



Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA ELEVAR  
LA AUTOESTIMA EN NIÑOS Y JÓVENES  
DEL HOGAR MIGUEL MAGONE

**XIMENA MARÍA RIVERA KLUSMAN**

Guatemala, 8 de febrero de 2014



Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA ELEVAR  
LA AUTOESTIMA EN NIÑOS Y JÓVENES  
DEL HOGAR MIGUEL MAGONE

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de  
Facultad de Arquitectura y Diseño

por

XIMENA MARÍA RIVERA KLUSSMAN

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Guatemala, 8 de febrero de 2014



UNIVERSIDAD  
DEL ISTMO

FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y  
DISEÑO

Guatemala, 29 de noviembre de 2013

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD  
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **XIMENA MARÍA RIVERA KLUSSMAN**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

***“CAMPAÑA INFORMATIVA PARA ELEVAR LA AUTOESTIMA EN NIÑOS Y JÓVENES DEL HOGAR MIGUEL MAGONE”***

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad.

Arq. Ana María Cruz de García  
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

Guatemala, 26 de noviembre de 2013

Señores  
Consejo de Facultad de  
Arquitectura y Diseño  
Universidad del Istmo

Estimados Señores:

Por este medio hago de su conocimiento que he asesorado a la estudiante XIMENA MARÍA RIVERA KLUSSMAN, de la Licenciatura en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad, de esta Facultad, quien se identifica con el carné 24209 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "CAMPAÑA INFORMATIVA PARA ELEVAR LA AUTOESTIMA EN NIÑOS Y JÓVENES DEL HOGAR MIGUEL MAGONE".

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a mi entera satisfacción, por lo que doy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes,

Atentamente,



Licda. Jimena Rodríguez  
Asesora de Proyecto de Graduación

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>i</b>
<b>1. MARCO DE REFERENCIA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 ÁREA GEOGRÁFICA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 DESCRIPCIÓN ANTROPOLÓGICA.....</b>	<b>1</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1 AUTOESTIMA.....</b>	<b>2</b>
2.1.1 Concepto.....	2
2.1.2 Pirámide de Autoestima.....	4
2.1.2.1 Autoconocimiento.....	4
2.1.2.2 Autoconcepto.....	5
2.1.3 Apertura al Ser Humano.....	5
2.1.3.1 Interacción con el medio.....	6
2.1.3.2 Crecimiento Personal.....	8
2.1.3.2.1 Educación Formal.....	9
2.1.3.2.2 Rol del Educador (padre y profesor).....	9
<b>2.2 PROYECTOS DE DISEÑO RELACIONADOS.....</b>	<b>11</b>
2.2.1 Fondo Dove para la Autoestima.....	11
2.2.1.1 Por la Belleza Real.....	11
2.2.1.2 Autoestima al 100%.....	12
2.2.2 Quiérete.....	12
<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>14</b>
<b>3.1 MÉTODO.....</b>	<b>14</b>
3.1.1 Método Deductivo.....	14
<b>3.2 UNIVERSO O POBLACIÓN.....</b>	<b>14</b>
3.2.1 Universo 1 .....	14
3.2.2 Universo 2.....	14
3.2.3 Universo 3.....	15
<b>3.3 MUESTRA .....</b>	<b>15</b>
3.3.1 Muestra 1.....	15
3.3.2 Muestra 2.....	15
3.3.3 Muestra 3.....	15
<b>3.4 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>15</b>

3.4.1 Instrumento 1.....	15
3.4.2 Instrumento 2.....	16
3.4.3 Instrumento 3.....	16
<b>3.5 PROCEDIMIENTO.....</b>	<b>16</b>
<b>4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>17</b>
4.1 ENCUESTA A UNIVERSO 1.....	17
4.2 ENTREVISTA A UNIVERSO 2.....	25
4.3 ENTREVISTA A UNIVERSO 3.....	27
<b>5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>28</b>
5.1 PROBLEMA DE DISEÑO.....	28
5.2 OBJETIVOS DE DISEÑO.....	28
5.3 DEFINICIÓN DE GRUPO OBJETIVO.....	28
5.3.1 Descripción Demográfica.....	29
5.3.2 Descripción Antropológica.....	29
5.4 CLIENTE.....	29
5.4.1 Misión.....	30
5.4.2 Visión.....	30
5.4.3 Funciones y Beneficios.....	30
5.4.4 Identidad Gráfica Actual.....	31
5.4.4.1 Encabezado.....	31
5.4.4.2 Página Web.....	32
5.4.4.3 Unifoliar.....	33
5.4.5 Posicionamiento.....	33
5.4.6 Recursos Financieros.....	33
5.4.7 Área de Cobertura.....	34
<b>5.5 PROPUESTA DE DISEÑO.....</b>	<b>34</b>
5.5.1 Conceptualización.....	34
5.5.2 Descripción de la propuesta gráfica.....	34
5.5.2.1 Tipo de material gráfico.....	34
5.5.2.2 Descripción de las piezas.....	35
5.5.3 Descripción del mensaje.....	36
5.5.3.1 Contenido de Texto.....	36
5.5.3.2 Contenido Gráfico.....	36
5.5.3.3 Tono de Comunicación.....	37

<b>6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>39</b>
<b>6.1 PROCESO DE BOCETAJE.....</b>	<b>39</b>
6.1.1 Paleta de Colores.....	39
6.1.2 Tipografía.....	40
6.1.3 Identificador de Campaña.....	43
6.1.3.1 Nombre de la Campaña.....	44
6.1.3.2 Creación del identificador de campaña.....	45
6.1.3.3 Bocetaje.....	46
6.1.3.4 Identificador de campaña.....	47
6.1.3.5 Ejes.....	49
6.1.3.5 Colores.....	50
6.1.4 Fotografías.....	51
6.1.5 Retícula y layouts.....	51
6.1.5.1 Retícula Digitalizada.....	52
6.1.5.2 Layouts.....	52
<b>6.2 PROPUESTA PRELIMINAR.....</b>	<b>57</b>
6.2.1 Material informativo para tutores.....	57
6.2.1.1 Trifoliar.....	57
6.2.1.2 Video.....	58
6.2.2 Material informativo para jóvenes.....	64
6.2.2.1 Trifoliar.....	65
6.2.2.2 Ficha.....	65
6.2.3 Material Educativo para tutores.....	66
6.2.3.1 Folleto.....	66
6.2.4 Material Persuasivo para jóvenes.....	68
6.2.4.1 Afiches.....	68
<b>6.3 VALIDACIÓN.....</b>	<b>70</b>
6.3.1 Formato.....	70
6.3.2 Imágenes.....	70
6.3.3 Color.....	70
6.3.4 Tipografía.....	71
6.3.5 Cambios.....	71
6.3.5.1 Formato.....	71
6.3.5.2 Imágenes.....	71

6.3.5.3 Color .....	73
6.3.5.4 Tipografía.....	74
6.3.5.5 Trifoliar informativo para jóvenes.....	75
6.3.5.6 Trifoliar informativo para tutores.....	78
6.3.5.7 Ficha informativa para jóvenes.....	80
6.3.5.8 Folleto educativo para tutores.....	82
6.3.5.9 Afiches persuasivos para jóvenes.....	87
<b>6.4 PROPUESTA FINAL.....</b>	<b>88</b>
6.4.1 Color.....	88
6.4.2 Tipografía.....	89
6.4.3 Fotografía.....	90
6.4.4 Identificador de Campaña.....	94
6.4.5 Diagramación.....	95
6.4.6 Polifoliar informativo para jóvenes.....	95
6.4.7 Polifoliar informativo para tutores.....	96
6.4.8 Ficha informativa para jóvenes.....	97
6.4.9 Video informativo para tutores.....	98
6.4.10 Folleto educativo para tutores.....	104
6.4.11 Afiche persuasivo para jóvenes.....	108
<b>7. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN.....</b>	<b>110</b>
<b>7.1 ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS.....</b>	<b>110</b>
<b>7.2 PRESUPUESTO DE DISEÑO, IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN.....</b>	<b>111</b>
7.2.1 Presupuesto de Diseño.....	111
7.2.2 Cotización de impresión.....	112
<b>7.3 ARTES FINALES.....</b>	<b>113</b>
7.3.1 Informe Técnico de Artes Finales.....	113
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>116</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>117</b>
<b>GLOSARIO.....</b>	<b>118</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>119</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>121</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

### IMÁGENES

1. Anuncio Dove 1.....	11
2. Anuncio Dove 2.....	11
3. Anuncio Dove 3.....	11
4. Anuncio Dove 4.....	11
5. Niñas.....	12
6. Anuncio Dove Niñas.....	12
7. Quiérete.....	12
8. Quiérete 2.....	12
9. Quiérete 3.....	13
10. Membrete .....	31
11. Logo Membrete .....	31
12. Hoja membretada.....	32
13. Unifoliar.....	32
14. Sitio web 1.....	32
15. Sitio web 2.....	32

### GRÁFICAS

1. Me siento alegre. ....	17
2. Me siento incómodo con la gente que no conozco. ....	17
3. Me siento dependiente de otros, que no puedo hacer las cosas por mi mismo, siempre necesito a alguien a mi lado. ....	18
4. Enfrentarme a retos me da miedo. ....	19
5. Me siento triste. ....	19
6. Pienso que cuando las cosas salen mal es mi culpa. ....	20
7. Siento que soy agradable a los demás. ....	21
8. Pienso que es bueno cometer errores. ....	21
9. Siento que mi opinion no vale la pena.....	22
10. Pienso que para que los demás me acepten debo hacer lo que ellos dicen.....	23
11. Creo que todo me sale mal. ....	23
12. Siento que puedo hablar abiertamente de mis sentimientos.....	24
13. Me gustaría cambiar mi apariencia física.....	25

## INTRODUCCIÓN

El Diccionario Oxford en inglés remonta el uso de la palabra “autoestima” posterior a la época inglesa hasta 1657. Después de muchas investigaciones en frenología (alguna vez considerada una ciencia la cual se basa en el concepto que cerebro es el órgano de la mente) en el siglo XIX el término se incorporó al área filosófica.

La autoestima se convirtió en el tema utilizado más frecuentemente en la literatura psicológica escribiéndose más de 25.000 artículos, y capítulos de libros refiriéndose a ese tema.

En los años 60, Morris Rosenberg definió autoestima como “un sentido estable de la valoración personal.” Esta definición fue la más usada en investigación, pero tuvo problema con los límites de la misma, ya que la autoestima no era distinguible del narcisismo que se daba en ese momento. En 1969 Nathaniel Branden la definió como “la experiencia de ser competente para arreglárselas con los desafíos básicos de la vida y ser digno de la felicidad”.

A través del tiempo las personas van siendo más conscientes de lo que significa cada una de estas definiciones. En los años 80's Brinkmann hizo una serie de investigaciones de autoestima en niños, en donde cita el Inventario de Coppersmith (1959) el cual es un instrumento de medición cuantitativa de la autoestima. Brinkmann concluye en que las experiencias de los niños son modificadas de acuerdo a las aspiraciones y valores que ellos tienen.

En 1998 Haeussler y Milicic aseguran que uno de los factores más decisivos para la adaptación social y el éxito en la vida en los niños es tener una alta autoestima, saberse que uno es valioso para los otros. “Esta autovaloración involucra las emociones, los afectos, los valores y la conducta. Cuando un niño presenta un alto concepto de sí mismo, es capaz de sentirse importante cuando necesita ayuda, porque al reconocer su propio valor le es fácil reconocer el de los demás.”<sup>1</sup>

En el 2006 la psicóloga Carla Valencia la define como: “la autoestima no es convencernos a nosotros mismos de que somos valiosos, no es un tema de ser seguro de sí o sentirse bien cuando

---

<sup>1</sup> VALDÉZ L. Estudios Pedagógicos, en línea: <<http://www.scielo.cl>> Consulta[03/02/2011]

otra persona nos halaga. Tampoco es tener el mejor cuerpo o la mejor carrera laboral. Autoestima es el SABER que uno es valioso.”<sup>2</sup>

En la actualidad muchos psicólogos están de acuerdo con esta misma definición de autoestima y muchos aseguran que para construir una autoestima alta es necesario que desde niños se construya el concepto de persona, principalmente dentro del hogar.

A pesar de que los padres deben ser quienes determinan qué valores quieren que sus hijos desarrollen, necesitan la ayuda de la comunidad, en particular de las escuelas, para reforzar estos valores. A través de la buena educación en valores en escuelas y colegios se puede formar la imagen que los niños tienen de sí mismos que comúnmente es mala debido a los índices de pobreza que impide las posibilidades de educación, limitando el desarrollo del país.

Según el estudio de Carlos Barreda, Guatemala: Crecimiento económico, pobreza y redistribución, en la población no indígena el 36.5% son pobres, el 7.8% se encuentra en situación de pobreza extrema y un 28.6% en pobreza general. Esto simplemente en el área rural.

Hogar Miguel Magone es una organización no gubernamental fundada en 1997 que provee albergue a más de 80 niños con edades entre 3 y 17 años. Esta organización provee educación y cuidado a niños que han sido víctimas de abuso o negligencia. De esta forma también obtienen ayuda psicológica que les ayuda a desarrollarse como personas y a tener una vida plena y exitosa.

Por esta razón, el problema detectado en el área de Guatemala es la baja autoestima que cada día aumenta en los niños. Este problema es causado principalmente por los altos índices de pobreza en el país que impiden una educación adecuada, por lo tanto es común detectar la falta de valores dentro del núcleo familiar y el maltrato que se vive de forma constante dentro de él; de la misma forma, sus consecuencias son graves dentro de la sociedad promoviendo actitudes como las que se ven actualmente en los jóvenes como inseguridad en ellos mismos, timidez, miedo, pensamientos negativos etc. que de igual forma, crean problemas más grandes en la sociedad guatemalteca por ejemplo: aumento de violencia intrafamiliar, vicios, falta de valores dentro de los hogares, aumento de las pandillas, aumento de suicidios en jóvenes etc.

---

<sup>2</sup> VALENCIA, C. *La Autoestima*, [en línea].2006. Disponible en: <<http://www.laautoestima.com/>>.

[Consulta: 2011/III/20].

A partir del problema se determinaron los siguientes objetivos para la investigación:

- Identificar las consecuencias de la vivencia dentro de la sociedad de niños con baja autoestima.
- Evaluar cual es la mejor forma de elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente.
- Analizar la importancia de la familia en la autoestima de los niños.
- Evaluar de qué forma Hogar Miguel Magone puede promover gráficamente la elevación de la autoestima de los niños.

El estudio de este tema es muy importante ya que sus consecuencias afectan gravemente a la sociedad. A largo plazo la baja autoestima se ve reflejada en la violencia social que se vive hoy en día, la cual es uno de los factores importantes que determinan el desarrollo del país. Sin embargo, si en lugar de atacar la violencia en sí se ataca la raíz del problema y se trabaja con generaciones jóvenes expuestas directa o indirectamente a la violencia intrafamiliar o violencia social se podrán ver cambios a largo plazo en el desarrollo de Guatemala en cuanto a seguridad, confianza y desarrollo de los valores éticos en los ciudadanos.

A través del diseño gráfico, se intenta dar un nuevo enfoque social a este tema y ayudar a estos niños del Hogar Miguel Magone a superar el problema.

# 1. MARCO DE REFERENCIA

## 1.1 ÁREA GEOGRÁFICA

El área de Mixco un municipio del departamento de Guatemala. Se localiza dentro de la República de Guatemala ubicado en el extremo oeste de la ciudad a 90° 34' de longitud oeste y 14° 16' de latitud norte. Se integra a la ciudad capital por medio del comercio, transporte, vías de comunicación y manejo de aguas residuales. Tiene un área de 132 km<sup>2</sup> y una temperatura media de 27 grados centígrados.

Mixco es un municipio considerado de primera categoría contando con más de 100 000 habitantes y dividido en 11 zonas de las cuales la mayor parte pertenecen al área urbana. Por otro lado, también cuenta con zonas en áreas rurales y muchas aún protegidas para evitar la tala de árboles.

Entre sus productos más reconocidos por todo el país se encuentran los chicharrones y el chocolate mixqueño.

## 1.2 DESCRIPCIÓN ANTROPOLÓGICA

En Guatemala la población femenina y la masculina está muy equilibrada, por cada 100 hombres hay 103 mujeres y la mayoría son niños y jóvenes teniendo como característica principal un carácter multiétnico y pluricultural. En la Ciudad de Guatemala se pueden diferenciar dos grandes grupos de habitantes: los indígenas y los ladinos; estos últimos constituyen aproximadamente la mitad de la población total del país concentrada principalmente en la capital.

Se tiene costumbres muy variadas en donde predominan los colores y elementos de la naturaleza como flores y pino. En la zona 1 predominan las celebraciones litúrgicas como el Día de la Asunción el 15 de agosto también se celebra el 2 de febrero el Día de la Virgen de Candelaria en la Iglesia de Candelaria ahí mismo en la zona 1, se realizan actos litúrgicos en donde presentan al niño Jesús y procesiones en donde acude gran afluencia de personas.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 AUTOESTIMA

2.1.1 Concepto. En los años 60, Morris Rosenberg definió autoestima como “un sentido estable de la valoración personal.” Esta definición fue la más usada en investigación, pero tuvo problema con los límites de la misma, ya que la autoestima no era distinguible de el narcisismo que se daba en ese momento. En 1969 Nathaniel Branden la definió como “la experiencia de ser competente para arreglárselas con los desafíos básicos de la vida y ser digno de la felicidad”.

A través del tiempo las personas van siendo más conscientes de lo que significa cada una de estas definiciones. Psicológicamente “la autoestima no es convencernos a nosotros mismos de que somos valiosos, no es un tema de ser seguro de sí o sentirse bien cuando otra persona nos halaga. Tampoco es tener el mejor cuerpo o la mejor carrera laboral. Autoestima es el SABER que uno es valioso.”<sup>3</sup>

La autoestima es uno de los valores más importantes para que el ser humano pueda desarrollarse de una forma sana, equilibrada y madura. Este influye fundamentalmente en las elecciones y en la toma de decisiones pues es la visión más profunda que cada persona tiene de sí misma y por consiguiente define su proyección hacia la sociedad y la forma de actuar en su entorno.

Para construir una autoestima alta es necesario que desde niños se construya el concepto de persona, principalmente dentro del hogar. Los padres son los responsables de crear seguridad e identidad en el niño y la niña, pues si desde que nacen perciben confianza y aprobación, aprenden a ser conscientes de su valía y de su gran capacidad para lograr su objetivos.

Sin embargo, la autoestima también se construye a través de los pensamientos, sentimientos y experiencias a lo largo de la vida y por eso es tan importante construir una personalidad fuerte y equilibrada desde niños para que su valía no dependa de las situaciones exteriores sino que de su valor como persona única e irrepetible. Nuestras creencias, son la parte fundamental de nuestra vida. Las creencias, se manifiestan; los pensamientos son órdenes que serán obedecidas y se ven reflejadas en la vida de las personas como experiencias.

---

<sup>3</sup>VALENCIA, C. *La Autoestima*, [en línea].2006. Disponible en: <<http://www.laautoestima.com/>>. [Consulta: 2011/III/20].

Según Carlos Barreda, en Guatemala la baja autoestima es uno de los principales problemas y se debe a la falta de educación. Los pensamientos son los que guían las acciones y actitudes y por lo tanto cuando no se forman correctamente surgen problemas como los que se ven actualmente en los jóvenes como inseguridad en ellos mismos, timidez, miedo, pensamientos negativos etc. que de igual forma, crean problemas más grandes en la sociedad por ejemplo: violencia intrafamiliar, vicios, falta de valores dentro de los hogares, pandillas etc. Según Virginia Satir, "El factor crucial tanto dentro de las personas como entre ellas en todos los niveles económicos y sociales y en todas las edades, es el concepto de valor individual que cada quien tiene de sí mismo: integridad, honestidad, responsabilidad, compasión y amor, entre otros valores, los cuales fluyen fácilmente en la persona con autoestima a nivel adecuado. La persona siente que tiene importancia, que el mundo es un lugar mejor porque él o ella están ahí."<sup>4</sup>

A pesar de que los padres deben ser quienes determinan qué valores quieren que sus hijos desarrollen, necesitan la ayuda de la comunidad, en particular de las escuelas, para reforzar estos valores. A través de la buena educación en valores en escuelas y colegios se puede formar la imagen que los niños tienen de sí mismos que comúnmente es mala debido a los índices de pobreza que impiden las posibilidades de educación, limitando el desarrollo del país.

En la población no indígena el 36.5% son pobres, el 7.8% se encuentra en situación de pobreza extrema y un 28.6% en pobreza general. Esto simplemente en el área rural.<sup>5</sup>

Por esta razón, es importante evaluar la situación de autoestima en los guatemaltecos y socializar, educar y formar nuevas generaciones en función de una serie de valores que permitan construir una nueva cultura ciudadana, a través de publicidad y manuales de enseñanza para niños siendo una forma sostenible de transformar la sociedad generando progreso en lo social, político, cultural y económico de nuestro país.

Una autoestima sana, se basa en la convicción personal de tener un valor único. Toda persona posee capacidades y habilidades para enfrentar la vida, y toda persona debe estar consciente que nada ni nadie puede influir o cambiar su valor y derechos como persona. Está formada por medio de los pensamientos que influyen así mismo en los sentimientos y conductas.

---

<sup>4</sup> SATIR, V. Relaciones Humanas en el núcleo familiar, México D.F.: Editorial Pax.

<sup>5</sup> BARREDA, C. *Guatemala: crecimiento económico, pobreza y redistribución*, [en línea]. [Guatemala], 2007. Disponible en: < <http://www.albedrio.org/htm/documentos/CarlosBarreda-001.pdf>>. [Consulta: 2011/III20].

## 2.1.2 Pirámide de Autoestima

2.1.2.1 Autoconocimiento. Según el Dr. Horacio Krell “Autoconocimiento es el proceso de conocer al ser que vive en nosotros desde que nacimos. Parece sencillo pero no lo es, consiste en saber bien lo que uno quiere.”<sup>6</sup> Sugiere seguir el pensamiento socrático “Conócete a ti mismo” para poder tener control de quien uno es y no permitir que agentes exteriores guíen a la persona. Para esto se debe conocer hacia donde se desea llegar en la vida, establecer sueño, metas a corto, mediano y largo plazo para así poder orientar las acciones y decisiones a lo largo de la vida. El peor amigo del autoconocimiento es la deriva, la indecisión muchas veces desvía el camino por donde se desea ir y por lo tanto, hay que buscar el conocerse uno mismo para poder avanzar y no permitir ser insensibles dándole poca importancia a lo que “es” la persona en sí y sus ideales para cumplir en esta vida. Esta conciencia permite al ser humano darse cuenta que “nada externo está aislado de nuestro interior; siendo responsables de nuestra desdicha o felicidad”.<sup>7</sup>

El autoconocimiento permite expresar el interior de la persona en su exterior. Reflejando seguridad porque sabe sus ideales, es responsable de sus actos y reconoce sus debilidades intentando perfeccionarlas cada día más. Sobre este concepto surge el trabajo personal en las conductas, actitudes y creencias descubriendo el verdadero potencial para poder transformarlas a algo bueno para la persona y su alrededor.<sup>8</sup> Alberto Gariazzo M. añade que “para acceder al gran conocimiento implica apertura, abandono de nuestras limitaciones, de nuestros prejuicios, de nuestras creencias de nuestros condicionamientos sociales, familiares y religiosos.”<sup>9</sup> Se retoma el conocimiento de quien uno realmente es, de lo que ya estaba en la persona desde un principio, reencontrar sus raíces y de la apertura de que toda personas es “arquitecto de su propia existencia”.

Según Samael Weor en su estudio “Análisis del Psiquismo Humano”,<sup>10</sup> esta conciencia se adquiere mediante métodos que permiten que despierte dentro de la persona. “Ante todo, el que quiera despertar, debe de desarrollar, en sí mismo, el Sentido de la Observación Psicológica” que lo

---

<sup>6</sup> KRELL, H. *Autoconocimiento*, [en línea]. [Argentina], Disponible en: <<http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?pagina=241>>. [Consulta: 2011/III/20].

<sup>7</sup> CASTRO, A. *Curso de Autoconocimiento*, [en línea]. [Chile]. Disponible en: <<http://www.mantra.com.ar/contreconociendonos/autoconocimiento.html>>. [Consulta: 2011/III/24].

<sup>8</sup> Loc. Cit.

<sup>9</sup> GARIAZZO, A. *Autoconocimiento*, [en línea]. [Chile]. Disponible en: <<http://encuentrosdeluz.relacionarse.com/index.php/AUTOCONOCIMIENTO>>. [Consulta: 2011/III/25].

<sup>10</sup> WEOR, S. *Análisis del Psiquismo Humano*, [en línea]. [Colombia: AGAC]. Disponible en: <[http://www.vopus.org/es/component/option,com\\_remository/Itemid,74/func,startdown/id,6/>](http://www.vopus.org/es/component/option,com_remository/Itemid,74/func,startdown/id,6/>)>. [Consulta: 2011/III/25].

conceptualiza como el estar “alerta” y que de allí se puede desarrollar el autodescubrimiento en donde se descubren los errores psicológicos para luego poder corregirlos. Añade un argumento muy interesante “Es necesario autodescubrirnos en relación con las personas que nos rodean: Sea en la casa, en la calle, en el campo, en el templo, en la escuela, etc., esos defectos escondidos afloran espontáneamente, salen a la superficie y si estamos Auto observándonos entonces los vemos.”<sup>11</sup>

2.1.2.2 Autoconcepto. Toda persona tiene una auto imagen. Es el resultado de lo que se piensa de uno mismo, de la imagen que se percibe desde el punto de vista personal. De una vez formada esta autoimagen se puede calificar como positiva o negativa de manera general o cada característica por separado. Cada uno de los juicios sobre la propia persona genera pensamientos y creencias o simplemente los transforma, causando sentimiento de aceptación o rechazo. Estos sentimientos se ven reflejados en la forma de actuar, por lo tanto, se puede decir que es parte muy importante que cada individuo esté conciente de este aspecto y pueda reforzar su autoconcepto día con día.

Dentro de la estructura del tema de aprendizaje, el autoconcepto, "Definido como la forma en que se visualiza una persona a sí misma, o como lo plantea Burns, “Una constelación de actitudes hacia el Yo”, representa un constructo interesante en la formación humana, en especial en su relación con el rendimiento académico. “<sup>12</sup>El aprendizaje es un proceso que permite a la persona estructurar elementos cognitivos que le faciliten tomar decisiones, resolver problemas, deducir y opinar de manera crítica sobre diversas situaciones o eventos y para lograr esto eficientemente se necesita tener un autoconcepto positivo.

Este se crea a lo largo de las experiencias vividas las cuales pueden crear un autoconcepto permanente o en muchos casos por efecto de la autoevaluación periódica, el autoconcepto evoluciona y esto varía de acuerdo a la personalidad de cada uno.

2.1.3 Apertura al Ser Humano. En su escrito “Persona y Apertura de Xavier Zubiri”, Blanca Castilla y Cortázar dice que es precisamente en el nivel operativo donde se descubre la apertura del

---

<sup>11</sup> WEOR, Samael. La Gran Rebelión. México: ICQ, p. 6

<sup>12</sup> BOLÍVAR, Juan Miguel. Relación entre los estilos de aprendizaje, el Autoconcepto y las Habilidades numéricas y verbales en estudiantes que inician estudios superiores, *Revista Estilos de Aprendizaje*, Vol 6. No.6 . 2010. ISSN 1988-8996.

hombre.<sup>13</sup> Cuando actúa y se relaciona con su alrededor se abre a un mundo lleno de posibilidades para transformarlo.

Xavier Zubiri fue un filósofo y teólogo español muy famoso, el afirma que los demás hombres en su condición de autodefinición y autoposición «intervienen constitutivamente en mi vida»<sup>14</sup>. Esto da el significado más claro de lo que significa apertura en el ser humano, pues se está obligado a interactuar con el medio que le rodea influyendo de la misma forma y siendo influido por ello. Zubiri afirma «por el mero hecho de hacer cada cual la vida con los demás hombres nos encontramos, en primer lugar, con que mi situación, que ellos me crean es, por lo menos, una co-situación. Una co-situación que, en términos generales podemos llamar de simple convivencia»<sup>15</sup>. Por esta convivencia es que el ser humano interactuando con otro ser humano afecta de una forma más radical que al interactuar con cosas, provocando que parte de los demás también esté en la persona conformando parte de su vida.

Sin embargo, por mucho que se afirme que las personas y el ambiente que rodean al ser humano son parte de él, no se puede decir que son él. Al contrario, únicamente están implicados en él afectando y modificando su vida, no teniendo su autoposición sino cada quién la suya propia.<sup>16</sup>

2.1.3.1 Interacción con el medio. El ser humano es apertura, por lo tanto tiene interacción significativa con el medio. Principalmente antes que él hombre tenga conciencia, los demás ya han intervenido en su vida. Desde que se engendra, el padre y madre intervienen en la vida del nuevo ser transmitiéndole la vida y lo cuida mientras él no es capaz de hacerlo. Desde que se nace es vital la ayuda e intervención de las demás personas y del entorno. Es una necesidad del organismo en cuanto animal, una “necesidad de socorro”. Por esto el hombre está “constitutivamente” en apertura constante al otro, siendo los primeros el padre y la madre.<sup>17</sup> Zubiri afirma «Al ser el hombre animal de realidades, precisamente por su dimensión de animal, está abierto a lo que en realidad forma parte de su vida en la que están ya los demás (...) La cuestión está en averiguar lo que de la realidad

---

<sup>13</sup> CASTILLA Y CORTÁZAR, B. *Persona y Apertura en Xavier Zubiri*, [en línea]. Disponible en: <<http://arvo.net/filosofia-del-hombre/persona-y-apertura-en-xavier-z/gmx-niv571-con12104.htm>>. [Consulta: 2011/III/27].

<sup>14</sup> ZUBIRI, X., *El hombre, realidad social*, en *Sobre el hombre*. España: Editorial Alianza, 1998.

<sup>15</sup> Loc. Cit.

<sup>16</sup> Loc. Cit.

<sup>17</sup> CASTILLA Y CORTÁZAR, B. *Persona y Apertura en Xavier Zubiri*, [en línea]. Disponible en: <<http://arvo.net/filosofia-del-hombre/persona-y-apertura-en-xavier-z/gmx-niv571-con12104.htm>>. [Consulta: 2011/III/27].

de los demás está formalmente en la realidad del niño».<sup>18</sup>

Una forma más concreta, real y específica de cómo los demás influyen en la vida de un nuevo ser es configurándola imprimiendo lo que ellos son, lo hace semejante a ellos.

El nexo que une al hombre con los demás es primariamente una unidad que el hombre no establece y no está consciente en ese momento. Más bien el ser humano está consciente que los demás ya han intervenido en su vida y ello por una exigencia natural. Cuando el niño emerge en su primer acto intelectual se encuentra con que esa unidad ya está realizada. Abierto el niño de suyo a una necesidad de amparo o de socorro, mencionada anteriormente, son los otros los que la han cerrado; la unidad del fenómeno es la unidad entre una necesidad y una ayuda.<sup>19</sup> Zubiri atribuye «Ese quedar ante lo humano en tanto que realidad es lo que temáticamente llamaré vinculación. El hombre está vinculado a los demás hombres cosa que no les pasa a las abejas o a las termitas». «La realidad del hombre... queda formal y constitutivamente vinculada por su versión a los demás...»

<sup>20</sup>El hombre está vinculado a lo que los demás hacen y dicen en la realidad, y con esta realidad (que no es de él propiamente sino que aprendida de su entorno) crea su propia realidad, siendo apertura para la sociedad.

Zubiri concluye que hombre es *vinculable* y *vinculado*. Pero el *vínculo efectivo* no le está dado por sí mismo sino por los demás que lo rodean y con quien tiene contacto. Y este vínculo efectivo en el que el hombre se encuentra, “es la unidad primaria entre lo vinculante y el vínculo que lo vincula.”<sup>21</sup>Participa de algo añadido, pero que es a su vez una necesidad previa y natural del ser humano; no es otra cosa sino la realización de la plenitud del individuo. Esa es la vinculación. No es unión; es unidad primaria, física y real. En donde el ser humano logra vincularse con otras cosa físicas, como la tierra, país, familia, amigos, sociedad etc. Pues constituyen parte de él.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup> ZUBIRI, X., *El hombre, realidad social*, en *Sobre el hombre*. Epaña: Editorial Alianza, 1998.

<sup>19</sup> CASTILLA Y CORTÁZAR, B. *Persona y Apertura en Xavier Zubiri*, [en línea]. Disponible en: <<http://arvo.net/filosofia-del-hombre/persona-y-apertura-en-xavier-z/gmx-niv571-con12104.htm>>. [Consulta: 2011/III/27].

<sup>20</sup> Ibidem.

<sup>21</sup> Ibidem.

<sup>22</sup> ZUBIRI, X., *El hombre, realidad social*, en *Sobre el hombre*, pg. 255.

2.1.3.2 Crecimiento Personal. También llamada superación personal es un proceso de transformación y desarrollo, a través del cual la persona intenta de adoptar nuevas formas de pensamiento y adquirir una serie de cualidades que mejorarán la calidad de su vida.

Mediante el crecimiento personal el ser humano puede alcanzar un estado de satisfacción consigo mismo y con las circunstancias físicas y emocionales que lo rodean, para así poder disfrutar de una vida mejor, refiriéndose espiritualmente y no materialmente aunque esto puede ser resultado del crecimiento espiritual. Se trata de vivir una vida, como dice Miguel Rico López, “Una vida evolucionada libre de jaulas..”<sup>23</sup>.

Muchas veces, aunque parece contradictorio, es la misma persona quien conspira en contra de su superación personal. Los sentimientos influyen en la conciencia de la necesidad de superación, estos llenan a la persona de inseguridad y esto impide que tenga control frente a ellos. Al permitir la postergación y conformismo, se niega al poder de alcanzar mejores cosas y convertirse en mejor persona.

El crecimiento personal es algo que hay que buscar, necesita planeación, esfuerzo, trabajo continuo y resistencia. Llegar a convertirse en una persona evolucionada no es un proceso fácil. Implica dejar atrás muchas formas de pensamiento y comportamiento que han adquirido con los años a través de las experiencias y de la vinculación con el entorno. El proceso de cambio aunque muchas veces difícil, es satisfactorio pues no solamente se cultiva lo físico y material sino que también el entendimiento y el área espiritual. Se adopta una nueva concepción de la vida, del ser y de lo que lo reodea.

Esta no se limita a la edad, desde que se nace el ser humano es capaz de crecer personalmente, aprendiendo a través de la apertura intrínseca del hombre, acerca de las personas que lo rodean y del entorno que se vuelven parte de él.<sup>24</sup>

La voluntad es necesaria para lograr el crecimiento personal de toda persona, el autoconocimiento permite guiar los ideales y metas para que todas las decisiones sean dirigidas hacia ellos. Para fortalecer la voluntad se requiere crear buenos hábitos, establecer prioridades y

---

<sup>23</sup> RICO LÓPEZ, M., *Superación Personal y Crecimiento Humano*, [en línea]. Disponible en: <<http://sinmiedos.obolog.com/superacion-personal-crecimiento-humano-635355>>. [Consulta: 2011/III/27].

<sup>24</sup> Ibidem.

desarrollar conocimientos lo cual es indispensable para desarrollar el intelecto y a la persona integralmente.

2.1.3.2.1 Educación Formal. El ser humano tiene la capacidad de aprender sobre todo lo que le rodea. Sin embargo, el término educación, se utiliza más cuando se habla de la educación formal. La educación se entiende como un proceso bidireccional donde se traspasa un conjunto de valores, hábitos y formas de interrelacionarse con el ambiente en el que se está inmerso y que es parte de él.<sup>25</sup>

Cuando el Estado conduce un paquete de conocimientos específicos, enseñados en un espacio físico estipulado con anterioridad a esto se le llama educación formal. Sin embargo, la educación informal no está institucionalizada ni se le toma en cuenta como educación vigente, pues es una acción muchas veces inconsciente aprendida en el diario vivir. Está diseminada aleatoriamente sin objetivos definidos y se le atribuye un contenido constituido predominantemente por medios de comunicación masiva.<sup>26</sup> “Es el proceso que dura toda la vida por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, capacidades, actitudes y comprensión a través de las experiencias diarias y del contacto con su medio. Se desarrolla en un ámbito extraescolar.”<sup>27</sup>

Todo lo que el ser humano aprende en la educación informal influye indirectamente en las creencias y actitudes de la persona. María Yolanda Aguirre Gómez, en la revista Mexicana de Orientación Educativa, añade “Se ha podido comprobar que pueden ser modificadas las creencias que inicialmente las personas manejan como irrefutables y que podemos establecer creencias alternas más afortunadas prácticamente para todo. Destaca que mucha gente parte de la idea de que estamos determinados por las necesidades y los instintos, o que la determinante es social y que esta influencia nos “conduce” a comportarnos de tal o cual manera.”<sup>28</sup>

2.1.3.2.2 Rol del Educador (padre y profesor). En la educación actual el rol de profesor y educador social implica mucha responsabilidad moral, y es que la moral tiene que ver con todo lo relacionado con la vida diaria. El carácter, las decisiones, el temperamento de cada persona y las reacciones hacia ciertos conflictos y la forma de solucionarlos son respuesta a los valores con los que la persona ha sido criada o ha adquirido a lo largo de su vida. Por lo tanto, es el educador la primera persona

---

<sup>25</sup>GRISELDA, *¿Qué es la educación informal?*, [en línea]. 2009. Disponible en: <<http://www.cosasdeeducacion.es/que-es-educacion-informal/marzo 2011>>. [Consulta: 2011/III/27].

<sup>26</sup> Ibidem.

<sup>27</sup> GRISELDA, *Educación Informal*, [en línea], 2009. Disponible en: <<http://www.cosasdeeducacion.es/tag/educacion-informal/>>. [Consulta: 2011/III/27].

<sup>28</sup> AGUIRRE GÓMEZ, María Yolanda. La Educación “Informal” Como Vehículo de Transformación, *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, Vol1. No1. México, 2004.

quien debe adquirir los valores y virtudes como propios para poder transmitirlos con naturalidad y enseñarlos, principalmente, con el ejemplo ejerciendo influencia a todas las persona que lo rodean.

En la actualidad, los valores fundamentales en la construcción de la personalidad moral son imprescindibles para la convivencia social. Sin embargo, hoy en día el materialismo está cada vez más estable en la mente de las personas y esto dificulta en gran manera la educación de los valores morales ya que al ser intangibles, socialmente se reduce su valor al no poseer materia física. Es por esto que es necesario reforzar la identidad del educador y poner especial atención en los valores y principios que practica para que, al ser estos estables y fuertes en el carácter, tengan aún más trascendencia e influencia en las personas que educan.

"En la formación de la educación moral, el profesor debe tener presente siempre la autonomía del estudiante, reconocer la capacidad que tiene para actuar de acuerdo con su conciencia, su forma de pensar y su voluntad. Y es importante tener presente que cada acción o gesto que el profesor realiza en clases y que pueda parecerle insignificante, marca una huella en la formación y vida del estudiante la cual aprende en su interacción con él.

No se debe abusar de la posición y autoridad en el aula de clases para ejercer una moral heterónoma basada en la coacción, que conduzca a la obligación, ya que estas no son vividas como propias por los estudiantes ni reconocidas por éstos como necesarias. Se debe promover una "moral autónoma basada en el respeto mutuo, que surge del hecho de considerarse iguales y de respetarse recíprocamente, en esta etapa se manifiesta el sentimiento del bien y de la responsabilidad que tiende a la plena autonomía".<sup>29</sup>

Cuando se respeta la naturaleza del ser humano la enseñanza del educador influye de manera directa al aprendizaje del alumno influyendo en su crecimiento personal, moral y en valores. Educar es, sustantivamente, formar. Que mejor que el aula de clases para ensayar los diferentes valores que se quiere fomentar en los estudiantes y que más tarde le serán útiles para la vida social. Los valores no pueden alcanzarse de forma inmediata, ni sólo mediante la transmisión exclusivamente verbal que va acorde con el ejemplo en la vida propia, el profesor educa de una forma efectiva cuando prepara a los estudiantes para convivir en la sociedad, para la búsqueda de valores y virtudes, y lo induce de una forma permanente a la reflexión interna, a la toma de conciencia explícita y crítica

---

<sup>29</sup>LACAYO, A. *El Rol del Educador en la formación de valores*, El Nuevo Diario. [en línea]. [Nicaragua 2001]. Disponible en: <<http://archivo.elnuevodiario.com.ni/2001/julio/01-julio-2001/variedades/variedades1.html>>. [Consulta: 2011/III/28].

que lo ayudará a conocerse así mismo estableciendo el límite entre lo bueno y lo malo.

Los valores son actitudes del querer del ser humano, de la voluntad iluminada por la inteligencia. La vida tiene grandes valores, si se cuidan estos y se incrementan, se logra conservar y mejorar la existencia.

## 2.2 PROYECTOS DE DISEÑO RELACIONADOS

### 2.2.1 Fondo Dove para la Autoestima

2.2.1.1 Por la Belleza Real. Dove apoya a la Fundación Dove para la Autoestima dando seguimiento a la campaña “Por la Belleza Real”. Por medio de estudios hechos en 10 países se investigaron los parámetros de la belleza actual y los resultados fueron que solo el 2% de las mujeres se consideran bellas asociándolo a su atractivo físico. El objetivo de esta campaña es mostrar una belleza real, fuera de los estereotipos actuales para que las mujeres cambien su concepto de belleza por una visión más tolerante, saludable y democrática.

Figura No. 1  
Anuncio Dove 1



Fuente:  
www.adlatina.com

La campaña fue diseñada por Chicago de Ogilvy & Mather en Estados Unidos. Muestran a mujeres comunes, sin retoques de computadora en ropa interior. No muestran producto, únicamente el mensaje de ser únicas y seguras de sí mismas, básicamente traer la belleza de adentro hacia afuera. Fue promovida mundialmente y luego se unió a fundaciones de caridad para promover esta misma campaña a niñas estudiantes.

Figura No. 3

Anuncio Dove3



Fuente: www.adlatina.com

Figura No. 2  
Anuncio Dove2



Fuente: www.adlatina.com

Figura No. 4

Anuncio Dove4



Fuente: www.adlatina.com

2.2.1.2 Autoestima al 100%. Es un proyecto que realizó el Fondo Dove para la Autoestima en Puerto Rico en el año 2006. Se reunieron niñas de grupos sin fines de lucro entre 8 y 14 años de edad quienes ayudaron a hacer un manual para la autoestima dirigido a niñas de esas mismas edades.

Figura No. 5

Niñas



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

Figura No. 6

Anuncio Dove niñas



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

2.2.2 Quiérete. Es una campaña lanzada por CyZone, productos de belleza para jovencitas. Esta promueve el desarrollo de la autoestima en las adolescentes y jóvenes para prevenir bulimia y anorexia.

Es una campaña con un mensaje positivo donde Cy Zone celebra la autoestima y envía el mensaje a los jóvenes a aceptarse como son ya que la delgadez extrema es muy común y la obsesión por llegar a tener el cuerpo “ideal” las lleva muchas veces a someterse a dietas extremas causando así enfermedades peligrosas.

Figura No. 7

Quiérete



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

Figura No. 8

Quiérete 2



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

La campaña fue lanzada en diferentes medios, principalmente en su página web. Muchas jovencitas mandaron videos con mensajes positivos para quererse a sí mismas los cuales formarán parte del gran mensaje final de 'Quiérete', cuyo objetivo es difundir la importancia de la autoestima e invitar a quererse a las chicas de Latinoamérica. Así también, contarán con charlas en centros educativos para las jovencitas.

Figura No. 9

Quiérete 3



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

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 MÉTODO

3.1.1 Método Deductivo. Gómez López en su libro “Evolución Científica y Metodológica de la Economía” redacta una definición de método deductivo que dice de la siguiente forma: “La deducción, tanto si es axiomática como matemática, puede emplearse de manera que facilite el análisis estadístico y el contraste. Sin embargo, el deductivismo implica que la estadística y el conocimiento empírico es tan transitorio que no vale la pena y que un primer análisis deductivo puede proporcionar una mejor comprensión de un determinado fenómeno.

El argumento deductivo se contraponen al método inductivo, en el sentido de que se sigue un procedimiento de razonamiento inverso. En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos-deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables.”<sup>30</sup>

#### 3.2 UNIVERSO O POBLACIÓN

##### 3.2.1 Universo 1

Este consta de una parte de los jóvenes en el Hogar Miguel Magone siendo de una cantidad de 16, en edades entre 14-17 años.

##### 3.2.2 Universo 2

Este consta de la totalidad de maestros del Hogar Miguel Magone siendo de una cantidad aproximada de 5.

---

<sup>30</sup> GÓMEZ LÓPEZ, R., *Evolución científica y metodológica de la Economía*, 2004.

### 3.2.3 Universo 3

Este consta de la totalidad de psicólogos del Hogar Miguel Magone siendo de una cantidad de 1.

## 3.3 MUESTRA

A continuación se sacarán las muestras de los universos establecidos, utilizando la siguiente fórmula:  $N=0.25^N/(\alpha/z)(N-1)+0.25^{38}$

### 3.3.1 Muestra 1

Aplicando la fórmula estadística:  $N=0.25^N/(\alpha/z)(N-1)+0.25^{38}$ , en donde se tiene como universo 16, dio como resultado total 16, esta cantidad se refiere a los jóvenes entre 14 y 17 años que viven en el Hogar Miguel Magone.

### 3.3.2 Muestra 2

Aplicando la fórmula estadística:  $N=0.25^N/(\alpha/z)(N-1)+0.25^{38}$ , en donde se tiene como universo 10 que se refiere a los maestros del Hogar Miguel Magone, se obtuvo como muestra la cantidad de 10 quienes aportarán información importante acerca de los niños y las posibles soluciones al problema.

### 3.3.2 Muestra 3

Aplicando la fórmula estadística:  $N=0.25^N/(\alpha/z)(N-1)+0.25^{38}$  en donde se tiene como universo 1, dio como resultado 1 que es la cantidad de psicólogos del Hogar Miguel Magone quien aportará información a cerca del problema de la autoestima en los niños y posibles soluciones al problema.

## 3.4 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### 3.4.1 Instrumento 1

Consta de una encuesta con preguntas mixtas (abiertas y cerradas). Esta encuesta tiene el objetivo de analizar la importancia que tiene la familia en la autoestima de los niños y jóvenes por lo tanto, se realizarán las encuestas a 16 jóvenes del Hogar Miguel Magone entre 14-17 años.

### 3.4.2 Instrumento 2

Consta de una entrevista la cual va dirigida a maestros del Hogar Miguel Magone con el objetivo de evaluar la mejor forma de elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente.

### 3.4.3 Instrumento 3

Consta de una entrevista la cual va dirigida a psicólogos del Hogar Miguel Magone con el objetivo de identificar las consecuencias de la vivencia dentro de la sociedad de los niños con baja autoestima.

## 3.5 PROCEDIMIENTO

La investigación de campo se realizará en el Hogar Miguel Magone , Aldea El Aguacate z. 9 Mixco, con especialistas que trabajan en el lugar el día 21 de marzo del 2012 en horas de la mañana. Se entrevistará a los maestros y psicólogos que laboran en la institución siendo una cantidad total de 12 personas. Ese mismo día también se realizarán encuestas a los jóvenes que viven en el hogar.

## 4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 ENCUESTA A UNIVERSO 1

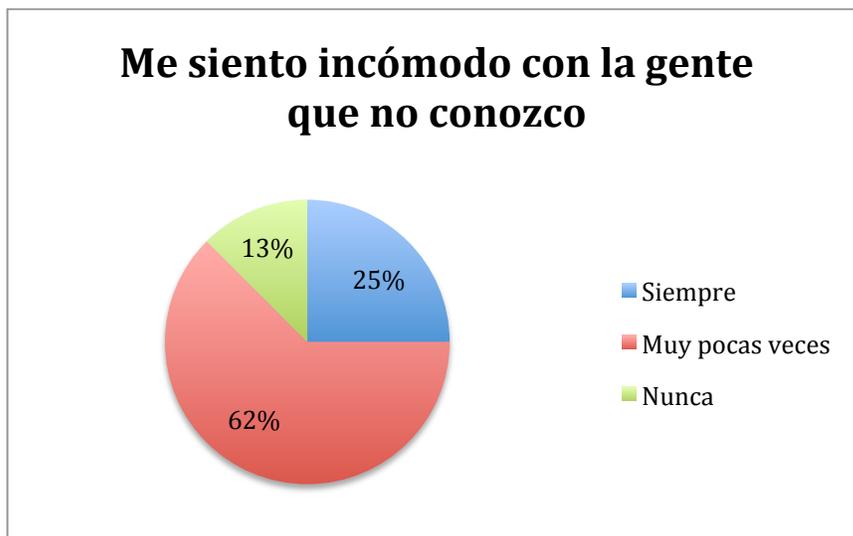
Gráfica No. 1



Fuente: Propia

Ya que el 69% de los encuestados respondieron que siempre se sienten alegres se puede observar que la falta del apoyo familiar no influye en su estado de ánimo.

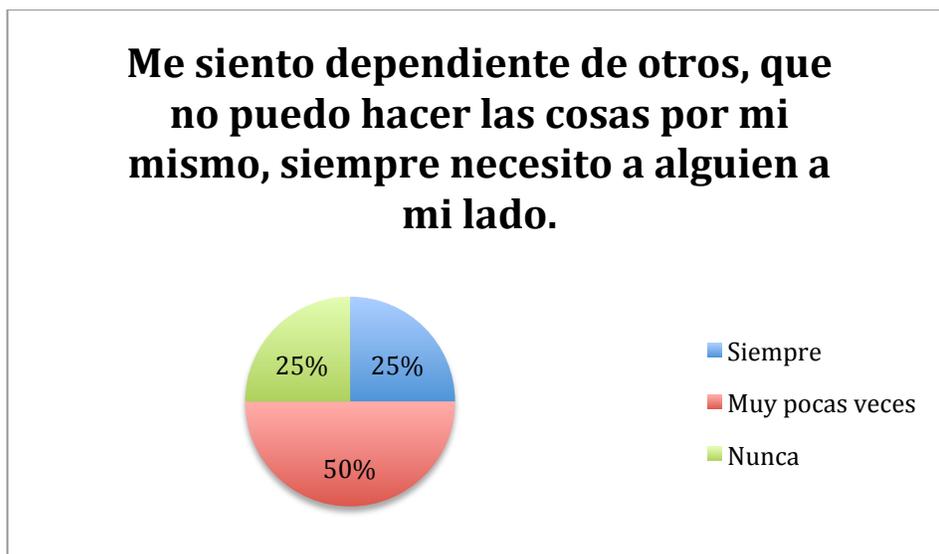
Gráfica No. 2



Fuente: Propia

Es notorio al analizar el mayor porcentaje que más del 50% de los encuestados sienten inseguridad en ellos mismos.

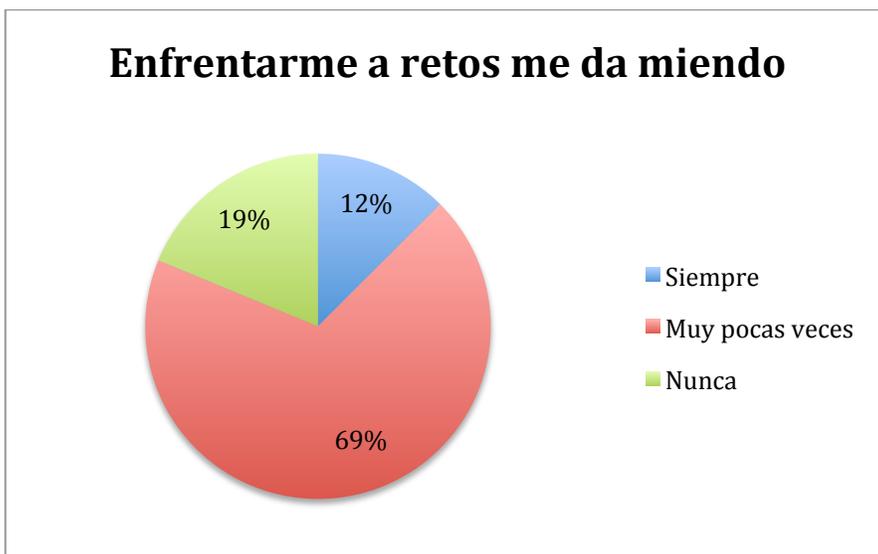
Gráfica No. 3



Fuente: Propia

Los resultados indican que el 50% siendo el mayor porcentaje muy pocas veces se siente incompetente para desarrollar actividades diarias.

Gráfica No. 4



Fuente: Propia

Se puede observar que el mayor porcentaje de los encuestados tiene seguridad en ellos mismos al enfrentarse a cosas nuevas en la vida. En el 19% de los encuestados se puede notar una seguridad y carácter fuerte y dominante al asegurar que nunca tienen miedo.

Gráfica No. 5



Fuente: Propia

Se puede observar, según el porcentaje mayor, que la falta de apoyo familiar no influye en su estado de ánimo.

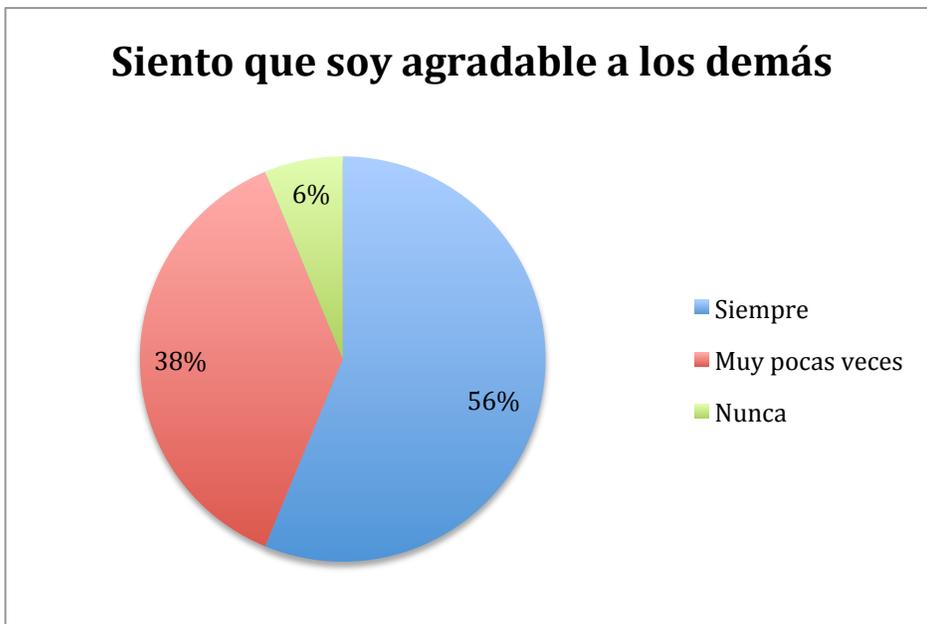
Gráfica No. 6



Fuente: Propia

Es notorio que sí existen encuestados con baja autoestima e inseguridad, sin embargo se puede observar un porcentaje mayor en los encuestados que nunca sienten temor ni inseguridad en ellos mismos.

Gráfica No. 7



Fuente: Propia

El porcentaje mayor de encuestados tiene seguridad en ellos mismos, se sienten seguros y se aceptan como son.

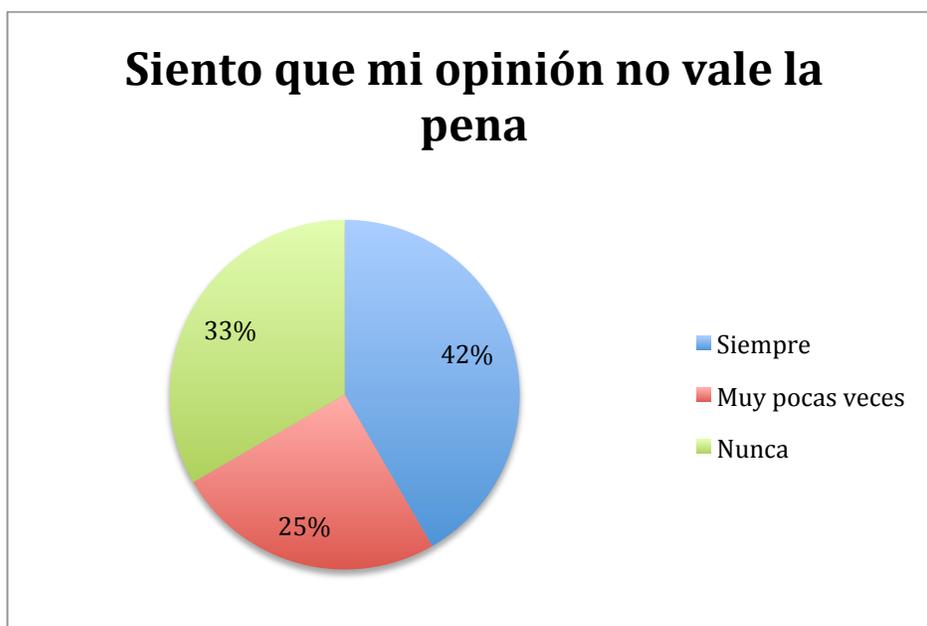
Gráfica No. 8



Fuente: Propia

Es notorio que en la mentalidad de los encuestados existe cierta inseguridad a cometer errores, pues el 75% de ellos piensan en el error como algo negativo y no como algo en lo que pueden aprender o crecer personalmente.

Gráfica No. 9

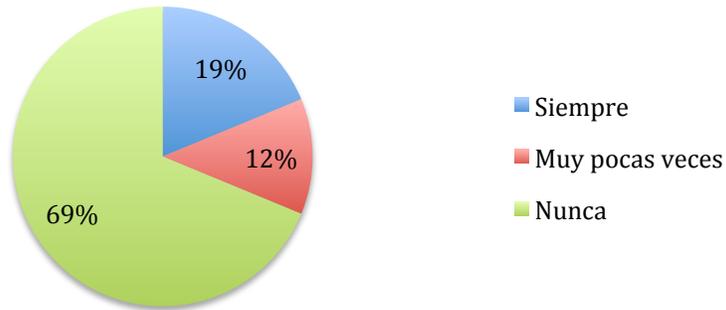


Fuente: Propia

El 42% siendo el porcentaje mayor refleja que los encuestados sienten falta de apoyo y de valoración, sin embargo un porcentaje de 33% refleja que no existe mucha diferencia en los encuestados que se sienten apreciados e importantes al expresar su opinión.

Gráfica No. 10

### Pienso que para que los demás me acepten debo hacer lo que ellos dicen

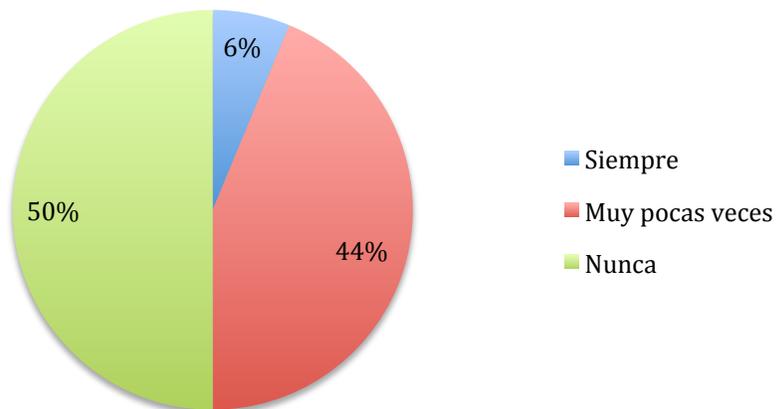


Fuente: Propia

El porcentaje mayor de 69% refleja que se sienten seguros de ellos mismos y que sus acciones no son influenciadas por la presión de grupo.

Gráfica No. 11

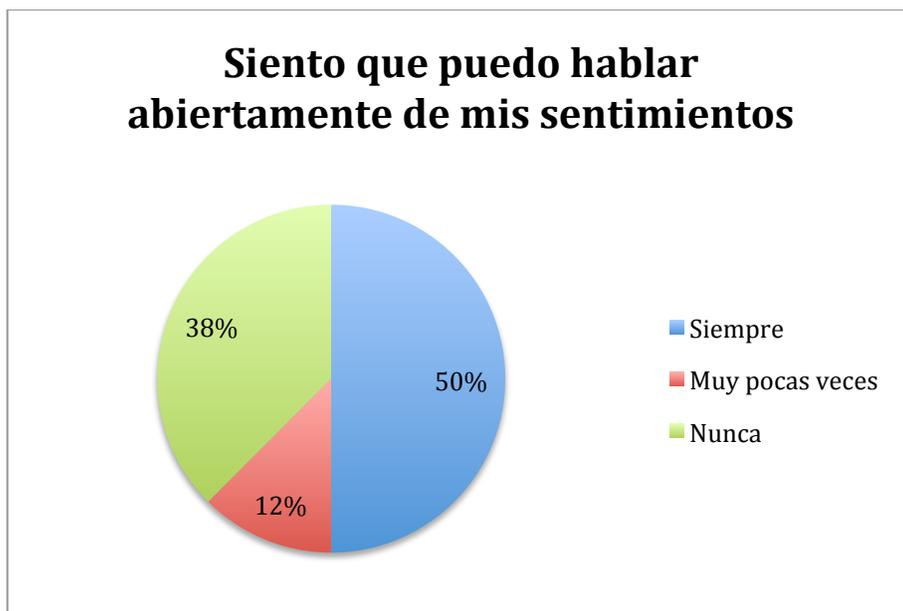
### Creo que todo me sale mal



Fuente: Propia

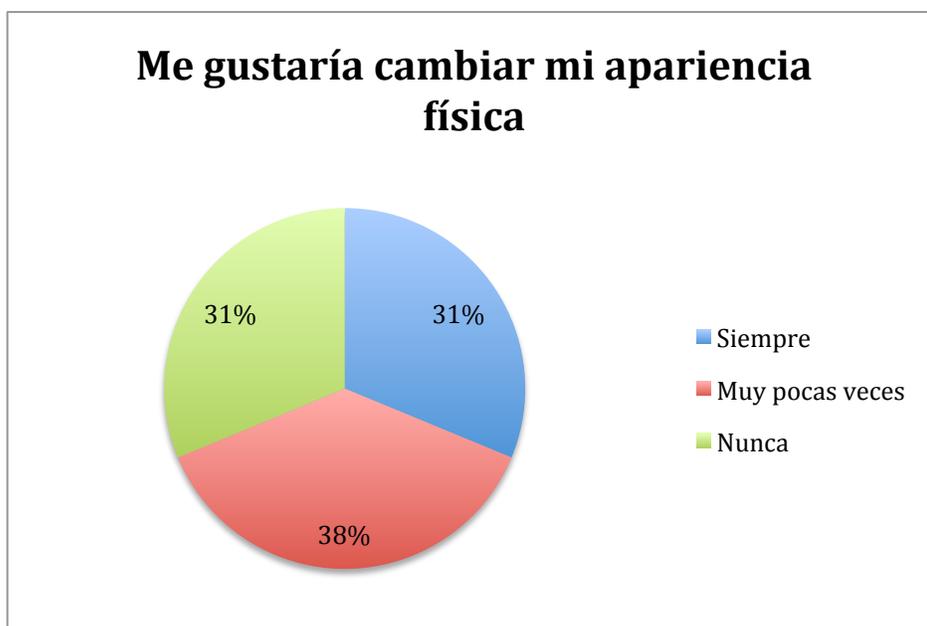
El 50% de los encuestados refleja que tienen seguridad y que son capaces de realizar las actividades diarias o tareas asignadas.

Gráfica No. 12



Fuente: Propia

El 50% refleja que sienten libertad de expresar lo que sienten, sin embargo el 38% también significativo, refleja una escasa comunicación entre los encuestados y sus tutores.



Fuente: Propia

Según el análisis de resultados las respuestas son muy variantes, se muestra que los tres porcentajes son significativos esto quiere decir que existe falta de identidad y de aprobación en la mayoría de los encuestados.

#### 4.2. ENTREVISTA A UNIVERSO 2

1. ¿Qué diferencias, en cuanto a actitudes, ha observado en niños con alta y baja autoestima?

Los niños con baja autoestima reflejan negativismo, mala actitud ante las actividades diarias, son retraídos y parecen tristes la mayor parte del tiempo. Al contrario, los niños con alta autoestima son positivos, alegres y sonrientes, además cuidan su arreglo personal, visten con colores vivos y que combinan y muestran valores morales más que los otros.

2. ¿Hay algunas actividades en las que se sientan más identificados?

No son las actividades en sí en donde se sienten identificados, sino que en general se puede notar una mala actitud en los niños con baja autoestima, no hacen las cosas por placer ni les gusta jugar sino que lo hacen todo de mala gana, les aburre cuesta motivarlos.

3. ¿Qué actividades realizan en el Hogar Miguel Magone para aumentar la autoestima de los niños?

El apoyo espiritual es la principal actividad que ayuda a los niños al desarrollo de una alta autoestima, se hacen reflexiones, ludo terapia y método participativo. A través de las actividades como juegos de mesa, fútbol etc. se les intenta dar apoyo y valorar cada esfuerzo que hacen además de ayuda para desarrollar sus talentos artísticos.

4. ¿Qué cambios ha logrado ver en los niños a través de las actividades?

A través de las actividades los niños cambian su actitud y se ven más interesados en su futuro. Piden que la actividad siga pues se sienten motivados además, tienen más libertad de comunicar lo que sienten. Los beneficios se han visto más que todo a través de la guía espiritual su autoestima es elevada cuando se “sienten amados”.

5. Según su criterio, ¿Cuál es la mejor forma de elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente?

Primero se debe tener un historial de las situaciones que ha vivido el niño o adolescente para saber en qué situaciones se debe fortalecer e incentivar. Es un proceso continuo para ganar su confianza, respeto y que se sienta identificado con sus tutores. Las actividades en grupo y hacerlo parte de una vida en comunidad son herramientas que se pueden utilizar para dar valor a través de palabras de motivación, de mostrarles que no están solos pero principalmente que tienen un propósito que cumplir en la vida dado por Dios.

Análisis: Según el objetivo planteado para la entrevista hecha a los maestros del Hogar Miguel Magone, se puede analizar que la mejor forma de elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente es que las personas con las que convive sean responsables de sus acciones y del ejemplo que les dan. Deben ganarse su confianza y hablarles constantemente con palabras de aprobación lo cual los afirma como personas, además hacer actividades grupales para que aprendan a convivir en sociedad.

### 4.3 ENTREVISTA A UNIVERSO 3

1. En general, ¿Qué diferencias ha notado en los niños que viven con sus padres y los que viven en el Hogar?

Los niños del Hogar, que no viven con sus padres, es evidente que son más inestables emocionalmente, inseguros, retraídos y tristes. Sin embargo, cuando el problema ha sido familiar y llegan al Hogar, alejándose de sus familiares, los niños muestran actitudes de mejora.

2. ¿Cuáles son las características principales de los niños con baja autoestima?

Bajo rendimiento escolar, retraimiento y tristeza, malos hábitos higiénicos, agresividad y aislamiento.

3. Dentro de la sociedad, ¿Qué se puede esperar de un niño con baja autoestima?

Que se sienta rechazado por un grupo social, apatía y que no se integra a las actividades. El rechazo causa muchas veces aislamiento de la sociedad.

4. Según su criterio ¿Cómo se puede ayudar a elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente?

Con el Test de Autoestima, Figura Humana y Test de familia los cuales consisten en métodos para analizar la situación del individuo para que estando seguros de su estado psicológico se les pueda brindar la ayuda adecuada.

Análisis: Con base en la entrevista realizada al psicólogo del Hogar Miguel Magone se pudo analizar, según el primer objetivo planteado, que no necesariamente los padres biológicos son los que forman una correcta autoestima en el niño, son los tutores o las personas encargadas de su crianza que les brindan amor y aprobación los que tienen una influencia a largo plazo en la vida del niño y su comportamiento frente a la sociedad. Respondiendo al segundo objetivo planteado para la entrevista, se puede analizar que las consecuencias frente a la sociedad de los niños con baja autoestima pueden ser graves. La baja autoestima es causante de aislamiento y malas actitudes que culminan en rechazo de parte de la sociedad hacia la persona.

## 5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

### 5.1 PROBLEMA DE DISEÑO

A través del presente estudio se identificó que los niños y jóvenes que viven en el Hogar Miguel Magone necesitan formar su identidad y confianza en sí mismos mediante la aprobación y educación de sus tutores, ya que no conviven con sus padres biológicos. Sin embargo, no cuentan con un programa o capacitación que los guíe a través del proceso.

Por esta razón, el problema de diseño reside en la carencia de conocimiento en los tutores acerca del tema de la autoestima para poder aplicarlo en la educación de los niños y jóvenes, lograr elevar su autoestima de forma eficiente y permanente fortaleciendo su identidad.

### 5.2 OBJETIVOS DE DISEÑO

- Diseñar un material informativo sobre autoestima para los tutores, preparándolos para que luego sean capaces de educar a sus alumnos.
- Diseñar un material educativo para capacitar a los tutores sobre la forma correcta de elevar la autoestima de los niños.
- Diseñar un material informativo que ayude a reforzar la identidad del los jóvenes.
- Diseñar un material persuasivo para convencer a los jóvenes sobre su identidad y fortalecer su autoestima.

### 5.3 DEFINICIÓN DE GRUPO OBJETIVO

Son jóvenes entre 14 y 17 años que han vivido en el Hogar Miguel Magone desde muy poca edad. Ahí han sido formados y enseñados pues llegaron al Hogar por distintas causas que los privaron de vivir junto a sus familiares. Ellos vienen de distintos municipios de todo el país.

Por otro lado, están los tutores que son personas estudiadas, culminando al menos el nivel diversificado. Ellos no viven dentro del Hogar sino que viven fuera en aldeas aledañas y zonas de la capital. Tienen edades entre 20 y 40 años y son personas que cuentan con capacidad de enseñar y cuidar a los niños y jóvenes del Hogar Miguel Magone.

**5.3.1 Descripción Demográfica.** Aldea El Aguacate es una zona básicamente rural, la mayoría de sus habitantes son agricultores y con muy bajo o nulo nivel de escolaridad. En el año 2008 contaba con 462, 753 habitantes con edades entre 0 a 65 años o más. Cada familia, en promedio, está constituida por 5 personas y la mayoría son de nivel socioeconómico medio y bajo.

**5.3.2 Descripción Antropológica.** Los habitantes de Aldea El Aguacate son personas con muy baja escolaridad, los trabajos principales son de agricultura, albañilería, tortillería, lavando ropa o limpiando casas ajenas. Su hábitos alimenticios son escasos ya que no cuentan con la educación y medios económicos necesarios para una nutrición completa. Suelen obtener sus productos de la canasta básica cocechandolos ellos mismos, en el mercado o tiendas de barrio. Consumen alimentos como hierbas, frijol, arroz y tortillas. En la familia es la madre la encargada de criar y corregir a sus hijos, sin embargo la mayoría de veces ambos padres son los encargados de traer el sustento al hogar y dejan a sus hijos sin ningún cuidado. Algunos tienen acceso a escuelas cercanas para el estudio de sus hijos y se movilizan mayormente a pié o en bicicleta. En estos hogares es común ver el maltrato familiar del padre a la madre y de la madre a los hijos y más que todo el alcoholismo.

Los habitantes de zonas aledañas y de la capital son personas que han logrado un nivel de estudios mayor, han tenido acceso a más facilidades de estudio y productos alimenticios. Se movilizan en bus urbano o motocicleta para llegar a sus trabajos o lugares de estudio y reciben un salario mínimo. Tienen costumbres religiosas arraigadas y celebran las fiestas Mixqueñas como la de la Virgen del Rosario de Morenos, el último domingo de enero. Son personas con una cultura muy arraigada, con tradiciones y constumbres religiosas.

## **5.4 CLIENTE**

El Hogar Miguel Magone es una organización no gubernamental que fue fundada en 1997 en la ciudad de Guatemala por la licenciada Karen Rodas.

Provee albergue, educación y cuidados a más de 80 niños entre 3 y 16 años de edad que han sido víctimas de abuso o negligencia de parte de sus padres o encargados.

La mayoría de niños que reciden en el Hogar Miguel Magone reciben si educación en escuelas públicas, sin embargo hay niños que son apadrinados y que tienen la oportunidad de estudiar en colegio privado. En el año 2008 comenzó a trabajar con niñas y actualmente se está construyendo un área separada específicamente para vivienda, educación y recreación de ellas.

Se maneja por medio de personal voluntario nacional e internacional. Además, cuenta con tutores y un psicólogo quienes se encargan de la educación de los niños y jóvenes dentro del Hogar.

El edificio de construcción está separado por áreas que permiten la distribución de los niños por edades y por género. Además el área de comedor y cocina, capilla, sala de computación, taller de panadería y sala de televisión.<sup>31</sup>

5.4.1 Misión. "Promover el desarrollo humano, de la niñez y juventud que ha sido rescatada de una condición de pobreza extrema, brindando servicios de calidad con el objeto de rehabilitarlos social, cultural, espiritual y económicamente, para lograr su reincorporación a la sociedad."

5.4.2 Visión. "La Asociación Ciudad Esperanza, será una institución de servicio social enfocada a la niñez y juventud que han sido víctimas de maltrato, abandono y que han vivido en condiciones de pobreza extrema, carentes de hogar, que están necesitados de afecto y atención integral. Ellos serán privilegiados con manifestaciones de afecto, cuidado de su salud, proveídos de vestuario, educación, vivienda, formación espiritual, alimentación adecuada, actividades recreativas. Serán estimulados, psicosocialmente atendidos y rehabilitados espiritual, social, cultural y económicamente, para ser hombres de bien."

#### 5.4.3 Funciones y Beneficios.

1. Atención Psicológica: " La Atención Psicológica tiene como objetivo fundamental, mejorar la Calidad de vida de pacientes y familiares desde un punto de vista integral, donde se trata de coordinar la atención a las distintas necesidades de ambos, a nivel físico, psicológico y social."<sup>32</sup>

2. Alimentación adecuada: " Los requerimientos de energía a través de la ingestión en las proporciones adecuadas de nutrientes energéticos como los hidratos de carbono y grasas. Estos requerimientos energéticos están relacionados con la actividad física y el gasto energético de cada persona."<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Hogar Miguel Magone, Página Principal,[en línea].[Guatemala].Disponible en:<[http://www.hogarmiguelmagone.com/es/index\\_es.html](http://www.hogarmiguelmagone.com/es/index_es.html)>.[Consulta: 2013/I/10].

<sup>32</sup> VIGIL ORDIALES, A., [en línea].[España],2009. Disponible en: <[http://www.afalanzarote.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14](http://www.afalanzarote.com/index.php?option=com_content&task=view&id=14)>.[Consulta:2013/I/10].

<sup>33</sup> LÓPEZ BREY, C. *Nutrición Adecuada*[en línea].[España].Disponible en: <<http://nutricionenfermeria.blogspot.com/2008/01/nutricin-adeuada.html>>.[Consulta:2013/I/10].

3. Educación Formal: " Aquella que se imparte en establecimientos educativos aprobados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas y conducentes a grados y títulos."<sup>34</sup>

4. Capacitaciones: " Preparación de una persona para que sea apta o capaz para hacer una cosa: *escuela de capacitación agraria.*"<sup>35</sup>

5.4.4 Identidad Gráfica Actual. La identidad gráfica actual del Hogar Miguel Magone es el logotipo en blanco y negro el cual lo utilizan en un encabezado con la información básica en fondo blanco y tipografía negra y azul, o solamente en negro. En la actualidad cuentan únicamente con volantes impresos a color, los cuales han sido posibles a través de donaciones. Por falta de recursos económicos y humanos no se han realizado más piezas gráficas.

Figura No. 10

Membrete



Fuente: Propia

Figura No.11

Logo membrete,



Fuente: Propia

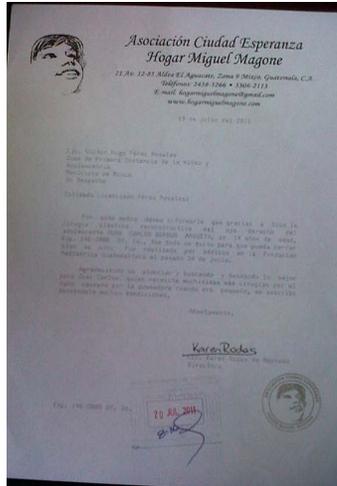
5.4.4.1 Encabezado. En el encabezado se utiliza el logotipo en blanco y negro del lado izquierdo centrado verticalmente. A la derecha el nombre de la asociación en tipografía serif cuando es utilizado en hojas membretadas y san-serif en otro tipo de papelería. La utilizan de color negro y abajo de esto, centrado, la dirección y teléfono de la institución igualmente en negro o en color azul cuando son impresiones a color.

<sup>34</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Glosario Educación Formal, [en línea]. [Colombia. Disponible en: <[www.dane.gov.co/index.php/es/educacion-cultura-gobierno-alias/poblacion-escolarizada/89-sociales/educacion/3900-glosario-educacion-formal](http://www.dane.gov.co/index.php/es/educacion-cultura-gobierno-alias/poblacion-escolarizada/89-sociales/educacion/3900-glosario-educacion-formal)>.[Consulta: 2013/II/1].

<sup>35</sup> The Free Dictionary, [en línea]. Disponible en: <<http://es.thefreedictionary.com/capacitación>>.[Consulta:2013/II/10].

Figura No.12

Hoja membretada



Fuente: Propia

Figura No.13

Unifoliar



Fuente: Propia

5.4.4.2 Página Web. Tiene un encabezado que une toda la página en donde aparece el logotipo en blanco y negro del lado izquierdo y del lado derecho el nombre de la asociación en color negro y el nombre del hogar en color azul con tipografía san-serif.

Se utiliza un menú de color azul y rojo y cada una de las páginas está diagramada a dos columnas utilizando el lado izquierdo para texto y el derecho para imágenes o el mapa de ubicación del hogar. Igualmente en todas las páginas interiores se usa el mismo diseño de cabecera y de pie.

Figura No.14

Sitio web 1



Fuente: Propia

Figura No. 15

Sitio web 2



Fuente: Propia

5.4.4.3 Unifoliar. Utilizan el encabezado en la parte superior y bloques de colores rojo, verde, celeste y naranja para colocar los textos todos unidos de forma vertical abarcando el ancho del material. Se utiliza tipografía san-serif de color blanco en ambas caras del unifoliar y para los títulos una estrella de color amarillo al inicio y tipografía mixta como escrita a mano.

Figura No.13

#### Unifoliar



Fuente: Propia

5.4.5 Posicionamiento. El Hogar Miguel Magone tiene un posicionamiento a nivel nacional ya que fue fundado en el año 1997 y cubre Juzgados de la Niñez de todo el país les brinda instalaciones adecuadas, atención psicológica y un ambiente familiar del cual han sido privados por varias circunstancias. Cuenta con una única instalación en Aldea El Aguacate y no tiene competencia directa ya que otras instituciones dedicadas a niños huérfanos y/o abandonados cuentan con otras capacidades y requerimientos al trabajar. Cumple con los requerimientos por parte del gobierno para tratar con niños y jóvenes y también por parte del Consejo Nacional de Adopciones. Tiene aceptación por parte de los Juzgados de la Niñez ya que, aunque no cuentan con un abogado que los apoye en procesos jurídicos, se han ganado la confianza para que los niños vivan en la institución.

5.4.6 Recursos Financieros. El Hogar Miguel Magone obtiene los fondos económicos para mantener a los niños y jóvenes por medio de donaciones de personas particulares que apoyan periódicamente. Por otro lado, también subsisten por medio de donaciones en especie como

alimentos, ropa y productos de limpieza. Además, obtienen ayuda por parte de voluntarios que ofrecen sus servicios profesionales gratuitamente. Algunas instituciones y empresas multinacionales han apoyado con alimentos como Lala y McDonalds.

5.4.7 Área de Cobertura. El Hogar Miguel Magone se encuentra en la zona 9 de Mixco, Aldea El Aguacate. Sin embargo, además de cubrir el área de Mixco también recibe niños de todo alrededor del país como Quiché, San Marcos y Escuintla.

## **5.5 PROPUESTA DE DISEÑO**

5.5.1 Conceptualización. Para llegar al mejor concepto se desarrollaron tres procesos de conceptualización, el primero es relaciones forzadas, el segundo opuestos y el tercero lluvia de ideas.

En relaciones forzadas se eligió el concepto "Mi balance perfecto", en los opuestos "Crecer del estancamiento" y en la lluvia de ideas "Protagonista de mi historia" (ver anexos).

De estos tres conceptos se elige "Protagonista de mi historia" ya que refleja de forma clara y fuerte la idea que se desea transmitir reflejando que la persona misma es quien debe tomar control de su autoestima, elevándola y creyendo que tiene valor. De esa forma podrá actuar por amor propio y crear su propia historia de vida sin permitir que las malas experiencias pasadas detengan su progreso y crecimiento, siendo luego de beneficio para quienes lo rodean y para la sociedad.

5.5.2 Descripción de la propuesta gráfica.

5.5.2.1 Tipo de material gráfico. Se decide realizar un material informativo para los tutores del Hogar Miguel Magone ya que es una herramienta que facilita el conocimiento al receptor. El fin de este material es que los tutores tengan la información necesaria a cerca del valor de la persona y de esa forma puedan, principalmente, valorarse ellos mismos y fortalecer su identidad llevándola a un balance por medio del cual ellos puedan también valorar a los niños y jóvenes con quienes trabajan. Esto se traduce como una respuesta al problema de diseño trayendo capacitación a los tutores.

Así mismo, se elige un material informativo para los jóvenes ya que cumple la misma función de transmitir fácilmente conocimiento al receptor. Este tiene el fin que los jóvenes, siendo una etapa tan decisiva en sus vidas, puedan fortalecer su identidad, creer en ellos mismos y en el valor que

tienen como personas. De esta forma ellos podrán tomar mejores decisiones, tener altas expectativas sobre su futuro y saber que pueden luchar por una vida mejor.

El material educativo se escoge ya que es un facilitador de la enseñanza para los tutores. Ya que los niños más pequeños tienen una percepción distinta acerca de la información que se les quiere transmitir sobre la autoestima y el valor como personas, es necesario que sean los tutores quienes les comuniquen la información de una forma adecuada para que sea aceptada y fijada en sus conocimientos.

El material persuasivo se elige ya que permite la fijación de la información en la memoria de la persona generando una acción externa o interna. Ya que los jóvenes necesitan un apoyo visual que los motive cada día a seguir adelante y les recuerde la importancia y valor que tienen como personas, es necesario un material que les facilite esa motivación.

#### 5.5.2.2 Descripción de las piezas.

Material Informativo para tutores:

Video: Su propósito es llamar la atención de los tutores informándoles sobre la importancia de la autoestima y las consecuencias en la sociedad.

Trifoliar: Su propósito es dar a conocer qué es la autoestima y su importancia, el valor de la persona y cómo construir una autoestima correcta en su persona y en los demás, a través de imágenes y texto.

Material Educativo:

Folleto: Este tiene el propósito de brindar información correcta a los tutores para enseñar sobre autoestima a los niños dependiendo las edades. A través de ilustraciones y texto se dará a conocer actividades y ejercicios adecuados para elevar su autoestima.

Material Informativo para jóvenes:

Trifoliar: Su propósito es dar a conocer qué es la autoestima, el valor de la persona y los beneficios de tener una autoestima correcta, por el otro lado mostrar también las consecuencias de una baja autoestima a través de texto e ilustraciones.

Ficha: Tiene el propósito de motivar a los jóvenes a través de un cuadro de plan de vida para que tengan presente sus metas y sueños durante todo el año.

Material Persuasivo:

Afiches (serie): Estos tienen el propósito de recordar a través de frases motivadoras e ilustraciones el valor de la persona. Estos se recomienda colocarlos en lugares visibles a los jóvenes en donde convivan diariamente.

### 5.5.3 Descripción del mensaje.

#### 5.5.3.1 Contenido de Texto.

- El valor de la persona.
- Importancia de la autoestima y consecuencias en la sociedad.
- Cómo construir una buena autoestima.
- Cómo elevar la autoestima de los niños dependiendo las edades.
- Autoestima en jóvenes y consecuencias de una baja autoestima.
- Cómo elevar la autoestima en jóvenes.

#### 5.5.3.2 Contenido Gráfico.

Elemento Gráfico	Función	Tecnología	Expresión
Imagen	Representar fuerza y grandiosidad del pensamiento que deben tener de sí mismos.	Ilustraciones vectorizadas y detalladas con las que se puedan identificar.	Fuerza
Tipografía	Mostrar jerarquía de información y fortaleza de carácter.	Los títulos serán de un 20% en cuanto al formato, subtítulos a un 50% del tamaño de los títulos y el	Legibilidad

		<p>texto de un 15% del tamaño de los títulos. Se podrá utilizar bold para llamar la atención de los subtítulos. Se utilizará tipografía clara y legible, juvenil pero fuerte, se escogieron las familias tipográficas como: Big Caslon Medium para bloques de texto muy extensos, Bebas para títulos y Futura.</p>	
Ejes de diagramación	Reflejar orden y superioridad.	Ejes rectos que delimiten grandes espacios.	Superioridad
Color	Llamar la atención e identificarse con el grupo objetivo.	Colores contrastantes y llamativos.	Identidad
Formato	Facilitar la transmisión de la información al grupo objetivo de manera llamativa y creativa.	<p>Se utilizarán troqueles en las piezas para llamar la atención del grupo objetivo.</p> <p>Variación de formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trifoliar: 8.5 x 11in.</li> <li>- Folleto: 8.5 x 5.5in.</li> <li>- Ficha: 8.5x11in.</li> <li>- Afiche: 11x17in</li> </ul>	Dinamismo



5.5.3.3 Tono de Comunicación. El tono de comunicación será juvenil, con lenguaje sencillo sin embargo, no coloquial. Se transmitirá la información de forma amable para que los jóvenes puedan identificarse y sentirse atraídos por la información. De esta forma también se crea confianza del material hacia el receptor, esto es necesario ya que es un tema que indaga los sentimientos e intenta crear una transformación psicológica para que pueda tener resultados tanto en el interior como en el exterior de la persona. Se hablará de "tu" para crear un acercamiento y mayor identificación con el tema.

El tono de comunicación para los tutores será formal, sin embargo con un lenguaje sencillo para que sea fácil de entender. Ya que es información que necesita ser comprendida y recibida sin ningún obstáculo es necesario crear confianza de los tutores hacia ella para que luego pueda ser aplicada en su vida diaria y con sus alumnos. Se hablará de "tu" pues es necesario crear un vínculo de confianza e identificación con el tema, la información se transmitirá de forma directa causando que el grupo objetivo se apropie de ella y así causar un mayor impacto en sus vidas y en la de sus alumnos.

## 6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

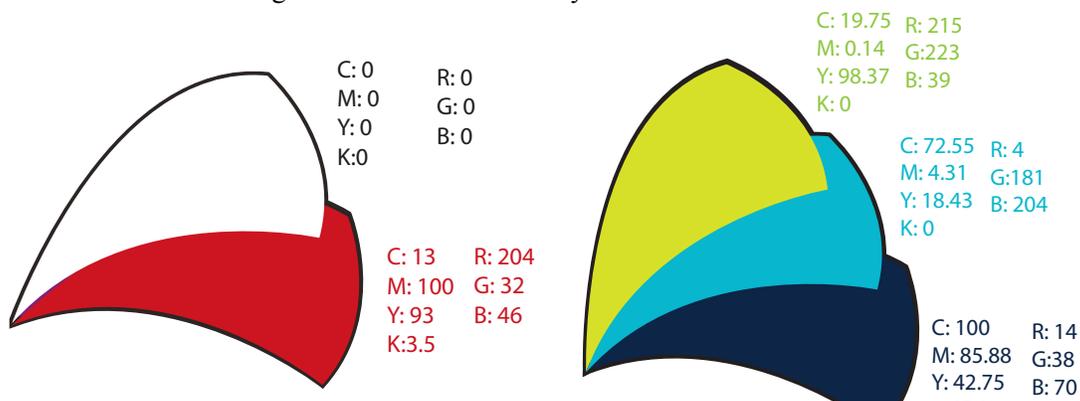
### 6.1 PROCESO DE BOCETAJE

6.1.1 Paleta de Colores. Para la selección de colores se toma en cuenta su objetivo de diseño que es llamar la atención e identificarse con el grupo objetivo para transmitir con mucha fuerza el concepto "Protagonista de mi historia". Para esto es necesario que los colores sean contrastantes y así causen el impacto que se desea transmitir. Además se realiza una selección de colores complementarios ya que al analizarlo se detectó necesaria una paleta de colores que brinden armonía al diseño.

Se elige el color amarillo ya que refuerza la autoestima, se relaciona con la voluntad y estimula la comunicación, esto es muy importante para fortalecer la identidad de los jóvenes y tutores del Hogar Miguel Magone. Además, se escogen dos distintas gamas de azul porque emocionalmente brinda serenidad y está muy relacionado con la libertad de expresión, además es un color muy constante en la vida del ser humano por esto mismo se identifica con las personas brindándoles seguridad lo cual es muy importante para comunicar en cada una de las piezas de la campaña. Para ayudar a reforzar el sentido de "identidad" que se desea transmitir se utilizará un color contrastante, el rojo. Emocionalmente este color estimula los sentimientos fuertes y está relacionado con seguridad y el autoconcepto, es muy importante utilizar este color en contraste con los mencionados anteriormente ya que es el que refleja la fuerza del concepto y del cambio que desea producir la campaña en los usuarios.

La comunicación va dirigida a dos grupos objetivos, sin embargo se hará uso de la misma paleta de colores para ambos, por otro lado se dará más énfasis a ciertos tonos de acuerdo a la necesidad de cada uno ya que es indispensable una comunicación personalizada que refuerce el concepto y pueda tener más empatía con cada uno en particular.

Se utilizarán los siguientes colores en RGB y CMYK:



6.1.2 Tipografía. Se hace la selección de las tipografías con base en su función principal que es mostrar jerarquía de información y además por el tema que trata es necesario transmitir fortaleza de carácter. Se eligen familias tipográficas con serif para textos extensos ya que esta se utiliza para facilitar la lectura, sin embargo, para títulos y subtítulos las fuentes elegidas son más fuertes y pesadas sin serif. Para contrastar y dar más movimiento al diseño se eligen familias tipográficas caligráficas las cuales no se tenían contempladas, sin embargo son necesarias para crear mayor empatía con los usuarios, llamar su atención y facilitar la comunicación.

#### TÍTULOS Y SUBTÍTULOS

**Yo soy feliz.**  
**YOSOYFELIZ.**  
 Yo soy feliz.  
**Yo soy feliz.**  
**Yo soy feliz.**  
**Yo soy feliz.**

#### BLOQUES DE TEXTO

Yo soy feliz y me amo.  
 Yo soy feliz y me amo.  
 Yo soy feliz y me amo.

#### FRASES

*Yo soy responsable y capaz.*  
 Yo soy responsable y capaz.  
*Yo soy responsable y capaz.*  
*Yo soy responsable y capaz.*  
 Yo soy responsable y capaz.  
**Yo soy responsable y capaz.**  
**Yo soy RESPONSABLE y capaz.**  
*Yo soy responsable y capaz.*

A continuación se muestran las tipografías anteriores combinadas entre sí para hacer la selección de la mezcla más adecuada de las mismas:

# Título

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

**Yo soy responsable de mis acciones.**

# TITULO

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

**Yo soy responsable de mis acciones.**

# Título

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

**Yo soy responsable de mis acciones.**

# Título

## SUBTITULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *responsable* de mis acciones.

# Título

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *responsable* de mis acciones.

# Título

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *responsable* de mis acciones.

# Título

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *responsable* de mis acciones.

# TITULO

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *responsable* de mis acciones.

# TITULO

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *responsable* de mis acciones.

# TITULO

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

Yo soy *RESPONSABLE* de mis acciones.

# TITULO

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

YO SOY *responsable* DE MIS ACCIONES.

# TITULO

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

YO SOY *responsable* DE MIS ACCIONES.

De las propuestas anteriores se eligen las siguientes:

Para los títulos se selecciona la siguiente familia tipográfica:

Se elige esta tipografía para los títulos ya que al ser pesada y de caja alta refleja fortaleza, al mismo tiempo ayuda a la jerarquía de los textos. Es san serif, recta y estrecha esto ayuda a expresar fortaleza de carácter que es muy importante para representar el concepto.

## **BEBAS**

**0123456789**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Para los subtítulos realiza selección de la siguiente familia tipográfica:

Se elige "Futura" como tipografía para subtítulos ya que al ser recta y simple, demuestra limpieza y esto ayuda a comunicar de forma eficiente al ser legible. Es san serif igual que la de los títulos sin ser tan pesada, por esto mismo ayuda a comunicar visiblemente la jerarquía de los textos.

## **Futura**

**0123456789**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

Para los bloques de texto se elige la siguiente familia tipográfica:

Esta es una tipografía con serif lo cual facilita la lectura de bloques de texto y ayuda a comunicar de forma eficiente. Una de sus características es que tiene formalidad, esto transmite confianza al lector a cerca del tema que se está tratando.

## Big Caslon Medium

0123456789  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Para las frases de la campaña se elige la siguiente familia tipográfica:

Se elige la tipografía "Lobster 1.4" para darle dinamismo al material. Esta familia tipográfica transmite modernidad y se identifica con el grupo objetivo sin dejar de ser legible que es su expresión principal. Además, es una tipografía caligráfica muy llamativa con un peso visual que la hace resaltar de entre las demás fuentes tipográficas anteriormente elegidas creando así el contraste que se desea transmitir en todas las piezas.

### *Lobster 1.4*

*0123456789*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

6.1.3 Identificador de Campaña. El nombre de la campaña se lleva a cabo a través de lluvia de ideas para formar frases que comunican un identificador fuerte y transmiten el concepto claramente. Entre todas las propuestas se elige la frase "Yo Soy", estas dos palabras tienen un significado fuerte en la creación de la identidad de la persona, por lo tanto se elige como la mejor opción para transmitir el concepto de "Protagonista de mi historia" ya que implica que la persona misma resalta del lugar de donde se encuentra y tiene identidad propia al tomar responsabilidad de su vida y de sus acciones para transformar su historia, su futuro.

### 6.1.3.1 Nombre de la campaña.

Lluvia de ideas:

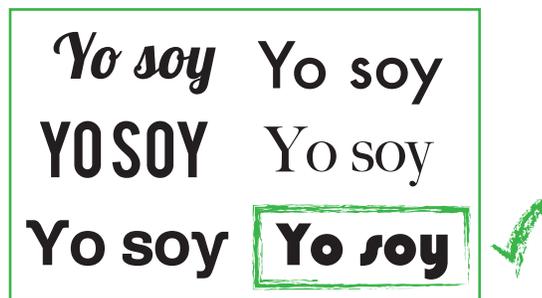
Yo	Hacer	Identidad
Principal	Transformado	Ser
Lucir	Campeón	Sobresalir
Acciones	Valiente	Vencedor
Pensar	Actor, Actriz	Luz
Estrella	Personalidad	Lumbrera
Protagonismo	Vivir	Lampara
Número 1	Pertenecer	Responsabilidad

Frases:	Protagonista, soy yo	Yo Sobresalgo
¿Quién soy?	La estrella que soy	Soy un vencedor
Yo Soy	La estrella de mi vida	
Soy Estrella	Es mi vida	
La estrella soy yo	Responsabilidad de vida	
Mi vida	Luz de estrella	
Vivir mi vida	Tengo personalidad	

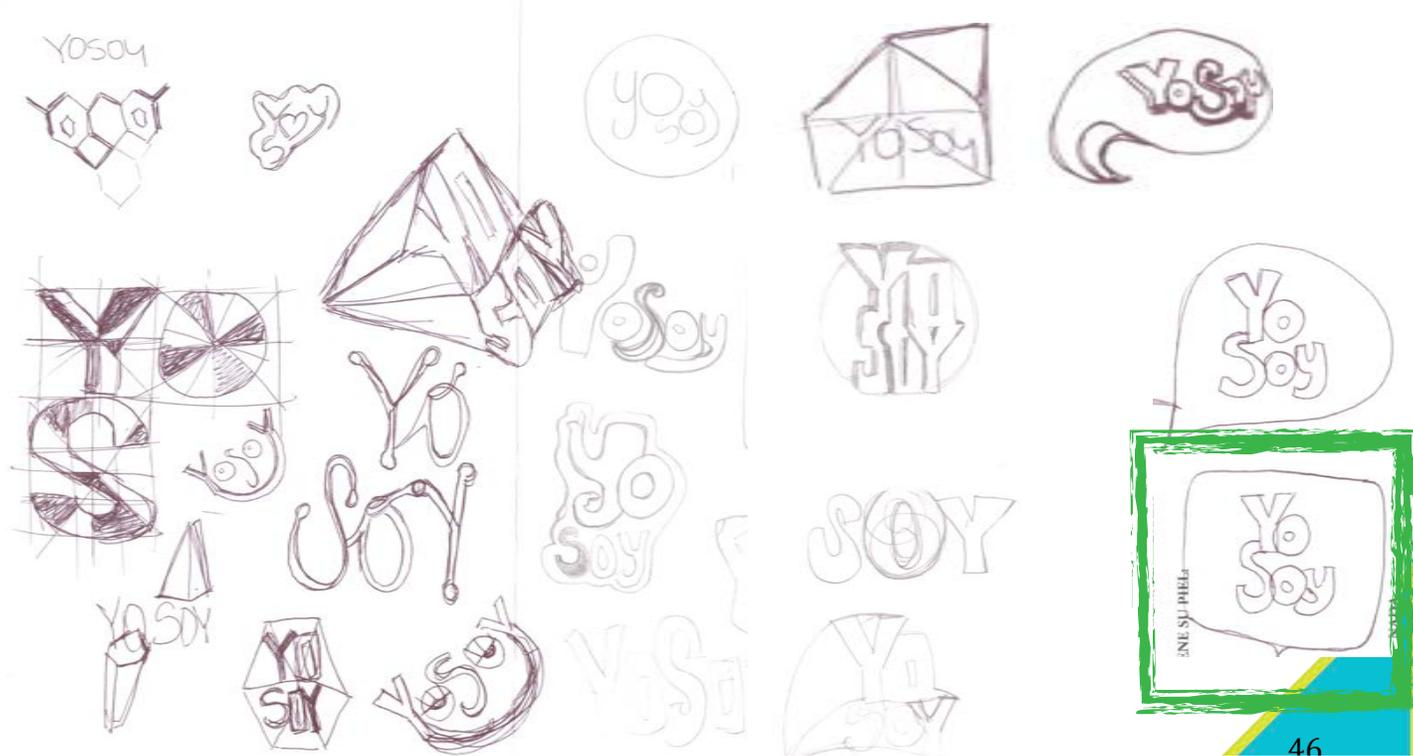
Entre las propuestas para identificar la campaña se realiza la selección de las siguientes frases: ¿Quién soy?, Soy la Estrella y Yo Soy. De estas tres frases se elige "Yo Soy" ya que representa una identidad, lo que los usuarios necesitan en esta etapa de sus vidas es ser guiados por algo o alguien que represente una identidad fuerte y sana. El usuario al que va dirigida esta campaña necesita un modelo a seguir, que se identifiquen y entiendan que ellos también pueden llegar a ser lo que se propongan, cumplir grandes sueños y alcanzar sus metas. Estas dos palabras por ser fuertes ayudan a que los usuarios sean motivados a creer en ellos mismos y en lo que pueden lograr en el futuro si toman responsabilidad en su vida.

6.1.3.2 Creación del identificador de campaña. A pesar que al principio no se tomó en cuenta este elemento dentro de la campaña, surge la necesidad de crearlo, ya que es imprescindible que los usuarios no solo se identifiquen con la campaña sino que también logren identificar cada pieza como parte de ella. Por lo tanto, la principal función es de unificador de la campaña, de esta forma los usuarios podrán distinguir las piezas educativas, informativas y persuasivas que transmiten información sobre el tema de la autoestima.

El identificador de campaña se realiza en base al concepto de "Protagonista de mi historia" utilizando la misma paleta de colores previamente establecida. Este debe transmitir el nombre de la campaña de manera que sea personal y muy fuerte, sin embargo juvenil para lograr atraer a los usuarios, por lo tanto se eligieron tipografías del banco previo para escoger la mejor opción en legibilidad y peso.



### 6.1.3.3 Bocetaje.



Se bocetó diferentes propuestas para el identificador de campaña. Ya que el concepto "Protagonista de mi historia" es amplio se debió analizar todas las posibilidades para lograr comunicarlo de la mejor manera y de acuerdo al grupo objetivo establecido.

6.1.3.4 Identificador de campaña. El identificador de campaña hace alusión a una burbuja de diálogo que sale hacia arriba, contiene el texto "Yo Soy" con tipografía bold unida entre sí lo cual transmite al usuario mucha seguridad al dar a entender que ellos mismos, como personas únicas e irrepetibles, pueden decir esa frase sin esconder quienes son comunicando libertad de expresión, estando orgullosos, amándose y aceptándose ellos mismos con todas sus cualidades y defectos. Se eligió una burbuja cuadrada a diferencia de la circular ya que transmite mayor fuerza del mensaje, hace resaltar la frase en lugar de encerrarla. Es redondeada de las esquinas para brindar dinamismo e ir de acorde con la tipografía. Esto refuerza el concepto de "Protagonista de mi historia" ya que al mostrar carácter y seguridad en ellos mismos son capaces de tomar control de su autoestima, elevándola sin permitir que las malas experiencias pasadas detengan su progreso y crecimiento personal, que puedan luchar por sus ideales y no por los de alguien más.

Se realiza distintas opciones para el identificador de campaña con variadas posiciones del texto, dentro y fuera de figuras geométricas, sin embargo se elige la opción más clara y pesada pero que al mismo tiempo no deja de ser llamativa para los jóvenes. Esta opción es la que transmite el concepto de forma más directa, del mismo modo que logra identificarse con el grupo objetivo.



Se elige la tipografía "Bauhaus 93", ya que es la que mayor se acopla entre sí para lograr la unión de cada letra, además tiene el peso adecuado para transmitir la fuerza del mensaje. Sus trazos

rectos y curvos la hacen muy amigable y atractiva para el grupo objetivo. Las dos palabras dentro de la frase reflejan el mismo peso visual ya que se desea comunicar la misma fortaleza de ambas.

A continuación, se muestra la tipografía utilizada:

### **Bauhaus 93**

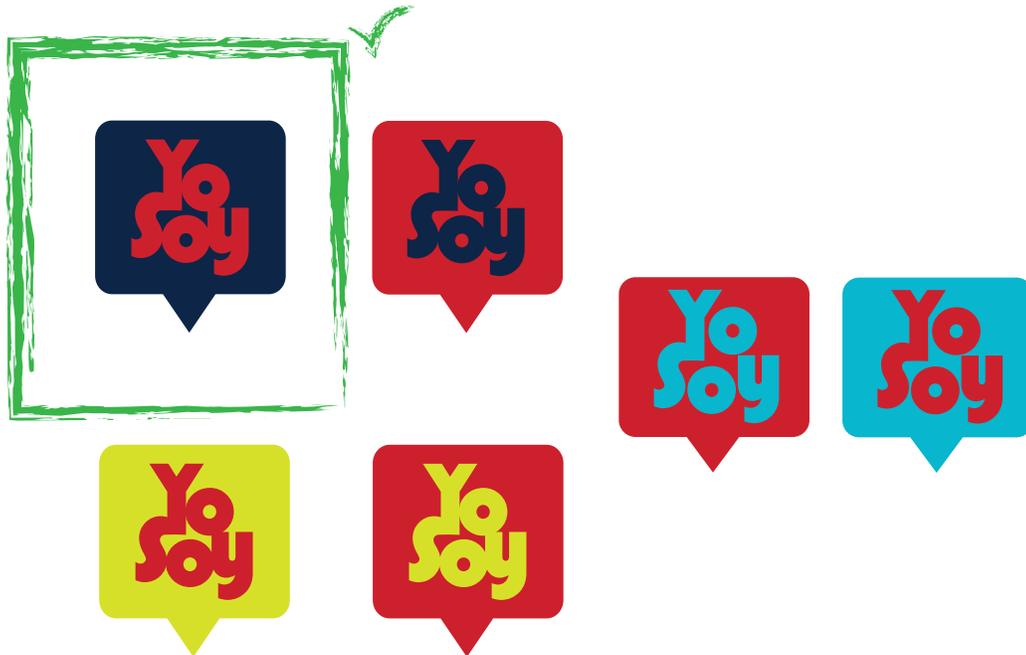
**0123456789**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

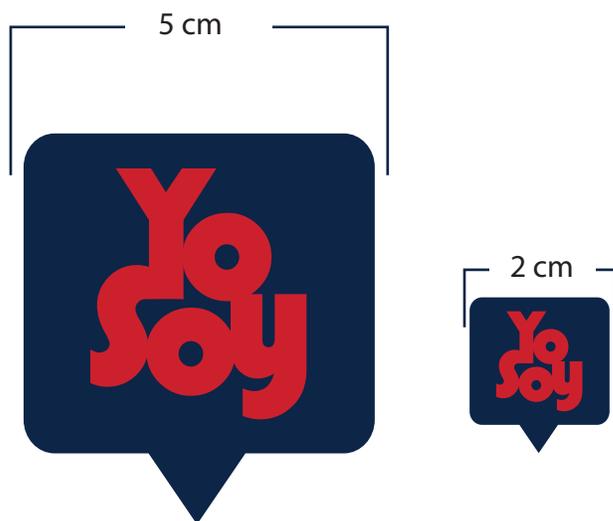
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

Además, se probaron distintos colores para el identificador de campaña con el objetivo de escoger la mejor opción que transmita el concepto.

De la paleta de colores anteriormente presentada se elige el color azul oscuro como fondo y la tipografía de color rojo ya que es la combinación de colores que expresa mayor contraste y legibilidad aún en su reducción mínima. Los dos son colores signícos esquemáticos ya que son colores planos y tienen un significado especial, el color rojo representa audacia, valor y coraje, estimula la seguridad y el autoconcepto. El azul brinda serenidad y seguridad.



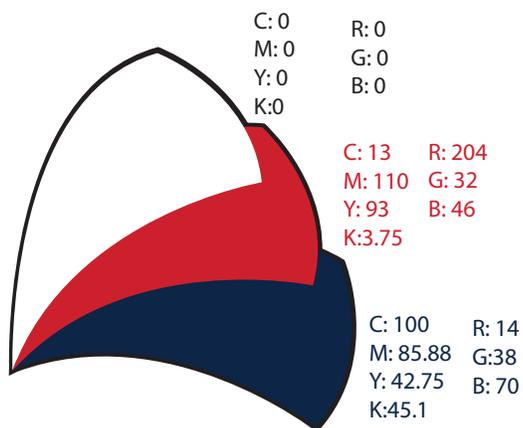
A continuación, se muestran sus reducciones:



6.1.3.5 Ejes. Para la diagramación del identificador de campaña se toma en cuenta el concepto de diseño "Protagonista de mi historia", ya que este representa un mensaje fuerte se realizaron ejes de diagramación rectos y centrados para crear un diseño simétrico creando un bloque pesado que refuerce la seguridad que se quiere transmitir.



6.1.3.6 Colores. La paleta de colores del identificador de campaña se presenta a continuación:



Las variaciones del identificador de campaña se presentan a continuación. En fondos de colores planos y texturas se utilizarán las siguientes:



En sus versiones en blanco y negro e invertido se utilizarán las siguientes:

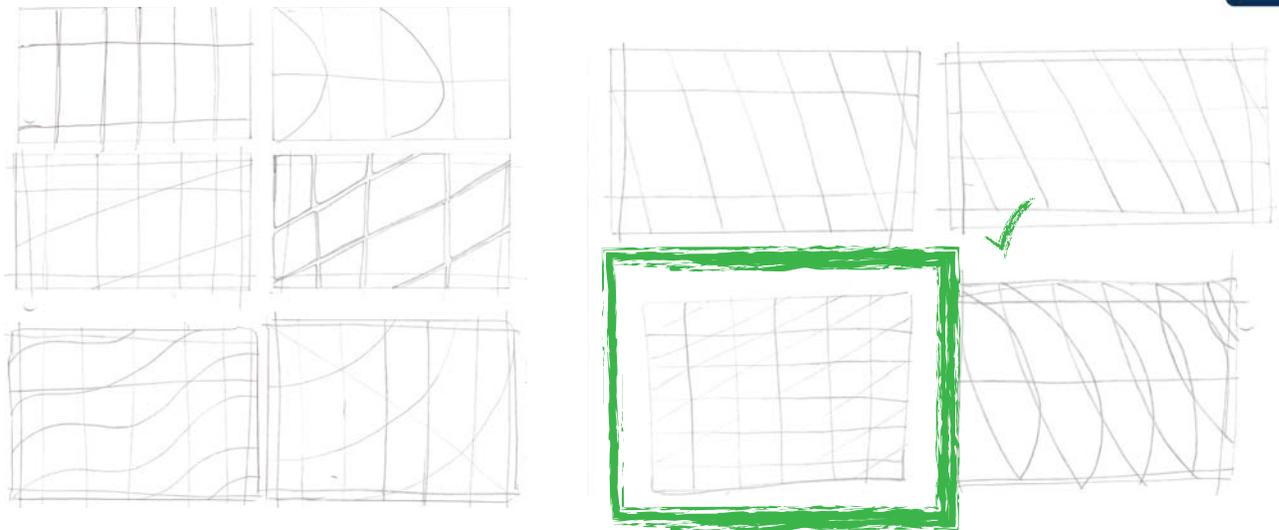


No se utilizará versión en escala de grises.

6.1.4 Fotografías. Se decide utilizar fotografías en vez de ilustraciones ya que los usuarios necesitan identificarse con personas iguales a ellos, por lo tanto necesitan captar la información con ejemplos realistas. Se decide utilizar fotografías a color de cabeza y torso, colocadas con fondo de color liso y con el rostro en posición frontal con actitud alegre para demostrar confianza en sí mismos. La mirada siempre será hacia el usuario, de esta forma transmitirá de una manera más directa el concepto de "Protagonista de mi historia" con el objetivo de comunicar una autoestima sana a través de la expresión facial y el color de la fotografía.

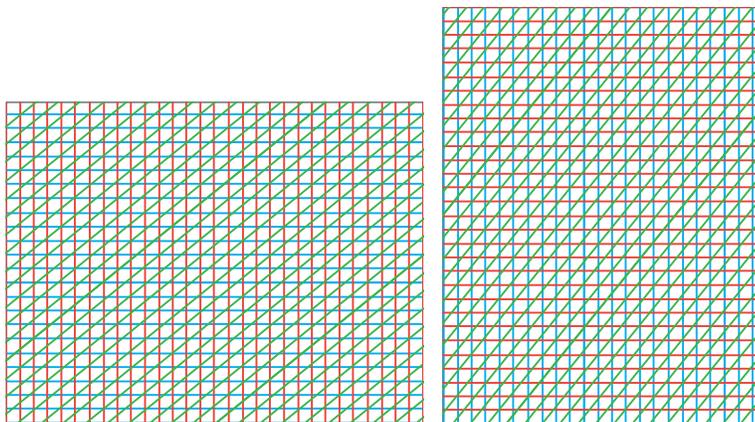
Además, también se decide utilizar fotografías para el folleto dirigido a tutores ya que es necesario ejemplificar la forma como deben elevar la autoestima de los pequeños que viven en el Hogar. Estas son fotografías a color en donde se muestra a un profesor interactuando con un niño o niña brindando muestras de afecto, afirmación etc.

6.1.5 Retícula y layouts. Se boceta la retícula con base en su objetivo principal el cual es colocar la información jerárquicamente y reflejar orden. Su expresión principal es de superioridad por lo cual se diagramó con base en líneas inclinadas, así mismo se diagramó con líneas rectas verticales y horizontales para crear bloques que ayuden a expresar el concepto de "Protagonista de mi historia". Se escoge una retícula modular ya que delimita los diferentes espacios que se necesitan para colocar la información, los ejes inclinados comunican libertad ayudando a romper con la monotonía y la fortaleza del tema, esto en conjunto invita a los usuarios a acercarse al material ya que logran identificarse con el. Un eje central lo hace simétrico por lo tanto logra tener equilibrio y unidad entre todos sus espacios.

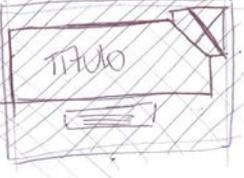
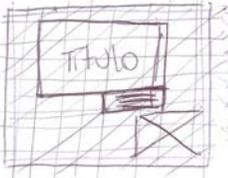
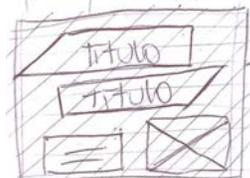
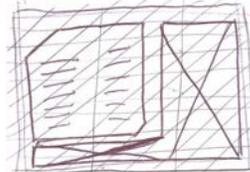
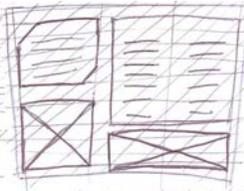
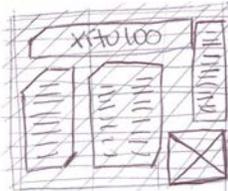
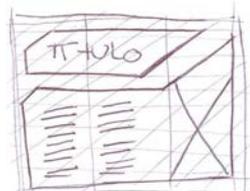
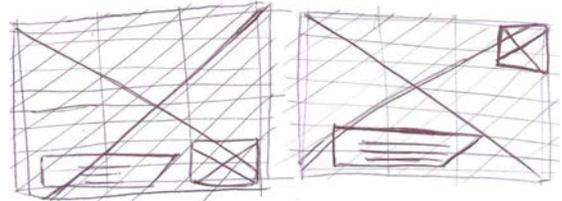
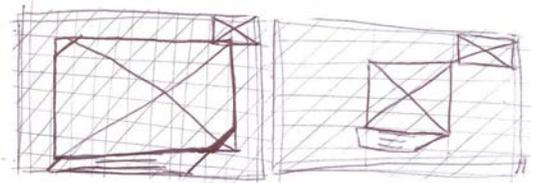
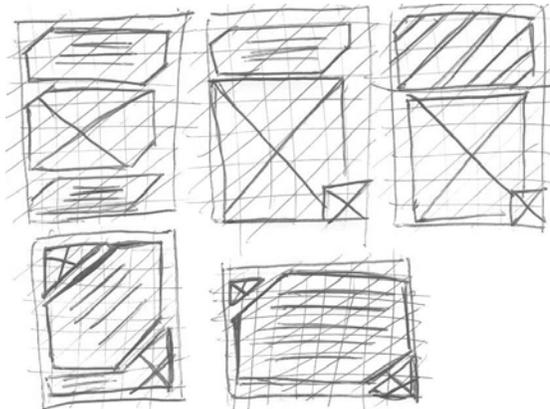
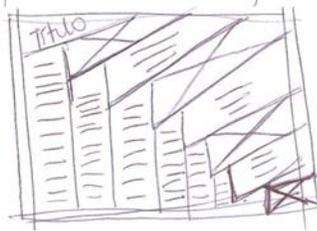
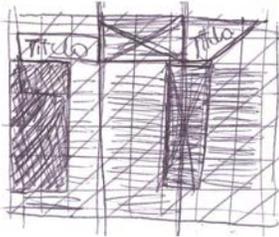
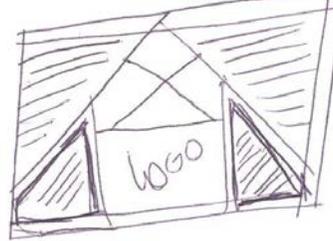
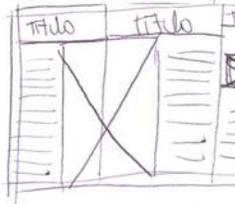
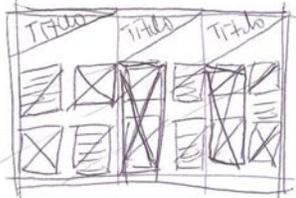
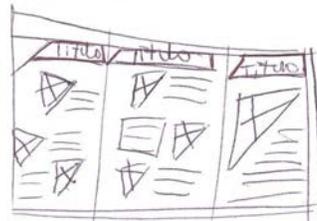
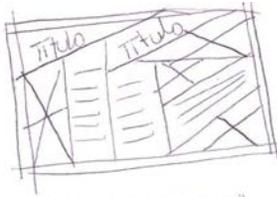
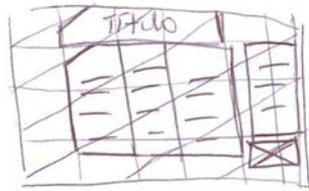


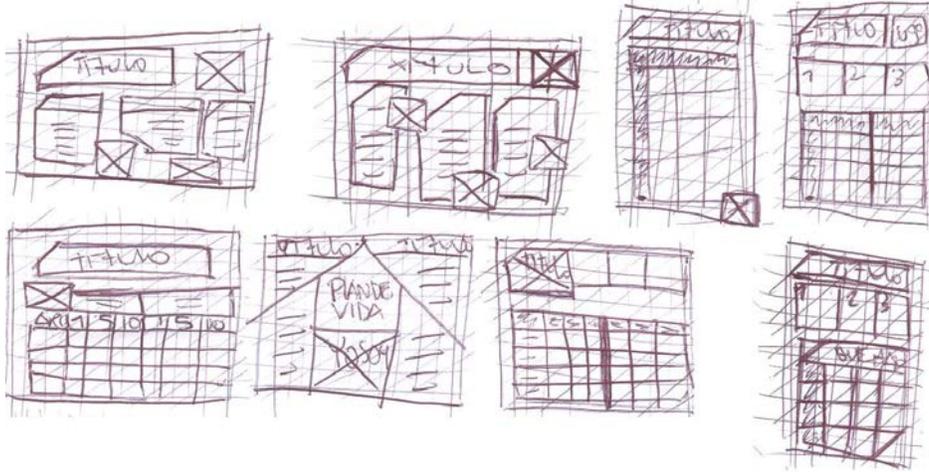
6.1.5.1 Reticula Digitalizada. Para la diagramación final se utilizó la misma retícula adaptándola a formato vertical y horizontal. Se utilizaron las líneas rectas e inclinadas para lograr mantener la unidad de la línea gráfica y aprovechar el espacio de cada una de las piezas.

Las retículas finales se presentan a continuación:

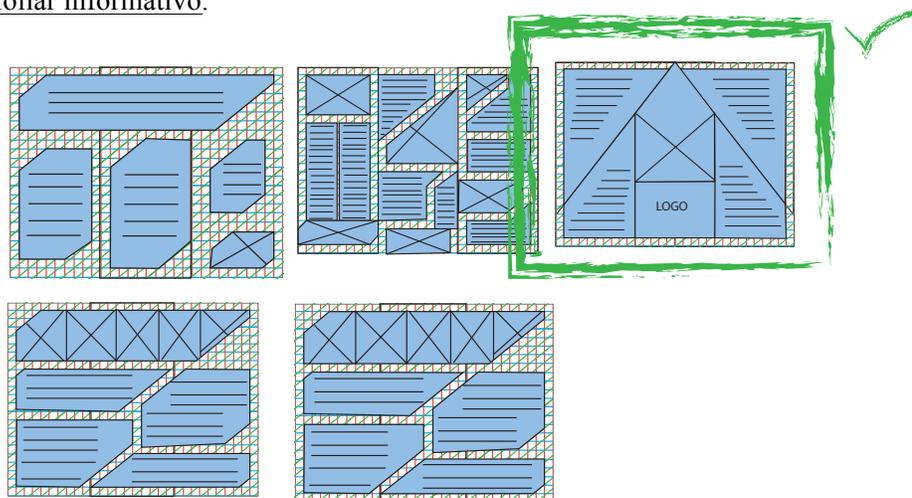


6.1.5.2 Layouts. Se trabaja varias opciones de layouts tomando como base la retícula anteriormente mostrada, ya que esta es muy versátil se intenta realizar muchas opciones para darle a cada pieza un carácter distinto, sin embargo, llevando una misma línea para poder reflejar el concepto de "Protagonista de mi historia". Además, la utilización de la retícula modular facilita la diagramación del layout, tomando en cuenta la cantidad de texto e imágenes que se utilizarán se puede organizar en orden de importancia para no perder la jerarquía de la información.

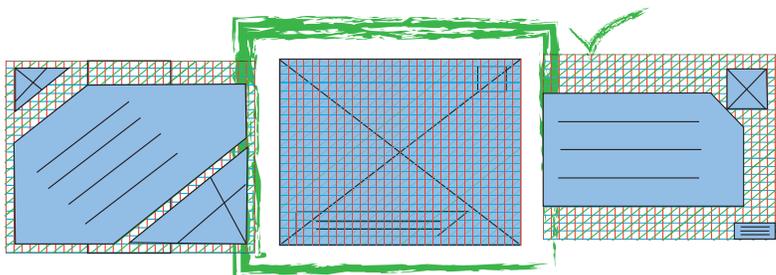




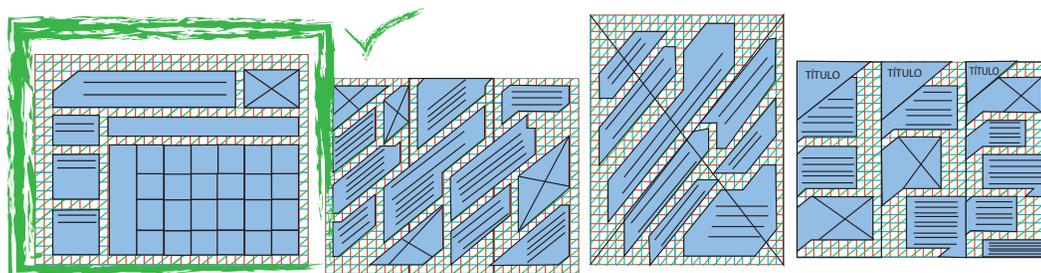
Trifoliar informativo.



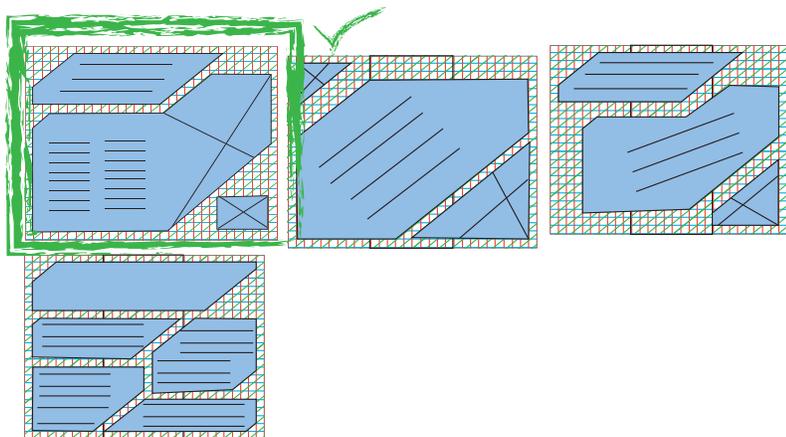
Video informativo.



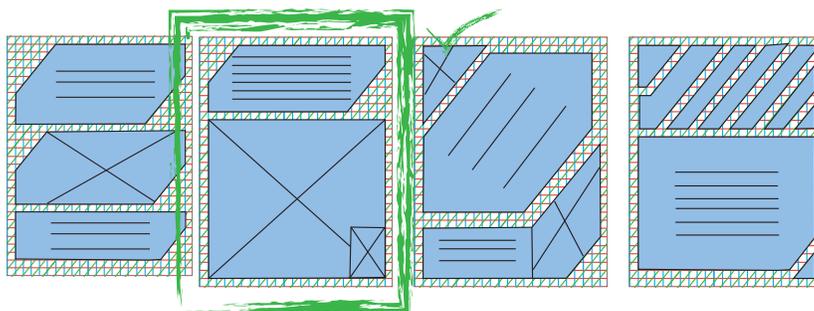
Ficha informativa.



Folleto educativo.



Afiche persuasivo.

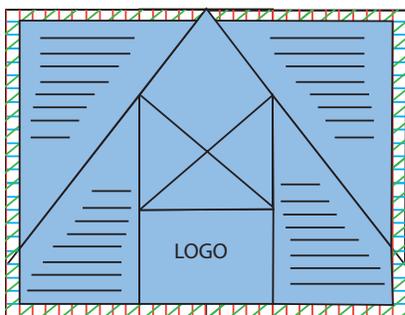


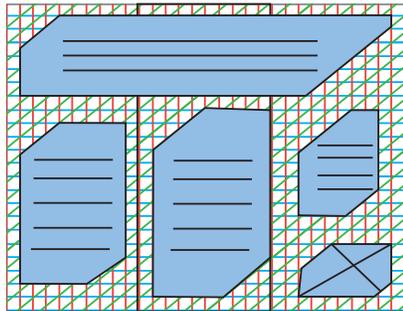
## 6.2 PROPUESTA PRELIMINAR

6.2.1 Material informativo para tutores. Este material tiene como objetivo brindar información necesaria acerca del valor de la persona para que puedan valorarse ellos mismos y en consecuencia valorar a los niños y jóvenes con quienes trabajan diariamente. Además, brindar información acerca de la importancia de la autoestima en ellos mismos y su responsabilidad como tutores de fortalecerla en los niños y jóvenes del Hogar Miguel Magone.

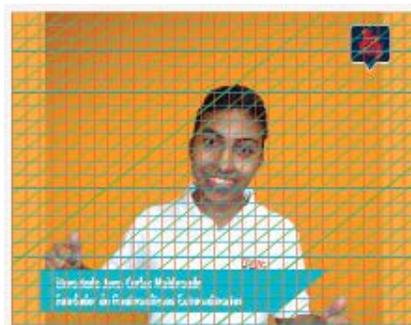
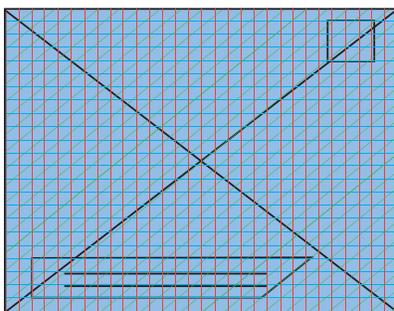
6.2.1.1 Trifoliar. Este material se apoyó en un layout modificado de la retícula original ya que lleva un doblar diferente al de un trifoliar común. A este se le agregó líneas diagonales hacia el lado superior izquierdo para poder lograr un doblar que forme el identificador de campaña a través de una forma en origami logrando una pieza que llame la atención, ya que al ser una pieza informativa debe mantener la atención del grupo objetivo y lograr una interacción con él para identificarse de una mejor manera. Se escogió este layout entre las demás opciones ya que tiene espacios grandes que representan de una mejor manera el concepto de "Protagonista de mi historia", estos permiten colocar las imágenes en espacios en donde las hacen resaltar dentro de la pieza y también permite que los textos sean ordenados y con jerarquía.

El origami en esta pieza es muy importante ya que no solo facilita el acercamiento de la información al grupo objetivo, sino que también representa el concepto "Protagonista de mi historia" al sobresalir de los trifoliales normales. Por otro lado, también ayuda a su desarrollo mental ayudando a la absorción de la información presentada en el trifoliar y los motiva a doblar la pieza nuevamente haciéndolos conscientes de la capacidad que tienen para superar cualquier reto que se presente en su vida.





6.2.1.2 Video. El layout utilizado para esta pieza es muy simple. Este, por ser un material audiovisual, lleva muy poco texto ya que no se pretende que la información sea leída por el usuario sino que sea transmitida de forma visual y auditiva, por esta razón es la imagen la que llamará la mayor atención. El layout contiene la totalidad del espacio de la pantalla para colocar la imagen, de esta forma brinda valor a la persona y refleja el concepto de "Protagonista de mi historia". El identificador de campaña se coloca en la esquina superior derecha ya que al estar en la parte de arriba hace alusión a la identidad de la persona que aparece en el video. Además, ayuda a reforzar la campaña. En la parte inferior se coloca un espacio para informar al grupo objetivo sobre el personaje que estará brindando la información, de esta forma se crea seguridad para que el mensaje sea captado sin crear desconfianza.

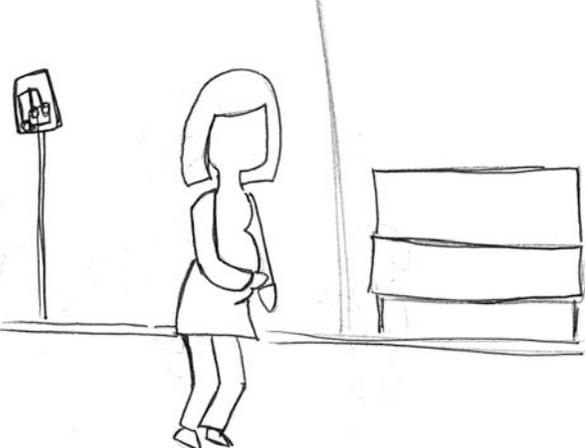
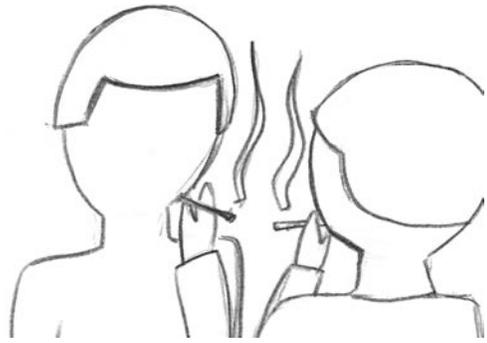


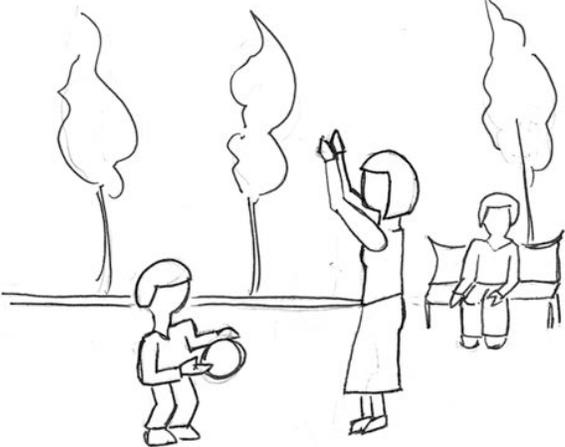
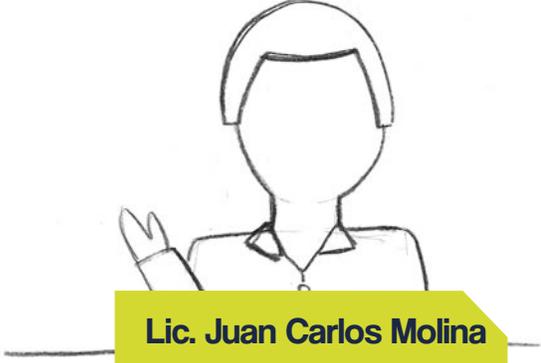
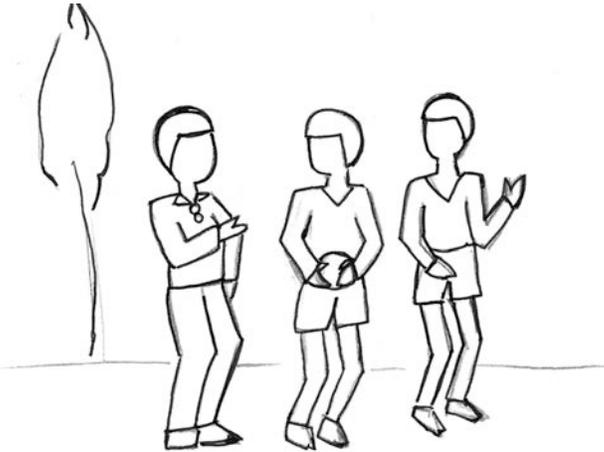
## Video Informativo para tutores, "Autoestima en la Sociedad"

Escena/ Toma	Plano/ Tiempo	Descripción	Sound Fx/Video Fx	Imagen
1	Plano general 4s.	Fondo negro Aparece logo	VFx: Fade in, fade out de logo SFx: Música instrumental alegre	
2	Plano general. 10s.	Un parque con muchas personas, sin ver a la cámara. Aparece el título.	VFx: Fade in y fade-out de título SFx: Continúa música instrumental alegre	
3	Plano general. 8s.	La misma toma del parque con muchas personas, haciendo actividades, caminando etc.	SFx: Voice over: Le preguntamos a algunas personas qué creen que es la autoestima y esto fue lo que nos contestaron.	

4 Toma 1	Plano medio. 5s.	Persona #1 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".		
4 Toma 2	Plano medio. 5s.	Persona #2 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".		
4 Toma 3	Plano medio. 5s.	Persona #3 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".		

4 Toma 4	Plano medio. 5s. paneo hacia la derecha a plano general.	Persona #4 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".		
5	Plano general. 10s.	Personas en el parque sin ver a la cámara, caminando, jugando, comiendo etc.	SFx. Voice Over: Le preguntamos a la licenciada en psicología Mina Gómez a cerca de la autoestima y las consecuencias en la sociedad actual.	
6	Plano medio. 60s.	Dentro de una oficina, detrás de un escritorio, Lic. Mina Gómez hablando sobre la autoestima y sus consecuencias en la sociedad.		

7 Toma 1	Plano general. 8s.	Una joven embarazada caminando hacia la derecha.	SFx: continuación, Lic. Mina Gómez hablando sobre las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad, embarazos inesperados.	
7 Toma 2	Primer plano. 8s.	2 jóvenes consumiendo drogas.	SFx: continuación, Lic. Mina Gómez hablando sobre las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad, adicciones.	
7 Toma 3	Plano general. 8s.	Una pandilla, 3 jóvenes con tatuajes interactuando entre ellos.	SFx: continuación, Lic. Mina Gómez hablando sobre las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad, pandillas.	

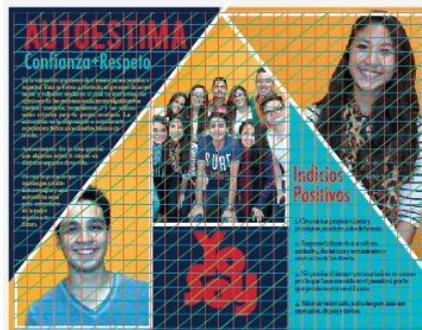
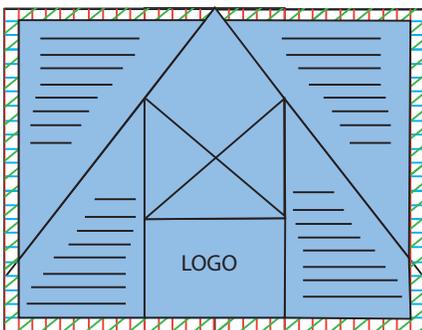
8	Plano general. 8s.	Personas en el parque sin ver a la cámara, caminando, jugando, comiendo etc.	SFx:Voice over: "Las pandillas son una de los mayores problemas sociales a los que los jóvenes están expuestos. " se presenta a Lic. Juan Carlos Molina .	
9	Primer plano. 30s.	Dentro de una oficina, detrás de un escritorio, Lic. Juan Carlos Molina, hablando sobre la autoestima en jóvenes y su experiencia con las pandillas.		
10	Plano general. 10s.	Aparece Lic. Juan Carlos Molina interactuando con los jóvenes con quienes trabaja.	SFx: Voice over: Lic. Juan Carlos Molina concluye con que hay que brindar amor a los jóvenes expuestos a este problema. Vfx: Fade a siguientes escena.	

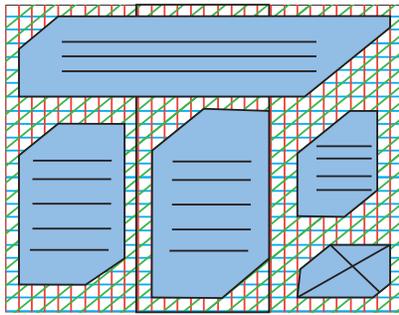
11	Plano general. 8s.	Escena anterior borrosa, entra con shade. Aparece el identificador de campaña en la parte superior central. Aparece el título: "Autoestima en la Sociedad".	Sfx: Voice over: "Hogar Miguel Magone presentó Autoestima en la Sociedad".
----	--------------------	---	--



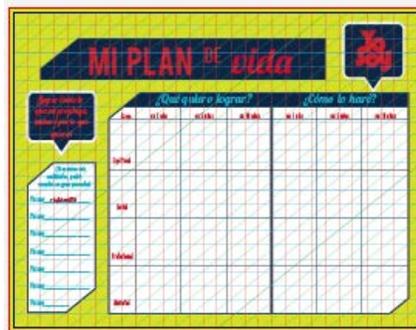
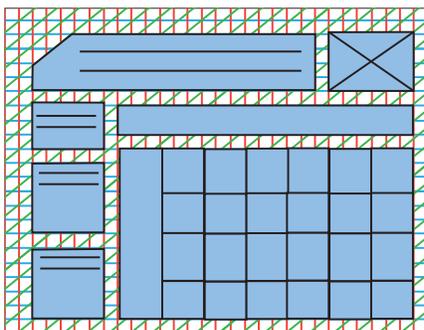
6.2.2 Material informativo para jóvenes. El objetivo principal de este material es facilitar la información sobre autoestima a los jóvenes del Hogar Miguel Magone con el fin de que sepan el valor que tienen como personas y que en esta etapa decisiva en sus vidas puedan fortalecer su identidad y tener altas expectativas de su futuro.

6.2.2.1 Trifoliar. Este material se apoyó en un layout modificado de la retícula original ya que lleva un dobléz diferente al de un trifoliar común, al igual que el trifoliar para tutores. El origami capta la atención del grupo objetivo y ayuda a su desarrollo mental. El layout facilita la jerarquía de la información y el orden de lectura. Se utilizan los fondos con los mismos tonos de la paleta de colores y las tipografías bocetadas anteriormente para mantener unidad en toda la campaña y de esta manera, cumplir con el objetivo de legibilidad.





6.2.2.2 Ficha. El layout en el que se basa este material es muy dinámico y con muchas áreas para escribir texto, esto con el objetivo de motivar a los jóvenes a escribir sus sueños y metas a corto, mediano y largo plazo. Se utilizarán imágenes para apoyar a la motivación ya que se desea lograr que el usuario plasme información personal, concreta y real para luego utilizarla como una guía en la toma de decisiones en su vida.

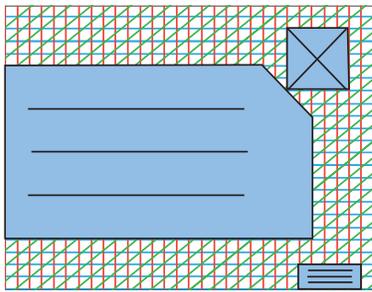


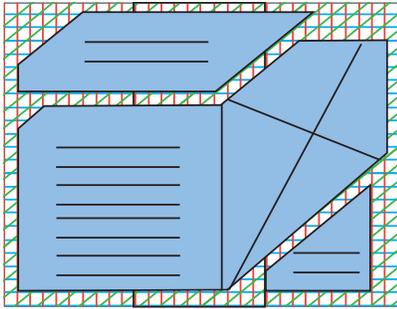
6.2.3 Material Educativo para tutores. El objetivo principal de este material es facilitar la enseñanza sobre el tema de autoestima de los tutores hacia los niños que viven en el Hogar Miguel Magone y que actualmente cursan preprimaria y primaria en la escuela a la que asisten. De esta forma se logra abarcar a todas las edades de quienes residen en el Hogar y así ayudar a aumentar su autoestima.

6.2.3.1 Folleto. El propósito de esta pieza es brindar información correcta sobre autoestima y actividades que se pueden realizar para elevarla y así servir de herramienta para la educación de los niños y niñas del Hogar Miguel Magone. Al principio no se tomó en cuenta agregar información a cerca de valores, sin embargo se vio necesario agregar esta información que ayude a fortalecer y promover la educación en valores ya que estas edades son las más adecuadas para afirmarlos y de

esta manera su identidad y valor sean, al mismo tiempo, consolidados en sus vidas fortaleciendo su autoestima.

El layout en que se fundamenta este material se basa en espacios que permiten ubicar texto e imágenes ordenadamente para una fácil comprensión de la información. Los layouts utilizados para la diagramación fueron adaptados según la diferente cantidad de información de cada página para lograr dinamismo, sin embargo, manteniendo una misma línea gráfica. Las imágenes que apoyan a los textos serán de gran tamaño ya que es necesario que los usuarios comprendan la forma correcta de elevar la autoestima de los niños, además de esta manera se refuerza el concepto "Protagonista de mi historia" ya que la persona resalta dentro del material. Este layout se divide en espacios geométricos grandes dirigidos diagonalmente hacia la parte superior derecha del material denotando superioridad y además facilita la transmisión de la información haciéndolo de una manera dinámica.





## ENSEÑÁNDOLES A VIVIR CON *amor*

### Autismo Infantil

Las personas con autismo infantil son niños que de una u otra manera tienen dificultades para comunicarse y relacionarse con los demás. Estas dificultades se manifiestan desde muy temprana edad y persisten a lo largo de la vida.

El autismo infantil es un trastorno del desarrollo que afecta a la capacidad de establecer relaciones adecuadas con los demás. Los niños con autismo tienen dificultades para comprender y responder a las expresiones faciales de los demás, para establecer relaciones adecuadas con los demás y para responder a las instrucciones verbales.

El diagnóstico del autismo infantil se realiza a través de una evaluación clínica realizada por un profesional de la salud mental. El diagnóstico se basa en la observación del comportamiento del niño y en la información proporcionada por los padres.

El tratamiento del autismo infantil se centra en mejorar las habilidades de comunicación y de interacción social. Esto se logra a través de terapias conductuales y de apoyo educativo. El tratamiento debe ser individualizado y adaptado a las necesidades de cada niño.

*"La motivación del niño es clave en el"*

## ENSEÑÁNDOLES A VIVIR CON *valor*

### Educación Infantil y Valores

La educación infantil es una etapa crucial en el desarrollo del niño. Durante esta etapa, los niños aprenden a relacionarse con los demás y a desarrollar valores fundamentales para su vida. Los valores son principios que guían el comportamiento y ayudan a tomar decisiones éticas.

Enseñar valores a los niños desde temprana edad es esencial para su desarrollo integral. Los valores como la honestidad, la responsabilidad y el respeto son fundamentales para formar ciudadanos conscientes y comprometidos con su entorno.

Los valores se enseñan a través de ejemplos y actividades cotidianas. Los adultos deben ser conscientes de su propio comportamiento y actuar como modelos para los niños. Además, se pueden utilizar cuentos, canciones y juegos para enseñar valores de manera lúdica y efectiva.

## ENSEÑÁNDOLES A VIVIR CON *valor*

### Voluntad

La voluntad es la capacidad de dirigir y controlar el propio comportamiento. Es una cualidad que nos permite superar dificultades y alcanzar nuestros objetivos. Enseñar a los niños a desarrollar su voluntad es fundamental para su éxito en la vida.

Los niños aprenden a tener voluntad a través de actividades que les desafían y les enseñan a perseverar. Esto puede incluir tareas sencillas como limpiar su habitación o completar un proyecto escolar. Al celebrar sus logros, se refuerza su confianza y su capacidad de voluntad.

Es importante que los adultos sean consistentes y establezcan reglas claras. Los niños deben entender que las consecuencias de sus acciones son reales. Esto les ayuda a comprender la importancia de cumplir con sus compromisos y de tener voluntad.

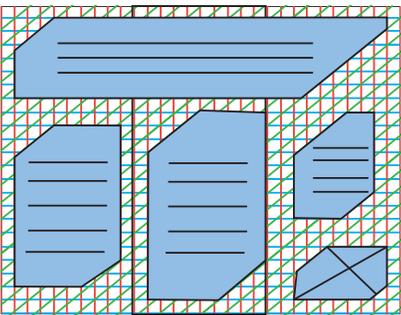
## ENSEÑÁNDOLES A VIVIR CON *valor*

### En clase

El aula es un espacio ideal para enseñar valores y habilidades sociales a los niños. Los maestros pueden utilizar situaciones reales de la vida cotidiana para enseñar valores como el respeto, la empatía y la cooperación.

Los juegos de rol y las actividades grupales son herramientas efectivas para enseñar valores. Los niños aprenden a ponerse en el lugar de los demás y a resolver conflictos de manera pacífica. Esto les ayuda a desarrollar habilidades de resolución de problemas y de toma de decisiones.

El ejemplo del maestro es fundamental. Los niños aprenden observando el comportamiento de los adultos. Por lo tanto, es importante que los maestros actúen como modelos de conducta y enseñen con el ejemplo.



## TEMA #1 EDUCAR LA *voluntad*

### Generalidades

La voluntad es la capacidad de dirigir y controlar el propio comportamiento. Es una cualidad que nos permite superar dificultades y alcanzar nuestros objetivos. Enseñar a los niños a desarrollar su voluntad es fundamental para su éxito en la vida.

Los niños aprenden a tener voluntad a través de actividades que les desafían y les enseñan a perseverar. Esto puede incluir tareas sencillas como limpiar su habitación o completar un proyecto escolar. Al celebrar sus logros, se refuerza su confianza y su capacidad de voluntad.

Es importante que los adultos sean consistentes y establezcan reglas claras. Los niños deben entender que las consecuencias de sus acciones son reales. Esto les ayuda a comprender la importancia de cumplir con sus compromisos y de tener voluntad.

## En clase

### Crecimiento del docente

El crecimiento del docente es un proceso continuo que implica el desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos. Los docentes deben estar comprometidos con su propia formación profesional y buscar oportunidades de aprendizaje constante.

La colaboración con colegas y la participación en actividades de desarrollo profesional son clave para el crecimiento del docente. Compartir experiencias y conocimientos con otros maestros puede ser muy beneficioso para mejorar la práctica docente.

Además, es importante que los docentes reflexionen sobre su propia práctica y evalúen su desempeño regularmente. Esto les permite identificar áreas de mejora y ajustar sus estrategias de enseñanza de manera efectiva.

## TEMA #2 *orden* EN TODO

### Generalidades

El orden es una cualidad que nos permite organizar nuestras vidas y nuestras acciones. Enseñar a los niños a tener orden es fundamental para su éxito en la vida. El orden ayuda a reducir el estrés y a mejorar la productividad.

Los niños aprenden a tener orden a través de actividades que les enseñan a organizar sus cosas y a seguir rutinas. Esto puede incluir limpiar su habitación, ordenar su mochila o seguir un horario establecido. Al celebrar sus logros, se refuerza su capacidad de organización y de tener orden.

Es importante que los adultos sean consistentes y establezcan reglas claras. Los niños deben entender que el orden es una parte importante de la vida cotidiana. Esto les ayuda a comprender la importancia de mantener un espacio ordenado y de seguir rutinas.

## En clase

### Logros

Los logros son momentos en los que los niños alcanzan sus objetivos y demuestran su capacidad de voluntad y de tener orden. Celebrar los logros de los niños es fundamental para reforzar su confianza y su capacidad de superar desafíos.

Los niños aprenden a tener voluntad y a tener orden a través de actividades que les desafían y les enseñan a perseverar. Esto puede incluir tareas sencillas como limpiar su habitación o completar un proyecto escolar. Al celebrar sus logros, se refuerza su confianza y su capacidad de voluntad.

Es importante que los adultos sean consistentes y establezcan reglas claras. Los niños deben entender que las consecuencias de sus acciones son reales. Esto les ayuda a comprender la importancia de cumplir con sus compromisos y de tener voluntad.

## TEMA #3 SER *sincero*

### Sinceridad: Generalidades

La sinceridad es una cualidad que nos permite ser auténticos y honestos con los demás. Enseñar a los niños a ser sinceros es fundamental para su éxito en la vida. La sinceridad ayuda a construir relaciones saludables y a ganar el respeto de los demás.

Los niños aprenden a ser sinceros a través de actividades que les enseñan a decir la verdad y a asumir la responsabilidad de sus acciones. Esto puede incluir admitir cuando se equivocan o decir la verdad cuando se les pregunta algo. Al celebrar sus logros, se refuerza su capacidad de ser sinceros y honestos.

Es importante que los adultos sean consistentes y establezcan reglas claras. Los niños deben entender que la sinceridad es una parte importante de la vida cotidiana. Esto les ayuda a comprender la importancia de ser honestos y de decir la verdad.

## Logros

### Crecimiento del docente

El crecimiento del docente es un proceso continuo que implica el desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos. Los docentes deben estar comprometidos con su propia formación profesional y buscar oportunidades de aprendizaje constante.

La colaboración con colegas y la participación en actividades de desarrollo profesional son clave para el crecimiento del docente. Compartir experiencias y conocimientos con otros maestros puede ser muy beneficioso para mejorar la práctica docente.

Además, es importante que los docentes reflexionen sobre su propia práctica y evalúen su desempeño regularmente. Esto les permite identificar áreas de mejora y ajustar sus estrategias de enseñanza de manera efectiva.

## TEMA #4 SIEMPRE *obediente*

### Generalidades

La obediencia es una cualidad que nos permite seguir las reglas y las instrucciones de los demás. Enseñar a los niños a ser obedientes es fundamental para su éxito en la vida. La obediencia ayuda a mantener el orden y a respetar a los demás.

Los niños aprenden a ser obedientes a través de actividades que les enseñan a seguir reglas y a respetar las instrucciones de los adultos. Esto puede incluir seguir las reglas de la casa o las instrucciones del maestro en el aula. Al celebrar sus logros, se refuerza su capacidad de obedecer y de respetar.

Es importante que los adultos sean consistentes y establezcan reglas claras. Los niños deben entender que la obediencia es una parte importante de la vida cotidiana. Esto les ayuda a comprender la importancia de seguir las reglas y de respetar a los demás.

## En clase

### Crecimiento del docente

El crecimiento del docente es un proceso continuo que implica el desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos. Los docentes deben estar comprometidos con su propia formación profesional y buscar oportunidades de aprendizaje constante.

La colaboración con colegas y la participación en actividades de desarrollo profesional son clave para el crecimiento del docente. Compartir experiencias y conocimientos con otros maestros puede ser muy beneficioso para mejorar la práctica docente.

Además, es importante que los docentes reflexionen sobre su propia práctica y evalúen su desempeño regularmente. Esto les permite identificar áreas de mejora y ajustar sus estrategias de enseñanza de manera efectiva.

## TEMA #5 DEBO SER generoso

**Generalidades**

Se dice que a veces en la generosidad, el desprendimiento y el amor de los otros, se encuentra la esencia del ser humano. Así como el amor es el origen de la vida, así el amor es el origen de la felicidad. Y la felicidad es la vida que se experimenta cuando se vive en armonía con los demás, con el mundo y con uno mismo. Así como el amor es el origen de la vida, así el amor es el origen de la felicidad. Y la felicidad es la vida que se experimenta cuando se vive en armonía con los demás, con el mundo y con uno mismo.

**Generosidad:**

La generosidad es la virtud que consiste en dar a los demás sin esperar nada a cambio. Es una virtud que se manifiesta en todas las acciones humanas, desde la más sencilla hasta la más noble. La generosidad es una virtud que se cultiva con el tiempo y con la práctica. La generosidad es una virtud que se manifiesta en todas las acciones humanas, desde la más sencilla hasta la más noble. La generosidad es una virtud que se cultiva con el tiempo y con la práctica.



## En clase

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**Logros**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**Crecimiento del docente**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

*"Por favor y gracias son palabras de poder."*



## Logros

Compartir el conocimiento y la experiencia con los demás.

Compartir el conocimiento y la experiencia con los demás.

**Crecimiento del docente**

Compartir el conocimiento y la experiencia con los demás.



## TEMA #6 SIEMPRE alegres

**Generalidades**

La alegría es una emoción que se experimenta cuando se vive en armonía con los demás, con el mundo y con uno mismo. La alegría es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica. La alegría es una emoción que se manifiesta en todas las acciones humanas, desde la más sencilla hasta la más noble. La alegría es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica.

**Alegría:**

La alegría es una emoción que se experimenta cuando se vive en armonía con los demás, con el mundo y con uno mismo. La alegría es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica. La alegría es una emoción que se manifiesta en todas las acciones humanas, desde la más sencilla hasta la más noble. La alegría es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica.

*"El secreto de la felicidad no está en ..."*

## En clase

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**Logros**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**Crecimiento del docente**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

*"...hacer siempre lo que se quiere, sino es que se quiere siempre y la que se hace."*

## TEMA #7 VIVO EL patriotismo

**Generalidades**

El patriotismo es una emoción que se experimenta cuando se vive en armonía con los demás, con el mundo y con uno mismo. El patriotismo es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica. El patriotismo es una emoción que se manifiesta en todas las acciones humanas, desde la más sencilla hasta la más noble. El patriotismo es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica.

**Patriotismo:**

El patriotismo es una emoción que se experimenta cuando se vive en armonía con los demás, con el mundo y con uno mismo. El patriotismo es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica. El patriotismo es una emoción que se manifiesta en todas las acciones humanas, desde la más sencilla hasta la más noble. El patriotismo es una emoción que se cultiva con el tiempo y con la práctica.



## En clase

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**En clase**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**Logros**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

**Crecimiento del docente**

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

*"Mi contribución a la Nación es mi esfuerzo y dedicación."*



## Crecimiento del docente

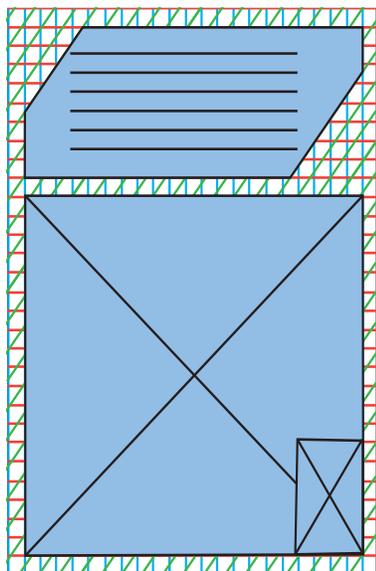
Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.

Propiciar que los alumnos se relacionen y expresen sus ideas y opiniones en un ambiente de respeto y confianza.



6.2.4 Material persuasivo para jóvenes. Se elige este material ya que permite la fijación de la información en la memoria del grupo objetivo y genera una acción interna o externa. En esta etapa de sus vidas, los jóvenes son muy influenciados por el ambiente que los rodea y sus emociones son muy fluctuantes, por lo tanto la motivación es necesaria para reforzar su identidad y su valor como personas.

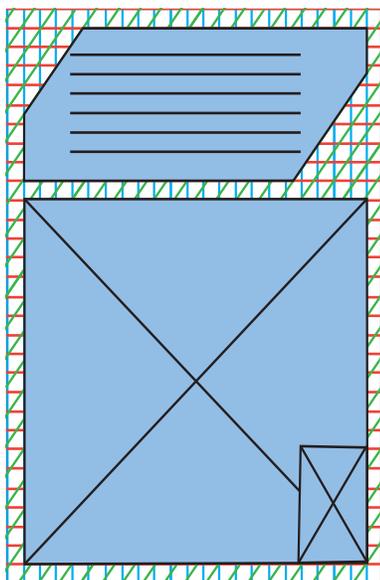
6.2.4.1 Afiches. Se basa en un layout muy simple ya que el único texto que se coloca es una frase que provoca impacto y reflexión en el usuario, además se apoya con una fotografía y el identificador de campaña. Los espacios en los que se divide el texto e imágenes son geométricos con líneas diagonales hacia la parte superior derecha del material para llevar una misma línea gráfica y lograr dinamismo.



LAS ADVERSIDADES  
SOLO TE MOSTRARÁN  
QUEERES MÁS *fuerte*  
DE LO QUE CREES



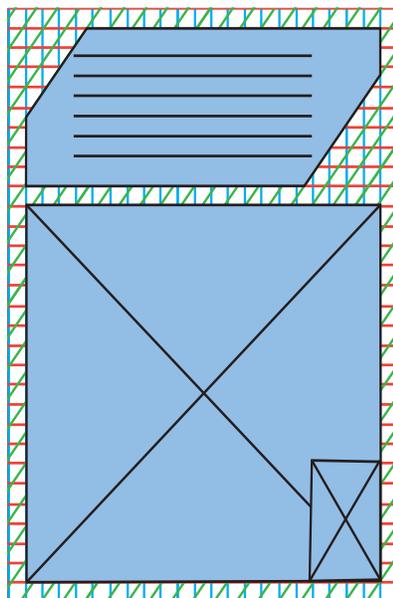
LAS ADVERSIDADES  
SOLO TE MOSTRARÁN  
QUEERES MÁS *fuerte*  
DE LO QUE CREES



LA *felicidad* ESTÁ  
SIEMPRE DENTRO DE TI  
QUE NADIE ROBE TU  
*sonrisa*



LA *felicidad* ESTÁ  
SIEMPRE DENTRO DE TI  
QUE NADIE ROBE TU  
*sonrisa*



RECUÉRDATE  
A TÍ MISMO QUE ESTÁ  
BIEN NO SER *perfecto*



RECUÉRDATE  
A TÍ MISMO QUE ESTÁ  
BIEN NO SER *perfecto*



## 6.3 VALIDACIÓN

Se llevaron a cabo los objetivos para realizar las validaciones los cuales se presentan a continuación:

- Comprobar que no existan barreras para captar el mensaje y la fácil utilización del material para el grupo objetivo.
- Verificar la coherencia del diseño con el tema por medio de los psicólogos.
- Confirmar la efectividad del diseño, si es adecuado y llamativo para el grupo objetivo, además verificar si las piezas representan el concepto de diseño a través de los expertos en Diseño Gráfico.

6.3.1 Formato. El resultado de las validaciones en cuanto al formato fue positivo. La mayoría de los diseñadores gráficos y de los expertos encuestados respondieron que el tamaño del formato de las piezas es adecuado. Además, la mayor parte del grupo objetivo respondieron que les llama mucho la atención la interacción que tienen con las piezas y que están de acuerdo con el tamaño de las piezas en proporción a los elementos gráficos utilizados. Uno de los comentarios fue a cerca de la interacción con el trifoliar, es muy llamativa para el grupo objetivo, sin embargo, algunos diseñadores gráficos sugirieron darle un mayor sentido al doblar y hacerlo más personalizado.

6.3.2 Imágenes. Según las encuestas realizadas todos los encuestados del grupo objetivo perciben las imágenes con un mensaje positivo. La mayoría respondió que le transmite alegría y fuerza el cual es el objetivo con el que se realizaron. La mitad de los diseñadores gráficos encuestados comentaron que las imágenes son adecuadas, sin embargo la otra mitad sugirió lograr una mayor identificación con el grupo objetivo haciendolo parte de las piezas y así lograr transmitir el mensaje con más fuerza.

6.3.3 Color. Con respecto a los colores, todos los encuestados del grupo objetivo y los expertos respondieron positivamente, se obtuvo comentarios de que son muy llamativos, aportan mucho dinamismo y van de acuerdo al tema. Sin embargo, una minoría de los diseñadores gráficos encuestados respondieron que se pueden hacer cambios para llamar aún más la atención. Además, sugirieron agregar una textura para hacer el diseño más juvenil y más dinámico.



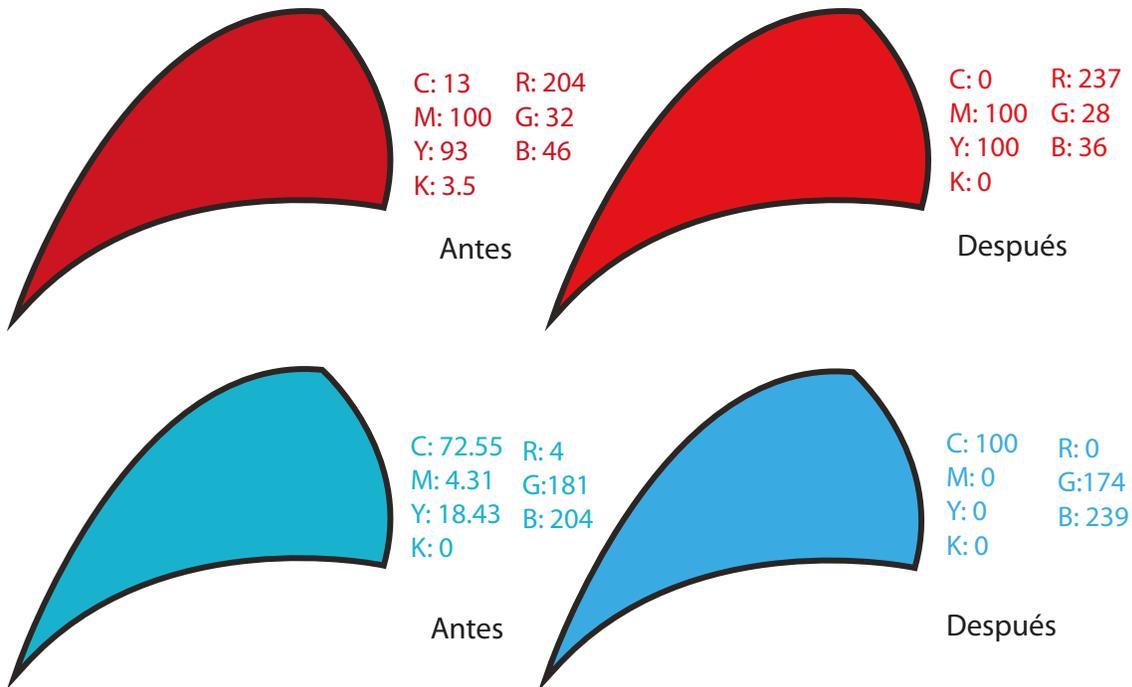
Antes



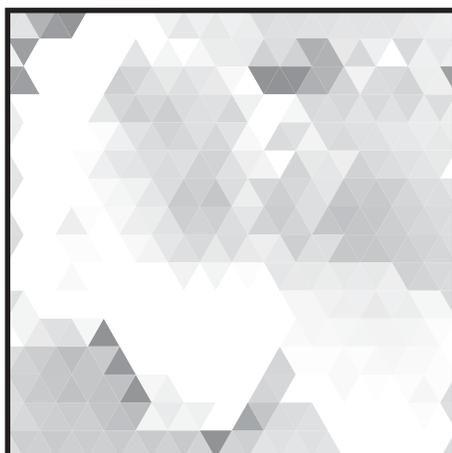
Después



6.3.5.3 Color. Se decide cambiar el porcentaje de magenta en el color rojo y el porcentaje de cyan en el color celeste para lograr el objetivo de resaltar dentro del material ya que en la impresión estos colores se empastan y se opacan por el contraste.



Además, se agrega una textura vectorial para agregar dinamismo a las piezas la cual, para mantener una línea gráfica, está conformada de figuras geométricas con líneas rectas las cuales se utilizan en todo el diseño para reforzar la importancia del tema de Autoestima.



6.3.5.4 Tipografía. Se cambió la tipografía de los títulos y subtítulos a CoolveticaRG-Regular, la de los textos a Helvetica y la que se utiliza para llamar la atención de ciertas palabras en los títulos y frases se utiliza la misma, Lobster 1.4.

Antes

**BEBAS**

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**Big Caslon Medium**

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**Futura**

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**TITULO**

**Subtítulo**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

**YO SOY *responsable*  
DE MIS ACCIONES.**

Después

## CoolveticaRG-Regular

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Helvetica

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

# Titulo

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

**Yo soy *responsable*  
de mis acciones.**

6.3.5.5 Trifoliar informativo para jóvenes. El trifoliar informativo se convirtió en un polifoliar ya que se decidió mantener el doblar para crear identificación con el grupo objetivo, lo cual es muy importante para hacerles llegar el mensaje. Además, al formar el identificador de la campaña con los dobleces de origami, ayuda a reforzar la campaña y el mensaje que se desea transmitir a través de ella. Se redujo la información a frases más concretas y personalizadas, y se colocaron en el orden de lectura correspondiente al doblar. Se mantuvo la línea gráfica utilizando la misma paleta de colores y la tipografía caligráfica para resaltar palabras específicas dentro de las frases y así crear mayor impacto. En esta pieza es la única que utiliza texto en color blanco ya que son frases cortas y concretas, al resaltar dentro de los colores de fondo transmite de una mejor forma el concepto de "Protagonista de mi historia" sin perder legibilidad. Además, se le agregó como último punto dentro del polifoliar, una casilla para escribir el nombre, esto logrará una mayor identificación con la pieza.

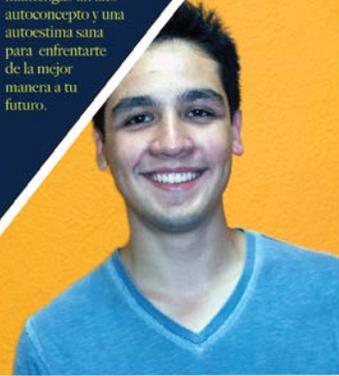
# AUTOESTIMA

## Confianza+Respeto

Es la valoración que tienes de ti mismo ya sea positiva o negativa. Esta se forma a través de un proceso de asimilación y reflexión mediante el cual tu interiorizas las opiniones de las personas socialmente significativas (padres, maestros, compañeros...) y las utilizas como criterios para tu propia conducta. La autoestima es la disposición a considerarte competente frente a los desafíos básicos de la vida.

**Autoconcepto:** Es la idea general que elaboras sobre ti mismo en distintos aspectos de tu vida.

Es muy importante que mantengas un alto autoconcepto y una autoestima sana para enfrentarte de la mejor manera a tu futuro.



**Yo soy**

## Indicios Positivos

1. Cree en tus propios valores y principios practicándolos fielmente.
2. Responsabilízate de tus valores, actitudes, decisiones y sentimientos y respeta los de los demás.
3. No pierdas el tiempo preocupándote en exceso por lo que haya ocurrido en el pasado ni por lo que pueda ocurrir en el futuro.
4. Siéntete valorizado, todas las personas son especiales, dignas y únicas.



# MI AUTOESTIMA

## Tipos

### Autoestima Sana:

La persona se valora y se ama tal cual es. No necesita llamar la atención con actitudes malas o agresivas porque no busca la aprobación de los demás, se la gana.

### Autoestima No Sana:

La persona no se ama, no se acepta y no se valora en sus cualidades.

Cuando una persona es envidiosa o arrogante muchas veces se piensa que es porque tiene la autoestima elevada. Sin embargo, esta es solamente un caparazón que utilizan para evitar que las personas observen su falta de aceptación propia y la búsqueda intensa por ser valorados y amados.

## Tú eliges

Es tu decisión elegir que aspectos te gustaría cambiar. El primer paso que tienes que dar es aceptarte a ti mismo tal cual eres, sin culpas ni vergüenzas. Aceptar no significa que no puedas imaginar o desear cambios o mejoras. Ten muy en claro que tú vales por quien eres, no por las cosas materiales que posees.

- Cuando te veas en un espejo di: "Que bien me veo".
- Aprende a creer y valorarte a ti mismo/a, sin importar lo que digan los demás.
- Ten confianza plena en lo que eres y haces.
- Rompe dependencias emocionales porque estas te limitan en la capacidad de tomar tus propias decisiones.
- Aprende a decir "No" cuando algo te molesta o no debes hacerlo.
- No te vengas abajo ante una crítica o una descalificación. Valora y acepta las críticas constructivas de los demás, desechando las que son hirientes y aceptando cambiar para ser una mejor persona.



## ¡Eres valioso!

¡Nunca pierdas las ganas de pensar en positivo! Invierte todo lo que parezca mal o que no tiene solución. No responsabilices a nadie más por las consecuencias de tus decisiones. Aceptalas, aprende, cambia tu actitud y sigue adelante. Aprende a conocerte, tienes cualidades que los demás no tienen, aprovéchalas y ponlas en práctica. Tus logros ayudarán a que mantengas una actitud positiva y te mantengas de buen ánimo.

4. Yo soy maravillosamente poderoso para lograr una transformación.

2. Yo soy sumamente especial en cada una de mis cualidades.

3. Yo soy suficientemente valiente y fuerte.

Nunca olvidaré que:

1. Yo soy la más asombrosa creación en las manos de Dios.

**Yo soy**

**¿Quién soy?**

Guía para una autoestima sana.

6. Yo soy divinamente merecedor de afecto y amor.

7. Yo soy extraordinariamente inteligente y capaz.

Nombre:

5. Yo soy inigualablemente valioso, más de lo que alguna vez pueda imaginar.

6.3.5.6 Trifoliar informativo para tutores. Este, al igual que el de jóvenes se convirtió en un polifoliar ya que se decidió mantener el doblez para crear identificación con el grupo objetivo, lo cual es muy importante para hacerles llegar el mensaje. Se redujo la información a frases más concretas y personalizadas, que sean prácticas y que puedan facilitar la información sobre el tema de Autoestima a los tutores, estas frases se colocaron en el orden de lectura correspondiente al doblez. Se mantuvo la línea gráfica utilizando la misma paleta de colores y la tipografía caligráfica para resaltar palabras de acción dentro de las frases y así lograr un mayor impacto. Esta pieza es la única que utiliza texto en color blanco ya que son frases cortas y concretas, al resaltar dentro de los colores de fondo transmite de una mejor forma el concepto de "Protagonista de mi historia" sin perder legibilidad. Además, se le agregó como último punto dentro del polifoliar, una casilla para escribir el nombre, esto logrará una mayor identificación con la pieza.

## Antes

**AUTOESTIMA**  
Confianza+Respeto

Es la valoración que tienes de ti mismo ya sea positiva o negativa. Esta se forma a través de un proceso de asimilación y reflexión mediante el cual tu interiorizas las opiniones de las personas socialmente significativas (padres, maestros, compañeros...) y las utilizas como criterios para tu propia conducta. La autoestima es la disposición a considerarte competente frente a los desafíos básicos de la vida.

Autoconcepción: Es la idea general que elaboras sobre ti mismo en distintos aspectos de tu vida.

Es muy importante que mantengas un alto autoconcepción y una autoestima sana para enfrentarte de la mejor manera a tu futuro.

**Indicios Positivos**

1. Cree en tus propios valores y principios practicándolos fielmente.
2. Responsabilízate de tus valores, actitudes, decisiones y sentimientos y respeta los de los demás.
3. No pierdas el tiempo preocupándote en exceso por lo que haya ocurrido en el pasado ni por lo que pueda ocurrir en el futuro.
4. Siéntete valorizado, todas las personas son especiales, dignas y únicas.
5. Ten confianza plena en lo que eres y haces.

**Yo soy**



# MI AUTOESTIMA

## Los jóvenes y la autoestima

Los adolescentes están en el proceso de construir una identidad propia y esto les provoca miedo e inseguridad. Se encuentran en disyuntiva de ser ellos mismos o ser iguales a sus amigos.

La mayoría de los problemas de salud física y psicológica que surgen en la adolescencia están fuertemente asociados a una autoestima no sana: Bajo rendimiento escolar, embarazos no deseados, uso de drogas, desórdenes alimenticios, pandillerismo y delincuencia.

Por lo tanto, es tu responsabilidad educarlos sobre valores y mostrar el cariño y aprecio necesario para que no lo busquen en lugares inapropiados.

## Tú eliges

Es tu decisión elegir que aspectos te gustaría cambiar. El primer paso que tienes que dar es aceptarte a ti mismo tal cual eres, sin culpas ni vergüenzas.

- Cuando te veas en un espejo di: "Que bien me veo".

Rompe dependencias emocionales porque estas te limitan en la capacidad de tomar tus propias decisiones.

- Aprende a decir "No" cuando algo te molesta o no debes hacerlo.

- No vivas pensando en el pasado, levántate y comienza de nuevo. Nunca es tarde para comenzar a luchar por tus sueños.

### Tipos de Autoestima

**Autoestima Sana:** La persona se valora y se ama tal cual es.

**Autoestima No Sana:** La persona no se ama, no se acepta y no se valora en sus cualidades.

Cuando analices a los niños y jóvenes a tu cargo, no confundas una actitud arrogante y llamativa con una autoestima alta, al contrario estas actitudes muestran necesidad de aprecio y valoración. Ponles mucha atención y ayúdalos a elevarla con muestras de amor.



## ¡Eleva su autoestima!

1. Confía en la competencia de tus alumnos. Ellos pueden lograr sus metas.
2. Alíentalos a proponerse metas altas.
3. Estimúlos a perseverar en ellas.
4. Genera un clima de confianza en el aula.
5. Propicia el diálogo y las conductas asertivas.
6. Acepta la crítica constructiva de parte de ellos.

Después

**2. Refuerza sus cualidades, todos son especiales y únicos.**

**4. Alíentalos con insistencia a ser agentes de transformación.**

**3. Confía en la competencia de tus alumnos, ellos son fuertes y valientes.**

**1. Brinda amor a tus alumnos, ellos son la más asombrosa creación de Dios.**

**Autoestima Sana**

*Guía de formación de la autoestima.*

**6. *Recuérdales***  
constantemente  
que son amados  
y aceptados  
tal como  
son.



**7. *Estimúlalos a***  
perseverar en sus  
sueños y metas,  
ellos son  
capaces de  
lograrlo.

Nombre:

**5. *Afirma*** su identidad con expresiones de  
aprobación, abrazos fuertes y palabras  
positivas. Tu eres parte esencial en el  
crecimiento de una autoestima sana en ellos.

6.3.5.7 Ficha informativa para jóvenes. Esta pieza tuvo cambios pequeños, sin embargo, le agregaron mucho valor. Para darle más movimiento, se le agregó una textura de fondo la cual se unifica con las líneas de diagramación que se han ido trabajando durante todo el proceso aportando mucho dinamismo sin salirse de la línea gráfica. Además, al igual que todas las piezas se cambia la tipografía por una más juvenil y legible, utilizando siempre los mismos colores.

Antes

**MI PLAN DE vida** **Yo soy**

¡Lograré todo lo que me proponga, lucharé por lo que quiero!

¡Si conozco mis cualidades, las aprovecharé al máximo!

Yo soy responsable

Yo soy \_\_\_\_\_

	¿Qué quiero lograr?				¿Cómo lo haré?			
	Área	en 1 año	en 5 años	en 10 años	en 1 año	en 5 años	en 10 años	
Espiritual								
Social								
Profesional								
Material								

Después

**Mi plan de vida** **Yo soy**

¡Lograré todo lo que me proponga, lucharé por lo que quiero!

¡Si conozco mis cualidades, las aprovecharé al máximo!

Yo soy responsable

Yo soy \_\_\_\_\_

Áreas	¿Qué quiero lograr?			¿Cómo lo haré?		
	en 1 año	en 5 años	en 10 años	en 1 año	en 5 años	en 10 años
Espiritual	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz
Social	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz
Profesional	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz
Material	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz	ser feliz

6.3.5.8 Folleto educativo para tutores. El folleto educativo tuvo pequeños cambios que agregaron mucho dinamismo a la pieza. Se le agregó el fondo con una textura que además de brindar mucho movimiento da unidad a todas las piezas de la campaña. Además, en las figuras que se utilizan para insertar frases que apoyan el texto, se cambió el color de la tipografía para que no se empaste con el azul de fondo y tenga mayor legibilidad. Para quitar la rigidez del texto, se agregó cuadros de color amarillo con tipografía azul oscuro. También, se cambió la tipografía por una más legible y juvenil.

Antes

Después







Antes

Después

### TEMA #4 SIEMPRE *obediente*

**Generalidades**

Este tema tiene el propósito de enseñar a los niños a obedecer a sus padres y maestros, lo cual es una virtud muy importante para su desarrollo personal y social.

**Obediencia:**

Es el acto de seguir las órdenes o instrucciones de alguien con respeto y voluntad. Es una virtud que nos ayuda a ser responsables y a cumplir con nuestras obligaciones.

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de obedecer a sus padres y maestros, y que actúen de acuerdo con las reglas establecidas.

**Actividad:**

Realizar un juego de roles donde los niños actúen como padres y maestros, y los demás como hijos o alumnos, para practicar la obediencia.

**Reflexión:**

¿Por qué es importante obedecer a los demás? ¿Cómo podemos practicar la obediencia en nuestra vida diaria?

### Tema #4 Siempre *obedientes*

**Generalidades**

Este tema tiene el propósito de enseñar a los niños a obedecer a sus padres y maestros, lo cual es una virtud muy importante para su desarrollo personal y social.

**Obediencia:**

Es el acto de seguir las órdenes o instrucciones de alguien con respeto y voluntad. Es una virtud que nos ayuda a ser responsables y a cumplir con nuestras obligaciones.

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de obedecer a sus padres y maestros, y que actúen de acuerdo con las reglas establecidas.

**Actividad:**

Realizar un juego de roles donde los niños actúen como padres y maestros, y los demás como hijos o alumnos, para practicar la obediencia.

**Reflexión:**

¿Por qué es importante obedecer a los demás? ¿Cómo podemos practicar la obediencia en nuestra vida diaria?

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de obedecer a sus padres y maestros, y que actúen de acuerdo con las reglas establecidas.

### En clase

El docente debe tener en cuenta que los niños están aprendiendo a obedecer y a seguir las reglas establecidas en el aula. Es importante que el docente sea un ejemplo y que los niños vean que el docente cumple con las reglas.

### Crecimiento del docente

El docente debe tener en cuenta que los niños están aprendiendo a obedecer y a seguir las reglas establecidas en el aula. Es importante que el docente sea un ejemplo y que los niños vean que el docente cumple con las reglas.

**Logros**

Los niños comprenden la importancia de obedecer a sus padres y maestros, y actúan de acuerdo con las reglas establecidas.

### En clase

El docente debe tener en cuenta que los niños están aprendiendo a obedecer y a seguir las reglas establecidas en el aula. Es importante que el docente sea un ejemplo y que los niños vean que el docente cumple con las reglas.

### Crecimiento del docente

El docente debe tener en cuenta que los niños están aprendiendo a obedecer y a seguir las reglas establecidas en el aula. Es importante que el docente sea un ejemplo y que los niños vean que el docente cumple con las reglas.

**Logros**

Los niños comprenden la importancia de obedecer a sus padres y maestros, y actúan de acuerdo con las reglas establecidas.

### TEMA #5 DEBO SER *generoso*

**Generalidades**

Este tema tiene el propósito de enseñar a los niños a ser generosos y a compartir sus cosas con los demás. La generosidad es una virtud que nos ayuda a ser felices y a tener buenas relaciones con los demás.

**Generosidad:**

Es el acto de dar o compartir algo de lo que tenemos con los demás sin esperar nada a cambio. Es una virtud que nos ayuda a ser felices y a tener buenas relaciones con los demás.

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de ser generosos y de compartir sus cosas con los demás.

**Actividad:**

Realizar un juego de roles donde los niños actúen como generosos y como quienes reciben la generosidad, para practicar la generosidad.

**Reflexión:**

¿Por qué es importante ser generosos? ¿Cómo podemos practicar la generosidad en nuestra vida diaria?

### Tema #5 Debo ser *generoso*

**Generalidades**

Este tema tiene el propósito de enseñar a los niños a ser generosos y a compartir sus cosas con los demás. La generosidad es una virtud que nos ayuda a ser felices y a tener buenas relaciones con los demás.

**Generosidad:**

Es el acto de dar o compartir algo de lo que tenemos con los demás sin esperar nada a cambio. Es una virtud que nos ayuda a ser felices y a tener buenas relaciones con los demás.

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de ser generosos y de compartir sus cosas con los demás.

**Actividad:**

Realizar un juego de roles donde los niños actúen como generosos y como quienes reciben la generosidad, para practicar la generosidad.

**Reflexión:**

¿Por qué es importante ser generosos? ¿Cómo podemos practicar la generosidad en nuestra vida diaria?

### En clase

El docente debe tener en cuenta que los niños están aprendiendo a ser generosos y a compartir sus cosas con los demás. Es importante que el docente sea un ejemplo y que los niños vean que el docente es generoso.

**Logros**

Los niños comprenden la importancia de ser generosos y de compartir sus cosas con los demás, y actúan de acuerdo con las reglas establecidas.

**Reflexión:**

¿Por qué es importante ser generosos? ¿Cómo podemos practicar la generosidad en nuestra vida diaria?

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de ser generosos y de compartir sus cosas con los demás.

### En clase

El docente debe tener en cuenta que los niños están aprendiendo a ser generosos y a compartir sus cosas con los demás. Es importante que el docente sea un ejemplo y que los niños vean que el docente es generoso.

**Logros**

Los niños comprenden la importancia de ser generosos y de compartir sus cosas con los demás, y actúan de acuerdo con las reglas establecidas.

**Reflexión:**

¿Por qué es importante ser generosos? ¿Cómo podemos practicar la generosidad en nuestra vida diaria?

**Objetivo:**

Que los niños comprendan la importancia de ser generosos y de compartir sus cosas con los demás.

# Antes

# Después

**Logros**

- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.
- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Crecimiento del docente**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.



**Logros**

- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.
- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Crecimiento del docente**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.



**TEMA #6 SIEMPRE *alegres***

*El secreto de la felicidad no está en...*

**Generalidades**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Alegria:**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.



**TEMA #6 Siempre *alegres***

*El secreto de la felicidad no está en...*

**Generalidades**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Alegria:**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.



**En clase**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Crecimiento del docente**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Logros**

- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.
- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

*...hacer siempre lo que se quiere, más en querer siempre lo que se hace.*



**En clase**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Crecimiento del docente**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Logros**

- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.
- El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

*...hacer siempre lo que se quiere, más en querer siempre lo que se hace.*



**TEMA #7 VIVO el *patriotismo***

**Generalidades**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Patriotismo:**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.



**TEMA #7 Vivir el *patriotismo***

**Generalidades**

El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.

**Patriotismo:**

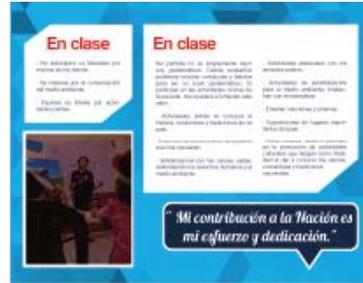
El docente se involucra en la vida del aula y participa en las actividades de los estudiantes.



Antes



Después



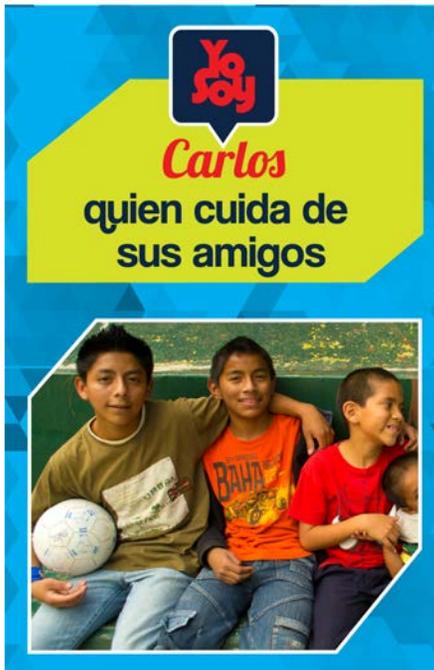
### 6.3.5.9 Afiches persuasivos para jóvenes.

A esta pieza se le agregó una textura de fondo y además se cambió el color celeste por uno con mayor porcentaje de cyan para que sobresalga aún más de la paleta de colores utilizada durante todo el proceso de diseño ya que en la impresión no causó el impacto esperado. Lo más importante de esta pieza fue el cambio de la fotografía, posición del identificador de campaña y la tipografía. Esto aporta mucho valor al diseño y a la estrategia utilizada en la campaña ya que hace esta pieza mucho más personalizada, de forma que transmita el mensaje de una manera más impactante al receptor. Para lograr esto, se cambiaron las frases de las piezas, se realizó un afiche para cada uno de los jóvenes del grupo objetivo logrando una mayor identificación y afirmación de sus cualidades.

Antes



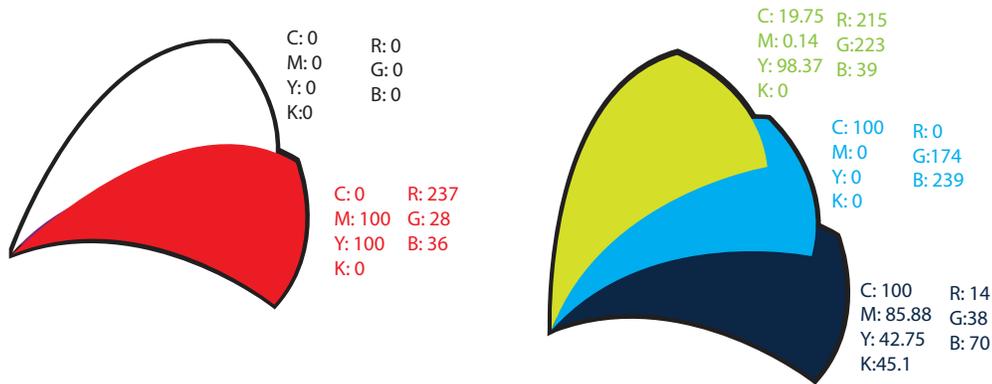
Después



## 6.4 PROPUESTA FINAL

### 6.4.1 Color.

Los colores que se eligen son una gama de complementarios vivos y uno contrastante, ya que su objetivo principal es representar identidad, se utiliza el color rojo para resaltar entre los demás. Se utilizan 3 colores complementarios, azul, celeste y amarillo. El azul brinda serenidad y al ser oscuro refleja estabilidad emocional y libertad de expresión. El celeste es un color constante en la vida del ser humano, esto facilita la identificación de las piezas y el tema con el grupo objetivo, además, brinda seguridad lo que es muy importante para comunicar el tema tratado. El amarillo se utiliza para reforzar la autoestima, este color se relaciona con la voluntad y facilita la comunicación al estimular los nervios del cerebro. Se utiliza el color rojo con un alto porcentaje de magenta para crear el contraste deseado, llamar la atención del grupo objetivo y así cumplir con su función principal de resaltar entre los demás transmitiendo así el concepto: "Protagonista de mi historia". Además se escoge el color blanco ya que es un color neutro, este ayuda a resaltar ciertos elementos dentro de fondos de color para brindar jerarquía y así llamar la atención del receptor.



#### 6.4.2 Tipografía.

Se eligen tipografías según su objetivo principal que es el de legibilidad, además de establecer jerarquía de información de una manera llamativa al grupo objetivo. Se escogen principalmente tipografías san serif para los títulos y textos largos ya que facilitan la legibilidad y la identificación con el grupo objetivo. Estas también brindan sobriedad, limpieza y modernidad a las piezas. Además, se utiliza una tipografía caligráfica que ayuda a reflejar el concepto de “Protagonista de mi historia” al sobresalir de las san serif. Estas ayudan a resaltar palabras o frases brindándoles importancia, fuerza y diferenciación dentro de toda la información ayudando a la asimilación y acercamiento de la información al grupo objetivo.

# Titulo

## Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus vestibulum libero vitae nibh consectetur convallis. Ut sed est sed libero blandit ultrices. Fusce at condimentum erat.

**Yo soy *responsable* de mis acciones.**

## CoolveticaRG-Regular

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Helvetica

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Lobster 1.4

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### 6.4.3 Fotografía.

Las fotografías que se utilizan son a color, de esta forma se logra llamar la atención del receptor y transmitir así el concepto de “Protagonista de mi historia”. Su función principal es transmitir fuerza, sin embargo no transmite la fuerza por sí misma sino que sirve de apoyo al mensaje y esa fuerza se complementa con ambos elementos.

Se utilizan diferentes fotografías para los jóvenes y para los tutores las cuales se presentan a continuación:

Las fotografías para jóvenes son personalizadas, representan a los mismos jóvenes que viven el Hogar Miguel Magone, de esta manera se asegura la identificación con el grupo objetivo y una mayor captación del mensaje. Estas imágenes, que apoyan al texto, son necesarias para cumplir el objetivo de transmitir el mensaje reforzando la identidad de cada uno de los jóvenes en particular logrando elevar su autoestima haciéndolos sentir importantes y valiosos que es lo que se quiere lograr como respuesta al problema social al que se le intenta dar solución.



Además, están las fotografías para el material de tutores. Estas también sirven para apoyar el texto y mostrar la interacción que los tutores deben de tener con los niños y jóvenes del Hogar Miguel Magone. Estas facilitan la transmisión de la información y la identificación del grupo objetivo con el material ya que, al ser fotografías, el realismo ayuda a comunicar de mejor manera el mensaje.









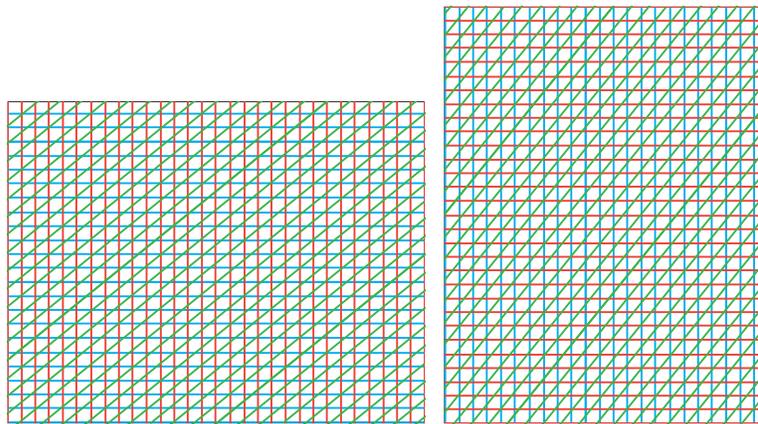
#### 6.4.4 Identificador de Campaña.

El identificador de campaña utiliza el color azul oscuro de fondo y la tipografía en color rojo. Esta es san serif y con mucho movimiento lo cual ayuda a brindar dinamismo. Además, refuerza el tema de autoestima uniendo todas las letras del nombre de la campaña en un mismo elemento el cual resalta del fondo azul transmitiendo así el concepto de “Protagonista de mi historia”. Este contraste de color permite que el identificador de campaña resalte dentro de cada una de las piezas y apoye al tema transmitiéndolo con mayor fuerza. Es necesario llamar la atención del grupo objetivo a través del material, ya que el fortalecimiento de su autoestima es de vital importancia para las decisiones que tomarán en el futuro. Por lo tanto, el identificador de campaña pretende resaltar dentro de cada una de las piezas, no solamente reforzando la campaña sino también siendo parte del mensaje para elevar la autoestima del grupo objetivo.



#### 6.4.5 Diagramación.

La diagramación que se utiliza cumple con el objetivo de reflejar orden y superioridad. Está conformada por columnas y líneas horizontales lo que le da un carácter fuerte. Al diagramar con líneas rectas se pretende comunicar un mensaje de mucha importancia como lo es el tema de Autoestima. Además, se utilizan líneas inclinadas paralelas hacia el lado superior derecho de las piezas, esto ayuda a comunicar un mensaje de superioridad y avance utilizando figuras geométricas para separar la información. Aunque es estática por las líneas rectas, es muy versátil y se utilizan sus diferentes espacios para colocar la diferente cantidad de información necesaria para cada pieza. Se utiliza la misma retícula en formato horizontal y vertical como se muestra a continuación:



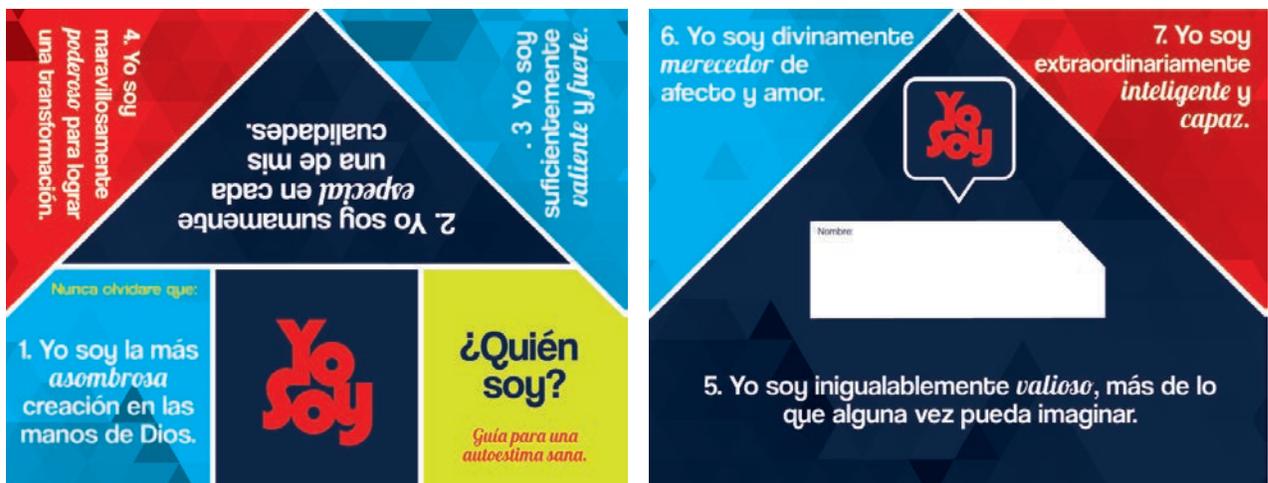
#### 6.4.6 Polifoliar informativo para jóvenes.

Este material presenta frases informativas sobre el valor de la persona, es información que se dirige específicamente al receptor, de esta manera logra su objetivo principal que es informar a cerca de la Autoestima y de esta forma los jóvenes puedan comprender que son valiosos como seres humanos. Cada frase está redactada de forma personalizada resaltando ciertos adjetivos calificando a la persona logrando que esta sea consciente de sus capacidades y cualidades.

Se pretende que este material sea llamativo para el grupo objetivo. Para lograr la interacción, esta pieza tiene un doblez que forma el identificador de campaña en la contraportada. En la portada se presenta el título de la pieza que es “¿Quién soy?, guía para una autoestima sana” ya que en el interior, al desdoblar cada pestaña del polifoliar, contiene frases que responden a esta pregunta las

cuales afirman la identidad del joven comunicando un mensaje directo y elevando su autoestima. Cada frase está numerada para asegurar el orden de lectura y así lograr un mayor impacto transmitiendo la información de manera ordenada.

El formato del material es tamaño carta (8.5" x 11") esto permite transmitir la información al tamaño adecuado permitiendo su legibilidad. Además, junto con el doblar logra el propósito de llamar la atención del grupo objetivo logrando también la interacción y así eliminando toda barrera de comunicación que pueda existir entre el joven y un material informativo. El tamaño del formato junto con el doblar también permite que el material pueda ser llevado de un lugar a otro para que el joven siempre tenga presente la información que esta pieza contiene.



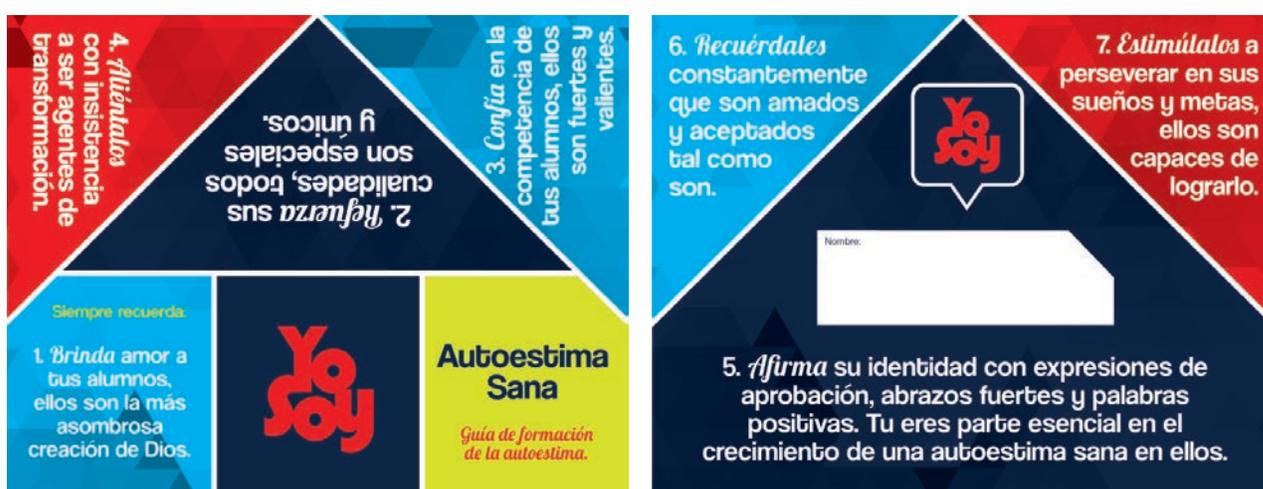
#### 6.4.7 Polifoliar informativo para tutores.

Esta pieza contiene frases informativas sobre la manera de elevar la autoestima de los jóvenes. Es información muy directa y concisa que pretende ser fácil de recordar para que los tutores la pongan en práctica. Cada frase está numerada para facilitar el orden de lectura resaltando en cada una de ellas un verbo que, al ser redactado de forma mandatoria, psicológicamente incita a la acción logrando de esta forma el objetivo principal de la pieza que es informar al tutor sobre las formas correctas de elevar la autoestima de los jóvenes.

Esta pieza está conformada por un doblar el cual pretende llamar la atención del grupo objetivo para facilitar la comunicación y que la información sea recordada más fácilmente. En la contraportada se forma la figura del identificador de campaña, esto ayuda a presentar la campaña y

a que el grupo objetivo identifique las piezas como parte de esta. En la portada contiene el título de la pieza informativa que es “Autoestima Sana, guía de formación de la Autoestima” este título introduce la información que se presenta en las pestañas interiores con las cuales tendrán interacción a medida que la van leyendo.

El formato de esta pieza es tamaño carta (8.5”x11”) este permite comunicar la información en un tamaño adecuado y de forma ordenada, además de llamar la atención por presentarla de una forma no convencional. Esto también permite que la pieza sea portátil, lo que quiere decir que el grupo objetivo la pueda llevar de un lado a otro para tener siempre presente la información.



#### 6.4.8 Ficha informativa para jóvenes.

Esta pieza tiene como objetivo principal ser una guía para que el grupo objetivo analice su vida y se plantee objetivos para el futuro, esto les servirá de información para que a lo largo del año ellos estén conscientes de lo que quieren hacer y cómo lo van a lograr. Es una ficha que contiene espacios para que ellos mismos escriban la información que les será útil en el futuro. Contiene un cuadro que deben llenar con cualidades que cada uno considere que posee y así poder sacarles provecho al plantearse metas y sueños a corto, mediano y largo plazo en cada una de las áreas de su vida.

El formato de esta pieza es tamaño carta (8.5”x11”) esto facilita que los jóvenes lo guarden entre sus objetos personales y tengan presente esta guía al poder revisarla cada cierto tiempo cuando ellos lo consideren necesario. Además, el tamaño de los espacios les ayuda a ser concisos y directos al

redactar cada una de sus metas que luego podrán extender y detallar con la asesoría y guianza de su tutor.

**Mi plan de vida** 

*Alegaré todo lo que me proponga, lucharé por lo que quiero!*

*¡Si conozco mis cualidades, las aprovecharé al máximo!*

Yo soy responsable

Yo soy \_\_\_\_\_

Áreas	¿Qué quiero lograr?			¿Cómo lo haré?		
	en 1 año	en 5 años	en 10 años	en 1 año	en 5 años	en 10 años
Espiritual						
Social						
Profesional						
Material						

#### 6.4.9 Video informativo para tutores.

Esta pieza tiene como objetivo principal el informar a los tutores a cerca de las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad. Se pretende que los tutores al recibir esta información estén conscientes de la importancia de educar la autoestima de los niños y jóvenes del Hogar Miguel Magone y que ellos, siendo las personas más cercanas, sepan que tienen la obligación de criarlos con amor y palabras de validación para que al afirmar su identidad ellos crezcan con convicciones y valores firmes para que al salir del Hogar sepan tomar buenas decisiones siendo hombres y mujeres de bien que traigan desarrollo a la sociedad.

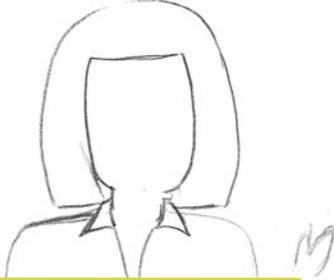
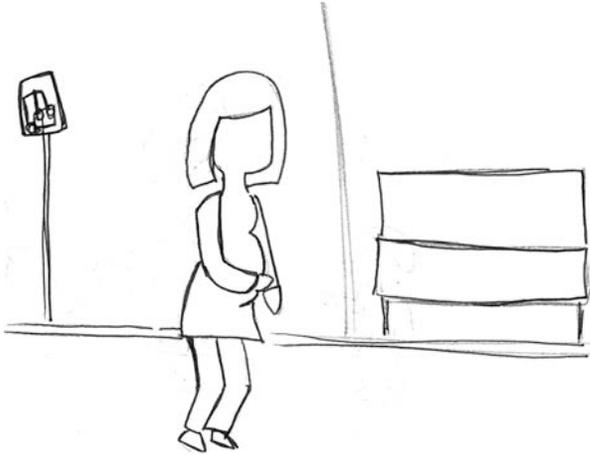
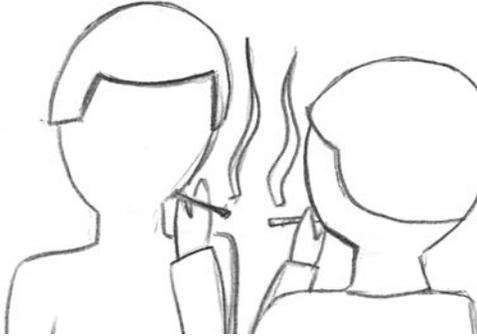
Este video es tipo documental, sin embargo dura unicamente 3.20 minutos para no aburrir al receptor y enviar información concisa que impacte a través de las tomas. Se presentan a dos expertos en el tema para crear confianza y respaldar la información. Habla la psicóloga Mina Gómez sobre la autoestima en general y sus consecuencias en la sociedad mostrando gráficamente a jóvenes que por falta de valores han tomado malas decisiones en su vida. Por otro lado, se muestra al licenciado Juan Carlos Molina quien ha tenido interacción directa con jóvenes pertenecientes a

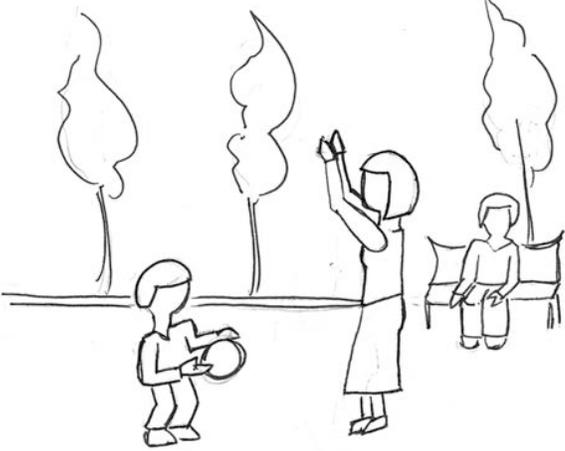
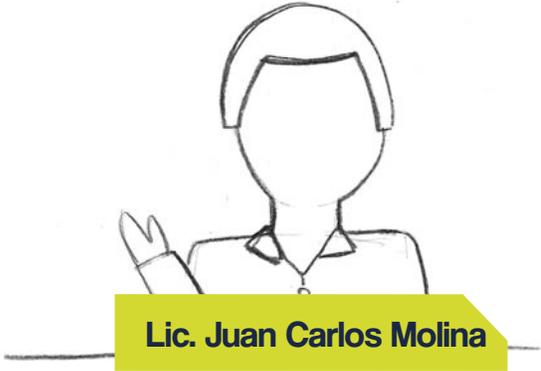
pandillas y brinda información a cerca de su experiencia con estos jóvenes y las razones por las cuales ellos se vuelven parte de un problema social tan grande en Guatemala.

Video Informativo para tutores, "Autoestima en la Sociedad"				
Escena / Toma	Plano/ Tiempo	Descripción	Sound Fx/Video Fx	Imagen
1	Plano general 4s.	Fondo negro Aparece logo	VFx: Fade in, fade out de logo SFx: Música instrumental alegre	
2	Plano general. 10s.	Un parque con muchas personas, sin ver a la cámara. Aparece el título.	VFx: Fade in y fade-out de título SFx: Continúa música instrumental alegre	

3	Plano general. 8s.	La misma toma del parque con muchas personas, haciendo actividades, caminando etc.	SFx: Voice over: Le preguntamos a algunas personas qué creen que es la autoestima y esto fue lo que nos contestaron.	
4 Toma 1	Plano medio. 5s.	Persona #1 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".		
4 Toma 2	Plano medio. 5s.	Persona #2 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".		

<p>4 Toma 3</p>	<p>Plano medio. 5s.</p>	<p>Persona #3 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".</p>		
<p>4 Toma 4</p>	<p>Plano medio. 5s. paneo hacia la derecha a plano general.</p>	<p>Persona #4 de frente hablando sobre lo que piensa es el significado de "Autoestima".</p>		
<p>5</p>	<p>Plano general. 10s.</p>	<p>Personas en el parque sin ver a la cámara, caminando, jugando, comiendo etc.</p>	<p>SFx. Voice Over: Le preguntamos a la licenciada en psicología Mina Gómez a cerca de la autoestima y las consecuencias en la sociedad actual.</p>	
<p>6</p>	<p>Plano medio. 60s.</p>	<p>Dentro de una oficina, detrás de un escritorio, Lic. Mina Gómez</p>		

		hablando sobre la autoestima y sus consecuencias en la sociedad.		 <p>Lic. Mina Gómez</p>
7 Toma 1	Plano general. 8s.	Una joven embarazada caminando hacia la derecha.	SFx: continuación, Lic. Mina Gómez hablando sobre las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad, embarazos inesperados.	
7 Toma 2	Primer plano. 8s.	2 jóvenes consumiendo drogas.	SFx: continuación, Lic. Mina Gómez hablando sobre las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad, adicciones.	

<p>7 Toma 3</p>	<p>Plano general. 8s.</p>	<p>Una pandilla, 3 jóvenes con tatuajes interactuando entre ellos.</p>	<p>SFx: continuación, Lic. Mina Gómez hablando sobre las consecuencias de la baja autoestima en la sociedad, pandillas.</p>	
<p>8</p>	<p>Plano general. 8s.</p>	<p>Personas en el parque sin ver a la cámara, caminando, jugando, comiendo etc.</p>	<p>SFx:Voice over: "Las pandillas son una de los mayores problemas sociales a los que los jóvenes están expuestos. " se presenta a Lic. Juan Carlos Molina .</p>	
<p>9</p>	<p>Primer plano. 30s.</p>	<p>Dentro de una oficina, detrás de un escritorio, Lic. Juan Carlos Molina, hablando sobre la autoestima en jóvenes y su experiencia con las pandillas.</p>		

10	Plano general. 10s.	Aparece Lic. Juan Carlos Molina interactuando con los jóvenes con quienes trabaja.	Sfx: Voice over: Lic. Juan Carlos Molina concluye con que hay que brindar amor a los jóvenes expuestos a este problema. Vfx: Fade a siguientes escena.	
11	Plano general. 8s.	Escena anterior borrosa, entra con shade. Aparece el identificador de campaña en la parte superior central. Aparece el título: "Autoestima en la Sociedad".	Sfx: Voice over: "Hogar Miguel Magone presentó Autoestima en la Sociedad".	 <div data-bbox="932 1094 1511 1325" style="background-color: #d9ead3; padding: 10px; text-align: center;"> <p><b>Autoestima en</b> <b>la <i>Sociedad</i></b></p> </div>

6.4.10 Folleto educativo para tutores.

Esta pieza posee información general sobre la autoestima infantil y valores tomada de la tesis de la Lic. Edna Escobar “ Modelo Pedagógico de Educación en Valores para Docentes”. Es muy importante que los tutores sepan inculcar valores a sus alumnos, cualquiera que sea su edad, por lo tanto, esta es una guía para facilitar la educación de valores a los niños y jóvenes del Hogar Miguel

Magone para que, de esta manera, su identidad sea afirmada al igual que su autoestima. Este folleto consta de la enseñanza de 7 valores esenciales, cuenta con el significado de cada valor, actividades que se deben adaptar en su interacción diaria con los niños y jóvenes y los logros que se obtienen al haber adquirido cada valor como propio. A través de esto, el folleto logra el objetivo de ser una herramienta facilitadora de la educación de la autoestima y valores a los tutores.

El formato de esta pieza es tamaño carta (8.5"x11") y orientación horizontal. Esto permite comunicar la información en cada página de forma ordenada y dinámica, además permite la legibilidad de la información y la ubicación de cada tema. Al ser del tamaño standard de un libro facilita la interacción y la recepción de la información al poder guardarlo junto con los demás libros de texto y tenerlo a la mano al realizar las actividades.



## Enseñándoles a vivir con **valor**

La Educación Infantil tiene la finalidad de contribuir al desarrollo físico, intelectual, afectivo, social y moral de los niños, así como a su integración en la sociedad.

Los contenidos educativos se organizan en áreas que corresponden con el modelo de desarrollo de los niños, así como a su integración en la sociedad.

Las áreas curriculares de esta etapa son:

- Identidad y autonomía personal
- Descubrimiento del medio físico y social
- Comunicación y representación

La Educación Infantil contribuye a desarrollar en los niños las siguientes capacidades:

- Conocer su propio cuerpo y su posición dentro de su entorno.
- Relacionarse con los demás a través de las distintas formas de expresión y de comunicación.
- Descubrir y explorar su entorno natural, físico y social.

### Educación Infantil y Valores

Desarrollar, conocer y controlar progresivamente el propio cuerpo, fortaleciendo una imagen positiva de sí mismo, valorando las capacidades y limitaciones de acción y expresión, y utilizando diferentes formas de expresión y comunicación.

Actuar de forma libre, pero más autónoma en sus actividades físicas, así como progresivamente seguridad afectiva y emocional y desarrollando una conciencia de sí mismo y de los demás.

Establecer relaciones sociales un tanto más amplias, aprendiendo a relacionarse con los demás.

Conocer algunos rasgos de la cultura, mostrando actitudes de respeto, interés y participación activa.

Representar y mostrar aspectos diversos de la realidad, usando recursos de lenguaje y expresiones, mediante las posibilidades comunicativas que ofrecen el juego y las formas de representación y expresión.

Utilizar el lenguaje verbal de forma adecuada a las diferentes situaciones de comunicación, habiéndose pasado por el proceso de comprensión y ser comprendido por los demás, así como, en el momento de la expresión, tener presente la intención de la comunicación y la forma de expresarse.

## Enseñándoles a vivir con **valor**

La formación de valores debe iniciar en edades tempranas, por lo que en la mente del niño se debe formar una imagen clara de los valores, así como de su importancia y de su utilidad.

Los valores deben ser enseñados de forma clara y sencilla, utilizando ejemplos cercanos al niño, así como de su entorno.

Los valores deben ser enseñados de forma clara y sencilla, utilizando ejemplos cercanos al niño, así como de su entorno.

Los valores deben ser enseñados de forma clara y sencilla, utilizando ejemplos cercanos al niño, así como de su entorno.

## Enseñándoles a vivir con **valor**

Conocer algunos rasgos de la cultura, mostrando actitudes de respeto, interés y participación activa.

Representar y mostrar aspectos diversos de la realidad, usando recursos de lenguaje y expresiones, mediante las posibilidades comunicativas que ofrecen el juego y las formas de representación y expresión.

Utilizar el lenguaje verbal de forma adecuada a las diferentes situaciones de comunicación, habiéndose pasado por el proceso de comprensión y ser comprendido por los demás, así como, en el momento de la expresión, tener presente la intención de la comunicación y la forma de expresarse.

Los valores deben ser enseñados de forma clara y sencilla, utilizando ejemplos cercanos al niño, así como de su entorno.



## Enseñándoles a vivir con **valor**

El niño de 2 a 3 años aprende las habilidades sociales necesarias para jugar y relacionarse con otros niños. A medida que crece, su capacidad de cooperar con otros niños aumenta. Algunas veces los niños se oponen a participar en juegos que tienen reglas, están contentos cuando se les permite jugar libremente, pero cuando se les impone el juego, se muestran descontentos. El juego en grupo es un aprendizaje de reglas y normas.

Hasta la edad adulta, debe relacionarse con otros y aprendiendo la idea de la libertad de acción, así como de su importancia y de su utilidad. Los niños deben aprender a cooperar con otros niños, así como de su importancia y de su utilidad.

Los niños deben aprender a cooperar con otros niños, así como de su importancia y de su utilidad. Los niños deben aprender a cooperar con otros niños, así como de su importancia y de su utilidad.

## Tema #1 Educar la **voluntad**

"No se dominar mis emociones"

El deseo del hombre se manifiesta libremente, libremente y en forma de voluntad. La voluntad es la fuerza que impulsa al hombre a actuar.

La voluntad es la fuerza que impulsa al hombre a actuar. La voluntad es la fuerza que impulsa al hombre a actuar.

La voluntad es la fuerza que impulsa al hombre a actuar. La voluntad es la fuerza que impulsa al hombre a actuar.

### En clase

La voluntad implica un aprendizaje gradual que se desarrolla con la repetición de actos en donde el niño se enfrenta a retos y dificultades. Más que adquirir hábitos positivos, más que la capacidad de controlar sus emociones, es la importancia de la conciencia de los hábitos que influyen en el que pueden ser, a los 2 años.



### Crecimiento del docente

El docente debe tener una voluntad clara, precisa, decidida y firme. Que se pueda tener algo concreto y alcanzar a todo lo que se plantea y desde de los objetivos trazados.

### Logros

Domina sus emociones (no hace berrinches ni caprichos). Domina su voluntad. Sigue las rutinas de clase.

## Tema #2 Orden en todo

"Con orden y con tiempo se encuentra el secreto de hacerlo todo y hacerlo bien."

El orden proporciona tranquilidad, confianza, seguridad, bienestar y alegría. El orden es la base de todo lo que hacemos.

El orden es la base de todo lo que hacemos. El orden es la base de todo lo que hacemos.

El orden es la base de todo lo que hacemos. El orden es la base de todo lo que hacemos.

### En clase

Es importante la constancia, el ejemplo y el ejemplo para adquirir esta virtud. Dentro de la clase se debe: Cumplir rutinas en el aula. Organizar la mochila y el escritorio en un lugar específico, sin útiles esparcidos en el lugar asignado. Explicar el por qué de las rutinas de orden para que niños y niñas las entiendan y comprendan.

### Logros

Sus pertenencias siempre están donde corresponde. Cumple con las responsabilidades que se le asignan en clase. Siempre sabe dónde están sus objetos personales.

### Crecimiento del docente

El docente debe tener una voluntad clara, precisa, decidida y firme. Que se pueda tener algo concreto y alcanzar a todo lo que se plantea y desde de los objetivos trazados.

Desarrollar hábitos de rutina y hábitos organizados que logran sus objetivos que no pueden sus hábitos personales al ser ordenados. Después de una actividad organizar a los niños para que todo en su lugar. Acomodar los materiales que se usaron para que estén donde se encuentran. Organizar responsabilidades en clase para apoyar a las rutinas y procedimientos. Respetar el horario de clases.



## Tema #3 Ser **sincero**

La sinceridad es la virtud que nos permite ser auténticos y honestos. La sinceridad es la base de toda la confianza que podemos tener en los demás.

La sinceridad es la base de toda la confianza que podemos tener en los demás. La sinceridad es la base de toda la confianza que podemos tener en los demás.

La sinceridad es la base de toda la confianza que podemos tener en los demás. La sinceridad es la base de toda la confianza que podemos tener en los demás.

Desarrollar hábitos de rutina y hábitos organizados que logran sus objetivos que no pueden sus hábitos personales al ser ordenados. Después de una actividad organizar a los niños para que todo en su lugar. Acomodar los materiales que se usaron para que estén donde se encuentran. Organizar responsabilidades en clase para apoyar a las rutinas y procedimientos. Respetar el horario de clases.





### En clase

Es importante que entendamos a los niños a sus familias con nuestra actitud ante las situaciones de clase aprendiendo a ser felices sea un objetivo constante en clase.

- Ante una actividad de clase se puede preguntar al niño si esta "puede contentarlo", "¿Satisfecho del esfuerzo?" "¿Te has cansado pero merece la pena?"

En estos días que en clase convivimos con el trabajo realizado cada día, no como una carga, sino como constatación de que el trabajo bien hecho siempre es algo edificatorio, y a la vez es una escuela de alegría donde se aprende a trabajar por el centro de la felicidad.

- Enseñamos a disfrutar de las cosas sencillas y cotidianas de las actividades de clase.
- Mostrar un sentido positivo ante las personas y acontecimientos.
- Estrategias por descubrir lo positivo.

### Crecimiento del docente

La alegría surge, en primer lugar, de una actitud, la de decidir como afrontamos nuestro mundo. Quien se desalienta por las cosas malas, sigue triste. Quien decide que su paz es mayor que las cosas malas, entonces se acerca más a la alegría. Uno elige que viene desde adentro.

El tener vida es un motivo suficiente de alegría, así en las circunstancias más adversas, estamos en condiciones de hacer algo positivo y de poderlo hacer.

Y, además, "ser hacer el bien, sin mirar a quien".

Delante de lo poco o de lo mucho que tenemos un momento a mejorar, momentos, momentos, cada momento, posibilidades, cada persona en caso de mejorar desde su interior la alegría, nada le da alegría exteriormente con una simple sonrisa y con la actitud interior de su persona, propia de quien sabe trabajar y valorar todo lo que existe a su alrededor.

### Logros

- Disfrutar de las cosas sencillas y cotidianas de clase.
- Actitud positiva y participativa en las actividades de clase.

**...hacer siempre lo que se quiere, sino en querer siempre lo que se hace."**

## Tema #7

# Vivir el patriotismo

### Generalidades

Es el valor que procura cultivar el respeto y amor que debemos a las cosas, mediante nuestro trabajo honesto y la contribución personal al bienestar común.

La educación cívica se ve fortalecida por los valores que transmitimos como ciudadanos: honestidad, fidelidad, cordura, modales, respeto a las normas y costumbres, pero podemos suponer que de poco sirve tener una actitud recta cuando se trabaja con la torpeza, el abuso y la pereza.

El ciudadano ciudadano puede quejarse de su nación, observando sus errores y deficiencias, pero al mismo tiempo buscar y proponer los medios para poder solventarlos, pues siempre se debe querer buscar soluciones.

¿Cómo adquirir esta conciencia de fidelidad y perseverancia?

- Realizar el trabajo con dedicación y esmero, en lo más justo y necesario para ser productivos.
- Preocuparse por el cuidado del medio ambiente, pagar los impuestos.
- No menoscabar todo aquello que le da a la familia, escuela, comunidad, servicios, costumbres. Si no eres capaz de respetar al entorno, jamás serás capaz de ser en el amor a la patria.
- Participar en actividades de servicio comunitario que es una forma de colaborar al desarrollo social.

### Patriotismo:

Dentro de la educación ciudadana se incluye la formación de valores como: Patriotismo, que incluye: la Identidad Histórica y Cultural. El amor que nos hace vivir plenamente nuestro compromiso como ciudadanos y fomentar el respeto que debemos a nuestra nación. La formación del sentimiento de amor a la nación que procura el respeto a la ley dentro de la moral, la disposición plena del hombre a contribuir con su desarrollo, con su defensa, acción cívica, participación, con indicadores de este valor: sentido de pertenencia, identificación nacional, lealtad a su nación, rechazo a todo lo que amenaza la independencia y soberanía.



### En clase

- No sobrepone su bienestar por encima de los demás.
- Se interesa por la conservación del medio ambiente.
- Expresa su interés por actividades patrias.



### En clase

Ser patriota no es simplemente decir "sí" gubernamental. Desde pequeños podemos mostrar conductas y hábitos para ser un buen gobernado, lo que implica en las actividades cotidianas de la escuela, nos ayuda a fomentar este valor.

- Actividades donde se conozca la historia, costumbres y tradiciones de mi país.
- Fomentar acciones a favor de aquellos que nos rodean.
- Solidarizarnos por las causas justas, defendiendo los derechos humanos y el medio ambiente.

- Actividades especiales con los símbolos patrios.
- Actividades de sensibilización para el medio ambiente: interactuar con el entorno.
- Enseñar canciones y poemas.
- Exposiciones de lugares importantes del país.
- Vestir trajes, asistir o participar en la promoción de actividades culturales que tengan como fondo del día lo conocido los valores, costumbres y tradiciones nacionales.

**"Mi contribución a la Nación es mi esfuerzo y dedicación."**

### Crecimiento del docente

¿Se cumple con todo lo anterior y más? Evidentemente, pero no olvidemos que además de vivir personalmente y con la familia, debemos mostrar y enseñar a la gente a trabajar con fe, demostrando que nunca cesamos de vivir en paz y de ser felices contribuyendo al país que nos pertenece.

La educación ciudadana se fortalece por los valores que transmitimos como ciudadanos conscientes: trabajo, conducta, modales, respeto a las normas y costumbres. Por lo tanto, la persona necesita reconocer lo que su patria le ha dado y lo que le da para poder actuar justamente con ella.



#### 6.4.11 Afiche persuasivo para jóvenes.

Para esta pieza se realizan dos diseños distintos ya que son personalizados. Cada afiche es para cada uno de los jóvenes de 14 -17 años que a la fecha permanecen en el Hogar Miguel Magone. Ya que ellos no han tenido una adecuada educación de la autoestima durante su crecimiento, se pone especial atención en fortalecer su carácter y su identidad antes que vayan a vivir fuera del Hogar. Por esta razón, se decide realizar piezas personalizadas para cada uno de ellos presentando frases que representen una de sus cualidades más notables y al mismo tiempo, de forma indirecta, haciéndolos responsables de mantenerla frente a sus compañeros. De esta manera los afiches cumplen el objetivo de persuadir a los jóvenes del grupo objetivo a ser mejores y a trabajar con esa cualidad fortaleciéndola cada día y sintiéndose orgullosos de ser diferentes a los demás al tener una cualidad que los identifica frente a los demás.

En estas piezas el identificador de campaña tiene un aspecto muy importante ya que, al igual que dentro de las otras piezas, se integra con el mensaje que se quiere transmitir, esto logra mayor

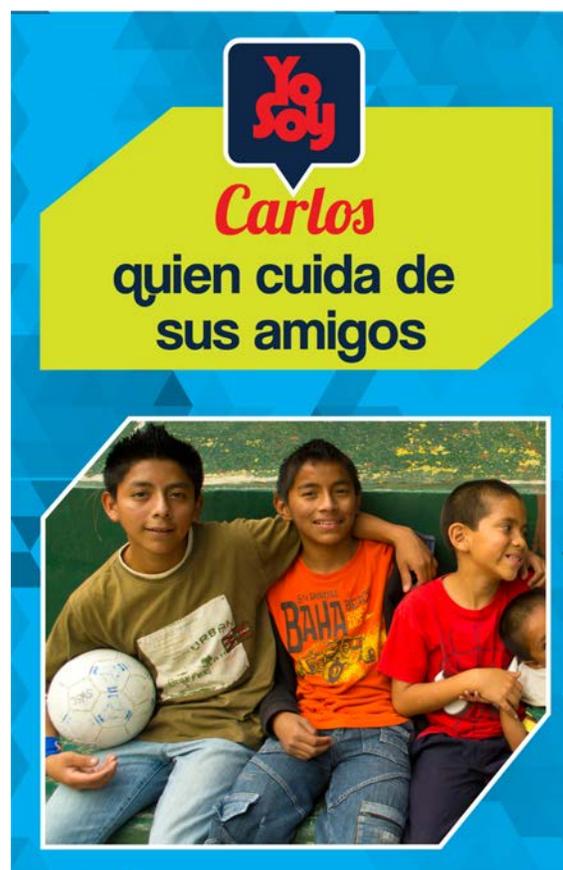
identificación del grupo objetivo con la campaña. También la fotografía que se muestra agrega mucho valor a las piezas, ya que son fotografías de los dos jóvenes mayores del Hogar Miguel Magone, se logra el objetivo de que se sientan importantes y valorados al ser tomados en cuenta teniendo una pieza diseñada específicamente para ellos.

El formato de esta pieza es de tamaño tabloide (11"x17") en orientación vertical. Esto facilita la transmisión de la información a los jóvenes ya que a estas edades es muy común que sientan admiración por artistas y les llame la atención colocar posters de ellos en las paredes o en lugares visibles, es por esto que se decide este tipo de formato ya que se pretende que cada uno de los jóvenes se sienta importante y sobresaliente entre las personas con las que convive.



Yo soy

**Hugo**  
quien lucha por  
sus sueños



Yo soy

**Carlos**  
quien cuida de  
sus amigos



## 7. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

### 7.1 ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS

Tabla No.1  
Implementación de Medios

Material	Cantidad	Sistema de impresión	Medios de distribución	Involucrados en el proceso de distribución	Tiempo y lugar
<b>Video</b>					
Video informativo para tutores	1	Audiovisual	El medio de distribución es directo con la encargada de la institución, Lic. Karen Rodas.	Los involucrados son: - Lic. Karen Rodas. - Psicóloga Lic. Nineth Saravia quien hará entrega del material a los tutores.	Lugar: Hogar Miguel Magone, Aldea El Aguacate. Tiempo: Se entregará al inicio de la campaña. Al inicio del año escolar, segunda semana del mes de enero.
<b>Polifolios</b>					
Polifoliar jóvenes	8	Digital	El medio de distribución es directo con la encargada de la institución, Lic. Karen Rodas.	Los involucrados son: - Lic. Karen Rodas. - Psicóloga Lic. Nineth Saravia quien hará entrega del material a los tutores y jóvenes.	Lugar: Hogar Miguel Magone, Aldea El Aguacate. Tiempo: segunda semana del mes de enero. Lic. Nineth Saravia dará seguimiento semanalmente.
Polifoliar tutores	12	Digital			
<b>Ficha</b>					
Ficha informativa para jóvenes	8	Digital	El medio de distribución es directo con la encargada de la institución, Lic. Karen Rodas.	Los involucrados son: - Lic. Karen Rodas. - Psicóloga Lic. Nineth Saravia quien hará entrega del material a los jóvenes.	Lugar: Hogar Miguel Magone, Aldea El Aguacate. Tiempo: tercera semana del mes de enero.
<b>Folleto</b>					
Folleto educativo para tutores	10	Digital	El medio de distribución es directo con la encargada de	Los involucrados son: - Lic. Karen Rodas. - Psicóloga Lic. Nineth Saravia	Lugar: Hogar Miguel Magone, Aldea El Aguacate. Tiempo: tercera

			la institución, Lic. Karen Rodas.	quien hará entrega del material a los tutores.	semana del mes de enero. Los tutores lo trabajarán con los niños y jóvenes a su cargo, un valor cada día de la semana, de forma continua durante todo el año.
<b>Afiches Persuasivos</b>					
Afiche jóvenes #1	6	Digital	El medio de distribución es directo con la encargada de la institución, Lic. Karen Rodas.	Los involucrados son: - Lic. Karen Rodas. - Psicóloga Lic. Nineth Saravia quien hará entrega del material a los jóvenes para colocarlos en el lugar.	Lugar: Hogar Miguel Magone, Aldea El Aguacate. Tiempo: segunda semana del mes de enero junto con el polifoliar.
Afiche jóvenes #2	6	Digital			

## 7.2 PRESUPUESTO DE DISEÑO, IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN

### 7.2.1 Presupuesto de Diseño.

A continuación, se presentan las condiciones y la cotización de diseño:

Tabla No.2  
Presupuesto de Diseño

Pieza	Versión	Precio por unidad	Total
Video	1	Q 10,000.-	Q 10,000.-
Polifoliar	2	Q 300.-	Q 600.-
Ficha	1	Q 100.-	Q 100.-
Folleto (24 páginas)	1	Q 1,000.-	Q 1,000.-
Afiche	2	Q 100.-	Q 200.-
Fotografía	18	Q 20.-	Q 360.-

Identificador de Campaña	1	Q 1,200.-
Total		Q 13,460.-

Condiciones:

1. El pago deberá realizarse con un 50% de anticipo y 50% contraentrega.
2. Otra pieza u otros cambios que no estén especificados en la cotización tiene costo extra.
3. Cada pieza tiene derecho a 3 cambios, luego cada cambio tendrá un costo extra.
4. Es necesario que la información sea revizada antes de mandar a imprimir las piezas.

### 7.2.2 Cotización de impresión.

A continuación, se presenta el presupuesto de impresión cotizado con las diferentes empresas: Grafser y GreenPrint.

#### Grafser:

Pieza	Cantidad	Material	Precio unitario.	Precio Total.
Trifoliar para tutores	12	Impresión tiro y retiro tamaño carta, papel bond con barniz. Full color.	Q 14.-	Q168.-
Trifoliar para jóvenes	8		Q 14.-	Q112.-
Ficha	8	Impresión tiro, tamaño carta en opalina.	Q 4.50	Q 36.-
Folleto (24 páginas)	10	24 páginas tamaño carta, impresión tiro, full color, empastado lomo cuadrado.	Q 123.-	Q1,230.-
Afiche versión 1	6	Opalina, tamaño tabloide, full color, barniz brillante.	Q 14.50	Q 87.-
Afiche versión 2	6		Q 14.50	Q 87.-
Total				Q1, 720.-

## GreenPrint:

Pieza	Cantidad	Material	Precio unitario.	Precio Total.
Trifoliar para tutores	12	Impresión tiro y retiro tamaño carta, papel husky.Full color.	Q 15.-	Q180.-
Trifoliar para jóvenes	8		Q 15.-	Q120.-
Ficha	8	Impresión tiro, tamaño carta en opalina.	Q 12.-	Q96 .-
Folleto (24 páginas)	10	24 páginas tamaño carta, impresión tiro, full color, anillado.	Q 320.-	Q3,200.-
Afiche versión 1	6	Opalina, tamaño tabloide, full color.	Q 20.-	Q 120.-
Afiche versión 2	6		Q 20.-	Q 120.-
Timbre de prensa solicitado por la empresa (Q16.24)				Q 3,836.-
Total:				Q 3,852.24

## 7.3 ARTES FINALES

### 7.3.1 Informe técnico de artes finales.

A quien interese,

Este CD contiene el material digital realizado para la campaña interna del Hogar Miguel Magone, los artes finales de las piezas relizadas para la campaña se encuentran dentro de la carpeta titulada “Artes finales”. Dentro de esta se encuentran dos carpetas en donde se divide el material según el

grupo objetivo al que va dirigido los cuales se titulan “Tutores” y “Jóvenes”, y dentro de estas se encuentra cada pieza titulada según su función, informativa, educativa o persuasiva.

Polifoliar informativo para jóvenes. Dentro del CD se encuentra una carpeta llamada “Jóvenes”, dentro de esta se encuentra esta pieza con el nombre “Polifoliar informativo”. El archivo está con extensión .ai realizado en Adobe Illustrator CS5.1. Este archivo contiene 4 capas las cuales se dividen en troquel, fondo, textura y textos. Se debe imprimir en full color, papel bond 80 gramos con barniz brillante o mate para una mayor duración. El documento tiene una resolución de 300 dpi y en modo CMYK. El formato es de tamaño carta 8.5” x 11” con un exceso de 0.125 pulgadas. Debe imprimirse en tiro y retiro siendo el artboard 1 el tiro y el artboard 2 el retiro. Todos los textos están convertidos en path para que la tipografía no se distorciona.

Ficha informativa para jóvenes. Dentro del CD se encuentra una carpeta llamada “Jóvenes”, dentro de esta se encuentra esta pieza con el nombre “Ficha informativa”. El archivo está con extensión .ai realizado en Adobe Illustrator CS5.1. Este archivo contiene 3 capas las cuales se dividen en textura, fondo y textos. Se debe imprimir en full color, papel opalina. El documento tiene una resolución de 300 dpi y en modo CMYK. El formato es de tamaño carta 8.5” x 11” con un exceso de 0.125 pulgadas. Debe imprimirse en tiro únicamente siendo este el artboard 1. Todos los textos están convertidos en path para que la tipografía no se distorciona.

Afiche persuasivo (versión 1) para jóvenes. Dentro del CD se encuentra una carpeta llamada “Jóvenes”, dentro de esta se encuentra esta pieza con el nombre “Afiche persuasivo 1”. El archivo está con extensión .ai realizado en Adobe Illustrator CS5.1. Este archivo contiene 4 capas las cuales se dividen en fondo, texto, textura y fotos. Se debe imprimir en full color, papel opalina, preferiblemente con barniz brillante o mate para una mayor duración del material. El documento tiene una resolución de 300 dpi y en modo CMYK. El formato es de tamaño tabloide 11” x 17” con un exceso de 0.125 pulgadas. Debe imprimirse únicamente en tiro siendo este el artboard 1. Todos los textos están convertidos en path para que la tipografía no se distorciona.

Afiche persuasivo (versión 2) para jóvenes. Dentro del CD se encuentra una carpeta llamada “Jóvenes”, dentro de esta se encuentra esta pieza con el nombre “Afiche persuasivo 2”. El archivo está con extensión .ai realizado en Adobe Illustrator CS5.1. Este archivo contiene 4 capas las cuales se dividen en textura, fondo, foto y textos. Se debe imprimir en full color, papel opalina, preferiblemente con barniz brillante o mate para una mayor duración del material. El documento

tiene una resolución de 300 dpi y en modo CMYK. El formato es de tamaño tabloide 11” x 17” con un exceso de 0.125 pulgadas. Debe imprimirse únicamente en tiro siendo este el artboard 1. Todos los textos están convertidos en path para que la tipografía no se distorcione.

Polifoliar informativo para tutores. Dentro del CD se encuentra una carpeta llamada “Tutores”, dentro de esta se encuentra esta pieza con el nombre “Polifoliar informativo”. El archivo está con extensión .ai realizado en Adobe Illustrator CS5.1. Este archivo contiene 4 capas las cuales se dividen en troquel, fondo, textura y textos. Se debe imprimir en full color, papel bond 80 gramos con barniz brillante o mate para una mayor duración. El documento tiene una resolución de 300 dpi y en modo CMYK. El formato es de tamaño carta 8.5” x 11” con un exceso de 0.125 pulgadas. Debe imprimirse en tiro y retiro siendo el artboard 1 el tiro y el artboard 2 el retiro. Todos los textos están convertidos en path para que la tipografía no se distorcione.

Folleto educativo para tutores. Dentro del CD se encuentra una carpeta llamada “Tutores”, dentro de esta se encuentra esta pieza con el nombre “Folleto educativo”. El archivo está con extensión .ai realizado en Adobe Illustrator CS5.1. Este archivo contiene 4 capas las cuales se dividen en fondo, textura, textos y fotos. Se debe imprimir en full color, papel bond 80 gramos. El documento tiene una resolución de 300 dpi y en modo CMYK. El formato es de tamaño carta 8.5” x 11” con un exceso de 0.125 pulgadas en orientación horizontal. Las páginas interiores comenzando desde el artboard 2 deben imprimirse únicamente tiro para un mejor manejo del material. El artboard 1 titulado como “Artboard1caratula” contiene el diseño de la carátula. La pasta es cuadrada y va pegada en la parte superior del folleto. Todos los textos están convertidos en path para que la tipografía no se distorcione.

Muchas gracias.

## CONCLUSIONES

En conclusión, se diseña material específico para los niños y jóvenes del Hogar Miguel Magone ya que son propensos a tener una autoestima no sana lo que en consecuencia podría aumentar algunos problemas sociales. Por lo tanto, se debe poner especial atención en afirmar su identidad y autoestima antes que salgan a vivir fuera del Hogar.

En conclusión, realizar material informativo para los jóvenes y tutores del Hogar Miguel Magone es una herramienta necesaria para que el joven eleve su autoestima y sea reforzada por los tutores diariamente. Se concluyó que el joven en esta etapa no necesita saber el significado de autoestima o información teórica del tema, sino recibir herramientas prácticas que ayuden a elevarla. Para esto se realizó cada pieza con información necesaria que hará consciente al joven de su identidad y valor como persona.

Además se realizó material persuasivo para los jóvenes, estas piezas personalizadas para cada uno de los jóvenes refuerzan la información brindada en el polifoliar y los motivan a seguir creyendo en ellos mismos.

Se concluye que para abarcar la educación de la autoestima desde los niños más pequeños, es necesaria la realización de material educativo. Este material dirigido a los tutores los capacita acerca de la manera correcta de elevar la autoestima del niño. Por lo tanto, con la capacitación de los tutores a cerca del tema se asegura el reforzamiento de la autoestima desde los niños más pequeños hasta los jóvenes.

De esta manera, se logra abarcar la totalidad de los niños y jóvenes que viven en el Hogar Miguel Magone, asegurando una generación que lucha por sus sueños y por el desarrollo del país a través de crecer con una autoestima sana.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda relanzar la campaña cada inicio de año para que los niños y niñas que van llegando también sean educados en el tema de la autoestima.

Se sugiere imprimir cada 6 meses nuevos polifolios para los tutores y para los jóvenes, ya que con el uso pueden desgastarse o romperse.

Se recomienda que el material informativo de los jóvenes se renueve cada año con nuevas frases que refuercen los valores aprendidos a través del folleto educativo.

Se recomienda que los polifolios informativos para tutores sean renovados con información actual cada año. Además, que se impriman anualmente las copias necesarias para que, a través de la psicóloga de la institución, se lleve a cabo una efectiva retroalimentación y capacitación de la autoestima de los niños y jóvenes que van llegando al Hogar.

## GLOSARIO

**Afectividad:** Conjunto de emociones y sentimientos que un individuo puede experimentar a través de las distintas situaciones que vive.

**Aprendizaje por observación:** Aquel aprendizaje en el cual un organismo copia o imita la conducta de otro. También se denomina *modelamiento*.

**Autoafirmación:** Característica de la conducta que se singulariza por un comportamiento social positivo, que apunta a defender un derecho a alcanzar una meta.

**Carácter:** Conjunto de características que distinguen a una persona de otra.

**Carácter práctico:** La persona de carácter o temperamento práctico es la que se orienta permanentemente por los hechos reales, adopta actitudes útiles frente a ellos y no se deja llevar por el sentimentalismo.

**Desarrollo cognitivo:** Crecimiento que tiene el intelecto en el curso del tiempo, la maduración de los procesos superiores de pensamiento desde la infancia hasta la adultez.

**Desarrollo psicosocial:** Crecimiento de la personalidad de un sujeto en relación con los demás y en su condición de miembro de una sociedad, desde la infancia y a lo largo de su vida.

**Formación de conceptos:** Es el proceso de aprendizaje por el cual creamos clases mentales o cognitivas.

**Idealización:** El individuo se enfrenta a conflictos emocionales y amenazas de origen interno o externo atribuyendo cualidades exageradamente positivas a los demás.

**Identidad:** Concepto claro y nítido de uno mismo.

**Nivel de aspiración:** Patrón subjetivo de acuerdo con el cual un individuo fija sus metas y evalúa sus logros.

**Timidez:** Tendencia por parte de la persona a sentirse incómodo, inhibido, torpe y muy consciente de sí mismo en presencia de otras personas. Esto produce incapacidad para participar en la vida social, aunque se desee hacerlo y se sepa cómo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros

GÓMEZ LÓPEZ, R., *Evolución científica y metodológica de la Economía*, 2004.

SATIR, V. *Relaciones Humanas en el núcleo familiar*, México D.F.: Editorial Pax.

WEOR, Samael. *La Gran Rebelión*. México: ICQ, p. 6

ZUBIRI, X., *El hombre, realidad social*, en *Sobre el hombre*. España: Editorial Alianza, 1998.

### Revistas

AGUIRRE GÓMEZ, María Yolanda. La Educación “Informal” Como Vehículo de Transformación, *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, Vol1. No1. México, 2004

BOLÍVAR, Juan Miguel, Relación entre los estilos de aprendizaje, el Autoconcepto y las Habilidades numéricas y verbales en estudiantes que inician estudios superiores, *Revista Estilos de Aprendizaje*, Vol 6. No.6 . 2010. ISSN 1988-8996.

### Documentos Electrónicos

BARREDA, C. *Guatemala: crecimiento económico, pobreza y redistribución*, [en línea]. [Guatemala], 2007. Disponible en: <<http://www.albedrio.org/htm/documentos/CarlosBarreda-001.pdf>>. [Consulta: 2011/III/20].

CASTILLA Y CORTÁZAR, B. *Persona y Apertura en Xavier Zubiri*, [en línea]. Disponible en: <<http://arvo.net/filosofia-del-hombre/persona-y-apertura-en-xavier-z/gmx-niv571-con12104.htm>>. [Consulta: 2011/III/27].

CASTRO, A. *Curso de Autoconocimiento*, [en línea]. [Chile]. Disponible en: <<http://www.mantra.com.ar/contreconociendonos/autoconocimiento.html>>. [Consulta: 2011/III/24].

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, *Glosario Educación Formal*, [en línea]. [Colombia]. Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/es/educacion-cultura-gobierno-alias/poblacion-escolarizada/89-sociales/educacion/3900-glosario-educacion-formal>>. [Consulta: 2013/II/1].

GARIAZZO, A. *Autoconocimiento*, [en línea]. [Chile]. Disponible en:  
<<http://encuentrosdeluz.relacionarse.com/index.php/AUTOCONOCIMIENTO>>. [Consulta: 2011/III/25].

GRISELDA, *¿Qué es la educación informal?*, [en línea]. 2009. Disponible en:  
<[http://www.cosasdeeducacion.es/que-es-educacion-informal/marzo\\_2011](http://www.cosasdeeducacion.es/que-es-educacion-informal/marzo_2011)>. [Consulta: 2011/III/27].

Hogar Miguel Magone, Página Principal, [en línea]. Guatemala, Disponible  
en: <[http://www.hogarmiguelmagone.com/es/index\\_es.html](http://www.hogarmiguelmagone.com/es/index_es.html)>. [Consulta: 2013/I/10].

KRELL, H. *Autoconocimiento*, [en línea]. [Argentina], Disponible en:  
<<http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?pagina=241>>. [Consulta: 2011/III/20].

LACAYO, A. *El Rol del Educador en la formación de valores*, El Nuevo Diario. [en línea]. [Nicaragua 2001].  
Disponible en: <<http://archivo.elnuevodiario.com.ni/2001/julio/01-julio-2001/variedades/variedades1.html>>.  
[Consulta: 2011/III/28].

LÓPEZ BREY, C. *Nutrición Adecuada* [en línea]. [España]. Disponible en:  
<<http://nutricionenfermeria.blogspot.com/2008/01/nutricin-adeuada.html>>. [Consulta: 2013/I/10].

RICO LÓPEZ, M., *Superación Personal y Crecimiento Humano*, [en línea]. Disponible en:  
<<http://sinmiedos.obolog.com/superacion-personal-crecimiento-humano-635355>>. [Consulta: 2011/III/27].

The Free Dictionary, [en línea]. Disponible  
en: <<http://es.thefreedictionary.com/capacitación>>. [Consulta: 2013/II/10].

VALENCIA, C. *La Autoestima*, [en línea]. 2006. Disponible en: <<http://www.laautoestima.com/>>. [Consulta:  
2011/III/20].

VIGIL ORDIALES, A., [en línea]. [España], 2009. Disponible en:  
<[http://www.afalanzarote.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14](http://www.afalanzarote.com/index.php?option=com_content&task=view&id=14)>. [Consulta: 2013/I/10].

WEOR, S. *Análisis del Psiquismo Humano*, [en línea]. [Colombia: AGAC]. Disponible en: <[http://www.vopus.org/es/component?option=com\\_remository/Itemid,74/func.startdown/id,6/](http://www.vopus.org/es/component?option=com_remository/Itemid,74/func.startdown/id,6/)>. [Consulta:  
2011/III/25].

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### Instrumento 1

Buen día, esta encuesta es una herramienta para recaudar información a cerca de la autoestima. Esta información será muy útil para respaldar el estudio de mi tesis, por lo tanto quisiera de su apoyo para llenar esta encuesta. No le tomará mas de 10 minutos. Agradeciéndole de antemano, Ximena Rivera

1. Me siento alegre.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

2. Me siento incómodo con la gente que no conozco.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

3. Me siento dependiente de otros, que no puedo hacer las cosas por mi mismo, siempre necesito a alguien a mi lado.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

4. Enfrentarme a retos me da miedo.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

5. Me siento triste.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

6. Pienso que cuando las cosas salen mal es mi culpa.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

7. Siento que soy agradable a los demás.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

8. Pienso que es bueno cometer errores.

a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

9. Siento que mi opinion no vale la pena.  
a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

10. Pienso que para que los demás me acepten debo hacer lo que ellos dicen.  
a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

11. Creo que todo me sale mal.  
a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

12. Siento que puedo hablar abiertamente de mis sentimientos.  
a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

13. Me gustaría cambiar mi apariencia física.  
a. Siempre      b. Muy pocas veces      c. Nunca

## Instrumento 2

Maestros del Hogar Miguel Magone

Buen día, esta es una entrevista escrita con el objetivo de evaluar cual es la mejor forma de elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente.

Esta información será muy útil para respaldar el estudio de mi tesis, por lo tanto quisiera de su apoyo para llenarla. No le tomará mas de 15 minutos. Agradeciéndole de antemano, Ximena Rivera

1. ¿Qué diferencias, en cuanto a actitudes, ha observado en niños con alta y baja autoestima? \_\_\_\_\_
2. ¿Hay algunas altividades en las que se sientan más identificados? \_\_\_\_\_
3. ¿Qué actividades realizan en el Hogar Miguel Magone para aumentar la autoestima de los niños? \_\_\_\_\_
4. ¿Qué cambios ha logrado ver en los niños a través de las actividades? \_\_\_\_\_
5. Según su criterio, ¿Cuál es la mejor forma de elevar la autoestima del niño de forma

eficiente y permanente?

---

### Intrumento 3

Psicólogos del Hogar Miguel Magone

Buen día, esta es una entrevista escrita con el objetivo de identificar las consecuencias de la vivencia dentro de la sociedad de niños con baja autoestima. Esta información será muy útil para respaldar el estudio de mi tesis, por lo tanto quisiera de su apoyo para llenarla. No le tomará mas de 15 minutos. Agradeciéndole de antemano, Ximena Rivera

1. En general, ¿Qué diferencias ha notado en los niños que viven con sus padres y los que viven en el Hogar?

---

2. ¿Cuáles son las características principals de los niños con baja autoestima?

---

3. Dentro de la sociedad, ¿Qué se puede esperar de un niño con baja autoestima?

---

Según su criterio ¿Cómo se puede ayudar a elevar la autoestima del niño de forma eficiente y permanente? \_\_\_\_\_

## ANEXO 2

Conceptualización:

Relaciones forzadas

Autoestima	<p>Mesa:</p> <p>Sostiene cosas</p> <p>Es fuerte</p> <p>No deja caer</p> <p>No se mueve facilmente</p> <p>Hay de varios estilos</p> <p>Se sirve el alimento</p> <p>Se degrada</p> <p>Se lastima</p> <p>Necesita balance</p> <p>Es equilibrada</p> <p>Tiene fundamento</p> <p>Tiene patas, sostén</p> <p>Es dura</p>	<p>Sostiene tu vida</p> <p>Fortalece tu vida</p> <p>Alimento de tu mente</p> <p><b>Mi balance perfecto</b></p> <p><b>Equilibrio constante</b></p> <p>La base de tus acciones</p> <p>Fortaleza de tus sentidos</p>
------------	--	---

Opuestos

Autoestima	Desprecio	Encuentra tu identidad
Identidad	Perdido	
Fortaleza	Debilidad	<b>Debilidades fuertes</b>
Valores	Anti-valores	
Amor	Odio	
Esperanza	Desesperanza	
Nueva vida	Vieja vida, estancamiento	un nuevo pasado
Sentirme feliz	Sentirme triste	De la tristeza a la felicidad
Sentirme completo	Sentirme incompleto	<b>Completa lo incompleto</b>

Pobreza	Riqueza	
Desnutrición	Nutrición	Nutrición de lo desnutrido
Maltrato	Buen trato	
Huérfano	protegido, amparado	
hombre de éxito	hombre fracasado	Éxito resultado del fracaso.
Educación	Ignorancia	
Respeto	Desdén, insolencia	
Crecer	Estancamiento, pequeño	<b>Crecer del estancamiento</b>
Completo	Incompleto	
Llenar	Vaciar	llenar el vacío de la vida
Sonreír	llorar	sonreír por el llanto
Cantar	Callar, ocultar	Los que ocultan el canto
Limpieza	Suciedad	limpia el sucio pasado
Estimar	despreciar	Estimar lo despreciado
Apreciar	odiar, desechar	Aprecia el desecho

Lluvia de ideas:

<b>amor a mi mismo</b>	luchar por mi
nadie me ama como yo	saber quien soy
<b>yo soy primero</b>	<b>saltar los obstáculos</b>
yo voy primero	<b>Lucha constante</b>
<b>lucha por crecer</b>	lucha del corazón
alcanzar lo ideal	amor potente por mi mismo
entre lo que soy y lo que escucho	luchar por mi amor
busqueda de mi mismo	lucha interna
riete de la vida	victoria interna
<b>protagonista de mi historia</b>	<b>alcance de plenitud</b>

## ANEXO 3

### Instrumentos de Validación



#### Encuesta tipo: C

Buen día, mi nombre es Ximena Rivera soy estudiante de Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad de la Universidad del Istmo. Quiero solicitar 15 minutos de su tiempo para poder validar objetivamente, a través de una crítica constructiva, mi trabajo de investigación. Estoy trabajando una campaña interna con el tema de "Autoestima" en el Hogar de niños Miguel Magone utilizando el concepto de: Protagonista de mi historia.

Nombre: \_\_\_\_\_

1. ¿Cree que el formato de las piezas es llamativo y facilita el acercamiento del grupo objetivo?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Cree que las imágenes se ajustan al concepto y son adecuadas para el grupo objetivo?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Cree que los colores son adecuados para el tema y reflejan el concepto?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Cree que la tipografía es la adecuada para el grupo objetivo?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo califica el tamaño de la tipografía?

Acertado	No va con el grupo objetivo	Es muy pequeña	Es legible	Incoherente
----------	-----------------------------	----------------	------------	-------------

6. ¿Cómo califica el tamaño de las columnas, interlineado e interletraje?

Adecuado	Regular	Malo
----------	---------	------

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Cree que la diagramación (ejes y retículas) apoya al tema tratado?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. ¿Puede captar protagonismo de la persona en las piezas?

Si	No
----	----

9. ¿Cree que las piezas reflejan el concepto de diseño "Protagonista de mi historia"?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue "regular" o "no", ¿Por qué? \_\_\_\_\_

10. ¿Qué le transmite el material?

Alegría	Fuerza	Tristeza	Nada
---------	--------	----------	------

Agradezco sus comentarios: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma



Buen día, mi nombre es Ximena Rivera soy estudiante de Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad de la Universidad del Istmo. Quiero solicitar 15 minutos de su tiempo para poder verificar la funcionalidad de la campaña que estoy realizando sobre "Autoestima".

Nombre: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo sientes el doblar del trifoliar?

Es muy complicado	Es fácil de doblar	Es divertido	No lo entiendo
-------------------	--------------------	--------------	----------------

2. ¿Qué te transmiten las imágenes?

Alegría	Fuerza	Tristeza	Nada
---------	--------	----------	------

3. ¿Cómo te parecen los colores utilizados en las piezas?

Me llama la atención	Me da igual	Son elegantes	Son aburridos	Son divertidos
----------------------	-------------	---------------	---------------	----------------

4. ¿Cómo te parece la letra de los textos?

Facil de leer	Normal	Es complicada	Es bonita	Es muy pequeña
---------------	--------	---------------	-----------	----------------

5. ¿Cómo te parece el orden de colocación de las imágenes y textos?

Llamativo	Desordenado	Ordenado	Desproporcionado
-----------	-------------	----------	------------------

6. ¿Qué tal te parece el material?

Aburrido	Me llama la atención	No lo entiendo	Me siento identificado	Es muy necesario
----------	----------------------	----------------	------------------------	------------------

Agradezco sus comentarios: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma



Buen día, mi nombre es Ximena Rivera soy estudiante de Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad de la Universidad del Istmo. Quiero solicitar 15 minutos de su tiempo para poder validar, a través de una crítica constructiva, mi trabajo de investigación. Estoy trabajando una campaña interna con el tema de "Autoestima" en el Hogar de niños Miguel Magone.

Nombre: \_\_\_\_\_

1. ¿Cree que el tamaño de las piezas es adecuado para las personas a quienes va dirigido?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue no, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Cree que las imágenes van de acuerdo al tema tratado en la campaña?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue no, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Cree que los colores utilizados van de acuerdo al tema?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue no, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Le parece que el tipo y tamaño de la letra van de acuerdo al tema tratado?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue no, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo percibe la colocación y el orden de las imágenes y los textos en las piezas?

Llamativo	Ordenado	Desordenado	Desproporcionado
-----------	----------	-------------	------------------

6. ¿Cree que el tema va de acuerdo con las personas a quien va dirigido?

Si	Regular	No
----	---------	----

Si su respuesta fue no, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Cómo ve la información que brinda el material?

Insuficiente	Completa	No es coherente	Acertada para receptor
--------------	----------	-----------------	------------------------

Agradezco sus comentarios: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma

ANEXO 4  
Cotizaciones



Cotización: B - 218

COTIZACIÓN

FECHA : 19 de octubre de 2013  
 CLIENTE : Ximena Rivera  
 CONTACTO :

Por medio de la presente tenemos el gusto de cotizarle lo siguiente según sus requerimientos:

Producto	Descripción	Cantidad	Precio U.		Total
Trifoliar	Impresión full color, tiro/retiro Impresos en Husky 10	2	Q	12.00	Q 24.00
	Impresos en papel Bond. *por el momento no contamos con barniz mate Tamaño: carta abierto	2	Q	9.00	Q 18.00
Ficha	Impresión full color, tiro Impresos en Husky 10	4	Q	6.00	Q 24.00
	Impresos en Opalina	4	Q	4.50	Q 18.00
	precio de barniz brillante por ficha Tamaño: carta abierto	1	Q	2.50	Q 2.50
Folleto	Impresión full color, tiro/retiro 24 pp, impreso en papel bond	10	Q	120.00	Q 1,200.00
	Encuadernado con espiral Empastado con lomo cuadrado Tamaño: carta abierto	10	Q	123.00	Q 1,230.00
Aliche	Impresión full color, tiro Impreso en Opalina *por el momento no contamos con barniz mate Tamaño: carta abierto	2	Q	12.00	Q 24.00

OFERTA VÁLIDA 8 DÍAS  
 TIEMPO DE ENTREGA: 4 días hábiles

NOTAS:

- Precios incluyen IVA
- Cliente debe enviar artes finales en formato PDF o TIFF a 100 dpis, tamaño real convertido en Paths, o bien adjuntar archivos editables en AI, PS, ID.

CONDICIONES DE PAGO

contra entrega

Aprobado cliente: \_\_\_\_\_

Ana Laura Segura  
 Administración y Mercadeo

13 calle 4-44 zona 10 C.C. La Llave Local #5  
 PBX: 2363 4114

## COTIZACION

No. PL-00000000

15 avenida A 5-09 zona 13  
PBX: (502) 2311-6411  
[www.greenprint.com.gt](http://www.greenprint.com.gt)



### EMPRESA

Nombre	XIMENA RIVERA	Fecha:	21-Oct-13
Dirección		Contacto:	
Ciudad	Ciudad, Guatemala.	Puesto:	
Teléfono		No. Celular:	
E-mail:			
Nit:			

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNI Q.	TOTAL Q.
10	trifoliar tiro y retiro husky	Q 15.00	Q 150.00
10	trifoliar tiro y retiro bond	Q 10.00	Q 100.00
4	trifoliar tiro y retiro husky	Q 15.00	Q 60.00
4	trifoliar tiro y retiro bond	Q 10.00	Q 40.00
4	Ficha tiro husky / opalina	Q 12.00	Q 48.00
10	Folleto 24 paginas bond con pasta y anillado	Q 320.00	Q 3,200.00
1	afiche opalina 11x17 pulgadas tiro	Q 20.00	Q 20.00
1	afiche opalina 11x17 pulgadas tiro	Q 20.00	Q 20.00
			Q3,638.00
	Timbre de Prensa		Q16.24
		<b>TOTAL Q.</b>	<b>Q3,654.24</b>

### Condiciones Generales:

Forma de Pago: Contra Entrega

Vigencia: La presente cotización es valida por 15 días.

De aprobarse la presente cotización, por favor emitir orden de compra y pago a nombre de:

### GREEN PRINT

Agradeciéndole de antemano la oportunidad que nos brinda de presentarle nuestra cotización y en espera de cualquier comentario. Atentamente.

Autorizado por: \_\_\_\_\_

Lic. Pedro Luis Gómez  
Gerente General  
53190720

Firma del cliente: \_\_\_\_\_