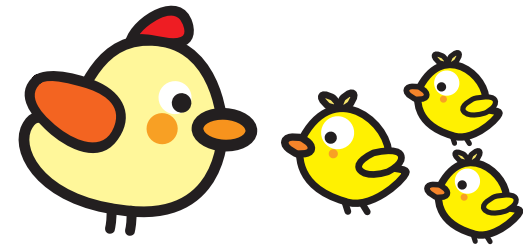
Su estilo de personajes podría clasificarse en el cute-manga, con influencias japonesas. Son constantes las representaciones de objetos, animales o personajes no reales, le dan énfasis a los elementos naturales como los árboles, las montañas, el arco iris, las nubes, etc. Todos los componentes cobran vida, pues ellos aplican ojos, rubor y boca a casi todos los elementos presentes. Sus ilustraciones son vectoriales, colores llamativos y saturados, utilizando colores planos en los personajes y grillas de degradación en los elementos del fondo. Utilizan la perspectiva en montañas, árboles, casas o calles, pero el diseño de personajes siempre es plano, frontal o de perfil. No hay presencia de trazo que contornee las figuras, sino que destacan por el contraste de colores.





CAPÍTULO 3

ETAPA PROYECTUAL



3.1 PROPUESTA DE DISEÑO

Luego de la investigación realizada - in situ – se expusieron las ventajas y beneficios que el mural puede entregar en la educación, pero así también sus falencias en los aspectos prácticos y conceptuales. Frente a esto se ha decidido plantear una solución coherente a las necesidades de los establecimientos y considerando también las características de los niños preescolares, ésta solución consiste en un sistema de piezas gráficas que puede ser aplicada en las murallas de forma fácil y rápida. Las piezas abordan distintos temas, todos estos relacionados con las unidades pedagógicas pre establecidas por el ministerio de educación.

Para realizar esta propuesta se tomaron en cuenta las problemáticas y dificultades implicadas en el proceso de elaboración artesanal de los murales, entre las que más destacan la técnica al momento de pegar las graficas v/s el tiempo de duración de la adhesión. Y también se observó la limitación de la ubicación espacial para la adherencia, puesto que como sólo son papeles o cartulinas adheridos, los niños tienden a tirar y despegar las decoraciones.

Una de las soluciones más idóneas en este caso particular es el Sticker mural que gracias a la innovación en cuanto a los recursos para decorar los espacios habitables, facilita la aplicación y la creación de espacios confortables. Esto abre una oportunidad para la creación de una empresa cuyo rubro es dedicarse exclusivamente al diseño de stickers educativos y ser proveedora de éste producto en los distintos establecimientos. La empresa se guiará en relación a los objetivos y principios establecidos en las bases curriculares para la educación parvularia. y serán complementadas con datos obtenidos en la investigación al interior de estos establecimientos.

Respecto del producto, en primera instancia se ofrecerán 8 piezas gráficas que representarán distintos paisajes del entorno natural. Sin embargo también se ofrecerá una alternativa 5 set con temáticas que apoyan actividades comunes realizadas en los jardines.

Al tratarse de una empresa que vende un producto en el mercado, se necesita una marca representativa tanto para la empresa, así también para su respectivo producto, un envase para la venta, distribución y un catálogo para su promoción.

Esta empresa necesita un sitio en Internet donde se expongan las distintas variables del producto y por medio de éste sitio se realizará la venta. En el sitio web se hará una sugerencia de cómo cada uno de estos paisajes puede ser armado, ya que el sticker esta compuesto por una base y por piezas independientes, éstas piezas podrán ser ubicadas en el lugar donde se estime necesario, dejando las posibilidades de composición a libre elección.

3.1.1 PÚBLICO OBJETIVO

Estos stickers son creados como una herramienta de apoyo al aprendizaje infantil, principalmente en aulas educativas como los jardines infantiles, sin embargo pueden ser utilizadas en lugares como las guarderías infantiles, salas de espera o de tratamiento en clínicas u hospitales, bibliotecas infantiles, o en las propias piezas de los niños y en sus salas de juego, cada una de estas organizaciones son los decidores, o compradores, los que tienen el poder adquisitivo y de llevar a cabo una compra .

En el caso puntual de los jardines infantiles, estos son establecimientos privados que corresponde al sector oriente de Santiago como es el caso de Providencia, Ñuñoa, La Reina , Vitacura, Las Condes, Lo Barnechea y La Dehesa. Que tienen asumido y tienen considerado en su presupuesto las inversiones en cuanto a material didáctico y educativo.

Sin embargo, el consumidor o beneficiario final, y a quien va dirigida la propuesta del producto son principalmente los niños entre 3 y 6 años que están en la etapa de aprendizaje y de reconocimiento del medio que los rodea. Niños curiosos, que están en las primeras etapas del lenguaje verbal y artístico, en esta etapa los niños deben entender conceptos básicos como las diferencia de colores, tamaños, números, letras, y la asociación de todo su entorno considerando los distintos medios. Estos niños también comienzan sus representaciones dramáticas imitando las características de distintos animales o jugando a la casita. Durante este periodo los niños necesitan ser estimulados frecuentemente a través de distintos elementos y métodos.

3.1.2 CONCEPTOS GENERALES DE COMUNICACIÓN

Estos conceptos provienen de los principios y objetivos de la educación parvularia expuestos en las Bases Curriculares por el Ministerio de Educación. Entre los conceptos más destacados que la propuesta debe transmitir encontramos:

Conceptos de connotación positiva, tales como lo lúdico, lo alegre y lo acogedor. Lo lúdico tiene importancia ya que esta característica promoverá el juego y el aprendizaje entretenido. Es importante el carácter lúdico que deben tener las situaciones de aprendizaje, ya que el juego tiene un sentido fundamental en la vida del niño. La alegría o felicidad tiene relación con una gráfica animada que entusiasme y estimule al pequeño, que induzca al niño a descubrir y asociar su realidad, la alegría también está relacionada con las motivaciones y la disposición del niño a aprender y compartir.

Así también la propuesta debe promover y hacer un aporte en cuanto generar un ambiente cálido y acogedor, ya que estas características promueven el bienestar integral del niño, pues éste al sentirse cómodo en un ambiente comienza a desarrollar sus sentimientos de seguridad, confianza, curiosidad, interés por otros niños y por el mundo que los rodea. Un ambiente acogedor fomenta la participación del pre escolar en las distintas actividades de la educación.

3.1.3 OBJETIVOS COMUNICACIONALES DEL PRODUCTO

- El producto debe promover y hacer un aporte en cuanto debe generar un ambiente cálido y acogedor para el niño.
- Las piezas gráficas deben incentivar el desarrollo y la estimulación de la creatividad, y por medio de estas el niño puede tener una asociación de los entornos que lo rodean y ampliar su conocimiento del medio.
- Por medio de estas piezas se pretende ampliar el conocimiento del medio, entregando oportunidades que permitan conocer y descubrir diferentes entornos enriqueciendo su visión del mundo.
- Los contenidos del mensaje están relacionados con el entorno natural y los seres vivos y se expresan por medio de gráficas lúdicas y expresivas, pertinentes para niños pre-escolares.

3.1.4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Este producto nace para suplir las falencias encontradas al interior de los jardines infantiles en el uso y aplicación de los murales. Sin embargo los Stickers murales propuestos también cuentan con características educativas enfocados en niños pre-escolares. Estos Stickers corresponden a un sistema de piezas gráficas organizadas y fundamentadas según los principios y objetivos de la educación parvularia, éstos han sido abordados y aplicados en cada una de las piezas realizadas.

Los contenidos pedagógicos han sido seleccionados a partir de los contenidos expuesto en las bases curriculares de la educación parvularia teniendo presente los aprendizajes esperados en dicho nivel. Una vez elegido el contenido principal, se han desarrollado distintas temáticas todas éstas se relacionan con el entorno natural y el medio que los rodea.

Para generar éste sistema de piezas, se ha desarrollado un código gráfico y cromático particular, que está presente en cada una de las piezas otorgando coherencia a la propuesta. Este código ha sido elaborado pensando en niños de 3 a 6 años, y cuyas características principales es apuntar a lo entretenido, llamativo y amigable.

Por otro lado, se puede decir que el Sticker Mural es un sistema abierto, ya que cada uno de los elementos que conforman el producto permite una interacción y una intervención al momento de aplicarlo sobre el muro, posee un intercambio con el medio, donde la educadora podrá elegir el espacio y la ubicación de cada una de sus partes, adaptándolo al espacio destinado.

En primera instancia se ofrecerán 8 alternativas que representarán distintos paisajes del entorno natural. Sin embargo también se ofrecerán 5 set relacionados con las distintas actividades y apoyos visuales utilizados al interior de los jardines Infantiles.

El Sticker se conforma por una base y por piezas independientes que complementan el paisaje, sin embargo los Set se conforman solo de piezas aisladas con una temática en común.

3.1.5 CONTENIDOS GENERALES DEL PRODUCTO

Como se menciono anteriormente, los contenidos pedagógicos han sido seleccionados a partir de los contenidos (ámbitos) expuestos en las bases curriculares, en éste proyecto la temática seleccionada corresponde al ámbito del medio natural, específicamente en el núcleo de los seres vivos y su entorno.

Para organizar cada una de las distintas temáticas en la propuesta se ha desarrollado la siguiente tabla.

MEDIO TERRESTRE	MEDIO ACUÁTICO	MEDIO AÉREO
El Campo La Pradera La Ciudad La Selva	El Mar El Charco	El Espacio El Cielo

El medio terrestre, el medio acuático y el medio aéreo serán los distintos paisajes que se representarán. Así también sus variaciones, por ejemplo en el medio terrestre podemos encontrar el campo, la selva, y la ciudad. En el medio acuático podemos encontrar los mares, ríos o lagos, y el medio aéreo puede ser representado de diversas formas. Cada uno de estos medios tiene seres vivos característicos que el niño podrá reconocer y asociar a su respectivo lugar.

El niño podrá identificar los distintos elementos, objetos y seres vivos que conforman cada uno de los entornos, podrá tener una noción mas amplia al reforzar medios con los cuales el no esta directamente relacionado.

Uno de los aprendizajes esperados de esta unidad, es que el niño pueda formar una actitud de respeto y cuidado frente a la naturaleza y el medio que lo rodea, por lo tanto es importante hacer énfasis en que toda la naturaleza que lo rodea esta compuesta por seres vivos. También se espera que los niños sean capaces de reconocer características básicas de los seres vivos, su hábitat, características geográficas y conocer algunos de los componentes del universo.

Sin embargo, las temáticas abordadas en los Set se relacionan con las actividades comunes realizadas al interior de los jardines, como por ejemplo el rincón de la casa, el rincón de la lectura, y la presencia de vocales con sus respectivos elementos ("a" abeja, "e" elefante, etc.), los medios de transporte haciendo hincapié en los terrestres, aéreos y acuáticos, los cambios climáticos y sus elementos (como la lluvia, el trueno, el sol, el arco iris), y también las típicas huinchas de medición de altura.

3.1.6 ASPECTOS SINTÁCTICOS DEL PRODUCTO

FORMATO

El sticker mural cubrirá una gran superficie de la muralla, sin embargo no debe ser demasiado grande pues recordemos que éste será sólo "una de las herramientas" que la educadora puede utilizar para traspasar los conocimientos.

En la etapa inicial de ventas se ofrecerán dos formatos, y éstos se podrán encontrar en tres tamaños, logrando adaptarse a las necesidades de los usuarios, estos tamaños serán: pequeño, mediano, y grande, denominados con su letra correspondiente (S, M, y L). A continuación se muestran las medidas en la siguiente tabla

ÁREA DE SUPERFICIE		
S	54 x 120 cms	72 x 120 cms
M	72 x 160 cms	96 x 160 cms
L	90 x 200 cms	120 x 200 cms

EL área de superficie máximo, como esta descrito en la tabla para los 2 formatos es de 90 x 200 cms., o de 120 x 200 cms., sin embargo esta área es estimativa y es el área recomendada para instalar el stickers, ya que todo dependerá de cómo sea efectuada la composición.

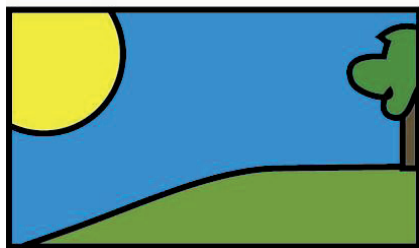
FORMAS Y COMPOSICIÓN

Las formas que se utilizarán serán planas y simples, más cercanas a las formas básicas que al realismo. Se evitará el uso de perspectiva y del escorzo, puesto que son formas de ilustración más complejas de comprender en los niños pequeños.

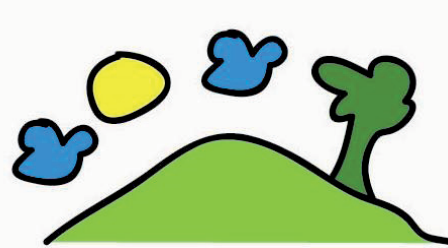
En la etapa preescolar es importante tener referentes que representen la realidad de forma amigable y entretenida, para formar un vínculo afectivo con el entorno natural. Por otro lado, como referente gráfico para preescolares es conveniente partir siempre de lo que los niños puedan dibujar, las formas básicas y simples facilitan la expresión gráfica, pues para el niño será factible de reproducir. Desde el nivel más básico se debe potenciar la capacidad de representación.

Respecto de la composición se entregará un ejemplo para su adhesión, pero como el stickers esta compuesto por la pieza base y las piezas independientes quedará al criterio y necesidad de quién haga la aplicación.

Una regla general del stickers es que éste debe integrarse al espacio, a la sala de clases y no dividir el espacio, ni quedar como un elemento aislado en la superficie.



Forma incorrecta, divide el espacio.


















Forma correcta, se integra al espacio.

CÓDIGO CROMÁTICO

Los colores serán saturados y fuertes, llamativos y alegres, estos serán acorde a la representación de la realidad, se respetaran los colores reales para no provocar confusión en la asociación que el niño hará, así el niño verá al perro blanco, negro o café, pero no celeste. Los elementos tendrán un contorno negro para distinguir la figura con el fondo y destacar así el contorno de dichos elementos, esto también le dará fuerza a la gráfica.

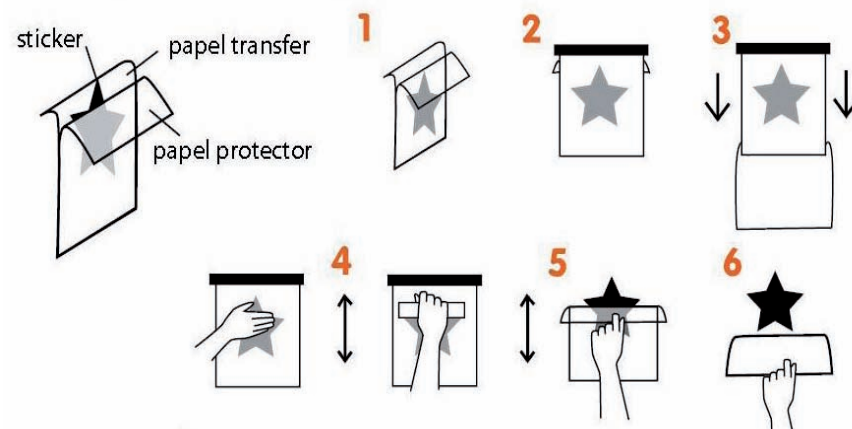
Los colores principalmente utilizados serán los descritos a continuación, sin embargo pueden existir variaciones para generar distintos tonos en la ilustración.

	Color Blanco C 0% M 0% Y 0% K 0%		Color Verde C 75% M 0% Y 100% K 0%
	Color Negro C 0% M 0% Y 0% K 100%		Color Verde C 60% M 0% Y 100% K 0%
	Color Violeta C 25% M 100% Y 0% K 0%		Color Amarillo C 0% M 0% Y 100% K 0%
	Color Rosado C 0% M 80% Y 10% K 0%		Color Amarillo C 0% M 25% Y 100% K 0%
	Color Rosado C 0% M 30% Y 30% K 0%		Color Naranja C 0% M 75% Y 100% K 0%
	Color Celeste C 40% M 0% Y 5% K 0%		Color Rojo C 0% M 95% Y 100% K 0%
	Color Cian C 80% M 25% Y 0% K 0%		Color Marrón C 25% M 100% Y 100% K 25%
	Color Verde C 100% M 25% Y 100% K 25%		

INSTRUCCIONES PARA EL USO DEL PRODUCTO

Etapa de preparación

- La superficie que va a recibir el stickers debe estar seca, limpia y lisa (sin asperezas que puedan dejar pasar el aire).
- Debe tener un paño y un tape para facilitar el proceso.
- Debe colocar marcas en la superficie donde será puesto el stickers, esto facilitará su tarea.



Etapa de adhesión

- 1 Despegar el papel protector aproximadamente unos 15 centímetros.
- 2 Fijar el Stickers con tape en la superficie elegida.
- 3 Sacar de a poco el papel protector.
- 4 Fijar bien el stickers sobre la superficie, puede hacerlo con paño o una regla para expulsar el aire.
- 5 Quite el tape y retire con mucho cuidado el papel transfer.
- 6 Asegurarse que ningún detalle del stickers esté pegado al papel y retírelo completamente.
- 7 En el caso que quede aire, se puede picar la burbuja con una aguja.
- 8 Posteriormente puede pasar nuevamente un paño seco sobre el stickers.

3.2 LA EMPRESA Y SU MARCA

El rubro de esta empresa es dedicarse exclusivamente al diseño de stickers educativos y ser proveedora de éste producto en los distintos establecimientos educativos, para insertarse en el mercado es necesario desarrollar una marca representativa tanto de la empresa como del producto.

En cuanto al funcionamiento de la empresa, ésta contará con un sitio en Internet, en el cual se expondrán todos los productos, y el usuario podrá realizar su compra a través de distintos medios de pago. Además se expondrá información adicional como el proceso de instalación, información general de la empresa, y una zona de contacto.

3.2.1 LA MARCA

Pégalo! es el nombre de la empresa y a la vez del producto a través del cual los stickers se darán a conocer en el mercado, es necesario un nombre corto, fácil de leer y de pronunciar. Pégalo! se asocia con el producto y con su cualidad característica de ser un stickers, además de ser altamente recordable. También debe sonar fonéticamente pegajoso.

Se hace referencia a la acción de pegar en las murallas de forma fácil y rápida. Tan fácil que solo se trata de pegar...pégalo! Es como decir "solo hazlo", haciendo una referencia directa sobre el producto. Esta marca es un verbo, una acción que nos invita a realizar lo que dice esta palabra, es una orden clara que queda grabada en nuestro subconsciente.

3.2.2 LOGOTIPO

Pégalo! Hace referencia a los sticker, se utilizaron colores fuertes y vivos, haciendo un logo llamativo y divertido, los bordes se utilizaron para seguir la línea de la ilustración, sin embargo se prefirió el celeste por sobre el negro, ya que el negro hace que el logotipo se vea mas duro y fuerte, y lo que se busca es un logotipo amigable.

Propuestas para logotipo



Los colores y la morfología hacen que el logotipo resalte en los distintos soportes ya sea la página web, el envase, o el catálogo, y a la vez se integra como un elemento que tiene relación con el producto.

Este es un logotipo de fácil lectura, esta característica lo hace ser recordable, tiene un aire de lúdico y su morfología lo hace distintivo, logrando que se destaque de las marcas comunes. El detalle de la esquina simboliza la acción del Stickers pegándose, lo que rescata la particularidad del producto de ser adherido a cualquier superficie.

La tipografía utilizada fue "justh another font", una vez trazada se corrigieron las rectas, las curvas, las aberturas, se eliminó la sombra, y se corrigió la letra A.

El color celeste está compuesto por un 100% de cian y un 25% de magenta, se eligió este color por ser dinámico, amistoso, con brillo, asexual (ya que esta tonalidad es utilizada tanto por hombres como por mujeres). Y el naranja está compuesto por un 50% de magenta, y un 100% de amarillo, el naranja es un color alegre, es el color de la diversión y de lo llamativo.

Propuestas Final a Color



3.3 EL ENVASE

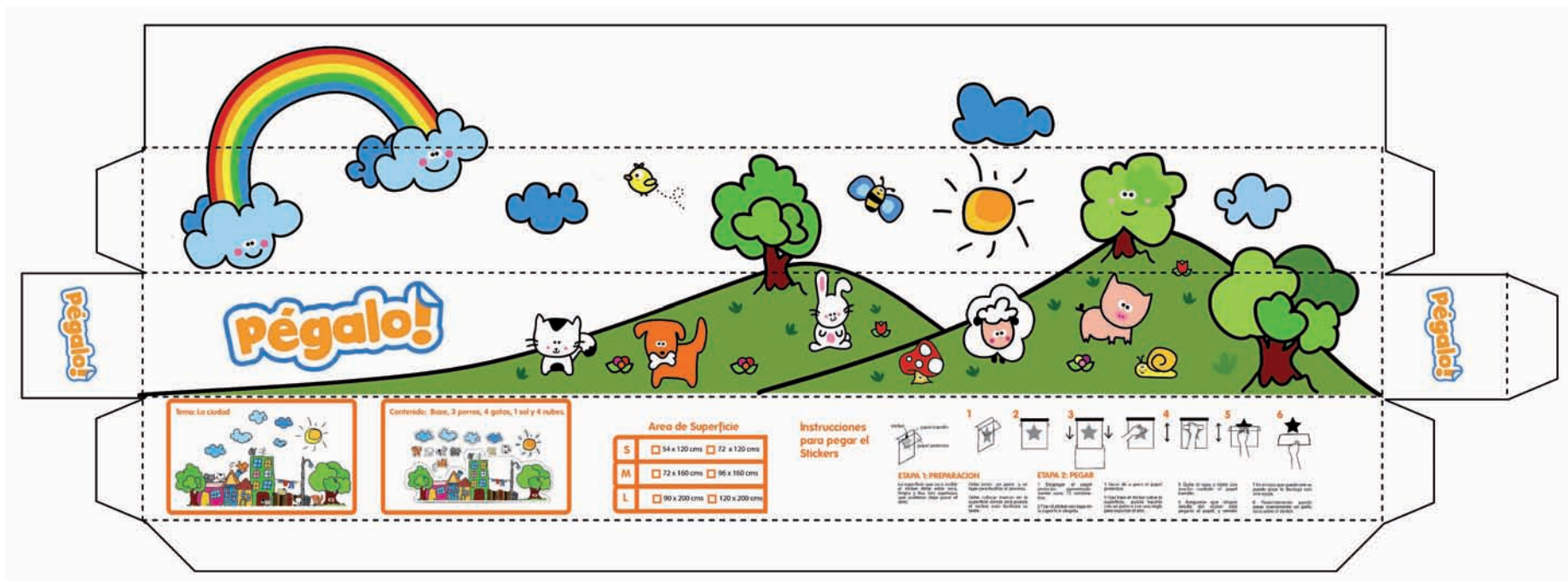
La misión de todo envase es proteger y contener el producto, ya sea mientras este almacenado, o durante el traslado. Su forma debe facilitar estas características.

Contenidos del envase

En este envase se hará referencia a la marca, se respetará la línea gráfica aplicada a los stickers y se dará cuenta del tema elegido, su contenido (las piezas que contiene en su interior). En el envase estarán las instrucciones para la correcta aplicación de los stickers sobre el muro, también se indicará el área de superficie que ocupará una vez instalado.

Aspectos sintácticos

El formato del envase será una caja rectangular de 100 cms. x 10 cms. Y los colores serán los mismos que se utilizaron en la propuesta del producto, para mantener la coherencia.



3.4 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Estrategia de Promoción a corto plazo

La promoción de este producto se realizará vía Internet, en una primera instancia enviando un catalogo versión pdf e invitando a visitar el sitio en Internet, será enviado a todos los correos electrónicos de los jardines Infantiles que aparecen en la página de jardines infantiles de Chile y a su vez a los correos de los jardines que poseen su página personal.

También se pretende realizar un catalogo impreso de los stickers realizados y sus diferentes propuestas, los cuales se enviarán a las direcciones físicas que aparecen publicadas en la página web.

Estrategia de Promoción a largo plazo

En una segunda instancia, se podrá promocionar a través de las revistas utilizadas como material de apoyo por las educadoras, una de las más populares y utilizadas es maestra jardinera, de la editorial Ediba. Y también a través de avisos publicitarios en las páginas web relacionadas con la educación o el bienestar de los niños.

3.4.1 CATÁLOGO

El catálogo se ha desarrollado como una de las piezas para la promoción, por medio de estos se expondrán los distintos modelos del producto, sus características, las distintas medidas, una breve descripción del vinilo y su forma de utilización, también se hará una reseña a los beneficios del producto mismo.

3.4.2 SITIO WEB

El sitio web es fundamental para este proyecto, tanto en el aspecto de las ventas como en la difusión y exposición de los productos. Los aspectos de diseño e información serán elaborados por su realizadora, sin embargo el aspecto técnico de hosting, dominio y el funcionamiento del carro de compras serán elaborados por un tercero.

Se han considerado los términos de usabilidad y facilidad en la navegación del sitio, exponiendo la información con claridad e informando a los usuarios en el proceso de compras, se expondrán todos los productos y sus determinadas características, considerando el tamaño, el contenido, y el valor según el tamaño, se informará respecto de la forma de instalación apropiada del vinilo, entre otros.

El sitio contará con un Index, ésta es la página de inicio donde el interesado ingresa por medio de una botonera a las distintas secciones de la página.

Las secciones son:

Quienes somos

Información sobre el proyecto, su incidencia en el aprendizaje y el desarrollo de los niños.

Catálogo en línea

Aquí se podrán apreciar las distintas opciones del producto, se dará cuenta de las dimensiones del adhesivo y su respectivo valor.

Información técnica

En esta sección se explica paso a paso la forma de adhesión.

Preguntas frecuentes

Se encontrarán las preguntas y respuestas respecto de las superficies de adhesión, el tipo de soporte, como despegar los stickers, entre otros.

Contacto

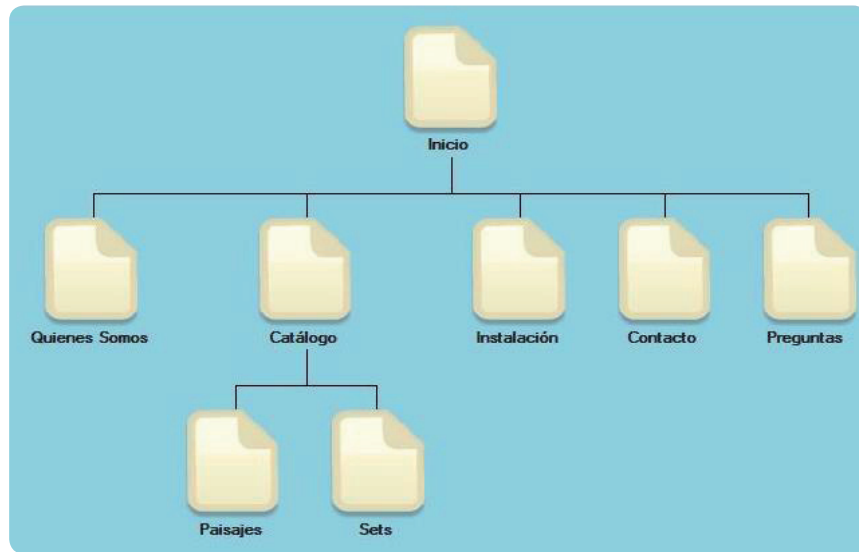
Aquí el interesado deberá ingresar su nombre y su e-mail, posteriormente puede ingresar sus preguntas o comentarios.

Por medio del contacto también se podrán hacer sugerencias y pedidos especiales.

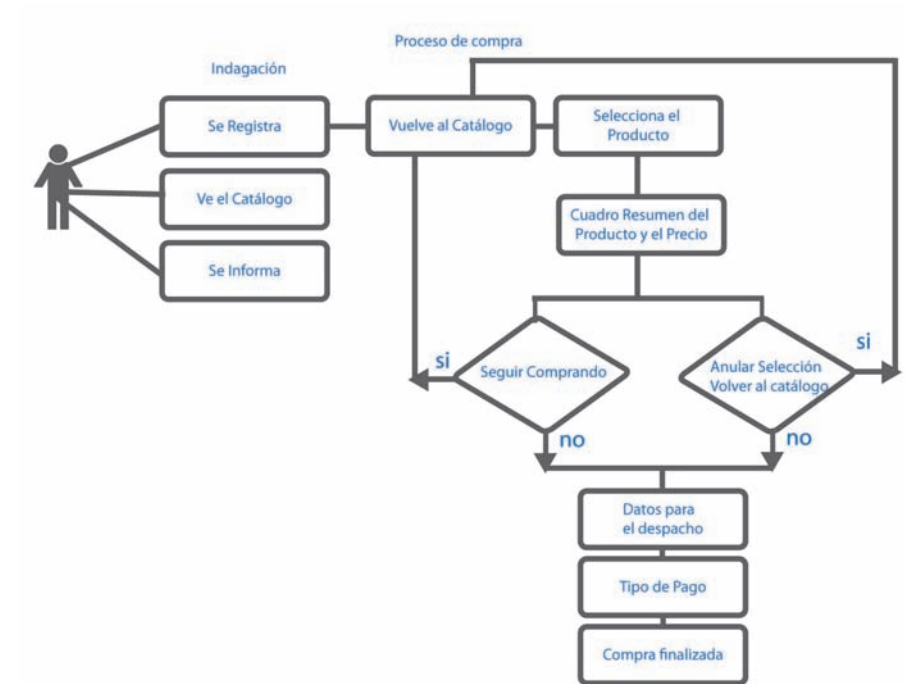
Registro de usuarios

El usuario deberá ingresar sus datos personales, pues debe estar registrado al momento de realizar la compra.

MAPA DEL SITIO



PROCESO DE VENTA EN EL SITIO



3.5 PRODUCCIÓN, VENTA Y DESPACHO

3.5.1 PRODUCCIÓN

Los stickers son realizados en papel adhesivo a base de agua, impresos en cuatricromía, que se corta según el diseño seleccionado, de manera que no presenta ningún tipo de película transparente de fondo. La forma queda perfectamente pegada a la superficie. Puede aplicarse sobre paredes, vidrios, maderas y, en general sobre cualquier soporte liso. Estos vinilos cuentan con una cara adhesiva y un acabado cuya durabilidad es ilimitada en interiores y de corta duración en exteriores.

Estrategia de Producción

En la primera etapa se necesita un volumen reducido de las piezas, para tantear cual es el artículo más vendido, y las preferencias en cuanto a tamaño.

3.5.2 VENTA

El proceso de ventas es fundamental en este proyecto, considerando que no todas las personas cuentan con una tarjeta de crédito es necesario dar todas las facilidades de pago.

ESTRATEGIA DE VENTAS

Venta vía Internet

La venta de este producto se realizará vía Internet, que es la herramienta más rápida para la difusión y de fácil acceso, sumado a lo anterior, todos los jardines infantiles que están enrolados por la JUNJI, cuentan con un espacio en la página www.jardinesinfantiles.cl. Así también hay jardines que poseen su propia página en Internet, esto da cuenta de que efectivamente los establecimientos usan este medio de comunicación para publicitar e informar respecto de su jardín. De hecho en la investigación realizada, estos manifestaban que buscaban materiales didácticos a través de Internet.

En la página web se realizará la venta utilizando el sistema de pago online Dinero Mail, con el cual se pueden realizar las compras en el sitio usando las tarjetas de crédito Visa, Mastercard, American Express, Diners Club o Magna. Este sistema está configurado para que en Chile se pueda pagar a través de Servipag mediante cupones de pago, así se realiza normalmente la compra, posteriormente se elige pagar con cupones de pago, el comprador recibirá dicho cupón por e-mail, debe imprimirlo, y pagar en efectivo en cualquier sucursal de Servipag del país.

Venta directa

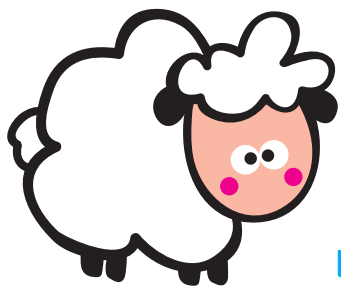
Esta tipo de venta se realizará sin ningún intermediario, pero de todas maneras el interesado debe llenar un formulario, donde se dará cuenta del artículo en compra, y la dirección a la cual debe ser enviado el producto.

Esta venta puede realizarse de dos formas:

1. En una dirección determinada, pago en efectivo, incluyendo el valor de despacho a domicilio, solo valido para Santiago.
2. Depositando el monto por Internet a una cuenta vista, y el despacho es realizado por correo.

3.5.3 DESPACHO

La distribución del producto se realizará mediante las empresas Correos de Chile. De esta manera, se asegura al interesado una cobertura a lo largo de todo Chile. Al momento de efectuar la compra el interesado debe considerar el costo del despacho, y éste será incluido al valor total de la compra.



CAPÍTULO 4

PRESENTACIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS

4.1 LOGOTIPO



100 %



50 %



25 %

Pégalo!

100 %

Pégalo!

50 %

Pégalo!

25 %

4.2 STICKERS MURALES

TEMA: EL CIELO



PIEZAS INDEPENDIENTES



MONTAJE



TEMA: EL ESPACIO



PIEZAS INDEPENDIENTES



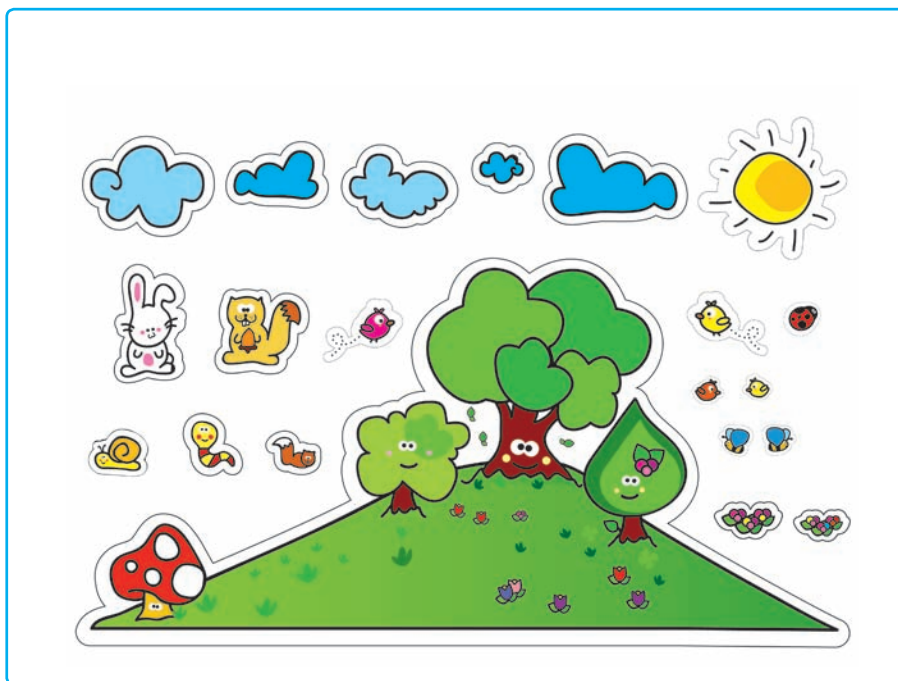
MONTAJE



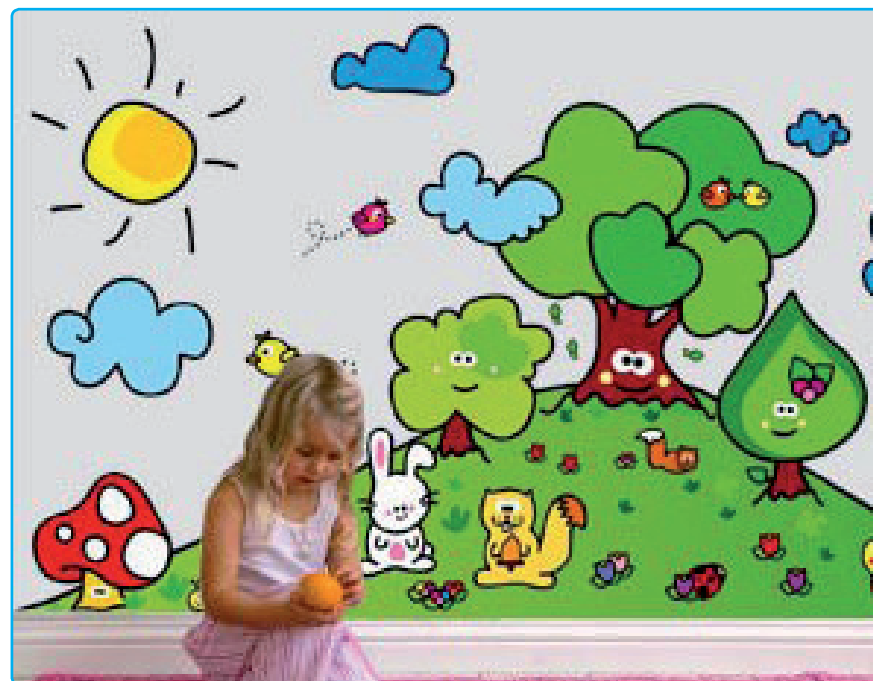
TEMA: LA PRADERA



PIEZAS INDEPENDIENTES



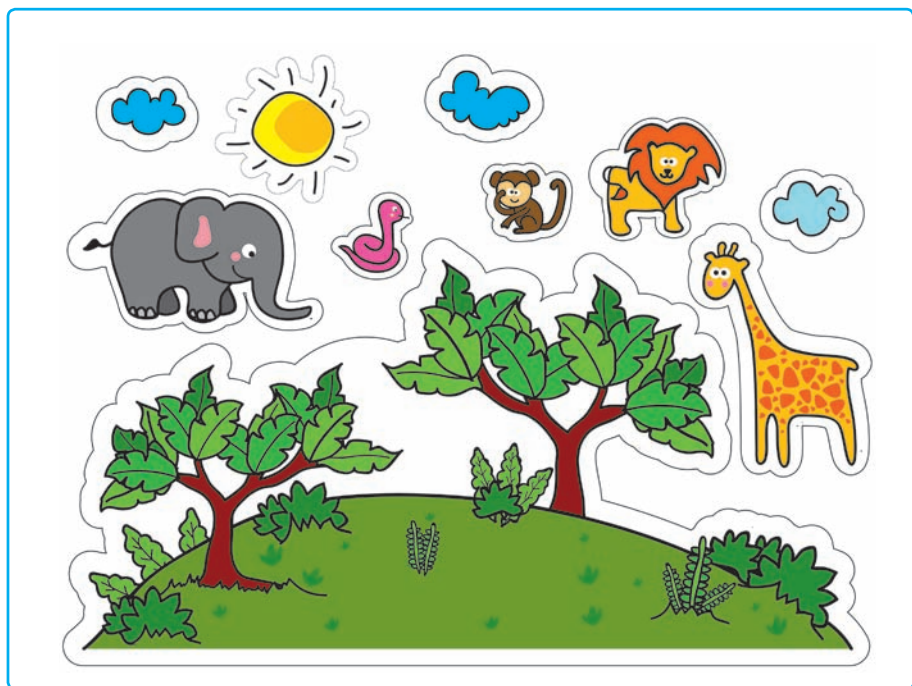
MONTAJE



TEMA: LA SELVA



PIEZAS INDEPENDIENTES



MONTAJE



TEMA: EL CAMPO



PIEZAS INDEPENDIENTES



MONTAJE



TEMA: LA CIUDAD



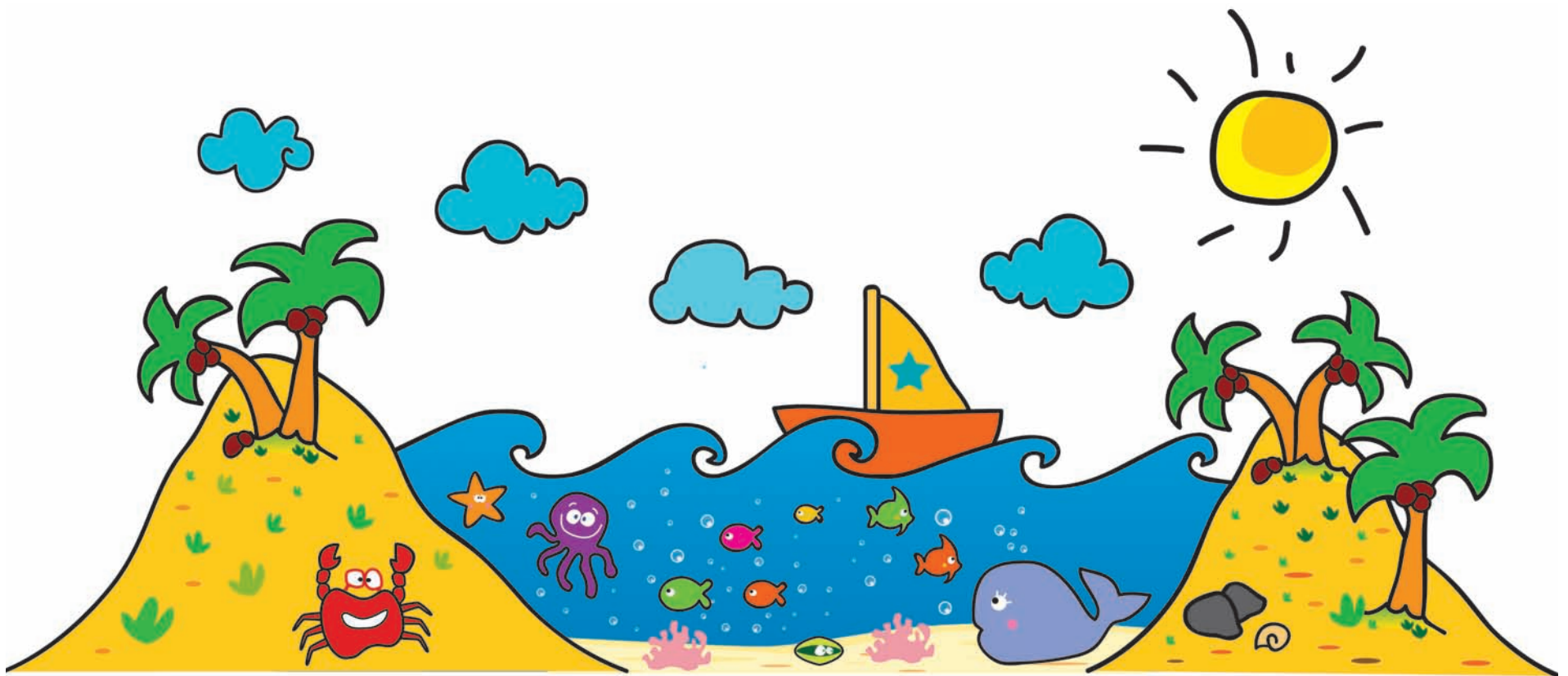
PIEZAS INDEPENDIENTES



MONTAJE



TEMA: EL MAR



PIEZAS INDEPENDIENTES



MONTAJE



TEMA: EL CHARCO



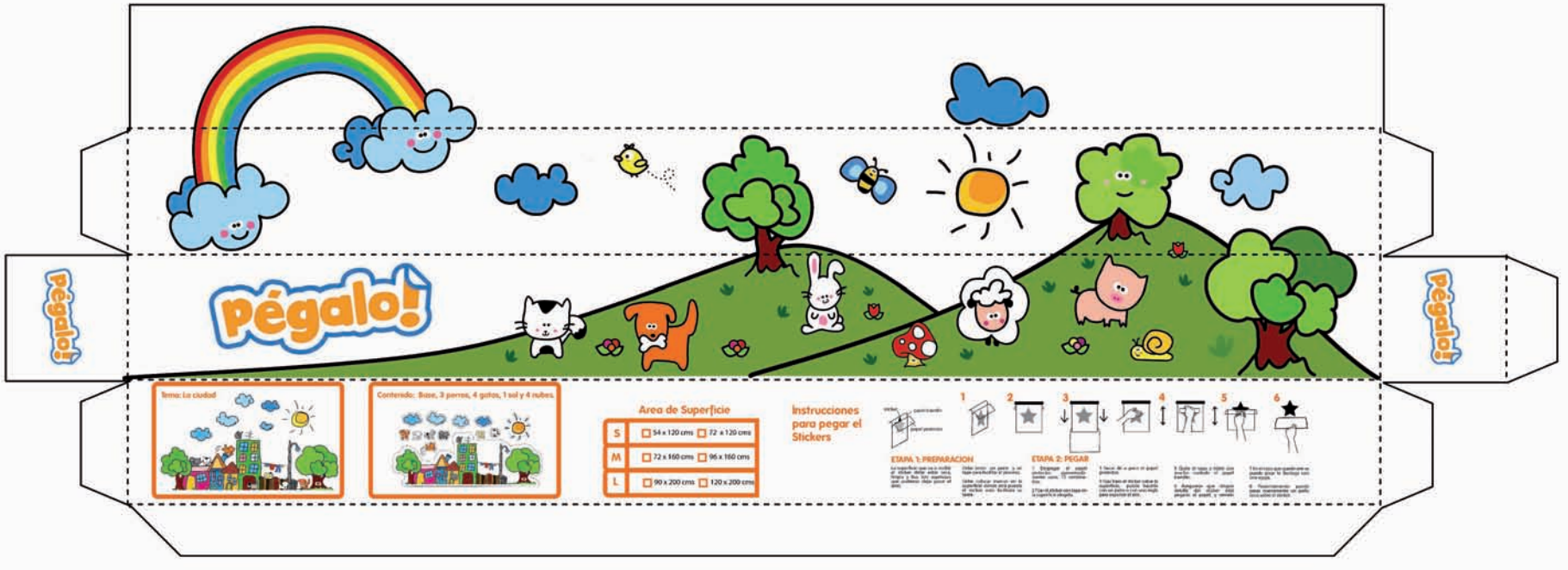
PIEZAS INDEPENDIENTES



MONTAJE



4.3 ENVASE



4.4 SITIO WEB

The screenshot shows the 'pégalo!' website interface. At the top, there is a navigation menu with buttons for 'Inicio', 'Quienes somos', 'Catálogo', 'Instalación', 'Contacto', and 'Preguntas frecuentes'. The main content area is titled 'Catálogo' and features a sidebar with categories: 'Temas', 'La Ciudad', 'El Campo', 'La Pradera', 'La Selva', 'El Mar', 'El Charco', 'El Cielo', and 'El Espacio'. The 'La Pradera' product is highlighted, showing a large illustration of a meadow scene. To the right, a 'Contenido' section displays a grid of individual stickers included in the set. Below the illustration, a table provides details for three different sizes of the product.

	Area de Superficie	Precio	Añadir al carro
S	72 x 120 cms.	\$ 00.000	
M	96 x 160 cms.	\$ 00.000	
L	120 x 200 cms.	\$ 00.000	

4.5 CATÁLOGO



Pégalo!

Stickers Murales Educativos
Pensados para pre escolares.
Aprende y pégalo!

Pégalo es una empresa dedicada a la creación de Stickers murales con fines educativos, estos Stickers se plantean como una herramienta que facilita el aprendizaje y la enseñanza en niveles pre-escolares.

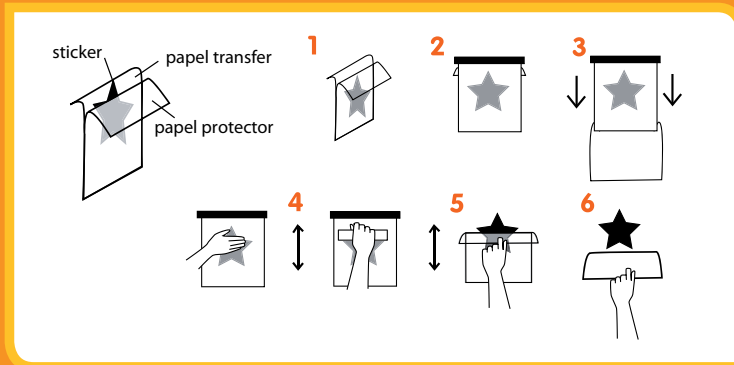
Entre sus beneficios podemos nombrar que es un apoyo en cuanto al lenguaje artístico y verbal ya que por medio de estos se podrán narrar relatos, o explicar el entorno natural según la unidad, contribuyendo en la asociación y el reconocimiento del medio que los rodea.

A través de estos Stickers murales se podrá renovar el ambiente de su sala haciéndola más cálida, acogedora y

lúdica, a la vez estará entregando a los niños estímulos en visuales cuanto a su color y las formas, el tamaño y los tipos de representación.

Otra ventaja de este producto es que al ser un vinilo adhesivo, no sufrirá las típicas secuelas de los tirones y de piezas en mal estado. Y lo más importante, usted podrá ubicar el mural en el primer tercio de la muralla, que es la altura donde se desarrolla y se mueve habitualmente el niño, entregando de forma directa los estímulos, ya que el niño se relaciona y convive con estas imágenes, a la vez el pequeño no podrá despegarlo, pues no quedará ninguna esquina ni borde expuesta, ni despegada.

Instrucciones para pegar el stickers



Preparación

La superficie que va a recibir el stickers debe estar seca, limpia y lisa (sin asperezas que puedan dejar pasar el aire).

Debe tener un paño y un tape para facilitar el proceso.

Debe colocar marcas en la superficie donde será puesto el stickers, esto facilitará su tarea.

Pegado

1 Despegar el papel protector aproximadamente unos 1.5 centímetros.

2 Fijar el Stickers con tape en la superficie elegida.

3 Sacar de a poco el papel protector.

4 Fijar bien el stickers sobre la superficie, puede hacerlo con paño o una regla para expulsar el aire.

5 Quite el tape y retire con cuidado el papel transfer.

6 Asegurarse que ningún detalle del stickers esté pegado al papel y retírelo completamente.

7 En el caso que quede aire, se puede picar la burbuja con una aguja.

8 Luego puede pasar un paño seco sobre el stickers.

El Campo



Catálogo

Area Superficie

S 72 x 120 cms.

M 96 x 160 cms.

L 120 x 200 cms.

En el muro



Contenido



CONCLUSIONES

CON RELACIÓN A LOS STICKERS MURALES Y LA EDUCACIÓN

Luego de la búsqueda y obtención de la información aquí desarrollada, es importante señalar que el nivel preescolar de educación, es el escalón fundamental donde el niño empezará a desarrollar cada uno de sus procesos personales, el desarrollo del aprendizaje, del intelecto, de sus emociones y de la creatividad. Durante esta etapa el niño se desligará por primera vez un tiempo prolongado con sus padres, ocasionando muchas veces, una angustia tanto para los padres, como para ellos mismos.

Por lo anterior, es necesario que el lugar, el entorno donde se van a desarrollar las actividades, sea agradable, confortable y seguro, que cuente con el concepto lúdico. De esta forma, se puede lograr que el aprendizaje pueda ser entretenido y una experiencia basada en el descubrimiento, y la asimilación de ideas y conocimientos no relacionadas. El aprendizaje debe provocar felicidad y alentar a la creatividad, considerando la naturaleza de los niños y su curiosidad y ganas de descubrir ideas propias. Es así como el diseño puede facilitar la educación e intervenir espacios de forma entretenida, pero a la vez educativa.

La mayoría de los Jardines Infantiles cuentan con decoraciones, que generalmente son colocadas en el campo visual de un adulto y/o están en mal estado. (Aunque los estímulos existan al estar ubicados en las partes superiores de los muros, pasan desapercibidos por los niños, que no tienen un contacto directo con la imagen, quedando fuera de su campo visual). Esta problemática afecta directamente el área educativa del niño, reflejando una ausencia en los estímulos necesarios para el aprendizaje del menor.

Sin duda, el concepto de “Estimulación” es trascendente, pues hemos podido aprender que tanto los objetos como las imágenes, o cualquier fuente de información emiten estímulos, ya sea a través de los colores, contrastes, trazos, diferencias de tamaño, etc. Es necesario que el niño se desarrolle en un entorno lleno de estímulos, donde pueda mirar, imitar e inventar. Las temáticas abordadas del entorno natural y los seres vivos le ayudaran en la asociación del mundo que los rodea dándoles una idea de cuales son las características representativas de cada ambiente. Los Stickers murales dan la posibilidad de reforzar todos los entornos en los cuales el niño no se desenvuelve habitualmente. De esta manera, las murallas son aprovechadas para conferir oportunidades de observación y estimulación entregándole al pre escolar múltiples oportunidades de aprendizaje.

El diseño influye directamente sobre la calidad de vida, y en este caso puntual, sobre la calidad de la educación y sobre el aprendizaje. Existen 2 posibilidades al momento de implementar una gráfica sobre la muralla, la primera facilita el proceso del aprendizaje y la segunda lo complica. La dificultad radica en los materiales utilizados, el espacio físico donde es aplicado y la temática representada.

En cuanto a la importancia de la imagen, podemos decir que ésta refuerza la palabra, y a través de ésta el niño puede “leer el conocimiento por medio de imágenes”. Es por esta razón, que se ha decidido hacer hincapié en la visión, pues es el sentido que se desarrolla mas rápido y por el cual el niño recibe grandes cantidades de información. La vista es veloz, comprensiva y simultáneamente analítica y sintética. Una experiencia positiva, hará que el niño se vea motivado a aprender, esté dispuesto a recibir el conocimiento y a desarrollar ideas. Por el contrario, una experiencia negativa determinará un rechazo por parte del niño, negándose a participar de las actividades y de la convivencia.

Debido a que los niños comienzan a establecer relaciones con estos conocimientos son capaces de comenzar a desarrollar sus procesos creativos y ante esto es necesario sensibilizar la percepción. Por esta razón, se utilizaron colores vivos y saturados, y trazos gruesos que ayudan a destacar las formas, y hacer que cada uno de los seres vivos se destaque del fondo. Así también se pretende desarrollar el intelecto, pues en este sistema de piezas gráficas, el niño estará participando en un proceso de comunicación visual, debido a que podrá realizar asociaciones, encontrando relaciones entre los stickers y las unidades de aprendizaje.

Este proyecto esta orientado para el bienestar del usuario, beneficiando y potenciando el servicio de calidad otorgado a los más pequeños. En este entorno, el niño deberá ser el protagonista de su aprendizaje, aunque se deba tener conciencia de que cada niño aprende con estilos y ritmos de aprendizaje propios.

Los Stickers murales tienen incidencia en la enseñanza de los niños y son un apoyo que facilita el proceso de comunicación, que involucra la capacidad de recibir, interpretar y producir mensajes, adquiriendo especial significado en el proceso de aprendizaje de los primeros años. La comunicación y el lenguaje son fundamentales para incentivar en los niños el desarrollo del pensamiento, las capacidades expresivas y creativas, que se enriquecen en la medida que se les proporcionan situaciones,

materiales y referentes para que los niños puedan experimentar y poner en juego sus capacidades de expresión. A su vez, los Stickers facilitan el aprendizaje del lenguaje artístico y son un aporte al desarrollo del lenguaje, ya que expanden progresivamente el vocabulario.

Se hace hincapié al recordar que este proyecto está focalizado en niños de 3 a 6 años de edad y es prioritario tener presente la incidencia de la estimulación oportuna durante esta etapa. Aquí la formación del desarrollo neurológico está en su clímax y se debe ofrecer al niño ambientes ricos y cargados de estimulación para despertar sus canales sensoriales, contribuyendo a modelar sus actitudes y habilidades.

Un elemento fundamental en este proyecto es la utilización del color en el entorno, pues como hemos podido ver en el capítulo correspondiente, éste efectivamente incide sobre las emociones, la razón y la motivación. Sin embargo, para que cada uno de los elementos representados tenga una correcta asimilación, se ha decidido respetar los colores reales de cada ser vivo y del medio natural que los rodea.

Finalmente la importancia en la construcción del mensaje, radica en que se deben tomar en cuenta las siguientes características propias: el Receptor, y su capacidad de decodificación; el Referente, o sea, el tema sobre lo que va a tratar el mensaje; y el Contexto, en el cual los niños van a recibir dichos mensajes.

Así el proyecto pretende entregar un aporte a la creatividad, el juego y la expresión artística, pues generalmente éstos han sido implementados como una bonita forma de entender a los niños o rellenar los contenidos de enseñanza, pero nunca como constitutivos del desarrollo infantil. Cuando el niño dibuja, baila o canta, no solo disfruta y se divierte, sino que a la vez conceptualiza, conoce, produce, crece, socializa, aprende. El juego y la creatividad son formas de conocer. Los stickers murales pretenden fomentar los ambientes que favorecen y estimulan el aprendizaje, el descubrimiento y por ende el conocimiento.

EN RELACIÓN A LA EMPRESA

La idea de la creación de una empresa proveedora de stickers murales educativos, nace ante la falencia del material educativo aplicado en las aulas de clases y la ausencia de empresas a nivel nacional, que suplan la necesidad de las ambientaciones y/o decoraciones en los jardines infantiles. Estos stickers no serán un mero producto de consumo, ni sólo valiosos en cuanto a su estética, sino que además, su valor agregado lo marcará la presencia de la educación, teniendo una directa relación con una de las materias más desarrolladas en el área pre-escolar.

Se debe dejar en claro, que ninguno de los jardines visitados contó con un producto elaborado de esta índole, dejando al descubierto el nicho que se puede cubrir, no existiendo ninguna competencia directa establecida en el mercado. Sin embargo, hay que tener presente las alternativas ya tradicionales, como los murales pintados directamente sobre la superficie (aunque para este tipo de alternativa se necesitan materiales, mano de obra y se debe considerar el tiempo de realización). El sticker sólo necesita ser comprado y en cosa de minutos podrá ser aplicado y listo para su respectiva utilización.

Una de las características de este proyecto, es que el público objetivo ha sido establecido en factor de los compradores, que implementarán este material en los jardines infantiles, y por el beneficiario real, que serán los niños.

Un jardín infantil está compuesto por alumnos, con una participación constante de padres que se preocupan por el bienestar de los menores y asisten o visitan regularmente la estructura física, ya sea por las reuniones o actividades especiales programadas. Esto generará una promoción al interior del jardín, que puede entusiasmar a los padres en la compra de los stickers para la propia decoración de las piezas de los niños.

Las instituciones establecidas y reconocidas por el gobierno, existen y aparecen en bases de datos. Gracias a esto y por medio de Internet, será posible tener acceso a los jardines, que utilizan este medio para darse a conocer a la comunidad, a los nombres de sus representantes, la comuna donde están insertos, y su dirección física (en la mayoría de los casos también será posible contar con su dirección Web), para facilitar el proceso de difusión y promoción, pues se sabrá con exactitud quien efectivamente será potencial comprador del producto.

Internet da la posibilidad de generar una empresa virtual, ahorrando el arriendo físico de una oficina dispuesta a atender público. Sin embargo, eso no limita a que el producto en el futuro pueda ser vendido por terceros en locales propios, como venta a concesión, o como proveedor de productos a terceros.

Un sitio web facilita y da acceso no sólo al principal consumidor, sino que a todo aquel que este interesado en la búsqueda de stickers infantiles, exponiendo el catálogo, las novedades, la variación de precios y los distintos formatos. Así también permite una interacción y un flujo constante de información con el usuario, ya que éste podrá interactuar con la empresa por medio del contacto.

Para finalizar, y a modo de síntesis general debemos recordar que es necesario ofrecer al niño ambientes ricos y cargados de estimulación, contribuyendo a modelar sus actitudes y habilidades. Para esto, el lugar, el entorno donde se van a desarrollar las actividades educativas, debe ser agradable y confortable, que cuente con el concepto lúdico. Así el aprendizaje toma la característica de entretenido, favoreciendo la felicidad y alentando la creatividad.

Considerando la naturaleza de los niños, su curiosidad y ganas de descubrir ideas propias, se propone una experiencia basada en el descubrimiento y la asimilación de ideas y conocimientos no relacionados.

Los stickers murales pretenden fomentar los ambientes que favorecen y estimulan el aprendizaje, el descubrimiento y por ende el conocimiento, dan la posibilidad de reforzar todos los entornos en los cuales el niño no se desenvuelve habitualmente. De esta manera, las murallas son aprovechadas para conferir oportunidades de observación y estimulación entregándole al pre escolar múltiples oportunidades de aprendizaje. También tienen incidencia en la enseñanza de los niños y son un apoyo que facilita el proceso de comunicación, que involucra la capacidad de recibir, interpretar y producir mensajes, facilitan el aprendizaje del lenguaje artístico y son un aporte al desarrollo del lenguaje verbal, ya que expanden progresivamente el vocabulario.

Es así como el diseño puede facilitar la educación e intervenir espacios de forma entretenida, pero a la vez educativa.

La falencia del material educativo aplicado en las aulas de clases y la ausencia de empresas a nivel nacional, que suplan la necesidad de las ambientaciones en los jardines infantiles, abren la posibilidad de ofrecer estos productos al mercado, donde el stickers no serán un mero producto de consumo valorado solo por su estética, sino que su valor agregado lo marcará la presencia de la educación en cada una de las temáticas abordadas.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

BRANDA, María. "Creatividad y Comunicación: Reflexiones Pedagógicas", Editorial Nobuko, Buenos Aires, 2005.

CHAVES, Norberto. En su La imagen corporativa, Gustavo Gili 1988, España.

DOMÍNGUEZ, Saulo. En su Diseño y desarrollo web con Dreamweaver Mx 2004, 1° edición, editorial Ritsa, 2005.

DONDIS, Donis A. La sintaxis de la Imagen. 11° Edición, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1995.

HELLER, Eva. En su: "Psicología del Color". Editorial Gustavo Gili, 2005.

GOMBRICH, E. H. La historia del arte, Editorial Sudamericana.

HESKETT, John. Selección Múltiple. En su: El diseño en la Vida Cotidiana. Editorial Gustavo Gili, 2005.

MONTELLANO TOLOSA, Carmen. La sociedad. En su: Didáctica proyectual, 1° edición. Editorial Universidad tecnológica metropolitana, 1999.

MURPHY, John. ROVE. En su Michael cómo diseñar marcas y logotipos. Ed Gustavo Pili, España, 1991.

PERALTA E., María Victoria, "Un Vistazo A La Historia", Boletín PARVUS Ltda., Santiago, Chile, 1981.

PIAGET, Jean. "Seis estudios de Psicología", Editorial DAIMON, Barcelona.

VICTOR:ARY, ed. Diseños con vida. IndexBook, Barcelona.2006.

ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS

CALDERÓN ASTORGA, Natalia. "La Estimulación Oportuna" [en línea], disponible en <<http://www.grupoalianzaempresarial.com/consultorioespecializadoenlenguajeyaprendizaje/estimulacionoportunaninosexitosos.htm>> [última consulta junio 2008]

DOMESTIC, "home domestic" [en línea] disponible en < www.domestic.fr > [última consulta: junio 2008]

Jetix , "El mundo de Pucca" [en línea], disponible en < ,<http://www.jetix.es/localise/pucca/frameset.html> > [última consulta, junio 2008] ,

FRIEND WITH YOU, "workshop" [en línea], disponible en < <http://www.friendswithyou.com/> > [última consulta, junio 2008]

GEA RODRIGUEZ, Verónica. "Desarrollo de la empatía [en línea], Granada, disponible en < http://www.inteligencia-emocional.org/aplicaciones_practicas_de_la_empatia.htm > , (última consulta 15 octubre 2007)

GOBIERNO DE CHILE, MINISTERIO DE EDUCACIÓN. "Bases Curriculares de la Educación Parvularia"[en línea] Santiago, Chile < <http://www.mineduc.cl/usuarios/parvularia/doc/200607201611000.BASESCURRICULAES2.pdf> > [última consulta: junio 2008]

JUNJI. "Jardín Infantil, Sala Cuna" [en línea] Santiago, Chile < www.junji.cl > [última consulta junio 2008]

MANCHON, Eduardo. "Usabilidad" [en línea] disponible en < http://es.wikipedia.org/wiki/Usabilidad#cite_note-eduardo_manchon-1 > [última consulta junio 2008]

MONOGRAFÍAS. "Administración y finanzas" [en línea] disponible en < http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Recursos_Humanos/ > [última consulta junio 2008]

TADO, "Portafolio TADO" [en línea], disponible en <<http://www.tado.co.uk/>> [última consulta, junio 2008]

UIUC. "Desarrollo evolutivo en los niños" [en línea] disponible en <http://www.urbanext.uiuc.edu/babysitting_sp/age-school-sp.html> [última consulta: 27 octubre 2007]

WIKIPEDIA. "Arquitectura de la información" [en línea] disponible en < http://es.wikipedia.org/wiki/Arquitectura_de_la_informaci%C3%B3n> [última consulta junio 2008]

WIKIPEDIA , "Funcionamiento de la Web" [en línea] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web#Funcionamiento_de_la_Web>, [última consulta junio 2008]

WIKIPEDIA , "Interfaz de usuario" [en línea] disponible en < http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_de_usuario>, [última consulta junio 2008]

WIKIPEDIA. "Definición de empresa" [en línea] disponible en < <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>> [última consulta junio 2008]

ANEXOS

ENCUESTA REALIZADA EN LOS JARDINES INFANTILES

JARDIN INFANTIL:

DIRECCION:

COMUNA:

TELEFONO:

1.Nombre director o encargado

2.-tiempo que lleva funcionando el jardin __ años

3.-jardin infantil

- a) privado
- b) subvencionado
- c) de la junji
- d) empadronado

4.- curriculum aprendizaje:

- a) Conductista
- b) Cognitivistas
- c) Constructivistas
- d) Método Montessori

5.-cada cuanto tiempo renueva la decoración en su jardin?

- a) 1 vez al año
- b) 2 veces al año
- c) 3 veces al año
- d) Otro

6- cada cuanto tiempo pinta las murallas(hace la mantencion) del jardin?

- a) Cada año
- b) Cada 2 años
- c) Cada 3 años
- d) Otros

7.- Cual es el presupuesto aproximado con el que ud dispone para renovar la pintura de las salas, y de los muros exteriores,considerando la pintura y la mano de obra?

- a) 150.000
- b) 200.000
- c) 250.000
- d) 300.000
- d)Otro _____ solo exterior: _____ solo interior _____

8.- Si es subvencionado, o depende de la junji, como lo hace para la mantencion? Dispone de un item para mantencion del jardin? la junji no participa del presupuesto?

9.-Quienes son los encargados de la decoración?

10.-Quien es el encargado de pintar los muros? (en el caso de tener mural infantil, quien lo hizo y como lo contacto.

11.- La grafica fue idea suya o se lo propusieron?

12.- Que incidencia tendría en el comportamiento, aprendizaje o en las emociones un mural con grafica infantil que inunde el espacio de las salas y el patio?.

13.- Temáticas graficadas o Rincones especializados

INTERNET Y SUS COMPONENTES BÁSICOS

Web: World Wide Web o simplemente Web, es el universo de información accesible a través de Internet, una fuente inagotable del conocimiento humano. Usando la Web, se tiene acceso a millones de páginas de información. La exploración en la Web se realiza por medio de un software denominado browser o navegador.

Navegador: es el panorama que nos ofrece acceso a Internet. Debe ser capaz de comunicarse con un servidor y comprender el lenguaje de todas las herramientas que manejan la información de Web. Los más populares son Internet Explorer, Netscape, y Mozilla Firefox.

Servidor: se encarga de proporcionar al navegador los documentos y medios que éste solicita. Utiliza un protocolo HTTP para atender las solicitudes de archivos por parte del navegador.

HTTP: es el protocolo de transferencia de hipertexto, o sea, el protocolo que los servidores de World Wide Web utilizan para mandar documentos HTML a través de Internet.

URL: es el localizador de un informe de recursos, o dicho más claramente, es la dirección que localiza en una información dentro de Internet.

HTML: es un método para codificar la información de los documentos y sus enlaces. Es un lenguaje para estructurar documentos a partir de un texto, este lenguaje se basa en tags (instrucciones que le dicen al texto como debe mostrarse) y atributos (parámetros que le dan valor al tag).

Página Web: una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentra conectado a Internet, de tal forma que este documento puede ser solicitado por cualquier persona que se conectan a la red mundial de comunicaciones y que cuenta con permisos apropiados para hacerlo.

Sitio Web: es un conjunto de páginas Web referentes a un tema particular, incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Los sitios Web pueden ser de diversos géneros, destacando los sitios de negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento y sitios informativos.

TIPOS DE RECURSOS EN UNA EMPRESA

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

Los Recursos Materiales: son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

Instalaciones: son los edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc. (empresa)

Materia prima: son las materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto)

Los Recursos Técnicos son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, o también las fórmulas, patentes, marcas, etc.

Los Recursos Humanos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

Los Recursos Financieros son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, éstos pueden ser recursos propios, como el dinero en efectivo, acciones, utilidades, etc. Y los recursos financieros externos están representados por los préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios, etc.

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO BÁSICO			
Item	valor unitario	unidades	valor total
Impresión			
Adhesivos			
54 x 120 cms	\$ 28.000	10	\$ 280.000
72 x 160 cms	\$ 32.000	9	\$ 288.000
90 x 200 cms	\$ 38.000	6	\$ 228.000
72 x 120 cms	\$ 30.000	10	\$ 300.000
96 x 160 cms	\$ 35.000	9	\$ 315.000
120 x 200 cms	\$ 42.000	6	\$ 252.000
Catálogo	\$ 2.410	100	\$ 241.000
Envase	\$ 4.621	50	\$ 231.050
Página web			
Hosting	\$ 27.000	1	\$ 27.000
Dominio	\$ 20.170	1	\$ 20.170
Programación	\$ 300.000	1	\$ 300.000
Total	\$ 559.201		\$ 2.482.220
IVA incluido			



Pégalo!

STICKERS MURALES PARA LA EDUCACIÓN PARVULARIA

ALUMNA: CRISTINA ANDREA ZAPATA LIEMPI
PROFESOR GUÍA: CARLOS RUDY MORALES

