

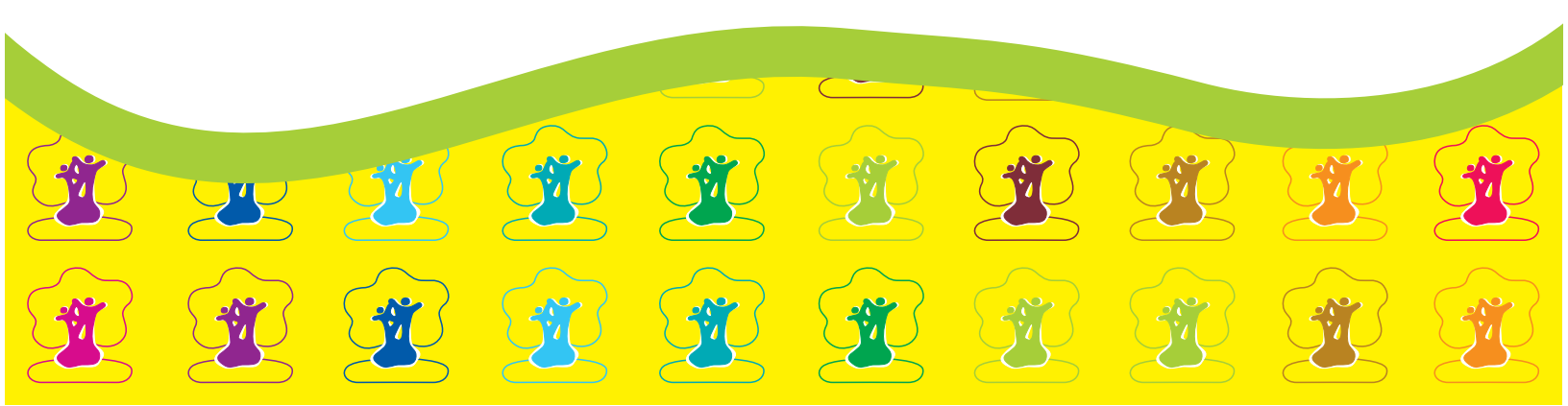


Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

Proyecto para optar al Título de Diseñadora Gráfica

**Sistema de comunicación visual
para ejecutar y difundir un taller de
fortalecimiento de competencias
parentales de la Fundación INTEGRA**

Alumna: Paula Andrea Luque Arancibia
Profesor guía: Carlos Morales
Santiago, Diciembre de 2005



“a todos los niños del mundo, en especial a mi Trini”

Agradecimientos:

- mi wati, sus padres y mis padres (gracias por la paciencia)
- maría José y Lili, de la Fundación INTEGRAL
- Nelson Vargas, del Hospital San Juan de Dios
- Carlos Becerra, del Ministerio de Salud
- Ana y Ximena, del SENAME
- Nicolás y Mónica, de la Corporación de Asistencia Judicial de la Granja
- Naty y Pili, mis amigas
- Carolina Flores, obstetra
- Rudy Morales, mi profesor guía



Índice

| | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 6 | Índice de contenidos | 35 | Capítulo 4 |
| 7 | Introducción | | Metodología |
| 8 | Capítulo 1 | 36 | 4.1. Plan de desarrollo metodológico |
| | Fundamentos del Proyecto | 37 | 4.2. Aspectos del proyecto |
| 12 | 1.1. Detección de una necesidad | 32 | Capítulo 5 |
| 16 | Capítulo 2 | | Análisis de material existente |
| | Identificación del problema de diseño | 42 | Capítulo 6 |
| 17 | 2.1. Problema | | Propuesta Projectual |
| 17 | 2.2. Objetivo general | 43 | 6.1. La fundación |
| 17 | 2.3. Objetivos específicos | 45 | 6.2. El taller "Mirando mi árbol" |
| 18 | Capítulo 3 | 50 | 6.3. Grupo Objetivo |
| | Marco Teórico | 55 | 6.4. Programa de Diseño |
| 19 | 3.1. Condiciones de pobreza en Chile | 57 | 6.4.1. Propuesta conceptual |
| 20 | 3.2. Familia y crianza | 59 | 6.4.2. Objetivos, Estrategias y Tácticas |
| 21 | 3.3. El lactante y el preescolar | 63 | Capítulo 7 |
| 21 | 3.3.1. Necesidades psicosociales, afectivas e intelectuales del preescolar durante los primeros tres años de vida | | Propuesta de diseño |
| 22 | 3.4. La Comunicación Visual y la Promoción de Salud | | Taller Mirando mi árbol |
| 24 | 3.5. Cómo educar a través de la Comunicación Visual | 65 | 7.1. Imagen corporativa |
| 25 | 3.6. El constructivismo en la educación | 76 | 7.2. Cuadernillos |
| 26 | 3.7. La imagen corporativa | 79 | 7.3. Anexos |
| 28 | 3.8. Diagramación y Jerarquización | 80 | 7.4. Ficha de evaluación |
| 30 | 3.8.1. Elementos de la diagramación | 81 | 7.5. Ilustraciones |
| 30 | 3.8.2. El ritmo | 86 | 7.6. Documento orientador |
| 31 | 3.8.3. La tipografía | 87 | 7.7. Contenedor |
| 32 | 3.8.4. El color | 88 | 7.8. Carpeta |
| 33 | 3.9. Difusión de una actividad en un jardín infantil | 89 | 7.9. Hojas corporativas para tomar apuntes |
| | | 90 | 7.10. Diploma |
| | | 90 | 7.11. Afiche |
| | | 91 | 7.12. Invitación |
| | | 93 | 8. Presupuesto |
| | | 98 | Conclusión |
| | | 6 | Bibliografía |



Introducción

La comunicación visual puede tener un espacio en cualquier iniciativa que implique la búsqueda de un reforzamiento, incorporación o modificación de conductas. Al observar las situaciones que se presentan a diario es posible ir encontrado distintas oportunidades de aportar desde esta disciplina a mejorar la sociedad, a elevar la calidad de vida de las personas.

Aunque las enfermedades mentales en sí no necesariamente tienen que ver con la personalidad del individuo cuando se trata de casos clínicos, sí existe una relación directa entre los trastornos de personalidad y la infancia, que pueden ser más o menos agudos, dependiendo del caso. Las conductas antisociales, la deserción escolar, las insuficientes habilidades para la vida y otras manifestaciones de problemas para adaptarse a la sociedad, son muchas veces resultado de una infancia difícil.

La Fundación INTEGRA se preocupa por dar una oportunidad a aquellos niños y niñas que viven en condiciones de pobreza, cuya infancia se encuentra más vulnerable debido a la condición inestable y adversa que afecta a

sus familias para vivir el día a día. Es a través de los padres que se ayuda a los niños y niñas cuando se trata de modificar el ambiente en que éstos se desarrollan; y para lograrlo, un proyecto elaborado con muchísimo esfuerzo necesita ser traducido de tal manera que pueda llevarse a cabo en óptimas condiciones de comunicación, y no se pierda como ocurre con otras iniciativas que no se han podido materializar correctamente.

Al conversar con personas del grupo objetivo y de la fundación, se puede vislumbrar que realmente hay una enorme voluntad de ambas partes por hacer lo mejor posible para contribuir a que las oportunidades de una infancia feliz y una buena educación lleguen a todos los niños y niñas de nuestro país. Con este entusiasmo, más el contacto cara a cara con los pequeños, se puede concluir que vale la pena cualquier estrategia que contribuya, y es entonces que desde el diseño gráfico en este proyecto se aporta con un granito de arena a desarrollar un intento por mejorar la calidad de vida de aquellos niños, futuros adultos de nuestra sociedad.



1. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO



Fundamentos del Proyecto



"Los niños bien tratados son más sanos"⁽¹⁾. Así lo asegura Jorge Barudy, el experto chileno en resiliencia, quien agrega que "el amor es un recurso emocional con que cuenta el ser humano, que es incluso capaz de salvarle la vida"⁽²⁾ y que este recurso le permitirá enfrentar tiempos de adversidad en cualquier época de su vida.

Sin embargo no todos los niños son bien tratados. Basta con realizar una ligera revisión a los archivos del Sename para concluir y constatar que en Chile hay una alta cifra de maltrato hacia menores. De acuerdo a un estudio realizado por Unicef el año 2000 con alumnos de octavo básico de seis regiones, de todos los grupos socioeconómicos, más del 70% de los niños y niñas ha sufrido algún tipo de violencia por parte de sus progenitores. El 25.4% declaró haber recibido violencia grave (abuso sexual y maltrato físico grave), constituyendo el maltrato infantil un importante problema social que debe ser prevenido ya que un niño dañado significa un futuro adulto con dificultades para desenvolverse en la sociedad.

El problema de salud mental que afecta a la población chilena y mundial hoy en día si bien se manifiesta en enfermedades como

depresión, esquizofrenia, bipolaridad u otras, también lo hace a través del maltrato físico y psicológico entre las personas y hacia los menores. La negligencia, el abuso sexual, el trabajo infantil y otros, propician y generan, a la larga, grandes dificultades para vivir la vida de un modo sano y normal. Esto significa que como causa y consecuencia de los trastornos mentales de la población, el ambiente y la relación con la familia y los adultos con los que le toque vivir al individuo en su primera infancia son fundamentales. Entonces, para prevenir trastornos mentales es preciso ejercer la acción con la mayor anticipación posible, ya que su personalidad se forma a lo largo de su infancia, incorporando todo aquello que la familia le entrega, sea positivo o negativo: "el niño, para el pleno y armonioso desarrollo de su personalidad debe crecer en el seno de una familia, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión"⁽³⁾

Cuando la infancia se ve afectada negativamente, el individuo está más propenso no solo a presentar problemas de salud mental, sino que eso implica que podría tener dificultades en varios ámbitos de la vida, ya sea laboral, social y hasta físicamente. El tratamiento de las enfermedades mentales y

(1). "La resiliencia", en Revista Mujer, pg 20.
(29 de Mayo, 2005) Diario La Tercera. Santiago.
(2). ibid. pg 22.

(3) Flaney, Guido: "Participación de los centros de padres en la educación"
(3 de Mayo 2005) Publicaciones UNICEF.
Disponible en www.unicef.cl/noticia/ficha.php



los problemas sociales que abarcan, implica un tremendo costo económico y humano para una nación, por lo que la prevención constituye la manera más sensata y económica para enfrentar este problema. La tendencia mundial en salud hoy en día y para el futuro se fundamenta en la prevención, donde la "Promoción de Salud" (ver anexo) se ha transformado en una herramienta de Marketing aplicada al sector Salud con el objeto de evitar costos altos o eventuales colapsos de los sistemas de salud y las consecuencias que esto trae para la población.

La relación entre padres e hijos puede ser deficiente por varios motivos, pero hay un claro consenso acerca de lo difícil que es hoy en día por razones relativas a la vida moderna, donde el poco tiempo para compartir en familia y el stress por el trabajo son las principales. Por otra parte, el ser padre o madre es una tarea para la cual no existe una capacitación profunda; es usual que no exista una óptima preparación previa a la llegada del recién nacido, sobretodo en lo que se refiere a sus necesidades emocionales, sociales y de estimulación. Sin embargo, cuando un individuo va a hacer una compra de un objeto, se informa acerca de las características, requerimientos, beneficios, costos, etcétera. Esto porque hay todo un despliegue de comunicación, persuasión e información que llega con facilidad a las personas, "educando" al consumidor con respecto a los productos ofrecidos.

Al hacer este breve y simple análisis se puede apreciar que la llegada de un primer hijo frecuentemente se produce en circunstancias de gran desconocimiento acerca de la crianza, la inteligencia emocional y otros aspectos relacionados con sus necesi-

dades afectivas. En niveles socioeconómicos medios o altos, la situación en cierto modo se enfrenta de mejor manera, pero en un contexto de pobreza es más grave porque el acceso a la información es más difícil, y porque las condiciones de vida que se generan impiden la adquisición de conocimientos a todo nivel (cabe destacar de todas maneras que el Ministerio de Salud hace algunos esfuerzos para ayudar a los padres primerizos con el apoyo para el desarrollo afectivo y motor del niño, pero a través de pequeñas estrategias aisladas y de escasos presupuestos). Además de los problemas de información que afectan a las personas que viven en condiciones de pobreza y marginalidad (baja escolaridad y difícil acceso al conocimiento), están los problemas del diario vivir que se pueden desarrollar bajo este escenario, tales como la cesantía, la delincuencia, la salud deficiente, el hacinamiento, la drogadicción y el alcoholismo, la violencia en las calles y la intrafamiliar, el maltrato infantil y hacia la mujer, el abuso sexual, el embarazo no deseado, etcétera... El hecho de que la llegada de un hijo se produzca en este contexto lo expone a situaciones que podrían evitarse si sus padres manejaran conocimientos relativos no solo a los cuidados del bebé, sino también a la necesidad de que se genere un ambiente sano que le entreguen tranquilidad y seguridad a éste, afecto que le dé estabilidad emocional para el resto de su vida y estimulación para que su desarrollo neurológico se consolide lo mejor posible. Entonces si el desconocimiento es combatido, quiere decir que a partir de la información y educación se puede aminorar el problema. La Comunicación Visual tiene un espacio de acción en esta situación ya que a



través de mensajes visuales se puede entregar información de manera fluida a los destinatarios, por medio de estrategias previamente estudiadas y con mensajes diseñados especialmente para que sean recepcionados con eficacia.

La prevención de los problemas de salud mental está apenas floreciendo en Chile, abordada por el Ministerio de Salud entre otras ramas, como parte del Programa de Salud de la Infancia, donde la Unidad de Salud Mental tiene la misión de prevenir desajustes y comportamientos disociales, el deterioro de la autoestima, el fracaso escolar, el maltrato y abuso sexual, entre otros. Sin embargo, a nivel comunicacional masivo no se están emprendiendo acciones importantes, pues lo que se ha hecho hasta ahora es la entrega de folletos explicativos a las madres (ver análisis de tipología), talleres grupales, informaciones disgregadas en los consultorios a través del personal médico y de asistencia, fomento del apego durante el parto y exhibiciones de teatro callejero calificadas como la novedad que está haciendo efecto y contribuyendo a que la gente se interese y entretenga, logrando la efectiva recepción de la información por medio de esa estrategia... Pero no es suficiente, ya que es difícil de masificar debido una serie de dificultades de tiempo, de recursos, de implementación, entre otras.

Por otra parte, la mayoría de las instituciones de salud privada cuenta con alguna estrategia de difusión de información y así contribuye a la prevención. El público que se trata en estos establecimientos puede asistir a charlas dictadas por profesionales donde se presentan materiales gráficos y audiovisuales y la audiencia puede hacer preguntas.

También pueden acceder a los sitios web de las clínicas con abundante contenido, además de informarse por cuenta propia ya que cuentan con mas medios y tiempo que aquellos grupos que viven en situación de pobreza.

En cuanto al Ministerio de Educación, existe la preocupación de masificar la educación preescolar, lo cual constituye una forma de estimulación hacia los lactantes de modo que desarrollen habilidades cognitivas, además de ayudar a los padres a poder trabajar más tranquilos y así mejorar la relación entre éstos y sus hijos, e iniciando también una formación escolar sólida en la población infantil. El ministerio tiene como filosofía que la inversión en la educación preescolar puede reducir la necesidad de realizar costosas inversiones posteriores para remediar el fracaso escolar, la deserción y conductas antisociales. Para hacer efecto de esta visión, el MINEDUC tiene presupuestado realizar campañas de sensibilización (en el período entre el 2006 y 2010) acerca de la importancia de ésta. El objetivo es que la gente (sobre todo los padres) entienda la importancia que tiene la educación preescolar en la disminución de la brecha entre ricos y pobres como herramienta para compensar desigualdades, además de la oportunidad que le otorga a las madres de poder desempeñarse en el ambiente laboral. La campaña apunta también a que los padres estimulen y apoyen a sus hijos en las tareas formativas y de educación temprana. En cuanto a las políticas comunicacionales, se quiere aprovechar la alta asistencia de los padres a los sistemas de salud. Es en esta área (comunicacional) donde cabe el proyecto de la Fundación Integra que contempla la edu-



cación no sólo hacia el niño sino que también hacia la familia, reconociéndola como principal fuente de aprendizaje y formación de éste.

Aparte del área salud y educación, existen varias instituciones con objetivos sociales como la Fundación Integra, que de una manera u otra contribuyen a mejorar la calidad de vida de los niños, ya que existen muchas estrategias para hacerlo.

Existe también la Fundación Rodelillo, que se preocupa por las familias que desean superar la pobreza, a través de la ayuda en sus relaciones, poniendo especial énfasis en el aprendizaje de temas que ayuden a prevenir situaciones o actitudes conflictivas o riesgosas (maltrato, alcohol y drogadicción, entre otros). Otra es la Fundación Regazo, que ayuda a las niñas en riesgo social que provienen de familias con problemas serios, a veces carentes de valores y buenos hábitos, lo que en conjunto impide la sana vida familiar. Allí se les ayuda en la adquisición de aquellos hábitos, se les inculca valores esencialmente con las vivencias positivas y se les motiva a descubrir lo óptimo de sí mismas y de su familia, fortaleciendo su autoestima. También está la Fundación Paternitas, que ayuda a los hijos de reclusos, otorgándoles hogar y educación, entre otras acciones orientadas a los reos mismos (capacitación, rehabilitación por drogas, etcétera...).

Sin embargo dado el carácter de esta investigación, el objetivo es revisar el área comunicacional, donde la entrega de información y la educación sean la base de la estrategia para capacitar a los padres en pos de ayudar a los hijos y disminuir las posibilidades de

que tengan trastornos de salud mental en el futuro.

Y así hay muchas otras instituciones que de alguna forma contribuyen a enfrentar el problema. Pero hay mucho por hacer todavía, ya que la pobreza es causa de muchos factores, y debe por tanto ser enfrentada desde varios ángulos, donde la comunicación visual sólo es una de las herramientas que pueden ayudar, pero que no puede eliminar la pobreza ni sus consecuencias por sí sola.

1.1. Detección De Una Necesidad

Veinte años atrás Chile era muy diferente en lo que a salud infantil se refiere. Las cifras de mortalidad y desnutrición, y los casos de negligencia eran diferentes, siendo la situación mucho mejor ahora en cuanto a la salud física de los niños. Los últimos gobiernos se han preocupado eficazmente de las vacunaciones, el control sano, la alimentación y la lactancia, entre otras medidas relacionadas con el bienestar físico, mientras que la parte psicológica todavía está un poco descuidada en comparación a los esfuerzos que se han hecho en la citada área. Hoy día en Chile se presentan altas cifras de maltrato infantil, problemas de conducta en la juventud y grandes números de enfermedades psíquicas y, si bien es cierto que hay muchos factores relacionados con la modernidad que influyen en este tipo de patologías, esto mismo influye, a su vez, en la crianza de los niños de hoy, lo que se agrava bajo condiciones de pobreza donde los problemas son tan graves como, por ejemplo, no tener un lugar donde vivir, dificultándose un ambiente sano para el normal desarrollo del niño. Por otro lado, está declarado por la



OMS* que los costos de los desordenes de la niñez pueden ser muy altos, y que el comienzo precoz del trastorno mental afecta la educación y la vida profesional del individuo. Entonces, se puede deducir que dichos costos pueden evitarse a través de la prevención, y para prevenir es preciso entregar información y lograr que sea recibida efectivamente.

La superación de la pobreza constituye una gran preocupación para la sociedad. Es muy difícil de solucionar ya que implica muchas variables y no pueden manejarse por sí solas pues se interrelacionan constantemente. Pero, al menos desde la comunicación visual, se puede contribuir a la elaboración de mensajes para que su llegada sea eficaz y así se logre la oportuna recepción de información y se generen cambios de conducta en las personas que se encuentran afectadas por las condiciones de pobreza.

La comunicación visual constituye una manera de dirigirse a un grupo objetivo cuyas conductas se desea cambiar, incorporar o reforzar, lo que significa que a través de mensajes fundamentalmente visuales, se presentarán estímulos para obtener respuestas deseadas. En este caso, aquellas respuestas estarían en el cambio de actitud desde padres hacia hijos en condiciones de pobreza y marginalidad, como una manera de ayudar a la población en su salud mental, actuando en el sector más desamparado y desde una etapa muy anticipada, para mejorar así la relación entre estos y contribuir en superar su calidad de vida. Una actitud más comprensiva, amorosa y menos afectada por los problemas del diario vivir por parte de los padres, puede ayudar mucho a que los niños se sientan mas seguros y se desarrollen

mejor, contemplando toda la adversidad que este ambiente les presenta. Puede ser fácil afirmar esto para alguien que no está en ese contexto, pero es necesario crear conciencia en los adultos, de que los niños no son culpables de los problemas que sus padres tienen, que necesitan de su amor y dedicación, que crecen muy rápido y es preciso aprovechar su infancia como el mejor periodo para "invertir" en educarlos y formarlos, y que debido a la etapa que están viviendo, es propio de su edad que necesiten jugar, preguntar, socializar, recibir demostraciones de afecto, e incorporar todo aquello que viven junto a su familia en su personalidad. Toda esta clase de información es necesario que los padres la incorporen y asimilen, para contribuir a que los niños sean más sanos y por ende los adultos del futuro cuenten con un mayor desarrollo en sus habilidades para la vida, reduciéndose así los problemas de salud mental en la población.

La prevención de los trastornos mentales es preciso abordarla desde la temprana infancia por varias razones: Primero que nada, los seres humanos entre cero y tres años están pasando por la etapa mas activa a nivel neuronal de toda la vida. Esto significa que su receptividad y aprendizaje son altamente eficaces, lo que debiera aprovecharse estimulando al bebé para que desarrolle sus capacidades cognitivas. Segundo, el ambiente en el que se desarrollen tiene mucho que ver con la formación de la personalidad ya que puede afectar positiva o negativamente, de acuerdo a cómo se configuren los elementos sociales y físicos que lo compongan. Y tercero, el bebé y/o el niño necesita sentirse seguro, y eso depende de sus

* Organización Mundial de la Salud



condiciones de crianza. Es decir, mantener normas claras de crianza, ya sea a través de la consecuencia entre lo que los padres dicen y hacen, el mantener la actitud constante, el desarrollo de hábitos, la jerarquía parental, etcétera.

En los escenarios de pobreza y marginalidad la situación es mas grave porque la pobreza misma implica una gran cantidad de problemas que afectan la vida diaria, dificultando la mayoría de las labores y actividades de las personas, afectando su posibilidad de vivir en paz y armonía, alterándose así el ambiente adecuado para que un niño se desarrolle sanamente, sobretodo en el área afectiva y social. Si bien el problema de la pobreza es una prioridad para cualquier gobierno del mundo, en Chile la situación específica de los problemas de salud mental de la población está en un momento de "florecimiento", por lo que las acciones concretas de prevención, en la actualidad, se hacen necesarias. La cobertura en atención por consultas de salud mental es baja y en el aspecto informativo no se realizan acciones importantes ya que la prioridad todavía se concentra en casos como la obesidad infantil, el embarazo adolescente, el SIDA y otros males de tipo físico.

Una vez realizado este recorrido descriptivo de la situación, cabe señalar dónde tiene una cabida específica el diseño gráfico. Ya se mencionó anteriormente que en este problema es preferible prevenir, para lo cual se hace imprescindible informar. El diseño gráfico constituye una forma de entregar información, pero como no se puede enfrentar el problema sólo desde ésta área, fue preciso

buscar en un lugar donde existiera una fuerte preocupación por el tema social, que manifestara interés por la salud mental de la población, desde un ángulo preventivo.

Lo primero, y más evidente, es acudir al Ministerio de Salud, específicamente a la Unidad de Salud Mental. Allí se pudo detectar un ambiente un poco escéptico; al parecer, la Unidad de Salud Mental no cuenta con un gran apoyo de parte del ministerio para ejecutar campañas de prevención. De hecho no fue posible encontrar una oportunidad o espacio donde la comunicación visual pudiera participar, porque no había proyectos relacionados con la infancia, en este sentido.

Luego, en la sección a cargo del Programa de Salud del Niño, se detectó que el ministerio hace los mismos materiales educativos y talleres para adultos desde hace muchos años. Las ilustraciones siempre son hechas bajo un mismo código y la autoridad a cargo de este programa se veía escéptica en relación a este tipo de estrategia, por lo que se mostró a favor del teatro callejero o cualquier iniciativa diferente.

Fue preciso entonces, después de encontrar este panorama, buscar en otra parte y aparecieron muchas fundaciones, pero la Fundación Integra era la más seria, y tenía un proyecto diseñado a nivel de contenidos que necesitaba el apoyo visual y la intervención de un especialista en comunicación visual para la entrega de los contenidos y el proyecto entero. Este es un taller para padres, donde se entregan herramientas para mejorar la crianza y las relaciones con sus hijos.



La Fundación Integra se fundamenta en contribuir a la educación y cuidado de preescolares y lactantes a través de jardines infantiles implementados a lo largo de todo Chile, cuya situación sea de pobreza o adversidad. Aparte de entregar educación, cuidado y alimentación, la fundación está constantemente creando proyectos y realizando actividades que complementan estas funciones, ayudando a familias enteras y contando con un protagonismo importante en el país, en temas de superación de la pobreza.

Se puede concluir entonces que:

"Existe una necesidad de información con respecto a las necesidades afectivas y psicosociales de los lactantes y preescolares en los ambientes de pobreza, la cual puede cubrirse desde la comunicación visual a través del diseño de información y mensajes visuales educativos coherentes y pertinentes dirigidos a los adultos significativos (padres),

de acuerdo al contexto y la situación descrita anteriormente, impartidos particularmente a través de un taller especialmente elaborado por la Fundación Integra".

Es necesario suplir esta carencia de información con el objetivo de promocionar conductas preventivas en la población a fin de disminuir las cifras de patologías mentales relacionadas con la infancia de los afectados, los niños. A través de la entrega de información y el aprendizaje no sólo se pretende contribuir a mejorar la relación entre padres e hijos otorgándole a estos últimos una base sólida de seguridad y estabilidad emocional para el desarrollo de su personalidad, sino también a su educación y una vida más alegre y tranquila para toda la familia.

Una población sana es más productiva y reduce los costos sociales que, de no serlo, se producirían tanto por tratamientos como por programas de rehabilitación.



2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE DISEÑO



Identificación del Problema de Diseño

Problema

Facilitar a la fundación la entrega de información a los adultos significativos de los párvulos que asisten a sus establecimientos, a través de un taller especialmente planificado para impartir conocimientos sobre la familia y la crianza, el cual requiere materializarse de manera amigable, fluida y atractiva, tanto para convocar a los participantes como para ayudar a la monitora en la ejecución de las sesiones.

Objetivo Generales

Elaborar un sistema de comunicación visual para difundir y ejecutar un taller de fortalecimiento de competencias parentales de la Fundación INTEGRÁ, enfocado a mejorar las relaciones entre adultos y niños.

Facilitar a la monitora la ejecución de las sesiones, optimizándolas a favor de los objetivos de la fundación

Desarrollar estrategias para convocar al público y facilitar su aprendizaje durante el taller.

Objetivos Específicos

1. Diseñar un mecanismo de identificación para el taller
2. Desarrollar material para facilitar la gestión del taller
3. Elaborar una estrategia que facilite el aprendizaje de los asistentes al taller
4. Fortalecer el compromiso de los asistentes con el taller y prolongar su interés por los temas tratados en éste.
5. Generar un mecanismo de difusión que explicita los beneficios del taller, sin crear falsas expectativas
6. Elaborar un sistema de ordenamiento y estandarización para los contenidos de cada sesión



3. MARCO TEÓRICO



Marco Teórico

3.1. Condiciones de Pobreza en Chile

Básicamente, pobreza es la carencia de recursos a tal punto que dificulta las condiciones mínimas de supervivencia (alimento, agua potable, vivienda, ropa y educación). En Chile, la pobreza se mide a través del "costo de las necesidades básicas, se es pobre si el nivel de ingreso es inferior al mínimo que permite satisfacer las necesidades básicas, e indigente, si no permiten satisfacer las necesidades alimentarias. De acuerdo a la encuesta CASEN, el total de hogares pobres e indigentes en Chile hacia fines del año 2003 era de 631.602. Lo más devastador de la pobreza no es la precariedad de condiciones de vida, sino la falta de expectativas. Muchos de los afectados, sobretodo jóvenes, caen en la apatía, el individualismo y las conductas antisociales. Las personas afectadas por la pobreza prácticamente no salen de las poblaciones en las que viven, que comúnmente se ubican en la periferia urbana, lo que acrecienta su desintegración social.

| Edad | Situación de indigencia o pobreza | | | | | | | | | Total | |
|----------|-----------------------------------|-------|-------|--------------------|-------|-------|----------|-------|-------|--------|-------|
| | Indigente | | | Pobre no indigente | | | No pobre | | | Sexo | |
| | Sexo | | Total | Sexo | | Total | Sexo | | Total | | |
| | Hombre | Mujer | | Hombre | Mujer | | Hombre | Mujer | | Hombre | Mujer |
| 0-10 | 7.7 | 7.7 | 7.7 | 19.9 | 19.9 | 19.9 | 72.4 | 72.4 | 72.4 | 100 | 100 |
| 11-20 | 6.0 | 6.5 | 6.2 | 17.9 | 18.1 | 18.0 | 76.1 | 75.3 | 75.7 | 100 | 100 |
| 21-30 | 3.1 | 4.4 | 3.8 | 10.3 | 13.7 | 12.0 | 86.8 | 81.9 | 84.3 | 100 | 100 |
| 31-40 | 4.0 | 4.9 | 4.5 | 13.4 | 15.0 | 14.2 | 82.7 | 80.1 | 81.4 | 100 | 100 |
| 41-50 | 3.5 | 4.0 | 3.8 | 11.6 | 11.3 | 11.4 | 85.0 | 84.6 | 84.8 | 100 | 100 |
| 51-60 | 3.2 | 2.5 | 2.8 | 8.5 | 8.7 | 8.6 | 88.3 | 88.8 | 88.6 | 100 | 100 |
| 61 o más | 1.8 | 1.3 | 1.4 | 8.8 | 7.9 | 8.3 | 89.8 | 90.8 | 90.3 | 100 | 100 |
| Total | 4.6 | 4.8 | 4.7 | 13.9 | 14.3 | 14.1 | 81.6 | 80.9 | 81.2 | 100 | 100 |

Fuente: Mideplan, División Social. Casen 2003. Obtenido de "<http://www.mideplan.cl>"

El país ha mejorado sus condiciones de pobreza: los campamentos cada vez son menos, y han mejorado las condiciones de nutrición y vestimenta, pero pese a los avances realizados, existen importantes desigualdades en el ámbito de la salud y

educación, que perjudican especialmente a sectores pobres. Las limitaciones del sistema de salud generan un incremento de las condiciones de riesgo y vulnerabilidad, porque reduce las oportunidades de desarrollo personal, familiar, comunitario y de país. Además, las carencias de la salud actúan muchas veces como un factor de empobrecimiento de las familias, por efecto del costo y del daño humano que se produce. Por otro lado, las dificultades para acceder a una buena educación o a la educación superior pasan por un tema económico, aparte de numerosos casos de niños que no pueden estudiar porque se ven obligados a trabajar, o no pueden estudiar con tranquilidad por variados factores del ambiente de la pobreza que los afectan.

Algunas de las características que describen las condiciones de vida de las personas en este grupo son las siguientes:

- **Laborales:** Cesantía, inestabilidad laboral. El 26% de las mujeres está o ha estado en el comercio sexual.
- **De vivienda:** Pequeñas casas o departamentos básicos. Debido a la alta concentración de allegados, se generan relaciones sentimentales violentas, escondidas a veces entre parientes o cercanos, con hijos no reconocidos o con problemas de identificación del padre. Los recursos son insuficientes, el espacio y las condiciones de la vivienda no dan abasto. Ubicados en terrenos segregados, apartados de la ciudad, lo que genera discontinuidad en lo económico, social, político y cultural.
- **Familiares:** Altos niveles de violencia intrafamiliar. Alto porcentaje de los niños no



3.2. Familia y crianza

cuentan con personas que los asistan en ningún aspecto. Familias numerosas, incompletas, por ausencia o abandono de alguno de sus integrantes. Negligencia y desinterés hacia los niños; no se observan normas de crianza. Padre o madre ausente, presencia de padrastro o madrastra sin un rol definido. Constante rotación de parejas. Alguno de los integrantes de la familia tiene antecedentes delictuales (30% está o ha estado recluido). Las figuras paternas no transmiten seguridad y protección a los hijos, los que han crecido en un ambiente de abandono, violencia, agresión, aprendiendo de modelos inadecuados y poco protectores. Consumo de drogas de uno o más miembros de la familia (58%) y alcoholismo (44,7%). Han vivido siempre en ambientes de violencia, ya sea familiar o en el sector donde viven*.

Debido al problema de la inestabilidad laboral, la mayoría de las personas de este grupo no sabe de su futuro en el trabajo. De esto se desprende la falta de proyectos de vida, de metas a futuro. Todo este contexto de incertidumbre, inestabilidad, frustración y problemas afectan el ambiente en el que se cría un niño y, por lo tanto, se transforma en un escenario delicado para que su desarrollo sea pleno. El modo de ver la vida y de vivirla "día a día", sin proyecciones de realización personal, puede hacer menospreciar su estado de salud al grupo, no totalmente consciente de la importancia de la estabilidad familiar y la influencia de los ambientes violentos en la salud mental del niño.

La familia es el núcleo básico de la humanidad, en ella, los niños reciben las herramientas para desenvolverse en la vida, a la vez que se encarga de proporcionar el afecto y la protección que permitirán al niño crecer y desarrollarse de una manera sana. Es la instancia más importante de educación. De ella los niños reciben desde temprana edad los valores que les permitirán ser y sentir de determinada manera. Aprenden a relacionarse con las personas, a tener confianza en sí mismos, a respetar normas, a compartir con los demás y a expresar sus sentimientos. Al mismo tiempo, es la familia la responsable de generar en los niños la mayoría de los trastornos que afectarán su posterior desarrollo. Las condiciones que la familia es responsable de otorgar para el desarrollo pleno de los niños y niñas se relacionan con:

- Seguridad física: salud, alimentación, abrigo, etcétera.
- Cariño y afecto: no basta con querer al niño o niña, esto debe demostrarse cada vez que sea posible.
- Experiencias de socialización: los niños y niñas necesitan aprender para desarrollarse, y también aprender a convivir y a respetar a los demás.

Y también con una claridad en cuanto a las "normas de crianza" (el desarrollo de hábitos, la interacción con hermanos, el grado de independencia y diversos aspectos valóricos que afectan el desarrollo normal y sus variantes). Estas normas dependen de las características de la familia, que para favorecer un desarrollo normal se constituyen por:

- Cercanía afectiva.

* Fuente: SENNAME y Centro de Asistencia Jurídica La Granja



3.3.1. Necesidades psicosociales, afectivas e intelectuales, durante los primeros tres años de vida

- Equilibrio en la cercanía parental (un acercamiento excesivo a uno de los padres).
- Jerarquía parento-filial definida.
- Normas claras y flexibles.
- Interacción autónoma entre iguales (como entre hermanos. Una intromisión excesiva de los padres sobre los hermanos no favorece el desarrollo de éstos).
- Límites claros de los subsistemas familiares: Existen problemas que son de exclusiva incumbencia de los padres y otros que lo son sólo de los hijos.⁽⁴⁾

La influencia de la familia y la crianza de los niños es durante mucho tiempo, pero se inicia desde el nacimiento o incluso antes, por lo que durante el periodo de 0 a 2 años es fundamental iniciar lo mejor posible las relaciones entre padres e hijos y las normas de crianza.

3.3. El lactante y el preescolar

Desde la concepción hasta más o menos los tres años de edad, los niños son absolutamente dependientes de sus padres. El lactante está definido por la etapa que va desde las 4 semanas hasta los dos años de vida. En este periodo el individuo tiene necesidades de cuidado en cosas como la nutrición apropiada, salud, alimentación, estimulación, comunicación, seguridad, protección, apoyo, afecto y los ejemplos apropiados que el niño requiere para asimilar y crecer. En resumen, el cuidado es un conjunto de acciones que proveerán al niño de un ambiente de protección y de apoyo, óptimo para el desarrollo de su salud, aspectos psicosociales y cognitivos.

Principales periodos de la edad pediátrica

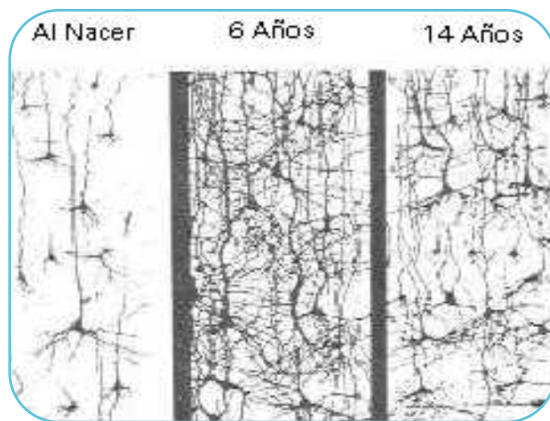
| | |
|------------------|--|
| 1. Recién Nacido | desde el nacimiento hasta la 4ª semana de vida |
| 2. Lactante | desde el mes de vida hasta los 2 años |
| 3. Preescolar | desde los 2 años de vida hasta los 6 años |
| 4. Escolar | desde los 6 años de vida hasta los 12 años |
| 5. Adolescente | desde los 12 años hasta los 18 años. |

Durante la infancia temprana (0 a 3 años), el niño experimenta rápidos y profundos cambios, pues se ve enfrentado a un vertiginoso desarrollo de capacidades que pasan a ser elementales para sobrevivir, a dominar complejas habilidades físicas, emocionales, psíquicas, cognitivas y sociales. Es en este período donde se construyen las bases para el desarrollo futuro del individuo a través del aprendizaje y la interacción con el ambiente humano y material, sentando las bases para el desarrollo intelectual, emocional, físico, inmunológico y social, ya que en él tienen lugar los procesos neurofisiológicos que configuran las conexiones y las funciones del cerebro, las cuales definen en parte importante la naturaleza y la amplitud de las capacidades futuras. Aquí es cuando aprende principalmente de sus experiencias directas con elementos concretos, mediante la manipulación, la observación y al escuchar, experimentando en base a pruebas y error, explorando su entorno. Este proceso continuo de desarrollo se basa en la acumulación de experiencias del individuo, donde cada etapa se asienta en la etapa anterior, determinando así que las primeras etapas serán más fundamentales que las etapas tardías. Así, todas las deficiencias en esta etapa (nutricionales, afectivas, etc.) serán la raíz de problemas en la etapa adulta. Por esto, la infancia temprana, y en particular, el período desde los 0 a los 3 años son los cimientos que sustentarán al individuo en el futuro.

(4) Vergara, María de los Ángeles: "Desarrollo psicológico del lactante. Pediatría ambulatoria, nutrición, crecimiento, desarrollo y conducta infantil". Manual de Pediatría PUC. (Abril 2005) Disponible en <http://escuela.med.puc.cl/paginas/publicaciones/manualped/desspsiclact.html>



Para fomentar el desarrollo que va teniendo el bebé con respecto a la cognición y a lo psicológico, es recomendable estimularlo y ponerle nuevos desafíos; si no es capaz de responder a ellos, lo hará cuando su madurez e interés se lo permitan. Esto tiene que ver con la formación de la identidad y de la propia personalidad. Las personas que rodean al bebé son quienes se convierten en mediadores entre él y el ambiente, llenando de significados las cosas con las que tiene contacto por medio de la estimulación.



Densidad Sináptica: Las sinapsis son creadas con asombrosa rapidez en los primeros tres años de vida. Para el resto de la primera década, el cerebro de los niños tiene el doble de sinapsis que el cerebro de los adultos.

“Mientras sea estimulado con amor, estos estímulos serán experiencias significativas en el desarrollo del bebé; en contraposición a la estimulación mecánica, ya que con niños se dan cuenta cuando los otros no se involucran ni se divierten mientras juegan y estimulan. Todo juguete es más divertido cuando se comparte.”⁽⁵⁾

El bebé, para su crecimiento afectivo social, necesita fundamentalmente sentirse querido, acompañado y perteneciente a una familia, quienes le brinden su amor y confianza,

pero lo más importante, es la presencia del adulto más cercano. El sentimiento de pertenencia le otorga seguridad y estabilidad emocional que lo ayudan a desarrollarse mejor y constituirse como una persona más equilibrada en el futuro. Por eso es que, para ayudar al niño, hay que ejercer acciones sobre sus padres u otros adultos significativos para el menor, ya que son éstos quienes conectan a los pequeños con el mundo.

3.4. La Comunicación y la Promoción de Salud

La salud, reconocido derecho fundamental de la humanidad, se divide en sus dimensiones física y psicológica. En Chile, esta última dimensión ha sido sistemáticamente dejada de lado por los proyectos gubernamentales de salud, y ahora, el país se encuentra en una empobrecida situación respecto a las enfermedades mentales que afectan a la población.

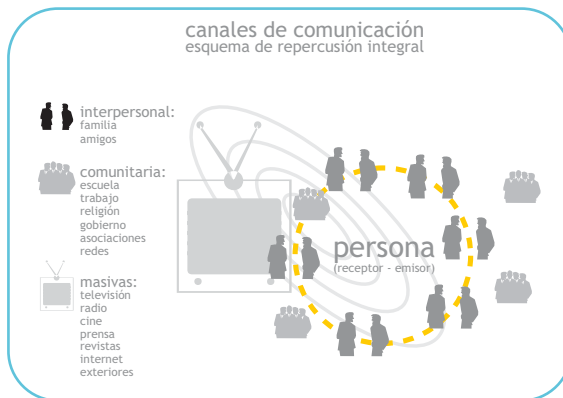
La Promoción de Salud se reconoce hoy como elemento fundamental en el control sanitario ya que más vale actuar preventivamente, pues el volumen de población es muy alto y tiende a colapsar los sistemas de salud. En todo el mundo, los gobiernos están fortaleciendo la Promoción de Salud, ya que los costos se elevan demasiado debido a la gran cantidad de población

La Promoción de Salud se centra en la implementación de programas de salud, que incorporan variables económicas, educativas, sociales, de uso e investigación, entre otras. La variable comunicacional se centra en la creación y el reforzamiento de

(5) Morales, Ximena: “Estimulación”. (Mayo 2005) Sociedad Chilena de Pediatría. Santiago.



"conductas saludables", a través de conceptos fundamentales: comunicación, determinantes de salud, empoderamiento y espacios saludables.



Comunicación: para el caso, se focaliza en la acción comunicacional a nivel grupal y masivo; lo que se constituye, como canal más apropiado, a través de consultorios. "La tarea global del comunicador-promotor de la salud, estriba en descubrir los indicadores más sensibles y representativos de la realidad ("determinantes de la salud"), construir parámetros de fácil medición, aplicar las técnicas de comunicación más apropiadas, evaluar los resultados mediante la investigación cualitativa y cuantitativa, y explicar los procesos de la comunicación en y para la promoción de salud."

Determinantes de Salud: engloba las condiciones de vida de la realidad en la que se vive (biológicas, sociales, económicas y físico-ambientales), que la Promoción de Salud busca mejorar, y los estilos de vida, relativos a los patrones de comportamiento individuales y la integración socioeconómica.

La acción promocional se inicia con la identificación de los determinantes de salud; y

definir así los factores a modificar o reforzar. Influir en la conducta de la población, implica apoyarse en sus patrones culturales, debe presentar una realidad alcanzable y modificable y debe proponer una conducta concreta, posible y atractiva.

Una estrategia frecuentemente utilizada en la Promoción de Salud es sujetarse a un modelo o "ejemplo vivo", extraído del mismo contexto que se está trabajando y que actúa como guía a través de su capacidad de liderazgo.

Por **Empoderamiento**, se entiende al paso en que el individuo se ve revestido de autoridad sobre su "autocuidado" y control sobre sus propias condiciones de vida. "El empoderamiento es el motor del desarrollo de capacidades y habilidades personales y el detonador de la participación social (...) implica una actitud personal de gran conciencia y autoestima, fuerte sentido de pertenencia y orientación a la participación en la búsqueda propositiva de satisfactores y recursos..."⁽⁶⁾

Los **Espacios Saludables**, son los entornos que rodean al ser humano, donde se dan las condiciones de vida que sustentan y apoyan conductas saludables, tanto individuales, como colectivas (colegios, oficinas, fábricas, etcétera).

A través de la comunicación visual, si bien no se puede intervenir en los espacios saludables, éstos sí pueden ser propuestos. De modo que el consultorio suele ser reconocido como un espacio óptimo para la educación, gracias a su concurrencia, credibilidad, espacio e infraestructura pensada para acoger a la comunidad. En el caso de éste proyecto, el canal no corresponde al consul-

(6) Del Bosque Araujo, Sofía: "¡Vamos a la Salud!. Mercadotecnia, comunicación y publicidad: herramientas para la promoción de salud". (pg 234) (1998) México



torio, pero sí corresponde éste a una instancia educacional concurrida por grupos de personas en cantidades importantes, y es tan importante como la anterior, cabiendo dentro del concepto de promoción, ya que se basa en la educación y prevención de trastornos de salud mental.

Marketing y Promoción.

La perspectiva del marketing en los temas de salud se centra en la prevención. Se detectan futuras necesidades basadas en estados epidemiológicos, de condición de vida y salud del "mercado", y se responde a través de campañas de comunicación motivacional y educativas.

El mercado, en principio, la totalidad de la población, se redefine en áreas de acción, definidas en función de un perfil sicosocial-cultural, diagnóstico situacional del entorno y la red de comunicaciones e interrelaciones al alcance del grupo objetivo. Así, en este caso, hay que centrarse en los grupos que califican en situación de "extrema pobreza", que no tienen acceso a los productos o servicios de salud y carecen de condiciones o medios que les permitan adquirir los hábitos saludables.

Los Productos de Salud pueden ser tangibles o intangibles. Los productos intangibles o sociales, se clasifican como ideas, cuando se habla de las creencias, opiniones, actitudes y valores, y, como prácticas, al hablar de actos aislados, las conductas y hábitos que en conjunto constituyen las condiciones de vida.

Las campañas de promoción tienen al producto social como eje central. Su precio, pasa de ser monetario. Se puede definir en

los costos psicológicos y emocionales que conllevan las modificaciones conductuales. El "precio" que el grupo objetivo esté dispuesto a "pagar" es directamente proporcional a la percepción de beneficios derivados de las propuestas promocionales. Mientras más fuerte y repetitivo sea el estímulo, mayor es el precio dispuesto a ser pagado, pero, en el caso de los productos sociales, siempre es determinante que éste se vea respaldado por una institución confiable como UNICEF, el Ministerio de Salud o la JUNAEB, la OMS, etcétera.

Las campañas sociales proyectan generalmente una medición de resultados de mediano a largo plazo, pues, como se tratan de modificar conductas, los procesos de cambio cultural se hacen lentos y los resultados no son perceptibles en el corto plazo.

3.5. Cómo educar a través de la Comunicación Visual

El cerebro comprende y retiene mejor la información que le es entregada a través de representaciones esquemáticas. Es por lo que textos, disertaciones, reuniones, clases, manuales y otros, se suelen apoyar en imágenes, diagramas, mapas, infografías, gráficos, y un sinnúmero de otros elementos ilustrativos, para permitir comprender más fácilmente la información expuesta. Ésa es la función de la comunicación visual en la educación: facilitar la comprensión por parte del receptor.

Percepción

El acto de percibir es el acto de la búsqueda de significado, de entendimiento e interpretación del medio. Cuando no se entienden los estímulos recibidos desde el medio, se



genera tensión, ansiedad, miedo, fatiga o aburrimiento, impidiéndose la comprensión correcta del mensaje. Por esto, la importancia de la organización y pertinencia de los componentes visuales en los mensajes gráficos.

Además, ya que hay tanta información en el ambiente, el individuo va generando filtros a través del tiempo, lo que también dificulta el captar su atención. Para conseguir que el cerebro permita la entrada de la información, se puede considerar lo siguiente:

- la **credibilidad de la fuente**, para ganar "admisión" automática
- **estímulos muy estructurados e intensos**, para dirigir las sensaciones del receptor
- la **percepción subliminal**, que consiste en estímulos que penetran directamente al plano inconsciente del individuo.

De esta manera se puede lograr un interés del receptor por el mensaje entregado, y así mejorar las condiciones educativas a través de la comunicación visual.

Esquemas mentales

El ser humano es "fundamentalmente visual". Como se dijo, los estímulos visuales son percibidos más fácilmente por la mente humana, donde la información es almacenada como "recuerdos", reordenados, jerarquizados, filtrados y desechados. En el proceso, la mente crea un "índice", una representación simplificada y abstracta de la realidad: un esquema mental.

Sabiendo aquello, la comunicación visual se ha empeñado en entregar conceptualizaciones claras y depuradas, ya esquematizadas

para la transmisión de los mensajes visuales: desde la pregnancia de las formas, hasta los tiempos de duración de transmisión del mensaje.

La finalidad didáctica hace que el mensaje se haga más icónico. Busca tanto la atención del receptor, como su comprensión, y como meta final, un cambio de alguna de sus conductas. La imagen icónica facilita la memorización y la comprensión de conceptos, porque es muy rica en información pero la presenta de manera breve, en una síntesis llena de contenido, más sencilla de asimilar que un texto extenso.

Para la entrega de mensajes visuales, cuyo fin último es modificar las conductas de algún grupo de la población (es decir, persuadir) el comunicador visual requiere realizar análisis demográficos, de actitudes, y psicológicos del grupo en cuestión, para luego definir la estrategia a tomar según los objetivos de las acciones de comunicación (según Abraham Moles, estrategias de **información**, **educación** y **persuasión**). Es necesario conocer al receptor para elaborar un mensaje que sea bien recibido y comprendido por éste, además de presentarse atractivo y producir algún cambio, refuerzo o incorporación de conducta deseada por la fuente emisora.

3.6. El constructivismo en la educación

Básicamente, puede decirse que el constructivismo es el modelo que sostiene que una persona, tanto en los aspectos cognitivos, sociales y afectivos, no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día



como resultado de la interacción de estos dos factores. En consecuencia, según la posición constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano, que se realiza con los conocimientos previos que la persona ya posee.

Esta construcción que se realiza todos los días y en casi todos los contextos de la vida, depende sobre todo de dos aspectos:

- 1.- de la representación inicial que se tiene de la nueva información y,
- 2.- de la actividad externa o interna que se desarrolla al respecto.

En definitiva, todo aprendizaje constructivo supone una construcción que se realiza a través de un proceso mental que conlleva a la adquisición de un conocimiento nuevo. Pero en este proceso no es solo el nuevo conocimiento que se ha adquirido, sino, sobre todo la posibilidad de construirlo y adquirir una nueva competencia que le permitirá aplicar lo ya conocido a una situación nueva.

La construcción se produce cuando:

- El sujeto interactúa con el objeto del conocimiento
- Esto lo realiza en interacción con otros
- Es significativa para el sujeto

En este modelo el rol del docente cambia. Es moderador, coordinador, facilitador, mediador y también un participante más. El constructivismo supone también un clima afectivo, armónico, de mutua confianza, ayudando a que los alumnos y alumnas se vinculen positivamente con el conocimiento

y por sobre todo con su proceso de adquisición, donde ellos mismos irán construyendo sus nuevos conocimientos a través de descubrimientos.

El profesor como mediador del aprendizaje debe conocer los intereses de alumnos y alumnas y sus diferencias individuales, conocer las necesidades evolutivas de cada uno de ellos, conocer los estímulos de sus contextos (familiares, comunitarios, educativos y otros) y contextualizar las actividades.

Así como la mediadora del taller opera en un sentido constructivista durante éste, la comunicación visual debe operar al servicio de esta dinámica, de manera que exista coherencia entre la estrategia educativa y los apoyos visuales.

3.7. La imagen corporativa

Pareciera que el acto mismo de existir implica necesariamente señalar la propia existencia. Al menos, así parece ser en el caso del hombre, que desde sus inicios cavernarios hasta su última escala en la evolución comercial ha necesitado individualizarse frente al resto de la especie. Y la marca ha estado presente desde el inicio.

La marca corresponde a una señal tanto física como psicológica, parte de su identidad, que existe con la cosa, pero que también permanece en el recuerdo del resto una vez que la cosa deja de existir.

A través del tiempo, los fundamentos del carácter de una marca no se ven modificados por las variaciones de su entorno. Y, a través del tiempo, también, se puede establecer que los fundamentos formales básicos de las marcas no han variado.



Pero el mundo sí ha cambiado alrededor de la identidad corporativa, en su uso, a través de sus mecanismos de protección primero y de la importancia operacional que se le asigna en el mercado actual; hasta llevar a establecer políticas de marcas.

Las marcas definen la identidad de un objeto o entidad gracias a su capacidad asociativa, que actúa, a través de las vías de la representación, como forma que busca relacionarse con la idea del objeto que representa y que lo consigue a través de la analogía (por semejanza perceptual entre la imagen y lo que representa), alegoría (donde se articulan elementos reconocibles de manera insólita), lógica (una cadena de asociación, determinado entre la información del producto y su uso), emblema (figuras adoptadas por convención que transmiten "valores"), símbolo (la relación entre la figura altamente ritualizada y una idea. Nunca entre la figura y un objeto), de modo artificial (donde no hay relación perceptual alguna entre la marca y lo que representa) y, también, a través de la dimensión lingüística de la marca (el "nombre" de la marca).

A la capacidad asociativa de la marca, hay que agregar su fuerza de asociación, su difusión en la diversidad; cómo su presencia se manifiesta en todas sus aplicaciones. Gracias a la repetición y la reimpregnación de la marca en la mente del receptor, se consigue tanto el refuerzo de la asociación, como la notoriedad de la marca. Se asocia no sólo por similitud, sino también por contigüidad.

"todas las marcas necesitan por una parte explicitar, sugerir o forzar su asociación con el producto, el servicio o la empresa*"; por

otra parte, necesitan señalar todas sus producciones, manifestaciones y comunicaciones." (Costa, Joan. Imagen Global). Cuando hablamos de asociación, la podemos alcanzar en el uso del símbolo, que favorece la analogía espontánea, y posee una notable fuerza visual y emocional, como en el uso del logotipo, forma abstracta que se vincula al nombre de la marca o empresa, de modo designativo o descriptivo. Sin embargo, en la mayoría de los casos, su uso se da de forma simultánea. Es un recurso frecuentemente usado el darle una dimensión figurativa a la imagen icónica. Lo que se presenta como un paso lógico en la evolución del *branding*, hasta ahora.

Como signo, la marca cumple una función "evocadora", pues lleva -como todo significante- la presencia del significado e incluso, llega a confundirse con el referente. Así, la marca no sólo designa lo que representa, sino que también comunica, de modo que se va cargando de atributos por medio de la asociación de ideas (marca-producto-referente-función-origen-cualidad- etc.)

Cuando la marca ha logrado penetrar profundamente en la memoria del público, éste se acerca un paso más en el nivel de asociación, otorgándole un nombre común de manera no impuesta.

La marca es un signo de substitución, representa, hace perceptible algo, y substituye, toma el lugar de aquello que representa, al mismo tiempo. La manera en que la marca es incorporada a los esquemas mentales del público, la hace un elemento tremendamente estable, en el tiempo y entre los niveles de segmentación de audiencias, fundamental para la identidad corporativa. Su desgaste

* Cuando habla de la *empresa*, ésta también puede ser una "fundación", que se diferencia de la "empresa" por sus fines sociales, pero que, al igual que ella, necesita una marca para identificarse.

(7) Costa, Joan: "Imagen Global. El marcaje y la marca" (pg 61) 1994, Grupo Editorial CEAC (3ª Ed.). Barcelona



es menor al de cualquier recurso publicitario (caracterizados más bien por su efimeridad).

Para conseguir dicha estabilidad, Joan Costa (en *Imagen Global*, 1994) establece 6 factores mnemotécnicos:

- **Originalidad**, puesto que la marca representa una identidad, ésta debe diferenciarse para su mejor retención.
- **Denotaciones**, la claridad con que la marca expresa su idea, en los primeros niveles de la escala de iconicidad.
- **Connotaciones**, las que el público debiera entender en su gran mayoría, con sólo ver la marca.
- **Pregnancia**, definida por Costa como "la medida de la fuerza con que una forma se impone en el espíritu del receptor"
- **Potencial mnemotécnico**, producto de la suma de los puntos positivos detectados en las etapas anteriores (originalidad, denotación-connotación y pregnancia)
- **Notoriedad**, que se logra en el resultado acumulado de la difusión.

Éstas debieran ser las cualidades que rigiesen la creación de una marca, para que su implementación sea más profunda y duradera, independientemente de los medios con los que se cuente para su difusión.

3.8. Diagramación y Jerarquización

Se puede definir a la *Diagramación* como la organización de un conjunto de elementos jerarquizados, basado en un sistema estético de carácter funcional. Es decir, cada elemento tiene un grado de valor definido, y la totalidad de elementos se debe componer en armonía visual, permitiendo una adecuada decodificación del mensaje. El diseño gráfico se concibe para ser plasmado sobre soportes bidimensionales, los que pueden ser adaptados a objetos tridimensionales: envases, dispensadores, merchandising, etcétera; además existe una relación de tridimensionalidad al manipular un soporte bidimensional como un libro, un folleto, una revista o un periódico, ya que al ser usado adquiere un carácter multidimensional: el desglose, el paso de una página a otra, implican factores ergonómicos previos en su concepción, y pueden tener relación con la diagramación bidimensional.

El hombre modifica su entorno para conseguir el confort. Esa adaptación permanente se relaciona con una necesidad natural de buscar el equilibrio: individual-social, físico-psicológico. Para diagramar, el diseñador se ayuda de una retícula que facilite lograr un todo que se vea equilibrado. Una retícula es un sistema ortogonal de planificación, que parcela el soporte en partes, facilitando el ordenamiento de la información. Asimismo, una diagramación, por mucho que respete una retícula (porque también puede no respetarla), debe estar hecha de tal manera que el todo se perciba equilibrado y agradable a la vista. Un buen diagramador es el que respeta esas normas; precisamente su creatividad radica en la capacidad para ofrecer múltiples posibilidades de presentación manteniendo el equilibrio, logrando que las



relaciones entre ubicación y escala que se establecen entre los elementos que transmiten la información, ayuden al lector a comprender el significado de dichos elementos, constituidos como un todo, en equilibrio.

El equilibrio es la eliminación de la perturbación en las expresiones visuales. Significa ordenar los elementos de manera que se produzca una percepción sin conflictos.

En este proyecto, los cuadernillos para las monitoras contienen textos extensos con informaciones paralelas, donde todo debe ser bien leído y captado, sin cansar o aburrir en el proceso. Una disposición óptima de los elementos bien jerarquizados puede hacer que una información extensa se asimile con más ánimo y efectividad que si está mal distribuida y mal organizada. El sistema ayuda al lector a comprender su uso.

La jerarquización es fundamental para la organización de los elementos gráficos. Se trata de asignar valores a cada uno de ellos y hacer que en varios niveles se vayan distribuyendo de acuerdo con la necesidad de enfatizar la información que contienen los distintos elementos que componen el mensaje. El tratamiento de los atributos para cada elemento requiere de un especial cuidado para lograr una adecuada jerarquización, basta un cambio de atributo a uno de los elementos para propiciar un nuevo juego de relaciones entre ellos y por lo tanto habría un nuevo diseño. Los objetos semejantes se disponen de una manera parecida, a fin de que sus semejanzas resulten más evidentes y así, más reconocibles. La retícula sitúa a los elementos en un área espacial dotada de regularidad, lo que los hace accesibles; los lectores deben saber dónde

encontrar la información que buscan gracias a las uniones entre las divisiones que actúan como señales indicativas para su localización. La destreza compositiva se basa en el dominio del criterio de jerarquización y en el establecimiento de un ritmo para todos y cada uno de los elementos que conforman el mensaje visual. Es decir, expresar en diversos grados de importancia los elementos y preponderantemente aquel que interesa destacar y se convierte en el eje de la composición.

Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas, tanto a nivel visual como organizativo. Imágenes y símbolos, campos de texto, titulares, tablas de datos: todo ello debe reunirse con el fin de comunicar. Una retícula es una forma de presentar todos los elementos juntos.

Consideraciones:

- El espacio es gobernado por una serie de relaciones entre las partes y el todo
- Una letra sola es parte de una palabra. Las palabras juntas crean una línea. Una línea tras otra y otra se convierten en un párrafo, y así se forman las columnas. Las columnas repetidas o de proporciones diversas, crean ritmo.
- Los espacios vacíos contribuyen a orientar el movimiento del ojo
- Las alineaciones conectan o separan las "manchas".



3.8.1. Elementos de la diagramación

- Imágenes:
 - Ilustraciones manuales
 - Ilustraciones digitales.
 - Fotografías.
 - Fotomontajes.
 - Infografías.
 - Diagramas/cuadros estadísticos.
 - Viñetas.
 - Logotipos
- Textos
 - Títulos.
 - Antetítulo.
 - Epígrafe
 - Subtítulo.
 - Gorro.
 - Capitular.
 - Leyendas.
 - Extractos
 - Cuerpo de texto.
 - Autores de texto y fotografía.
 - Número de páginas.
 - Encabezado de sección.
 - Cintillos
- Recursos gráficos
 - Líneas
 - Color
 - Tramas.
- Signos señaléticos.
- Marcadores de leyendas.
- Fondos texturados.
- Recuadros para texto.
- Técnicas (tintas, folias, barnices, troqueles, solapas, etcétera...)
- Otros (no especificados ya que permanecen en el campo de la innovación)

3.8.2. El ritmo

Al *ritmo* mayormente se le ha asociado con la composición musical, y en el cine también existe una expresión clara de lo que es el ritmo. En realidad, se trata de la estructuración de los componentes de cada mensaje que se presenta y, a la vez, de sus sucesivos sub-componentes donde cada una de las partes contribuye para lograr la unidad del todo en forma dinámica, que no se ve plana, que no cansa o aburre al receptor: los textos y sus variaciones de tamaño, posición, valor, textura, color, las imágenes igualmente con sus variaciones, los signos, sus valores y sus funciones y el conjunto organizado para dar lugar a un mensaje visual efectivo, funcional. Los conceptos de repetición, alternancia, simetría, compresión, expansión, reflejo, rotación, traslación son vitales para trabajar el ritmo.

Volviendo sobre el proyecto:

La diagramación de los cuadernillos cuenta con una estructuración previa de los contenidos, que ha sido establecida por la fundación y tiene definidas sus secciones. Todo esto deberá ser convertido a una estructura gráfica que armonice con las intenciones del



equipo que creó el Taller (definición de tipografías, colores, criterios compositivos, tratamiento de las imágenes, aplicación de recursos gráficos).

Esta relación convierte al producto final en una síntesis de la función y la forma de un mensaje impreso.

3.8.3. La Tipografía

Antes de concebirse un tipo, hay que tener definidos aspectos técnicos como el estilo, el objetivo y el destino de la tipografía. El lector tiene incrustada en su subconsciente, una especie de matriz de la forma de cada letra del alfabeto. Cuando lee, la letra percibida recorre las matrices, es comparada con la silueta correspondiente y es aceptada sin reservas cuando el signo es similar; o con resistencia, si la forma difiere demasiado de la "matriz inconsciente".

Mediante la lectura cotidiana, las matrices se consolidan incansablemente y obtienen un contorno preciso que se inscribe en las profundidades del subconsciente.

"una buena letra es la que se eclipsa ante el lector para convertirse en mero vehículo entre la mente y los escritos, en beneficio de la comprensión de lo leído" (Adrian Frutiger)⁽⁸⁾

Lectura y Legibilidad

En el proceso de lectura de un texto, el ojo del lector no capta las letras una tras otra, sino que "fotografía" sílabas, palabras, incluso parte de la frase. Un lector de agudeza media lee un conjunto de 8 a 19 letras por

movimiento ocular. Esta información es importante de considerar al diagramar los cuadernillos del taller, y sobretodo, en la sección de los anexos que contengan texto para entregar a los asistentes, tomando como objetivo la facilitación de su lectura y retención del contenido para su posterior aprendizaje.

El tipo utilizado debe ser de fácil legibilidad, ya que la escritura es un instrumento que transporta "alimento" intelectual. El tipo debe ser "invisible", debe desaparecer tras el texto y no perturbar la "alimentación", es decir, no alterar la normal lectura, a pesar de las intenciones secundarias que el diseñador tenga con respecto al tipo que utilizará. Así como una cuchara puede diseñarse de infinitas formas, no debe interferir en el acto de comer, pues es un vehículo; con la tipografía se podría decir que también es un vehículo, pero en vez de transportar alimento, transporta información.

"Las reglas de visibilidad siempre son las mismas: desde el cuerpo menor hasta el mayor, el secreto reside en la justa proporción de blancos en las letras y entre las letras". (Frutiger)⁽⁹⁾

Los caracteres con y sin remates

con remates sin remates

Los caracteres con remates son más fáciles de leer que los caracteres sin ellos. Estos "pies" que se apoyan en la línea horizontal de base, unen las letras entre sí y hacen que la silueta de la palabra se perciba más rápidamente como una entidad.

Estudios demuestran que un carácter sin remates, de tipo lineal, es teóricamente igual

(8) Frutiger, Adrián: "Entorno a la Tipografía" (pg37) 2002, Ed. Gustavo Gili S.A., Barcelona

(9) ibid (pg 40)



de legible que un carácter con remates. En realidad, la diferencia radica en la longitud del texto: un texto corrido (novela, artículo de fondo, etcétera...) nunca se compone con tipos sin remates, ya que su lectura resultaría más fatigosa.

Lectura de consulta

tourné le
Que veux-tu
l'opinion publique, pas facilement.

Déboires au Parlement

Le thème de l'aide économique à la Russie, prioritaire lors des derniers sommets, à Vancouver et à Tokyo en particulier, est cette fois délibérément relégué au second plan. Les Russes, tout particulièrement **l'opinion publique**, n'y croient plus, et trop insister sur le sujet ne pourrait que donner des arguments aux adversaires de Boris Eltsine. Les Américains quant à eux, également pour des raisons de politique intérieure, n'ont pas envie de trop puiser dans leurs caisses. Au lendemain des élections russes, ils ont bien entrepris de faire pression sur les institutions internationales, le FMI en particulier, leur reprochant d'être trop exigeants à l'égard de la Russie et les incitant à délier plus largement les cordons de la bourse. Mais il

162 ADAM ET ÈVE

— Le jardin se fait, tu vois... Ce sera pour une autre fois. Lydie...

— Oh! dit-elle, bien sûr, pour une autre fois...

Elle lui a tourné le dos.

— Où vas-tu?

— Je m'en vais.

— Ecoute, dit-il, ne t'en va pas.

— **Que veux-tu** que je fasse? Et puis, dit-elle, s'il y a quelqu'un...

— Oh! c'est quelqu'un de commode, dit-il, et qu'on ne dérange pas facilement.

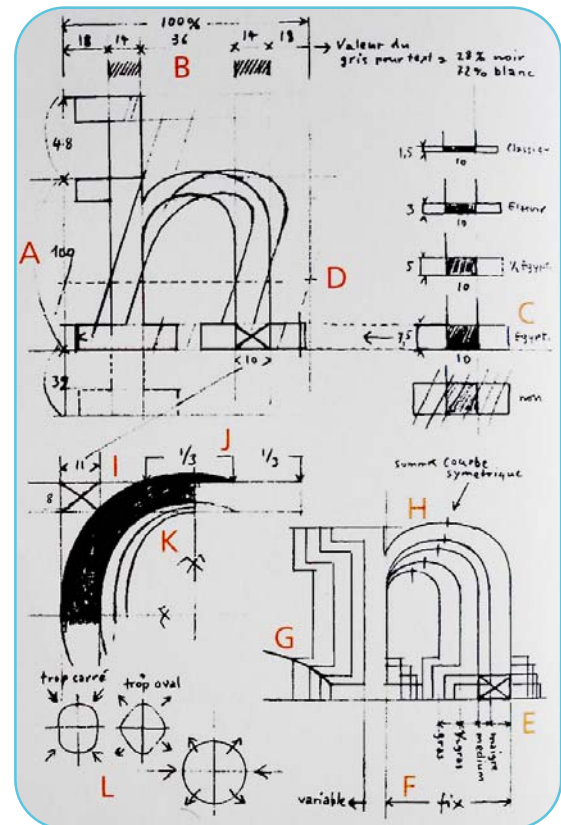
Elle attendait, de nouveau.

— Je voulais te dire, tu comprends, j'ai commandé une barrière, alors il faudra que tu viennes m'aider, parce que je veux la poser moi-même... Sept francs le mètre. En châtaigner. On enfonce les pieux, ils sont en chêne et puis on la fixe; et puis c'est fermé. C'est fermé partout, tu comprends... Dis, tu ne viendras pas m'aider?

El lector aborda de forma completamente distinta una guía telefónica, resultados bursátiles, de lotería, etcétera, o una enumeración de cualquier tipo. Esos textos no se leen, se consultan, y el ojo capta el escrito signo a signo. Para este tipo de textos se utilizan preferentemente caracteres sin remates.

Las escrituras de fantasía

Tienen razón de ser en textos breves, como piezas comunicacionales de conceptos e ideas, y no de contenido informativo o intelectual.



Se usan para marcas, títulos, textos breves, juegos tipográficos, etcétera. Buscan la atención del lector a través de formas que no necesariamente buscan la mejor legibilidad, sino la transmisión de una idea a nivel connotativo e incluso subconsciente.

3.8.4. El color

Cuando se enfrenta el desarrollo de un proyecto gráfico, se necesita conocer de antemano una serie de informaciones desde el cliente, que permitirán tomar decisiones respecto de las elecciones cromáticas y el uso del color. Aspectos como: el tipo de publicación, a quién va dirigida y revisar el



material que incluirá la publicación (fotos, dibujos, gráficos, etc)

Aún cuando no hay normas establecidas sobre cómo utilizar los colores, hay algunos criterios que se usan en un sistema de diagramación, como el contraste de colores, la armonía cromática, armonía de complementos, armonía monocromática, armonía de complementos, armonía de análogos y el criterio cálido-frío.

Las maneras como el color afecta a las personas en un plano connotativo, devienen del marco cultural en que la persona está inserta. Su consideración en el mensaje, puede permitir que el comunicador domine los dos campos de "sensaciones" que la persona puede sentir a partir de la percepción del color: **sensaciones acromáticas**, derivadas del *blanco* (bautismo, casamiento, nieves, nubes, orden, simplicidad, paz, pureza, etc), *negro* (sombra, noche, muerte, mal, tristeza, angustia, etc) y *gris* (polvo, máquinas, tempestad, tristeza, desánimo, sabiduría); y las **sensaciones cromáticas**, que derivan de la percepción del *rojo* (cereza, guerra, vida, sangre, mujer, fuerza, furor, vulgaridad, etc), *naranja* (fuego, luz, fiesta, fuerza, euforia, advertencia, etc), *amarillo* (luz, verano, chinos, confort, alerta, orgullo, etc), *verde* (frescor, primavera, bosque, verano, adolescencia, abundancia, equilibrio, etc), *azul* (frío, mar, cielo, espacio, viaje, intelectualidad, precaución, infinito, etc), *rosa* (aurora, sueño, fantasía, profundidad, egoísmo, calma, etc) y *marrón* (tierra, dolencia, pesar, melancolía, etc).

El color también se puede aprovechar como elemento organizador, como segregador o separador, de información, jerarquizando información, o resaltando cierta información

por sobre el resto (al remarcarla con un color distinto, más brillante o "fuerte").

3.9. Difusión de una actividad en un jardín infantil

Ya que este es un proyecto de comunicación visual, es evidente que el concepto de "comunicación" está presente en todas las acciones que se proponen, y el dar a conocer el taller es una manera de comunicar que éste existe: que se llevará a cabo en cierta fecha, en cierto lugar, en tales condiciones, y que promete tales beneficios para quienes asistan.

El hecho de difundir el taller, significa aparte de darlo a conocer, extenderlo, propagarlo y divulgarlo, de manera que la gente se interese en participar. El acto de comunicar implica la entrega de un mensaje a través de ciertos medios, que son determinados de acuerdo al grupo objetivo y la red de medios y canales que lo rodean. Los medios pueden ser sonoros, gráficos, corporales, mixtos... lo importante es que sean bien elegidos de acuerdo a la realidad en que vive el público objetivo. También influyen los objetivos y las dimensiones de la inversión que se desea hacer en la selección de los medios, que pueden ser personalizados (familia, amigos), grupales o comunitarios (escuela, trabajo, religión, asociaciones, redes...), o masivos (televisión, radio, cine, prensa, internet, espacios públicos concurridos masivamente, etcétera). Cada canal de comunicación tiene características específicas para optimizar su uso.

Para elaborar una estrategia de medios se pueden hacer análisis de situación, se



pueden definir objetivos cuantitativos y cualitativos, se pueden crear soportes innovadores que intervengan los medios, y muchas cosas más, pero en el caso de este proyecto no amerita una gran profundización en la difusión ya que el grupo objetivo no es masivo, la inversión es relativamente pequeña y la convocatoria se vería fuertemente respaldada por un contacto cara a cara entre las educadoras y los padres en los jardines. Y justamente un acertado plan de medios consiste en la correcta elección de los canales y medios de comunicación capaces de impactar con mas fuerza a los receptores, tomando en cuenta la optimización de los recursos disponibles y las ventajas de este en relación a los objetivos y expectativas.

En este caso, cada jardín desarrollara su propia estrategia de acuerdo al medio que le sea mas ventajoso, sin embargo la fundación elaborará ciertas piezas comunicacionales estándar para entregarle a cada uno de éstos y complementar en términos visuales las acciones que cada jardín estime llevar a cabo. Es pertinente considerar entonces dentro de las medidas estándar, todo lo que sea contacto de padres con el jardín, ya sea cuando van a dejar y a buscar a sus hijos, cuando van a reuniones de apoderados, a conversar con las tías, o a cualquier otra actividad o trámite en el lugar. Para esto se potencian aquellos lugares e instancias que sean de contacto frecuente, como por ejemplo el acceso al jardín, o el acceso a las salas, o el acceso a cada sala, o la libreta de comunicaciones que es diariamente revisada por el apoderado.



4. METODOLOGÍA



4

Metodología

4.1. Plan de desarrollo metodológico

La metodología a utilizar para la realización del proyecto es inicialmente de tipo documental, debido a la necesidad de recolectar la información para analizar el contexto en el cual se encuentra la problemática, y así delimitar de mejor manera el campo de trabajo y, por cierto, elaborar la propuesta más idónea para solucionar el problema ya detectado.

El plan de desarrollo metodológico aplicado cuenta con los siguientes acontecimientos:

I. Lo primero es detectar una evidente necesidad de comunicación visual, para lo cual en un inicio se puede buscar según temas de interés o según áreas de acción de la disciplina. En este caso se buscó un problema de acuerdo al tema de interés, donde se encontró un proyecto ya configurado pero que necesitaba ser traducido en códigos visuales, y organizado a nivel informacional, entre otros potenciales aportes. Para eso es preciso realizar una investigación previa y recolectar abundante información.

II. Luego se establece una situación de diagnóstico, a partir de la cual se puede detectar un problema de diseño y así definir los objetivos generales y específicos (determinar éstos últimos sirve para establecer cómo se lograrán los objetivos generales), componentes, características y límites del proyecto en variados aspectos, de tipo económico, logístico, de tiempo, de público, etcétera.

III. Para organizar el *timing* del proyecto, una vez que los objetivos se definen, se realiza una Carta Gantt con plazos establecidos para cada uno.

IV. Se define y analiza el grupo objetivo.

V. Luego, se realiza un análisis de la tipología existente para no repetir lo que se ha hecho o está haciendo y entonces poder marcar diferencia e innovación, sobretodo en el código ilustrativo para este caso.

VI. Etapa de Proposición. Se define una estrategia de Comunicación, que fundamentalmente se apoya en lo visual, pero cuenta con aspectos relacionados a otras materias, como por ejemplo, la difusión o el aspecto ergonómico (en este sentido cuentan por ejemplo, análisis de la arquitectura del jardín infantil para poder idear las dimensiones del lugar, cómo el ser humano se relaciona con una pieza comunicacional ya sea un libro o un políptico, qué tipo de medio es pertinente para la difusión del taller, etcétera...). Se inicia entonces un proceso creativo donde se diseñan diferentes propuestas gráficas y finalmente se selecciona la más apropiada.

VII. En la etapa de Producción se realiza la propuesta.

VIII. Finalmente la propuesta se aplica y se analiza, para afinar detalles formales y llevar a cabo el proyecto. La verdadera realización del proyecto será evaluada por los respectivos funcionarios de la Fundación que están encargados del área de Estudio y Programas.



4.2. Aspectos del proyecto

Es importante como parte del "método" de realización del proyecto, tener en cuenta diversos aspectos de éste, como son las variables, los recursos y los límites asociados.

Las variables del proyecto pueden ser constantes en un largo período, o pueden variar, siendo entonces permanentes o simplemente "variables":

Las permanentes son las siguientes:

- Imagen corporativa de la fundación y eventuales patrocinadores
- Imagen corporativa del taller
- Contenidos del taller, actividades, discursos de monitoras
- Público objetivo
- Ilustraciones

Las variables son las siguientes:

- Situación geográfica y condiciones en que el taller se lleva a cabo
- Criterios para hacer el taller de acuerdo al tema de cada sesión, e intereses de cada jardín y sala cuna.

En cuanto a los recursos que se necesitan y que están disponibles per se, o que son de fácil obtención para la implementación de las sesiones, se encuentran:

- **El lugar donde se llevarán a cabo:** salas de clases de los jardines infantiles de la Fundación Integra, u otras salas de las que éstos dispongan.

- **Equipamiento mínimo:** 11 sillas, electricidad, radio cassette, lápices pasta, scotch, plumones, revistas, pegamento, tijeras, pinceles, palos de helado, hojas de colores, corchos, lápices de cera, lápices de colores, cartulina de color, papelógrafos o pizarra, hojas en blanco, ovillos de lana, globos.

- **Equipo humano:** una monitora para conducir el taller y que dirige todas las sesiones. Esta puede ser cualquier educadora de párvulos de los jardines de la Fundación, que esté disponible y tenga la voluntad de hacerlo.

- **Económicos:** No definidos cuantitativamente, pero cualitativamente es política de la fundación realizar buenas inversiones en diseño y calidad del material publicitario, pedagógico de uso interno, por lo cual existen algunas libertades para el diseño.

Por último, los límites del proyecto que definen ciertas restricciones, son:

- Hay ciertos soportes que es imposible incorporar al sistema, como por ejemplo páginas web, videos o cualquier cosa que requiera un poco de tecnología, debido al entorno en el cual se desarrollarían los talleres

- Los papeles que sean para uso personal de las monitoras (por ejemplo evaluaciones personales o de grupo) o apoderados (tips para la casa, dibujos o láminas), deben diseñarse para formato fotocopia, ya que cada grupo tendrá que reproducir sus propios papeles.



- La estética del proyecto no debe contar con una gran sofisticación ya que las características culturales del grupo objetivo implican la necesidad una propuesta gráficamente simple y de muy fácil recepción.

- Si bien existen algunas libertades relativas al presupuesto para hacer algunas piezas de la propuesta, en el caso de los cuadernillos para las monitoras no se pueden utilizar recursos de producción elevados, como una muy variada cantidad de colores, troqueles, papeles

especiales, tintas costosas u otros, ya que éstos cuadernillos serán reproducidos en grandes cantidades, y además no se justifica porque el usuario que manipulará éstos no es el grupo objetivo final en sí, sino que transmite información al grupo objetivo final. Estas cuentan con otras características, donde se podría recurrir a una experimentación mayor pero no se justifica dado que el proyecto no busca generar cambios de conducta en ellas, sino que ellas son intermediarias para crear conciencia en los padres de los párvulos.



5. ANÁLISIS DE MATERIAL EXISTENTE



5 Análisis de Material Existente

Se han implementado diversas estrategias para el mismo objetivo de contribuir a potenciar el rol de la familia en la educación de sus hijos y, más que nada, el objetivo de ayudar a la gente a ser mejores padres. Esto incluye muchísimas iniciativas, que consideran la prevención del maltrato, estimulación, prevención de abusos sexuales, etc, pero en el caso particular de fortalecer las competencias parentales en grupos que viven en condiciones de pobreza, se han hecho históricamente este tipo de talleres y normalmente cuentan con una serie de ilustraciones muy similares en su código gráfico, tipografías amigables tipo comic sans y las actividades en las sesiones son muy parecidas, por lo que últimamente se han incorporado otras más lúdicas y también para practicar en el hogar.

A continuación, se analizarán estrategias de la fundación para conocer en profundidad cómo son las gráficas que ésta utiliza: en qué nivel están, qué es lo más constante, cómo se configuran las potencialidades del formato con la táctica, etcétera.

Bolsa Juguetes en Familia (Sala Cuna).

Descripción:

Esta bolsa contiene una serie de juegos para lactantes que requieren la interacción de los padres, de modo que sea una actividad compartida en familia a partir de juegos, para fomentar habilidades y estimulación hacia los hijos y estrechamiento de lazos afectivos. Esta se presta para llevar a la casa por una semana, rotándose por todas las familias de los niños de los jardines de la fundación.

Cada bolsa contiene una "alfombra de estimulación", juegos de encaje, cubos, un auto de arrastre, vasos apilables, cascabeles y un libro de género, además de un folleto explicativo.



Análisis:

La bolsa con los juguetes fue una buena iniciativa que contribuye a lograr el objetivo de la fundación de incorporar a las familias como agentes educadores principales, pero el objeto de análisis en esta investigación corresponde al folleto explicativo. Sus dimensiones son 21,5 x 25 cms y está compuesto por dos cuartillas. Presenta las foto-grafías de los juguetes en portada y el título "Juguemos en Familia" y abajo dice "Sala Cuna". Se entiende así que es un material para padres de niños que asisten a alguna de las Sala Cuna de la Fundación. Al interior se presenta una



imagen del juguete mismo y el nombre del juego. Luego un texto junto a esta foto, donde se explica para qué sirve el juguete y una sugerencia para utilizarlo óptimamente. Es información pertinente e importante ya que muchas veces con la carga del trabajo y responsabilidades del diario vivir, los padres no tienen tiempo de reflexionar acerca de una cosa tan pequeña como un juguete para bebé. Entonces, la entrega de la bolsa con el folleto ya contribuye a generar un espacio de juego, donde el folleto es parte de un acon-



tecimiento y su lectura es de gran ayuda para sacar provecho de los juguetes que vienen en la bolsa. La tipografía del texto interior es sin serif, sencilla, clara de visualizar y en color azul sobre fondo blanco: el folleto es claro y simple, enfocado a un público que cuenta con poco tiempo para leer, cuya habilidad lectora además es regular. Sin embargo, las últimas páginas son de fondo rojo y texto calado, en la misma tipografía pero el contenido corresponde a un relato acerca de los beneficios del juego en la etapa de cero a dos años de edad, y ya no es una sección instructiva como la anterior, por lo que cuenta con una aplicación de color que la hace más atractiva pero que podría dificultar una lectura que requiera más concentración, como en el caso

de las sugerencias para jugar con los elementos de la bolsa. En esta sección final de color rojo, aparece la palabra JUEGO dispuesta verticalmente, con un texto que toma como inicial cada letra de JUEGO (un anagrama), presentando los beneficios como si fueran enunciados por un niño. Esta parte sirve como resumen de todo, y es de una lectura muy fácil, además de llamar la atención por la inicial de cada oración. Por último, la palabra JUEGO aparece como marca de agua en forma vertical, como un recordatorio, para reimpregnarse del concepto. La idea más elocuente es la de concienciar acerca de que el juego es una manera de aprender y no sólo una distracción, resaltando así la importancia que tiene el que los padres jueguen con sus hijos, de hecho, en la página anterior, o sea la izquierda, aparece como conclusión del texto "la importancia del juego".

Adivinanzas

Descripción:

"Entra en este juego" se llama este pequeño grupo de adivinanzas que la fundación otorga a los padres para que jueguen con sus hijos en la casa. Está orientado a niños más





grandes, ya que consiste en leerles la adivinanza para que respondan con la lámina correspondiente, de 4x4 cm. Vienen dentro de una llamativa cajita de forma piramidal. Muy entretenida de descubrir, tanto para abrirla como para leerla.

Análisis:

El formato es una cajita lúdica de 16x6x6 cm, un tamaño cómodo para la mano, con colores llamativos y alegres, y cuadraditos ilustrados, los que le dan movimiento y refuerzan el carácter lúdico por el tipo de ilustración (trazo irregular, números irregulares y en distintas caras de los cubos, cubitos de diferentes tamaños...) y por la diagramación.

Lo primero a leer es el título "entra en este juego". La caja invita a ser abierta, para entrar en ella, y por supuesto, la invitación es a jugar. Luego aparece un texto calado sobre fondo morado, con tipografía sin serif y de un tamaño por lo menos 16 puntos, para una fácil lectura. Al abrir la caja por completo, aparece un fondo completamente verde limón con las adivinanzas dispersas individualmente

Fonoinfancia

Descripción:

Fonoinfancia es un servicio de ayuda a quienes tengan problemas con la crianza y no puedan acceder a otro tipo de apoyo profesional. Un equipo de psicólogos y especialistas atienden llamados telefónicos sin costo, para asesorar de manera confidencial a madres, padres, parejas y otros adultos que lo necesiten.



En esta pieza se utilizó varias veces un "elemento resumen" que sintetiza lo más importante: *marca gratis, 800 200 818, "fonoinfancia y Fundación Integra.*

Análisis

Como muchos elementos publicitarios, este folleto tamaño "media carta" cuenta con una fotografía como mensaje inicial, donde se intenta mostrar el agotamiento que un hijo puede provocar en sus padres, mostrando a una familia común y corriente, piel morena, padres jóvenes, hijo único e inquieto, el entorno mínimo que no connota casi nada, excepto el sofá donde los padres caen rendidos ante los problemas conductuales de



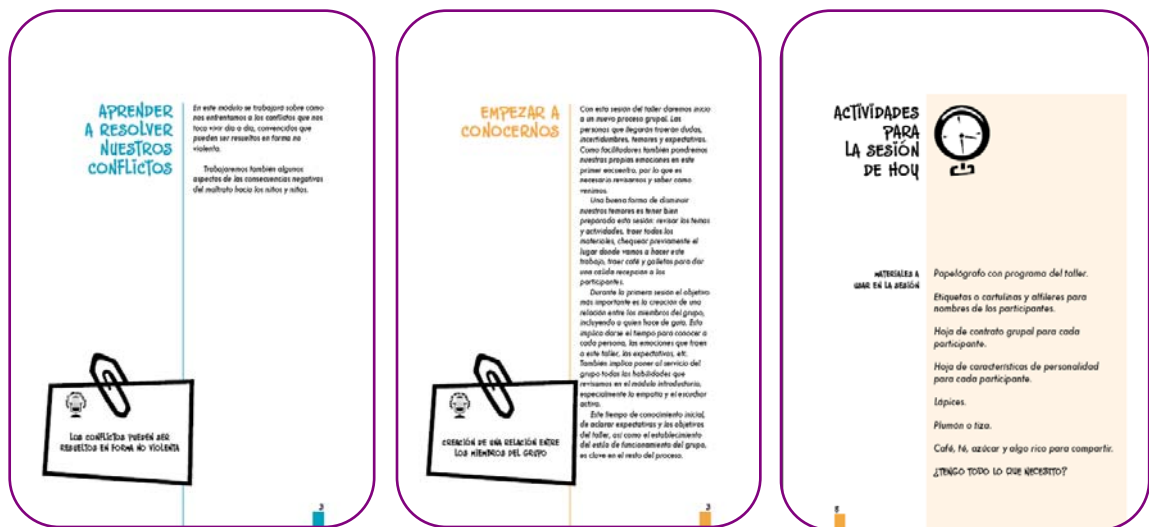
su hijo. Por esto, el llamado dice "te damos una mano", es decir, está declarando que la fundación puede ser de gran ayuda y luego especifica el cómo: "un equipo de psicólogos y especialistas te orientan en la educación de tus hijos". O sea, es ideal para cuando ya la persona no sabe qué hacer con el niño(a). La manera de acudir a esa ayuda es llamando, para lo cual se presenta el número 800 con una imagen del teléfono ya descolgado, sólo falta marcar. Al interior aparecen títulos de posibles consultas, probablemente las más frecuentes y obvias, luego un texto con el detalle del método de ayuda y destacando su inmediatez y confidencialidad, debido a que dos de los prejuicios para no pedir ayuda pueden ser la falta de confidencialidad y el temor a las consecuencias, y por otra parte la efectividad del servicio, lo que implica que al ser inmediata la respuesta se cumpliría con la promesa de ayudar.



Finalmente aparece en la última hoja, por tercera vez, el "elemento resumen" que incluye la invitación a marcar gratis el número 800, el texto "Fonoinfancia", el teléfono descolgado en mano y el logotipo de la fundación, con la información pertinente (horario de atención, sitio web, slogan, auspiciador...)

Esta pieza comunicacional se ve bien solucionada, con una jerarquía clara, un mensaje claro, un "elemento resumen" atractivo y bien localizado, frases reales que son parte del diario vivir de los padres que constituyen el grupo objetivo, credibilidad de la fuente y cumplimiento de la promesa, lo que ha permitido que el Fonoinfancia sea todo un éxito. Está funcionando hace cuatro años y recibe entre 30 y 40 llamadas diariamente, lanzando actualmente una campaña de padres con "superpoderes" en el metro, jugando con la estética del cómic de superhéroes, ubicando piezas dentro de los trenes y en los andenes, repitiendo el "elemento resumen" y presentando la exclamación "¡estoy agotado(a)!" que, sin duda, identificará a muchos padres.





Taller "¿Te suena familiar?"

Descripción:

La Fundación INTEGRA, que forma parte del Comité Nacional de Prevención de Maltrato Infantil, implementó en 50 Jardines el proyecto "Te suena Familiar", que es un taller para fortalecer las competencias parentales.

Análisis

El taller "Te suena familiar" es muy similar al taller "Mirando mi Árbol", pero con objetivos diferentes. Sin embargo, es un elemento muy importante de analizar ya que también presenta una serie de cuadernillos para las monitoras, donde aparecen los contenidos de cada sesión, objetivos, actividades y anexos.

El taller "Te suena familiar" está compuesto de una serie de 8 cuadernos, cada uno con 2 módulos. Contienen la información personal para el facilitador, selección de juegos y dinámicas de grupo. Las primeras sesiones son de conocimiento del grupo y módulo de evaluación final del taller, fomento para

hablar de la familia (la de origen y la construida), la crianza de los hijos, los derechos de los niños y cómo cada hijo es diferente del resto, el maltrato infantil, la violencia, la disciplina y los conflictos al interior de las familias, la comunicación y expresión de los sentimientos, la problemática de los temas difíciles de hablar con nuestros hijos y la influencia de la televisión en la familia.

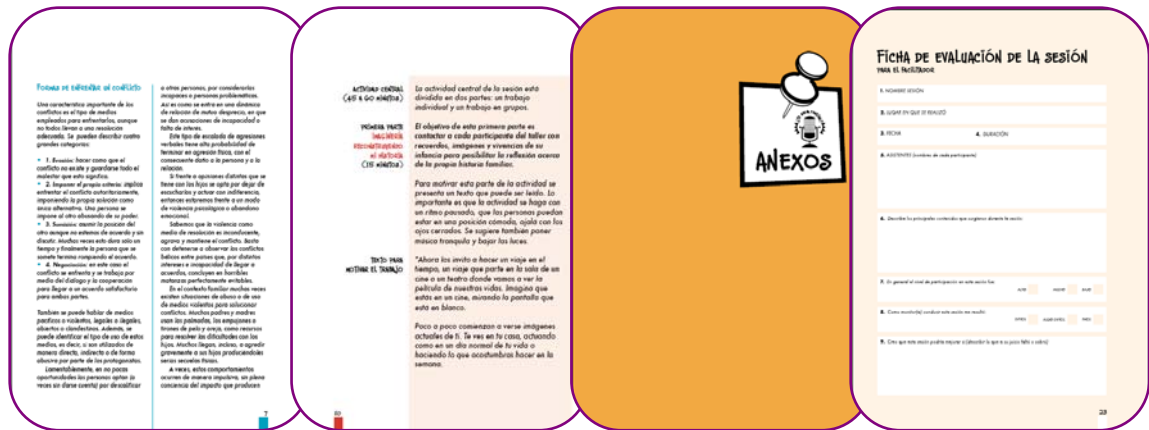
Los temas tratados claramente son muy similares a los de Mirando mi Árbol.

En cuanto a la estructuración de los cuadernillos, presentan las siguientes secciones:

1. **"Nuestro tema de hoy"**. Presentación teórica del tema a trabajar, con elementos que ayuden al facilitador a manejar los contenidos necesarios para el buen desarrollo de la sesión y para cerrar reforzando los temas que considere más relevantes. Es equivalente a: "sobre el tema de hoy", primera sección de contenido que trae cada cuadernillo de Mirando mi árbol.



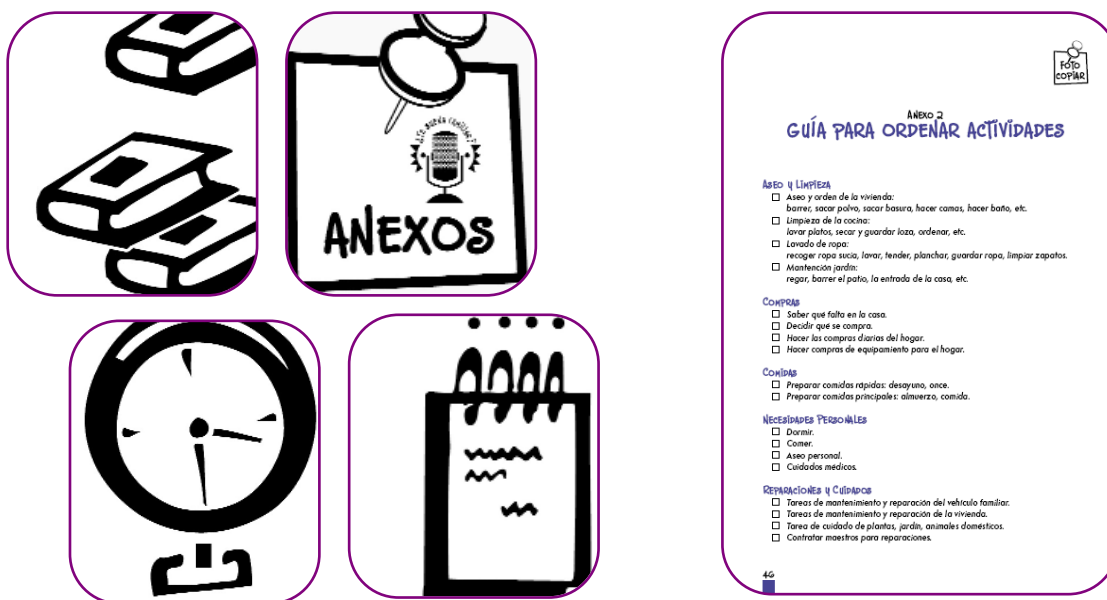
5. Análisis de material existente



2. **"Objetivos para esta sesión"**. Aquí se entregan los objetivos, que orientarán el trabajo del facilitador
3. **"Materiales"**. Listado de materiales a usar en la sesión
4. **"Actividades para la sesión de hoy"**. En esta sección, se entrega una estructura para trabajar el tema con sugerencias de actividades y tiempos de duración. Dentro de cada sesión hay un momento de encuentro, una actividad principal para desarrollar el tema, un momento de síntesis de lo trabajado, un momento de evaluación para que los participantes cuenten qué les pareció lo que hicieron ese día y una tarea para la casa. El cuaderno 1 contiene un anexo de actividades grupales, de las cuales se puede tomar algunas para hacer un tiempo de "descongelamiento" al comienzo de la sesión. Se incluye una actividad alternativa para profundizar o usarla como actividad principal. Esta sesión por ser la primera, es muy parecida a la sesión inicial de Mirando mi Árbol
5. **"Hoy conversamos sobre..."**. La idea de esta hoja es que se pueda fotocopiar para cada participante, ya que contiene ideas centrales para la casa. También hay un espa-

- cio en blanco que le permite al participante evaluar cuál fue su propio aprendizaje. No es la idea hacer de esto una evaluación de contenidos, sino que más bien hacer una reflexión sobre las ideas o sentimientos que a cada persona le quedaron dando vueltas después de la sesión. También le puede servir al facilitador para reforzar ciertas ideas en relación con el tema tratado.
6. **"Anexo"**: con hojas de trabajo u otro material.

Si bien este taller es similar, no está organizado como Mirando mi árbol, ni cuenta con imágenes de apoyo o difusión como lo que se propone más adelante. Está diagramado con la intención de facilitar la lectura para la monitora, cuenta con una tipografía de apoyo muy juvenil e incluso femenina, lo que es coherente, ya que las monitoras son mujeres y relativamente jóvenes (promedio de 31 años). Cuenta con un sistema de íconos de trazo grueso, irregular y atrevido, bastante juvenil también. Además, está fundamentado en un sistema de pantallas de color, que actúan como elemento destacado de ideas-fuerza o párrafos importantes. Cada sesión es



de un color diferente, conformada por dicho color para los elementos gráficos, y negro para los textos.

No está claro cómo el diseño del material ayuda a los padres asistentes al taller. Los anexos, que están pensados para ser fotocopiados, contienen color para separar títulos y párrafos; además, poseen elementos gráficos con líneas transgresoras diagonales y de variados grosores, trazo atrevido e irregular, que relaciona todo el concepto del taller con la radio, llevándolo a un plano juvenil que no parece a lugar ya que los asistentes al taller no necesariamente son jóvenes y atrevidos (a pesar que son en padres jóvenes y eso justifica un diseño juvenil, pero no necesariamente atrevido). Hay coherencia con el concepto radial de imagen corporativa e idea del taller "te suena familiar", pero es posible que se pueda hacer de una manera más sensibilizadora y no tan enfocada en lo entretenido o alegre de la radio joven.

Además, los anexos tampoco incluyen imágenes, y en algunas sesiones se puede ver que realmente hacen falta, como por ejemplo en una que aparece un anexo de tarea para la casa, donde el lector debe descubrir sus propias características, las que aparecen escritas junto a una casilla donde deberían seleccionarse. Esto puede complicar al lector porque es posible que: no sepa el significado de algunos conceptos, o que no se sienta identificado con ninguno al no sentirse especialmente sensibilizado por algún elemento gráfico que demuestre la idea más rápidamente y lo represente.

De todos modos, como sistema de diagramación y concepto, este taller cuenta con un diseño bastante atractivo en comparación a otros talleres que se revisaron en la biblioteca de la fundación, que son tan planos que no se consideró necesario incorporar aquí, pues no presentaban la posibilidad de sacar algún provecho al analizarlos; no era posible rescatar anti-ideas, y mucho menos ideas.



ANEXO 2 GUÍA PARA ORDENAR ACTIVIDADES

Aseo y LIMPIEZA

- Aseo y orden de la vivienda:
barner, sacar polvo, sacar basura, hacer camas, hacer baño, etc.
- Limpieza de la cocina:
lavar platos, secar y guardar loza, ordenar, etc.
- Lavado de ropa:
recoger ropa sucia, lavar, tender, planchar, guardar ropa, limpiar zapatos.
- Mantenición jardín:
regar, barrer el patio, la entrada de la casa, etc.

COMPRAS

- Saber qué falta en la casa
- Decidir qué se compra
- Hacer las compras diarias del hogar.
- Hacer compras de equipamiento para el hogar.

COMIDAS

- Preparar comidas rápidas: desayuno, once.
- Preparar comidas principales: almuerzo, comida.

NECESIDADES PERSONALES

- Dormir.
- Comer.
- Aseo personal.
- Cuidados médicos.

REPARACIONES y CUIDADOS

- Tareas de mantenimiento y reparación del vehículo familiar.
- Tareas de mantenimiento y reparación de la vivienda.
- Tareas de cuidado de plantas, jardín, animales domésticos.
- Controlar muestras para reparaciones.



Programa de Salud del Niño (minsal)

Descripción:

Tríptico formato 19x29 cms, 2 tintas, una de color y otra negra, excepto en el logotipo del gobierno, que tiene azul y rojo.

1º "Esperando a su hijo" (embarazo)

2º "Estimulando al niño desde que nace" (0 a 3 meses)

3º "Apoyando los nuevos aprendizajes del niño" (3 a 6 meses)

4º "Apoyando al niño en la exploración del niño" (6 a 12 meses)

5º "Apoyando el desarrollo integral del niño" (12 a 24 meses)

6º "En busca de mi independencia personal" (2 a 5 años)

Están impresos por ambos lados y acentúan con bastantes ilustraciones los textos de apoyo.

Análisis:

La organización es la misma para todos los trípticos, sólo cambia el contenido de texto e ilustraciones. La portada presenta una ilustración representativa de la etapa que vive el niño, en un tamaño que ocupa más de la mitad de formato. En el 1º aparece la mujer embarazada; en el 2º, la madre con el bebé



en brazos; en el 3º, un bebé de 3 meses jugando; en el 4º, un bebé de un año mirando un libro; en el 5º, un bebé de un año y medio encajando argollas; y en el 6º, un niño mucho más grande, aprendiendo a escribir, lo que se refiere a la independencia del niño, ya aparece sólo. Debajo de la ilustración, aparece el título del folleto, en tipografía Arial, en negritas, itálica, 28 puntos, legibilidad muy clara, que apoya la ilustración obteniendo la correcta interpretación. Luego, en 16 puntos, un subtítulo indicando el período que vive el niño y, por último, el logotipo del gobierno, mencionando al ministerio de salud avalando el proyecto del Programa de Salud del Niño. Es una estructura básica y muy clara: el recorrido vertical claramente jerarquizado, está evidenciando algunas características de las previsiones del emisor, que evita toda "sofisticación" que dificulte la lectura o la correcta interpretación.

Al abrir el folleto, lo primero que aparece es un resumen: "Recuerde que", con una ilustración. El "Recuerde que", consiste en la idea fuerza que sintetiza toda la información del folleto, lo que se destaca a través del uso de un parche de color en el fondo del texto-idea. Éste tipo de recurso es de gran utilidad y será rescatado para incorporarlo en los manuales de monitoras y material de aprendizaje para los asistentes al taller.

También se rescata de estos trípticos la simplicidad de la diagramación y las tipografías utilizadas. El grupo objetivo es un público que generalmente puede tener muchos problemas, pocos recursos, pobres hábitos de lectura y poco tiempo para leer un folleto "cansador". Todo esto indica que los elementos gráficos idealmente debieran ser muy claros, simples, jerarquías bien explíci-



RECUERDE

Usted está viviendo uno de los momentos más importantes de su vida.

Ser mamá significa esfuerzo, preparación y compromiso con su hijo.

La leche materna materna es el mejor alimento para su hijo y además dar pecho, fortalece los vínculos afectivos entre Ud. y su bebé.

La participación del padre en el nacimiento así como el apego y puesta precoz al pecho, facilitan la lactancia y la crianza al fortalecer los vínculos afectivos.



Estimular al hijo es amarlo



IMPORTANTE

El niño necesita ser estimulado; es necesario que desde el primer contacto que tenga con él, le hable suave, lo acaricie y le exprese su afecto.

Cuando usted le da pecho, lo está estimulando de la mejor manera posible.



**Preparándose
para recibir
a su hijo**



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE SALUD
PROGRAMA DE SALUD DEL NIÑO

tas, tipografías amigables y de una legibilidad clara. Sin embargo, al recorrer las distintas piezas recolectadas en el análisis, se puede apreciar que, a pesar de todos los requisitos señalados anteriormente para los elementos visuales, hay una gran falta de empeño por hacerlos atractivos. Puede surgir la idea de que con esas restricciones es muy difícil hacer algo "atractivo"; sin embargo, ése es el desafío interesante al elaborar el material visual informativo y educativo para este tipo de receptor: no porque la tipografía tenga que ser muy clara, se va a usar necesariamente una Arial; o porque deba ser "amigable", se usará sólo para títulos. Lo mismo pasa con las ilustraciones: al hacer

recorrido, se puede establecer que el código para las imágenes es siempre el mismo:

- Trazo irregular
- 2 tintas, excesiva utilización de rostros,
- Entornos mínimos
- Actitudes felices
- Técnica: acuarela o tinta al agua
- Luz y sombra suavizadas en transición
- Texturas simples y escasas

Fuerza poco presente, buena legibilidad y connotaciones positivas para la madre.



6. PROPUESTA PROYECTUAL



6 Propuesta Proyectual

La siguiente Propuesta Proyectual define un Programa de Diseño que se explica más adelante, porque antes es preciso aclarar qué es la Fundación Integra y qué es el Taller Mirando mi árbol, ambos protagonistas del proyecto y por lo tanto, del programa de diseño que se propondrá.

Este trabajo comenzó con la detección de una necesidad, que corresponde a un problema social. A partir de esa declaración, se ha planteado un objetivo general que está relacionado con la comunicación visual, y con un proyecto encontrado que abre un espacio para el diseño gráfico, permitiendo responder a la necesidad detectada desde esta disciplina.

El proyecto encontrado, es un taller para padres que la Fundación INTEGRA desarrolló como parte de un conjunto de estrategias pertenecientes al programa "Vínculo con las Familias". Este taller está diseñado a nivel de contenidos, estructura y conceptos, pero para implementarse **necesita de una estandarización, de un apoyo, de una facilitación y, en definitiva, de un sistema que tiene relación con la organización de información e imágenes, de manera que los mensajes a entregar por medio del taller sean transmitidos de tal manera que se cumplan los objetivos del taller** (mencionados más adelante).

A continuación, la descripción de los "protagonistas" de este proyecto (la Fundación Integra, el Taller "Mirando mi Árbol" y el grupo objetivo) y luego, el programa de diseño propuesto

6.1. La fundación

La Fundación Integra nace en 1990, de los comedores infantiles de la Fundación Nacional de Ayuda a la Comunidad (FUNAC). Es una fundación sin fines de lucro, financiada por el estado; recibe aportes de organizaciones internacionales, empresas y la comunidad. Es presidida por la señora del Presidente de la República. Se constituye como una red nacional de recursos humanos e infraestructura que trabaja a favor de la infancia, lo cual se traduce en la implementación de jardines infantiles que acogen a niños y niñas, de entre tres meses y cinco años de edad, que viven en situación de pobreza y vulnerabilidad social a lo largo de todo Chile. Forma parte del Comité Nacional de Prevención del Maltrato Infantil.



Provee educación parvularia y alimentación a 70000 niños y niñas, en edad preescolar, a través de 900 jardines infantiles urbanos y rurales, en todo Chile, desde Arica a Magallanes. Su objetivo es contribuir al desarrollo integral de la infancia en situación de pobreza, promoviendo su desarrollo intelectual, emocional, social y nutricional. Así



busca garantizar el principio constitucional de igualdad de oportunidades para todos los niños de Chile. Postula que, si bien todos los niños nacen iguales, a medida que crecen, la situación de pobreza afecta limita sus oportunidades y su desarrollo, comparado con quienes viven en ambientes de mejor situación, los deja en una posición de inferioridad.

Al trabajar sobre los primeros años del desarrollo del infante, la fundación pretende equiparar sus condiciones a través del desarrollo de las habilidades del menor, preparándolo para su ingreso a la escuela y facilitando la incorporación de la madre al mercado laboral, lo que aumenta el ingreso de la familia y, en consecuencia, mejora la situación económica de la familia.

Para obtener los resultados que desea, Integra implementa un programa de desarrollo integral y cuidado de los niños. Trabaja sobre un programa desarrollado en cuatro aspectos: pedagógico, trabajo con la familia, programa nutricional y el proyecto solidario. De este modo, opera de manera integral sobre todas las condicionantes que afectan el desarrollo del infante, no sólo sobre el niño mismo, sino sobre su familia también. Procura, en todo caso, respetar el contexto cultural y la realidad que rodea al niño e involucra en sus programas a los padres y la comunidad.

Programa "Vínculo con las familias"

Fundación INTEGRA reconoce en las familias a los principales educadores de los niños porque sus integrantes son las personas más permanentes y significativas en sus vidas. Por

ello, la labor de los jardines infantiles se concibe como una acción educativa sistemática y orientada por criterios técnicos, complementaria a la labor educativa de los padres.

El vínculo con las familias se funda en un principio básico: los padres tienen potencialidades educativas que si se reconocen y fortalecen, permiten constituir una relación de alianza con el establecimiento educacional, que suma las capacidades que unos y otros ponen al servicio y en beneficio de niños y niñas.

Estrategias para trabajar con las familias

- **Talleres educativos:** La crianza y educación de los hijos son el foco de interés de estos talleres y programas editados por el Ministerio de Educación. Ejemplos: "Manolo y Margarita", "Conozca a su hijo", o "¿Te suena familiar?".
- **Reuniones de Nivel:** compartir es la clave. Además de informar a los padres de las actividades que realizan sus hijos en los jardines infantiles y salas cunas, en estas reuniones se desarrollan actividades de convivencia y de colaboración con las del establecimiento.
- **Participación en actividades educativas con los niños:** En Fundación INTEGRA los padres son agentes educativos y, como tales, participan en algunas de las actividades que desarrollan sus hijos. En ciertas localidades, esta modalidad se denomina "Madres colaboradoras en sala".
- **Participación en tareas educativas en el hogar:** El espacio cotidiano de convivencia es el hogar. Por ello, al interior de sus casas,



los adultos realizan tareas educativas sencillas con sus pequeños. Áreas como el lenguaje y las relaciones lógico-matemáticas son algunas de las que se trabajan en el seno familiar. Fundación INTEGRA provee a los padres de materiales educativos apropiados para esta importante labor.

6.2. El Taller "Mirando mi árbol"

El taller viene a ser entonces un tipo de estrategia para trabajar con las familias, en concordancia con los objetivos de la fundación de capacitarlas para mejorar la formación de los niños, considerando su importancia en la vida de los pequeños y que no todo está en manos de las educadoras de los jardines. Tomando en cuenta estos antecedentes, la fundación ha establecido que jardín y familias realicen acciones conjuntas para potenciar a niños y niñas. Se busca que las familias puedan recrear constantemente con los niños, pequeños momentos y experiencias educativo-formativas. Esto, a través de la transmisión y fortalecimiento de algunas habilidades para la crianza y el aprendizaje por medio del taller.

El taller fue elaborado por profesionales del servicio telefónico *Fonoinfancia* y la Dirección de Estudios y Programas que, sumando esfuerzos y experticia, lograron acordar una propuesta común. Se implementó una experiencia piloto en dos jardines de la Región Metropolitana entre noviembre de 2003 y enero de 2004, donde participaron en total 14 madres, la que fue sometida a evaluación y finalmente se le aplicaron las adecuaciones necesarias, quedando como resultado el taller Mirando mi Árbol, cuya descripción se hace a continuación:

El taller Mirando mi árbol consiste en un conjunto de 11 sesiones, donde el propósito principal es fortalecer las competencias parentales en adultos significativos de los niños y niñas de jardines infantiles INTEGRA, con el fin de promover las interacciones positivas y la mediación de aprendizajes en el contexto familiar.

En tanto, los objetivos específicos del taller son:

- Reconocer en la experiencia parental los modelos de crianza que sustentan la relación entre adultos significativos y niños(as), para comprender el necesario equilibrio entre ellos.
- Empatizar con las necesidades y derechos de los niños y niñas, reflexionando en torno al rol protector de los adultos significativos en la crianza de ellos.
- Conocer y promover modalidades de comunicación y expresión de sentimientos que potencien y fortalezcan el vínculo adulto - niño(a).
- Entender los conflictos como parte constitutiva de la vida familiar y el establecimiento de límites y normas como parte de la función formadora y protectora de los adultos con los niños y niñas.
- Descubrir y potenciar redes de apoyo en la crianza y cuidado de los niños y niñas como modo de soporte en la tarea parental.
- Reconocer estrategias de mediación educativa con los adultos y activar su práctica en el contexto familiar para promover aprendizajes con sus niños y niñas.



El nombre del taller es "Mirando mi árbol" y se fundamenta en una metáfora, donde el árbol simboliza a la familia y los niños y niñas de los adultos que asistirán a las sesiones. Tal como un árbol que requiere cuidados para crecer y dar sus frutos, las familias necesitan también de la preocupación de los adultos para una relación interna armoniosa: los niños necesitan normas claras que los ayuden a crecer, tal como los árboles pequeños requieren sus tutores para no doblarse; las niñas y niños tienen necesidades afectivas, físicas, intelectuales y otras, tal como un árbol requiere de luz, agua y nutrientes de la tierra para crecer sano. La imagen del 'árbol' ayuda con un ejemplo simple, a sintetizar didácticamente las principales ideas de cuidado, atención y fortalecimiento del desarrollo y aprendizaje de los niños y niñas al interior de las familias. Así también, para sembrar en tierra fértil, ésta debe prepararse, debe tener los nutrientes y minerales necesarios, debe estar lo suficientemente descansada para que la planta pueda germinar, y debe tener suficiente agua y sol para que se alimente. Esta imagen refiere, por ejemplo, a la primera sesión del taller, donde se busca preparar la tierra, generando las condiciones necesarias para construir y desarrollar este espacio de fortalecimiento de las competencias de los adultos en la crianza.

Del mismo modo, al observar un bosque, la primera impresión es que lo componen muchos árboles, pero al mirar con detención se puede diferenciar entre un árbol y otro: distintos tamaños, hojas, troncos, frutos y colores. Todos ellos tienen en común el ser árboles, con necesidades comunes, todos necesitan agua, tierra, sol, fuerza para sostener sus ramas y flexibilidad para que no se

quebren con el primer vendaval. Sin embargo, no todos los árboles son iguales, ellos crecen de manera distinta cada uno, adoptan diferentes formas, y sus hojas, ramas y raíces también son distintas. Así también sucede con las familias, aparentemente son todas similares, pero cuando se mira con detención, se puede ver que poseen características que las diferencian unas de otras.

Por otro lado, con el 'mirar' se busca dar cuenta del espacio que se abre con las sesiones para reflexionar el vínculo y las labores de crianza de los adultos con sus niños, un momento para que los adultos se observen a sí mismos, a sus hijos y sus familias íntegramente. Este 'mirar mi árbol' grafica una oportunidad: a través del diálogo y los ejercicios propuestos, los padres y madres pueden fortalecer sus prácticas de crianza. La metáfora, en tanto, apoya una representación más fácil de las atenciones que niños y niñas requieren en su infancia.

El funcionamiento del Taller

Del total de once sesiones, hay ocho que abordan temas relativos al buen trato, una relativa a la mediación educativa, una para abrir el proceso y otra para finalizarlo. Está la posibilidad de no hacer todas las sesiones, pero las de apertura y cierre no se pueden omitir. La mayoría de los contenidos y estrategias del módulo mantienen una relación de interdependencia entre sí.

Las sesiones abordan temas que son prioritarios de trabajar con las familias; todos ellos son relevantes y necesarios a la hora de concretar el objetivo general que da sentido a estos talleres. Sin embargo, también está la



posibilidad de fragmentar esta propuesta y cumplir sólo con algunos objetivos específicos. En estos casos, y tomando en cuenta la disponibilidad de tiempos de los jardines, los contextos geográficos locales, las responsabilidades de las familias y otros motivos, se considera la posibilidad que la propuesta no sea realizada en su totalidad.

Para dar respuesta a esta situación, se sugieren tres agrupaciones de seis temas cada una, de acuerdo a tres criterios diferentes:

- la necesidad de reflexionar aspectos básicos sobre las familias y cuáles son las características de la crianza;
- poder promover un escenario de relación y comunicación óptima para el establecimiento de normas y límites con los niños y niñas y;
- promover relaciones en las familias que permitan a los padres jugar un rol más protagónico en el desarrollo y aprendizaje de niños y niñas.

Las agrupaciones de talleres que la fundación propone entonces son:

1. Inicio (sesión 1)
2. Mi familia (sesión 2)
3. Estilos de crianza (sesión 3)
4. Adultos significativos (sesión 4)
5. Redes (sesión 9)
6. Cierre (sesión 11)

1. Inicio (sesión 1)
2. Empatía (sesión 5)
3. Comunicación (sesión 6)
4. Normas y límites (sesión 7)
5. Resolución de conflictos (sesión 8)
6. Cierre (sesión 11)

1. Inicio (sesión 1)
2. Adultos significativos (sesión 4)
3. Empatía (sesión 5)
4. Comunicación (sesión 6)
5. Mediación (sesión 10)
6. Cierre (sesión 11)

Las sesiones de inicio y cierre son fundamentales en el proceso, por cuanto en el comienzo, permiten presentar y contextualizar el taller, realizar un "encuadre" de lo que se vivirá durante el proceso y negociar expectativas con los participantes, y al finalizar, realizar una síntesis de lo vivido y evaluar el proceso.

De todas maneras, sigue estando abierta la posibilidad que los jardines reagrupen u ordenen las sesiones en función de otros criterios. En este caso, se sugiere revisar los talleres elegidos antes de realizarlos, de manera de resguardar la coherencia de ellos en función del criterio escogido u otra situación emergente.



Las sesiones tienen una estructura común, que en el cuadernillo se organiza de la siguiente manera:

Ficha resumen. Cuadro que sintetiza la información principal de la sesión. Contiene una breve presentación, objetivo(s) de la sesión, contenidos o temas principales, duración y materiales necesarios. Dentro de los materiales necesarios, se encuentran los *Anexos*. No se expone a los asistentes

Sobre el tema de hoy. Se entregan breves antecedentes respecto al tema a abordar en la sesión para que la monitora pueda profundizar un poco más en él, por lo tanto es de uso personal de ésta.

Para empezar. Es una sección que indica a la monitora el comienzo de la sesión frente al público. Indica dar la bienvenida al grupo, anticipar brevemente de que se trata el tema de la sesión (relacionándolo con la metáfora), y luego se realiza la primera actividad o dinámica, de carácter introductoria.

Profundizando en el tema. Esta sección señala el segundo momento de la sesión, donde el grupo se adentra en el tema central con más actividades en función del objetivo de la sesión. Este es por lo general el momento principal y el de mayor extensión de tiempo.

Para cerrar. Esta sección corresponde al tercer y último momento de actividades. Presenta la dinámica o reflexión que permite concluir cada sesión. Es un momento para sintetizar las principales ideas y conclusiones del taller.

Anexos. Son materiales de actividad, como por ejemplo una hoja para completar, un

conjunto de tarjetas con respuestas, un apunte para lectura en el hogar, etcétera.

Ficha de Evaluación. Es una ficha para que la monitora complete con información acerca de cómo se desarrollo cada sesión, y la evalúe para futuros análisis del jardín o de la fundación.

Además, las secciones "para empezar", "profundizando en el tema" y "para cerrar" presentan el siguiente desarrollo:

Tiempo sugerido. Se propone una duración para cada actividad o momento de la sesión, el que debe ser ponderado por cada monitora en función de la cantidad de participantes, sus características, el tema a tratar, entre otros factores.

Objetivo. Se da cuenta del propósito particular de cada actividad, el que está en estrecha relación con el objetivo mayor de la sesión.

Descripción. Sección central de esta estructura donde se presentan paso a paso de las acciones que involucra cada actividad o dinámica de la sesión, entregando las instrucciones de lo que se hará, el rol de la monitora y/o algunas preguntas clave para que ella promueva la reflexión de los participantes.

Ideas fuerza. Corresponde al conjunto de nociones o conclusiones que la monitora puede explicitar para cerrar los momentos de cada sesión. Aquí se expresan las principales ideas que se espera los adultos se apropien, producto de su participación en las conversaciones y ejercicios.



Las sesiones, sus nombres y temas que tratan son los siguientes:

| Sesiones | Nombre | Tema |
|-----------|---|---------------------------------|
| Sesión 1 | "Preparando la tierra" | Conformando un grupo de trabajo |
| Sesión 2 | "Cada árbol es distinto" | Mi familia |
| Sesión 3 | "Cada tronco da una rama distinta" | La crianza |
| Sesión 4 | "Las raíces de mi árbol" | Adultos significativos |
| Sesión 5 | "Mirando las flores de mi árbol" | Empatizando con mi niño(a) |
| Sesión 6 | "Para sentir el viento en las hojas, hay que querer escucharlo" | Comunicación |
| Sesión 7 | "El riego y la poda" | Normas y límites |
| Sesión 8 | "Enfrentando los vientos y tempestades" | Resolución de conflictos |
| Sesión 9 | "Mi árbol en el bosque" | Las redes en la crianza |
| Sesión 10 | "Cuando el árbol da frutos" | Mediación educativa |
| Sesión 11 | "Hemos visto nuestro árbol" | Cerrando el taller |

Cada sesión contempla un tiempo de trabajo aproximado de 120 minutos. El número de participantes no debe exceder de las diez personas ni debe ser menor que cuatro. Cada sesión contempla el uso de algunos materiales necesarios, tales como lápices, revistas, pegamento y otros (que deben ser proporcionados por cada jardín), y también incluye elementos de apoyo que vienen en los anexos, y que son fundamentales para el desarrollo óptimo del contenido. Es nece-

sario contar con una pizarra o con papelógrafos para que la monitora haga algunas anotaciones que si los asistentes las visualizan, puede resultar mucho más pedagógico.

Junto a las once sesiones (cada una con sus anexos respectivos), existe un boceto del diploma que la monitora debe completar y entregar a cada asistente por su participación en la última sesión; y además, existe un documento de orientaciones para las moni-



toras, el cual deben leer antes de iniciar el taller (antes de la primera sesión). En este documento se presentan los fundamentos, los objetivos, la metáfora del árbol, el proceso de generación del taller, una guía para la implementación de las sesiones, y por último, un anexo que consiste en un informe-evaluación de la experiencia piloto correspondiente a la propuesta inicial del taller.

Para finalizar la descripción del funcionamiento del taller, es necesario establecer cuál es el rol de la monitora para la ejecución del taller, quien es la encargada de la conducción de éste. Si bien está diseñado para constituirse como experiencia educativa para adultos (promovido desde la conversación, el trabajo en grupo y la articulación entre actividad y re-flexión, en un contexto de comunicación, confianza y respeto por los demás), requiere de un profesional que oriente y acompañe a los asistentes en su recorrido por recuerdos, reflexiones y conclusiones. Su rol en el fondo es el de un agente mediador, pero no cualquier persona está capacitada para llevar un grupo de personas en un taller, pues debe contar con ciertas características de vocación, preparación y aptitudes. La monitora suele ser una educadora que trabaja en un jardín de la Fundación INTEGRA, y tiene conocimiento de todo aquello relacionado con párvulos, además de prepararse previamente al taller con el documento especialmente diseñado para ella, donde se especifica cómo motivar la participación, como solicitar la opinión y los argumentos a los asistentes, plantear desafíos, problematizar, polemizar, hacer buenas preguntas, etcétera...

6.3. Grupo Objetivo

El grupo objetivo para el cual se creó el taller está constituido por padres (o adultos significativos) de niños que asisten a jardines infantiles de la Fundación INTEGRA. El taller cuenta entonces con un grupo objetivo constituido por los asistentes, que es al cual se desea generar cambios de conducta. Sin embargo para el caso de este proyecto de comunicación visual, es preciso considerar un segundo grupo objetivo que hace la función de interprete de los contenidos del taller y los transmite hacia el grupo final, que es el de las monitoras. Por lo tanto, es necesario definir y especificar ambos perfiles ya que cierto material será diseñado exclusivamente para el grupo final, mientras que los cuadernillos de las sesiones y el manual del taller, serán sólo de uso particular de las monitoras.

Grupo Objetivo Final

Descripción:

Apoderados(as) de niños entre 85 días y 4 años con 11 meses, que asisten a los jardines infantiles de la Fundación INTEGRA de todo Chile, sin importar si es una zona urbana o rural, ya que los talleres han sido diseñados para poder flexibilizarse y adaptarse de acuerdo a las condiciones de timing de los jardines y las familias, contextos geográficos, apoyo material y otros motivos. El apoderado debe ser un adulto significativo para el niño, y sólo puede ser uno, es decir por ejemplo, no pueden asistir padre y madre, sino que debe ser sólo uno de ellos.



Perfil Socioeconómico:

- Baja escolaridad
- Primer y segundo quintil mas pobre (índice CAS* bajo el corte de pobreza)
- Exceso de problemas del diario vivir, poco tiempo libre, poca actividad cultural y poca actividad social
- Atención médica en servicios de salud pública
- 70% de las madres trabajan como temporeras, trabajadoras en turismo, trabajadoras sexuales, jefas de hogar, discapacitadas, reas, asesoras del hogar.
- Alta cesantía e inestabilidad laboral, familias sin casa propia, vivienda muy precaria, o en situación de allegados
- Desenvolvimiento en territorios segregados, apartados la ciudad.
- 75% de las familias que INTEGRA atiende tiene un ingreso per capita de aproximadamente \$40.800

Perfil Psicográfico

- Falta de proyección y metas a futuro debido a la inestabilidad laboral
- Frustración, desesperanza
- Adquisición de conocimiento a través de la propia experiencia o "boca a boca", ó a través de la televisión.
- Carencia de normas de crianza
- Constante rotación de parejas

- Fuerte presencia de alcoholismo y drogadicción
- Alta presencia de violencia intrafamiliar
- Padre o madre ausente, presencia de madrastra o padrastro no definido
- Figuras paternas no transmiten seguridad y protección a los hijos, que han crecido en un ambiente de violencia, abandono y agresión.
- Relaciones sentimentales violentas
- Hijos no reconocidos
- Paternidad no asumida
- Machismo
- Lenguaje deficiente, dificultad y pocos recursos para expresarse, modismos populares ("po", "sabí", "pucha", "pa", "queda la pelotera", "chiquillos", etcétera)
- Las personas que viven en condiciones de pobreza se caracterizan por su marginalidad, tanto territorial como socio-económica. Por lo general son familias que habitan en lugares periféricos de las ciudades o comunas, a veces con una alta densidad poblacional, escasa dotación de servicios básicos y alto nivel de hacinamiento. En situación de pobreza, el padecimiento de una constante carencia material, obliga al empleo casi completo del tiempo y energía para sobrevivir, lo que provoca frustración y estrés para quienes la viven diariamente.

* La ficha CAS es un instrumento destinado a estratificar socialmente a las familias que postulan a beneficios sociales, principalmente, los subsidios estatales. Se basa en 4 criterios: vivienda, educación, ocupación e ingreso-patrimonio. Se basa en el cálculo de un porcentaje entre 350 y 750, y si es menor, se asocia a una situación de carencia y necesidades insatisfechas mayor. (obtenido de www.mideplan.cl)



Perfil Demográfico:

- Padres, madres o adultos significativos (es decir, adultos que cuiden al niño, sin ser su padre o madre) de 70.000 alumnos que asisten a los jardines de la fundación.
- En cuanto a edad, la mayoría del grupo corresponde a padres jóvenes, pues tienen hijos pequeños, de hasta cuatro años y once meses. Además el 10% de las madres apoderadas de los jardines de la fundación son adolescentes. Por lo tanto, es prudente contemplar un rango de entre 17 y 35 años.

Perfil Geográfico:

- A pesar que el lugar geográfico no tiene trascendencia para el diseño del sistema de comunicación visual, pues el proyecto abarca necesidades de una extensa población, se nombran a continuación las comunas que abarca, que son aquellas donde exista presencia de algún jardín infantil de la Fundación INTEGRAL, sean rurales o urbanas, sin importar la densidad de población mientras haya un jardín instalado o móvil ("jardín sobre ruedas" o "jardín sobre islas"). Dichas comunas son:

I región: arica

General lagos, Iquique, Pica, Pozo almonte, Putre

II región: Antofagasta

Calama, Maria elena, Mejillones, Ollague,

San pedro de atacama, Sierra gorda, Taltal, Tocopilla,

III región: Atacama

Alto del carmen, Caldera, Chañaral, Copiapo, Diego de almagro, Freirina, Huasco, Tierra amarilla, Vallenaar

IV región: La Serena

Andacollo, Canela, Combarbala, Coquimbo, Illapel, La higuera, La serena, Los vilos, Monte patria, Ovalle, Punitaqui, Rio hurtado, Salamanca, Vicuña

V región: Valparaiso

Algarrobo, Cabildo, Calera, Calle larga, Cartagena, Casablanca, Catemu, Concon, El quisco, El tabo, Hijuelas, Juan Fernández, La cruz, La ligua, Limache, Llaillay, Los andes, Nogales, Olmue, Panquehue, Papudo, Petorca, Puchuncavi, Putaendo, Quillota, Quilpue, Quintero, Rinconada, San antonio, San esteban, San felipe, Santa maria, Santo domingo, Valparaíso, Viña del mar, Villa alemana

RM norte:

Alhue, Buin, Calera de tango, Cerrillos, Cerro navia, Colina, Conchali, Curacavi, El monte, Estacion central, Huechuraba, Independencia, Isla de maipo, Lampa, Lo prado, Maipú, Maria pinto, Melipilla, Padre hurtado, Paine, Peñafior, Pudahuel, Quilicura, Quinta normal, Recoleta, Renca, San bernardo, San pedro, Talagante, Til til

RM sur:

Ñuñoa, El bosque, La florida, La granja, La pintana, La reina, Las condes, Lo



barnechea, Lo espejo, Macul, Peñalolen, Pedro aguirre cerda, Pirque, Providencia, Puente alto, San joaquin, San jose de maipo, San miguel, San ramon, Santiago.

VI región: Rancagua

Chepica, Chimbarongo, Codegua, Coltauco, Graneros, La estrella, Las cabras, Litueche, Machali, Malloa, Marchihue, Mostazal, Nancagua, Navidad, Olivar, Palmilla, Paredones, Peralillo, Peumo, Pichilemu, Quinta de tilcoco, Rancagua, Rengo, Requinoa, San fernando, San vicente, Santa cruz

VII región: Talca

Cauquenes, Chanco, Colbun, Constitución, Curepto, Curico, Empedrado, Licanten, Linares, Longavi, Maule, Molina, Parral, Pelluhue, Pencahue, Rauco, Retiro, Rio claro, Romeral, Sagrada familia, San clemente, San Javier, Talca, Teno, Vichuquen, Villa alegre, Yerbas buenas

VII región: Concepcion

Antuco, Arauco, Bulnes, Cañete, Cabrero, Chiguayante, Chillan, Cobquecura, Coelemu, Coihueco, Concepción, Contulmo, Coronel, Curanilahue, El carmen, Florida, Hualqui, Laja, Lebu, Los alamos, Los Angeles, Lota, Mulchen, Nacimiento, Negrete, Ninhue, Niquen, Pemuco, Penco, Pinto, Portezuelo, Quilaco, Quilleco, Quillon, Quirihue, Ranquil, San carlos, San fabian, San igna-

cio, San nicolas, San pedro de la paz, San rosendo, Santa barbara, Santa juana, Talcahuano, Tirua, Tome, Treguaco, Tucapel, Yumbel, Yungay,

IX región: Temuco

Angol, Carahue, Collipulli, Cunco, Curacautin, Curarrehue, Ercilla, Freire, Galvarino, Gorbea, Lautaro, Loncoche, Lonquimay, Los sauces, Lumaco, Melipeuco, Nueva imperial, Padre las casas, Perquenco, Pitrufquen, Pucon, Puerto saavedra, Puren, Renaico, Temuco, Teodoro schmidt, Tolten, Traiguen, Victoria, Vilcun, Villarrica

X región: Puerto Montt

Ancud, Calbuco, Castro, Chaiten, Chonchi, Cochamo, Corral, Dalcahue, Fresia, Frutillar, Futaleufu, Futrono, Hualaihue, La union, Lago ranco, Lanco, Llanquihue, Los lagos, Los muermos, Mafil, Mariquina, Maullin, Osorno, Paillaco, Palena, Puerto montt, Puerto varas, Puqueldon, Purrانque, Puyehue, Queilen, Quellon, Quemchi, Quinchao, Rio bueno, Rio negro, San pablo, Valdivia

XI región: Coyhaique

Aysen, Cisnes, Cochrane, Coyhaique, Guaitecas, Lago verde, O'higgins, Rio ibáñez

XII región: Punta Arenas

Natales, Porvenir, Punta arenas



Grupo Objetivo Intermediario.

Descripción:

Corresponde a las monitoras que conduzcan el taller. Son educadoras que trabajan en los jardines o salas cuna de la Fundación, que voluntariamente deseen participar en el proyecto Mirando mi Árbol y tengan capacidad para trabajar con un grupo de adultos.

Perfil Socioeconómico:

- Este aspecto no es de importancia para el proyecto, solo interesa en cuanto a lo socioeconómico, que la persona tiene un trabajo estable en el jardín o sala cuna, y un currículum profesional serio.

Perfil Psicográfico:

- La monitora debe tener ciertas características de personalidad que permitan un normal desarrollo del taller, donde podrían presentarse episodios de fuerte carga emocional ya sea de discusión entre los asistentes, o testimonios que puedan sensibilizar al grupo. Debe tener la capacidad de promover la relación entre los miembros del grupo como iguales, y a la vez plantearse frente al grupo en una relación horizontal. La monitora no es poseedora de toda la verdad, ni tiene la misión de cambiar las ideas del grupo. Más bien tiene la misión de promover el diálogo, la escucha y el aprendizaje colectivo, proceso en el cual ella también aprende de los demás.
- La empatía, el saber escuchar, el saber no enjuiciar, rescatar lo positivo, recono-

cer y saber decir "No sé" y la contención emocional, son otros de los recursos que la monitora debe manejar para que el taller no se vea afectado. Además debe:

- Ser tolerante frente a la diversidad
- Tener capacidad para dirigir grupos
- Ser capaz de trabajar bajo presión
- Tener capacidad para trabajar en equipo
- Ser creativa
- Ser deferente
- Poseer un dominio y fluidez verbal, tener capacidad de transmitir y potenciar conocimientos (buena dicción y expresión muy clara de ideas)
- Tener iniciativa
- Ser positiva, proactiva, persistente y ordenada
- Tener compromiso social
- Tener vocación pedagógica y de servicio
- Tener buena presentación personal
- Tener habilidad artística

Perfil Demográfico:

- Mujeres
- Edad entre 25 y 50 años, deseable entre 30 y 35, para un mejor acercamiento con los asistentes al Taller, y para que cuente con una madurez que a la vez no se aleje de la etapa que éstos están viviendo. Así, se facilitan el diálogo y la empatía.



Perfil Geográfico:

- Este aspecto no es de importancia para el proyecto. Sólo interesa en cuanto a lo geográfico, que la persona tenga una cantidad prudente de tiempo viviendo en la zona donde se encuentra el jardín en el cual trabaja, de modo que conozca aquellos aspectos cotidianos de ese lugar que influyan de manera común en la vida de las personas que asistan al Taller.

6.4. Programa de Diseño

Si bien, los contenidos del taller necesitan ser procesados en términos visuales para facilitar su gestión y lectura por parte de las monitoras, también el acontecimiento que significa el taller requiere de apoyo comunicacional en otros aspectos que no sólo son las sesiones mismas.

Primero, para que el taller se pueda realizar es necesario que la gente asista; por esta razón es oportuno definir un mecanismo de difusión. Además de esto, es preciso hacer un diploma para otorgar a los asistentes cuando terminan la totalidad del taller y así "sellar" el proceso. También es evidente que el taller necesita ser identificado visualmente y esto se traduce en la realización de una imagen corporativa, donde un logotipo y un sistema de elementos tipográficos, ilustrativos, icónicos y de diagramación contribuyan a que el público receptor retenga y comprenda los contenidos y que conserve en sus retinas una visión del taller y, sobre todo, de la metáfora "mirando mi árbol". A partir de la imagen corporativa y sus variables, se pueden realizar los otros elementos del sistema.

El sistema cuenta con cuatro categorías, que son las siguientes:

1. Identificación
2. Facilitación de la gestión del Taller
3. Fortalecimiento del compromiso en el asistente al Taller
4. Difusión

Estas cuatro áreas se concretan en un conjunto de acciones, el cual está configurado en torno a un objetivo común, que consiste en contribuir desde la comunicación visual a



lograr lo que la Fundación INTEGRA se propone con la creación del Taller Mirando mi Árbol: incorporar a las familias en la labor educativa, entregándoles herramientas que les ayuden en la crianza.

La siguiente tabla sirve para comprender qué acciones concretas presenta cada área y qué necesidades cubren:

| Area | Necesidad | Acciones |
|--|---|--|
| Identificación | Realizar un mecanismo de identificación Elaborar un código que conecte las variables del sistema | Diseño de imagen corporativa y sus aplicaciones Diseño de normas corporativas |
| Facilitación de la gestión del Taller | Facilitar a la monitorea la ejecución del Taller | Diseño y Diagramación de cuadernillos con sesiones Elaboración de Ilustraciones Diseño y Diagramación de Documento orientador Diseño de contenedor Diseño de Ficha de Evaluación |
| Fortalecimiento del compromiso en el asistente | Reforzar y hacer perdurar el compromiso en el asistente al Taller Extender su interés por los temas tratados | Carpeta Hojas para tomar apuntes Anexos Diploma Regalo |
| Difusión | Dar a conocer el Taller Estimular la participación y fortalecer la convocatoria | Afiche Invitación |



Las cuatro categorías cuentan con funciones diferentes y soportes distintos, pero todos deben transmitir los conceptos propios del taller, y para eso es fundamental que las cuatro áreas se evidencien conectadas, de manera que en cada pieza que se desarrolle se refleje la metáfora del árbol, y que además, cumpla con su propia función comunicacional.

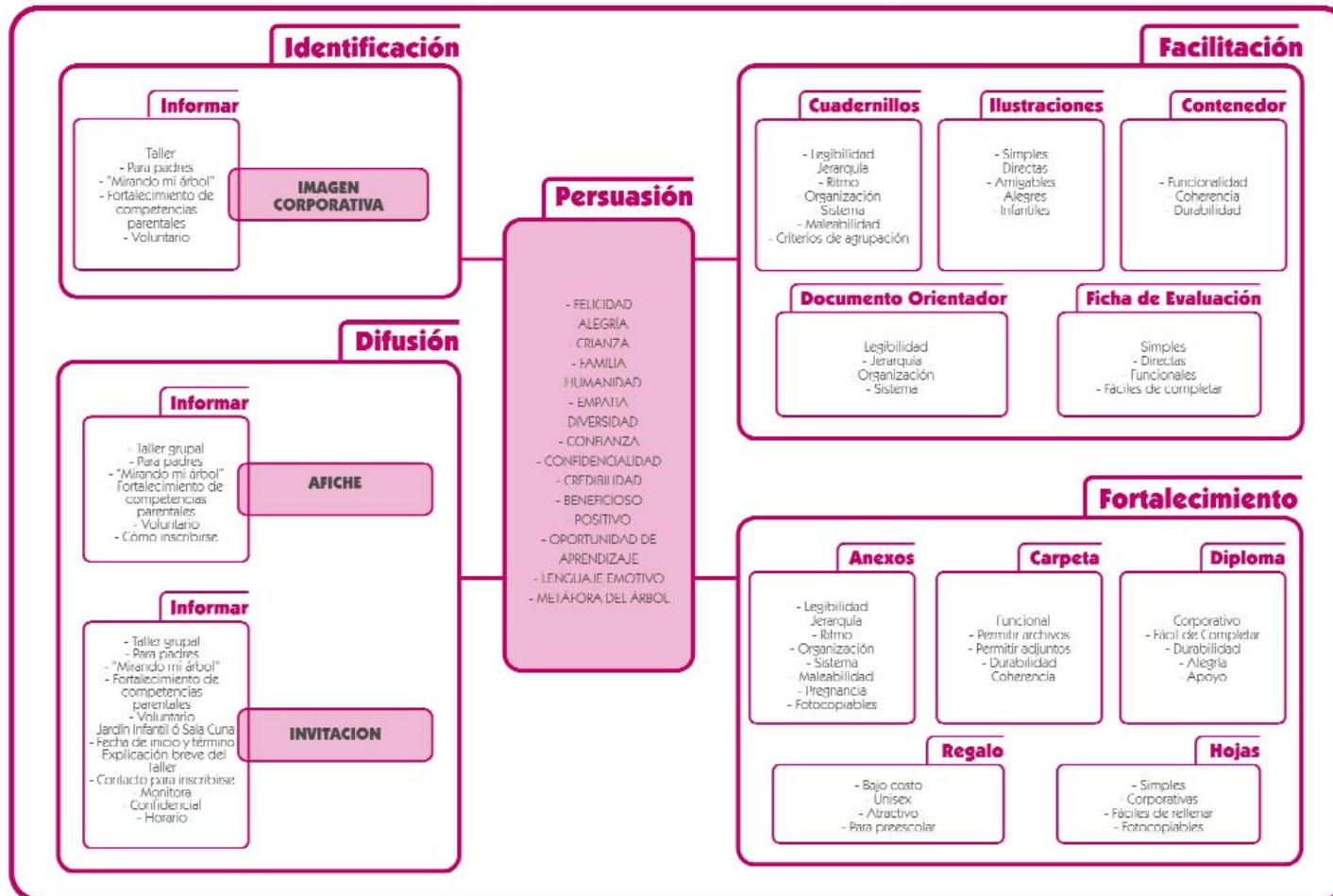
6.4.1. Propuesta conceptual

En esta etapa se definen los conceptos verbales que representarán cómo debe ser la solución final de diseño. Estos conceptos se pueden agrupar en cuatro categorías, que corresponden a los cuatro grupos de soluciones que se configuran en el sistema, y

fueron presentados en el punto anterior. Una quinta área que aparece en el siguiente diagrama, fue incorporada para contextualizar los conceptos de persuasión en el sistema, ya que estarán aplicados en todas las acciones del proyecto. Cabe mencionar que todo este sistema está sujeto a normativas inherentes al Diseño, relacionadas con la estética, la innovación, la pregnancia, la normalización, la proporcionalidad y geometrización, las operaciones de simetría, la teoría de la Gestalt, y otras herramientas que se explicarán a medida que se presenten las aplicaciones de la marca y las piezas.

El siguiente diagrama conceptual exhibe los conceptos según categoría y luego sus definiciones:

Propuesta Conceptual



Metáfora del árbol

| | |
|--------------------------|------------------------------|
| Árbol | Familia y sus hijos |
| Raíz | Pasado, influye en el tronco |
| Troncos | Esilo de crianza |
| Ramos | Adultos |
| Frutos y flores | Hijos |
| Pasto, tierra y contexto | Redes de apoyo |





La metáfora del árbol está presente en todo el sistema, pero es mayor o menor grado de acuerdo a la estrategia. Es por eso que aparece en el recuadro de persuasión, desde donde se "dispersa" hacia los otros recuadros.

Las piezas propuestas se han seleccionado de acuerdo a los requisitos del proyecto mismo, donde se considera fundamentalmente el grupo objetivo y su entorno. Por ejemplo, no tiene sentido diseñar estrategias sofisticadas o tecnológicas para este caso, ya que el grupo objetivo no tiene las condiciones ni herramientas para asimilar un contenido complejo de interpretar, ni tampoco para navegar en internet.

Para comprender el por qué de cada estrategia, ver el punto siguiente.

6.4.2. Objetivos, Estrategias y Tácticas

Como se señaló en el punto anterior, cada estrategia responde a un objetivo en particular, de acuerdo a las particularidades y potencialidades que cada una posee. A continuación se establecen sus características:

Estrategia: Diseño de Isologotipo y normas de aplicación corporativa

Objetivo: Identificación del taller

Táctica: Ya que se trata de un taller para padres y no de una empresa que desea posicionarse en un mercado, es más pertinente referirse a un isologotipo por sí solo que a una imagen corporativa, porque no se aplicará en casos de relaciones señalética, vestimenta o comunicación estratégica, entre

otras cosas, pues la fundación cuenta con un departamento de comunicaciones que se encarga de la corporatividad. Se utiliza en el caso de Mirando mi árbol, solamente un isologotipo que conjuga isotipo y logotipo, y que se aplica en todo el sistema, pero limitándose a un universo de soportes que para el caso de esta propuesta, se remite sólo al papel.

El isotipo corresponde a un árbol, para que el receptor vea y reconozca inmediatamente un árbol y no otra figura. Sin embargo, debido a que es necesario expresar que es un taller para padres, se definió que el isotipo debe también reflejar su participación, a través de la figura humana en el contexto de la paternidad o maternidad, pero sin especificar el vínculo exacto. Más bien, la idea es reflejar un vínculo familiar, pero no encasillar en cuanto a sexo, edad, cantidad o vínculo biológico. La fundación (y más aún, el gobierno de Chile) ha declarado a la familia con la siguiente definición: "...el sentido de ser familia, más allá de sus formas de estructurarse, se basa en los lazos afectivos y significativos que la unen, y la función de crear un espacio de protección y seguridad..." Las estadísticas demuestran que la familia ya no es esa formación ideal donde existe un padre proveedor, una madre dueña de casa e hijos de ambos padres, sino que hoy en día las familias cuentan con ambos padres trabajando en un 20%, mientras que el 50% se subdivide entre familias reensambladas, uniparentales, extendidas, parejas sin hijos, etcétera, y solo un 30% corresponde a la "familia ideal". Por lo tanto, no tiene sentido potenciar una imagen que refleje aquella familia, pues muy pocos se sentirán identificados. Por esta razón, se decidió que el



isotipo debe ser lo más neutro posible, de manera que englobe a todo tipo de familias, demostrando el vínculo sin especificar si es biológico o no.

La particularidad de este árbol, al margen de su forma fantástica, es que del tronco emana una familia, que en realidad es bastante neutra y abstracta, pues la única información que entrega es que hay un lazo afectivo, que hay un adulto y un niño, y que están felices y juntos. Aparte de esto, el lazo afectivo representado por el tronco, se ve reforzado por la manera en que el niño se conecta con el adulto, sustentándose en él.

Hay coherencia con la metáfora, ya que ésta plantea que el tronco equivale al estilo de crianza, y naturalmente influye en la familia. También se respeta la metáfora al presentarse una porción de tierra que soporta al árbol, representando las redes de apoyo y equilibrándolo además visualmente.

Estrategia: Diseño de un sistema y diagramación para el material de uso de las monitoras

Objetivo: Facilitar la transmisión del contenido de las sesiones, optimizar y dar fluidez a su lectura, facilitar la realización de las actividades, otorgar información de capacitación de manera fluida a la monitora.

Táctica: Ya que son dos materiales que las monitoras utilizan de manera personal (un documento orientador y un set de once sesiones), era necesario que el sistema estandarizara una diagramación coherente entre ambas estrategias. Las once sesiones, por una parte, están concebidas para utili-

zarse en el taller mismo, mientras que el documento orientador es para ser leído con anticipación, no teniendo el objetivo de facilitar la gestión de las sesiones, sino la capacitación y ayuda para la monitora como una introducción al taller, donde se presentan consejos y fundamentos. Por lo tanto, los objetivos específicos son diferentes, lo que implica que el documento orientador no requiere la misma fluidez que las sesiones y, por lo tanto, la diagramación puede ser más simple. En cambio, para las sesiones es importante que la diagramación se base en el desarrollo de las actividades para así facilitar su lectura y la monitora pueda consultar con rapidez el cuadernillo, no interfiriendo en el desarrollo de la sesión: el criterio comentado en el marco teórico acerca de la "lectura de consulta" tiene cabida entonces en la diagramación de las sesiones.

Además, cada sesión debe ser evaluada por la monitora, por lo cual la fundación planteó ciertos requerimientos para elaborar una ficha, que debe ser fácil de completar. Ésta, se diseñó fotocopiable, ya que el taller se hará varias veces en un mismo jardín, por lo que no tiene sentido llenarla en el cuadernillo si este volverá a ser utilizado y se evaluará de nuevo en otra ocasión.

Para reunir todo el material que la monitora utilizará, se necesita un elemento contenedor, que se propuso como almacenador de los once cuadernillos con la ficha de evaluación incorporada en cada uno de éstos, más el documento orientador y once ilustraciones. Consiste en una carpeta elasticada que permite guardar documentos tamaño carta sin archivarse, por lo que se pueden sacar con facilidad. La carpeta además es de



cartón y posee laca UV por el tiro, lo que le otorga más durabilidad, alargando su vida útil y conservando el diseño. Todo esto más dos hojas corporativas fotocopiables para que los asistentes tomen apuntes, constituyen un "set" que se entregará a cada jardín (más un afiche y una cantidad de invitaciones, carpetas y diplomas, equivalente a la cantidad de asistentes al taller).

Estrategia: Optimización del material de trabajo: elaboración de ilustraciones y diseño de anexos

Objetivo: Contribuir al desarrollo fluido de las sesiones y adecuar el material de anexo para su mejor presentación y percepción por parte de los usuarios, facilitando su aprendizaje.

Táctica: Las sesiones se basan en la metáfora del árbol, cada una con un tema distinto, donde se incorporó una ilustración referida a la metáfora, que debe ser presentada al inicio de cada sesión, antes de mencionar el tema, porque así sería descubierta por el asistente y no audicionada desde la monitora. La idea de las actividades de las sesiones se fundamenta en un concepto de educación constructivista, y por eso se aporta con estas ilustraciones a que la metáfora relacionada con el tema de cada sesión, sea descubierta a través de una ilustración que invite a reflexionar, motivando al participante y despertando su interés por el tema. En especial las ilustraciones deben ser diferentes a las típicas utilizadas en otros talleres similares, para no caer en la repetición de patrones ultra utilizados, para demostrar un mayor esfuerzo por parte de la fundación que alude a un mayor compromiso e interés, para

probar otras técnicas gráficas y su impacto en la audiencia, para no caer en el uso excesivo de la figura humana que tanto se ha usado, para hacerlas más atractivas en general y lograr que las personas al verlas las sientan amigables, infantiles en cierta manera (en su código gráfico pero no a nivel interpretativo), alegres, e incluso "simpáticas".

Estrategia: Diseño de Diploma

Objetivo: Fortalecer el compromiso en el asistente con su labor de adulto significativo para la crianza de su(s) niño(s/a/as). Recompensa simbólica por cierre del proceso

Táctica: El diploma es un símbolo que confirma el término de un proceso de aprendizaje donde el asistente hizo todo un trabajo y esfuerzo por adquirir conocimientos relativos a la crianza y crecer también como persona ya que el taller incorpora varias actividades y episodios relacionados con el "mirarse a uno mismo". Este diploma naturalmente debe ser coherente con la gráfica del sistema y sobretodo, funcional, en el sentido que debe permitir una lectura muy rápida y clara, pues la información que la monitora escriba en éste es una síntesis del asistente en el taller, mientras que en su aspecto formal el diploma es una síntesis de todo el taller de manera global. Por esto, el diseño debe ser una especie de resumen visual que evoque el taller para cuando el diploma sea visto en el futuro, y debe poseer la información que corresponda a la fecha y a los aportes del asistente, recompensándolo y por lo tanto reforzando su voluntad y compromiso por instruirse en los temas asociados con la crianza.



Estrategia: Sistema de difusión (afiches e invitaciones personalizadas)

Objetivo: Dar a conocer el taller y conseguir participación

Táctica: Los jardines cuentan con una cantidad de alumnos que varía entre 50 y 120 niños matriculados, que si bien considerando el total rodea los 70 mil niños, su dispersión los agrupa en cantidades no superiores a los 120 por establecimiento, lo que facilita que la difusión se canalice a través de éstos en función de una estrategia grupal. El uso de un afiche como medio de difusión masivo es concordante con la cantidad de público y la frecuencia con que asisten al jardín. Estos son establecimientos pequeños, de tránsito holgado y una constante visita por el público objetivo diariamente. Es por esta razón que un afiche por jardín es suficiente; sin embargo vale la pena acompañarlo de una invitación personalizada enviada por las tías del jardín a los apoderados de manera individualizada, ya que así se demuestra un verdadero interés por la fundación hacia el público objetivo, se refleja una invitación a comprometerse con los niños y asistir a un taller que constituye una oportunidad de mejorar como adulto que cría a un menor.

El diploma siempre debe presentar la imagen corporativa de la entidad que lo otorga y el nombre de quien lo recibe, además de las razones por las que se le hace entrega del mismo, esto justifica que el diploma sea una buena estrategia de compromiso y refuerzo del interés por los temas relacionados con la crianza, cumpliendo con los objetivos de la fundación.

Estrategia: Material de facilitación para los asistentes, que incluye: carpetas donde se archive material entregado en las sesiones, hojas en blanco para tomar apuntes

Objetivo: Fomentar asistencia y compromiso, facilitar aprendizaje y ayudar al asistente a organizar su material y contenidos.

Táctica: El asistente recibe sesión a sesión una cantidad de anexos que son para trabajar en el taller mismo o para leerlos en su hogar y consultar en el futuro. La idea de las actividades del taller es invitar a descubrir, a construir un concepto que el mismo asistente al taller va a poder armar por sí mismo a través de sus interpretaciones de la metáfora, la cual es presentada de tal manera y está tan bien pensada, que representa en todas las sesiones por medio del árbol, las situaciones que se quieren reflejar con cada tema y actividad. Durante toda la sesión, el que desee puede tomar apuntes ya sea de lo que vea en el papelógrafo, de lo que rescate del tema tratado, o puede ser que anote cosas personales relacionadas con los temas del taller y que correspondan a una evolución gracias a lo que se vio en la sesión anterior, etcétera. Para esto se diseña una hoja funcional, donde se mantiene la corporatividad y se incorpora la fecha y la sesión, y espacio para que el asistente complete libremente con sus anotaciones. Estos apuntes propios, más los anexos de trabajo en clases, más los anexos para la casas, son archivables en una carpeta que se le entregará como obsequio por parte de la fundación. Este simple acontecimiento contribuye al fortalecimiento del aprendizaje, el interés y el compromiso, a través de la organización y manutención del material, y la demostración, una vez más, de la seriedad y compromiso del jardín y el taller.



Estrategia: Entrega de un regalo que consistirá en un juguete para que el adulto juegue con el niño (estimulación).

Objetivo: Fortalecer el compromiso en los asistentes

Táctica: Esta estrategia queda libre del proyecto de comunicación visual, pero se propone como una manera de dirigirse emotivamente al asistente al taller. Un regalo genera emoción y compromiso. Es una forma de expresar una actitud positiva desde un ser humano hacia otro, materializándola a través de un esfuerzo que genera un compromiso, ya que el receptor del regalo siente que debe responder a ese esfuerzo, demostrando también su actitud positiva hacia la otra persona (en caso que así sea obviamente).

Por otra parte, el grupo objetivo esta constituido por personas de muy escasos recursos, que probablemente no pueden darse un gusto, recibir o hacer regalos con frecuencia.

El hecho de recibir un regalo es un acontecimiento agradable, emotivo, sobretodo en alguien que no recibe un regalo hace tiempo y que además lo aprecie porque fue pensado especialmente para esa persona.

El juguete que se propone consiste en un juguete de estimulación pensado para compartir en familia; corresponde a la colección de juguetes que UNICEF tiene a la venta en Chile y debería ser una donación, cuyo costo puede reducirse de la siguiente manera: el juguete viene con tres piezas para encajar y apilar, lo cual puede reducirse a dos o una, cumpliendo de todas maneras la función de estimulación motora para niños de un año en adelante. El precio para público general es de \$6.300 pero podría bajar a más de la mitad descontando la cantidad de piezas ya señaladas, márgenes para la UNICEF y costos de distribución. De todos modos es una sugerencia para el proyecto, que queda planteada como una parte de un conjunto de estrategias.



7. PROPUESTA DE DISEÑO



Propuesta de Diseño

El sistema está constituido por distintos componentes, que se desarrollaron de acuerdo a los conceptos expuestos en el diagrama de la propuesta conceptual

(punto 6.4.1.). La siguiente propuesta de diseño se divide en doce piezas concretas que se presentan y explican a continuación:





7.1 Imagen Corporativa

Evolución

El Taller Mirando mi Árbol necesita de un mecanismo de identificación que refleje la metáfora del árbol ya explicada anteriormente. Todas las ideas iniciales que se presentan a continuación están en etapa de "gestación" y fueron estudiadas de acuerdo a los requisitos del proyecto. La que mejores posibilidades tenía (a pesar de no ser la última idea que se gestó) fue tratada de muchas maneras, hasta que se llegó a la imagen definitiva; esta corresponde a la idea número 3.

Idea n°1

Esta es la primera idea, donde está demasiado explícito el concepto "mirar". Se ve redundante al mostrar un árbol reflejado en un ojo que lo está observando. Además carece de elementos que permitan potenciar el lado humano, pues un ojo connota otras cosas, no asociables a la relación entre personas sino más bien a la observación, la agudeza, el sentido de la vista... No es lo que se quiere mostrar con la imagen del taller. Se descartó esta posibilidad también porque cuenta con demasiados elementos y requiere muchos colores para verse atractiva, le falta síntesis a pesar de no ser una mala idea. Más adelante, se recurre a esta idea para rescatar el contorno, que al ser una línea "punteada", se hace menos seria que al ser continua y se percibe más atractiva y lúdica.





Idea n°2

Insistiendo con el concepto "mirar", en esta alternativa aparece un árbol/hoja observado a través de un lente, que le da un carácter de observación detallada, como en un laboratorio... es como si la hoja fuera analizada con microscopio o lupa, porque se resaltaron sus nervaduras y se destaca la forma redonda y el brillo de un lente. No refleja la idea de mirar que corresponde a la instancia del taller, donde se realiza un trabajo personal por conocerse a sí mismo o a la familia. Es una propuesta que no permite asociar la parte humana con la metáfora de un árbol y su vida, su crecimiento y desarrollo, porque



Mirando mi árbol



Mirando
mi árbol

no se procuró potenciar la vitalidad de éste.

Idea n°3

Esta idea es la primera que demuestra el énfasis en la parte humana y ya no en el acto de mirar. Era necesario darle un vuelco a lo que se estaba proponiendo y dejar de lado la redundancia con el "mirar", pues ya al ver el árbol, el receptor lo está mirando. Además el taller se llama "mirando mi árbol" y entonces ya estaría explícito el verbo en el logotipo. Este primer intento refleja la clara intención de fusionar un tronco de árbol con ramas que en realidad se convertirían en seres humanos. La idea era mostrar una familia o grupo de gente con un vínculo importante en común, que es el tronco. Sin embargo fue ahí cuando se notó la dificultad de realizar una simbiosis armónica (que no perdiera su calidad de síntesis) entre el ser humano en familia y el tronco. Debido a esa gran dificultad, se buscó por otros caminos, pero no se llegó a una nueva idea tan coherente con el taller como ésta, convirtiéndose en un desafío lograr una síntesis que mostrara



Mirando mi árbol
Taller para Padres



un árbol-humano e incorporara el nombre del taller en una forma simple.

Idea n°4

Después de varios intentos por mejorar la idea anterior, se dio otro paso importante, que tiene que ver con la neutralidad de la figura humana y la familia que se quería representar. A partir de ahora, el vínculo entre los seres humanos es lo que se debe mostrar y no su tipo de relación. Lo importante es mostrar un adulto y un niño que tienen un fuerte lazo afectivo que los une y están felices, y esto debe ser en el contexto de la metáfora, por lo cual no se puede omitir el concepto árbol. Se buscó en esta alternativa la manera de continuar con la simbiosis humano-tronco, haciendo en este caso un niño en actitud feliz, sobre los hombros de un adulto. El niño tenía que convertirse en las nervaduras de la hoja, y el adulto sería el tronco del árbol. El hecho que el niño pesa y se encuentra en los hombros del adulto, puede hacer pensar que este último siempre será un hombre fuerte. Además no funciona como síntesis, porque contiene mucha información acerca de la postura del niño sobre el "padre", la fusión entre éste y el tronco, la hoja de fondo que corresponde al árbol, y además de todo eso, el logotipo abajo estaba difícil de unir y había que agrandarlo.

Ya que era demasiada información, se trató

de mostrar sólo el niño, olvidando la idea del vínculo, como una manera de empezar de nuevo con otra idea pero sin olvidar el concepto de alegría que debe aparecer en la imagen de este taller. Sin embargo, sirvió para confirmar que ese vínculo no se puede omitir, ya que es la esencia de la iniciativa del taller: el vínculo entre los niños y sus adultos significativos. De todos modos se ve





mucho mejor que la idea anterior en cuanto a síntesis.

Idea n°5

Por lo tanto, definitivamente se tomó la decisión y se seleccionó la idea de mostrar un árbol sencillo, sano, absolutamente normal y neutro, cuyo tronco fuera la oportunidad de insertar al ser humano, destacando indiscutiblemente el vínculo entre adulto y niño, sin especificar otra característica que no fuera la solidez de dicha unión.

Lo primero, contemplando la idea inicial (n°3), era reducir la cantidad de personas, si lo que se quiere reforzar es el vínculo y no la multitud de gente. Además, ya estaba claro que hoy día una familia pueden ser simplemente dos personas unidas por un apoyo mutuo y búsqueda de un espacio común para protegerse y compartir sus vidas.

Esta alternativa tiene potencial: al sacar personas se empieza a notar poco a poco la síntesis que finalmente se logró con el isotipo definitivo. La simplificación del árbol y la búsqueda de una tipografía más amis-

tosa para el logotipo ayudan a darle una





mejor forma al imagotipo que se empieza a construir poco a poco.

Idea n°6

Al dejar sólo dos personas se hace mucho más fácil la lectura y se comienza a vislumbrar un isotipo. Ya está definido cómo debe ser el imagotipo, por lo menos en estructura, jerarquía, proporciones y forma. La copa por ejemplo, se vuelve mucho más pequeña, porque le quitaba protagonismo a la figura humana. Está claro que tanto el isotipo como el logotipo deben funcionar juntos y por separado, por lo cual se eliminó la enorme porción de tierra que presentaba la alternativa anterior. También se define que el filete debe ir desfasado, porque al probarlo regularizado y fiel a la forma del tronco-humano, se ve disonante en relación a la asimetría de



todo el resto de los elementos. Se le da más movimiento a la imagen agregando una luz central en la copa que facilita resaltar la figura humana del fondo copa. Falta todavía una síntesis y un desarrollo formal, además de una tipografía adecuada para el logotipo.

Idea n°7

Esta alternativa presenta un retroceso en cuanto a la ubicación del logotipo y la forma de "hilarlo" con el isotipo. Se retoma la idea de una franja extensa de tierra que sirve de apoyo para el árbol, lo cual contribuye en lo formal y resalta la metáfora también, ya que la tierra simboliza el apoyo en la familia. Sin embargo a nivel icónico se reflejan avances muy importantes: se llega a una simbiosis entre la familia y el tronco bien lograda, donde ya no va cada persona por su lado, ni aparece un tronco con ojos malvados como la alternativa anterior. Ahora se ve una familia bien unida, que sale de un mismo tronco, la cual esta constituida por un adulto(a) y un niño(a) que están en una actitud alegre, con los brazos abiertos, que expresan felicidad y libertad. El pequeño se apoya en el adulto; se puede interpretar que el adulto es responsable por el niño, el cual depende del adulto. Al analizar esta manera de presentar la familia, se puede observar que hay un llamado (implícito) a reflexionar acerca de esa importante responsabilidad.

La tipografía del logotipo es una tipografía especialmente realizada para esta imagen, y se basa en otra tipografía existente, llamada ATMAN, la cual fue obtenida gratuitamente de un sitio de fuentes gratuitas* y su construcción se explica más adelante.

Esta fue modificada de acuerdo al trazo del

* http://www.grsites.com/modperl/fontview.cgi?dir=a&fn=ATMARG_



isotipo. No está concebida para texto corriente, sino para componer la imagen del Taller exclusivamente, por lo tanto es un "carácter de fantasía".

Ya estaba solucionado el tronco-familia. Faltaba arreglar la copa, que no coincidía con el resto de las formas. Era necesario encontrar una forma alegre y armónica que coincidiera con el tronco ya casi solucionado. Para eso, se aprovechó de utilizar una estrella como base ya que es una figura geométrica regular, positiva y atractiva. Sin embargo su regularidad no era posible mantenerla en la copa porque la imagen corporativa ya estaba definida por un código asimétrico y "suelto" a pesar de estar norma-



lizándose cada vez más. Se mantiene la luz central que gradualmente pasa del blanco al "verde limón". Las puntas de la estrella se establecen como redondeadas e irregulares entre las cinco. Se logra una copa que concuerda con el tronco, y tanto el isotipo como el logotipo funcionan separados.

Los detalles finales entonces se basaron en dar solución a la forma en que trabajarían el logotipo y el isotipo en conjunto, constitu-



yéndose en un imagotipo. Se hicieron varias pruebas, pero finalmente el logotipo terminó estabilizándose en una base de tierra que se incorporó al isotipo y el texto se sacaría cuando tuviera que utilizarse por sí solo cualquiera de los dos elementos. Para eso, se modificó la base del tronco, de manera que no interfiriera en el texto.

Finalmente, cuando ya estuvo definida completamente la forma, quedaba el problema del color, que se veía extraño con tanta cantidad de amarillo en el café del tronco y en el verde de la copa. Después de muchas pruebas, se revisaron los fundamentos del taller y en realidad, era muy evidente la necesidad de utilizar el color como her-



ramienta para clasificar sesiones, para resaltar alegría y para hacer la propuesta atractiva en definitiva, sobretodo considerando aquellos talleres que se vieron en la biblioteca de la fundación, siempre utilizando dos tintas y muy desteñidas. La conclusión final fue: utilizar un solo color para el imagotipo, pero con la gracia que se podría utilizar entonces



en

cualquier color. Todos los colores deben funcionar desde el momento que una marca es de solo un color, sobretodo cuando son planos. Aunque no es este el caso, porque

se utiliza una gradiente es pequeña. Esta gradiente y el filete desfasado que rodea el tronco-humano, ayudan a separar figura y



fondo, permitiendo el uso de un sólo color en distintos porcentajes de saturación.

Los colores seleccionados para utilizar el imagotipo son once (uno para cada sesión), y van desde un "verde limón" a un café semi-oscuro, pasando de uno a otro por una





Normas corporativas

"El color verde es el color que evoca la vegetación, el frescor acuático y el mundo natural. Mas es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada, de ahí la asociación "verde-esperanza". El verde que tiende al amarillo, cobra una fuerza activa y soleada; si en él predomina el azul, deviene sobrio y mas sofisticado".

Si bien el imagotipo se puede utilizar en once colores, el primero de la escala es un verde limón que corresponde al más representativo y se puede utilizar en aquellas ocasiones que se necesite una imagen corporativa representativa de todo el sistema. Se escogió este color verde a partir de la cita de Joan Costa que se acaba de exponer, muy acertada para este taller. En cuanto a ciertas partes de la metáfora que no se incluyeron, se consideró un criterio enfocado en potenciar la parte humana y por eso se omitieron algunos detalles de ésta, tales como:

- La *raíz*, que representa el pasado. Influye en el tronco y connota solidez al igual que éste, pero no se muestra en la corporatividad porque las raíces no juegan un rol tan importante como para ser incluidas en la imagen corporativa.
- Los *frutos* y las *flores*, que representan a los hijos. No se incluyeron en el uso corporativo porque el hijo tiene otro concepto en este logo, que no se orienta al "resultado" de una crianza sino que enfatiza su vínculo y dependencia con el adulto.

Imagotipo



El imagotipo se puede usar en once colores propuestos, que aparecen en la siguiente tabla:

| Sesión | Color | Cyan | Magenta | Amarillo | Negro | Muestra 100% | Muestra 40% a 60% |
|--------|-------------|------|---------|----------|-------|--------------|-------------------|
| 1. | Verde limón | 40% | 0% | 100% | 0% | | |
| 2. | Verde | 100% | 0% | 100% | 0% | | |
| 3. | Calipso | 100% | 0% | 35% | 0% | | |
| 4. | Celeste | 60% | 0% | 0% | 0% | | |
| 5. | Azul | 100% | 70% | 0% | 0% | | |
| 6. | Morado | 50% | 100% | 0% | 0% | | |
| 7. | Fucsia | 10% | 100% | 0% | 0% | | |
| 8. | Rojo | 0% | 100% | 50% | 0% | | |
| 9. | Naranja | 0% | 50% | 100% | 0% | | |
| 10. | Café claro | 0% | 35% | 90% | 30% | | |
| 11. | Café oscuro | 60% | 100% | 90% | 5% | | |

Estos colores se utilizan de dos maneras para cada utilización en un imagotipo: saturación 100% y saturación baja (entre 40% y 60%, dependiendo del color). Siempre en el imagotipo, el logotipo se utiliza calado sobre la tierra. Esta tierra es de color plano, correspondiente al de baja saturación, ya



que el color al 100% se utiliza para dar fuerza al tronco-familia. Deben utilizarse en orden para lograr el efecto arco iris. No se utiliza amarillo para el imagotipo, ya que es de un solo color y el amarillo no se define bien sobre fondos claros. Sin embargo este color se puede utilizar para una infinidad de aplicaciones corporativas que se explican más adelante.

Isotipo



El isotipo por sí solo, utilizado de manera independiente, debe usarse sobre fondos "blancos", del color del isotipo al 100%, o amarillos (Y100%). Cuando es fondo blanco, la copa y la tierra van con el color en baja saturación, dependiendo de cual sea el utilizado (varía entre un 40% y un 60% de tinta). Si el fondo es de color, debe ser el mismo correspondiente al utilizado, en un 100% de saturación, la copa y la tierra calados, es decir, papel a la vista sin tinta y, además, desaparece la gradiente de la copa. Por último, si el fondo es amarillo, la copa y la tierra son amarillos también, desapareciendo la gradiente de la copa. En este último caso se utiliza contorno para la copa y la tierra, con un trazo grueso que las separa del fondo. Esta norma se establece bajo los criterios de visualización bien definida entre figura y fondo, y contemplando que se trata de una marca, la que debe funcionar en todos sus usos.

Logotipo

Mirando mi árbol
Mirando mi árbol

En cuanto al logotipo, éste surgió de la tipografía atman, luciendo inicialmente como un texto delgado y desordenado, que tenía potencial para ligarse al isotipo pero requería ser intervenido. Se estableció un eje de apoyo, una altura estándar para ordenar la relación entre los tipos, y una proporción entre las letras bajas y las altas. El trazo se engruesó y acomodó de acuerdo a las curvas que posee el isotipo, utilizando un grosor común para todos. Para establecer una relación entre la "n" y "m" minúsculas y la "M" mayúscula, se utilizó la misma curva que funciona como arco, pero en la M mayúscula quedaba muy abierto, mientras que se veía muy cerrado en la m minúscula al modificarlo para arreglar la mayúscula. Por lo tanto, se adecuaron ambas con ciertas libertades que el código permite, relacionándose y luciendo armónicas sin regirse por reglas que se aplicarían en caso que el tipo fuera diseñado para texto de lectura extensa. La relación entre los llenos y vacíos también está basada en las proporciones del isotipo, con formas irregulares que nacen de la copa del árbol.

Área de no intervención

Existe un área de no intervención para el logotipo que corresponde a un rectángulo casi cuadrado que lo rodea virtualmente, y no requiere de mucho aire ya que la forma del imagotipo posee espacio libre entre la copa y la tierra, y alrededor de la copa misma. Si se inscribe el imagotipo en un rectángulo, el área de no intervención corres-



ponde a un 15% por sobre el área de aquél rectángulo. Esto porque se utilizarán muchos isotipos juntos de distintos colores para lograr el efecto arco iris (en todo caso, para aquel uso el logotipo no debe aparecer ya que se repetiría muchas veces y se podría ver muy pequeño).



Aplicación en blanco y negro

Para el caso del imagotipo en blanco y negro hay dos posibilidades, siendo una de ellas más apropiada para las piezas fotocopia-bles, que es la de alto contraste con la copa y tierra vacías, sin gradiente. Para la alternativa gris se utiliza una tinta negra al 30% como color de baja saturación, y un gris al 70% como color saturado. En cambio para la alternativa de alto contraste se utiliza una tinta negra al 100% y un contorno grueso para la copa y la tierra que separan a estas figuras del fondo.



Tipografías del sistema corporativo

El sistema corporativo incluye el uso de tipografías complementarias, para textos extensos y títulos, entre otros. La siguiente tabla presenta dichas fuentes:

| Aplicación | Tipografía | Variaciones | Elementos de apoyo | Muestra |
|-----------------|-------------|---------------|---|---|
| "Taller de ..." | atman | bold, colores | línea horizontal con puntas redondeadas | Taller de Fortalecimiento de Competencias Parentales |
| Títulos | zachary | bold, colores | línea horizontal con puntas redondeadas (superior e inferior) | Sobre el tema de hoy |
| Texto extenso | kabel book | bold, italic | - | Si nos detenemos a observar nuestra vida diaria, nos daremos cuenta rápidamente de la existencia de conflictos en la familia, en el |
| Subtítulos | kabel ultra | colores | subrayado | Formas de enfrentar un conflicto |
| Letra capitular | bethHand | bold | circulo irregular de color en baja saturación | E |
| Tema de sesión | kabel ultra | mayúscula | - | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS |

Otros elementos de apoyo

Como parte del sistema corporativo se utilizan diversos elementos gráficos, tales como áreas de color al 100% ya sea con la forma de la copa o forma rectangular. También se utilizan líneas punteadas con los extremos redondeados y trazo grueso, tanto como líneas como contornos de rectángulos que contienen información. El uso del arco iris está presente en la repetición del isotipo sobre fondos amarillos (Y100%) y también se aplica en formas cuyo contorno es grueso y presenta la gradiente de los colores en orden. Un sistema básico de íconos se utiliza para el contenido de las sesiones. Ejemplos:





7.2. Cuadernillos

Los cuadernillos de las sesiones del taller son once. Cada sesión corresponde a un tema diferente, y contiene varias secciones en su interior. Primero que nada, la portada tiene la función de informar del título de la sesión y el tema, pero además está relacionada con cinco sesiones más, que constituyen un grupo definido de acuerdo a uno de los tres criterios que la fundación propone para hacer el taller más corto, de solo seis sesiones cada uno, en vez de once. El recuadro superior izquierdo, que contiene seis árboles de colores, muestra las sesiones que se agrupan. La siguiente imagen muestra cómo se organizan y cómo esa estructura se refleja en las portadas:



Este ejemplo muestra seis sesiones que tienen el mismo rectángulo superior izquierdo, lo que las identifica como grupo. Es una manera más fácil de indicar a la monitora los grupos que se pueden hacer, sin que tenga que recurrir a leer los criterios y grupos de sesiones en el documento orientador.

La portada conjuga el lado profesional y el lado lúdico del sistema: en esta pieza no hay curvas para el fondo, el que se configuró bajo una disposición de llenos amarillos y vacíos blancos, ortogonalmente diagramados y delimitados por líneas punteadas del color de la sesión. Sin embargo se juega alternadamente con estos dos "colores" y se utiliza

una línea punteada para delimitarlos. Un recuadro superior interrumpe la línea punteada indicando el título de la sesión, mientras que el tema aparece debajo de la tierra con letras mayúsculas y gran tamaño, también en el color de la sesión.

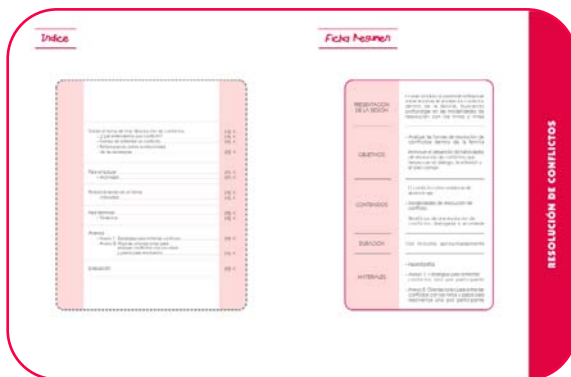
En el interior de los cuadernillos, una diagramación pensada para dar fluidez a la ejecución del taller ayudando a la monitora, se traduce en textos jerarquizados de acuerdo a la sección y el tipo de información, recurriendo a un texto holgado, con espacio amplio para ubicarlo en el soporte. Se utiliza una retícula que divide la hoja en porciones grandes, con la ayuda de una caja de texto que con dos columnas con bastante aire entre



ellas, exponen la información sin convertirse en una pieza cansadora o difícil de leer.

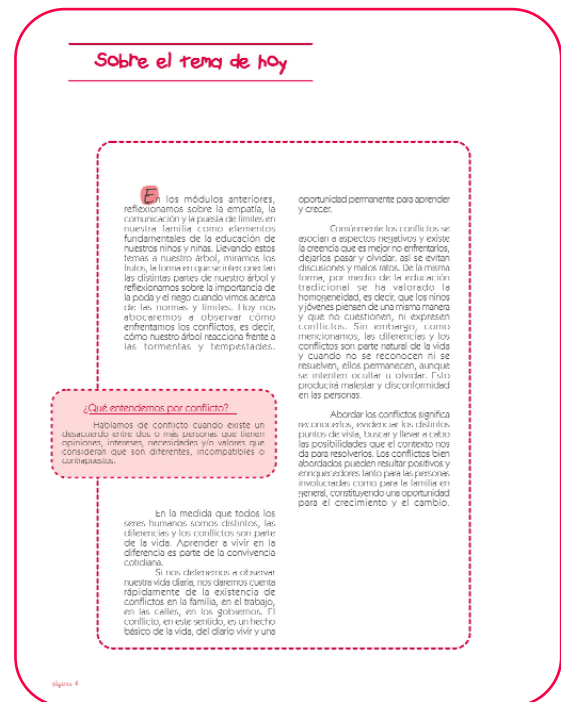
El criterio de "lectura de consulta" está implícito en varias partes de la diagramación, sobretodo en la sección de actividades. El uso de rectángulos que encuadran ciertos conceptos importantes, las tipografías negritas, desfase de los párrafos, íconos y colores, ayudan a jerarquizar y ordenar la información de acuerdo al papel que ésta va cumpliendo durante la sesión.

El formato corresponde a tamaño carta. Se había pensado en proponer un tamaño mas pequeño que fuera mas maleable pero resultado mas practico el formato carta porque se sacarían fotocopias de los anexos y las fichas de evaluación, lo cual habría implicado una perdida de espacio en las fotocopias, y podría haber lucido poco coherente tanto espacio libre.



Las primeras dos páginas corresponden a un índice y una ficha resumen. El interior del cuadernillo ya no utiliza cuatro tintas, sino que sólo dos: la que representa a la sesión y un gris (K70%) para los textos. Ambos colores se aplican en diversos grados de saturación a lo largo de las secciones.

Estas últimas, se disponen en el ángulo superior izquierdo, iniciando el recorrido de la hoja. Siempre se apoyan en una línea superior y otra inferior para estabilizarse, ya que la tipografía que se escogió es muy desordenada y juguetona, tal como lo son los niños. Rectángulos con puntas redondeadas enmarcan la información, lográndose unas páginas amigables, fáciles de leer.



Luego viene la sección "sobre el tema de hoy", que presenta más desarrollo de texto, el cual es más extenso y por eso genera "manchas" en la hoja, diferenciándose el tipo de lectura en esta parte con respecto a las páginas recién descritas de índice y ficha resumen. Se utiliza una letra capitular para dar inicio al texto, la cual otorga más movimiento a la composición. El bloque de texto dividido en dos columnas justificadas, se convierte en manchas geométricas que

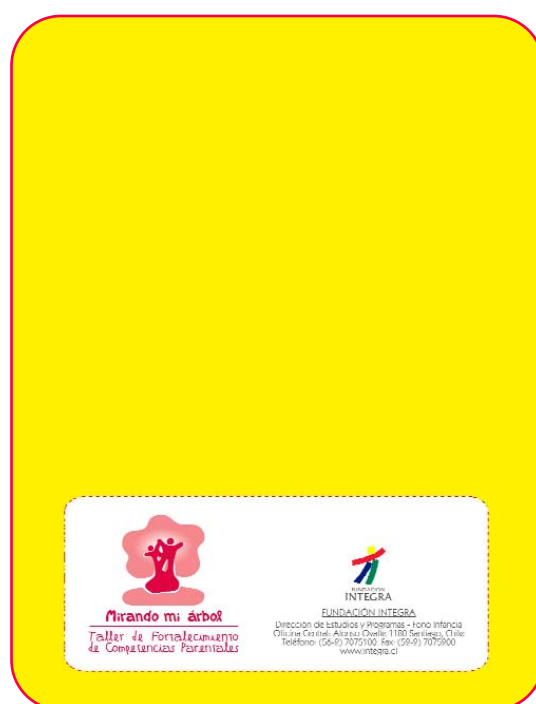


requieren de elementos más libres que equilibren el todo. En la imagen aparece un recuadro con fondo rojo en baja saturación, un ejemplo de lo que se hizo para destacar ciertas ideas. En el texto de esta sesión se habla de los conflictos, y este recuadro presenta un texto que responde a la pregunta "¿qué entendemos por conflicto?", en negrita y desfasado con respecto a la ubicación de la "caja" de texto que representa el rectángulo de línea punteada.

Las páginas siguientes contienen la sección "para empezar" y parte de "profundizando en el tema". Ambas contienen actividades, por lo que se utilizan íconos para señalar en forma rápida una síntesis del objetivo y tiempo de éstas. Se dispusieron estas dos informaciones en los costados de las cajas de texto (rectángulos de línea punteada), en una pestaña que sobresale del mismo y que tiene fondo de color. Se destaca en otro rectángulo con color de fondo las ideas que deben anotarse en papelógrafo, también señalizadas con un icono. Las ideas fuerza se proponen precisamente con fuerza, para lo cual se usaron rectángulos de color al 100% de saturación y texto en negrita calado. Además van acompañados de una copa-estrella que los señala.

Toda esta intención de señalar los elementos en el espacio, se relaciona con el concepto de señalética, en el sentido que cumplen la función de "ubicar" al lector de manera rápida y directa, ayudándolo a ahorrar tiempo y hacer más fluida la lectura, lo cual en este caso aporta para la ejecución de las sesiones, ya que la lectora podrá leer el cuadernillo con facilidad, retirar la vista de éste para dirigirse al grupo, y luego volver

rápidamente a retomar el cuadernillo en la parte que haya dejado de leer anteriormente, porque los elementos se han incorporado de tal manera que "señalizan" el contenido, ubicando al lector.



La contraportada de los cuadernillos es de fondo amarillo, con una pantalla blanca que contiene información pertinente de la fundación y el taller, pero esta última en el color de la sesión para poder ubicarla al ver el cuadernillo desde atrás, sin tener que darlo vuelta para leer la portada y averiguar entonces a qué sesión corresponde. Los datos de la fundación aparecen debajo del imago tipo de ésta, respaldando su autoría. Se utiliza línea punteada del color de la sesión para separar la pantalla rectangular blanca del fondo amarillo, conectando esta parte con la portada y el interior del cuadernillo.

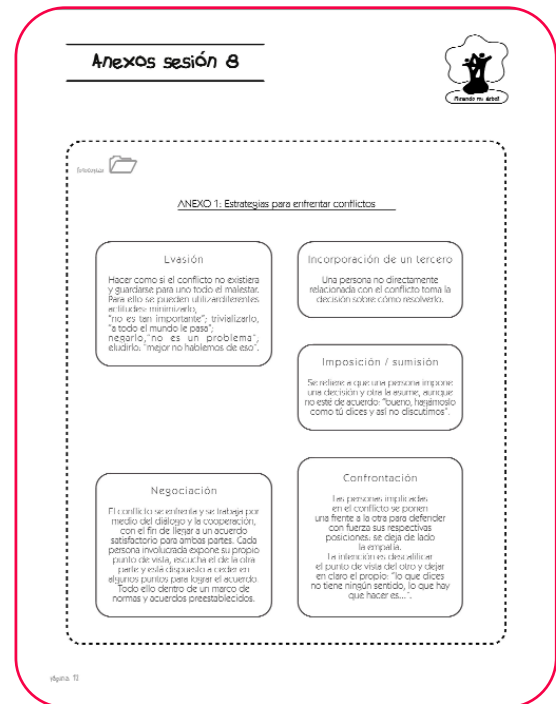


7.3. Anexos

Los anexos vienen incorporados dentro de los cuadernillos, y son fotocopiables, por lo que carecen de color. Están pensados para los asistentes al taller, por lo cual se hace énfasis en facilitarles la lectura lo más posible, respetando el sistema de comunicación propuesto, y la diagramación de las sesiones mismas.

Este ejemplo corresponde a un anexo en que se entregan cinco formas de enfrentar un conflicto, las cuales fueron separadas en rectángulos, ordenadas desde la manera menos apropiada, hasta la más idónea, de acuerdo a lo que se propone en el taller. El icono de la carpeta y la palabra "fotocopiar" que aparecen en el ángulo superior izquierdo de la caja rectangular "punteada", se elaboró en un color gris muy suave (K30%), que al fotocopiar se hará más tenue, pues no es interés que aparezca destacado en los archivos del participante.

La tipografía es trabajada a nivel de interletraje para facilitar la lectura, sobretodo en los títulos que señalan cada una de las cinco maneras de enfrentar los conflictos (evasión, confrontación, intervención de un tercer, etcétera), pero más importante aún, es el tra-



bajo del texto mismo, donde cada línea constituye una frase. Ningún párrafo contiene líneas que no se puedan comprender sin leer la línea siguiente. Se deja un aire entre el texto y el rectángulo que lo contiene, equilibrando los llenos (manchas de texto) y vacíos haciendo agradable a la vista este anexo.



7.4 Ficha de Evaluación

Evaluación sesión 6

MONITORA: _____ FECHA: _____

1. ASISTENCIA

Absistieron: personas.
Faltaron: personas.

2. ¿EL OBJETIVO DE LA SESIÓN SE CUMPLIÓ?

Completamente:
Mediamente:
Poco:
No se cumplió:

Comentarios y sugerencias: _____

3. INTERÉS EN EL TEMA.

Muy interesados:
Interesados:
Poco interesados:
Indiferentes:

Comentarios y sugerencias: _____

4. LA PARTICIPACIÓN DE LOS ADULTOS EN LA SESIÓN FUE:

Muy activa: Regular:
Activa: Pasiva:

Comentarios y sugerencias: _____

5. MATERIALES:

Adecuados: Indecuados:
Escasos: Suficientes:

Comentarios y sugerencias: _____

6. ¿QUÉ DE SATISFECHA CON EL TRABAJO?

Si:
Mediamente:
No:

7. COMENTARIOS Y SUGERENCIAS.

Las fichas de evaluación son un instrumento que debe funcionar: tienen que ser claras y fáciles de completar, y en este caso, deben ser fotocopiables. Por esta última razón se hicieron en blanco y negro, y se incorporó el imagotipo (en alto contraste) porque las fotocopias se acumularán en alguna parte que no está definida, ya que los jardines y la fundación manejan sus métodos propios de archivo de información para realizar estudios de sus iniciativas. Entonces, para que no desaparezca la imagen corporativa, se agregó el imagotipo en una esquina importante de la hoja, que se ve al hojear un montón de papeles rápidamente (esquina superior derecha). El mismo criterio se utiliza para ubicar la fecha de la sesión que se evalúa en la ficha.

Lo importante en este tipo de pieza es equilibrar la buena legibilidad de la información que aparece, con el espacio que se otorga para que la persona llene en manuscrito. Además, para facilitar y hacer más rápido el llenado de información, resulta bastante cómodo para el lector poner tickets en cuadrados correspondientes a las alternativas que se le proporcionan, ajustándose al poco tiempo que pueda tener para completar una evaluación sin obligarlo a pensar mucho. Se diagramó en dos columnas para aprovechar mejor el espacio, ya que era una encuesta de siete ítems que deben ir uno debajo del otro, por lo cual se separaron ambas columnas con una línea vertical que funciona muy bien ya que no interfiere funcionalmente, y estéticamente contribuye a estabilizar la información de ambos bloques. El uso de tipografía, sección y recuadro con línea "punteada" corresponden al sistema de diagramación de los cuadernillos de las sesiones ya que la ficha de evaluación se ubica en la última hoja de cada cuadernillo. Todas las fichas son iguales, pero cambian en el título "evaluación sesión X", donde la "x" corresponde al número de sesión. En vez de realizar una sola ficha, era preferible hacer una por sesión con el título listo, para visualizarlo más rápido al estar estandarizado, ya que si era completado por la monitora se haría más lento al manipular grandes cantidades de hojas de evaluación.



7.5. Ilustraciones

Las ilustraciones del taller se pensaron para ser manipuladas durante las sesiones, ya que necesitan ser a todo color y de un tamaño mediano (poco menos que carta), lo que eleva su costo de producción; al usarse durante la sesión, está la posibilidad de hacer un set por taller en vez de una para cada participante. Además su función es invitar al asistente a la reflexión en el taller, por lo tanto no es necesario diseñarla para otra instancia que no sea la sesión, ya que la idea principal de la ilustración es ayudar al público a descubrir el tema del taller que corresponde tratar en la sesión que se encuentran. Esta estrategia está basada en el concepto de educación constructivista, donde a través de la metáfora la persona relacionará las imágenes y descubrirá hacia dónde apuntan los contenidos, llegando entre todos los participantes a un consenso, conducidos por la monitora y luego iniciando la sesión misma. Puede utilizarse como recordatorio en algunos anexos, pero la instancia principal donde se utilice, debe ser antes de que la monitora presente el tema.

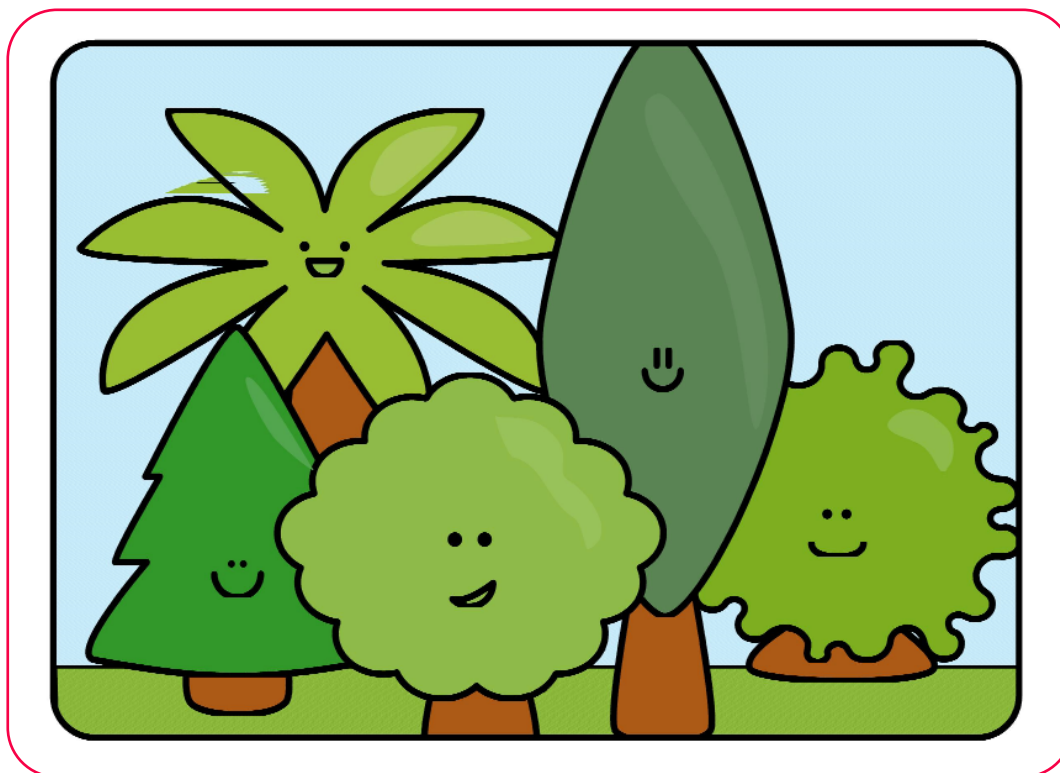
Se buscó un código ilustrativo amigable, geometrizado, moderno, simple, infantil y alegre. Los elementos que aparecen se basan en formas geométricas intervenidas, y trabajadas de acuerdo a las operaciones de simetría de traslación, rotación, reflexión, etcétera. Sin embargo el código permite ciertas libertades al igual que el imagotipo. Se pueden utilizar ciertos trazos más sueltos en algunas partes, mientras no distorsionen la estética global de la ilustración, que se ase-

meja a un videojuego, donde se puede ver frecuentemente un código parecido. Se utilizan colores planos al 100% de saturación para estandarizar todas las imágenes y hacerlas más simples; patrón digital de texturas para el cielo y el pasto, y así diferenciar el contexto de los protagonistas; contornos gruesos bien definidos, que le dan un carácter infantil por la intención de separar muy bien cada figura; rostros en los árboles para trasladarlos a un plano humano y para reflejar sentimientos; brillos para dar movimiento a la imagen y que no se vea tan estática. Todo el cuadro se encierra en un rectángulo de puntas redondeadas y trazo grueso para mantener la coherencia de la separación de figuras mediante trazos negros gruesos como las típicas ilustraciones para niños pequeños.

Las ilustraciones están basadas en la metáfora y tienen su fundamento en la sesión a la cual corresponden. Cada una de éstas trata un tema diferente, que se apoya en la metáfora del árbol para contextualizar las situaciones cotidianas que afectan a la familia y se pueden graficar metafóricamente. Siempre al inicio de las sesiones, en la sección "sobre el tema de hoy" aparece la relación de la metáfora con el tema, y a veces aparece reforzada en alguna actividad de la sección "para empezar", por lo tanto todas las metáforas de las ilustraciones fueron obtenidas del trabajo de la fundación, pero había que materializarlas en imágenes. Algunos de estos detalles se explican a continuación, con los ejemplos más representativos.



Ilustración n° 2

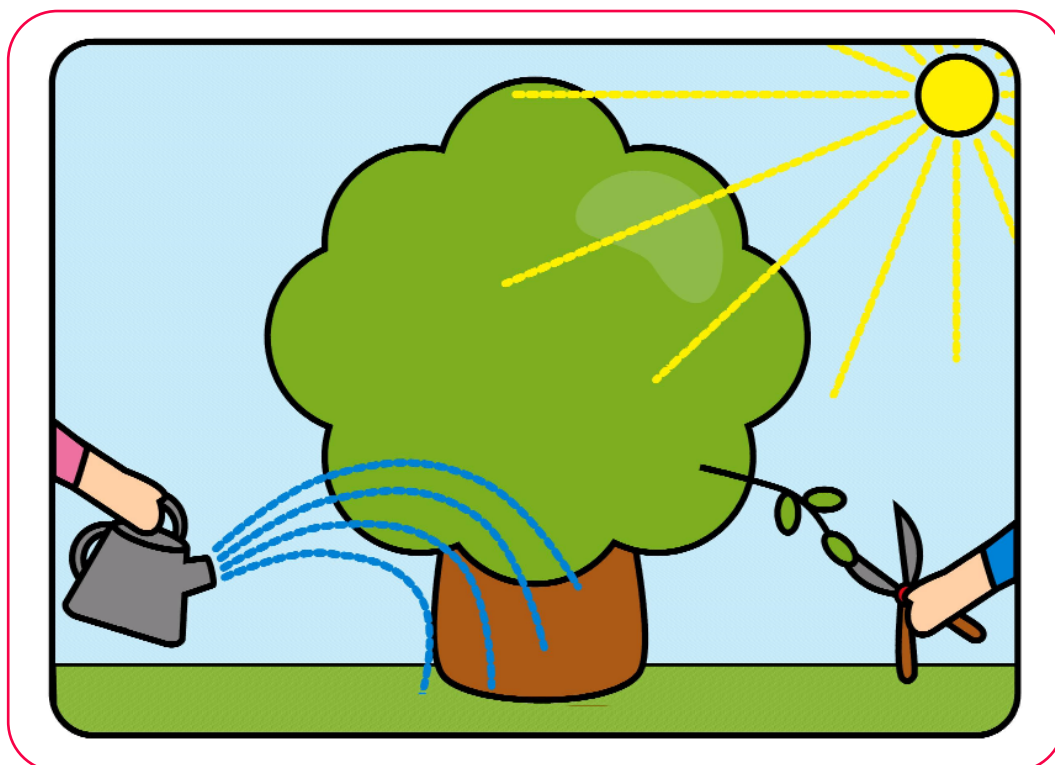


Este caso corresponde a la sesión número 2, donde el tema es "mi familia", y el nombre de la sesión "cada árbol es distinto". La monitora presenta esta imagen al inicio de la sesión. Los asistentes deben ir rotándola después de observarla por un minuto, y cuando todos la han visto, comentan con la monitora sus propias interpretaciones. Se busca con esta imagen demostrar que si bien todos los árboles son parecidos porque tienen tronco, copa, ramas, raíces, etcétera, al mirarlos con atención se puede descubrir que tienen diferencias, y lo mismo sucede con las familias: todas tienen un sentimiento que vincula a sus integrantes con el fin de crear un espacio de protección y

seguridad, pero ninguna es igual a la otra. El propósito de esta sesión es fortalecer la autoestima familiar, por medio del reconocimiento (de cada participante) de las familias y su aceptación, rescatando simplemente que lo importante es el lazo afectivo en función de la protección mutua, y no hay que sentir vergüenza si se trata de una madre soltera o una familia con hijos de distintos padres, por dar algunos ejemplos.



Ilustración n° 5



Esta ilustración presenta la intención de mostrar las necesidades del árbol. Si bien la sesión se llama **"mirando las flores de mi árbol"** y el tema es "empatizando con mi niño", ilustrar un árbol con flores no habría reflejado la verdadera intención de la sesión de transmitir la siguiente idea: "cuando cuidamos un árbol o una planta que está en crecimiento, nos preocupamos de distintos aspectos: sabemos que necesita agua cuando la superficie de la tierra está reseca, para cerciorarnos la tocamos, la frotamos entre los dedos, y decidimos regarla. En ocasiones regamos demasiado o muy poco nuestros árboles y ellos lo reflejan en sus hojas, su color y textura cambian, la hoja pierde brillo,

color y consistencia y su fuerza es menor. Para poder reconocer qué necesita un árbol para crecer lo observamos, lo tocamos, si podemos lo cambiamos de lugar de manera que el sol sea el que realmente necesita y lo cuidamos del roce y maltrato para que no se rompa (...) Cuando hemos logrado satisfacer las necesidades de nuestro árbol, él está preparado para dar frutos sanos (...) Así mismo, nuestros niños tienen distintas necesidades, nosotros los cuidamos y protegemos, e intentamos darles todo lo necesario para su crecimiento"

Esta sesión busca introducir a los participantes en el conocimiento y práctica de la



empatía con relación a los sentimientos y emociones de los niños, como una herramienta que potencia la comprensión y buen trato hacia ellos, lo cual contribuye a mejorar la relación entre adultos y menores. La ilustración muestra un árbol sano pero con una rama que necesita ser podada. Además se muestra una mano femenina (que se diferencia por la ropa rosada) que lo está regando y otra masculina (celeste) que está podando la rama que sobresale, y se acentúan los rayos del sol cayendo sobre la copa. Todos estos elementos reflejan las necesidades del árbol para mantenerse sano: el hecho que aparezcan manos ayudando al árbol, implica la necesaria intervención de los adultos en la crianza de los niños, y la idea es que se interprete que el árbol necesita del cuidado y atención de una persona, al igual que un niño (a).

Ilustración n°6

Esta sesión se trata de la comunicación y su título es **"para sentir el viento en las hojas, hay que querer escucharlo"**. Es un poco largo el título, pero es correcto ya que se refiere a la voluntad para lograr una buena comunicación. Al ver la imagen los participantes notarán que el árbol quiere comunicar algo, en este caso sus necesidades. Cabe mencionar en esta ocasión, ya que se han presentado dos ejemplos de sesiones contiguas, que siempre éstas tienen relación con la anterior y la monitora debe hacer un pequeño repaso después de mostrar la ilustración y comentarla con el grupo.

Los globos de diálogo sirven para "hacer hablar" un personaje, y mostrar en su interior el texto, como en un cómic. Por esta razón se



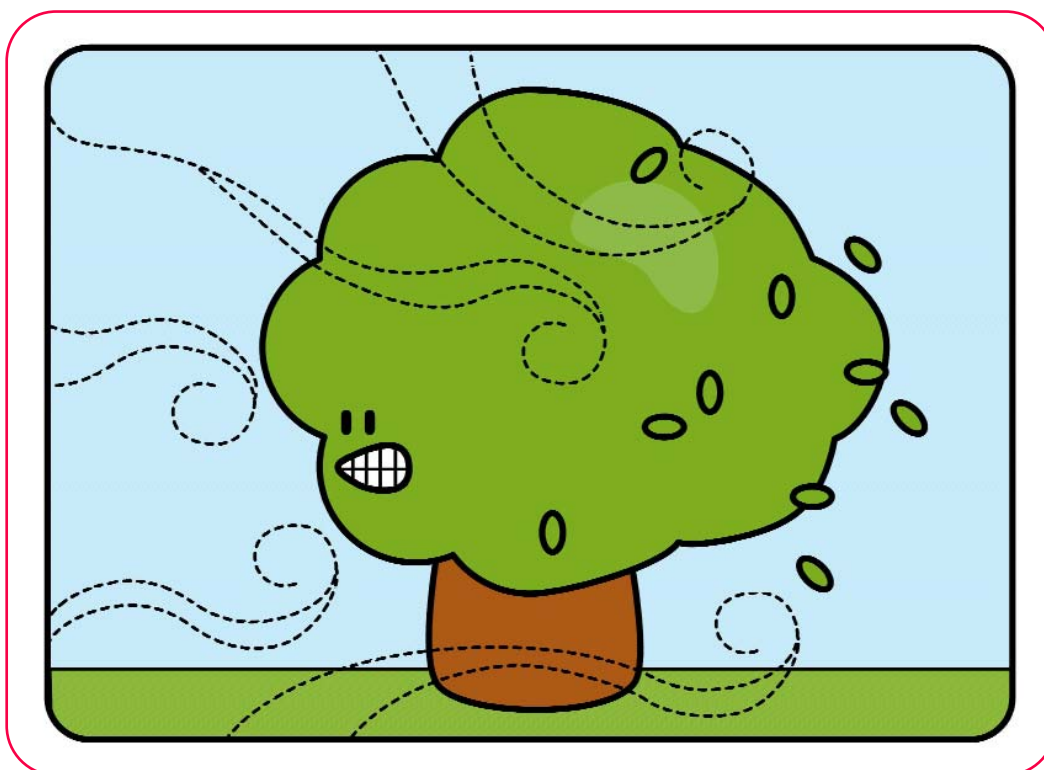


utiliza una tipografía simple que funciona bien, y es utilizada para representar la gráfica del cómic, la *comic sans*. Se incluyeron dentro de cada globo, las necesidades de poda, agua y sol, que son las más comunes, pero sobretodo hay que destacar lo siguiente: aparece una rama que sobresale y necesita ser podada, al igual que la sesión anterior. La poda está utilizada en la metáfora como el establecimiento de normas y límites, llevando al plano de la metáfora la importancia de las normas de crianza, que ayudan a que un niño sea un mejor adulto en el futuro. La manera en que la poda va dando forma a un árbol lo va guiando hacia las alturas y lo va hermosando. Esto es parecido en la crianza, donde se va educando al menor para que en el futuro se desenvuelva mejor en la vida.

La expresión de la "cara" del árbol demuestra que está hablando porque su boca está abierta y está mirando al frente, hablándole al observador de la ilustración. La idea es que éste vea la ilustración y pueda interpretar que un árbol para crecer fuerte y sano necesita agua y sol, pero sobretodo poda que lo ayude en su camino recto hacia arriba. Del mismo modo los niños necesitan de normas y límites claros, consistentes y comprensibles establecidos por parte de los adultos significativos para ellos.

Ilustración n°8

Esta sesión se llama **"Enfrentado vientos y tempestades"** y el tema es "resolución de conflictos". Aquí se pretende reflexionar





sobre la forma de asumir los conflictos como parte de la vida y que deben ser enfrentados con madurez, para lo cual se entregan algunas herramientas en la sesión. En la imagen se propone un árbol sano y equilibrado que está enfrentado un fuerte viento, y no se cae ni se desarma. El viento viene de la izquierda, y el árbol está enfrentándolo, lo que se demuestra con la orientación de su "cara" y la expresión de su boca. Se ve que el viento sopla fuerte y están cayendo algunas hojas, la copa se deforma un poco por la fuerza del ventarrón, pero aún así, el árbol se mantiene firme. La interpretación buscada se relaciona con el enfrentar los conflictos, y así como una tormenta dura un tiempo, los conflictos también lo hacen, desapareciendo en algún momento, por lo que el árbol debe seguir en pie una vez que éste termine y no dejarse caer ya que vendrán nuevas tempestades.

7.6. Documento Orientador



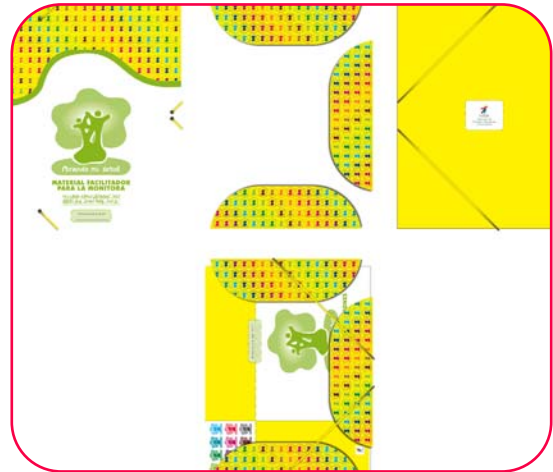
Este documento es un texto extenso para la monitorea, que debe estudiarlo con anticipación al comienzo del taller. Contiene casi 40 páginas, las cuales fueron diagramadas en concordancia con los cuadernillos de las sesiones, pero con menos énfasis en la fluidez del texto, porque aquí no se presentan actividades para el grupo. No contiene imágenes, sólo texto extenso y una tabla. Su portada es simple y presenta un juego de llenos y vacíos entre amarillo y blanco. La intención persuasiva de expresar alegría y felicidad no se acentúa porque el grupo que utilizará esta pieza es intermediario. Sin embargo hay coherencia con el sistema al incorporar los once isotipos de colores, y se agregó uno gris para tener un número par y llenar el cuadrado superior izquierdo que se utiliza en las sesiones como indicador de posibles combinaciones para hacer un taller más breve. El imagotipo principal (verde) se utiliza en gran proporción con relación al formato, y está acompañado por textos de información pertinente, además de una casilla para anotar a qué jardín pertenece el documento, pues cada establecimiento recibirá un set para llevar a cabo el taller. Las dimensiones de los "llenos" amarillos es propor-



cional a las medidas del formato, y se diagramaron para hacer un juego que es constante en los cuadernillos y conjuga el lado serio y profesional del taller con el lado infantil que busca representarse a través de gráficas lúdicas.



7.7. Contenedor



El contenedor para el set de cuadernillos, documento orientador, ilustraciones y hojas fotocopiables, corresponde a una carpeta elasticada de cartón y lacada por el exterior, para otorgarle durabilidad y que cumpla su función almacenadora. Se respetan las normas del sistema, y se presenta un fondo amarillo con los isotipos repetidos en distintos colores y ordenados de acuerdo a la escala de colores propuesta en las normas corporativas. El efecto que este fondo produce a primera vista se traduce en la percepción de una degradación de colores que evoca un arco iris. El fuerte amarillo escogido le otorga fuerza y vida a la pieza. Este color simboliza vida, se asocia con el sol, tiene connotaciones positivas que llaman la atención de manera alegre y entusiasta, relacionando al taller con una invitación a una instancia beneficiosa y agradable. El contenedor es la única pieza para monitoras que posee las características de persuasión establecidas en el sistema de manera tan fuerte, ya que es la pieza que engloba todo el set y será constantemente expuesta a público en general; es la cara del

Al interior, la diagramación es similar a los cuadernillos pero más simple y monótona, se proponen tres columnas para facilitar la lectura y evitar el cansancio en la lectora, ya que el formato apaisado otorga la posibilidad de hacer columnas anchas. Se definió un formato apaisado para diferenciarlo de los cuadernillos de las sesiones. Color gris oscuro (negro al 70%) para el texto y el verde principal para apoyo, usándose en títulos, recuadros y todo lo que no sea texto extenso. Se mantienen los sistemas de indicación de secciones de los cuadernillos y el de numeración de páginas. Negrita para destacar algunos párrafos y letra capitular como en los cuadernillos.



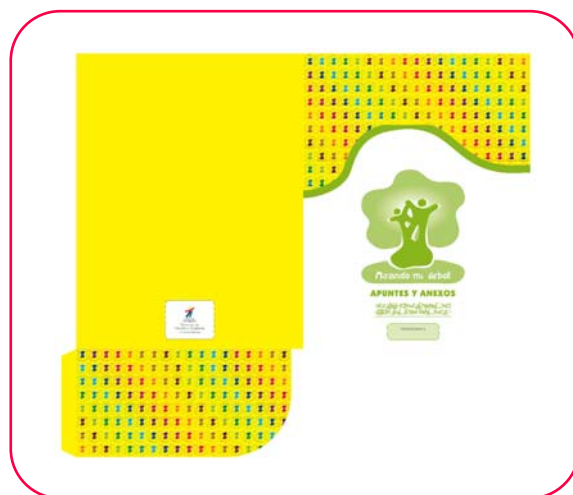
7.8. Carpeta

taller que la monitora puede mostrar en un recorrido en micro o simplemente dentro del mismo jardín o sala cuna. El resto de los elementos de la portada corresponden a información pertinente en color verde, por las mismas razones que se explicaron para el documento orientador. Se recurre a una pantalla blanca que corresponde a una de las curvas de la copa del árbol; de este modo se puede utilizar un fondo blanco para incluir información de lectura, y al mismo tiempo se puede utilizar otra área para información visual "interpretable", sin que ambas partes juntas se vean planas o "tiesas". La curva une ambas áreas en armonía y contextualizan la imagen corporativa dentro del todo, esto apoyado por la proporcionalidad entre el formato y las áreas amarilla y blanca.

Para aprovechar los cuatro colores del tiro en el interior, las solapas del contenedor se hicieron con el fondo amarillo y el arcoiris de isotipos. En la parte trasera se ubica en una pantalla blanca sobre fondo amarillo, el imagotipo de la fundación y la información "dirección de estudios y programas", que es la unidad responsable de la iniciativa del taller. La pantalla blanca es un rectángulo de puntas redondeadas, coherente con todo el sistema.

Esta carpeta para asistentes al taller cumple la función de contenedor de documentos tamaño carta, que consisten en anexos entregados durante las sesiones y apuntes anotados por cada participante. Para esos apuntes se le proporcionan fotocopias de hojas corporativas para completar.

Esta carpeta es común y corriente en cuanto al soporte y formato. Su diseño es como el del contenedor anterior pero con información diferente en la portada, además de tener en su interior un texto dirigido al adulto significativo para el niño (a), cuyo remitente son las tías del jardín. El texto es el siguiente: "En esta carpeta podrás juntar los anexos que te entregará la monitora del Taller, para que puedas consultarlos en el futuro. Te invitamos a mantener tus ganas de ser cada día mejor, y que conserves esta recopilación de apuntes y anexos, donde también puedes incorporar otros artículos relacionados con la crianza. Cariñosamente, las tías". Se hace un intento por fortalecer el compromiso de la persona con el taller, pero sobretodo consigo mismo, para hacer un esfuerzo por no olvidar lo que en éste se aprendió, sino que los contenidos





incorporados se apliquen a diario y ojalá el participante continúe con su interés por los temas relacionados con la crianza y la familia. También con este texto (que sería leído al inicio del taller, pues se haría entrega de estas carpetas en la primera sesión) se busca que el participante sea ordenado en su material. Con la carpeta se le dan las facilidades para que agrupe todo lo que vaya juntando a lo largo del taller y lo pueda conservar y trasladar

7.9. Hojas corporativas para tomar apuntes

Las hojas que se entregarán a los participantes para tomar apuntes, son en blanco y negro ya que lo que en realidad ellos recibirán son fotocopias de éstas; cada set contiene dos hojas para sacar fotocopias, las cuales deben permanecer en el contenedor. Se ubicó un recuadro con espacio para poner la fecha y la sesión, siendo esta última anotada en el extremo superior derecho para que la persona las ubique con facilidad al hojear un montón de hojas de apuntes. El imago tipo aparece como primer elemento del recorrido de lectura en el soporte, como elemento que le otorgará un poco de vida a la hoja que será completada con texto manuscrito y además este elemento debe estar en todas las piezas que los participantes manipulen, por una norma corporativa que se aplica en toda estrategia de cualquier entidad. La tipografía seleccionada es *kabel ultra* para dar un toque más amistoso a través de sus gruesas letras, y el resto de la hoja contiene líneas delgadas que sirven de guía para escribir.

The diagram shows a rectangular sheet with rounded corners. In the top left corner is a small logo of a tree. To its right, there is a dashed-line box containing the labels 'Fecha:' and 'Sesión:'. Below the logo, the word 'Apuntes:' is written in a bold, sans-serif font. The rest of the page is filled with ten horizontal lines, alternating between thin and slightly thicker lines, providing a guide for writing.



7.10. Diploma



El diploma de honor tiene fondo amarillo y una pantalla blanca con la forma de la copa, donde se ubica la información pertinente. El contorno de esta pantalla está conformado por un gradiente que recorre todos los colores de los isotipos, actuando como resumen, porque ya no muestra los isotipos repetidos en diversos colores, sino que sólo aparece el imago tipo en color verde. Esta pieza es general, no enfatiza en temas específicos, por lo cual se recurre a los elementos del sistema utilizados de manera global: se muestra un amarillo limpio y una superficie blanca bastante pura también. La gradiente de colores le da el toque atractivo, haciendo de unión y también separación de las áreas blanca y amarilla. Contiene un texto con líneas para completar, las cuales son "punteadas" de acuerdo al sistema, la jerarquía está basada en la funcionalidad del diploma, donde ocupa un puesto importante la sección de texto para completar. Aparecen al final del recorrido las imágenes respectivas del taller y la fundación.

7.11. Afiche



El afiche está pensado para ubicarse en un lugar altamente transitado de los jardines y salas cunas de la fundación, que sea frecuentado por los adultos que van a dejar y a buscar a los niños a estos establecimientos. Al observarse desde lejos, se percibe el arco iris sobre el fondo amarillo, el que está detrás de la pantalla blanca con forma de copa. Esta pantalla contiene el tronco-familia, el llamado y la información pertinente. Se puede ver desde lejos esta familia alegre con el gesto de los brazos abiertos, en una actitud libre con un arco iris detrás; todo esto hace que el afiche sea atractivo a la distancia, e invite al observador a acercarse para ver el llamado y luego leer el texto que explica de qué se trata la invitación.

En cuanto a las proporciones, se asignó un gran espacio para el fondo, por las razones que se explicaron anteriormente. El llamado es "te invitamos a mirar tu árbol", que no explicita nada acerca de las actividades del taller, porque se busca atraer al observador, que se acerque al afiche y se entere de que es un taller que constituye una oportunidad de aprender y mejorar como adulto significativo en las labores de crianza. El texto es breve, se considera que la persona no tiene tiempo para leer algo muy largo, pero para



eso se diseñó una invitación personalizada que cumple también otras funciones de convocatoria. Se destaca la frase "¡Ponte en contacto con las tías del jardín de tu hijo(a) y participa!" para que se distinga inmediatamente de qué manera se puede participar.

7.12. Invitación

La invitación es la estrategia de difusión más cercana al público objetivo, a menos que cada jardín tome otra iniciativa que se base en la convocatoria cara a cara mediante las tías hacia con los apoderados de los niños. Por esta razón, se ha definido que la invitación debe ser sumamente atractiva, con mucho color y movimiento. Debe reflejar mucha alegría y positividad, para despertar el interés del público por participar en el taller, y sobretodo por interesarse en adquirir competencias parentales para la crianza.

Esta pieza es un papel de 22cm x 19.2 cm, doblada en dos partes de manera que el recorrido se divide en 4 partes. Primero, la portada es coherente con el afiche, presentando el llamado "te invitamos", pero no especifica a qué, llevando al lector a continuar el recorrido para poder saberlo. Esta primera impresión está acentuada por el arco iris de fondo, sobre un color amarillo fuerte que ya se fundamentó anteriormente. La forma de la copa por sí sola conforma una estrella suavizada y amigable, que contribuye en el carácter positivo que se quiso dar a esta pieza.

Luego, al abrir la invitación, aparece el texto "a mirar tu árbol" sobre una mancha blanca que se sobrepone al fondo amarillo, y luego una fila de once árboles de distintos colores,

uno al lado del otro como para que la persona escoja cuál es el que lo identifica. Después, al abrir la invitación por completo, se llega a la información de fondo, y presenta primero que nada la imagen corporativa del taller: un imagotipo en verde, apoyado por un texto que



dice "taller de fortalecimiento de competencias parentales", informando finalmente de qué se trata la invitación. Luego un texto que destaca los beneficios y cuali-





dades de esta iniciativa, rematando con la frase "te esperamos". El lenguaje de la invitación es directo y cercano, lo primero que se lee es un animoso "te invitamos", mientras que al final del texto aparece la frase "te esperamos", lo cual indica que hay muchas ganas de que la persona asista, y que será una experiencia agradable y positiva. Un recuadro de fondo blanco y contorno de once colores en gradiente, conecta el interior de la invitación con el exterior, y le

quita protagonismo al amarillo presente en el fondo y en el verde limón del imagotipo.

Por último, al final del recorrido, aparece un recuadro blanco de puntas redondeadas, con información para completar, que indica cómo inscribirse, cuándo comienza y cuándo termina el taller, y quién será la monitora. Después de leer esta invitación, se espera que el público se contacte con el jardín y asista a las sesiones.



8. PRESUPUESTO



Presupuesto

El siguiente listado presenta todas las piezas del sistema y sus especificaciones. Para facilitar la información de los presupuestos cotizados, se agrupa el set mencionado antes que contiene los once cuadernillos, el documento orientador, las ilustraciones, las dos hojas corporativas fotocapibles y el contenedor donde se agrupan todos estos elementos.

Especificaciones cuadernillos:

| cuadernillo | cuadernillo exterior (papel y tintas) | cuadernillo interiores (papel y tintas) | cantidad | formato y encuadernación |
|-------------|---------------------------------------|---|----------|--|
| sesión nº1 | 4/2, couché brillante 200gr | 2 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | Formato carta vertical, cuadernillos elaborados por cuartillas de 43.5 cm x 28 cm, con dos corchetes en el plisado |
| sesión nº2 | | 4 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº3 | | 4 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº4 | | 4 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº5 | | 5 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº6 | | 6 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº7 | | 3 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº8 | | 3 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº9 | | 4 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº10 | | 10 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |
| sesión nº11 | | 12 cuartillas 2/2, bond 140 gr | 1000 | |

Especificaciones ilustraciones:

| ilustración | papel y tintas | cantidad | formato |
|-------------|-----------------------------|----------|----------------|
| sesión nº1 | 4/2, couché brillante 200gr | 1000 | 22 cm x 16 cm, |
| sesión nº2 | | 1000 | |
| sesión nº3 | | 1000 | |
| sesión nº4 | | 1000 | |
| sesión nº5 | | 1000 | |
| sesión nº6 | | 1000 | |
| sesión nº7 | | 1000 | |
| sesión nº8 | | 1000 | |
| sesión nº9 | | 1000 | |
| sesión nº10 | | 1000 | |
| sesión nº11 | | 1000 | |



Especificaciones para el resto de las piezas:

| pieza | especificaciones | unidades |
|---------------------------------------|---|----------|
| Documento Orientador | Cuadernillo cuya cuartilla exterior es 4/0, couché brillante 200gr. 9 cuartillas interiores 2/2 bond 140 gr. Encuadernado con dos corchetes en el plisado. Formato carta apaisado, cuartillas de 56.5 cm x 21.6 cm. | 1000 |
| Contenedor | Carpeta elasticada para almacenar documentos tamaño carta. Tamaño extendido 57cm x 52 cm incluye bolsillos. Impresión 4/0 en cartulina RB de 360 gr + lacado UV por tiro. Troquelado y cuatro ojettos, más elástico amarillo para cierre. | 1000 |
| Carpeta para asistentes al taller | Carpeta para almacenar hojas tamaño carta. Tamaño extendida 46 cm x 30 cm más solapa ("bolsillo") de 11 cm x 28 cm. Cartón couché 340 gr. 4/2 | 75000 |
| Hojas corporativas para tomar apuntes | hojas cartas, 1/0. Papel bond 80 gr. | 2000 |
| Regalo | Donado por Unicef | 75000 |
| Diploma | Formato 22 cm x 19 cm. Couché 200 gr. 4/0 | 75000 |
| Afiche | Formato 38.5 cm x 54.5 cm, couché 130 gr. 4/0. | 1000 |
| Invitación | Formato 22 cm x 19.2 cm couché 130 gr. 4/4, dos plisados. | 75000 |



El siguiente presupuesto fue cotizado en **Femar impresores**, fono 550 3000

Primero, esta tabla incluye los elementos del **set**, para obtener el precio de todo el conjunto. Luego, una tabla con el resumen del presupuesto total, donde se incluye set y el resto de las piezas:

Set:

| pieza | precio unitario |
|-----------------------------|-----------------|
| 1 Contenedor | 661,1 |
| 1 documento orientador | 1.362,1 |
| 11 ilustraciones | 1.787,5 |
| 11 cuadernillos de sesiones | 8.870,5 |
| 2 hojas fotocopiables | 73,4 |
| 1 set | 12.754,6 |

Presupuesto total:

| pieza | precio por set (\$/1000) |
|--------------------|--------------------------|
| 1000 carpeta | s/información |
| 1000 afiches | 188.100 |
| 75000 diplomas | 937.500 |
| 75000 invitaciones | 750.000 |
| 1000 sets | 12.754.600 |
| total | \$14.630.200 |
| + iva: | \$17.409.938 |

A este presupuesto de producción se le debe agregar los honorarios por diseño, desglosados a continuación:

Honorarios diseño gráfico:

| | |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| valor hora | 1 UF (\$18.000) |
| cantidad de horas de trabajo | 160 horas (cuatro semanas) |
| total | \$2.880.000 |

Total presupuesto con
Femar impresores: \$20.289.938*

* no incluye la producción de carpetas para participantes



El siguiente presupuesto fue cotizado en **Imprenta Authrive**, fono 7527490

Primero, esta tabla incluye los elementos del **set**, para obtener el precio de todo el conjunto. Luego, una tabla con el resumen del presupuesto total, donde se incluye set y el resto de las piezas:

Set:

| pieza | precio por set (\$/unitario) |
|-----------------------------|------------------------------|
| 1 Contenedor | s/información |
| 1 documento orientador | 960 |
| 11 ilustraciones | 6.578 |
| 11 cuadernillos de sesiones | 7.089 |
| 2 hojas fotocopiables | 49,5 |
| 1 set | 14.676,5 |

Presupuesto total:

| pieza | precio por set (\$/1000) |
|--------------------|--------------------------|
| 1000 carpeta | s/información |
| 1000 afiches | 195.000 |
| 75000 diplomas | 937.500 |
| 75000 invitaciones | 960.000 |
| 1000 sets | 14.676.500 |
| total | 16.769.000 |
| + iva: | \$19.955.110 |

A este presupuesto de producción se le debe agregar los honorarios por diseño, desglosados a continuación:

Honorarios diseño gráfico:

| | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| valor hora | 1 UF (\$18.000) |
| cantidad de horas de trabajo | 160 horas (cuatro semanas) |
| total | \$2.880.000 |

Total presupuesto con **Imprenta Authrive: 22.835.110***

* no incluye la producción de carpetas para participantes



CONCLUSIONES



Conclusiones

Jorge Frascara plantea con gran énfasis que el diseñador puede cumplir un rol importante en la sociedad. En esta oportunidad, el hecho de desarrollar una propuesta de un sistema de comunicación visual para un taller de fortalecimiento de competencias parentales, orientado a un público de escasos recursos, implica una gran responsabilidad. Este proyecto presenta la posibilidad de hacer efectiva una iniciativa donde el diseñador puede contribuir a mejorar un problema social, por lo cual era fundamental ponerse en el lugar del público objetivo y tratar de comprenderlo, de manera que la solución de diseño fuera realmente efectiva y funcionara en su totalidad. Todos los proyectos permiten un aprendizaje y una manera de que el diseñador se exprese, esto siempre basado en los objetivos y la funcionalidad de las propuestas, que en este caso se convirtió en un sistema lleno de alegría y con un objetivo muy noble, orientado a mejorar la calidad de vida de las familias que viven en condiciones de pobreza y marginalidad en Chile. Pero en esta ocasión particular, el empatizar con el grupo objetivo permitió un aprendizaje muy importante respecto a las grandes diferencias de oportunidades que hoy día se presentan en nuestro país, lo que alimentó un interés social a medida que iba construyéndose este proyecto. Conocer cómo son las condiciones de vida que afectan a este grupo y ver que muchos tienen voluntad y ganas de salir adelante, motivan al comunicador visual para concentrar todos los esfuerzos en realizar un diseño bien planificado y justificado, que realmente funcione y ayude a la fundación a cumplir sus objetivos sociales.

Por otra parte, conocer cómo se desarrolla un taller de capacitación para adultos de estas características también constituye una motivación, porque otorga la posibilidad de aportar desde el diseño de información y otras iniciativas relacionadas con la dinámica de un taller, permitiendo que el diseñador se pueda involucrar a fondo con el proyecto, algo que no siempre sucede, pues muchas veces las ideas ya están definidas y a éste no se le da espacio para participar en el origen de las iniciativas, sino que se le encarga realizar "monos" y punto. El hecho de que el diseñador pueda involucrarse y aportar en la iniciativa, ayuda a que la solución visual sea más acertada y eficaz; todas las propuestas de diseño debieran permitir e incluir al diseñador en la génesis de los proyectos, así se pueden aprovechar las herramientas de la comunicación visual que permiten incorporar, reforzar o modificar conductas en las personas y contribuir así a mejorar su calidad de vida.

A través del trabajo en este proyecto, también se pudo desarrollar un crecimiento como comunicador visual en el sentido de la estética. La necesidad de estandarizar y conectar un conjunto de piezas distintas, además de requerir un código alegre, forzó una búsqueda intensa por lograr un resultado cuya forma fuera amistosa y simpática para el público objetivo. Al revisar el capítulo donde se muestra la evolución en la creación de la imagen corporativa se puede dar cuenta de esto, pero más aún, se puede ver acentuada esta intención amistosa en las ilustraciones, que son claves para despertar el interés de los participantes y facilitar su



aprendizaje. El sistema corporativo con el uso de once colores más uno amarillo de fondo, la diagramación de los elementos en las piezas, la normalización del imago tipo, el reordenamiento de los contenidos de las sesiones, el conjunto de cuadernillos y la cualidad fotocopiable que algunas piezas

requerían, entre otros detalles, constituyen una instancia para desarrollar el sentido de la estética en cada pieza y en el sistema organizado. Fue un gran aprendizaje fortalecer el sentido estético con el trabajo de esta propuesta, lo que también debe formar parte de estas conclusiones generales.



BIBLIOGRAFÍA



Bibliografía

BARUDY, Jorge. "La resiliencia", en: Revista Mujer. Santiago. Diario La Tercera. 29 de Mayo (2005), pág. 20-22.

COSTA, Joan. "Imagen global" Ediciones CEAC (3a. ed.), Barcelona, 1994.

COSTA, Joan. "Identidad corporativa y estrategia de empresa" Ediciones ceac, SA. (2ª ed.) 1992 barcelona

CUMPA González, Luis Alberto, "FUNDAMENTOS DE DIAGRAMACIÓN: REVISTAS". Colección digital SISBIB de Universidad nacional mayor de san marcos, Perú. http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/libros/Comunicacion/Fundamentos_de_diagramacion/indice.htm ultima consulta el 26 nov 2005

FRUTIGER, Adrian. "En torno a la tipografía" (95 pg.) Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002.

MIDEPLAN, "encuesta Casen, estadísticas" <http://www.mideplan.cl/publico/casen.php?ini=&apo=2003&subcatid=30&tema=&secid=4&catid=20>

BEDREGAL, Paula y PARDO, Marcela "Desarrollo infantil temprano y derechos del niño" (en línea) Publicaciones UNICEF (última consulta 30 de mayo, 2005). Disponible en www.unicef.cl/centro/ficha.php?id=96

CIFUENTES, Javier "Desarrollo psicológico del lactante" (en línea) Manual de Pediatría (última consulta 26 de Abril, 2005). Disponible en: [http://escuela.med.puc.cl/paginas/publicaciones/manual ped/desspsiclact.html](http://escuela.med.puc.cl/paginas/publicaciones/manual_ped/desspsiclact.html)

FRASCARA, Jorge. "Diseño gráfico y comunicación". Ed. Infinito, Buenos Aires, 2000.

FRASCARA, Jorge. "Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social". Buenos Aires, Editorial Infinito, 2000.

"Mala distribución del ingreso también divide las regiones" en: Diario Estrategia. Santiago. 6 de Junio (2005), pág. 10-11.

MIDEPLAN, "ficha CAS". http://www.mideplan.cl/publico/print_sec.php?secid=7, consulta el 20 de mayo



MOLES, Abraham ; JANISZEWSKI, Luc.
"Grafismo funcional" Ediciones ceac, SA.
Segunda edicooon 1991 barcelona

SAMARA, Timothy.
"Diseñar con y sin retícula",
Ed. Gustavo Gili, Barcelona 2004

MOLES, Abraham y COSTA, Joan.
"La imagen didáctica", Ediciones CEAC,
Barcelona, 1991

SANHUEZA, Gladys.
"El constructivismo",
en: www.monografias.com, consultado el
25 de noviembre [http://www.monogra-
fias.com/trabajos11/constru/constru.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/constru/constru.shtml)

