



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

**CAMPAÑA PUBLICITARIA SOCIAL E INFORMATIVA; Y MATERIAL EDUCATIVO
PARA EL DESARROLLO DE LA AUTONOMÍA EN JÓVENES CON SÍNDROME
DE DOWN, UBICADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA**

MARÍA ANDREA BARRIOS CASTILLO

Guatemala, febrero 2021



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

**CAMPAÑA PUBLICITARIA SOCIAL E INFORMATIVA; Y MATERIAL EDUCATIVO
PARA EL DESARROLLO DE LA AUTONOMÍA EN JÓVENES CON SÍNDROME
DE DOWN, UBICADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de
Facultad de Arquitectura y Diseño
por

MARÍA ANDREA BARRIOS CASTILLO

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, febrero 2021

Señores
Consejo de Facultad de
Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Estimados Señores:

Por este medio hago de su conocimiento que he asesorado a la estudiante María Andrea Barrios Castillo, de la Licenciatura en Diseño Gráfico, de esta Facultad, quien se identifica con el carné 2016 1033 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado “CAMPAÑA PUBLICITARIA SOCIAL E INFORMATIVA; Y MATERIAL EDUCATIVO PARA EL DESARROLLO DE LA AUTONOMÍA EN JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN, UBICADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA”.

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,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'M' followed by a series of loops and a horizontal line at the bottom.

Licenciado Manuel Antonio Gaitán Dávila
Asesor de Proyecto de Graduación



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 27 de noviembre de 2020

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 **MARÍA ANDREA BARRIOS CASTILLO**, la impresión de su proyecto de graduación, titulado:

“CAMPAÑA PUBLICITARIA SOCIAL E INFORMATIVA; Y MATERIAL EDUCATIVO PARA EL DESARROLLO DE LA AUTONOMÍA EN JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN, UBICADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA”

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

Agradecimientos

Quiero agradecer en primer lugar a Dios y a la Virgen María por guiarme para poder culminar mi carrera universitaria y permitirme desempeñar mi misión en esta tierra a través de una carrera que me apasiona.

Agradezco a mis padres y hermanos por su trabajo, compañía, motivación y apoyo incondicional que desde siempre ha sido indispensable para poder alcanzar cada una de las metas que me he propuesto. Les agradezco por confiar y creer en mis sueños y aspiraciones y por permitirme formar parte del gran equipo que somos.

También quiero agradecer a mis abuelitos, tíos, primos y amigos por su guía, consejos y acompañamiento durante toda la carrera, en especial a las familias Castillo de León, Barrios Arévalo, Aguilar Enríquez y Reyes Figueroa.

Este trabajo de investigación no hubiera sido posible sin el apoyo de la Asociación Guatemalteca para el Síndrome de Down (Down Guatemala) y de la Licenciada Alejandra Dardón quien, a través de su profesión como psicóloga especializada en Educación Especial, me orientó acerca del tema del Síndrome de Down y enriqueció con su conocimiento y experiencia el contenido del presente proyecto.

Agradezco a los catedráticos Antonio Gaitán, Erika Grajeda y Ricardo Lambour, quienes con sus conocimientos y apoyo me guiaron a lo largo del desarrollo del presente proyecto para poder presentar una propuesta que cumpliera satisfactoriamente los objetivos planteados.

Bendiciones y muchas gracias a todos.



Con todo mi amor para la luz de mi vida,
mi hermano "Chino".



2.1.6.1. Características del lenguaje de una persona con Síndrome de Down y disfasia	20
2.2. REFERENTES DE DISEÑO RELACIONADOS CON EL TEMA	21
2.2.1. Soy Cappaz	21
2.2.2. Yo también leo	22
2.2.3. Pradia: Misterio en la ciudad	23
2.2.4. Dear future mom	23
2.2.5. #Auténticos	23
3. MARCO METODOLÓGICO	24
3.1. MÉTODO DEDUCTIVO	25
3.2. UNIVERSO O POBLACIÓN	25
3.3. MUESTRA	26
3.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.5. PROCEDIMIENTO	27
4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	29
4.1. INSTRUMENTO 1	30
4.2. INSTRUMENTO 2	32
4.3. INSTRUMENTO 3	36
4.4. INSTRUMENTO 4	45
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	52
5.1. OBJETIVOS DE DISEÑO	54
5.2. GRUPO OBJETIVO	54
5.2.1. Descripción geográfica	55
5.2.2. Descripción demográfica	55
5.2.3. Descripción antropológica	59
5.3. DESCRIPCIÓN PEDAGÓGICA DE JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN	61
5.4. CLIENTE	64
5.4.1. Descripción del cliente	64
5.4.2. Identidad gráfica actual	65
5.4.3. Posicionamiento	66

5.4.4. Recursos financieros	66
5.4.5. Área de cobertura	66
5.5. PROPUESTA DE DISEÑO	67
5.5.1. Conceptualización	67
5.5.1.1. Proceso de conceptualización desde la perspectiva de los padres de jóvenes con Síndrome de Down	67
5.5.1.2. Proceso de conceptualización desde la perspectiva de los jóvenes con Síndrome de Down	69
5.5.2. Descripción de la propuesta gráfica	71
5.5.2.1. Tipo de material gráfico	71
5.5.2.2. Descripción e implementación de piezas	72
5.6. DESCRIPCIÓN DEL MENSAJE	74
5.6.1. Contenido del texto	74
5.6.2. Contenido gráfico	81
5.6.3. Tono de comunicación	90
6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	91
6.1. PROCESO DE BOCETAJE	92
6.2. VALIDACIÓN	150
6.3. PROPUESTA FINAL	159
7. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN	205
7.1. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS	206
7.2. PRESUPUESTO DE DISEÑO Y REPRODUCCIÓN	210
7.3. ARTES FINALES DIGITALES E INFORME TÉCNICO	213
8. CONCLUSIONES	215
9. CONCLUSIONES	218
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	219
APÉNDICE	226
ANEXOS	315

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diferencias físicas que afectan el habla y el lenguaje	18
Tabla 2. Descripción demográfica individual de los grupos objetivo	59
Tabla 3. Descripción antropológica individual de los grupos objetivo	60
Tabla 4. Actividades para reforzar el área de matemáticas	63
Tabla 5. Mapa de Empatía ¿Qué piensan y sienten?	122
Tabla 6. Diseño de propuesta de valor	123
Tabla 7. Descripción del juego: Secciones del juego	135
Tabla 8. Guión final del spot de radio de la campaña “¡Sí puedo, sí puedes!”	174
Tabla 9. Implementación de medios	207
Tabla 10. Medios masivos	209
Tabla 11. Presupuesto de reproducción	212
Tabla 12. Presupuesto de medios masivos	212
Tabla 13. Resultados obtenidos a partir de la Técnica de creatividad “Desde otros Ojos”	243

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Interfaz de Soy Cappaz	22
Figura 2. Anuncio: Soy Cappaz	22
Figura 3. Interfaz de Yo también leo	22
Figura 4. Interfaz Pradia	23
Figura 5. Logotipo Down Guatemala	65
Figura 6. Publicación de Facebook	65
Figura 7. Sitio web Down Guatemala	66
Figura 8. Referencia del tipo de imagen y planos	82
Figura 9. Referencia de iluminación	82
Figura 10. Referencia de colorización de imágenes	82
Figura 11. Referencia de imagen tipo ilustración	82
Figura 12. Referencia de fotografía	82
Figura 13. Referencia sobre uso del color	83
Figura 14. Referencia de colores análogos	83
Figura 15. Referencia colores en app digital	83

Figura 16. Referencia tipográfica	84
Figura 17. Referencia de uso tipográfico	84
Figura 18. Referencia tipográfica geométrica	84
Figura 19. Referencia tipográfica en aplicación móvil	85
Figura 20. Referencia tipográfica geométrica	85
Figura 21. Referencia de formato digital	85
Figura 22. Referencia de formato iPhone	86
Figura 23. Referencia de formato Tablet	86
Figura 24. Referencia de soporte	86
Figura 25. Referencia de soporte	87
Figura 26. Retícula modular	87
Figura 27. Retícula jerárquica	88
Figura 28. Retícula de columnas	88
Figura 29. Referencia del uso de retícula jerárquica	88
Figura 30. Referencia del uso de retícula en aplicación móvil	88
Figura 31. Referencia de composición	89
Figura 32. Referencia de composición	89
Figura 33. Referencia de composición	90
Figura 34. Paleta de colores final	92
Figura 35. Evaluación para la selección de tipografías	93
Figura 36. Tipografías finales	94
Figura 37. Bocetaje del identificador de campaña	94
Figura 38. Bocetaje del identificador de campaña	95
Figura 39. Bocetaje digital del identificador de campaña	96
Figura 40. Propuesta final del identificador de campaña	39
Figura 41. Bocetaje del logotipo del juego virtual	130
Figura 42. Bocetaje digital de logotipo del juego virtual	131
Figura 43. Propuesta final del logotipo del juego	132

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Postura de los padres de familia (PDF) sobre la importancia de la autonomía y desarrollo de sus hijos con SD	36
Gráfica 2. Involucramiento de los PDF en el desarrollo y autonomía de sus hijos con SD	38

Gráfica 3. Involucramiento del joven Down en actividades o ejercicios en casa que impulsen su autonomía	38
Gráfica 4. Actividades del hogar en las que el joven o adolescente Down está involucrado	39
Gráfica 5. Lista de hábitos de autonomía	40
Gráfica 6. Interpretación visual o auditiva de una tarea	41
Gráfica 7. Personalidad: introversión y extroversión	41
Gráfica 8. Impacto de la tecnología	42
Gráfica 9. Uso de dispositivos tecnológicos	42
Gráfica 10. Manejo de dispositivos tecnológicos	43
Gráfica 11. Aplicaciones digitales más utilizadas	44
Gráfica 12. Capacidades cognitivas auditivas y visuales	46
Gráfica 13. Actividades laborales	47
Gráfica 14. Actividades en comunidad	48
Gráfica 15. Actividades de sociabilidad	49

Resumen

Se estudió la situación actual de la autonomía de las personas con Síndrome de Down en Guatemala (SD), principalmente porque el 94% de las personas con SD presentan dificultad o no logran realizar actividades autónomas. La investigación permitió detectar las causas principales a este problema dentro de las cuales se encuentra la desinformación de la sociedad y la familia respecto a esta condición genética y la poca accesibilidad que se tiene a los establecimientos o recursos que educan sobre estos temas. Dicha causa repercute significativamente al desarrollo de las personas con Síndrome de Down, principalmente porque la familia y la sociedad son los dos factores más importantes en su proceso de aprendizaje y desarrollo.



Presentación

Para el tema de estudio seleccionado, se realizó una investigación previa que permitió recopilar la información más relevante sobre el contexto guatemalteco, historia y teoría del Síndrome de Down en relación con la biología y desarrollo cognitivo, metodología de investigación para la presentación y análisis de resultados obtenidos a partir de los instrumentos implementados en las poblaciones detectadas para el estudio, conclusiones y recomendaciones. La investigación tiene la finalidad de proporcionar suficiente información que permita desarrollar un proyecto de diseño que satisfaga de manera innovadora, las necesidades del grupo estudiado.



Introducción

“La aceptación de uno mismo es uno de los principales aspectos que favorecen una buena autoestima. Fomentar una buena autoestima es importante, puesto que hay una mayor predisposición de aprender. Con una autoestima alta, se tiene mejor capacidad para afrontar las adversidades de la vida. Si se tiene confianza, se toman decisiones, determinando mayor autonomía personal.” (Fundación Iberoamericana Down21, 2017).

Para el desarrollo y autonomía de las personas con Síndrome de Down, la comunicación representa un eje fundamental debido a que es un medio que le permite transmitir pensamientos, necesidades y deseos. La dificultad para comunicar un problema puede repercutir en su autoestima, teniendo como consecuencia comportamientos como depresión, desánimo o comunicación frustrada a través de una conducta agresiva hacia sí mismo u otros (Fundación Iberoamericana Down21, 2019). Así también, el diagnóstico de disfasia, que es un trastorno que afecta a la producción o la comprensión del lenguaje (o ambos a la vez) causado por un desarrollo anormal de este (Grzib, Disfasia en personas con Síndrome de Down, 2017), es otro de los factores que repercuten en su autonomía puesto que afecta la producción y/o comprensión del lenguaje (Down España, 2016).

En España, del 15 al 20% de niños y jóvenes con Síndrome de Down han sido diagnosticados con disfasia, el cual provoca déficits importantes en su desarrollo y genera una falta de autonomía cuando llegan a la edad adulta (Down España, 2016).

ASRA, la Asociación Síndrome de Down de la República Argentina establece que “según los datos obtenidos acerca de las personas con Síndrome de Down, se observa que más del 50 % de los chicos en edad escolar asiste a una escuela común y un porcentaje similar de la población económicamente activa tiene o tuvo un empleo. Estas situaciones contrastan con los datos oficiales: el 90% de los alumnos con discapacidad no concurre a un establecimiento educativo común y el 70% de los trabajadores con discapacidad no tiene trabajo.”



Alvizurez (2017) reporta para Prensa Libre que según el censo escolar 2017 del Mineduc, seis mil 629 menores de todos los niveles educativos en el país tienen Necesidades Especiales (NEE), es decir un 10% de la población total. Guatemala, Huehuetenango, Quetzaltenango, Suchitepéquez y Retalhuleu son los departamentos con mayor incidencia. De esos índices, el 78% de las personas con discapacidad en el país, no reciben ningún tipo de apoyo (Alvizurez, 2017). Lorena Pinot, directora del Instituto Neurológico de Guatemala manifestó que 1 de cada 800 niños están diagnosticados con Síndrome de Down, totalizando alrededor de 18,000 personas (El Universo, 2012).

Hernández (2014) en su estudio sobre el desarrollo social alcanzado por niñas y niños con Síndrome de Down también detectó que "en cuanto a las habilidades de relacionamiento con personas en y fuera del círculo familiar, 7 de 16 madres/padres percibieron la facilidad que tienen sus hijas/os para seguir una conversación situando las ideas en espacio y tiempo. Diez madres/padres dijeron que siempre realizan actividades personales con independencia, indicativo que en el proceso de aprendizaje y relacionamiento van adquiriendo habilidades sociales que les permiten establecer relaciones sociales con otras personas."

De los niños y niñas que han recibido educación especial en el Centro Experimental Las Margaritas de la Fundación Margarita Tejada, un 43.75% tiene la facilidad para seguir una conversación y un 62.5% realiza actividades personales de manera independiente. De 90 personas estudiadas, sólo un 6% tiene la facilidad para realizar actividades autónomas como el manejo del dinero (López, 2014).

El 94% de las personas con Síndrome de Down presenta dificultad o no logra realizar actividades autónomas.

Los objetivos que se proponen para la siguiente investigación son:

- Indagar sobre la opinión de los padres de personas con Síndrome de Down respecto a la autonomía de sus hijos con Síndrome de Down.
- Identificar la postura de los expertos respecto a la autonomía y desarrollo de las personas con Síndrome de Down.
- Deducir qué otros factores influyen en que una persona con Síndrome de Down guatemalteca, alcance a ser autónoma.
- Determinar qué acciones reflejan autonomía en las personas con Síndrome de Down.

Se plantea que esta investigación sirva para recopilar la información necesaria para desarrollar una solución, mediante herramientas de comunicación y diseño gráfico, que permitan que las personas con Síndrome de Down puedan desarrollar su autonomía. Al satisfacer sus necesidades, se impulsará a que puedan desenvolverse con mayor facilidad en labores de su interés promoviendo entonces que puedan gozar de una mejor calidad de vida.



1



Marco Situacional

● 1.1. Contextualización del tema en Guatemala

A nivel nacional, se han estado desarrollando diferentes iniciativas cuya finalidad es la de impulsar y promover el desarrollo de la persona con Síndrome de Down. Entre ellas, cabe mencionar a la Fundación Margarita Tejada, la cual ha desarrollado una "Temporada de Teatro" con la finalidad de recaudar fondos y así contribuir en los Talleres Laborales. En dicho proyecto, se realizan funciones de teatro privadas con actores que son estrellas unidas por el corazón donando su tiempo a beneficio de la fundación. Dicho proyecto, es apoyado por Seguros Universales, que desde el 2010, compra una función para apoyar a las personas con Síndrome de Down. (Seguros Universales, s.f.). Así pues, cabe mencionar que la fundación también realiza anualmente una carrera en alianza con el Restaurante San Martín con la finalidad de recaudar fondos a beneficio de 600 jóvenes con Síndrome de Down por medio de programas de salud y educación de la fundación, (Prensa Libre, 2018).

Actividades como el 7° Torneo de Golf United Charities también han permitido beneficiar con becas y terapias a niños con Síndrome de Down de la Fundación Down Guatemala. La fundación donó alrededor de 7,500 terapias a beneficio de los niños y sus padres, (Quiñónez, 2019).

En el país, se conoce que hay dos empresas que promueven la inclusión laboral

de las personas con Síndrome de Down. La primera, Café Consciente, que se define a sí mismo como "un lugar de formación y empleo para personas con necesidades especiales; divercapacitadas" y la segunda, McDonald's, que gracias a su programa de Integración Laboral para personas con distintas habilidades, provee de oportunidades laborales a personas con capacidades especiales como el Síndrome de Down, distrofia muscular, discapacidad mental, ceguera parcial y sordera, (González, 2018).

La Constitución Política de la República de Guatemala, establece en el Artículo 53, que "el Estado garantiza la protección de los minusválidos y personas con limitaciones físicas, psíquicas o sensoriales y declara de interés nacional su atención médico-social, así como la promoción de políticas y servicios que permitan su rehabilitación y su reincorporación integral a la sociedad." Así pues, la ley de atención a las personas con discapacidad del Decreto No.135-96 declara en el Capítulo 1, artículo primero: "De beneficio social el desarrollo integral de las personas con discapacidad física, sensorial y/o psíquica (mental), en igualdad de condiciones para su participación en el desarrollo económico, social, cultural y político del país." (Consejo Nacional para la atención de las personas con discapacidad CONADI).

Entre los jóvenes guatemaltecos con Síndrome de Down, que han destacado en el ámbito laboral gracias a su excelencia y empeño en sus acciones, se encuentra Javier Medina (deportista nato de golf, equitación y

squash), Isabella Springmuhl (diseñadora de modas de su propio taller Xjabelle), Sebastián Villacorta (que realiza una pasantía en el área de comunicación y promoción de la Universidad Rafael Landívar) y Verónica, Noé, Brian, Henry y Charlie (empleados que llevan años laborando para McDonald's)(Cabrer, Guatemaltecos con síndrome de Down demuestran que no hay limitaciones, 2016).

● 1.2. Delimitación Geográfica

El departamento de Guatemala, ubicado en la región Metropolitana del país. Colinda al Norte con el departamento de Baja Verapaz, al Este con El Progreso, Jalapa y Santa Rosa; al Sur con Escuintla y al Oeste con Sacatepéquez y Chimaltenango. Su cabecera departamental es Guatemala y su extensión territorial es de 2,253 km cuadrados a 1,502 m sobre el nivel del mar; su latitud es de 14° 38' 00" ' y su longitud de 90° 31' 00" ' . Según el informe presentado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), se estima que la población del departamento de Guatemala en el presente año es equivalente a 3,531,754 habitantes. Se determinó que el idioma predominante del departamento es el español, seguido del cachiquel y poqomam.

Los individuos que residen en el Departamento de Guatemala, pueden disfrutar de un clima templado y desarrollarse en la producción industrial de: alimentos procesados, productos lácteos, textiles, vestuario, productos de cuero, madera y papel, imprentas, materiales de construcción como tubos, ladrillo y cemento, vidrio, químicos, aceites, jabón, ensamble de automóviles y

electrodomésticos, aguas gaseosas, licores, cerveza, concentrados para animales, gases industriales, estructuras metálicas, entre otros. (De Guate, 2013).

La delimitación geográfica para el estudio es la Ciudad de Guatemala, también llamada Nueva Guatemala de la Asunción. Su historia se remonta a 1776 cuando los terremotos de Santa Marta destruyeron la Ciudad de Santiago de los Caballeros y la capital tuvo que trasladarse al Valle de la Ermita por orden de las autoridades españolas (Cabrer, Cómo es la Ciudad de Guatemala, 2016). Es uno de los 338 municipios de la República de Guatemala y es la cabecera departamental de Guatemala, así como la ciudad capital del país. Tiene una extensión territorial de 228 kilómetros cuadrados; limita al Norte con Chinautla y San Pedro Ayampuc, al Sur con Santa Catarina Pinula, San José Pinula, Villa Canales, Villa Nueva y San Miguel Petapa, al Este con Palencia y al Oeste con Mixco (Wikiguate, 2018). Tiene una latitud de 14°38'26" N y una longitud de 90°30'47" O, encontrándose a 1508 m de altura sobre el nivel del mar (Coordenadas geográficas de Ciudad de Guatemala, Guatemala, 2019), a unos 80 kilómetros del Océano Pacífico (EcuRed, s.f.). El clima en la Ciudad de Guatemala es principalmente templado y sus temperaturas promedio van desde los 13 a 28°C, dependiendo de la época del año. No obstante, las estaciones climáticas que más se definen en el transcurso del año son: época lluviosa desde el mes de mayo a octubre y temporada seca desde noviembre hasta abril (Cabrer, Cómo es la Ciudad de

Guatemala , 2016). La población de la Ciudad de Guatemala es equivalente a 2,541,581 habitantes. (Guatemala en breve, 2019).

● **1.3. Condiciones antropológicas**

“Guatemala está conformado entre descendientes de grupos indígenas Mayas (de 21 grupos lingüísticos diferentes) y ladinos, quienes son personas con ascendencia Maya que se han visto fuertemente influenciados por la cultura y la vestimenta occidental y que, además, hablan español” (Anywhere Inc, 2019). La religión de los guatemaltecos está compuesta principalmente por la espiritualidad tradicional maya, el cristianismo evangélico y el catolicismo. Esta última, ejerce una fuerte influencia en el patrimonio cultural del país, en fechas especiales como la Semana Santa, el Día de los muertos y la Quema del Diablo. “El colorido de sus mercados de artesanías y de sus trajes regionales, la hospitalidad de su gente, la belleza de sus paisajes naturales que enmarcan volcanes, lagos, ríos y montañas, hacen que Guatemala quede grabada en el corazón de quienes la visitan.”

● **1.4. Instituciones relacionadas**

Guatemala cuenta actualmente con diferentes instituciones que promueven el desarrollo y autonomía de la persona con SD:

1.4.1. Down Guatemala

Ubicada en la zona 3 de Mixco, es una institución no lucrativa que proporciona servicios de educación especial, terapia de lenguaje, fisioterapia, y talleres de capacitación pre laboral a personas con Síndrome de

Down u otras que presenten algún tipo de discapacidad intelectual (Down Guatemala, 2019).

1.4.2. Fundación Margarita Tejada

Es una institución no lucrativa que tiene como misión generar oportunidades de desarrollo con inclusión a personas con Síndrome de Down. Así pues, aspiran a ser un modelo de desarrollo integral de las personas con Síndrome de Down que sea replicable en todo el país. La fundación está ubicada en la zona 16. (Fundación Margarita Tejada, 2019).

1.4.3. Fundabiem

Tiene como objetivo desarrollar la autonomía personal, a través del reforzamiento de área física, cognitiva, emocional y laboral. La institución cuenta con diferentes ubicaciones: Chiquimula, Ciudad Vieja, Coatepeque, Jalapa, Jutiapa, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu, Salamá y Ciudad San Cristóbal (Fundabiem, 2017).

1.4.4. National Down Syndrome Congress

Es una organización sin fines de lucro cuyo propósito es el de promover los intereses de las personas con Síndrome de Down y sus familias a través de la defensa, la conciencia pública y la información. El NDSC apoya actualmente a organizaciones guatemaltecas como la Asociación Guatemalteca para el Síndrome de Down y la Fundación Margarita Tejada (National Down Syndrome Congress, 2019).

1.4.5. Olimpiadas Especiales de Guatemala

Ubicados en la zona 9, son una asociación que da deporte a personas con discapacidad en 14 disciplinas, durante todo el año, de manera gratuita (Olimpiadas Especiales, 2019).

1.4.6. 4 AXIS

Es una institución que tiene como objetivo brindar atención y capacitación a las personas y familias con habilidades diferentes. Atienden a personas con autismo, retardo mental, síndrome de Down, problemas de aprendizaje, problemas de conducta y otros (Discapacidad, 2016).

1.4.7. Instituto Neurológico de Guatemala

Ubicado en la zona 11, tiene como función brindar educación especial y terapias de apoyo a niños y jóvenes con discapacidad intelectual, de escasos recursos (Discapacidad, 2016).

1.4.8. Alida España de Arana

Es un centro que atiende a niñas, niños y adolescentes con discapacidad intelectual, física, sensorial – auditiva de 0 a 14 años de edad. Su objetivo es el de facilitar el acceso al aprendizaje y promover el desarrollo de las habilidades individuales y sociales. Este centro es dirigido por la Secretaría Técnica de Bienestar Social de la Presidencia de la República; está ubicado en la zona 11. (DICADE Dirección de Calidad y Desarrollo Educativo, 2006).

2.

Marco teórico

● 2.1. Tema de estudio

2.1.1. ¿Qué es el Síndrome de Down?

La investigación de la Fundación Iberoamericana Down 21 (2019) establece que un síndrome significa la existencia de un conjunto de síntomas que definen o caracterizan a una determinada condición patológica. El Síndrome de Down (SD) se llama así porque en el siglo pasado fue identificado por el científico inglés John Langdon Down. Sin embargo, no fue hasta 1957 cuando el Dr. Jerome Lejeune descubrió que la razón esencial de que apareciera este síndrome se debía a que los núcleos de las células tenían un cromosoma extra de los habituales.

Las personas que no tienen Síndrome de Down cuentan con 46 cromosomas en el núcleo de cada célula en el organismo. De esos 46, en el momento de la concepción, la persona recibe 23 cromosomas por parte del espermatozoide (la célula germinal del padre) y 23 cromosomas por parte del óvulo (la célula germinal de la madre) de los cuales, un total de 44 cromosomas son denominados regulares o autosomas (formando parejas de la 1 a la 22) y dejando dos cromosomas restantes los cuales son los que definen la sexualidad del bebé, XX si es mujer o XY si es hombre. (Fundación Iberoamericana Down 21, 2019).

En el caso del Síndrome de Down, lo que sucede es una alteración genética en el núcleo de las células del individuo, en donde se recibe un cromosoma extra (es decir 47 cromosomas en lugar de 46) el cual llega a pertenecer

al par No.21 del cromosoma regular dando como resultado una trisomía. Es por ello que al Síndrome de Down también se le denomina como trisomía 21 (Fundación Iberoamericana Down 21, 2019).

De la documentación que se tiene sobre el Síndrome de Down, se tiene constancia de su existencia desde el año 1500 a.C. según los estudios de Rogers y Coleman en 1994. Así también, se ha determinado que en el 10 a 15% de los casos, el cromosoma 21 extra es aportado por el espermatozoide y en el 85-90% de los casos es por el óvulo. En adición a lo anterior, cabe mencionar que la alteración genética que da como resultado la trisomía 21, precede desde antes de la concepción, cuando se están formando los óvulos y espermatozoides de los padres formadores. Por dicho motivo, se resalta que no debe existir ningún tipo de culpabilidad por parte de los padres ya que la alteración no guarda ninguna relación con lo que los padres hicieron o no durante el período del embarazo. (Fundación Iberoamericana Down 21, 2019).

2.1.2. Autonomía

2.1.2.1. Autonomía en las personas con Síndrome de Down

Es importante favorecer el desarrollo cognitivo y psicomotor sin olvidar los aspectos básicos de adaptación, integración y normalización para la vida como la autonomía e independencia personal. Se define como autonomía a la capacidad de la persona para realizar por sí misma, actos cotidianos elementales de supervivencia, como la alimentación, el aseo, vestido, manejo de aparatos o dispositivos mecánicos sencillos, la realización de pequeños desplazamientos, etc. (Peñuelas, 2018).

El autor indica que para el alcance de la autonomía primero es importante que el niño aprenda hábitos, a través de los cuales será capaz de asumir actitudes y valores, entender y asimilar el orden y adquirir confianza y autoestima.

Se puede definir como un hábito a un patrón de conducta determinado, un comportamiento aprendido que se repite de la misma manera y que ayuda a estructurar la vida y a favorecer la autonomía y la independencia. Utilizar los cubiertos, hacer la cama, poner la mesa, asearse, doblar la ropa, entre otros, son hábitos que las personas con Síndrome de Down (las cuales son muy rutinarias) adquieren y que una vez aprendidos, las alcanzan a hacer con mucha precisión.

La autora indica que los siguientes hábitos deberían practicarse con la persona Down:

- Que se pueda alimentar por sí solo (lo que promoverá a que pueda participar en comidas fuera de casa, promoviendo a su desarrollo en la vida social)
- Una buena rutina de sueño (se aconseja que a partir del primer año de edad, todos los niños puedan dormir solos en su habitación, sin sentir miedo o inseguridad)
- Vestirse, desnudarse, abrocharse los botones, atarse los zapatos y elegir la ropa
- Cuidar de su higiene personal duchándose y lavándose las manos, cara y dientes (favorece a sentirse bien consigo mismo y la aceptación de los demás)
- Cortarse las uñas
- Peinarse

La autonomía amplía los conocimientos y aprendizajes, dando como resultado un mayor grado de bienestar emocional y de calidad de vida.

2.1.2.2. Familia como motor de arranque para la autonomía

La familia es el primer y más importante ámbito de comunicación, donde los padres son los principales educadores. La familia se constituye en modelo para la adquisición de hábitos y costumbres (alimentación, higiene, orden, organización del tiempo) y también para la transmisión de valores (Peñuelas, 2018). Así pues, la manera en que la persona con SD recibe un trato por parte de su familia, influye su desarrollo para la autonomía.

La autora menciona dos cuestiones fundamentales por las cuales resulta difícil introducir o potenciar las habilidades personales de una persona con SD:

- Las actitudes de sobreprotección que con frecuencia suelen existir en las familias que tienen un hijo con discapacidad y la tendencia a infravalorar las capacidades reales de sus hijos.
- La existencia de una sobrevaloración de aspectos motores o cognitivos y más tarde, de habilidades académicas por encima de las habilidades de autonomía personal y social las cuales generan situaciones de estrés que podrían llegar a producir bloqueos en el deseo de aprender o afectar a la autoestima.

Para un adulto con Síndrome de Down, asumir su rol (como persona adulta) todavía representa un reto puesto que la sociedad no suele reconocerlo como tal, lo que conlleva a un retraso en su desarrollo autónomo y una alimentación a la conciencia de dependencia y de discapacidad. La autora destaca que no sólo se debe incidir en el desarrollo y formación para la adquisición de responsabilidad en las personas Down, sino también ayudar a sus familias para permitir que puedan desarrollar toda la autonomía de la que son capaces.

La tarea educativa que realicen los padres para fomentar el aprendizaje de hábitos de autonomía en sus hijos con SD permitirá que puedan crecer y desarrollarse hasta la vida adulta, indistintamente de sus capacidades cognitivas. Iniciar con actividades domésticas es de suma importancia para la autonomía

futura. Sin embargo, dichas acciones deben iniciar con una orientación y soporte verbal que permita que él/ella sea capaz de hacerlo por sí solo (y no que el padre las realice por él) para evitar que se frustre y pierda el deseo de aprender. (Peñuelas, 2018). Hacer la cama, poner la ropa en el cesto, poner a funcionar la lavadora, doblar la ropa y guardarla en el armario, mantener la habitación ordenada, poner la mesa, preparar una comida y quedarse solo en casa son algunas de las actividades domésticas que se pueden ir practicando, siempre con una orientación y apoyo inicial, para promover una responsabilidad que conduzca a la autonomía.

Florez (2017) indica que algunas de las estrategias de orientación para el trabajo rutinario de la familia, pueden ser:

- Crear rutinas de interacción familia-hijo en el ambiente ordinario de la casa
- Adecuar el entorno de la casa
- Optimizar la calidad de la interacción comunicativa y lingüística, a base del desarrollo de estrategias que mejoren la gestión de la comunicación y la conversación.
- Adaptar el lenguaje de los adultos que se dirigen al niño con SD, y utilicen sencillas estrategias educativas.

Trabajar e invertir en la formación para la comunicación de la persona con Síndrome de Down, es dotarle de instrumentos que le ayuden a superar las distancias y salir de sí mismo, es ayudarlo a formar parte, como miembro real y vivo, de la familia humana.

2.1.3. Tipos de Síndrome de Down

Se conocen tres tipos de Trisomía 21 en el Síndrome de Down (Perpiñán, 2018):

- Simple: presente en el 95% de los casos. Todas las células del cuerpo tienen tres copias completas del cromosoma 21 porque no se separaron adecuadamente los cromosomas homólogos de la pareja 21 al formarse el óvulo o el espermatozoide en el proceso de meiosis que pasaban de 46 cromosomas a 23.
- Translocación: son el 3-4% de los casos. El óvulo o el espermatozoide aporta un cromosoma 21 y un trozo adherido de otro cromosoma, con frecuencia del 14. Las características de estas personas son similares a las que presenta la trisomía simple.
- Mosaicismo: son el 1-2% de los casos. Solo una parte de las células del organismo tiene trisomía porque no hay disyunción durante las divisiones celulares en alguna de las divisiones iniciales de las células pero sí después de la concepción. La persona presenta dos líneas celulares, una trisómica y otra no. Tendrán trisomía las células que se derivan de la célula donde se produjo la no separación. La proporción de células trisómicas puede ser muy variable de unas personas a otras y también la manifestación de los rasgos del SD, pudiendo aparecer una discapacidad intelectual más leve.

2.1.4. Diagnóstico Prenatal

El mismo autor establece que el Síndrome de Down es fácilmente detectable en la etapa prenatal. En la actualidad existen técnicas modernas que permiten diagnosticarlo durante el embarazo. Hay que diferenciar dos tipos de pruebas: las pruebas exploratorias o de cribado y las pruebas diagnósticas.

Las pruebas exploratorias o de cribado aportan señales de alerta para profundizar posteriormente en un diagnóstico certero. No suponen riesgo para el feto ni para la madre, pero solo tienen un valor predictivo y son las siguientes:

- Análisis ecográfico
- Análisis bioquímico del suero materno

En caso de que este riesgo sea alto, se realizan pruebas diagnósticas más precisas que implican métodos invasivos para obtener una muestra de tejido fetal. Las pruebas diagnósticas en la etapa prenatal que se emplean en la actualidad son las siguientes:

- Biopsia de corion
- Amniocentesis
- Cordocentesis
- Análisis del ADN fetal en la sangre de la madre.

La detección prenatal del SD tiene una repercusión muy potente en los padres e implica consideraciones éticas muy significativas ya que la legislación actual contempla la posibilidad de interrumpir el embarazo. El papel de los profesionales en este momento es crucial ofreciendo a la familia

información actualizada, neutra y equilibrada, respetando escrupulosamente su decisión. (Perpiñán, 2018)

2.1.5. Características de la persona con Síndrome de Down

2.1.5.1. Características físicas

Perpiñán (2018) indica que es imprescindible realizar un cariotipo (estudio de los cromosomas a partir de una muestra de sangre) para confirmar el diagnóstico una vez que el bebé ha nacido. El fenotipo o conjunto de rasgos que presenta el bebé con SD puede incluir lo siguiente:

- Hipotonía muscular
- Reflejos débiles y difíciles de producir
- Hiperlaxitud en las articulaciones
- Cuello ligeramente corto con pliegues cutáneos en la parte lateral y posterior
- Exceso de piel en la nuca
- Fisura palpebral oblicua
- Hendidura palpebral estrecha y corta
- Perfil plano de la cara
- Puente de la nariz más bajo y pómulos más altos
- Perímetro cefálico menor y aumento del tamaño de la fontanela
- Llanto más débil, de menor duración y tono
- Orejas más pequeñas e implantadas más abajo
- Displasia de la falange media del dedo meñique
- Plegue transversal en la palma de una o las dos manos.

Entre las características más comunes que

definen a la persona con Síndrome de Down, Perpiñán (2018) y Jasso (2001) establecen las siguientes:

- Forma ovoide de las órbitas que dan lugar a los ojos rasgados con inclinación hacia arriba y hacia afuera.
- Hueso nasal poco desarrollado que produce el aspecto plano de la cara.
- La nariz parece más pequeña y achatada, debido al hundimiento de la raíz (puente) y el poco desarrollo de los huesos en la cara.
- Los huesos de las mandíbulas son más pequeños y provocan la disminución de la cavidad bucal y el paladar aplanado. Este espacio interior reducido y la debilidad muscular pueden hacer que la boca tienda a estar abierta a y mantener la lengua fuera de la cavidad bucal. Además de ello, se tiene conocimiento de que la lengua es prominente en la boca, de tal forma que se encuentra entreabierta de manera permanente en las personas que así lo manifiestan. Así también, algunas de ellas pueden presentar una lengua "geográfica" caracterizada por que su superficie presenta fisuras.
- Las dificultades en el desarrollo de los senos del cráneo, junto a la tendencia a mantener la boca abierta, explican la tendencia a respirar por la boca.
- Disminución del tamaño de las orejas, implantación más baja y reducción del lóbulo de la oreja o incluso inexistencia del este en algunos casos. Así pues, el conducto auditivo externo frecuentemente es estrecho.
- Pliegue epicántico, el cual es un pliegue

cutáneo en la parte inferior del ojo que intensifica la inclinación de éste. También se ha identificado que pueden presentar hipertelorismo (como consecuencia de un puente nasal plano y del marcado pliegue epicantal que cubre el canto interno del ojo) o hipotelorismo (causada a la hipoplasia, que es el poco crecimiento que presentan los huesos correspondiente a la estructura media de la cara).

- Respecto a los ojos, las Manchas de Brushfield, son pequeñas manchas blancas en el borde del iris que aparecen en algunos casos.
- Cabeza más pequeña de lo esperado con la parte posterior aplanada y cuello corto.

Así también, las personas con Síndrome de Down presentan lentitud y reducción del crecimiento corporal. Suelen presentar estatura baja debido a que el patrón de crecimiento sigue un ritmo diferente y más lento. Las curvas de talla, peso y perímetro cefálico han de ser específicas para vigilar el desarrollo del niño con SD (Perpiñán, 2018).

2.1.5.2. Características de salud

Presentan, con frecuencia y variabilidad, algunos trastornos de salud que conviene conocer para poder abordar convenientemente y de ese modo, evitar que incidan en su desarrollo y calidad de vida. Un adecuado seguimiento de salud previene la aparición de muchos problemas orgánicos y ofrece una respuesta adecuada a las necesidades de cada persona con SD.

Entre las características de salud habituales, el autor señala las siguientes:

- *Del corazón*: cerca del 50% de los niños con SD presentan cardiopatías congénitas que pueden abordarse mediante cirugía reparadora. Si se carece de una intervención adecuada, la alteración cardíaca podría presentar consecuencias negativas para la persona Down.
- *Las vías respiratorias* detrás de la nariz y la lengua pueden ser estrechas y obstruirse parcialmente a causa de amígdalas y vegetaciones grandes, este hecho sumado a hipotonía de la musculatura y la estrecha cavidad bucal explica la tendencia a la respiración bucal. Los niños con SD padecen frecuentes y reincidentes infecciones del aparato respiratorio, tanto de vías altas (nariz, garganta, senos, tráquea, bronquios) como de pulmón (neumonías) que pueden implicar un estado de salud vulnerable que podría llegar a limitar sus condiciones de aprendizaje.
- *El asma y la apnea* obstructiva del sueño (SAOS) son problemas frecuentes que pueden pasar desapercibidos y por tanto no tratarse adecuadamente. La apnea del sueño altera el descanso del individuo y produce somnolencia y falta de concentración, lo cual puede repercutir en su aprendizaje.
- Respecto a su *audición*, pueden presentar dos tipos de hipoacusia (incapacidad total o parcial para escuchar sonidos

en uno o ambos oídos) (Medline Plus, 2019): hipoacusias neurológicas o, con mayor frecuencia, hipoacusias de conducción (50-70%). Estas dificultades de audición pueden afectar solo a sonidos con una frecuencia determinada por lo que pueden pasar desapercibidas. El individuo oye, pero no oye bien, ello unido a las dificultades de procesamiento de la información a nivel cerebral, repercute negativamente en el desarrollo del lenguaje.

- El 75% de las personas con SD presentan problemas de la *visión*. Los más frecuentes son de refracción, miopía, hipermetropía, y estrabismo que pueden aparecer desde edades muy tempranas (Perpiñán, 2018 citando a Fierson, 1990, Pueschel y Sustrova, 1997).
- Las personas con SD presentan con mayor incidencia que el resto de la población *alteraciones tiroideas* (hipotiroidismo o hipertiroidismo). La hormona que segrega la glándula tiroidea está directamente relacionada con el crecimiento, con la función cognitiva y tiene mucha repercusión sobre el comportamiento por lo que es necesario detectar y tratar adecuadamente dichas alteraciones.

2.1.5.3. Características de motricidad

La motricidad gruesa es aquella relativa a todas las acciones que implican grandes grupos musculares, en general, se refiere a

movimientos de partes grandes del cuerpo del niño o de todo el cuerpo. Así pues, la motricidad gruesa incluye movimientos musculares de: piernas, brazos, cabeza, abdomen y espalda. Permitiendo de este modo: subir la cabeza, gatear, incorporarse, voltear, andar, mantener el equilibrio...etc. La motricidad también abarca las habilidades de los niños para moverse y desplazarse, explorar y conocer el mundo que le rodea y experimentar con todos sus sentidos (olfato, vista, gusto y tacto) para procesar y guardar la información del entorno que le rodea (Ovalle, Niemeyer, & Rodríguez, 2013).

La Fundación Iberoamericana Down 21 (2019), establece en su "Artículo profesional de Motricidad Gruesa" los factores físicos que influyen en el desarrollo de la motricidad gruesa en los niños con Síndrome de Down. Estos factores físicos pueden llegar a afectar la forma en que se mueven espontáneamente y la manera para aprender habilidades de motricidad gruesa. Las más comunes son:

- a. Hipotonía muscular, que se refiere a la disminución del tono muscular influye a que sus movimientos sean más lentos y presenten dificultades de coordinación manifestadas variablemente en distintas partes del cuerpo. La hipotonía también afecta la motricidad fono articulatoria implicada en la expresión oral y también al manejo de sus manos, que requiere de movimientos muy precisos. El niño con SD sigue los mismos hitos de desarrollo que otros niños, pero con un período

de tiempo mayor. La lentitud en sus movimientos o en sus adquisiciones no significa que no puedan dominar la mayoría de las habilidades necesarias para su autonomía. Las personas con SD perfeccionan su movimiento y el control de su cuerpo a base de práctica, por lo que es muy importante estimular su motricidad y fomentar su autonomía. (Perpiñán, 2018).

b. Laxitud ligamentosa o aumento de flexibilidad en las articulaciones, también puede dificultar el aprendizaje de ciertas habilidades de motricidad gruesa. Por ejemplo, la acción de cambiar de posición de sentado a otra posición puede verse dificultada por la excesiva movilidad de las caderas.

c. La reducción de la fuerza muscular que se define como la fuerza que se ejerce para vencer una resistencia. En los bebés con Síndrome de Down, se suele presentar menos fuerza muscular, por lo que se sugiere una práctica frecuente y estratégica con un fisioterapeuta por medio de la cual se permita desarrollar la fuerza necesaria.

d. Los niños con Síndrome de Down tienen los brazos y piernas cortos en relación con la longitud del tronco. "Tener los brazos cortos dificulta el aprender a sentarse, porque el bebé no puede apoyar sus manos frontalmente en el suelo sin inclinar a la vez el tronco excesivamente hacia adelante."

e. Los problemas médicos de los niños con SD también afectan su capacidad de aprendizaje y práctica de las habilidades de motricidad gruesa. Estos problemas suelen ser patologías cardíacas, problemas gastrointestinales, apnea obstructiva del sueño, infecciones crónicas de las vías respiratorias altas, ataques epilépticos e infecciones del oído.

Al momento de trabajar la motricidad gruesa con personas con SD, es necesario tomar en cuenta factores como (Ovalle, Niemeyer, & Rodríguez, 2013):

- Que la actividad sea adecuada a sus capacidades
- Explicación de la actividad de una manera clara acompañada del movimiento a realizar
- Proporcionar al niño la confianza necesaria para que confíe en poder realizar las tareas dadas
- Motivación y apoyo en que realice la actividad
- Dar refuerzos positivos
- Definir claramente los roles

2.1.5.4. Características intelectuales y cognitivas

La capacidad intelectual se define como el desarrollo mental de un individuo en cada época de su vida. (Real Academia Española, 2019). La discapacidad, por su parte, se expresa a través de un nivel de razonamiento o abstracción por debajo de lo esperado para la edad cronológica de un individuo. La inteligencia se mide a través de unas pruebas

o test que permiten obtener una referencia numérica o un Cociente Intelectual (CI) con el que poder comparar el rendimiento de una persona con el de la media de otros individuos de su edad. El CI considerado normal se sitúa en puntuaciones entre 90 y 110 y se obtiene mediante una serie de operaciones que relacionan la "edad mental" o resultado obtenido en una serie de pruebas, con su "edad cronológica" multiplicado por 100. La discapacidad intelectual según la DSM V (American Psychiatric Association) se clasifica del siguiente modo: Discapacidad leve (CI entre 50 y 70), discapacidad moderada (CI entre 35 y 50) y discapacidad grave y profunda (CI por debajo de 35). La mayoría de las personas con Síndrome de Down, presentan una discapacidad psíquica ligera o moderada. (Perpiñán, 2018). Sin embargo, el autor establece que la categoría de discapacidad psíquica ligera o moderada que presentan la mayoría de los niños con SD no limita las posibilidades de aprendizaje, únicamente sitúa al individuo en relación con otras personas en cuanto a su capacidad para realizar algunas tareas.

En el funcionamiento cognitivo se deben distinguir diversas áreas o dominios, algunos de los cuales se encuentran afectados por el síndrome, si bien puede hacerlo en grado diferente dentro de un mismo individuo. En los niños y adultos con síndrome de Down, algunos dominios (p. ej., el vocabulario comprensivo y ciertas habilidades adaptativas) se suelen desarrollar a mayor velocidad que otros (p. ej., la memoria y, en último lugar, la función ejecutiva). Sin embargo, la velocidad

de aprendizaje en su conjunto es más lenta que en el resto de la población y, como consecuencia, el CI declina con la edad (Nadel, 2003). El aprendizaje, determinadas formas de memoria y el lenguaje, se encuentran afectados de manera particular en el Síndrome de Down, pero debe quedar claro que la edad mental propiamente dicha y la capacidad de aprender siguen progresando a lo largo de la vida. (Flórez, Causas de la disfunción cognitiva en el Síndrome de Down, 2019).

2.1.5.4.1. Discapacidad intelectual

La mayor parte de las dificultades de los niños con SD para aprender el lenguaje se debe a sus problemas intelectuales. Esta discapacidad intelectual tiene un impacto notable principalmente en las habilidades comunicativas, ya que el aprendizaje del lenguaje depende mucho de las capacidades cognitivas como el razonamiento, la comprensión de los conceptos y la memoria. Kumin (2019), establece que algunas de las habilidades cognitivas que suelen afectar la discapacidad intelectual son:

- 1) Generalización: es la capacidad para aplicar la información aprendida en una situación a otra nueva situación. Por ejemplo, al niño puede costarle entender y aplicar las reglas y las normas según el contexto donde las aprende y donde las debe aplicar. Así también, el aprender a utilizar palabras como "perro", "pelota" o "galleta" en plural, agregando una /s/ al final de cada palabra.

- 2) Memoria: se define como la capacidad de almacenar y evocar la información, las acciones y los acontecimientos. Citando al autor, la memoria se puede dividir en dos tipos:
- a. Memoria a largo plazo: implica habilidades aprendidas con el tiempo, como el tocar un instrumento musical o el nadar, o el recuerdo de información o de acontecimientos pasados.
 - b. Memoria corto plazo: es la memoria operativa que empleamos cada día para procesar la información necesaria para afrontar las situaciones a medida que nos van sucediendo. La memoria a corto plazo es importante para el habla y para procesar el lenguaje.
 - i. La *memoria a corto plazo verbal* o memoria auditiva es la capacidad para retener y recordar la información que se acaba de oír. El procesamiento auditivo y el recuerdo de los sonidos emitidos al hablar se conocen como bucle fonológico. Este bucle de actividad cerebral está implicado en la memoria a corto plazo de la información verbal. Los niños con SD suelen presentar dificultades con el bucle fonológico, de forma que el procesamiento de la información sobre las diferencias entre los sonidos y las secuencias de los sonidos, suelen ser un área de dificultad para ellos. En general, tienen mejor memoria para recordar lo que ven (memoria visual) que lo que oyen (memoria auditiva).
 - ii. La *memoria operativa para actividades visoespaciales* o memoria visual, es más fuerte en los niños con SD. Aprenden con mayor facilidad cuando observan demostraciones que cuando escuchan instrucciones verbales porque sus habilidades visuales son más potentes que las auditivas. Los niños con Síndrome de Down necesitan más tiempo para procesar la información. El autor destaca que es por ello que la lectura puede resultar muy eficaz al momento de ayudar a los niños con Síndrome de Down a progresar en el lenguaje.
 - iii. El pensamiento abstracto se refiere a la capacidad de comprender las relaciones, conceptos, principios y otras ideas intangibles como el lenguaje figurativo (en las metáforas y comparaciones). Los niños con SD suelen presentar dificultades de comprensión respecto al pensamiento abstracto, porque en su mayoría, suelen ser pensadores concretos.
 - iv. En las *habilidades de procesamiento*, se encuentran cuatro tipos:
 - Procesamiento visual: es la habilidad para recibir, interpretar y responder a las cosas que vemos. Como a las personas con SD, les resulta más fácil recordar información visual que auditiva, asimismo se les facilita más procesar la información visual que la auditiva. Esto se debe a que la información visual no es tan fugaz, lo que permite que pueda ser analizada antes de que desaparezca.

- Procesamiento auditivo: se refiere a la rapidez y eficiencia con que la persona interioriza, interpreta y responde a las palabras habladas. Las personas con SD generalmente requieren de más tiempo para procesar y comprender lo que se les dice.
- Discriminación auditiva: es la capacidad para percibir las diferencias entre los sonidos. Esta es un área en la que las personas con SD suelen presentar dificultad. Aun más, si la persona presenta síntomas de sordera de percepción (neurosensorial).
- Evocación de palabras: es la capacidad de seleccionar la palabra apropiada en una situación concreta. Este es un problema que afecta a muchos de los niños Down, puesto que puede repercutir en la complejidad, precisión y longitud de las frases que desean utilizar.
- La fluidez, o capacidad de hablar de forma seguida (sin interrupciones o bloqueos) y rítmica
- La secuenciación o integración fonológica, o capacidad de pronunciar los sonidos en el orden adecuado dentro de una palabra (p. ej. decir "elefante" en lugar de "efelante").
- La resonancia o el tono y calidad de los sonidos del habla que la persona produce.

2.1.5.4.2. Capacidades cognitivas que influyen en el desarrollo del habla y el lenguaje de la persona con SD

En la tabla 1, se presenta una lista de las diferencias físicas que afectan el habla y el lenguaje en la persona Down. Dichas diferencias, en conjunto con las que se presentan a continuación, influyen en la inteligibilidad del habla de la persona (Kumin, 2019):

- En la articulación, la capacidad para mover y controlar los labios, lengua, mandíbulas y paladar son clave para la formación de la fonética articulatoria.

Tabla 1

Diferencias físicas que afectan el habla y el lenguaje

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	EFFECTOS SOBRE HABLA/LENGUAJE
Bajo tono muscular en boca, lengua y faringe (hipotonía)	Problemas de articulación e inteligibilidad; habla imprecisa; problemas de voz y resonancia
Hipoplasia	Problemas de articulación e inteligibilidad
Floja conexión del hueso mandibular	Problemas de articulación; habla imprecisa
Babeo	Dificultad en la conciencia o percepción sensorial, y en la retroalimentación de la articulación
Boca abierta	Problemas de articulación, especialmente para /p/, /b/, /m/, /t/, /v/.
Bloqueo libero de las vías nasales	Hipo nasalidad (la voz suena "obstruida") Afecta los sonidos /n/ y /ñ/
Insuficiencia velo faríngea (dificultad para utilizar el velo del paladar y los músculos de la pared de la garganta que cierran la cavidad nasal para evitar que el aire/los sonidos pasen por la nariz).	Hipernasalidad (los sonidos tienen un tono demasiado nasal); problemas de inteligibilidad.
Respiración por la boca	Hiponasalidad; problemas de articulación e inteligibilidad
Mordida abierta (no se ajustan los dientes superiores con los inferiores)	Problemas de articulación, especialmente para /s/, /z/, /t/, /d/.
Protrusión de la lengua	Problemas de articulación, especialmente para /s/, /z/, /t/, /d/, /l/, /n/; problemas de inteligibilidad.
Lengua grande en relación con la boca	Problemas de articulación, especialmente para /s/, /z/, /t/, /d/, /l/, /n/; problemas de inteligibilidad.
Anomalías en las conexiones nervio-músculo de la lengua	Problemas de articulación
Dentición irregular	Problemas de articulación
Dificultades de procesamiento secuencial	Problemas para el procesamiento fonético, memoria auditiva, morfosintaxis (gramática)
Otitis media con secreción y pérdidas auditivas fluctuantes	Retraso en el desarrollo del lenguaje; dificultades en la discriminación auditiva (decir palabras por separado), en la localización del oído (decir de donde vienen los sonidos) y la asociación auditiva.

Impacto de cerumen (tapón en el conducto externo)	Retraso en el desarrollo del lenguaje; dificultades para la asociación y localización auditivas.
Sordera de percepción (neurosensorial)	Dificultades para percibir el habla; para el procesamiento fonético; para oír las diferencias entre los sonidos.
Sordera de transmisión	Dificultades para el habla en nivel conversacional; dificultades para oír las instrucciones en la escuela sin medios de amplificación.
Dificultades de procesamiento auditivo-motórico y auditivo-vocal	Dificultades para el procesamiento fonético; para la memoria auditiva; la gramática; longitud reducida de las frases.

Fuente: *Artículo: Características físicas y cognitivas en niños con Síndrome de Down*. Fundación Iberoamericana Down21 (2019)

El constructo “potencial de aprendizaje” resulta más significativo a la hora de educar a los niños con SD. La plasticidad de su sistema nervioso, unida a estrategias educativas adecuadas pueden hacer que la vida del niño sea más adaptada y plena (Perpiñán, 2018).

2.1.5.4.3. Estimulación cognitiva

La estimulación cognitiva en las personas con Síndrome de Down, al igual que en el resto de la población, ayuda a mejorar la memoria, la atención, las funciones ejecutivas y el lenguaje permitiendo así prevenir el deterioro cognitivo asociado al envejecimiento. El cerebro es el responsable de llevar a cabo toda una serie de procesos desplegando un gran número de habilidades y aptitudes, las cuales se desarrollan y adquieren no sólo por factores genéticos hereditarios, sino también a través del aprendizaje y de la interacción continua que cada persona establece con su entorno. (Roser, 2018) .

El autor establece, desde el punto de vista de la estimulación cognitiva, que el concepto de plasticidad cerebral (es decir, la capacidad adaptativa del cerebro para modificar su propia organización estructural y su funcionamiento en respuesta a los acontecimientos del contexto y a la acción educativa), es importante porque bajo los efectos de estimulaciones apropiadas y constantes (a través de la práctica y la repetición de las mismas), el cerebro puede modificar favorablemente su estructura y funcionamiento, ofreciendo la posibilidad de optimizar el rendimiento y las capacidades cognitivas.

2.1.6. Comunicación de la persona con Síndrome de Down

La comunicación exige lenguaje, que no es lo mismo que el habla. El lenguaje verbal es la forma más rápida, expresiva y cómoda del lenguaje. En el Síndrome de Down, existen dificultades propias e intrínsecas para desarrollar el lenguaje verbal expresivo, es decir el habla. En general, en personas con SD, el desarrollo del lenguaje expresivo va apareciendo bastante por detrás del lenguaje comprensivo. (Flórez, Problemas en la Comunicación, 2019)

Sonsoles Perpiñán (2018), establece que los niños con Síndrome de Down frecuentemente suelen presentar dificultades de expresión oral, lo que no significa que tengan problemas para comunicarse. En su mayoría alcanzan las diferentes funciones del lenguaje: piden, denominan, muestran, preguntan, exclaman e incluso utilizan el lenguaje interno para autorregular su comportamiento. Los niños con SD muestran buena capacidad de comunicación. La intención comunicativa junto con la capacidad de comprensión de claves contextuales y emocionales pueden considerarse puntos fuertes del perfil específico del desarrollo de las personas con SD. La intención comunicativa es el interés que muestra el niño por interactuar con las personas que le rodean, la capacidad para transmitir sus necesidades o deseos y compartir información. Para hacerlo, como tienen dificultades para expresarse oralmente, emplean con eficacia códigos gestuales haciéndose entender por los que le rodean.

La mayoría de las personas con SD tienen familiares u otras personas que son capaces de ejercer la función de intérpretes cuando se les necesita. Sin embargo, no todos han gozado de esta experiencia y han crecido formándose en instituciones grandes o incluso en familias en donde no se les animó a tener un lenguaje expresivo, verbal o no verbal. Dichos intérpretes son muy importantes para un adulto con SD, ya que son personas observadoras sensibles y pacientes con la persona Down. No obstante, es importante asegurar que la persona no verbal aprenda también a utilizar métodos más estandarizados de comunicación no verbal, de modo que pueda hacer llegar sus deseos, necesidades o elecciones a quienes tengan menos familiaridad con sus métodos comunicativos propios. Así pues, porque para la persona con SD, la pérdida de estos intérpretes suele resultar devastadora muy a menudo (Down España, 2016).

2.1.6.1. Características del lenguaje de una persona con Síndrome de Down y disfasia

En algunas personas con SD, se puede presentar también la disfasia que es un trastorno que afecta la producción y/o la comprensión del lenguaje, causado por un desarrollo anormal de éste. (Grzib, Disfasia en personas con Síndrome de Down, 2017).

Entre las características que permiten determinar este diagnóstico, Grzib (2017) indica las siguientes:

- Presenta complicaciones para comprender preposiciones como "y", "con", "de", "en", que son auditivamente cortas, abstractas y pueden tener diferentes significados.
- Presenta dificultades para comprender las locuciones interrogativas: qué, dónde, cuándo.
- Entiende bien preguntas directas como "¿De qué color es?", "¿Para qué sirve?", y preguntas sociales muy frecuentes como "¿Cómo te llamas?", "¿Cuántos años tienes?", "¿Dónde vives?". Sin embargo, al realizar preguntas como "¿Dónde has puesto las tijeras?", la persona con SD entiende que se le ha hecho una pregunta respecto a las tijeras o la estantería. Sin embargo, no sabe exactamente qué se le ha preguntado. Por lo que su tendencia será responder con "sí" o "no" sin decir que no ha entendido bien la pregunta.

Respecto a las características del lenguaje que una persona con SD y disfasia puede presentar, el autor indica las siguientes:

El lenguaje espontáneo no es fluido, sino articulado con esfuerzo, pobre y telegráfico.

- Al expresarse, sus frases son de una o dos palabras, sobre todo compuestas por sustantivos. También emplea frases de cortesía o de uso muy habitual en la vida cotidiana.

- Presenta dificultad con palabras largas y menos frecuentes y normalmente omite o cambia las sílabas.
- Suele omitir la primera sílaba en las palabras que empiezan por vocal
- Ocasionalmente, su volumen para hablar puede ser bajo y su mala articulación puede dificultar la comprensión para sus interlocutores.
- No suele emplear verbos, y si lo hace normalmente es en infinitivo.
- Cuando ocasionalmente compone frases largas y utiliza preposiciones y adverbios, no suele emplearlos correctamente (paragramatismo).

● 2.2. Referentes de diseño relacionados al tema

Los cuatro proyectos demostrados en esta sección tienen por objetivo servir como referencia para el tema de investigación, evaluando fundamentalmente cómo se comunicó el proyecto mediante el diseño gráfico.

2.2.1. Soy Cappaz

Soy Cappaz es una aplicación que surgió con el deseo de proporcionar una herramienta de apoyo a todas las personas con discapacidad intelectual. Desarrollada por Fundación Mapfre y Fundación GMP, ofrece la posibilidad de ganar autonomía en las tareas diarias, organizar agenda y entender diferentes labores y acciones. Además, también ayuda con la movilidad y desplazamientos (Down Galicia, 2018). Esta aplicación permite el aprendizaje a través del castellano e inglés mediante cuatro funciones principales:

Mi calendario (para que el usuario pueda organizar las citas y tareas que debe realizar), Necesito Ayuda (es un botón de urgencia que le permite al usuario comunicarse directamente con personas de apoyo), Mis trabajos (son video tutoriales para aprender a realizar actividades diarias como poner la impresora o lavar la ropa) y Dónde estoy (el cual es un apartado que guarda las rutas que el usuario usa habitualmente).



Figura 1
Interfaz de Soy Cappaz
Recuperado de: <https://www.escuelaenlanube.com/app-soy-capaz-ayuda-a-las-personas-con-discapacidad-intelectual/>

Figura 2
Recuperado de: Soy Cappaz
Fuente: <https://cadenadevalor.es/soy-cappaz-fundacion-gmp-mapfre/>



Figura 3
Interfaz de Yo también leo
Recuperado de: <https://yotambienleo.com/app/>

Soy Cappaz tenía como objetivo fundamental promover la inclusión de las personas con discapacidad intelectual dentro del mundo laboral mediante herramientas de apoyo relacionadas con actividades de este tipo.

2.2.2. Yo también leo

Yo también leo es la aplicación que facilita el aprendizaje de la lectura a niños con Síndrome de Down, Autismo y otros tipos de discapacidad (Yo también leo, s.f.). Utiliza como base el método de lectura global aplicando pautas de progresión y aumento de dificultad recomendados por expertos

con el fin de potenciar las capacidades de los niños con Síndrome de Down. El objetivo de la aplicación es que los niños puedan aprender a leer a su propio ritmo mediante una herramienta interactiva.

Así mismo, Yo también leo tiene la finalidad de fortalecer y potenciar la autonomía de sus usuarios a través de una interfaz con pistas visuales sobre las acciones a realizar, que les permitan aprender y avanzar a su propio ritmo, evitando cualquier sentimiento de frustración o estrés en el proceso.

2.2.3. Pradia: Misterio en la ciudad

Pradia es un videojuego educativo desarrollado con el objetivo de mejorar producción y percepción de la prosodia con efectos comunicados. Así pues, busca favorecer a sus usuarios con necesidades específicas de aprendizaje a través de la interiorización de los contenidos para que estos sean trasladados a su vida diaria. El juego ofrece diferentes escenarios, los cuales ocupan desde escenas de la vida diaria de cualquier ciudadano: farmacia, supermercado, autobús, biblioteca, etc. hasta escenarios



Figura 4

Interfaz Pradia

Recuperado de: <http://www.pradia.net/>

naturales y fantásticos que potencian la imaginación del jugador. (Pradia, s.f.). Su interfaz y estructura permiten que los usuarios puedan engancharse al hilo del juego sin que el aprendizaje se vea forzado.

2.2.4. Dear Future Mom

Dear Future Mom fue una campaña publicitaria desarrollada por Saatchi&Saatchi Milan para Coordown con la finalidad de transmitir un mensaje diferente, positivo, a todas las madres primerizas de bebés con Síndrome de Down cuyas expectativas sobre las capacidades que podrían alcanzar sus hijos eran inciertas. (Pepyve, 2015)

La producción audiovisual gira entorno al testimonio de varios jóvenes con Síndrome de Down que responden a la carta de una madre primeriza. Cada joven comunicaría en el video una cualidad o capacidad que su hijo podrá llegar a tener o hacer. Link del vídeo: https://www.youtube.com/watch?time_continue=136&v=Ju-q4OnBtNU

2.2.5. #Auténticos

Esta campaña fue presentada por la Organización Down España para la conmemoración del 21 de marzo, Día Mundial del Síndrome de Down. Su objetivo, era aumentar la visibilidad de las personas con SD, así como su naturalidad, espontaneidad y valentía. (ReasonWhy, 2018). El video fue producido con jóvenes y adultos jóvenes con SD quienes comunicaban todo el mensaje a través de su propio testimonio Link del vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=kb8mJ0r8Guk>

3

Marco metodológico

● 3.1. Método deductivo

El método deductivo (Dávila, 2006) es un método de investigación a partir de la deducción, el cual permite al investigador, llegar a una conclusión después de haber aplicado un razonamiento lógico. Es del método deductivo de donde derivan las premisas y una conclusión. Este método de investigación se caracteriza por partir de lo general a lo particular. Así también, permite exponer múltiples conceptos y definiciones, con el fin de extraer conclusiones y posibles consecuencias. Así también, es sistemático puesto que se realiza mediante un proceso ordenado que busca verdades con el fin de obtener resultados. Por tanto, el método deductivo permite medir los fenómenos, tener un análisis de causa y utilizar la estadística y hacer una prueba de hipótesis

El método deductivo se puede clasificar en:

- Método axiomático deductivo: consiste en un conjunto de premisas o enunciados de los que se pueden extraer otros enunciados que se denominan teoremas. Estos se extraen mediante la aplicación de procedimientos deductivos.
- Método hipotético deductivo: consiste en la observación, seguida de la verificación de las hipótesis.

● 3.2. Universo o población

Población 1:

Para el estudio de la presente investigación se requiere del conocimiento y experiencia de expertos en educación especial, Profesorados en Educación de Personas con Necesidades

Especiales o Pedagogos Terapeutas los cuales laboran atendiendo y apoyando a los alumnos con Necesidades Educativas Especiales (NEE), evalúan, orientan y ejecutan estrategias de rehabilitación e inclusión para personas con necesidades educativas especiales y analizan las causas y la dinámica psicopedagógica de las personas con necesidades educativas especiales (Universidad del Valle de Guatemala, 2019). El motivo por el cual se ha seleccionado a dicha población se debe fundamentalmente al conocimiento y cercanía que poseen respecto a las personas con Síndrome de Down. El análisis de estos factores permitirá determinar cuál es la postura de dichos expertos respecto a la autonomía y desarrollo de las personas con Síndrome de Down. Así también, aportará información para la indagación de los factores que influyen en que una persona guatemalteca con Síndrome de Down alcance a ser autónoma.

Población 2:

La segunda población para el presente estudio son los expertos en Psicología especializada en Atención a personas con Discapacidad, fundamentalmente porque dentro de los objetivos de esta investigación, se planea identificar cuál es su postura respecto a la autonomía y desarrollo de las personas con Síndrome de Down, así como la percepción que tienen sobre lo que piensan los padres de familia acerca este tema. La población total de expertos en psicología es de 1 persona, la cual se encuentra ubicada en la ciudad capital.

Población 3:

La tercera población para el presente proyecto de investigación son los padres de familia de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down. Se requiere de la investigación hacia esta población debido a que los padres de familia son las personas que mejor conocen a sus hijos y porque se podrá analizar con mayor objetividad cuál es su opinión y postura respecto a la autonomía de sus hijos. La población anteriormente descrita se encuentra ubicada en distintas zonas de la ciudad capital. La población total de padres de familia es de 24 personas.

Población 4:

La población 4 serán los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, principalmente porque son el enfoque de estudio de la presente investigación. Dichos adolescentes y jóvenes se encuentran en 3 fases de crecimiento: adolescencia temprana (10 a 13 años), adolescencia media (14 a 17 años) y adolescencia tardía (18 a 24 años) (Allen, 2019). Estudiarlos, permitirá deducir qué factores influyen en que esta persona alcance a ser autónoma y qué actividades de autonomía logran realizar actualmente. La población indicada es de 11 personas y se encuentra ubicada en el centro de educación especial Down Guatemala (10ª calle 11-13 de la zona 3 de Mixco en Nueva Montserrat, Guatemala).

● **3.3. Muestra**

Muestra 1: Al tomar en cuenta que la población 1 es de 3 expertos, la muestra es del

100%, es decir 3 profesionales en el campo de Educación Especial, que son Sara Méndez, Cristina Esquite y Marjorie Catalán.

Muestra 2: Al tomar en cuenta que la población 2 es de 1 experto, la muestra es del 100%, es decir 1 profesional en el campo de Psicología especializada en Atención a Personas con Discapacidad que es Alejandra Dardón.

Muestra 3: Al tomar en cuenta que la población 3 es de 24 padres de familia de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, la muestra es del 100%.

Muestra 4: Al tomar en cuenta que la población 4 es de 11 adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, la muestra es del 100%.

● **3.4. Instrumentos de Investigación**

Instrumento 1: Al tomar en cuenta que la población son expertos en el área de educación especial, se ha decidido aplicar la técnica de entrevista a través de una guía de entrevista estructurada con preguntas abiertas y cerradas, cuyo objetivo es el de determinar cuál es la postura de los expertos respecto a la autonomía y desarrollo de las personas con Síndrome de Down. Así también, se busca que dicha técnica permita adquirir información respecto a los factores que influyen en que una persona guatemalteca con Síndrome de Down alcance a ser autónoma y la percepción que tienen sobre lo que piensan los padres de

familia acerca de este tema. (ver Instrumento 1 en Apéndice).

Instrumento 2: Al tomar en cuenta que la población son expertos en el área de psicología, se ha decidido aplicar la técnica de entrevista a través de una guía de entrevista estructurada con preguntas abiertas y cerradas cuyo objetivo es el de determinar cuál es la postura de los expertos respecto a la autonomía y desarrollo de las personas con Síndrome de Down, así como la percepción que tienen sobre lo que piensan los padres de familia acerca de este tema. (ver Instrumento 2 en Apéndice).

Instrumento 3: Al tomar en cuenta que la población son padres de familia de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, se ha decidido aplicar la técnica de encuesta a través de un cuestionario cuyo objetivo es el de indagar cuál es su opinión respecto a la autonomía de sus hijos con Síndrome de Down. (ver Instrumento 3 en Apéndice).

Instrumento 4: Al tomar en cuenta que la población son adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, se ha decidido aplicar la técnica de observación a través de una guía de observación cuyo objetivo es determinar qué factores influyen en que esta persona alcance a ser autónoma y qué actividades de autonomía logran realizar actualmente. (ver Instrumento 4 en Apéndice).

● 3.5. Procedimiento

Procedimiento 1: Para realizar las entrevistas a las Educadoras Especiales de Down Guatemala, se solicitará del apoyo y autorización de la asociación para permitir la participación de sus educadoras en la realización de la entrevista. Posterior a esto, se programará la fecha en que se visitará la asociación para el desarrollo de las entrevistas, las cuales se tiene planeado que tengan una duración de 1 hora como máximo. Se ha contemplado realizar este proceso con una semana de anticipación a la fecha de entrega por cualquier contratiempo que pueda surgir y para que quede tiempo suficiente para tabular las respuestas de los expertos.

Procedimiento 2: Para entrevistar a la Psicóloga especializada en Atención a personas con Discapacidad, primero se le contactará por teléfono para compartirle generalidades del proyecto de investigación y solicitar de su apoyo a través de una entrevista cuya duración será de 1 hora como máximo. Se coordinará una fecha y punto de reunión planificada con una semana de anticipación a la fecha de entrega para evitar contratiempos y para que quede suficiente tiempo para la tabulación de sus respuestas.

Procedimiento 3: Para las encuestas dirigidas a los padres de familia de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, se realizará un formulario digital que pueda ser distribuido mediante un link, a los padres que representen a la población. La encuesta se realizará con una semana de

anticipación a la fecha de entrega para evitar contratiempos y para que quede suficiente tiempo para la tabulación de las respuestas.

Procedimiento 4: Para la guía de observación que se implementará con los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, se solicitará del apoyo y autorización de Down Guatemala para poder desarrollar dicha herramienta durante el período de clases de los jóvenes dentro de la asociación. Se solicitará una fecha para poder realizar la visita y desarrollar la herramienta en un período de 1 a 3 horas máximo. Se tiene contemplado que este procedimiento se empiece con una semana de anticipación a la fecha de entrega para evitar contratiempos y para que quede suficiente tiempo para la tabulación de las respuestas.

4

● **Presentación
y análisis de
resultados**

Esta sección tiene por objetivo demostrar los resultados obtenidos de las poblaciones estudiadas para el presente proyecto junto a su respectivo análisis.

● 4.1. Instrumento I

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A EDUCADORES ESPECIALES

Clave de respuestas: R1 = Sara Méndez / R2 = Cristina Esquite / R3 = Marjorie Catalán

- 1) ¿Cree usted que es importante que el joven con Síndrome de Down alcance a ser autónomo?
R1/ Claro, es uno de los principales objetivos que alcance la autonomía personal.
R2/ Es completamente importante y posible que se valga por sí solo.
R3/ Sí.
- 2) ¿Qué factores considera que influyen en el joven guatemalteco con Síndrome de Down para que pueda ser autónomo?
R1/ Creo que la educación y la familia. Son fundamentales.
R2/ La familia
R3/ Que los padres confíen en ellos y les den la oportunidad de realizar actividades por sí solos.
- 3) ¿Qué parámetros utilizaría para catalogar a una persona con Síndrome de Down como autónoma?
R1/ Que pueda realizar actividades por sí solo.
R2/ Que sea totalmente independiente en habilidades básicas de la vida diaria.
R3/ La iniciativa e importancia a las normas de la autonomía.
- 4) ¿Aplica usted alguna herramienta didáctica para promover a que sus estudiantes puedan realizar algunas actividades por sí mismos? ¿Implementa tecnología o son métodos tradicionales?
R1/ Se implementan métodos específicos al grupo con el que se esté trabajando.
R2/ Sí, el método Montessori.
R3/ Sí, implemento ambas herramientas (tecnológicas y tradicionales) porque me ayudan a que su aprendizaje sea más enriquecedor.
- 5) ¿Le gustaría hacer uso de la tecnología para poder enriquecer sus métodos de enseñanza?
R1/ Sí.
R2/ ¡Sí!, completamente. La tecnología es indispensable como herramienta en su aprendizaje.
R3/ Sí.
- 6) ¿Cuál es el nivel de aceptación de los jóvenes respecto a estas herramientas?
R1/ Muy buena. Tienen mucha habilidad para la tecnología.
R2/ Diría que un 70%, dependiendo del nivel que tenga el estudiante.
R3/ Bueno.

7) ¿Cómo cree que influye el entorno social al desarrollo de la persona con Síndrome de Down?

R1/ Contribuye a su desarrollo, creo que el entorno social es muy importante.

R2/ Influye mucho la seguridad y confianza que transmita la familia y la sociedad.

R3/ Influye en su mayoría.

8) Con base en su experiencia, ¿Considera usted que los padres de personas con Síndrome de Down se involucran activamente en su proceso de desarrollo?

R1/ Lastimosamente no todos se involucran.

R2/ En algunos casos.

R3/ Creo que el desarrollo de una persona con Síndrome de Down depende de cómo se involucren los padres y el tiempo que le dedican.

9) ¿Cree usted que el apoyo que dan los padres de familia a sus hijos se ve reflejado en su desarrollo?

R1/ Claro, es notorio el apoyo de los padres.

R2/ Totalmente.

R3/ Sí.

10) ¿Cree usted que el nivel socioeconómico del joven con Síndrome de Down y el de su familia, influye en desarrollo del mismo?

R1/ No.

R2/ En algunos casos sí, y por el contrario, en otros cuando los papás realmente desean apoyar y no tienen los medios, buscan los medios para lograr muchas cosas con sus hijos.

R3/ Sí.

11) ¿Cree usted que el nivel cultural de la familia del joven con Síndrome de Down influye en el desarrollo del mismo?

R1/ No.

R2/ Totalmente, ya que muchas veces la falta de conocimiento de parte de los padres, repercute en el desarrollo y crecimiento personal y cognitivo del joven con Síndrome de Down.

R3/ Sí.

Análisis de Instrumento 1:

Basado en los resultados recopilados de las **preguntas 1, 2 3 y 9**, se ha determinado que los educadores especiales concuerdan en que la autonomía de las personas con Síndrome de Down es fundamental para su realización personal. Así también, indican que el desarrollo de la misma, dependerá del soporte que les proporcione su familia para su alcance.

Han catalogado que el alcance de su autonomía se puede medir por la iniciativa y capacidad de independencia que presenten para realizar actividades básicas de la vida diaria.

De los resultados de las **preguntas 4, 5 y 6** se determinó que los profesionales tienen buena aceptación hacia la tecnología como herramienta de aprendizaje. Basado en su experiencia como educadores especiales, también se indagó el nivel de aceptación que consideran que presentan los jóvenes con SD para el uso de esta; los resultados indicaron que poseen buen nivel de aceptación, siendo la tecnología una alternativa positiva para

impulsar al desarrollo y alcance de la autonomía de las personas con Síndrome de Down.

De las preguntas 7, 8, 10 y 11, se determinó que el entorno social, conjunto al nivel socioeconómico y cultural de la familia del joven con SD, el tiempo e involucramiento que se le dedique para su alcance y el conocimiento que posea la familia o la sociedad respecto al tema, influyen al desarrollo de su autonomía. Basando el análisis en la investigación del Marco Teórico, es acertado indicar entonces que la participación de los padres de familia y hermanos (si aplicara) es fundamental para el desarrollo de las personas con Síndrome de Down, puesto que representa una motivación para su desarrollo intelectual, comunicacional y autónomo.

● 4.2. Instrumento 2

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PSICÓLOGO ESPECIALIZADO EN ATENCIÓN A PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Clave de respuestas: R = Alejandra Dardón

1) ¿Cuáles son las razones principales por las que los padres de jóvenes con Síndrome de Down solicitan su apoyo como psicólogo/a?

R/ Creo que todavía existe una idea equivocada sobre el SD. He tenido casos donde los papás me dicen "mire, lo traigo para que me lo arregle". Los padres no ven todavía al SD como una condición que cualquier otra persona tiene, pues todos tenemos una condición que nos permite o no hacer algo. Creo que la mayoría de ellos, quieren que yo le enseñe al niño o adolescente, cosas que ellos debieron haber aprendido en casa (como la independencia, el lenguaje...). He tenido casos de conducta muy fuertes, de jóvenes que no pueden salir a espacios públicos, por el comportamiento que presentan. Te podría decir que las 3 razones principales por las que los padres acuden a mí es por lenguaje, independencia y conducta.

El diagnóstico que un médico le da al padre, a veces de una forma equivocada, hace que se le tenga compasión al niño con SD, incluso llegan a creer que no tienen la capacidad para hacer determinada tarea o incluso de entender las cosas, entonces todos esos límites que los padres empiezan a poner afectan a todo el desarrollo del niño, a su vida adulta.

2) Con base a su experiencia, ¿Considera usted que los padres de personas con Síndrome de Down se involucran activamente en su proceso de desarrollo? ¿Y respecto a su autonomía?

R/ Creo que actualmente sí, está incrementando ese interés. Hace años, por el desconocimiento, tal vez algunos padres tenían miedo, no sabían qué hacer o no tenían a algún especialista a su alcance. Actualmente creo que hay más herramientas para los padres que tienen

acceso a internet, ir a un centro de salud... también ya hay una mayor idea de lo que una psicóloga les puede proporcionar. La estimulación temprana también ha impulsado a que los padres se involucren en el proceso de independencia y autonomía de los chicos con SD.

3) ¿Cree usted que es importante que el joven con Síndrome de Down alcance a ser autónomo?

R/ Sí definitivamente. En la mayoría de lo posible, pues creo que las personas con SD y sin SD, a veces tenemos ciertas dificultades para poder ser autónomos. La cultura guatemalteca (aspectos como quedarse con la familia hasta que uno se casa, terminar la universidad y hasta ese momento, comprar una casa o apartamento) influye bastante. Hablar de autonomía como tal, en Guatemala, es muy complicado para cualquier niño o adolescente, por la inseguridad del país, por las pocas posibilidades que tienen de acceso a transporte público seguro... En este caso, creo que es una de las metas que, en la medida en que se pueda, se busca alcanzar dentro de nuestra cultura. Todavía hay mucho camino que abrir, pero sí debería ser esa la meta.

4) ¿Qué factores considera que influyen en el joven guatemalteco con Síndrome de Down para que pueda ser autónomo?

R/ Aparte de la familia, que es lo principal, es muy complicado para una familia que está dispuesta a impulsar a su desarrollo de autonomía, el enfrentamiento con la

sociedad. Pues la sociedad todavía no tiene el conocimiento necesario para incluir a diferentes personas; cuando hablo de sociedad me refiero primero a lugares como escuelas y colegios (que no tienen la capacitación o los estudios necesarios para recibirlos y atenderlos). El sistema educativo de Guatemala, no les permite a ellos estar incluidos.

Si hay una familia que logró su desarrollo en la sociedad, también podemos hablar de las empresas, del área laboral, que tengan acceso a un empleo con prestaciones, con un sueldo y labor digna de la que ellos verdaderamente disfruten, un lugar donde puedan recibir capacitación... En Guatemala siento que es muy complicado todavía. A la sociedad todavía le falta entender qué es el SD. Creo que va desde los profesionales. Si a los médicos les dijeran cómo deben dar la noticia, cómo generar una expectativa de vida y transmitirla a los padres habría un gran cambio, pues sólo con la noticia los padres viven un duelo y nunca les dicen todos los logros que su hijo Down va a alcanzar. En cambio, les dicen todo lo contrario. Creería que luego de capacitar a los profesionales, es necesario capacitar a los centros de salud.

5) ¿Cómo cree que influye el entorno social al desarrollo de la persona con Síndrome de Down?

R/ (se respondió en la pregunta anterior).

6) ¿Qué parámetros utilizaría para catalogar a una persona con Síndrome de Down como autónoma?

R/ Creo que hay ciertas áreas o ciertos patrones que podemos seguir. Encasillándolo en distintas áreas se podría ejemplificar como: determinada persona es autónoma para conducirse dentro de su casa (puede cocinar, lavar su ropa, entre otros) pero fuera de su casa no logra hacerlo. Creo que se podría ir paso por paso, analizando si es completamente independiente para estar en su casa aún cuando vive con sus papás (¿sí o no?) y es independiente fuera de casa (¿sí o no?) o en un perímetro determinado. Siempre recomiendo que se empiece bajo supervisión, por las condiciones de violencia de nuestro país, pues esto dificulta la facilidad para poder soltarlos en la sociedad. Y creo que es algo que pasa no sólo con ellos que tienen SD, sino con todos. Hay áreas donde podemos ser autónomos y otras donde no.

7) ¿Cree usted que la tecnología impacta la forma en que los jóvenes guatemaltecos con Síndrome de Down se desarrollan?

R/ Sí, creo que es una muy buena herramienta que tal vez no todos usan porque no la tienen o porque están muy acostumbrados al sistema tradicional educativo. Pero creo que sería excelente poder usar esa herramienta.

8) ¿Cree usted que el apoyo que dan los padres de familia a sus hijos se ve reflejado en su desarrollo?

R/ Sí, se nota. Creo que siempre los padres están haciendo lo mejor que pueden con la información que tienen. Se ven casos desde la autonomía por completa, hasta casos donde las personas Down no pueden caminar. Entonces, sí influye el apoyo familiar, pero va ligado al conocimiento que tienen acerca del tema.

9) ¿Cree usted que el nivel socioeconómico del joven con Síndrome de Down y el de su familia, influye en desarrollo del mismo?

R/ Sí, definitivamente. Desafortunadamente, una atención de calidad casi siempre es en el ámbito privado y no todas las familias tienen ese acceso para poder pagar un especialista. Algunos de los chicos con SD, llegan a necesitar varios especialistas (como terapeuta de lenguaje, psicólogo, educador especial, médicos, genetistas...). Por ello, sí implica de un presupuesto bastante fuerte para una familia. Por ejemplo, una familia donde el papá trabaja en el campo y la mamá es ama de casa, su presupuesto no alcanza ni para uno de los especialistas que la persona Down necesita.

10) ¿Cree usted que el nivel cultural de la familia del joven con Síndrome de Down influye en el desarrollo del mismo?

R/ Sí, definitivamente. Creo que la cultura influye en todo el conocimiento y contexto en donde se vive, pero también las costumbres, las formas de pensar. Se puede ver la diferencia entre una familia con una persona con SD dentro de la ciudad a una familia con una persona con SD en

un departamento. En el interior hay mucho desconocimiento y menos oportunidades, entonces creo que sí influye en ese desarrollo. No sólo el núcleo central sino también la familia.

Durante la entrevista surgieron otras preguntas:

- ¿Cree usted que las instituciones públicas logran cumplir su función de darles la atención necesaria a las personas con SD?

No, ni una institución pública ni privada. Un hospital público o centro de salud en un departamento todavía no está preparado para atender a personas especiales. Necesitan capacitación y conocimiento acerca del tema. Las palabras que los papás obtienen de estos lugares no siempre son las más motivadoras y por lo mismo, no logran pasar de ahí ni darle la atención que su hijo necesita.

- ¿Cómo cree que se les facilita más su aprendizaje, de forma visual o auditiva?
- En mi experiencia, ellos aprenden más haciendo las cosas. Si yo les doy una instrucción demostrándoles cómo se hace primero, ellos van a poder llevarlo a cabo con mayor facilidad.

Análisis de Instrumento 2:

Basado en los resultados recopilados de las **preguntas 1, 2 y 8** se puede deducir que existen aptitudes que impulsan a la autonomía las cuales deberían de ir fomentadas y practicadas desde la crianza en el hogar: como

la independencia, el lenguaje y la conducta. Al reunir estos resultados con lo investigado se puede deducir que los problemas de comportamiento o la dificultad que un niño puede presentar para comunicarse o ser independiente derivan esencialmente de los padres. Así pues, es acertado decir que dichos problemas de conducta surgen a partir de la frustración que el niño Down puede sentir por no alcanzar las expectativas parentales al realizar una acción determinada.

Sin embargo, en la actualidad cada vez son más padres de familia los que se involucran activamente en el proceso de desarrollo de sus hijos, un factor positivo para el alcance de su autonomía.

Tomando como referencia los resultados de las **preguntas 3 y 6** se dedujo que la autonomía de una persona es fundamental para su desarrollo puesto que esta permite alcanzar logros y metas que impulsen su autoestima. Sin embargo, basado en los resultados obtenidos y en la investigación realizada cabe mencionar que factores como la cultura guatemalteca y las condiciones de seguridad e infraestructura del país dificultan el proceso de desarrollo para la autonomía de una persona, independientemente de su condición. Así pues, que el nivel de autonomía que una persona desarrolle variará según el ámbito en que se encuentre (hogar o espacios públicos, por ejemplo).

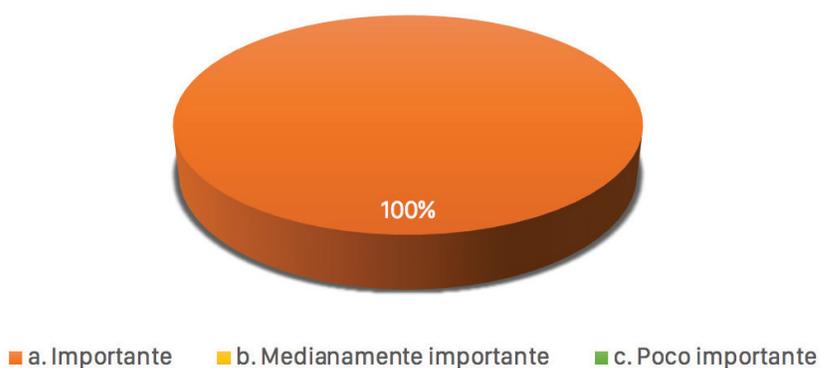
Basado en las **preguntas 4, 5, 9 y 10** se determinó que existen diversos factores que influyen a que una persona pueda

desarrollarse autónomamente. Como lo indica la investigación realizada, los resultados concuerdan en que la familia es el eje fundamental para el alcance de la autonomía. No obstante, existen factores externos, como la sociedad, que repercuten al alcance de esta. El carente conocimiento que poseen respecto al Síndrome de Down perjudica cómo este diagnóstico se percibe y se comunica a las demás personas, principalmente a los padres de niños con esta condición. Así pues, se detectó que Guatemala todavía no cuenta con un sistema inclusivo para personas con necesidades especiales en ningún ámbito (ni salud o educación), factor que perjudica significativamente a que las personas con Síndrome de Down puedan desarrollarse de manera óptima (principalmente en los departamentos aledaños a la ciudad de Guatemala donde la accesibilidad económica y nivel cultural no es suficiente).

● 4.3. Instrumento 3

CUESTIONARIO DIRIGIDO A PADRES DE ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

- 1) Considera que la autonomía y desarrollo de su hijo con Síndrome de Down es un tema:
- a. Importante
 - b. Medianamente importante
 - c. Poco importante



Gráfica 1

Considera que la autonomía y desarrollo de su hijo con Síndrome de Down es un tema:

Fuente: propia

2) ¿Por qué razones cree usted que es importante / medianamente importante / poco importante que su hijo/a pueda ser autónomo? (pregunta abierta)

R/ Es importante porque debemos pensar que no seremos eternos y deben aprender a valerse por sí mismos.

R/ Es importante porque debe de ser parte de su desarrollo personal. El volverse autónomo la ayudará a enfrentar los retos que la vida le va a presentar y mantener una calidad de vida satisfactoria.

R/ Para su futuro es muy importante

R/ Porque es parte de su vida para que el día que los padres ya no estemos no sean carga pesada para quien se haga cargo. Por otra parte, sus propios logros los hace felices.

R/ Es una persona creada a imagen y semejanza de Dios, con valores y misma dignidad, que sea Down la hace más especial aún cómo creatura de Dios, tiene derecho a ser independiente y autónomo. Como madre debo ayudarlo y apoyarlo a lograrlo para que sea más feliz y pueda realizarse completamente.

R/ Porque provoca tranquilidad a los padres de familia y satisfacción a nuestros hijos el saberse autónomos en diversidad de actividades.

R/ Porque así ellos pueden ser útiles para la sociedad

R/ Es vital para que ellos puedan desarrollarse igual que el resto de las personas

R/ Por su independencia e integración a la sociedad, lo que conlleva a respetar sus derechos

R/ Para el desarrollo de su vida sea independiente

R/ Por que puede actuar según a su criterio e independencia

R/ Para que pueda valerse por si mismo y pueda tomar decisiones. Para que el día de mañana cuando nosotros faltemos, no llegue a ser una carga sino un apoyo para con la persona que se quede a cargo.

R/ Para que alcance un grado de independencia que le permita conducirse con seguridad en momentos que se requieran y que pueda aprovechar las oportunidades que le permitan ocupar un lugar digno dentro de nuestra sociedad.

R/ Porque uno depende de ellos cada día más, son un ejemplo a seguir.

R/ Es muy importante ya que esto les facilitará su vida en la sociedad.

R/ Porque tiene sus propios sueños y los padres no somos eternos.

R/ Como padres sabemos que no somos eternos y queremos darle herramientas para poder desenvolverse en la vida.

R/ Son personas muy independientes, pueden hacer muchas cosas y para eso la autonomía es muy importante.

R/ Porque llegará un momento en su vida en que estará solo; Él es muy independiente

R/ Porque pueden darse a expresar mejor y llegar a ser mejores

R/ 1) Para su autoestima / 2) No siempre estaré yo con él / 3) Puede integrarse socialmente

R/ Es importante demostrar a las demás personas las grandes cualidades, destrezas que ellos poseen.

R/ Porque siempre que mejore en todo lo que aprende.

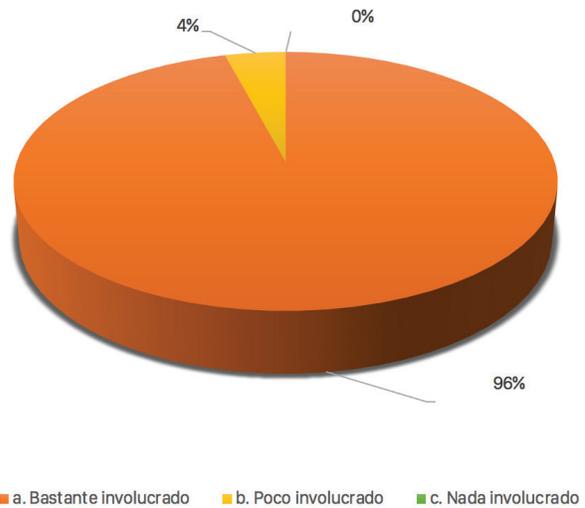
R/ Porque es necesario que sea independiente y pueda hacer todo lo necesario

Análisis preguntas 1 y 2:

Con base en los resultados de las **preguntas 1 y 2**, se determinó que, para los padres de jóvenes con Síndrome de Down, el desarrollo y autonomía de sus hijos es importante, fundamentalmente porque es un factor que les permite fortalecer su autoestima y llevar un estilo de vida más independiente gracias al cual podrán enfrentar retos y alcanzar metas, aún cuando ellos ya no lleguen a estar presentes para apoyarles. Basado en estos resultados, se puede inferir que existe apertura e interés por parte de los padres de familia para el desarrollo de una herramienta que impulse a la autonomía de sus hijos.

3) ¿Qué tan involucrado se encuentra actualmente en el proceso de desarrollo y autonomía de su hijo/a con Síndrome de Down?

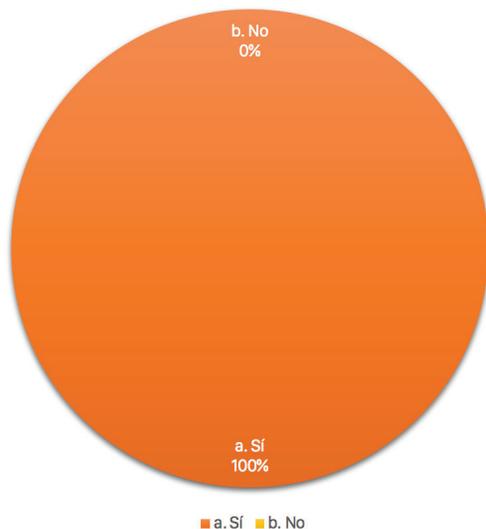
- a. Bastante involucrado
- b. Poco involucrado
- c. Nada involucrado



Gráfica 2

¿Qué tan involucrado se encuentra actualmente en el proceso de desarrollo y autonomía de su hijo/a con Síndrome de Down?

Fuente: propia



Gráfica 3

¿Involucra a su hijo/a en ejercicios o actividades en casa que le permitan desarrollar su autonomía?

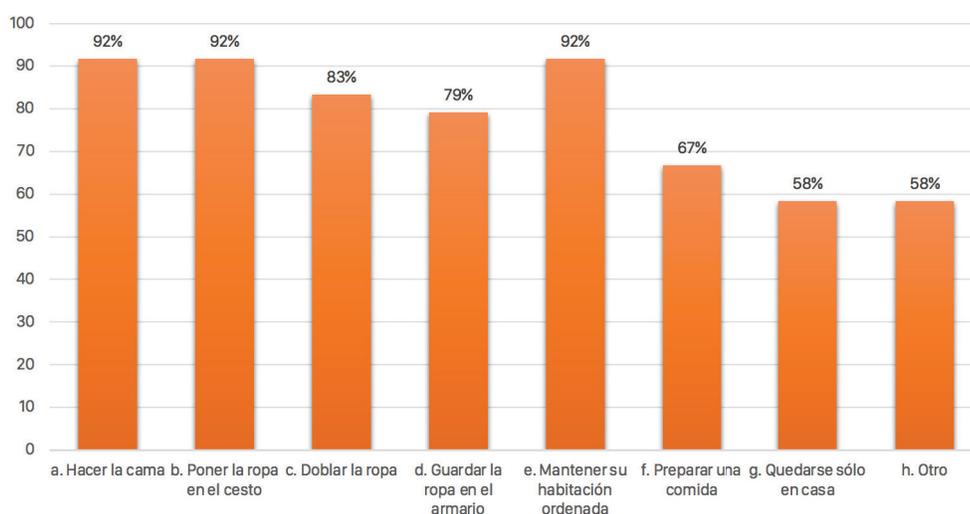
Fuente: propia

4) ¿Involucra a su hijo/a en ejercicios o actividades en casa que le permitan desarrollar su autonomía?

- a. Sí
- b. No

5) Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Sí", seleccione las actividades que su hijo/a practica en casa o en las que se ve involucrado con frecuencia (puede seleccionar más de una opción):

- a. Hacer la cama
- b. Poner la ropa en el cesto
- c. Doblar la ropa
- d. Guardar la ropa en el armario
- e. Mantener su habitación ordenada
- f. Preparar una comida
- g. Quedarse sólo en casa
- h. Otro: _____



Gráfica 4

Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Sí", seleccione las actividades que su hijo/a practica en casa o en las que se ve involucrado con frecuencia (puede seleccionar más de una opción):

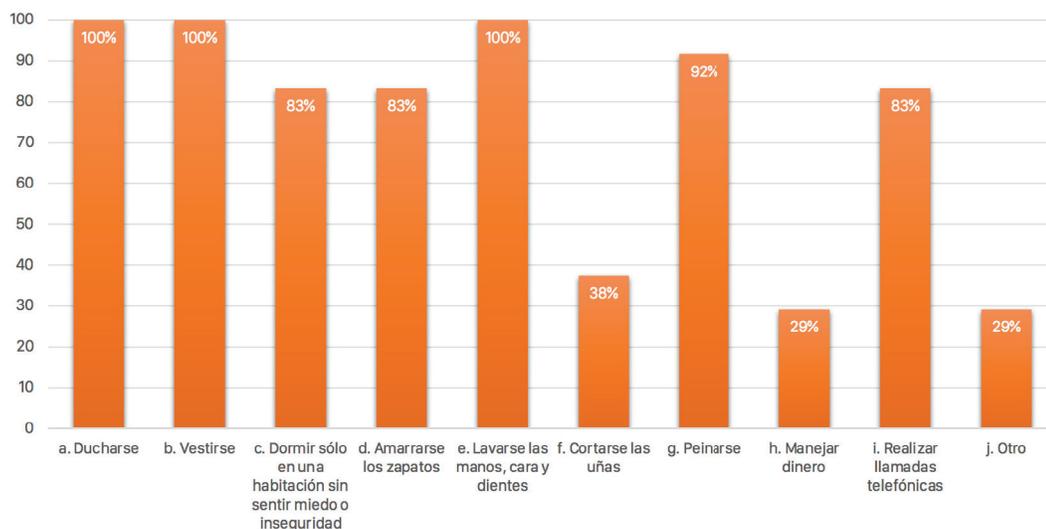
Fuente: propia

Análisis preguntas 3, 4 y 5:

El 96% de los padres de jóvenes con SD encuestados indicaron que se involucran activamente en el desarrollo de autonomía de sus hijos a través de actividades básicas dentro del hogar. Dichas actividades permiten determinar que el proceso de desarrollo para la autonomía de estos jóvenes ya se encuentra en proceso.

6) A continuación, se presenta una lista de hábitos de autonomía. Seleccione los hábitos que su hijo puede realizar por sí mismo (puede seleccionar más de una opción):

- a. Ducharse
- b. Vestirse
- c. Dormir sólo en una habitación sin sentir miedo o inseguridad
- d. Amarrarse los zapatos
- e. Lavarse las manos, cara y dientes
- f. Cortarse las uñas
- g. Peinarse
- h. Manejar dinero
- i. Realizar llamadas telefónicas
- j. Otro: _____



Gráfica 5

A continuación, se presenta una lista de hábitos de autonomía. Seleccione los hábitos que su hijo puede realizar por sí mismo:

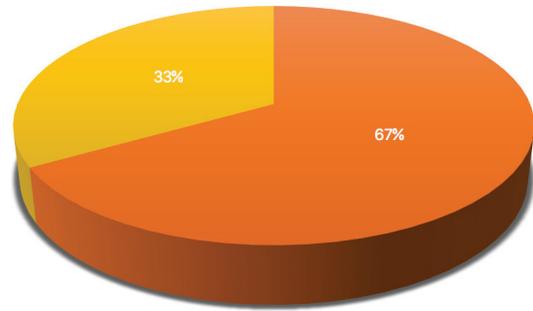
Fuente: propia

Análisis pregunta 6:

Con base en las respuestas obtenidas, se ha determinado la mayoría de los jóvenes con Síndrome de Down pueden realizar hábitos de autonomía (con menor nivel de complejidad) por sí solos, de una manera satisfactoria. Dicho resultado es positivo y se debe fundamentalmente al apoyo que dan los padres a sus hijos para el alcance de las mismas. Las preguntas f, h y j forman parte del grupo de hábitos de autonomía que representan un mayor nivel de complejidad para el joven con SD; dichas preguntas tienen una respuesta baja respecto a los demás factores evaluados. Este resultado permite determinar el margen de actividades que los jóvenes pueden realizar con facilidad y establecer otras actividades que requieren de refuerzo para poder impulsar a su autonomía.

7) ¿De qué forma considera usted que a su hijo se le facilita la interpretación de una instrucción para poder llevar a cabo una tarea?

- a. Auditivamente (Palabras habladas)
- b. Visualmente (Mediante imágenes)
- c. Otro: _____



■ a. Auditivamente (palabras habladas) ■ b. Visualmente (mediante imágenes)

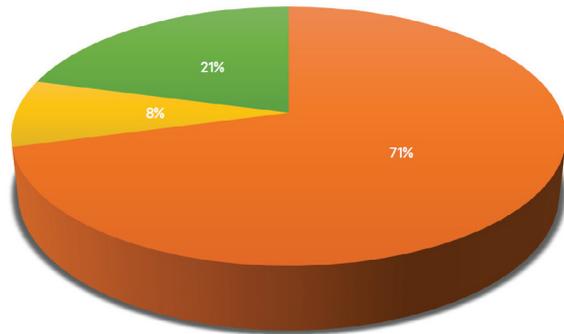
Gráfica 6

¿De qué forma considera usted que a su hijo se le facilita la interpretación de una instrucción para poder llegar a cabo una tarea?

Fuente: propia

8) Su hijo/a es una persona:

- a. Extrovertida
- b. Introvertida
- c. Otro: _____



■ a. Extrovertida ■ b. Introvertida ■ c. Otro

Gráfica 7

Su hijo es una persona:

Fuente: propia

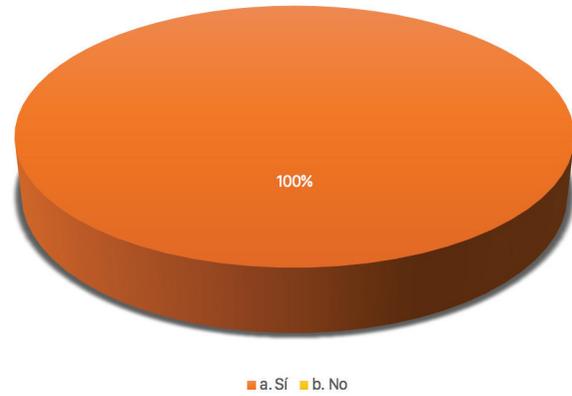
Análisis preguntas 7 y 8:

Se ha determinado que un 67% de los jóvenes Down, presenta más facilidad para poder interpretar una instrucción si esta les es dada de forma auditiva. Un 71% de los jóvenes son extrovertidos y un 21% se desenvuelven según el lugar y las personas con las que se encuentran. Dichos resultados son contrarios a lo investigado y presentado en el Marco Teórico, donde se señala que los jóvenes con SD presentan mayor facilidad para interpretar una instrucción de forma visual.

Algunos de los padres encuestados señalaron que sus hijos interpretan mejor una instrucción si esta les es dada de forma auditiva conjunto con una demostración sobre cómo hacerlo.

9) ¿Cree usted que la tecnología impacta la forma en que su hijo se desarrolla?

- a. Sí
- b. No



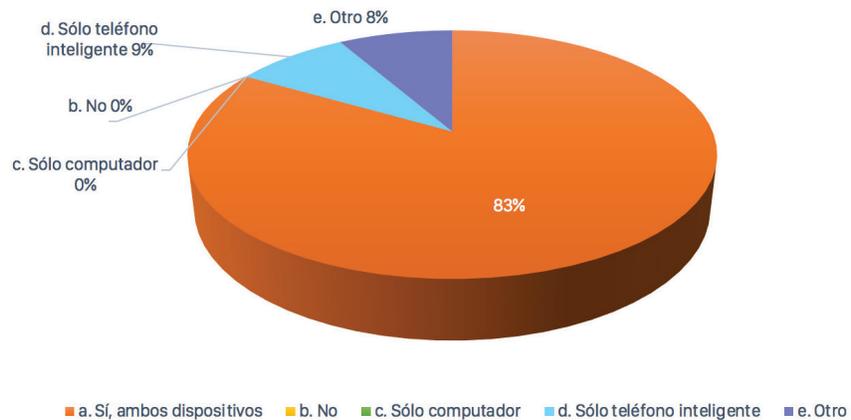
Gráfica 8

¿Cree usted que la tecnología impacta la forma en que su hijo se desarrolla?

Fuente: propia

10) ¿Cuenta usted con dispositivos tecnológicos (como computador o teléfono inteligente, por ejemplo)?

- a. Sí, ambos dispositivos
- b. No
- c. Sólo computador
- d. Sólo teléfono inteligente
- e. Otro: _____



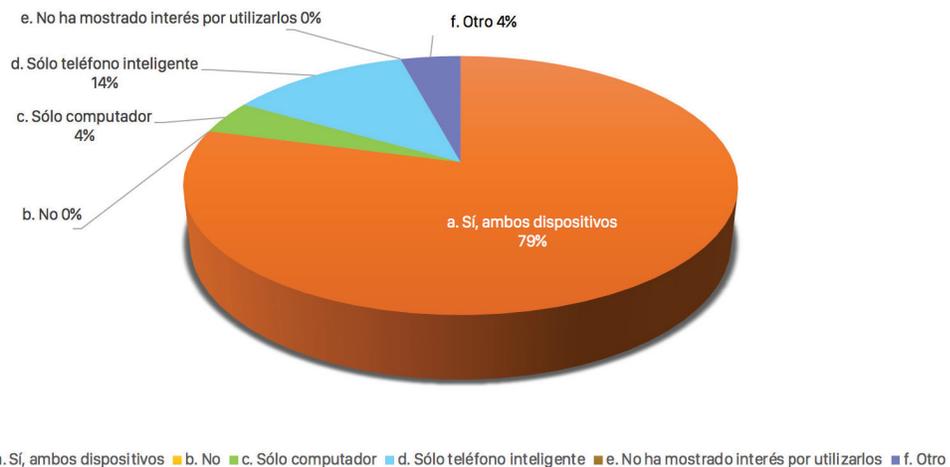
Gráfica 9

¿Cuenta usted con dispositivos tecnológicos (como computador o teléfono inteligente, por ejemplo)?

Fuente: propia

11) ¿Su hijo con Síndrome de Down sabe utilizar estos dispositivos tecnológicos?

- a. Sí, ambos dispositivos
- b. No
- c. Sólo computador
- d. Sólo teléfono inteligente
- e. No ha mostrado interés por utilizarlos
- f. Otro: _____



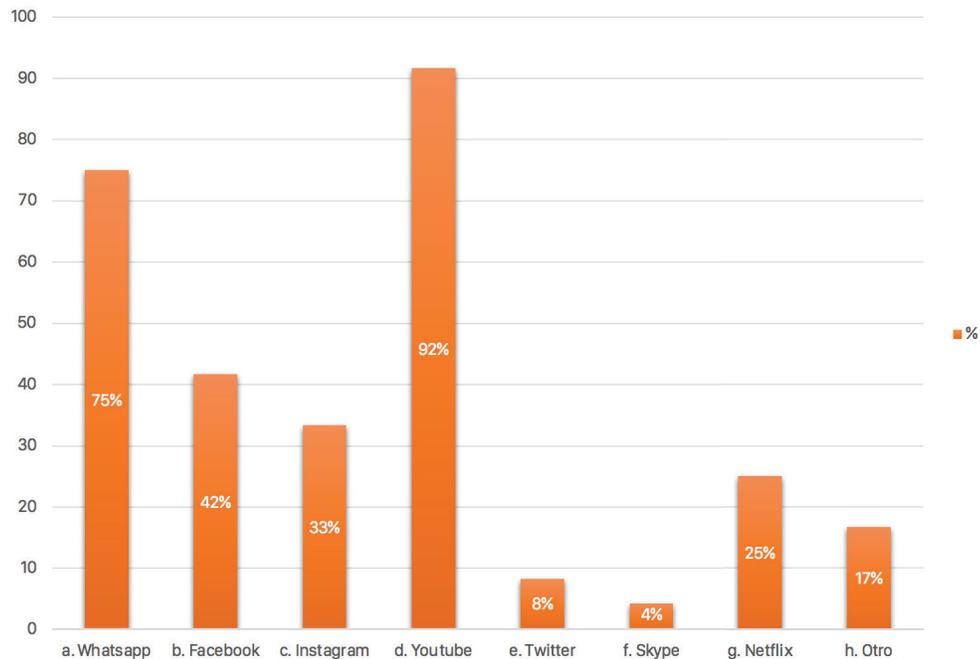
Gráfica 10

¿Su hijo con Síndrome de Down sabe utilizar estos dispositivos tecnológicos?

Fuente: propia

12) En el caso de que su hijo utilice dispositivos tecnológicos (como computador o teléfono inteligente), seleccione las aplicaciones digitales con las que su hijo está más relacionado:

- a. Whatsapp
- b. Facebook
- c. Instagram
- d. Youtube
- e. Twitter
- f. Skype
- g. Netflix
- h. Otro: _____



Gráfica 11

En el caso de que su hijo utilice dispositivos tecnológicos (como computador o teléfono inteligente), seleccione las aplicaciones digitales con las que su hijo está más relacionado:

Fuente: propia

Análisis preguntas 9, 10, 11 y 12:

Los padres encuestados señalaron que los dispositivos tecnológicos (así como aplicaciones móviles y redes sociales) impactan en el proceso de desarrollo de sus hijos. Indicaron que las aplicaciones más utilizadas son Youtube, seguido de WhatsApp. Se puede inferir que Youtube, por ser una aplicación más visual presentó estos resultados y que ambas aplicaciones poseen una interfaz e iconografía comprensible y fácil de utilizar.

La postura de los padres respecto al hecho de que sus hijos utilicen esta tecnología es positiva, puesto que consideran que es una herramienta funcional para su aprendizaje y entretenimiento.

● 4.4. Instrumento 4

GUÍA DE OBSERVACIÓN DIRGIDA A JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN DENTRO DEL AULA

OBSERVACIONES:

La herramienta de observación se utilizó en jóvenes de 16 a 24 años, los cuales se encuentran clasificados como el Grupo C, de la Asociación Guatemalteca con Síndrome de Down.

ASPECTOS A OBSERVAR	Nombre							
	1	2	3	4	5	6	7	8
	Alfredo	Óscar	Maria José	Javier	Marlon	Julio	Andrés	Darío
(cognitivos)								
1. Sigue instrucciones de forma visual								
2. Sigue instrucciones de forma auditiva								
(laborales)								
3. Puede trabajar en colaboración con otros								
4. Come la refacción por sí mismo								
5. Sigue instrucciones								
(en comunidad)								
6. Sabe como pedir ayuda al profesor								
7. Limpia su espacio de trabajo								
(sociales)								
8. Saluda a la gente apropiadamente								
9. Ejecuta buen aseo personal								
10. Charla con amigos y compañeros de una forma cortés								

S = siempre / A.V. = a veces / C.N. = casi nunca / N = nunca

Según lo indicado por las educadoras, la organización de sus aulas se realiza con base en las capacidades cognitivas o motrices de cada estudiante. Los estudiantes del aula evaluada se caracterizan por presentar una mayor habilidad en las capacidades cognitivas; algunos de ellos ya saben leer, tres no tienen Síndrome de Down (2 son autistas).

Durante el período en que se realizó la observación, los jóvenes estaban realizando una máquina de matemáticas en el curso de Matemáticas con la educadora Sara Méndez.

Dos de los jóvenes dentro del aula (Darío y Andrés) se desconcentraron un poco durante clase, se determinó que esto se debe a su personalidad puesto que otros de los

jóvenes se comportaban de manera contraria, hablando poco en clase. No obstante, es evidente que todos tienen una buena relación entre sí.

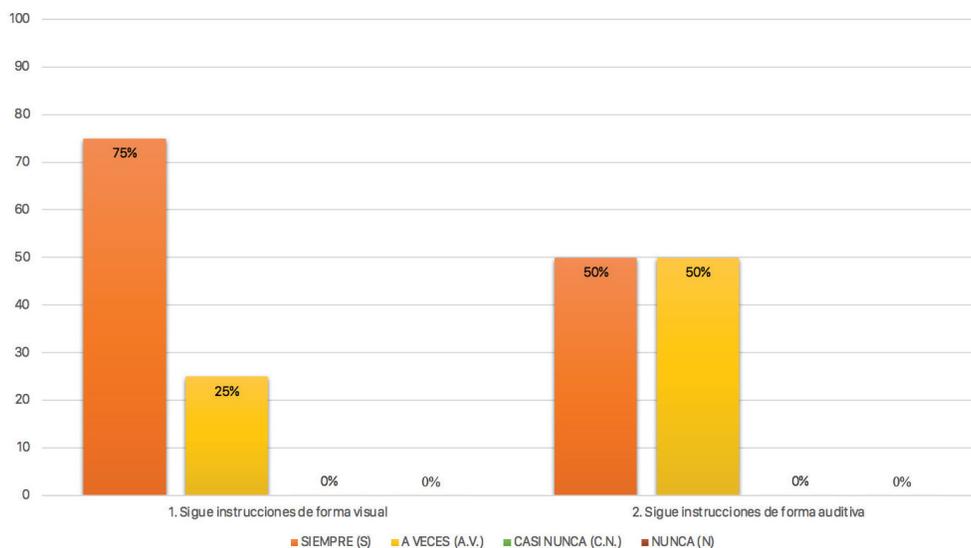
Su colaboración en clase depende de la facilidad con la que interpretan las instrucciones de su educadora. La actividad realizada consistía en que la educadora les pondría una operación de suma o resta en su máquina y los jóvenes la resolverían con apoyo de fichas plásticas de colores. Se les facilita interactuar físicamente con las herramientas de aprendizaje, contar fichas y meterlas en la máquina para sumar o restar.

Se evidenció que los jóvenes con autismo pueden resolver los ejercicios matemáticos con mayor rapidez que el resto de sus compañeros. Durante el transcurso de la clase, una estudiante (María José) se puso a llorar porque sentía que otro de sus amigos dentro del aula estaba enojado con ella por celos. Ambos fueron enviados a coordinación para solucionarlo (después de un tiempo regresaron al aula reconciliados).

El inciso 4 de la herramienta de observación no se pudo realizar debido a que el período de tiempo en que se implementó la herramienta no cubría el receso de los jóvenes.

ANÁLISIS DE CAPACIDADES COGNITIVAS

- 1) Sigue instrucciones de forma visual
- 2) Sigue instrucciones de forma auditiva



Gráfica 12
Análisis de capacidades cognitivas
Fuente: propia

Análisis de Capacidades Cognitivas, preguntas 1 y 2:

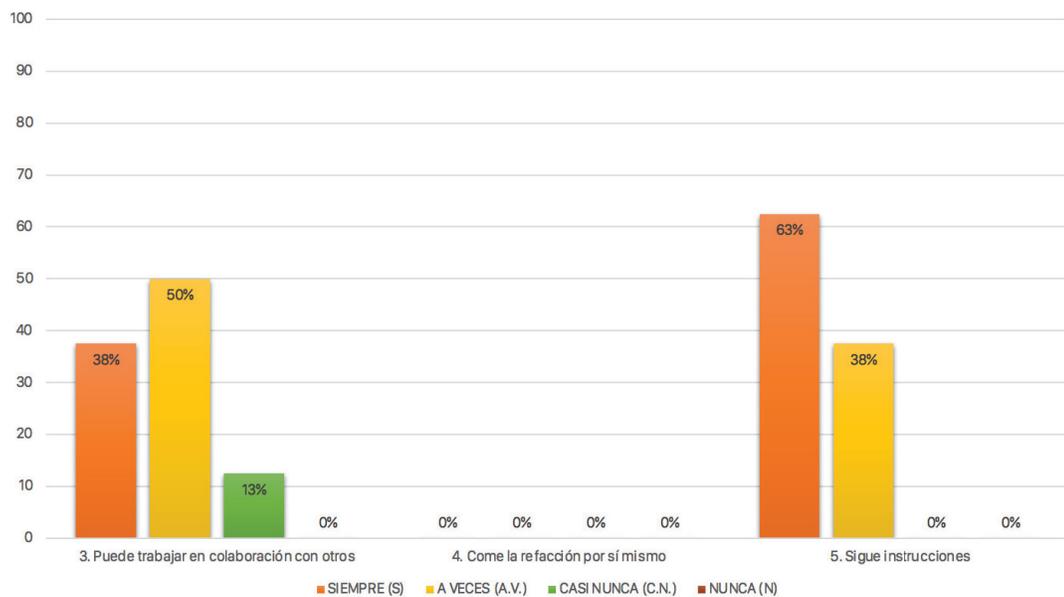
Los jóvenes observados presentan mayor facilidad para interpretar instrucciones de forma visual que auditivamente. Este resultado es acertado a la investigación realizada, puesto que los expertos indicaban que para poder dar una instrucción a alguien con Síndrome de Down, se sugería hacer uso de imágenes que ejemplificaran la instrucción/tarea o ya bien, que ellos mismos lo ejemplificaran para luego repetirlo ya que se caracterizan por ser personas más visuales.

ANÁLISIS DE ACTIVIDADES LABORALES

3) Puede trabajar en colaboración con otros

4) Come la refacción por sí mismo*

5) Sigue instrucciones



Gráfica 13

Análisis de actividades laborales

Fuente: propia

**ya no se evaluó por el período de tiempo en que se realizó la observación.*

Análisis de Actividades Laborales, preguntas 3, 4 y 5:

El 50% de los jóvenes observados puede trabajar en colaboración con otros regularmente. Se determinó que el contexto y la actividad que el grupo esté realizando influye en cómo cada joven colabora con sus compañeros. Su capacidad para realizar actividades de manera autónoma

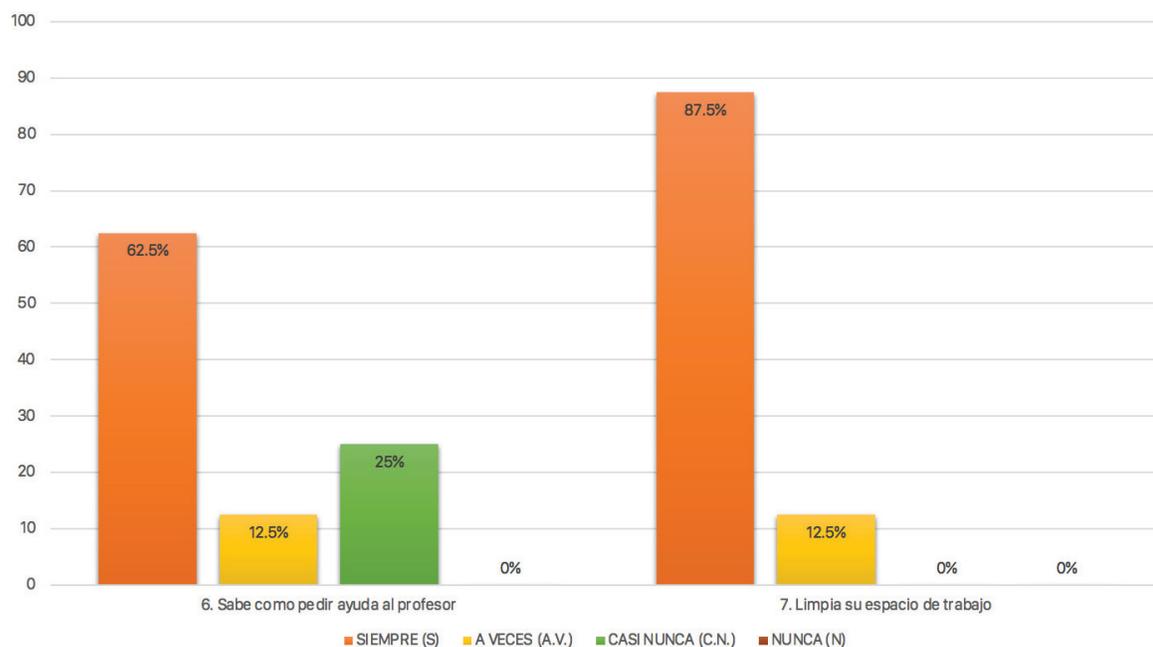
también influye; por ejemplo, si el joven reconoce que puede hacer una actividad por sí solo, no tendrá necesidad de acudir a un compañero para pedir ayuda.

Así mismo, se demostró que el 63% de los jóvenes puede seguir instrucciones satisfactoriamente y el 38% de forma regular. Según lo investigado, se puede deducir que los jóvenes que regularmente siguen instrucciones presentan este resultado debido a su capacidad para interpretar una instrucción dada por su tutor / educador. Si el joven no logra interpretar la instrucción por completo, es probable que no la realice hasta pedir ayuda.

ANÁLISIS DE ACTIVIDADES EN COMUNIDAD

6) Sabe como pedir ayuda al profesor

7) Limpia su espacio de trabajo



Gráfica 14

Análisis de actividades en comunidad

Fuente: propia

Análisis de Actividades en Comunidad, preguntas 6 y 7:

La pregunta 6 tenía por objetivo evaluar cómo interactuaban los jóvenes en un grupo o comunidad. Con base en los resultados obtenidos y la investigación realizada, se ha deducido que el 25% de los jóvenes que casi nunca saben cómo pedir ayuda al profesor presentan este resultado por factores que influyen externamente en su comportamiento (como ser nuevo en el aula o no

hablar mucho con sus compañeros) o por su personalidad y capacidades cognitivas (como ser introvertido o presentar dificultades de comunicación).

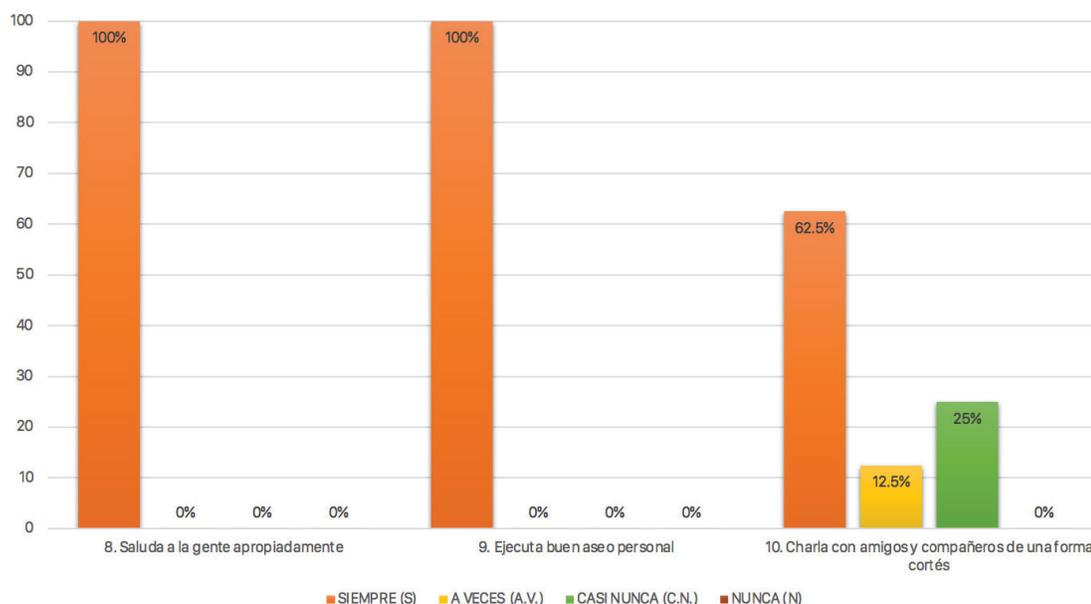
Según los resultados de la pregunta 7 y tomando como herramienta de observación la actividad de "limpiar su espacio de trabajo" se puede concluir que los jóvenes presentan un buen nivel de autonomía respecto al manejo de sus artículos personales.

ANÁLISIS DE ACTIVIDADES DE SOCIABILIDAD

8) Saluda a la gente apropiadamente

9) Ejecuta buen aseo personal

10) Charla con amigos y compañeros de una forma cortés



Gráfica 15

Análisis de actividades de sociabilidad

Fuente: propia

Análisis de Actividades de Sociabilidad, preguntas 8, 9 y 10:

Los resultados de las preguntas de esta sección indican que los jóvenes con Síndrome de Down presentan un buen nivel de autonomía al convivir e interactuar con otras personas y cuidar de su aspecto personal. No obstante, las actividades que involucran comunicación les resultan más complicadas; este resultado puede deberse a sus capacidades cognitivas (como presentar dificultades para hablar y comunicarse) o su capacidad para realizar actividades autónomamente.

● Conclusiones

- 1) Basado en los resultados obtenidos y en el primer objetivo planteado, se puede concluir que todos los padres de familia son conscientes sobre la importancia que representa la autonomía en la vida de sus hijos con Síndrome de Down. Los padres que tienen la oportunidad de acceder a recursos y establecimientos que les guíen en el proceso de aprendizaje y desarrollo de sus hijos, tienen más posibilidades de que este pueda superarse. La apertura y participación que mostraron los padres de familia respecto al tema representa una ventaja a favor del presente proyecto, porque quiere decir que los jóvenes con Síndrome de Down ya tienen bases sólidas de educación (familiar) sobre las cuales trabajar para fortalecer sus capacidades y así impulsar a su autonomía. Aunque la mayoría de los padres evidenciaron que sus hijos se encuentran en un buen nivel de autonomía, se detectó que casi todos presentan dificultad al realizar actividades autónomas más complejas como el manejo del dinero o cortarse las uñas.
- 2) Los expertos entrevistados concuerdan en que la autonomía es un factor fundamental en el desarrollo de las personas con Síndrome de Down. Sin embargo, indicaron que existen factores que impiden que ese proceso se pueda llevar a cabo satisfactoriamente. La familia, que es la base para el desarrollo, es ocasionalmente la que menos involucrada e informada se encuentra respecto al Síndrome de Down. Esta desinformación genera muchas veces que el proceso de autonomía se interrumpa afectando significativamente la condición del niño en cuanto a habilidades, actitudes y autoestima. Así pues, el conocimiento y preparación que tenga el entorno social respecto al Síndrome de Down influirá significativamente en su proceso de desarrollo.
- 3) Haciendo referencia al tercer objetivo planteado, se concluyó que el proceso en que una persona con Síndrome de Down llega a ser autónoma nunca va a ser el mismo porque su desarrollo siempre dependerá de factores internos (biológicos y cognitivos) y externos (impuestos por su círculo familiar y la sociedad). Los factores que más influyen (y que no son medidos por su capacidad intelectual individual) en su desarrollo, son ejercidos esencialmente por la sociedad. Es importante mencionar que Guatemala no cuenta con la infraestructura ni servicios aptos para poder impulsar a que las personas con necesidades especiales puedan desarrollarse. Así también, que todavía se carece de una comunicación correcta sobre lo que es el Síndrome de Down y que factores como la falta de educación y pobreza afectan significativamente al desarrollo no sólo de las personas Down sino de toda la población.

4) Con base en los resultados obtenidos, se concluyó que las acciones que reflejan autonomía en las personas con Síndrome de Down no son medibles con exactitud ya que existen factores externos e internos que repercuten en el desarrollo de cada persona. No obstante, la autonomía de una persona puede determinarse a través de de diversas actividades con diferentes niveles de complejidad los cuales le permitan a la persona ir avanzando y mejorando en sus hábitos de autonomía. La autonomía es un factor de suma importancia en el desarrollo de las personas porque permite sentir satisfacción personal y esto conduce al fortalecimiento de la autoestima para así poder gozar de una mejor calidad de vida.

● **Recomendaciones**

- 1) Considerando que una de las causas detectadas es la dificultad que muestran los jóvenes al realizar actividades autónomas más complejas, se recomienda desarrollar una herramienta visual que les permita fortalecer sus capacidades de autonomía gradualmente y según el nivel en que se encuentren.
- 2) Al tomar en cuenta que la familia y la sociedad representan un papel fundamental en el desarrollo y autonomía de una persona con Síndrome de Down, y considerando que ambos grupos son los menos informados sobre esta condición genética, se propone desarrollar una campaña publicitaria que informe y comunique acerca del tema y la importancia que tiene para la autonomía.
- 3) Al analizar que Guatemala es un país cuyo sistema no está preparado para poder cubrir las necesidades educativas o de infraestructura para las personas con Síndrome de Down, se propone desarrollar un material educativo que sirva como herramienta a los padres y educadores para saber cómo pueden impulsar a que su hijo/alumno pueda alcanzar a ser autónomo.
- 4) Basado en la investigación realizada, la cual indica que la autonomía constituye un pilar fundamental para la autoestima de la persona, se propone desarrollar una herramienta digital que permita motivar y enseñar a los jóvenes con Síndrome de Down a llevar a cabo diversas actividades que reflejen autonomía de las cuales puedan ganar satisfacción personal.

5

Planteamiento del problema

Basado en la investigación realizada en torno a la autonomía de las personas con Síndrome de Down en Guatemala, se determinó que todos los padres de familia demuestran interés y son conscientes sobre la importancia de la autonomía en la vida de sus hijos. Sin embargo, la accesibilidad que poseen los mismos para obtener recursos y acudir a establecimientos especializados, influye significativamente en este proceso de desarrollo.

Según los expertos entrevistados, se determinó también que la familia constituye el pilar fundamental para que las personas con Síndrome de Down puedan crecer en cuanto a habilidades, actitudes y autoestima, lo que no siempre sucede. Así también, el entorno social y su conocimiento respecto al SD repercuten significativamente en su proceso de desarrollo. En Guatemala, no se informa ni comunica apropiadamente la condición sobre el SD y se carece de infraestructura y servicios aptos que beneficien a las personas con necesidades especiales.

El proceso de aprendizaje de las personas con SD depende de factores internos propios (biológicos y cognitivos) y externos (impuestos por su círculo familiar y la sociedad), no obstante, pueden aprender a ser más autónomos a través de diversas actividades mediante las cuales pueda avanzar y mejorar gradualmente sus hábitos de autonomía. La autonomía es un factor de suma importancia en el desarrollo de las personas porque permite sentir satisfacción personal y esto conduce al fortalecimiento de la autoestima para así poder gozar de una mejor calidad de vida. No obstante, en Guatemala, existe poca accesibilidad a que las personas con Síndrome de Down puedan desarrollar su autonomía.

Basado en lo anterior, se define como problema de diseño la falta de acceso a información pertinente sobre la autonomía en personas con Síndrome de Down, la cual dificulta que los padres puedan fomentar el desarrollo autónomo de sus hijos.



● 5.1. Objetivos de diseño

Desarrollar una campaña publicitaria social informativa que permita a padres de jóvenes con Síndrome de Down, informarse apropiadamente sobre las capacidades de sus hijos para que se fortalezca su autonomía.

Diseñar una herramienta digital interactiva educativa que le permita a los jóvenes con Síndrome de Down desarrollarse autónomamente.

● 5.2. Grupo Objetivo

Se determinó que los dos grupos objetivo a quienes se dirige el presente proyecto son los padres de jóvenes con Síndrome de Down y los jóvenes con Síndrome de Down (SD).

Para su definición, se realizó el instrumento de cuestionario que permitió aportar información sobre el perfil geográfico, demográfico y antropológico general y específico de cada grupo y pedagógico de los jóvenes con SD (ver apéndice 5).

5.2.1. Descripción geográfica

La Ciudad de Guatemala, localizada en el Llano de la Virgen o de la Ermita, sitio que desde 1530 también era conocido como valle de Las Vacas (Muni Guate, s/f), es la delimitación geográfica para el estudio del presente proyecto. En el año 1776, la población tuvo que trasladarse de la Ciudad de Santiago de Caballeros al Valle de la Ermita, como consecuencia de los terremotos de Santa Marta que destruyeron dicha ciudad, conocida actualmente como la Antigua Guatemala (Cabrera, 2016). La Ciudad de Guatemala se ubica en una meseta de 1500 metros de altura sobre el nivel del mar, a unos 80 kilómetros del Océano Pacífico, rodeada de valles y barrancos (Ecured, s/f), y goza de un clima predominantemente lluvioso y seco (Cabrera, 2016). Es uno de los 338 municipios del país y es la cabecera departamental de Guatemala así como la ciudad capital del país. Tiene una extensión territorial de 228 kilómetros cuadrados; limita al Norte con Chinautla y San Pedro Ayampuc, al Sur con Santa Catarina Pinula, San José Pinula, Villa Canales, Villa Nueva y San Miguel Petapa, al Este con Palencia y al Oeste con Mixco (Wikiguate, 2018). Tiene una latitud de 14°38'26" N y una longitud de 90°30'47" O, encontrándose a 1508 m de altura sobre el nivel del mar (Coordenadas geográficas de Ciudad de Guatemala, Guatemala, 2019), a unos 80 kilómetros del Océano Pacífico (EcuRed, s.f.). es la Ciudad de Guatemala , 2016).

5.2.2. Descripción demográfica

La UNESCO indica que Guatemala es un país multicultural, plurilingüe y multiétnico. Esta extraordinaria riqueza cultural se ve reflejada en los 25 idiomas (22 mayas, idioma garífuna, idioma xinca y el español, siendo este último, el idioma oficial del país) que forma parte de la identidad guatemalteca.

Una de las principales fortalezas que posee Guatemala se encuentra en su cultura, misma que es fuente de desarrollo. De acuerdo con un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se constata que la cultura aporta el 7.26% al PIB de Guatemala. De aquí la importancia del trabajo que debe realizarse en la promoción de la diversidad de las industrias culturales y creativas, el patrimonio cultural tangible e intangible y toda forma de manifestación artística y cultural que posee el país (UNESCO, s/f).

La majestuosidad de sus paisajes y la belleza inigualable de sus sitios arqueológicos y coloniales emblemáticos cuentan con el reconocimiento y admiración de la comunidad internacional, reconocimiento que ha sido manifestado al inscribir tres sitios a la Lista de Patrimonio Mundial de UNESCO, dos de ellos culturales: La Antigua Guatemala y el Parque Arqueológico y Ruinas de Quiriguá, y un sitio mixto como lo es el Parque Nacional Tikal, que comparte características culturales y naturales. De igual manera, existe una innumerable cantidad de manifestaciones culturales inmateriales, muchas de ellas prehispánicas que han venido transformándose como

consecuencia del mestizaje entre los españoles y los mayas. Tres de estas manifestaciones culturales inmateriales son: La Tradición del Teatro Bailado Rabinal Achí, La lengua, la danza y la música Garífuna (compartida con Belice, Honduras y Nicaragua), así como el Ceremonial Nan Pa'ch. (UNESCO, s/f).

Según Anywhere Guatemala (s/f), "los descendientes de los indígenas mayas están fuertemente representados en el Altiplano Occidental, mientras que las llanuras de Petén, Ciudad de Guatemala, la vertiente del pacífico y las llanuras del Caribe, albergan principalmente a una población ladina. Los principales grupos maya de Guatemala son: Kaqchikel (con alrededor de 400,000 hablantes), Mam (con aproximadamente 686,000), K'iche' (con más de un millón de hablantes, conforman el grupo más grande), Tz'utujil, Mam, Poqomchi', Q'echi', y los Q'anjob'al."

La religión en Guatemala es una mezcla de tradiciones espirituales mayas, catolicismo y cristianismo evangélico, (Anywhere, s/f). Los grupos indígenas locales fueron convertidos poco a poco, y el catolicismo se estableció como la religión principal de Guatemala por siglos. Sin embargo, a finales del siglo XIX, los reformistas liberales comenzaron a recuperar el control de la iglesia confiscando sus propiedades y secularizando la educación. Durante la guerra civil, cientos de sacerdotes católicos se opusieron al ejército y pagaron con sus vidas por ello. Aún así, el catolicismo sigue manteniendo un sólido número de

seguidores, aunque muchas personas se han convertido al Cristianismo Evangélico, (Anywhere Guatemala , s/f).

Se estimó que alrededor del 65-70% de la población es católica, esto como consecuencia de la conquista española de 1524. La religión católica ha dejado un legado al país guatemalteco permitiendo que la mayoría de las costumbres y tradiciones que se celebran en el país, sean de esta índole. El turismo religioso de Guatemala es una de las más ricas experiencias para los extranjeros ya que se puede encontrar en casi todo el país. La Semana Santa es una sorpresiva mezcla de símbolos, sonidos y aromas y se ha convertido en uno de los atractivos turísticos y religiosos más importantes del país, (Visit Guatemala , s/f).

Los grupos cristianos incluyen a la Iglesia del Evangelio Completo, las Asambleas de Dios, la Iglesia Centroamericana, la Iglesia del Príncipe de la Paz, numerosos grupos protestantes evangélicos independientes, los Bautistas, la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días (Mormones), Episcopalianos, Testigos de Jehová, Presbiterianos, Ortodoxos rusos y Adventistas del Séptimo Día. Los católicos y protestantes tienen presencia en todo el país, con fieles en todos los principales grupos étnicos. Según los líderes de las organizaciones espirituales mayas, así como el clero católico y protestante, muchos católicos indígenas y algunos protestantes indígenas practican alguna forma de sincretismo con rituales espirituales indígenas. Los líderes espirituales mayas

estiman que hay entre 10,000 y 20,000 guías acreditados de la espiritualidad Maya en el país. Aproximadamente 1,500 judíos y un pequeño número de musulmanes residen principalmente en la Ciudad de Guatemala, (State, 2016).

La religión guatemalteca posee influencias de sus antiguas tradiciones mayas espirituales, especialmente, en sus regiones rurales. Además, en algunas se ha mezclado con creencias católicas y algunas protestantes ya que se aplican dentro de los rituales espirituales mayas. (Kwei, 2018).

La población de la Ciudad de Guatemala equivale a 2,541,581 habitantes (mujeres y hombres) ubicándose en el puesto 127 del ranking de desarrollo humano según el reporte de la PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) el cual indica que la esperanza de vida de los guatemaltecos es de 73.65 años, con una tasa de mortalidad en el 4.81%, (Guatemala en breve, 2019).

Sobre el estudio socioeconómico de la población guatemalteca, cabe destacar que se divide en siete niveles de acuerdo con su estándar de vida, los cuales son: A, B, C1, C2, C3, D1 y D2. Los objetivos de esta investigación son: desarrollar una clasificación de niveles socioeconómicos; definir un modelo que permita clasificarlos y que sirva a todas las empresas de investigación de mercados para así poder describir cada nivel ampliamente. Tomando como base el estudio de la sociedad y la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Familiares (Enigfam), se determinó que el

62.8% de personas de los niveles más bajos (D1 y D1) tiene un ingreso mensual promedio por debajo de los Q 7,200 (US\$900). El 35.4% pertenece a la clase media con ingresos promedios entre Q 11,000 y Q 25 000 (US\$1,375 y US\$3,125). Este grupo genera el 56% del dinero y un monto aproximado de Q 9,400 millones (US\$1,175 millones) al mes. Sólo el 1.8% corresponde a la clase alta con ingresos por encima de los Q61,000 (US\$7,625). (Bollmann Hanmann, 2013)

De acuerdo con algunas descripciones de la población guatemalteca urbana, el autor hace ver uno de los aspectos más importantes a considerar: la vivienda: el 90% de los guatemaltecos viven en casa particular, 3% en un edificio de apartamentos y el resto en cuarto compartido o lugares más pequeños. Un aspecto que llama la atención es que cada vez más, los niveles A y B y C1 viven en condominio, donde las personas valoran aspectos como la seguridad. La incidencia baja, conforme baja el nivel económico, (Bollmann Hanmann, 2013).

La economía en Guatemala se mantiene estable, siendo la más grande de Centro América y la décima a nivel de Latinoamérica. Entre las principales actividades económicas se encuentran la agricultura, el turismo y la industria. Actualmente, la situación laboral en Guatemala se divide en dos: el empleo formal y el informal. De los 17 millones de habitantes en Guatemala, el 40.7% se encuentra dentro de la población económicamente activa, y de estos el 70.6% tiene un empleo informal. Dentro de las actividades que se categorizan

como empleo informal se encuentran: el comercio, empleados en casa particular, manufactura y trabajadores por cuenta propia. El motivo por el cual existe un alto porcentaje que labora informalmente, se debe a la falta de oportunidades laborales las cuales han impulsado a que el guatemalteco, decida emprender un negocio o salir a vender a la calle para ganar dinero, (Empleo.com, 2019).

Por otra parte, se estima que sólo el 16.8% de la población económicamente activa tiene un empleo formal. El salario mínimo para el año 2020, según el Ministerio de Trabajo y Previsión Social es el siguiente:

- Salario mínimo en el sector agrícola Q. 90.16 por día
- Salario mínimo en el sector no-agrícola Q. 92.88 por día
- Salario mínimo para actividades de exportación y maquila Q. 84.88 por día.

En Guatemala más de 2 millones de mujeres trabajan, el 71% de ellas lo hacen de manera informal y un alto porcentaje de ellas labora en maquilas, (Empleo.com, 2019).

Respecto al incremento del tránsito vehicular, se estima que son más de 3 millones 500 mil automóviles en todo el país. Cerca de la mitad de esos vehículos, circula en la ciudad de Guatemala, siendo un parque vehicular de un millón y medio de vehículos. El problema de estos movimientos es que el 80% de los vehículos que circulan dentro de la ciudad van con un solo pasajero, ocasionando más espacio dentro de las arterias a comparación del transporte público. Este incremento en el

tránsito vehicular también ha generado una afección emocional en los conductores. Por tal motivo, una recomendación del autor, Ozaeta (2018), es tener educación vial para que el tránsito pueda fluir de manera ordenada y rápida.

Ambos grupos objetivos poseen diferencias demográficas las cuales se expresan en la siguiente tabla (ver Tabla 1).

Tabla 2

Descripción demográfica individual de los grupos objetivo

Descripción demográfica de padres de jóvenes con Síndrome de Down	Descripción demográfica de jóvenes con Síndrome de Down
<p>Los padres de jóvenes con Síndrome de Down son mujeres y hombres adultos que residen en casas particulares de la Ciudad de Guatemala. Basado en los resultados del instrumento, se determinó que el grupo objetivo forma parte del nivel socioeconómico medio y bajo. Se estableció también que realizan sus compras principalmente en Walmart y Maxi Despensa/Despensa Familiar y que, para transportarse, la mayoría posee vehículo propio y el resto utiliza bus público o la vía peatonal.</p> <p>El grupo objetivo tiene más tiempo libre durante la tarde y la noche, esto debido a que tienen labores que hacer durante la mañana.</p> <p>Los padres de jóvenes con Síndrome de Down tienen teléfono y acceso a internet para poder hacer uso de redes sociales, principalmente Whatsapp, Facebook e Instagram. Indicaron también, que este medio es el más utilizado para poder informarse, seguido de la televisión, el periódico y material multimedia como los videos.</p>	<p>Los jóvenes con Síndrome de Down residen en la Ciudad de Guatemala con sus padres o encargados. Por esta razón, también forman parte del nivel socioeconómico medio y bajo.</p> <p>Según los resultados obtenidos, se logró determinar que tienen acceso a utilizar dispositivos tecnológicos como el teléfono, tablet y computadora con internet. Siendo el teléfono el más utilizado.</p> <p>Así también, que utilizan con mayor frecuencia medios digitales como la televisión y redes sociales como Youtube, Whatsapp y videollamadas por Whatsapp.</p> <p>Se determinó que la mayoría de jóvenes con Síndrome de Down, acuden a una institución o colegio para estudiar; y que el resto permanece en casa o también estudia y además de ello, trabaja.</p>

Fuente: elaboración propia

5.2.3. Descripción antropológica

Se desarrolló el perfil antropológico de los padres de jóvenes con Síndrome de Down (SD) y de los jóvenes con SD utilizando como referencia, los resultados obtenidos a partir del instrumento (ver apéndice 5).

De las generalidades de ambos grupos, se determinó que utilizan los días hábiles (lunes a viernes) para realizar sus labores y los fines de

semana para descanso y recreación, siendo el domingo el día en que usualmente acuden a la Iglesia. Considerando que la mayoría de las personas estudiadas poseen vehículo propio, y que el resto se transporta en bus público, es relevante indicar la afección emocional que estos sufren como consecuencia del incremento del tránsito vehicular en su rutina diaria.

En la siguiente tabla, se detalla con mayor amplitud, la descripción antropológica de cada grupo.

Tabla 3

Descripción antropológica individual de los grupos objetivo

Descripción antropológica de padres de jóvenes con Síndrome de Down	Descripción antropológica de jóvenes con Síndrome de Down
<p>Los padres de jóvenes con Síndrome de Down usualmente trabajan por las mañanas y aprovechan el tiempo libre que les queda en las tardes o noches, principalmente para: compartir con familia o amigos, ver televisión, revisar sus redes sociales o escuchar música.</p> <p>En cuanto a sus preferencias, el grupo se inclina más por las fotografías, materiales informativos con texto e imagen en igual cantidad, videos tipo cortometraje, videos con personas y música del género pop o latino.</p> <p>La mayoría indicó que asocian el Síndrome de Down con el color amarillo, seguido del rojo y azul.</p>	<p>Los jóvenes con Síndrome de Down usualmente acuden a una institución o colegio para estudiar. Dentro de sus actividades favoritas destacan bailar o cantar, hacer manualidades y escuchar cualquier tipo o género musical.</p> <p>Entre los aspectos que motivan al grupo a poder realizar su rutina diaria se encuentran: la oportunidad de poder compartir con las personas, aprender algo nuevo y la superación personal.</p> <p>Otras preferencias importantes de los jóvenes con SD son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mayor inclinación por contenido visual tipo fotografía, seguido de la ilustración. - En videos, mayor preferencia por ver tutoriales de personas, seguido de personajes y películas o cortometrajes. - Preferencia por utilizar teléfono o tablet para navegar en Youtube, Whatsapp o realizar videollamadas por Whatsapp. <p>La mayoría indicó que sus colores favoritos son: rojo, azul y morado.</p>

Fuente: propia

● 5.3. Descripción pedagógica de jóvenes con Síndrome de Down

Al tomar en consideración los objetivos planteados, se investigó la descripción pedagógica correspondiente a los jóvenes con Síndrome de Down. Se define a la pedagogía como la ciencia perteneciente a las ciencias sociales y humanas, la cual se encarga al estudio de la educación. Su objeto de estudio principal es estudiar la educación como un fenómeno sociocultural, es decir que existen conocimientos de otras ciencias que pueden ayudar a hacer comprender lo que realmente es la educación, como por ejemplo: la historia, la psicología, la sociología, la política, entre otras. (Raffino, 2019)

Por aprendizaje funcional, se entiende el desarrollo de capacidades para adquirir habilidades esenciales que son necesarias para poder participar de manera activa en las actividades cotidianas (Downciclopedia, s/f).

Con el fin de promover un aprendizaje para la vida, la Fundación Iberoamericana Down 2, se basa en dos grandes pilares: el conocimiento y la autonomía personal y habilidades sociales.

a. El Conocimiento:

En este pilar se incluyen las grandes áreas de lengua, matemáticas, ciencias sociales y naturales. La forma de enseñar contenidos concretos tiene que estar enfocada a la funcionalidad que se pretende: no se trata de enseñar basándose en un enfoque conceptual,

es decir, enseñar mediante la construcción de conceptos, sino basándose en experiencias previas del alumno, y en la motivación y la necesidad, (Downciclopedia, s/f).

Para materias como matemáticas y lengua es más fácil encontrar recursos y adaptaciones, ya que la competencia lingüística y matemática se puede seguir mejorando sin necesidad de saltar a un nivel de abstracción que ellos no pueden comprender. Sin embargo, para las asignaturas de ciencias naturales y sociales es más compleja su enseñanza. Las Ciencias Naturales abarcan el conocimiento sobre el mundo natural, a través de la construcción de conceptos y procedimientos, y la búsqueda de relaciones entre ellos. En el ámbito de las Ciencias Sociales, se trata de que el alumno adquiera un mayor grado de conciencia acerca de la organización de las sociedades, sus dimensiones demográficas, económicas o sociales, cómo se interviene y sus posibles impactos, (Downciclopedia, s/f).

Ejemplos del área de Ciencias Sociales y Naturales:

Se hace imprescindible la elaboración de material propio, ya que los recursos comerciales muchas veces sólo cumplen en parte los requisitos del aprendizaje funcional. Se deben buscar contenidos concretos y conocimientos prácticos en un lenguaje asequible, (Downciclopedia, s/f).

Propuestas de temas de trabajo en estas áreas:

- Mapas, planos y croquis sencillos
- Los cuidados del cuerpo y la nutrición
- La conservación del medio ambiente y la contaminación
- La vía pública y la educación vial
- El consumo y la publicidad
- La meteorología
- Los materiales y su resistencia
- Mecanismos sencillos
- Los medios digitales
- Mezclas y disoluciones
- El movimiento y la fuerza

Propuestas de tema de trabajo del área de Lengua:

La Fundación Iberoamericana Down21 señala que la finalidad es que el alumno sepa: escuchar y comprender, hablar y expresar, leer y escribir. Para ello, se pueden plantear las siguientes actividades:

- Comprensión de textos propios de la vida cotidiana y de las relaciones sociales en ámbitos próximos a la experiencia del alumnado, como normas, avisos, y comunicaciones.
- Comprensión de textos de los medios de comunicación, especialmente de información sobre hechos, noticias y crónicas, atendiendo a la estructura del periódico digital (secciones y géneros).
- Comprensión de instrucciones en contextos reales y simulados.
- Comprensión del significado general y específico de charlas sencillas sobre temas conocidos presentados de forma clara y organizada.

- Hacer una comprensión literal, interferencial y valorativa.
- Diferenciación de hechos y opiniones, de contenidos reales y fantásticos.
- Desarrollo de la autonomía lectora y aprecio por la literatura como fuente de placer y de conocimiento de otros mundos y culturas.
- Dar explicaciones orales sencillas de forma ordenada y clara, previamente preparadas, sobre hechos de actualidad social, política o cultural que sean del interés del alumno.
- Composición de textos propios de la vida cotidiana y de las relaciones sociales en ámbitos próximos a la experiencia del alumnado, como cartas, notas y avisos
- Desarrollar la confianza e iniciativa para expresarse en público y por escrito.

Ejemplos en el área de Matemáticas:

La finalidad es que el alumno sepa desarrollar y aplicar el razonamiento matemático con el fin de resolver diversos problemas en situaciones cotidianas. Que sepa utilizar espontáneamente, en lo personal y en lo social, los elementos y razonamientos matemáticos básicos para interpretar información, para resolver problemas y para tomar decisiones. Para el área de matemáticas, se desea que el alumno aprenda a pensar y razonar, argumentar, comunicar, plantear y resolver problemas y comprender representaciones, (Downciclopedia, s/f).

En la tabla 3 se muestran las actividades que la fundación sugiere para reforzar el área matemática.

Tabla 4

Actividades para reforzar el área de matemáticas

<p>Conceptos matemáticos básicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número: tener interiorizado y dominio de la serie numérica, sin dar prioridad a "saber más números". Lo más fundamental es que posean un firme concepto de: número anterior y posterior, número mayor y menor • Series de 2, 5 y 10 • Operaciones básicas, comprendiendo bien su función y aplicación • Cálculo mental básico
<p>Problemas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de suma, resta, de dos operaciones que no necesitan operación o en el que sobran datos • Problemas de la vida cotidiana que exigen de razonamiento lógico • Interpretación puntual y global de informaciones presentadas en una tabla o representadas en una gráfica.
<p>Cuantificadores, magnitudes y medidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprender a cuantificar su entorno (peso, estatura, talla de la ropa, teléfono móvil, horarios corrientes, pisos de ascensor, microondas, libros con páginas, etc.). • Cuantificadores básicos: antes/después; en el centro; izquierda/derecha; uno/ varios; docena/decena; más/menos que; sobrar/faltar; doble/mitad; alguno/ninguno; menor/mayor; casi;
<p>Aplicaciones de números y magnitudes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización del calendario y el reloj • Utilización y manejo de recetas de cocina: cantidades y conceptos • Manejo del dinero: prevalece el control de pequeñas cantidades reales que el conocimiento teórico de billetes y monedas. • Equivalencias de monedas y billetes. • Recursos de la utilización del pago exacto y el pago al alza.
<p>Recursos fáciles y baratos</p>	<p>Dentro del material pedagógico recomendado por la Fundación Iberoamericana Down 21, se encuentran los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TICS, recursos manipulables y recursos del entorno: prensa, ciudad..., además de una recopilación de todo tipo de materiales: ficheros, colecciones, material estructurado, materiales impresos, balanzas, calculadora, dados, relojes, cintas métricas, construcciones y cuerpos geométricos, medidas, pesos y longitudes, recetas de cocina... • Juegos de dados y cartas • Juegos de mesa: bingos, memoria, dominó, oca, parchís, entre otros. • Sudokus, resultados de acontecimientos deportivos • Poner datos superfluos en los problemas, poner problemas que no tengan solución, para forzar a que los resuelvan por diferentes caminos. <p>Es importante crear oportunidades para llevar lo aprendido a situaciones cotidianas, tanto en simulado de situaciones, como en situaciones reales: viajes del grupo, salidas, cálculos de gastos en el centro, gastos del aula, estudio de facturas, llevar la propia contabilidad, viajes personales, gráficas y datos de la prensa.</p>

Fuente: Aprendizaje académico funcional en el adolescente con Síndrome de Down. Fundación Iberoamericana Down 21 (s/f).

b. El desarrollo de la autonomía y la iniciativa personal:

La educación para el desarrollo de la autonomía y de la iniciativa personal ha de ir dirigida a promover y fomentar los siguientes objetivos:

- La utilización de recursos propios
- Desarrollar la iniciativa personal, es decir que aprenda a elegir, tomar decisiones, tener criterio, aceptar responsabilidades, autoevaluarse, aprender de los errores, entre otros.
- Tener una imagen ajustada de sus posibilidades y limitaciones
- Desarrollar la empatía

El autor indica también que las siguientes actividades son las recomendadas a reforzar y practicar más, basados en las observaciones realizadas a jóvenes con Síndrome de Down: conciencia y autocontrol, auto concepto y autoestima, reconocimiento verbal de los errores, expresión adecuada del enfado, defensa argumentada de la postura propia, respuesta adaptada a las críticas, uso de pensamientos alternativos y adecuación flexible, dialogante en situaciones problemáticas.

Hay tres temas de suma importancia sobre los cuales se deben trabajar, con el objetivo de impulsar a que el adolescente con Síndrome de Down pueda madurar. Estos temas son tres (Downciclopedia, s.f.): la Convivencia, la participación ciudadana y relaciones entre derechos y deberes.

● 5.4. Cliente

En esta sección, se detalla toda información correspondiente a Down Guatemala (Asociación Guatemalteca para el Síndrome de Down), que es el cliente del presente trabajo de investigación.

5.4.1. Descripción del cliente

Down Guatemala es una institución no lucrativa que proporciona servicios de educación especial, terapia de lenguaje, fisioterapia y talleres de capacitación pre laboral, (Down Guatemala, 2020). Se inauguró en septiembre del 2005 a raíz del nacimiento de Manuel Alfredo, hijo de la familia Salazar Vásquez, a partir del cual surgió el deseo de crear un centro de atención especializado en educación especial exclusivamente para bebés, niños, jóvenes y adultos con Síndrome de Down. Desde el año 2018, la institución ha abierto las puertas a otros diagnósticos para servir a más personas con algún tipo de discapacidad intelectual, así como clínicas abiertas de fisioterapia, refuerzo escolar, problemas de aprendizaje y atención psicológica. Durante años, Down Guatemala ha sido un canal de orientación a familias con hijos con Síndrome de Down, así como un centro de estudio y capacitación en donde se desea desarrollar al máximo las capacidades de cada alumno.

Misión

Proveer servicios de intervención temprana, terapia del lenguaje, fisioterapia, talleres ocupacionales y de habilidades para la vida diaria, educación especial, deportes recreacionales y de alto rendimiento, y capacitación a familias. Ser promotores de la inclusión de personas con discapacidad intelectual en todos los ámbitos de la sociedad.

Visión

Que las personas con Síndrome de Down y con cualquier otra discapacidad intelectual puedan desarrollar al máximo todo su potencial y habilidades para llegar a tener una vida plena.

5.4.2. Identidad Gráfica Actual

Down Guatemala cambió el logotipo de su marca desde el año 2017, utilizando como colores primarios: el morado, celeste, verde y anaranjado. En el logotipo (ver figura 5) se puede apreciar que se realizó una abstracción de un corazón a partir del cual surgen dos personas con rasgos de Síndrome de Down.



Figura 5

Logotipo Down Guatemala

Fuente: facebook.com/downguatemala



Figura 6

Publicación de Facebook

Fuente: facebook.com/downguatemala°

En sus redes sociales, la comunicación que la institución maneja con sus clientes es a través de un tono amigable. El contenido que comparten varía y puede ser institucional, informativo (sobre el síndrome de Down u otros temas similares) o promocional (sobre los eventos y productos que realiza la institución con sus alumnos).

La página web que manejan actualmente se encuentra actualizada con la línea gráfica definida y permite aportar al cliente información relevante sobre la institución, eventos, patrocinadores y recursos informativos para el padre de familia y profesionales.

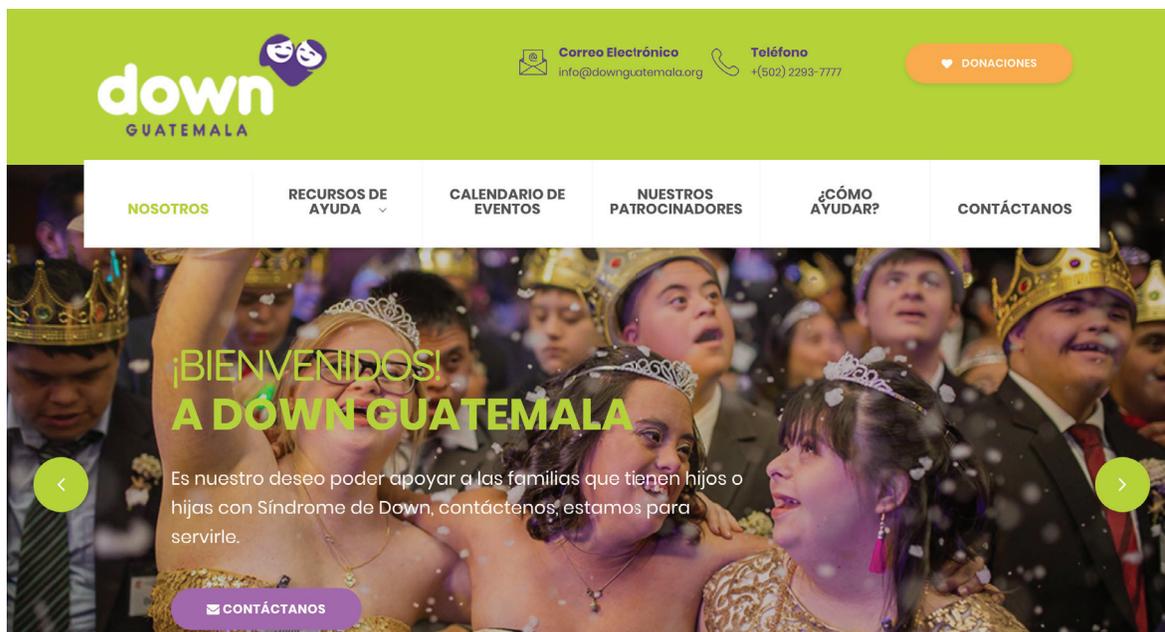


Figura 7

Sitio web Down Guatemala

Fuente: www.downguatemala.org

5.4.3. Posicionamiento

Down Guatemala ha logrado tener suficiente alcance gracias a los medios digitales y a los patrocinios que ha recibido. Por tal motivo, el posicionamiento que tiene la institución actualmente ha permitido que esta pueda formar parte de las dos instituciones en Guatemala especializadas en el Síndrome de Down, siendo la segunda la Fundación Margarita Tejada.

5.4.4. Recursos financieros

La asociación ha logrado implementar más servicios y actividades gracias al apoyo de sus patrocinadores, los cuales son:

- Tim Tebow Foundation (Night to Shine)
- Orphan Outreach
- United Charities / United Airlines
- Life of Hope Ministries

5.4.5. Área de cobertura

Down Guatemala se encuentra ubicada en la 10ª. Calle 11-13 de la zona 3 de Mixco en Nueva Montserrat, Guatemala. Su área de cobertura se da principalmente en el municipio de Mixco y zonas aledañas. Por tal motivo, las personas que acuden a la institución viven o se transportan alrededor de este perímetro de la ciudad.

● 5.5. Propuesta de diseño

5.5.1. Conceptualización

Considerando los objetivos planteados, se ha realizado un proceso de conceptualización que permitirá orientar la toma de decisiones en las propuestas gráficas a desarrollarse. Para establecer la frase conceptual de todo el proyecto de investigación, se analizaron las perspectivas que tiene cada grupo objetivo respecto al tema.

5.5.1.1. Proceso de conceptualización desde la perspectiva de los padres de jóvenes con Síndrome de Down

Tomando como referencia el primer objetivo, el cual propone el desarrollo de una campaña publicitaria informativa dirigida a padres de jóvenes con Síndrome de Down, se realizó un proceso de conceptualización dividido en dos partes: el desarrollo de un insight y tres técnicas de creatividad para el desarrollo de conceptos creativos.

Insight

La palabra insight proviene de la psicología y quiere decir: visión interna o percepción. (Gutiérrez, 2016). Es un término que hace referencia a la psicología del consumidor, importante en el *marketing* directo para conectar con el consumidor de forma individual, que se sienta identificado con el mensaje propuesto y que actúe en consecuencia.

Se desarrolló una guía de entrevista para la indagación del insight (ver apéndice 6) la cual fue utilizada con cuatro padres de jóvenes con

Síndrome de Down guatemaltecos. Debido a la pandemia del Covid-19, las entrevistas se realizaron a través de una videoconferencia. De los resultados obtenidos, se determinó que el insight que manifiestan es "Protejo a mi hijo porque me da temor que la sociedad no lo entienda y lo lastime". Se determinó que los padres de familia dan más prioridad a la seguridad y protección de sus hijos en relación con la sociedad. El grupo de estudio está consciente de la importancia que tiene la autonomía en la vida de sus hijos, pero les preocupa más la poca comprensión o desinformación que la sociedad tiene sobre el tema y el trato que sus hijos podrían recibir de parte de ellos por desconocer que cada caso de Síndrome de Down es distinto y que poseen particularidades y comportamientos únicos (como motivaciones, frustraciones, gustos y preferencias).

Concepto creativo

Para definir las propuestas conceptuales se utilizaron tres técnicas de creatividad: Flor de loto, Desde otros ojos y "Do it" (ver apéndice 7). A continuación, se brinda la descripción de cada una de ellas y los conceptos obtenidos.

a. Flor de loto

La técnica de flor de loto, creada por Yasuo Matsumura, consiste en la deducción de ideas a partir de un tema principal. La dinámica consiste en dibujar una flor con un centro (donde se escribe el tema principal) y seis pétalos alrededor (donde se escriben las ideas relacionadas). De las seis palabras escritas alrededor, se deberá seleccionar una la cual

dará origen una nueva flor y así sucesivamente (Fernández, 2020).

De las diez flores de loto desarrolladas, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Tiempo para empatizar
- El respeto me da paz
- Un mundo seguro para mi hijo

Se determinó que *“Un mundo seguro para mi hijo”* es el concepto más fuerte ya que permite vincularse emocionalmente con los padres de familia dando apertura a una solución gráfica positiva y eficaz.

b. Desde otros ojos

Esta técnica ayuda a generar ideas creativas “frescas” a partir del pensamiento y perspectiva de personas ajenas a la investigación o tema de estudio (Fernández, 2020). Para su desarrollo, se planteó la siguiente pregunta “¿Qué pensará una persona (breve descripción del perfil) sobre (el tema)?”.

Se definieron los siguientes perfiles los cuales van en relación con el tema de estudio:

- Perfil A: Ancianos, adultos, adolescentes y niños que no saben qué es el Síndrome de Down (SD).
- Perfil B: Personas que sí saben qué es el Síndrome de Down.

Usando como base el objetivo de diseño y el insight de la investigación, la pregunta en cuestión quedó de la siguiente forma: ¿Qué pensará una persona que no sabe qué es el

SD/ que sabe qué es el SD sobre las personas con este diagnóstico?

A partir de esta técnica se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Que el mundo conozca tu talento
- Soñamos con las mismas metas
- Crezcamos juntos

Se eligió el concepto *“Soñamos con las mismas metas”* porque permite dar una solución gráfica acorde al objetivo de diseño e insight detectado.

c. Do it

La técnica “Do it”, desarrollada por Roger Olsen, se basa en los conceptos: definir, apertura, identificar y transformar. Esto viene a significar la necesidad de definir problemas, abrirse a muchas soluciones posibles, identificar la mejor solución y luego transformarlo en acción con eficacia. Para su desarrollo, es necesario que el problema esté correctamente identificado (Neuronilla, 2020).

Para su implementación, se utilizó como problema el insight previamente detectado: “Protejo a mi hijo porque me da temor que la sociedad no lo entienda y lo lastime”, y el hecho de que los padres de jóvenes con Síndrome de Down se enfocan más en la protección y cuidado de sus hijos, que en su autonomía. A partir de esta técnica, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Somos más iguales que diferentes
- Cámbiate el chip
- Hablemos sobre lo que nos une

“Somos más iguales que diferentes” fue el concepto elegido a partir de esta técnica ya que permite comunicar de manera positiva el objetivo creativo planteado.

5.5.1.2. Proceso de conceptualización desde la perspectiva de los jóvenes con Síndrome de Down

El siguiente proceso de conceptualización responde al segundo objetivo de diseño planteado para el presente proyecto, el cual va enfocado al desarrollo de la autonomía en los jóvenes con Síndrome de Down. Para establecer la propuesta de concepto creativo enfocado en el objetivo de diseño planteado, se realizaron tres técnicas de creatividad: El catálogo, Conexiones morfológicas forzadas e Ideart (ver apéndice 8).

a. El catálogo

Es una técnica de creatividad que busca generar nuevas conexiones entre palabras para así poder dar con nuevas ideas que puedan resolver un objetivo creativo determinado (Fernández, 2020).

Para su desarrollo, es necesario seguir los siguientes pasos:

- 1) Definir y escribir el objetivo creativo.
- 2) Seleccionar dos palabras al azar de un catálogo, libro o revista.
- 3) Escribir más palabras asociadas a cada una de las dos palabras seleccionadas.
- 4) Combinar las palabras al azar para relacionarlas con el objetivo creativo.
- 5) Escribir las todas las ideas que puedan derivarse del paso anterior.

- 6) En caso de ser necesario, seguir desarrollando el proceso con más pares de palabras.

A partir de esta técnica de creatividad se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Descubre tus virtudes
- Eres exitoso
- Una misión especial

Se escogió el concepto “*Descubre tus virtudes*” considerando que puede dar resultado a una mejor solución gráfica acorde al objetivo de diseño planteado y la necesidad detectada.

b. Conexiones morfológicas forzadas

La segunda técnica de creatividad es una propuesta de Koberg y Bagnall, que en realidad suma los principios básicos de dos técnicas: el “Listado de Atributos” creado por R.P. Crawford y las “Relaciones forzadas” de Charles S. Whiting. Las conexiones morfológicas forzadas permiten facilitar la generación de ideas y analogías sobre aspectos que no se habían tomado en cuenta durante el estudio del objetivo planteado (Neuronilla, 2020).

El procedimiento utilizado para esta técnica es el siguiente:

- 1) Identificar y escribir el objetivo creativo.
- 2) Generar una lluvia de ideas a partir del objetivo creativo.
- 3) Descomponer el objetivo creativo en componentes o bloques (palabras).
- 4) Enlistar en cada bloque de palabras los

aspectos o características que de ahí puedan derivarse.

- 5) Cruzar al azar aspectos (palabras) de varios bloques para la conexión y generación de ideas inusuales.
- 6) De las palabras conectadas en el paso anterior, debe conectarse con la idea resultante y redactarla.

Una vez desarrollada la técnica, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Comparte tu talento
- Descubre cómo alcanzar tus metas
- Escribe tu propia historia.

Se identificó que *“Escribe tu propia historia”* es el concepto más fuerte ya que permite motivar e impulsar al grupo objetivo a alcanzar su autonomía, cumpliendo de esta forma con la comunicación y alcance del objetivo de diseño planteado.

c. Ideart

Es una técnica de generación de ideas (dentro del ámbito del pensamiento provocativo) que utiliza estímulos visuales, generalmente pinturas.

Ante un determinado foco creativo, se escoge de manera intuitiva una lámina (pintura) que pueda generar analogías y asociaciones. En primer lugar (tanto si la técnica se utiliza de forma individual como en equipo) se debe describir la lámina y “jugar” con los conceptos que de ella puedan derivarse (construir historias, detectar aspectos ocultos, fabular, hacer comparaciones, etc.). Posteriormente, y como

paso fundamental en la técnica, se debe intentar “forzar” conexiones entre el foco creativo y la lámina. La capacidad analógica de la persona que implemente esta técnica constituye un papel muy importante para la generación de ideas (Neuronilla, 2020).

La pintura elegida para su desarrollo fue: *“Nenúfares”* de Monet. A partir de la técnica se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Posibilidades infinitas
- Creatividad para ser autónomos
- Destaca tu talento

El mejor concepto, derivado de esta técnica fue: *“Creatividad para ser autónomos”*.

El uso de las palabras que lo construyen permite visualizar y establecer el tono que debe comunicar la propuesta gráfica a ser desarrollada.

Para definir el concepto idóneo del objetivo de diseño planteado, se consideró necesario realizar un análisis a partir de los conceptos finales adquiridos:

- 1) **Descubre** tus virtudes
- 2) Escribe **tu propia** historia
- 3) Creatividad para ser **autónomos**

Utilizando la palabra más fuerte de cada concepto (descubre + tu propia + autonomía) se identificó que el concepto que mejor representa el objetivo de diseño para los jóvenes con Síndrome de Down es: *“Creando mi propia aventura”*.

Elección del concepto creativo

A partir de las técnicas de conceptualización realizadas, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- 1) Un mundo seguro para mi hijo
- 2) **Soñamos con las mismas metas**
- 3) Somos más iguales que diferentes
- 4) **Creando mi propia aventura**

Se seleccionó como concepto creativo del presente proyecto:

“
**Soñamos con
las mismas metas**
”

ya que logra conectarse emocionalmente con los padres de jóvenes con SD y a su vez promueve e impulsa el desarrollo de la autonomía en los jóvenes con Síndrome de Down. Se pretende que este concepto permita lograr empatía y comprensión entorno a la idea de que todas las personas, independientemente de su condición, aspiran a alcanzar una o varias metas a lo largo de su vida.

Apoyándose del análisis sobre la frase “Creando mi propia aventura”, el concepto elegido permite interpretar que este proceso para el alcance de las metas representa un camino lleno de aventuras. El concepto establecido es una invitación a descubrir que todas las personas tienen habilidades y talentos que les permiten poder ir creciendo y mejorando en su autoestima y autonomía. Se considera que el concepto sintetiza satisfactoriamente los objetivos de diseño

planteados dando apertura al desarrollo de una solución gráfica funcional y eficiente.

5.5.2.Descripción de la propuesta gráfica

Se presenta en esta sección la descripción del material gráfico para las propuestas gráficas del presente proyecto.

5.5.2.1. Tipo de material gráfico

El presente proyecto hará uso de los siguientes materiales:

Campaña publicitaria social informativa:

Este tipo de campaña sirve, través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social. En ella, se incluyen las campañas que buscan informar, educar o persuadir al receptor de la necesidad de adquirir hábitos saludables, como la autonomía, y que también fomentan actitudes solidarias para colaborar al bienestar de los menos favorecidos por la sociedad, ya sea por clase social, discapacidad, sexo, etc. Este material será implementado y comunicado en redes sociales ya que, a través de ellas, se puede realizar una segmentación más específica en torno al grupo objetivo, que a su vez permite tener mayor alcance, impacto y visibilidad sobre la campaña.

Material educativo interactivo: Se les denominan materiales educativos interactivos a todos aquellos materiales cuyo diseño va enfocado a fines educativos. El mismo, debe permitir la adquisición de nuevos conocimientos, reforzar aprendizajes y favorecer al desarrollo de una determinada

competencia. Se dice también que un material es interactivo cuando este permite que sus estudiantes se mantengan interesados y motivados en el proceso de aprendizaje gracias a la interacción y relación que desarrollan con el material, (Educación 3.0, 2019).

5.5.2.2. Descripción e implementación de piezas

Se describen en esta sección, cada una de las piezas que conformarán el proyecto. Las mismas, se han organizado según los dos grupos objetivos a los que se dirige cada objetivo de diseño.

Campaña publicitaria social informativa dirigida a padres de jóvenes con Síndrome de Down (SD):

Este material se dirigirá a los padres de jóvenes con Síndrome de Down. Mediante el conjunto organizado de datos se busca que el grupo objetivo pueda destacar e interpretar las capacidades de sus hijos, las cuales se conviertan en un conocimiento nuevo que los motive a promover aún más la autonomía de sus hijos.

El contenido de la campaña debe generar un vínculo emocional con los padres de forma que sientan la necesidad de encontrar herramientas que les permitan apoyar a sus hijos para el alcance de sus sueños, metas y aspiraciones, mediante el desarrollo de su autonomía. A través de las piezas dirigidas a los jóvenes con SD, se podrá satisfacer la necesidad detectada de los padres. La

información por utilizar se recopilará y validará por profesionales de educación especial, los cuales puedan orientar el contenido.

Su redacción debe ser corta y comprensible. Es necesario que el contenido de la campaña se complemente con material audiovisual (videos e imágenes) los cuales puedan transmitir con mayor eficacia y rapidez la información. Para la elección de dichos materiales, se consideraron las preferencias del grupo objetivo por materiales multimedia.

Piezas que conforman la campaña publicitaria:

- 1) *Posts en Facebook e Instagram:* Este material figura como el más utilizado por el grupo objetivo. Se requiere realizar una pauta de las publicaciones para que el impacto de la campaña sea mucho mayor (es decir que abarque no sólo a los padres de jóvenes con SD, sino también a personas individuales con mucha o poca relación con el tema para que también puedan informarse acerca de las capacidades que tienen las personas con Síndrome de Down).
- 2) *Spot de radio:* Se propone realizar spots de radio con la finalidad de que la campaña publicitaria pueda informar a los padres de jóvenes con SD que no tienen acceso a dispositivos móviles o que no saben leer ni escribir, así como al público en general. Considerando que la radio es escuchada en el 80% de los hogares guatemaltecos, se seleccionó este medio como pieza fundamental que complementa la campaña publicitaria (USAID Guatemala, 2015).

3) *Folleto digital informativo sobre la autonomía*: Este material *editorial*, accesible a los usuarios a través de las redes sociales de la campaña, proporcionará contenido informativo y teórico que complemente la iniciativa y permita concientizar sobre la importancia de la Autonomía en las personas con Síndrome de Down.

Toda la campaña publicitaria tendrá una **duración** de doce meses. Se planea que los posts de Facebook e Instagram y el spot de radio se publiquen simultáneamente dejando como material de cierre el folleto digital informativo.

Material educativo interactivo dirigido a jóvenes con Síndrome de Down (SD):

El material educativo interactivo será implementado en los jóvenes con Síndrome de Down con la finalidad de que puedan estimular a través de este, el desarrollo de conductas y competencias que impulsen a su autonomía. Dichos materiales buscan proporcionar una experiencia eficaz y entretenida mediante la cual cada individuo pueda ir avanzando según su propio ritmo de aprendizaje.

Piezas que conforman el material educativo interactivo:

1) *Aplicación móvil*: Se plantea como material principal dirigido a los jóvenes con Síndrome de Down, una aplicación móvil que les permita aprender a desarrollar sus habilidades para el alcance de su autonomía. Para facilitar su proceso de aprendizaje, debe predominar el uso

de imágenes y audio. El contenido se desarrollará con el respaldo y supervisión de un educador especial. La aplicación debe proporcionarle al grupo objetivo, actividades interactivas como bailar, cantar, dibujar, crear, leer y responder, escuchar y repetir, ver e imitar, entre otros. La misma, se debe poder adaptar y personalizar a los intereses de cada uno de ellos. De esta manera, se mantendrán motivados y podrán darle seguimiento a su proceso de aprendizaje. La función de este material es que los jóvenes con SD puedan descubrir sus habilidades e ir estableciendo metas para el alcance de sus logros. Como paso importante para comenzar a promover la autonomía de los jóvenes, es fundamental que este material funcione con poca o ninguna ayuda de un adulto.

Utilizando como soporte la campaña publicitaria dirigida a los padres de jóvenes con Síndrome de Down, se planea que los padres puedan comenzar a promover el desarrollo de la autonomía de sus hijos mediante esta aplicación móvil. La misma, debe funcionar y mantenerse vigente sin fecha de caducidad.

Material informativo que complementa la aplicación móvil:

2) *Posts informativos*: La aplicación móvil requiere de publicaciones informativas que permitan comunicar los beneficios y atributos que proporciona esta herramienta a los jóvenes con Síndrome de Down en Guatemala. Para tener un impacto mayor, se debe persuadir a

que los jóvenes con SD (o sus padres) descarguen la aplicación. Para ello, es necesario que la campaña publicitaria se pauté en Facebook e Instagram, comunicando los atributos que validen su funcionalidad y eficiencia.

La campaña publicitaria tendrá una **duración** de 9 meses, comenzando a partir del tercer mes de la campaña publicitaria dirigida a los padres de jóvenes con SD.

● 5.6. Descripción del mensaje

En esta sección se documenta el contenido que conformará los materiales gráficos propuestos en cada objetivo de diseño y el tono en que serán comunicados.

5.6.1. Contenido del texto

Material de publicidad social informativa

a. Posts en Facebook e Instagram y spot de radio

Oraciones cortas que destaquen las capacidades de los jóvenes con Síndrome de Down:

- Mi capacidad de comunicación va más allá de mi lenguaje verbal.
- Puedo aprender matemáticas y usarlas en mi vida diaria.
- Puedo brindar una excelente atención al cliente, si me incluyes laboralmente.
- Colaboro en mi casa como todos.
- Puedo elegir, permíteme tomar decisiones pequeñas al inicio y avanzar con el tiempo.
- Todos necesitamos ayuda en algo, permíteme brindarla.
- Instrúyeme si me enamoro, enséñame y ayúdame a regular mis sentimientos y emociones.
- Tengo diversos talentos, acompáñame a descubrirlos y desarrollarlos.
- Usemos la tecnología a mi favor, puede ser tan útil para mí como lo es para tí.
- Recuerda que voy madurando con las experiencias, visualiza mis etapas de juventud y adultez.

b. Folleto digital informativo sobre la Autonomía

1) *¿Qué es el Síndrome de Down?*

La Fundación Iberoamericana Down 21, establece que un síndrome significa la existencia de un conjunto de síntomas que definen o caracterizan a una determinada condición patológica. El Síndrome de Down (SD) se llama así porque en el siglo pasado fue identificado por el científico inglés John Langdon Down. Sin embargo, no fue hasta 1957 cuando el Dr. Jerome Lejeune descubrió que la razón esencial de que apareciera este síndrome se debía a que los núcleos de las células tenían un cromosoma extra de los habituales.

El síndrome de Down se define dado a una alteración genética sucedida en el núcleo de las células del individuo, en donde se recibe un cromosoma extra, es decir 47 cromosomas en lugar de 46 (que son los 23 recibidos por la célula germinal del padre y la madre). Dicho cromosoma extra llega a pertenecer al par No.21 del cromosoma regular dando como resultado una trisomía. Por lo que al Síndrome de Down también se le denomina Trisomía 21.

2) *Autonomía en jóvenes con Síndrome de Down*

Es importante favorecer el desarrollo cognitivo y psicomotor sin olvidar los aspectos básicos de adaptación, integración y normalización para la vida como autonomía e independencia personal. Peñuelas, en su libro: "*¿Cómo favorecer la autonomía personal de mi hijo con Síndrome de Down?*", define a la autonomía como la capacidad de la persona para realizar por sí misma, actos cotidianos elementales de supervivencia, como la alimentación, el aseo, vestido, manejo de aparatos o dispositivos mecánicos sencillos, la realización de pequeños desplazamientos, etc.

Así también, indica que, para el alcance de la autonomía, primero es importante que el niño aprenda hábitos, a través de los cuales será capaz de asumir actitudes y valores, entender y asimilar el orden y adquirir confianza y autoestima.

3) *¡Sí puedo! ¡Sí puedes! ¿Cómo fortalecer la autonomía de mi hijo con Síndrome de Down?, escrito por Alejandra Dardón*

Para contribuir con el desarrollo de los jóvenes con síndrome de Down en Guatemala, es necesario que; nosotros, los adultos a su alrededor seamos adultos que los conocemos y respetamos como seres humanos. Y como tales, necesitan desarrollarse de manera autónoma en nuestra sociedad.

Por consiguiente, para poder ser parte fundamental en el proceso de ayuda y desarrollo hacia los jóvenes con síndrome de Down, debemos ser conscientes de nuestros pensamientos en torno al tema, incluso aquellos temores o prejuicios que están en lo profundo de nuestra mente.

I. ¡Sí, puedo confiar en ti! , ¡Sí, puedes lograrlo!

Beatriz Garvía Peñuelas en su manual "*Cómo Favorecer la Autonomía personal de mi hijo con síndrome de Down*" expresa:

"Las actitudes de sobreprotección que con frecuencia suelen existir en las familias que tienen un hijo con una discapacidad y la tendencia a infravalorar las capacidades reales de los hijos; está relacionada con el desarrollo de las habilidades que conllevan a la autonomía"

Las actitudes de sobreprotección han iniciado en nuestro inconsciente antes de si quiera tomar una decisión de proteger. Por ello es necesario reconocer los pensamientos que nos llevan a apartar a nuestros hijos de lo que puede lastimar sus sentimientos y de aquellos que no creen que puedan. Necesitamos identificar si nosotros creemos que pueden. Está bien que nos permitamos sentir miedo o incertidumbre frente a un tema que parece un reto para ellos; sin embargo, estos sentimientos al final debiesen ser un escalón que sobrepasamos para permitirnos alcanzar otra meta.

Digámonos a nosotros mismos, sí puedo sobrepasar el miedo, si puedo confiar en que puedes aprender, sí, puedes lograrlo.

II. ¡Sí, puedo ser paciente!, ¡Sí, puedes tolerar la frustración!

Mientras avanzamos en la aceptación de la idea de que el niño o joven con síndrome de Down inician a ser autónomos, nos chocamos con la afirmación de que ciertas habilidades tomarán más tiempo que otras para aprender, y por consiguiente también a nosotros nos llevará más tiempo enseñar, por lo que iniciamos el camino del desarrollo de la paciencia.

Afirmar que sí podemos ser pacientes, nos llevará varios intentos, muchas pruebas y la búsqueda de recursos psicológicos en nuestro interior como la persistencia y la determinación para ser el adulto en el que nos convertimos cuando decimos sí al desarrollo de la independencia de los jóvenes.

El ser pacientes incluye reconocer que, incluso en las situaciones más sencillas para nosotros, alguno de nuestros chicos experimentará frustración.

¿Por qué?, porque siempre existe algo que nos requerirá un esfuerzo extra. Tengas síndrome de Down o no. Allí es donde empezamos a desarrollar empatía con nuestros hijos. Regresemos unos años atrás, cuando nosotros estábamos en la escuela, había una clase que nos presentaba dificultad, o simplemente no era nuestro gusto principal. Exactamente lo mismo pasa o pasará con ellos. Y entonces podemos comprender que mientras enseñamos a nuestros jóvenes nuevas habilidades que los encaminen a la autonomía, nos encontraremos a nosotros mismos aprendiendo a ser pacientes y al mismo tiempo a tolerar nuestra frustración, y entonces podremos enseñarles cómo hacerlo.

III. ¡Sí, quiero lo mejor para tí! , ¡Sí, mereces lo mejor!

Si ponemos atención a nuestras conversaciones con otros padres con hijos con síndrome de Down, notaremos que tenemos tanto en común, iniciando con el hecho de querer lo mejor nuestros hijos. Y si analizamos esta idea, no siempre lo que creemos que es "lo mejor" es lo mismo para

todos y no siempre irá de la mano con los sueños o metas ellos.

He escuchado que algunos de ellos quieren trabajar, otros tener citas y salir con sus amigos al cine o a bailar; *¿cómo percibes esta situación? ¿te golpea la idea de que un joven con síndrome de down se enamore? ¿tenga citas? ¿está nuestra sociedad preparada para esto? ¿son nuestros ambientes sociales seguros para que los jóvenes interactúen de forma autónoma?*

Estas y muchas preguntas más pueden pasar por tu mente e incluso puede aparecer la ansiedad creciendo dentro. Sin embargo, debemos estar conscientes que todos queremos lo mejor para ellos, así mismo; ellos quieren alcanzar sus sueños. Y en este caso debemos buscar el equilibrio. Aceptar que queremos lo mejor para ellos, al mismo tiempo que tomamos en cuenta todos los factores psicosociales, emocionales, ambientales y biológicos que podrían incidir en el desarrollo de la autonomía; pero sobre todo aceptando que siempre podrá tener una vida mejor y más autónoma si vamos paso a paso, y que los estamos ayudando a dar esos pasos.

IV. ¡Sí, puedo reconocer mi perspectiva de ti!, ¡Sí, puedes aprender a confiar en ti!

La Fundación Iberoamericana Down21 señala: "Las expectativas se comunican a través de las palabras y de los gestos. Los hijos sienten las expectativas que los padres tienen sobre ellos. Así, cuando creemos que nuestros hijos no van a tener éxito en una tarea, se lo comunicamos con o sin palabras. Entonces el niño comienza a dudar de sus habilidades y se comporta de la manera que esperamos de ellos: o bien no lo intenta, o bien fracasa."

Por lo que debemos plantear objetivos claros, y solicitar ayuda a profesionales que nos puedan enseñar cómo podemos ir a través de este camino de la autonomía.

Por ejemplo, la Fundación Down21, en uno de sus artículos resalta que: "La falta de confianza en nuestros hijos se traduce con frecuencia en evitarles todo tipo de esfuerzo, en hacer todo por ellos, en plantearles siempre objetivos sencillos para que los consigan con facilidad. El crecimiento personal se logra a través de la superación de retos, adaptados a sus posibilidades."

¿Pero por qué sucede esto? ¿Qué pasa en nuestro interior? ¿a qué le tememos en el fondo?

Iniciar el camino de la autonomía con un joven con síndrome de down implica en muchos momentos, hacer una introspección; es decir, como adultos, padres o encargados, observar nuestra conciencia, meditar en ella y comprender lo que estamos comunicando. Posteriormente veremos reflejado en ellos, la confianza que nosotros mismos les transmitimos.

V. ¡Sí, puedo entregar el control!, ¡Sí, puedes manejar responsabilidades!

Entregar el control, significará una idea descabellada. Pero recordemos; “el equilibrio”, quedarnos en los extremos como “debo hacerlo todo por él” o “la negligencia” nos llevará a tomar las decisiones que no ayudarán a nuestros hijos.

En este caso, soltar el control significa, entregar cierta responsabilidad poco a poco y cada vez más.

Tan sencillo como confiar en que puede bañarse solo, cocinar en casa, hasta enseñarle el manejo del dinero o, ser puntual. De la misma forma podemos pensar todas estas tareas y más con grados de dificultad distintos, ¿por qué distintos? Porque todos aprendemos a un ritmo diferente.

Recordemos también, que cada etapa tendrá nuevas exigencias, pues la autonomía será desarrollada toda la vida.

En los párrafos anteriores mencionamos el manejo de la tolerancia a la frustración cuando se intenta una tarea asignada y no se alcanza el objetivo deseado, de igual forma queremos hacer énfasis en el desarrollo de la autoestima cuando sí se alcanza el objetivo deseado, cuando el joven con síndrome de Down obtuvo éxito en lo que trabajó y lo logró por sí mismo. Esto va estrechamente ligado a comprender la etapa en la que se encuentra, para que le demos las tareas con el grado de dificultad apropiado.

Sí, tu hijo puede manejar responsabilidades, pero necesitamos conocer sus áreas de oportunidad para ayudarlo a desarrollarlo cómo una persona responsable y cada vez más autónoma. Todo es paso a paso.

Material educativo interactivo

a. Aplicación móvil

Actividades para el aprendizaje de la autonomía que debe cubrir la aplicación:

Área personal de higiene

- Cepillarse los dientes (identificar mi cepillo dental, utilizar la cantidad adecuada de pasta, cepillarme correctamente (dientes, muelas, lengua, uso del hilo dental/ enjuague).
- Bañarse solo (identificar los utensilios de higiene que necesito para esta acción, utilizarlos correctamente en todo mi cuerpo)
- Colocar la ropa sucia en el lugar adecuado.
- Elegir de la ropa limpia qué deseo utilizar.
- Aprender a utilizar la lavadora o aprender a lavar a mano.
- Cortar mis uñas, identificar cuando necesito cortarlas o pedir ayuda con las uñas de los pies.
- Uso de desodorante, identificar cuando necesito más en el día, identificar cuando necesito uno nuevo.
- Limpiar mi nariz. Si estoy enfermo estar pendiente de tener papel higiénico a la mano en mi mochila/ pantalón.
- Uso correcto y moderado del papel higiénico en el retrete.
- Lavar mis manos después de ir al baño, antes de comer, cocinar, etc.
- Limpiar/lavar artículos personales cada cierto tiempo, peine, toallas, zapatos, mochila, etc.
- Arreglar mi cama

Área personal social

- Saludos
- Identificación de emociones básicas (cuándo me siento triste, enojado, alegre, asustado, etc.)
- Muestro buenos modales en casa, a la hora de comer, pido permiso, me disculpo, digo por favor y gracias.
- Uso de cubiertos en la mesa. (cuchara, tenedor, cuchillo para cortar carne, servilletas)
- Comparte útiles en casa o clase con otros.
- Ayudar o apoyar a otros cuando lo necesitan.
- Se conduce en diferentes habitaciones en casa o colegio sin solicitar ayuda.
- Prepara y sirve comida sencilla para sí mismo y otros.
- Uso de llaves de mi habitación o casa responsablemente.
- Soy puntual
- Uso la computadora o televisión sin ayuda de nadie más.
- Contesto el teléfono o celular.
- Puedo hacer una llamada.
- Expreso amablemente lo que me gusta y no me gusta.
- Puedo ordenar en un restaurante utilizando mi lenguaje verbal o señas.
- Envío notas de voz por Whatsapp.
- Pido ayuda (a adultos o compañeros cuando necesito una mano)
- Me cuido a mi mismo de desconocidos o toque físico inadecuado.

Área artística

- Elijo la música que me gusta escuchar.
- Bailo y aprendo nuevos pasos.

- Sigo una coreografía.
- Identifico los materiales necesarios para dibujar o pintar.
- Realizo un dibujo o pintura sin ayuda.
- Dibujo siguiendo instrucciones o guías de la app.
- Pintura libre.
- Pintura dirigida con patrones.
- Arte en pared, creación de murales con permiso previo de los padres o adultos.
- Manualidades.
- Canto
- Identificación de otras voces
- Seguimiento de notas musicales con mi voz
- Interpretación o actuación, identifico emociones y las actúo, interpreto diferentes personajes.
- Uso la cámara de mi celular.
- Contemplo fotografías de mi interés.
- Tomo fotografías
- Aprendo diferentes ángulos para tomar fotografías.

Área matemática

- Reconozco los números
- Puedo contar
- Puedo agrupar cosas con características similares.
- Separo el objeto que no pertenece al grupo
- Conozco el valor del dinero
- Reconozco los billetes y monedas de mi país.
- Camino acompañado y compro con ayuda.
- Pago en tiendas pequeñas, supermercados y restaurantes.

- Identifico el valor de las cosas y utilizo la moneda o billete adecuado.
- Puedo hacer sumas y restas utilizando dinero.
- Tengo una billetera y soy responsable de ella.
- Camino solo a una tienda cercana y compro sin ayuda de mis padres o encargados.
- Observo la calidad del producto que estoy comprado (si las frutas están en buen estado, por ejemplo, si es lo que pedí).

Área de Información Personal

- Aprendo mi nombre completo.
- Sé la zona en la que vivo
- Sé mi dirección
- Memorizo mi número de teléfono.
- Memorizo el número de teléfono de un contacto importante (padres o cuidadores).
- Puedo llamar a dicho número cuando tengo una emergencia.
- Comunico el lugar de la casa en donde me encuentro.

b. Posts informativos en Facebook e Instagram

Frases cortas que destaquen los beneficios principales que tendrá la aplicación para los jóvenes con Síndrome de Down.

- Fortalecer la autoestima.
- Encontrar en las actividades una fuente de motivación.
- Refuerzo de habilidades adquiridas.
- Adquisición de nuevas habilidades.
- Refuerzo de su conciencia de que es capaz.

- Vence el temor de realizar nuevos retos.
- Desarrolla su tolerancia a la frustración.
- Descubre nuevos gustos y aprende a toma decisiones.
- Adquiere un nivel de desarrollo más alto en diferentes áreas.
- Se percibe a sí mismo incluido utilizando la tecnología a su favor.
- Adquiere responsabilidad de las tareas propuestas en la app, dispositivo electrónico y del tiempo invertido.
- Se comunica por medio de la app.

5.6.2. Contenido gráfico

A continuación, se describen las características desde los aspectos funcionales, tecnológicos y expresivos de los elementos gráficos a ser incluidos en cada uno de los materiales propuestos según los objetivos de diseño planteados.

Concepto: Soñamos con las mismas metas

Elementos gráficos, de composición y diagramación:

- IMAGEN

A nivel de función, la imagen debe ejemplificar situaciones de autonomía que faciliten la comprensión y el proceso de aprendizaje de los jóvenes. Se propone que, a nivel tecnológico, la imagen contenga personas reales con y sin Síndrome de Down realizando diferentes tareas o actividades laborales. Es necesario el desarrollo de tres tipos de imagen: fotografía e ilustración, para implementarse en el material estático de la campaña dirigida a padres y en el material educativo interactivo dirigido a los jóvenes; e imágenes en movimiento las cuales puedan ser implementadas como contenido audiovisual de la campaña o para los videos cortos tipo "tutorial". Deben medir entre 5x10" a 8x10" y ser plasmadas en plano medio o

plano americano con iluminación que permita crear un espacio de ambientación cálida o neutra.

El material orientado a los jóvenes debe ocupar un mínimo del 45% del espacio en pantalla para que el usuario pueda visualizar e identificar con facilidad el contenido.

Es necesario que a nivel expresivo, la imagen transmita empatía haciendo énfasis a la idea de personas soñando con las mismas metas.



Figura 8
Referencia del tipo de imagen y planos
Fuente: Google.com



Figura 9
Referencia de iluminación
Fuente: Unsplash.com



Figura 10
Referencia de colorización de imágenes
Fuente: Unsplash.com



Figura 11
Referencia de imagen tipo ilustración
Fuente: Freepik.com



Figura 12
Referencia de fotografía
Fuente: Google.com

- COLOR

La función del color es relacionar el material gráfico con el Síndrome de Down y el tema de la autonomía, así como vincularse con ambos grupos objetivos.

Por ello, es necesario que, a nivel tecnológico y en consideración a sus preferencias cromáticas, se utilicen colores planos y/o degradados análogos o complementarios al color amarillo, rojo y/o azul. Así mismo, el color debe permitir que todos los elementos sostengan un equilibrio visual que permita apreciar el contenido informativo. Para apreciar mejor la calidad de la cromática establecida, es necesario que los modelos de color sean RGB (para los materiales de la campaña que serán implementados digitalmente) y HEX (para los materiales educativos interactivos).

La expresividad del color y su implementación deben generar interés, empatía y entusiasmo entorno al tema conceptual de la campaña.



Figura 14
Referencia colores análogos
Fuente: colors.com



Figura 13
Referencia sobre uso del color
Fuente: methodhome.com

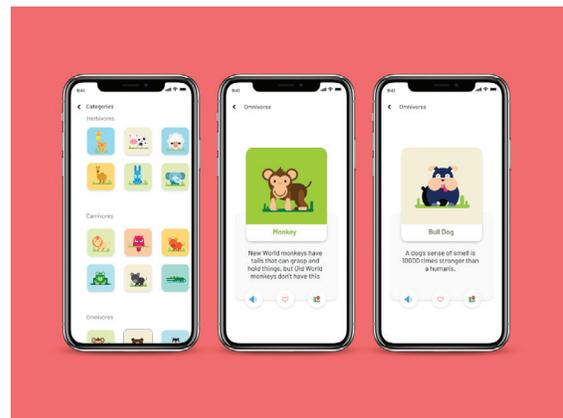


Figura 15
Referencia colores en app digital
Fuente: uplabs.com

- TIPOGRAFÍA

Funcionalmente, las tipografías a utilizar deben promover la visibilidad del texto y facilitar el proceso de lectura. En aspectos tecnológicos, para favorecer a la estética visual y modernidad de la campaña, es necesario que el tipo de letra sea Sans Serif neo-grotesca o geométrica en bold o extra bold para titulares, y regular para el contenido. Las tipografías: Object Sans (PangramPangram), Pier Sans (PangramPangram), Space Grotesk (Florian Karsten), Work Sans, Mulish, DM Sans, Didact Gothic y Paytone One (Google Fonts) permiten cumplir esta función tipográfica.

Se requiere que el tamaño de letra, en todos los materiales educativos interactivos dirigidos a los jóvenes, sea equivalente a un tamaño mediano o grande en proporción al



Figura 16
Referencia tipográfica
Fuente: Google.com

100% del espacio en pantalla con la finalidad de facilitar la visibilidad del contenido textual y titulares. Es importante considerar también que el tamaño de letra y la cantidad de contenido no saturen el espacio causando un desinterés por la lectura. Es necesario que las tipografías seleccionadas tengan caracteres propios del castellano, como la letra "ñ" ya que todo el contenido está escrito en este idioma y que pertenezcan al grupo de "web safe fonts".

La tipografía debe generar en el usuario, una expresión de confianza y optimismo durante su lectura.



Figura 17
Referencia de uso tipográfico
Fuente: muzli.com



Figura 18
Referencia tipográfica geométrica
Fuente: pangrampangram.com

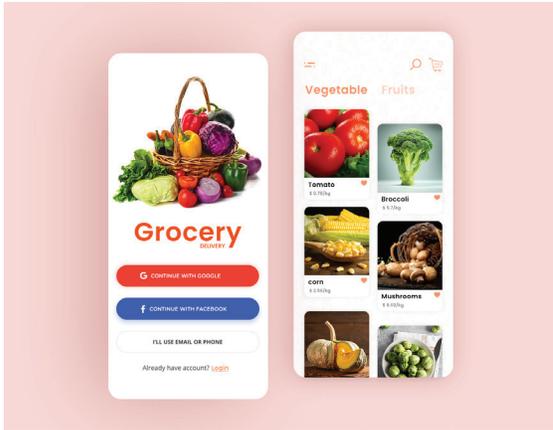


Figura 19
Referencia tipográfica en aplicación móvil
Fuente: uplabs.com



Figura 20
Referencia tipográfica geométrica
Fuente: fonts.floriankarsten.com/space-grotesk

- FORMATO

A nivel de función, el formato debe facilitar los procesos de producción, desarrollo, publicación, difusión e interacción con el contenido. Para los aspectos tecnológicos que permitirán alcanzar la función del formato es necesario organizar los tipos de formato en: digital y audio.

En los medios digitales se sugiere que el formato de los materiales de la campaña publicitaria social informativa, sean trabajados en una resolución de 72 a 150 dpi bajo el modelo de color RGB en una medida entre los 640px a 1200px, para los posts de redes, y de un mínimo de 11x8.5" para el folleto digital informativo.



Figura 21
Referencia de formato digital
Fuente: uplabs.com

Para el material educativo e interactivo, que será implementado en una aplicación móvil, se requiere que la pantalla se adecúe al formato de teléfono iPhone (1080x1920px), Android (480x854px) y/o tablet (768x1024px). Así también, que todos los materiales correspondientes se trabajen en píxeles y/o vectores bajo el modelo de color RGB a una resolución mínima de 72 dpi.

Para el contenido de audio, se requiere que su duración sea de 15 a 30 segundos

mediante un formato WAV para radio comercial, o MP3 para su publicación en internet siempre a 16 bits en formato estéreo.

A nivel expresivo, el formato debe hacer que el usuario sienta bienestar y tranquilidad, transmitiendo una experiencia de usabilidad agradable que mantenga al grupo objetivo involucrado e interesado en el material.



Figura 22
Referencia de formato iPhone
Fuente: Google.com



Figura 23
Referencia de formato Tablet
Fuente: Google.com

- SOPORTE

Todos los materiales de la campaña serán difundidos a través de medios digitales y auditivos ya que su función es informar al grupo objetivo a través medios que no generen contaminación y que además garanticen un mayor tiempo de vida del contenido. Así también, la función del soporte es facilitar la manipulación, traslado y conservación del material educativo y promover al desarrollo de habilidades relacionadas con la tecnología. A nivel tecnológico se requiere que toda la campaña funcione en los diferentes tamaños de pantalla led digitales, los cuales se rigen bajo el modelo de color RGB. Entre ellos: teléfono (736x414px), tablet (768x1024px) y computador (1280x1024px).

Al interactuar con los materiales en pantalla, el soporte debe expresar en el usuario la sensación de satisfacción y comodidad.

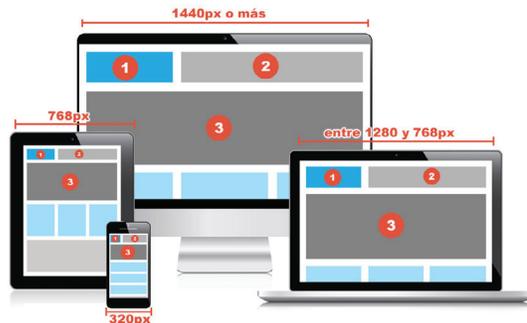


Figura 24
Referencia de soporte
Fuente: Google.com

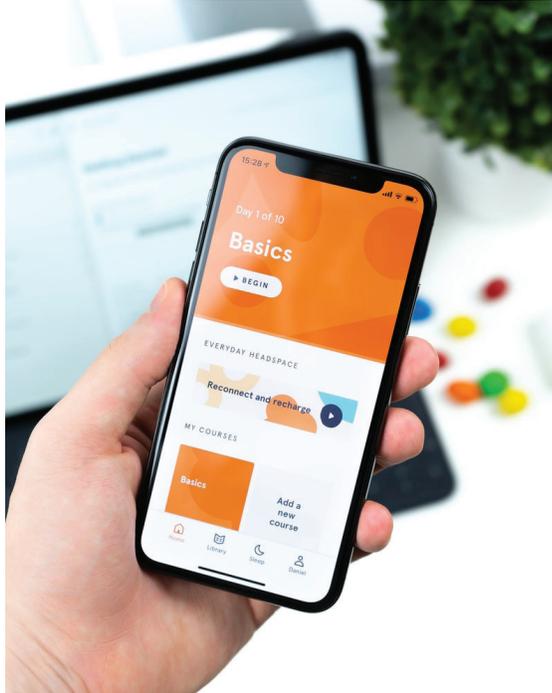


Figura 25
Referencia de soporte
Fuente: Unsplash.com

- DIAGRAMACIÓN

La función de la diagramación es organizar los elementos para proporcionar un orden de lectura adecuado, que pueda responder a las necesidades comunicativas y de enseñanza sobre los materiales definidos. Para facilitar al orden y ubicación de los elementos, se propone que a nivel tecnológico la diagramación se realice a través de una retícula modular, jerárquica o de columnas.

La expresividad de la diagramación debe generar interés y entusiasmo dado al énfasis conceptual de la campaña.

MODULAR

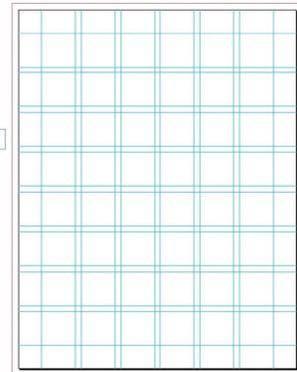


Figura 26
Retícula modular
Fuente: creativosonline.org

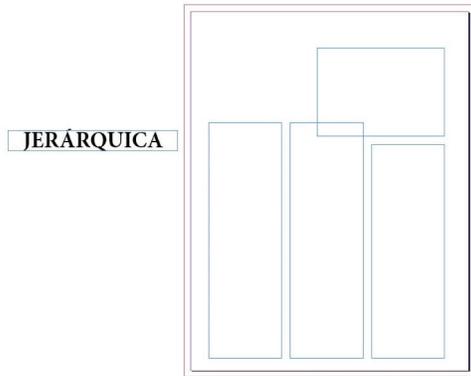


Figura 27
 Retícula jerárquica
 Fuente: creativosonline.org

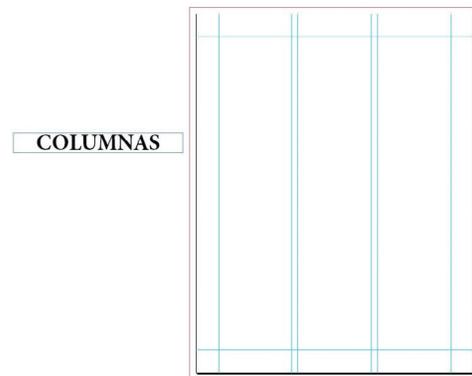


Figura 28
 Retícula de columnas
 Fuente: creativosonline.org



Figura 29
 Referencia del uso de retícula jerárquica
 Fuente: designspiration.com

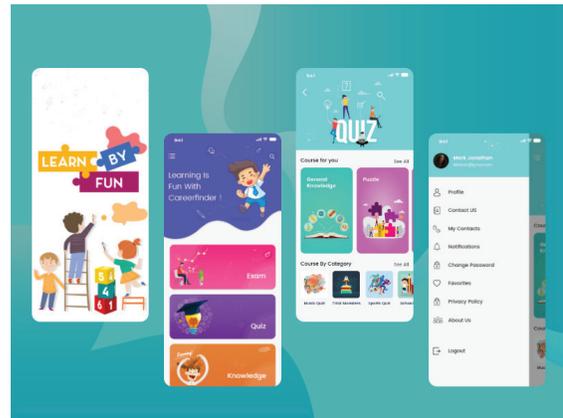


Figura 30
 Referencia del uso de retícula en aplicación móvil
 Fuente: uplabs.com

- COMPOSICIÓN

La función de la composición es generar armonía visual mediante la correcta ubicación de los elementos en el formato. A nivel tecnológico, la composición puede ser asimétrica o simétrica siempre y cuando posea equilibrio visual, economizando el uso de elementos para que en conjunto permitan un layout limpio y simple. Así también, se propone que se genere un acento a través de un punto focal enfatizado en la imagen y/o el titular, el cual permita que el espectador se impacte primero por la imagen y luego por el contenido informativo. Dicha composición debe permitir que los materiales conserven la unidad entre sus elementos.

Así también, debe proporcionar una experiencia espontánea que permita que el usuario exprese entusiasmo e interés en las funciones y el contenido de la pieza gráfica.



Figura 31
Referencia de composición
Fuente: designspiration.com



Figura 32
Referencia de composición
Fuente: venngage.com



Figura 33
Referencia de composición
Fuente: uplabs.com

5.6.3. Tono de comunicación

Con el propósito de responder a los objetivos de diseño, se estableció que el tipo de tono de comunicación debe ser cercano, informativo, emotivo y de carácter directo y persuasivo para los padres de jóvenes con Síndrome de Down (SD).

En el caso de los materiales propuestos para los jóvenes con SD, el tono de comunicación debe permitir entretenerlos y educarlos. Así también, el tipo de tono debe ser informal, cercano, demostrativo e informativo, de carácter personal y explicativo.

Para ambos grupos objetivo, la comunicación debe hacerse a través del tuteo.

6.

Desarrollo de la propuesta

● 6.1. Proceso de bocetaje

a. Paleta de colores

Tomando en cuenta la asociación cromática que los grupos objetivo presentaron en torno al Síndrome de Down, se ha seleccionado la siguiente paleta de color expresionista. A través de esta selección cromática se podrá crear un mayor impacto visual sobre los materiales que, complementados por su interpretación psicológica, permitirán interesar a la audiencia en el tema de la autonomía en jóvenes con Síndrome de Down, orientado por el concepto creativo: "Soñamos con las mismas metas".

Las tonalidades vibrantes establecidas cumplirán la función de aportar expresividad, sin afectar al sentido de la relación naturalista de las cosas representadas.

El color plano, blanco "Ivory" cumplirá la función de aportar pulcritud y neutralidad a los materiales evitando que estos puedan verse sobresaturados. El color amarillo "Lemon Yellow", como principal referente al Síndrome de Down, y el color salmón "Bittersweet", asociado con el cariño y la bondad, permitirán que las propuestas gráficas puedan transmitir optimismo, creatividad, alegría y calidez. El color morado "Han Purple", muy asociado con la creatividad y el celeste "Sky Blue Crayola", que transmite serenidad y tranquilidad, funcionarán como colores complementarios para el equilibrio visual en las composiciones.

Tomando en cuenta los medios a los que corresponde cada material gráfico, los colores propuestos se utilizarán en modelo RGB y HEX.



Figura 34
Paleta de colores final
Fuente: propia

b. Tipografía

Se seleccionaron las tipografías en base a su función, que es favorecer a la visibilidad del texto y facilitar el proceso de lectura para ambos grupos objetivo. Las familias tipográficas evaluadas son Sans Serif geométricas que además de cumplir con la función establecida, favorecen a la modernidad, simplicidad y estética visual con la que deberán contar los materiales gráficos, orientados bajo el concepto creativo establecido.

Soñamos con las mismas metas	Soñamos con las mismas metas	Soñamos con las mismas metas
Soñamos con las mismas metas	Soñamos con las mismas metas	Soñamos con las mismas metas
Soñamos con las mismas metas	Soñamos con las mismas metas	
Soñamos con las mismas metas Síndrome de Down Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.		Soñamos con las mismas metas Síndrome de Down Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.
Soñamos con las mismas metas Síndrome de Down Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.		Soñamos con las mismas metas ✓ Síndrome de Down Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Figura 35

Evaluación para selección de tipografías

Fuente: propia

La selección final de tipografías es la siguiente:

Títulos, DM Sans Bold	→	Soñamos con las mismas metas
Subtítulos, DM Sans Medium	→	Síndrome de Down
Cuerpo de texto Didact Gothic Regular	→	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Figura 36
Tipografías finales
Fuente: propia

c. Identificador de campaña

¡Sí puedo, sí puedes!

Partiendo de un análisis sobre la propuesta brindada por el experto para el folleto informativo dirigido a padres, se concluyó que "¡Sí puedo, sí puedes!" es el nombre idóneo para identificar la campaña publicitaria social informativa. A partir de ella, se responde al concepto creativo definido, que abarca ambos grupos objetivo. La redacción en primera persona también permite que el lector se sienta motivado e identificado entorno al tema de estudio.

Se realizó un proceso de bocetaje a partir de este nombre, que permitió determinar la diagramación del texto y tamaños de letra ideales para comunicar el mensaje.



Figura 37
Bocetaje del identificador de campaña
Fuente: propia



Figura 38
Bocetaje del identificador de campaña
Fuente: propia

A partir de las propuestas presentadas a mano, se evaluó y experimentó la diagramación, tipografía y uso de elementos gráficos mediante el software de Adobe Illustrator. Las propuestas obtenidas a través del bocetaje digital fueron las siguientes:



Figura 39
Bocetaje digital del identificador de campaña
Fuente: propia

Se estableció como propuesta final del identificador de campaña:

Aplicación del logotipo con fondos de color



Aplicación del logotipo fondo blanco

**¡Sí puedo,
sí puedes!**

Aplicación del logotipo fondo negro

**¡Sí puedo,
sí puedes!**

Figura 40

Propuesta final del identificador de campaña

Fuente: propia

El logotipo será utilizado únicamente sobre los colores de la paleta de color definida. Se incluye su aplicación sobre fondo negro y blanco únicamente como una opción para los materiales que en el futuro, requieran ser trabajados a una sola tinta.

d. Bocetaje de piezas

RETÍCULA, LAYOUT Y DIAGRAMACIÓN

Se presenta en esta sección todo el proceso de bocetaje que permitió definir la retícula, layout y diagramación del contenido de cada material con la finalidad de organizar los elementos para proporcionar un orden de lectura adecuado, que pueda responder a las necesidades comunicativas informativas y educativas sobre este proyecto.

Materiales de la campaña publicitaria social informativa

Titulares informativos de campaña

Tomando como referencia las propuestas de contenido informativo brindadas por el experto para esta sección, se presentan los titulares o "copys" que mejor permitirán orientar el contenido gráfico de la campaña. Para cada una de ellas, se proponen distintas actividades que puede hacer una persona con Síndrome de Down, a través de las cuales se logrará complementar y comunicar el mensaje.

Es importante tomar en cuenta que para la selección de este contenido, se analizaron las circunstancias actuales por la pandemia actual del Covid-19 y la viabilidad para poder realizar fotografías propias o utilizar fotografías de stock, a través de las cuales se cumplieran

satisfactoriamente los objetivos de diseño, sin tener que poner en riesgo a ninguna persona.

Los titulares y propuestas de actividades son:

- 1) "Mi capacidad de comunicación va más allá de mi lenguaje verbal". (Ejemplos: Un pintor que comunica por medio de su arte. O una bailarina que se expresa a través de la danza).
- 2) Puedo aprender matemáticas, y usarlas en mi vida diaria. (Ejemplos: Un joven pagando una compra u organizando su dinero). Puedo aprender matemáticas y usarlas en mi día a día.
- 3) Puedo elegir, permíteme tomar decisiones pequeñas al inicio y avanzar con el tiempo. (Ejemplo: un joven puede elegir su propia ropa para vestir).
- 4) Instrúyeme si me enamoro, enséñame y ayúdame a regular mis sentimientos y emociones. (Ejemplo: Una pareja enamorada).
- 5) Tengo diversos talentos. Acompáñame a descubrirlos y desarrollarlos. (Ejemplo: un joven demostrando su talento siendo DJ o jugando billar).
- 6) Todos necesitamos ayuda en algo. Permíteme brindarla. (Ejemplo: un joven ayudando a alguien en silla de ruedas).
- 7) Usemos la tecnología a mi favor, puede ser tan útil para mí como lo es para ti. (Ejemplo: un joven recibiendo un curso virtual desde una laptop).

A partir de estos titulares, se corrigieron algunos textos para que el contenido textual

de la campaña fuera más comprensible y legible para el grupo objetivo. Así también, se retiró la propuesta #3, y se agregaron cuatro frases más que complementan y comunican de mejor forma el contenido de la campaña.

Los titulares finales que formarán parte de la campaña son los siguientes:

(para abrir la campaña):

- 1) Puedo comunicarme de muchas maneras, permíteme demostrártelo.
- 2) ¡Puedo usar las matemáticas en mi vida diaria! Ayúdame a ponerlo en práctica.
- 3) Puedo enamorarme, enséñame y ayúdame a manejar mis sentimientos y emociones.
- 4) ¡Soy súper talentoso! Acompáñame a descubrir y desarrollar mi talento.
- 5) ¡Todos necesitamos ayuda en algo! Permíteme ayudarte.
- 6) La tecnología puede ser muy útil en mi vida. Enséñame cómo utilizarla.
- 7) ¡Quiero demostrarte mi potencial! Apóyame y permíteme hacerlo.
- 8) Permíteme tomar decisiones pequeñas al inicio... Iré avanzando y mejorando con el tiempo.

(para cerrar la campaña y persuadir a
descargar y/o leer el folleto informativo):

- 9) ¡Si tú puedes hacerlo, yo también! Ayúdame a ser más autónomo paso a paso.
- 10) ¿Cómo fortalecer la autonomía de mi hijo con Síndrome de Down?

a) Posts de Facebook (para padres):

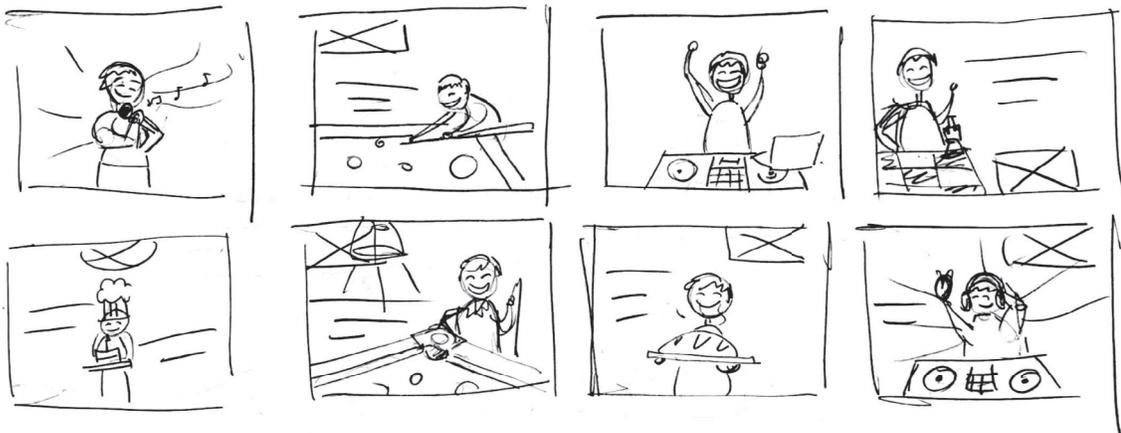
A continuación, se presenta todo el proceso de bocetaje realizado para los posts de la campaña. Se ha descartado Instagram como red social para la publicación de la campaña, ya que se ha determinado que el grupo objetivo frecuenta y visita más Facebook. Por lo tanto, los materiales a realizar están planeados para ser publicados y pautados en dicha red social. A partir de este proceso de bocetaje se estableció el layout y composición del material mediante el uso de retícula jerárquica.

Utilizando como base principal los titulares definidos, el proceso de bocetaje logró determinar las escenas y tipos de fotografías requeridas para su desarrollo.



Bocetaje de escena para titular "Puedo enamorarme, enséñame y ayúdame a regular mis sentimientos y emociones".

Fuente: elaboración propia



Bocetaje de escena para titular

"¡Soy súper talentoso! Acompáñame a descubrir y desarrollar mi talento."

Fuente: elaboración propia



Bocetaje de escena para titular

“¡Todos necesitamos ayuda en algo! Permíteme ayudarte.”

Fuente: elaboración propia



Bocetaje de escena para titular

“La tecnología puede ser muy útil en mi vida. Enséñame cómo utilizarla”.

Fuente: elaboración propia

Para equilibrar el contenido visual de la campaña, se utilizaron los siguientes titulares únicamente con texto (sin imágenes):

- ¡Quiero demostrarte mi potencial! Apóyame y permíteme hacerlo.
- Permíteme tomar decisiones pequeñas al inicio... Iré avanzando y mejorando con el tiempo.
- ¡Si tú puedes hacerlo, yo también! Ayúdame a ser más autónomo paso a paso.
- ¿Cómo fortalecer la autonomía de mi hijo con Síndrome de Down?

La digitalización de los bocetos permitió concretar la línea gráfica y layout final de las publicaciones. Se presentan a continuación los artes finales realizados, los cuales serán comunicados en Facebook. Así también, se incluye la descripción (copy) de cada uno, que servirá para la publicación y pauta en dicha red social.



Post 1 / Copy:

"¡Tú puedes permitir que tu hijo pueda desarrollar y alcanzar sus metas! Acompáñalo a construir su propia aventura."



Post 2 / Copy:

"¡Ellos también quieren vivir la experiencia! Ayuda a tu hijo a conocer y practicar sus habilidades paso a paso para que pueda alcanzar sus propias metas."



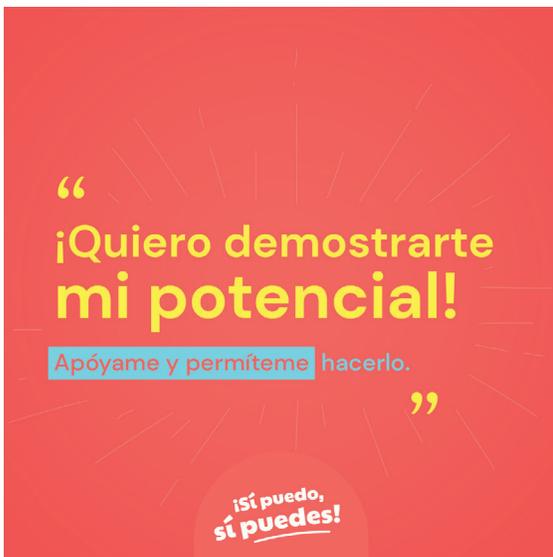
Post 3 / Copy:

"¡Tú puedes lograr un gran cambio en el desarrollo de tu hijo! Acompáñalo en su proceso y motívalo para que pueda seguir avanzando."



Post 4 / Copy:

"Ellos nacieron sin límites. ¡Escucha su corazón y permítele demostrar todo lo que tiene para dar!"



Post 5 / Copy:

"Todos nacimos con un don especial para dar al mundo. ¡Tu hijo también! Apóyalo y permítele que lo desarrolle."



Post 6 / Copy:

"La mejor forma de demostrar amor, es enseñándole a tu hijo cómo amar. ¡Acompáñalo a construir su propia historia!"



Post 7 / Copy:
 "¡Ellos te cuidan y quieren lo mejor para ti! Permíteles ayudarte cuando lo necesites."



Post 8 / Copy:
 "Enséñale a tu hijo a utilizar la tecnología a su favor, de una manera segura y divertida.
 ¡Traerá muchos beneficios para su desarrollo!"



Post 9 / Copy:
 "Orientar a tu hijo hacia la autonomía, es la clave para que pueda gozar de su vida al máximo. ¡Ayúdalo paso a paso para desarrollar todo su potencial!"



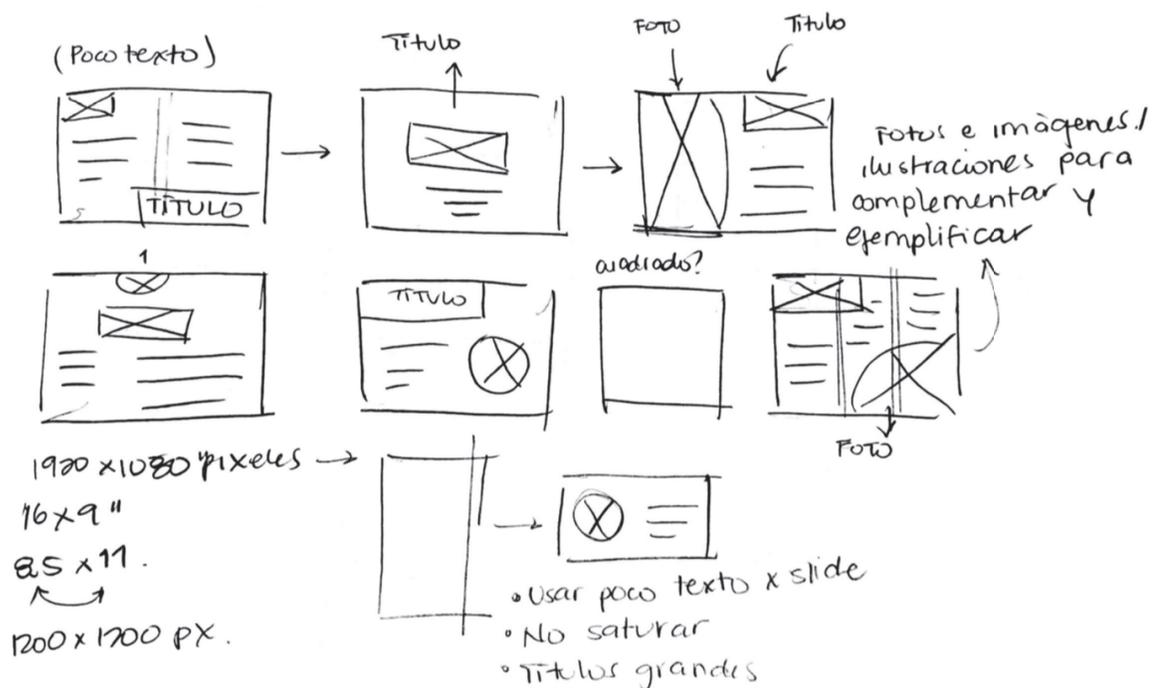
Post 10 / Copy:
 "¡Es más sencillo de lo que piensas! Pincha en el enlace para poder descubrir cómo fortalecer la autonomía de tu hijo: (enlace aquí)."

Fuente: elaboración propia

El último arte presentado, tiene como finalidad persuadir a que el padre de familia descargue y lea el folleto informativo sobre "¿Cómo fortalecer la autonomía de mi hijo con Síndrome de Down?". Por lo tanto, este arte forma parte de los posts que cerrarán la campaña en redes sociales. Se cumplirá con la acción deseada mediante la redacción de un copy persuasivo que sea utilizado al momento de publicar la campaña en redes sociales.

b) Folleto informativo

Mediante la combinación en el uso de retícula jerárquica y de columnas, se pretende que el diseño y diagramación del contenido del folleto le pueda dar al lector una experiencia de lectura agradable y enriquecedora.



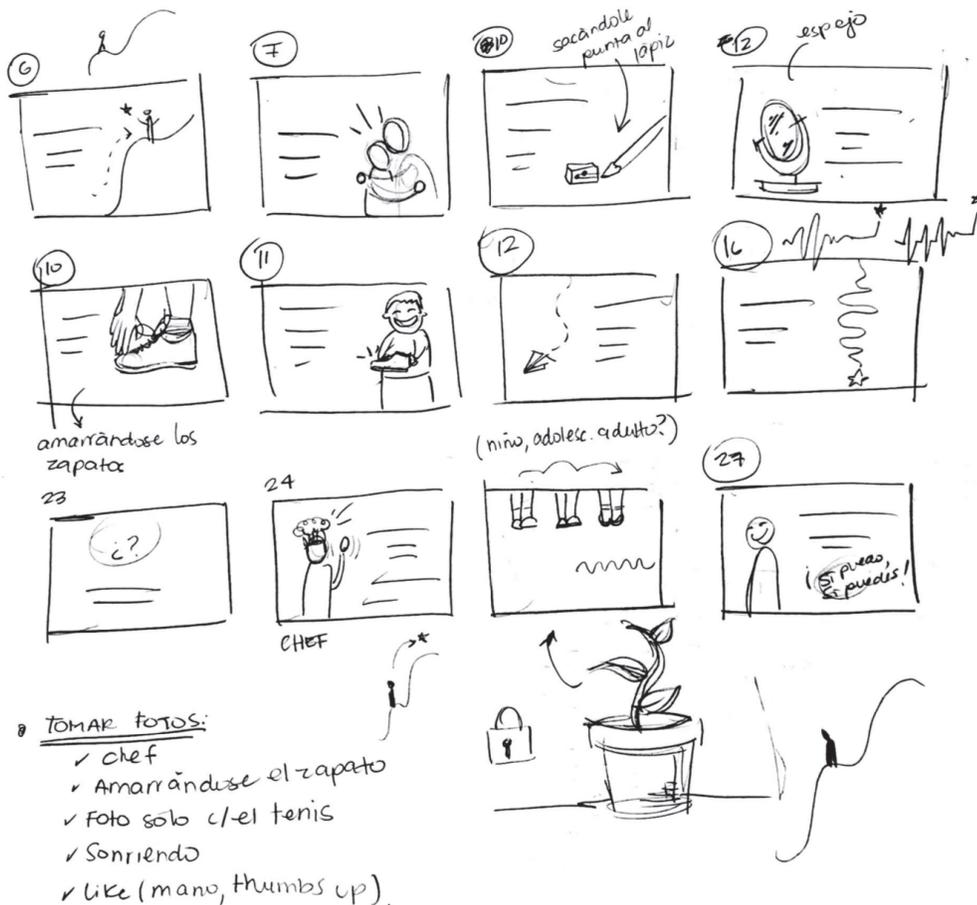
Se establecieron parámetros importantes que permitieron desarrollar una propuesta gráfica funcional, legible y amena al grupo objetivo. Se consideró fundamental:

- Usar poco texto para cada diapositiva, que no saturara el espacio disponible
- Utilizar un tamaño de letra grande para titulares
- Complementar la lectura con imágenes y/o ilustraciones que aportaran dinamismo y rompieran la monotonía sobre el contenido de lectura.



Así también, se determinó que el formato para el folleto informativo será de 1920x1080 píxeles en posición horizontal debido a la practicidad que ofrece para que el usuario pueda leer el contenido ya sea desde su computador o teléfono.

Se realizaron diversos bocetos que permitieron establecer el tipo de fotografías e ilustraciones requeridas para complementar el folleto. Mediante el uso de imágenes, se pretende que el lector no pierda interés en su lectura sobre el material.



Con base en los bocetos realizados y presentados anteriormente, se digitalizó el material incluyendo las fotografías e ilustraciones requeridas. A continuación, se presenta el boceto final para el folleto informativo:



Escrito por Alejandra J. Dardón
Edición y diseño por María Andrea Barrios Castillo.

Todos los derechos reservados, 2020.

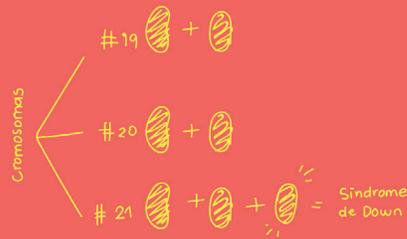
No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

2

¿Qué es el Síndrome de Down?

La Fundación Iberoamericana Down 21, establece que un síndrome significa la existencia de un conjunto de síntomas que definen o caracterizan a una determinada condición patológica. El Síndrome de Down (SD) se llama así porque en el siglo pasado fue identificado por el científico inglés **John Langdon Down**. Sin embargo, no fue hasta 1957 cuando el Dr. Jerome Lejeune descubrió que la razón esencial de que apareciera este **síndrome se debía a que los núcleos de las células tenían un cromosoma extra de los habituales.**

3



El síndrome de Down se define dado a una alteración genética sucedida en el núcleo de las células del individuo, en donde se recibe un cromosoma extra, es decir 47 cromosomas en lugar de 46 (que son los 23 recibidos por la célula germinal del padre y la madre). Dicho cromosoma extra llega a pertenecer al **par No.21** del cromosoma regular dando como resultado una trisomía. Por lo que al Síndrome de Down también se le denomina como **Trisomía 21**.

4

Hablemos de autonomía

Peñuelas, en su libro: "¿Cómo favorecer la autonomía personal de mi hijo con Síndrome de Down?", define a la autonomía como la capacidad de la persona para realizar por sí misma, actos cotidianos elementales de supervivencia, como la alimentación, el aseo, vestido, manejo de aparatos o dispositivos mecánicos sencillos, la realización de pequeños desplazamientos, etc.



Así también, indica que, para el alcance de la autonomía, primero es importante que el niño aprenda **hábitos**, a través de los cuales será capaz de asumir actitudes y valores, entender y asimilar el orden y adquirir **confianza y autoestima**.

5

Para contribuir con el desarrollo de los jóvenes con síndrome de Down en Guatemala, es necesario que; nosotros, los adultos a su alrededor seamos adultos que los conocemos y respetamos como seres humanos. Y como tales, **necesitan desarrollarse de manera autónoma en nuestra sociedad**.

Por consiguiente, para poder ser parte fundamental en el proceso de ayuda y desarrollo hacia los jóvenes con síndrome de Down, debemos ser conscientes de nuestros pensamientos en torno al tema, incluso aquellos temores o prejuicios que están en lo profundo de nuestra mente.

6

1

“
**¡Sí, puedo confiar en tí!,
¡Sí, puedes lograrlo!**
”

7

**¡Sí puedo confiar en tí!,
¡Sí, puedes lograrlo!**

Beatriz Garvía Peñuelas en su manual “Cómo Favorecer la Autonomía personal de mi hijo con síndrome de Down” expresa:

“Las actitudes de sobreprotección que con frecuencia suelen existir en las familias que tienen un hijo con una discapacidad y la tendencia a infravalorar las capacidades reales de los hijos; está relacionada con el desarrollo de las habilidades que conllevan a la autonomía”.

8

Las actitudes de sobreprotección han iniciado en nuestro inconsciente antes de si quiera tomar una decisión de proteger.

Por ello es necesario reconocer los pensamientos que nos llevan a apartar a nuestros hijos de lo que puede lastimar sus sentimientos y de aquellos que no creen que puedan. Necesitamos identificar si nosotros creemos que pueden. Está bien que nos permitamos sentir miedo o incertidumbre frente a un tema que parece un reto para ellos; sin embargo, estos sentimientos al final debiesen ser un escalón que sobrepasamos para permitimos alcanzar otra meta.

9

Digámonos a nosotros mismos, **sí puedo**
sobrepasar el miedo, **sí puedo confiar en**
que puedes aprender, **sí, puedes lograrlo.**



2

“
**¡Sí, puedo ser paciente!,
¡Sí, puedes tolerar la frustración!**
”

11

¡Sí, puedo ser paciente!, ¡Sí, puedes tolerar la frustración!

Mientras avanzamos en la aceptación de la idea de que el niño o joven con síndrome de Down inicia a ser autónomo, nos chocamos con la afirmación de que ciertas habilidades tomarán más tiempo que otras para aprender, y por consiguiente también a nosotros nos llevará más tiempo enseñar, por lo que iniciamos el camino del desarrollo de la paciencia.

12

Afirmar que sí podemos ser pacientes, nos llevará varios intentos, muchas pruebas y la búsqueda de recursos psicológicos en nuestro interior como la persistencia y la determinación para ser el adulto en el que nos convertimos cuando decimos sí al desarrollo de la independencia de los jóvenes.



El ser pacientes incluye reconocer que, **incluso en las situaciones más sencillas para nosotros, alguno de nuestros chicos experimentará frustración.**

13



¿Por qué?, porque siempre existe algo que nos requerirá un esfuerzo extra, **tengas síndrome de Down o no.**

Allí es donde empezamos a desarrollar empatía con nuestros hijos.



14

Regresemos unos años atrás, cuando nosotros estábamos en la escuela, había una clase que nos presentaba dificultad, o simplemente no era nuestro gusto principal. Exactamente lo mismo pasa o pasará con ellos. Y entonces podemos comprender que mientras enseñamos a nuestros jóvenes nuevas habilidades que los encaminen a la autonomía, **nos encontraremos a nosotros mismos aprendiendo a ser pacientes y al mismo tiempo a tolerar nuestra frustración,** y entonces podremos enseñarles cómo hacerlo.

15





Regresemos unos años atrás, cuando nosotros estábamos en la escuela, había una clase que nos presentaba dificultad, o simplemente no era nuestro gusto principal. Exactamente lo mismo pasa o pasará con ellos. Y entonces podemos comprender que mientras enseñamos a nuestros jóvenes nuevas habilidades que los encaminen a la autonomía, **nos encontraremos a nosotros mismos aprendiendo a ser pacientes y al mismo tiempo a tolerar nuestra frustración**, y entonces podremos enseñarles cómo hacerlo.

15

“ **¡Sí, quiero lo mejor para tí!,
¡Sí, mereces lo mejor!** ”

3

16

**¡Sí, quiero lo mejor para tí!,
¡Sí, mereces lo mejor!**

Si ponemos atención a nuestras conversaciones con otros padres con hijos con síndrome de down, notaremos que tenemos tanto en común, iniciando con el hecho de querer lo mejor nuestros hijos. Y si analizamos esta idea, no siempre lo que creemos que es “lo mejor” es lo mismo para todos y **no siempre irá de la mano con los sueños o metas ellos.**

17

He escuchado que algunos de ellos quieren trabajar, otros tener citas y salir con sus amigos al cine o a bailar; ¿cómo percibes esta situación? **¿te golpea la idea de que un joven con síndrome de down se enamore? ¿tenga citas? ¿está nuestra sociedad preparada para esto? ¿son nuestros ambientes sociales seguros para que los jóvenes interactúen de forma autónoma?**

18

Estas y muchas preguntas más pueden pasar por tu mente e incluso puede aparecer la ansiedad creciendo dentro. Sin embargo, debemos estar conscientes que todos **queremos lo mejor para ellos, así mismo; ellos quieren alcanzar sus sueños.**

19

Y en este caso **debemos buscar el equilibrio.** Aceptar que queremos lo mejor para ellos, al mismo tiempo que tomamos en cuenta todos los factores psicosociales, emocionales, ambientales y biológicos que podrían incidir en el desarrollo de la autonomía; pero sobre todo **aceptando que siempre podrá tener una vida mejor y más autónoma si vamos paso a paso,** y que los estamos ayudando a dar esos pasos.

20



4

“
**¡Sí, puedo reconocer
mi perspectiva de tí!,
¡Sí, puedes aprender
a confiar en tí!**
”

21

**¡Sí, puedo reconocer mi perspectiva de tí!,
¡Sí, puedes aprender a confiar en tí!**

La Fundación Iberoamericana Down21 señala: “Las expectativas se comunican a través de las palabras y de los gestos. Los hijos sienten las expectativas que los padres tienen sobre ellos. Así, cuando creemos que nuestros hijos no van a tener éxito en una tarea, se lo comunicamos con o sin palabras. Entonces el niño comienza a dudar de sus habilidades y se comporta de la manera que esperamos de ellos: o bien no lo intenta, o bien fracasa.”

22

Por lo que debemos plantear objetivos claros, y solicitar ayuda a profesionales que nos puedan enseñar cómo podemos ir a través de este camino de la autonomía.

Por ejemplo, la Fundación Down21, en uno de sus artículos resalta que: “La falta de confianza en nuestros hijos se traduce con frecuencia en evitarles todo tipo de esfuerzo, en

hacer todo por ellos, en plantearles siempre objetivos sencillos para que los consigan con facilidad. El crecimiento personal se logra a través de la superación de retos, adaptados a sus posibilidades.”

Pero por qué sucede esto? ¿Qué pasa en nuestro interior? ¿a qué le tememos en el fondo?

23



Iniciar el camino de la autonomía con un joven con síndrome de down implica en muchos momentos, hacer una introspección; es decir, como adultos, padres o encargados, observar nuestra conciencia, meditar en ella y comprender lo que estamos comunicando. Posteriormente veremos reflejado en ellos, la confianza que nosotros mismos les transmitimos.

24

“ **5**
**¡Sí, puedo entregar el control!,
¡Sí, puedes manejar responsabilidades!** ”

25

**¡Sí, puedo entregar el control!, ¡Sí, puedes
manejar responsabilidades!**

Entregar el control, significará una idea descabellada. Pero recordemos; “el equilibrio”, quedarnos en los extremos como “debo hacerlo todo por él” o “la negligencia” nos llevará a tomar las decisiones que no ayudarán a nuestros hijos.

26



En este caso, soltar el control significa, **entregar cierta responsabilidad poco a poco y cada vez más.**

Tan sencillo como confiar en que puede bañarse solo, cocinar en casa, hasta enseñarle el manejo del dinero o, ser puntual. De la misma forma podemos pensar todas estas tareas y más con grados de dificultad distintos, ¿por qué distintos? Porque **todos aprendemos a un ritmo diferente.**

27

Recordemos también, que cada etapa tendrá nuevas exigencias, pues **la autonomía será desarrollada toda la vida.**

28

En los párrafos anteriores mencionamos el manejo de la tolerancia a la frustración cuando se intenta una tarea asignada y no se alcanza el objetivo deseado, de igual forma queremos hacer énfasis en el desarrollo de la autoestima cuando sí se alcanza el objetivo deseado, cuando el joven con síndrome de Down obtuvo éxito en lo que trabajó y lo logró por sí mismo.

Esto va estrechamente ligado a comprender **la etapa en la que se encuentra, para que le demos las tareas con el grado de dificultad apropiado.**

29



STORYLINE Y GUIÓN

c) Spot de radio

Para entrar en contexto al spot de radio que complementará esta campaña, se desarrolló un storyline que permite argumentar de manera breve y concisa la obra. Se utilizó como base del storyline el titular de la campaña **“¡Soy súper talentoso! Acompáñame a descubrir y desarrollar mi talento.”**

Storyline:

María José, o “Majo” como usualmente la llaman, es una joven guatemalteca con Síndrome de Down (SD) súper talentosa. Es artista, nadadora, bailarina y también sacó un técnico en repostería. Muchos padres todavía no se han dado cuenta de que sus hijos tienen múltiples talentos por descubrir. Sin embargo, el padre de María José es la excepción. La misión de ambos es demostrarle al mundo que, a través del apoyo y motivación, podemos permitir que los jóvenes con SD descubran su potencial.

Guión:

Además del storyline, se redactó el guión del spot de radio a través del cual se detallan los diálogos, efectos de sonido, locutores y música requerida para su desarrollo.

Operador de Audio	Locutores
Track de fondo: música de ambiente animada. 10 seg.	LOC 1: "Hola, soy Majo y tengo Síndrome de Down". 3 seg.
	LOC 1: ¡Soy artista, nadadora, repostera y me encanta bailar! 3 seg.
	LOC 2: Yo creo en las capacidades de mi hija. ¡Cree tu también! 4 seg.
Track de cierre: Audio de cierre con identificador de campaña "¡Sí puedo, sí puedes!" 2 seg.	LOC 1 y 2: ¡Sí puedo, sí puedes! 2 seg.

LOC 1: María José / LOC 2: Padre de María José

Materiales educativos interactivos

a) App móvil

Para la aplicación digital enfocada en los jóvenes con SD, se hará uso de una **retícula** de 4 columnas. Se determinó que dicha aplicación deberá funcionar como un **juego educativo e interactivo** a través del cual, los usuarios puedan desarrollar habilidades que conduzcan a la autonomía, de forma dinámica, divertida y entretenida. A continuación, se presentan las dos herramientas utilizadas, las cuales permitieron empatizar y reconocer las necesidades principales que el juego debe resolver para alcanzar dichos objetivos.

a. Mapa de empatía:

El mapa de empatía analiza el contexto del usuario entorno a 7 preguntas:

1) *¿Con quién estamos empatizando?*

Con adolescentes y jóvenes guatemaltecos con Síndrome de Down, que se encuentran en 3 fases de crecimiento: adolescencia temprana (10 a 13 años), adolescencia media (14 a 17 años) y adolescencia tardía (18 a 24 años).

Su condición genética influye en su desarrollo biológico y cognitivo, generando que su crecimiento y desarrollo requiera de herramientas adaptadas a sus necesidades. La autonomía, al igual que en todas las personas, es fundamental ya que, a través de

ella, el individuo puede descubrir su potencial, fortalecer su autoestima y mejorar su calidad de vida.

2) *¿Qué necesitan hacer?*

El grupo objetivo necesita nuevas herramientas que les permitan desarrollar su autonomía, de una forma personalizada (según su nivel de desarrollo cognitivo). El aprendizaje para la autonomía cubre diferentes actividades, organizadas en diferentes áreas y según su nivel de complejidad (ejemplo: área personal de higiene, área personal social, área artística, área matemática y área personal). Realizar

dichas actividades, paso a paso, será una señal de éxito para el progreso de su autonomía.

3) *¿Qué ven?*

En su entorno: La mayoría de las personas con Síndrome de Down (SD) interactúa con personas que también tienen SD ya sea por motivos de estudio, trabajo o actividades extracurriculares. Así también, existe un pequeño grupo de jóvenes con Síndrome de Down que permanece en casa y que tiene poca socialización con personas con el mismo diagnóstico. Los grupos de personas con SD siempre se apoyan entre sí y disfrutan de compartir momentos juntos. Por la pandemia actual que se está viviendo, la mayoría de los jóvenes están en casa con sus familiares o encargados.

Sobre lo que otras personas dicen y hacen: En su entorno inmediato, el grupo de estudio socializa y comparte con personas que no tienen Síndrome de Down. Son personas muy observadoras que aprenden muy rápido sobre lo que la gente a su alrededor dice, piensa y hace. En una rutina diaria verán a sus familiares y amigos realizando actividades como higiene personal, limpieza del hogar, cocinar, estudiar y/o trabajar.

Lo que miran y hacen: Los jóvenes con SD disfrutan mucho de la tecnología y los recursos visuales y auditivos tales como los videos y la música. En su mayoría, son personas extrovertidas cuando están con personas de confianza. Disfrutan de cantar, bailar, hacer bromas y compartir.

4) *¿Qué dicen?*

- Les gusta compartir sobre sus experiencias, lo que les gusta hacer y lo que no, sobre lo que han hecho en su día, si han tenido un evento o actividad importante, etc.

- Expresan sus pensamientos, ideas, emociones y /o logros, con familiares, amigos o personas de confianza.

5) *¿Qué hacen?*

- Usualmente, llevan a cabo su rutina diaria que consiste en cuidar su higiene personal, alimentarse, estudiar (virtualmente, por el Covid-19 o presencialmente antes de la pandemia), ayudar en casa y, en algunos casos, ejercitarse. Es probable que algunos de los jóvenes con SD requieran del apoyo de un familiar o encargado para realizar dichas actividades.
- Son personas muy sociales a quienes les gusta mantenerse en contacto con su grupo de familiares y/o amigos cercanos ya sea física o virtualmente (por llamada o videollamada).
- Se mantienen motivados cuando logran hacer actividades (o hobbies) por sí mismos, con poca y ninguna ayuda de otra persona.
- Compartir y conversar con otras personas, aprender algo nuevo y hacer sus actividades favoritas son motivadores para su rutina diaria.
- Con el Covid 19, por ejemplo, se han percatado de que las cosas ya no son como antes. Preguntan sobre la situación

para entender mejor porqué hay aislamiento social y por qué ya no acuden a su escuela o trabajo para ver a sus amigos.

6) ¿Qué escuchan?

- De otras personas: Escuchan conversaciones entre las personas que viven en su hogar. Algunos jóvenes demuestran interés en torno al tema que se habla y por ello también comentan sobre la situación. Las conversaciones pueden ser muy diversas, relacionadas al hogar, trabajo, familia, personales o en relación con el joven con SD.
- De sus amigos: Comparten entre ellos de las actividades que realizaron el fin de semana, conversan sobre música, artistas, programas, amigos, romance, entre otros.
- En general: Se enteran sobre lo que sucede en el mundo porque las personas a su alrededor hablan de ello (como el Covid-19, por ejemplo). Así mismo, se mantienen al tanto sobre tendencias o información que sea de su interés.

7) ¿Qué piensan y sienten?

Tabla 5

Mapa de Empatía, ¿Qué piensan y sienten?

¿Cuáles son sus miedos, frustraciones o ansiedades? (pains)	¿Cuáles son sus deseos, necesidades, esperanzas y sueños?(gains)
<ul style="list-style-type: none"> • Así como todos, son personas con emociones y sentimientos y por lo tanto, tienen días buenos y malos. • Sus miedos pueden derivarse de vivir una experiencia negativa, como por ejemplo ver que el padre de un amigo fallece. Derivará entonces al miedo de perder a un ser querido. • Son muy empáticos con las personas que quieren hasta el punto de sentir la misma preocupación o dolor si alguien a quien quieren está pasando por un momento difícil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Su motivación deriva de la capacidad y acceso que puedan tener para realizar sus actividades preferidas. Trabajar en algo que los mantiene motivados favorece su crecimiento y desarrollo personal. • Esperar a que llegue una fecha esperada (festividad, evento importante, un viaje, etc.) también es una motivación para su vida diaria. • Alcanzar un logro, aunque este sea pequeño representa un verdadero éxito para ellos.

¿Cuáles son sus miedos, frustraciones o ansiedades? (pains)	¿Cuáles son sus deseos, necesidades, esperanzas y sueños?(gains)
<ul style="list-style-type: none"> • Sus frustraciones pueden surgir como consecuencia de no lograr realizar determinada acción o meta. Así también, sentirse limitado de hacer algo por sí mismo, sin la ayuda de alguien más. • Sus miedos, frustraciones y ansiedades pueden surgir como consecuencia de su forma de crianza, qué tanta relación y convivencia han tenido con otras personas fuera de su círculo familiar, entre otros factores influyentes en su desarrollo. • Vivir un proceso de duelo y su capacidad para poder expresar sus emociones y sentimientos también puede ser motivo para la frustración, ansiedad e incluso depresión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener acceso a participar en los medios de comunicación (como artículos de prensa, entrevistas, etc.) los motiva ya que esto los hace sentir importantes y emocionados. • Todos tienen metas y aspiraciones que desean alcanzar. Muchos de ellos saben la profesión a la que se quieren dedicar. Por ejemplo: ser doctor, bombero, bailarina, deportista, músico, etc. Incluso, muchos jóvenes practican dichas actividades. • La mayoría de jóvenes con SD son personas muy sociales. Por lo tanto, poder compartir y convivir con otras personas es motivo de emoción y alegría. • Como cualquier joven, quieren tener acceso a lo que los demás jóvenes utilizan. Como por ejemplo un celular, videojuegos, cámara, instrumentos, etc. • Sentirse integrado en un ambiente familiar / laboral los motiva ya que los hace sentir parte importante de la empresa permitiendo dar a conocer sus capacidades.

Fuente: propia.

b. **Diseño de propuesta de valor**

Posterior al análisis realizado en el mapa de empatía, se estudió al usuario en relación con los objetivos, actividades y contenido del juego virtual a través del Diseño de propuesta de valor de Alex Osterwalder (2014).

Tabla 6

Diseño de propuesta de valor



Perfil del cliente: Adolescentes y jóvenes guatemaltecos con Síndrome de Down



Trabajos del cliente

- Funcionales: Higiene personal, comer, vestirse, hablar, utilizar la tecnología (teléfono, computador, televisor, microondas... recibir clases online, hacer una llamada...), socializar, ejercitarse, caminar, cocinar, saltar, entre otros.
- Sociales: hacer sentir bien a las personas a su alrededor, compartir y empatizar con las demás personas, ser amenos y simpáticos mientras socializan, expresar interés sobre algún tema que esté siendo conversado.
- Personales / emocionales: sentirse cómodos consigo mismos, mantenerse entretenidos y motivados realizando una actividad que disfruten, sentirse satisfechos y plenos con su rutina diaria, evitar la frustración, expresar sus emociones, pedir ayuda cuando lo necesitan, sentirse cómodos con su entorno y las personas a su alrededor.
- Auxiliares: elegir qué comer, qué ropa vestir, el tipo de música a escuchar, elegir cuál aplicación móvil o programa de tv escuchar/ver, decidir qué tipo de ropa ya no usar, etc.



Puntos de dolor:

Funcionales, sociales, emocionales o auxiliares:

- Después de varios intentos, tener que pedirle ayuda a alguien más
- Necesitar de alguien más para situaciones íntimas (como la higiene personal).
- Al inicio de una actividad nueva, no poder hacer las cosas por sí mismo y tener que esperar a recibir instrucciones.
- Agotamiento y frustración por que a las personas se les dificulte comprender lo que dice y tener que repetir su oración varias veces. Es probable que se apoyen de expresiones corporales, señas o gestos para comunicarse mejor.
- Percibir que la persona con quien se está comunicando le presta poca o ninguna atención.
- No encontrar alguna actividad ocupacional que lo mantenga motivado.
- Carecer del apoyo y acompañamiento de las personas en su entorno para motivar su crecimiento y desarrollo.
- No poder o saber cómo expresar alguna emoción o sentimiento, ocasionado frustración o ansiedad.



Ganancias:

Ganancias requeridas:

- Poder ser más independiente
- Cuidar y manejar su higiene personal por sí mismo
- Comunicarse mejor con las demás personas
- Ser capaz de demostrar su talento y potencial

Ganancias esperadas:

- Que su proceso de aprendizaje y desarrollo sea una buena experiencia (entretenida y agradable).
- No perder la comunicación con las personas que quiere (amigos y familiares, por ejemplo).
- Saber que está aprendiendo, de forma que pueda seguir sintiéndose motivado.

Ganancias deseadas:

- Desempeñarse en el trabajo de sus sueños
- Tener el apoyo de las personas en su entorno para su proceso de crecimiento y desarrollo
- Sentirse y ser importante para las demás personas



Puntos de dolor:

- Dificultad para expresar y dar a conocer sus gustos y preferencias con las personas en su entorno/que las personas no comprendan que sus gustos y preferencias cambian conforme va creciendo.

Obstáculos:

- Su comunicación verbal y de señas
- La crianza y entorno en el que se encuentra (poco apoyo recibido por los padres, familiares o encargados para su desarrollo y qué tan informados están los mismos sobre su condición y el tema del SD en general).
- Emocionales: como baja autoestima, tener depresión y desmotivación para realizar alguna actividad.
- Aferrarse mucho a una mala experiencia vivida o empatizar con una persona sobre su dolor, al punto de vivir el duelo junto a él/ella.
- Poca paciencia por parte del familiar o encargado que le apoye para llevar a cabo una tarea.
- No poder hacer las cosas por sí mismo.

Riesgos (resultados potenciales no deseados):

- Intentar hacer algo por sí mismo y vivir una mala experiencia, puede hacer que pierda el interés por intentarlo nuevamente (quemarse mientras están cocinando algo, por ejemplo).
- Tomar una decisión que al final derive a la insatisfacción.
- Ser subestimado por las personas de su entorno y como consecuencia, sentir que es una persona limitada.
- Recibir un regaño por intentar hacer algo por sí mismo.
- Verse expuesto a una sociedad desinformada sobre el Síndrome de Down, que desconozca su condición y necesidades.



Ganancias:

Ganancias inesperadas:

- Incrementar su autoestima y motivación personal
- Descubrir su potencial y capacidades y poder demostrarlo con las personas en su entorno
- Poder ser cada vez más autónomo e independiente
- Tener más libertad para tomar decisiones y actuar
- Demostrar a la sociedad que las personas con Síndrome de Down no son incapaces. Son personas que pueden tener las mismas limitaciones que una persona sin Síndrome de Down.



Productos y servicios:

Físicos y tangibles: diversas actividades organizadas por áreas, las cuales deben ser realizadas por el usuario. Entre ellas:

- Área personal de higiene: (I) cepillarse los dientes (identificar el cepillo dental, utilizar la cantidad adecuada de pasta, cepillarse correctamente todos los dientes), bañarse solo, colocar la ropa sucia en el lugar adecuado, usar desodorante, limpiar la nariz en caso de resfriado, uso correcto de papel higiénico en el retrete, lavado de manos, (II) elegir de la ropa limpia qué se va a poner, cortar sus uñas, arreglar su cama, (III) aprender a utilizar la lavadora o aprender a lavar a mano, limpiar o lavar artículos personales cada cierto tiempo, peine, toallas, zapatos, mochila, etc.
- Área personal social: (I) saludar, identificar emociones básicas, mostrar buenos modales, uso de cubiertos en la mesa, preparar y servir comida sencilla para sí mismo y otros, contestar el teléfono celular, hacer una llamada, expresar amablemente lo que le gusta y lo que no, pedir ayuda, (II) ayudar o apoyar a otros cuando lo necesitan, movilizarse en diferentes habitaciones en casa o colegio sin solicitar ayuda, puntualidad, usar la computadora o TV sin ayuda de nadie más, ordenar en un restaurante utilizando lenguaje verbal o señas, enviar notas de voz por WhatsApp, cuidarse a sí mismo de desconocidos o toque físico inadecuado, (III) uso de llaves de su habitación o casa responsablemente.
- Área matemática: (I) reconocer los números, contar, agrupar cosas con características similares, separar el objeto que no pertenece al grupo, caminar acompañado y comprar con ayuda, tener una billetera y ser responsable de ella, (II) reconocer los billetes y monedas del país, hacer sumas y restas utilizando el dinero, observar la calidad del producto que está comprando, (III) conocer el valor del dinero, pagar en tiendas pequeñas, supermercados y restaurantes, identificar el valor de las cosas y utilizar la moneda o billete adecuado, caminar solo a una tienda cercana y comprar sin ayuda de padres o encargados.
- Área de información personal: (I) aprenderse su nombre completo, saber la zona en donde vive, memorizar su propio número de teléfono y el de un contacto importante (padres o cuidadores), llamar a dicho número en caso de emergencia, (II) saberse su dirección, comunicar el lugar de la casa en que se encuentra.
- Área artística: (musical) Elegir la música que disfruta escuchar, bailar y aprender nuevos pasos, seguir una coreografía, cantar, identificar otras voces, seguir notas musicales con su voz, interpretación o actuación, identificar emociones y actuarlas, interpretar diferentes personajes, (creativa) identificar los materiales necesarios para dibujar o pintar, realizar un dibujo o pintura sin ayuda, dibujar siguiendo instrucciones o guías de la app, pintura libre, pintura dirigida con patrones, arte en pared o creación de murales con permiso previo de los padres o adultos, manualidades, (fotografía) usar la cámara del celular y tomar fotografías, contemplar fotografías de interés, aprender diferentes ángulos para tomar una fotografía.

Intangibles: Crecimiento personal y desarrollo de habilidades para la autonomía.

Digital: Juego virtual que podrá ser utilizado a través de un teléfono móvil para que los jóvenes con Síndrome de Down puedan desarrollar su autonomía.



Aliviadores de puntos de dolor (pain relievers):*

- A través de "¡Yo puedo!" los usuarios podrán **descubrir sus talentos y capacidades.**
- Motivar e impulsar a que, poco a poco, el usuario pueda desempeñar cada reto y actividad por sí solo.
- El juego servirá como un auxiliar / guía de apoyo adaptado y personalizado para que el joven pueda aprender a desarrollar su autonomía a su propio ritmo.
- Así también, podrá desarrollar su capacidad para poder **expresar sus emociones y sentimientos, regulando de esta forma la ansiedad y el estrés.**
- El juego se concentra también en permitir que el usuario **aprenda a elegir, tomar decisiones y desarrollar un criterio propio** para poder determinar las actividades que le gustan, de las que no.



Creadores de ganancias (gain creators):*

- Ser capaz de demostrar su talento y potencial
- Mantenerse motivado y fortalecer su autoestima
- Mediante la práctica de actividades para el aprendizaje de la autonomía, poder ser más autónomo e independiente.
- Cuidar y manejar su higiene personal por sí mismo.

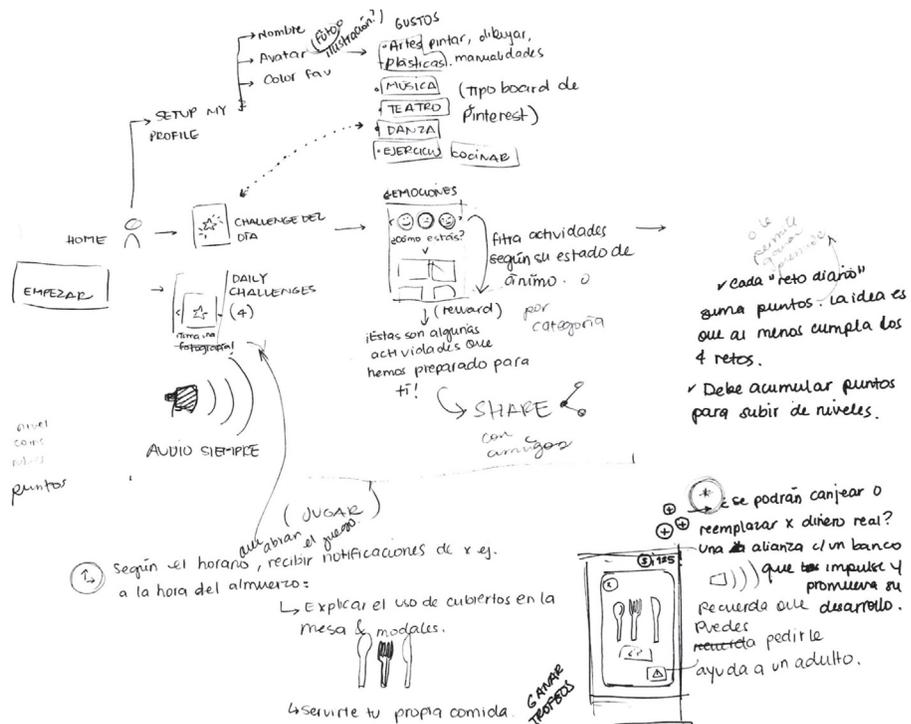
Fuente: propia.

*Se resaltan en negrita, los aliviadores de puntos de dolor y creadores de ganancia que mayor relevancia deberán tener dentro del juego virtual.

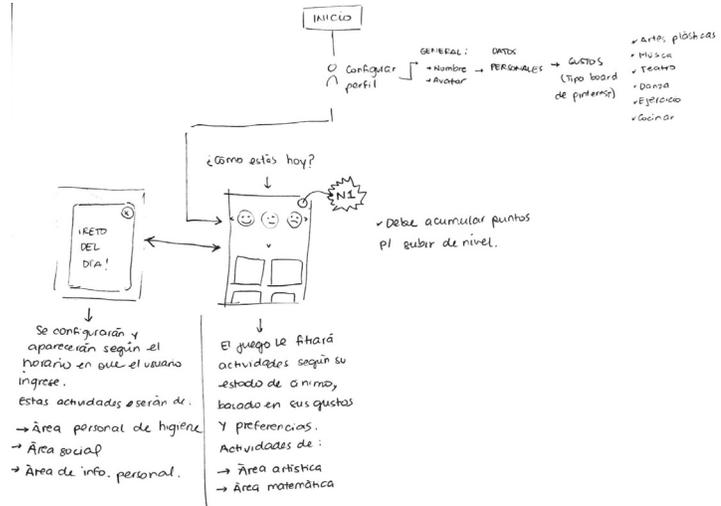
Como resultado al ejercicio realizado, se logró establecer la **propuesta de valor** final del juego:

"El juego virtual ¡Yo puedo! permite que los jóvenes guatemaltecos con SD puedan desarrollar su potencial a través de la práctica de actividades que fortalezcan su autonomía."

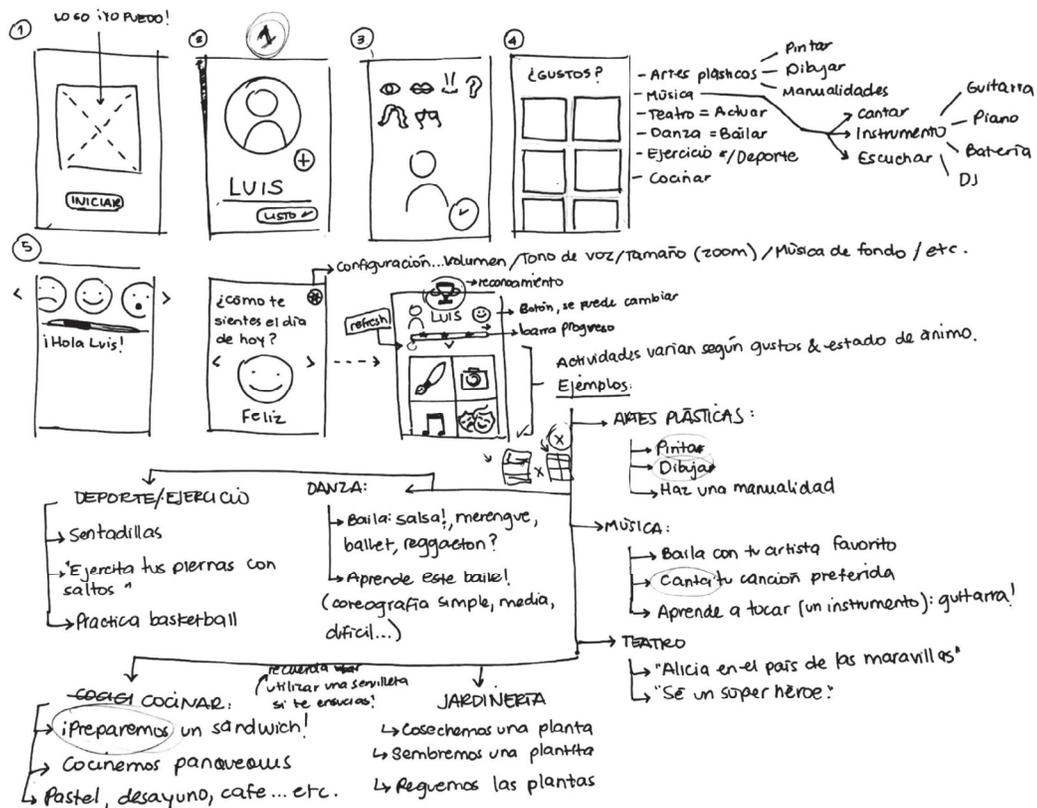
Según los resultados obtenidos en el ejercicio de propuesta de valor, se realizaron los primeros bocetos sobre las ideas generales acerca de las funciones o interacciones que podría tener el juego:

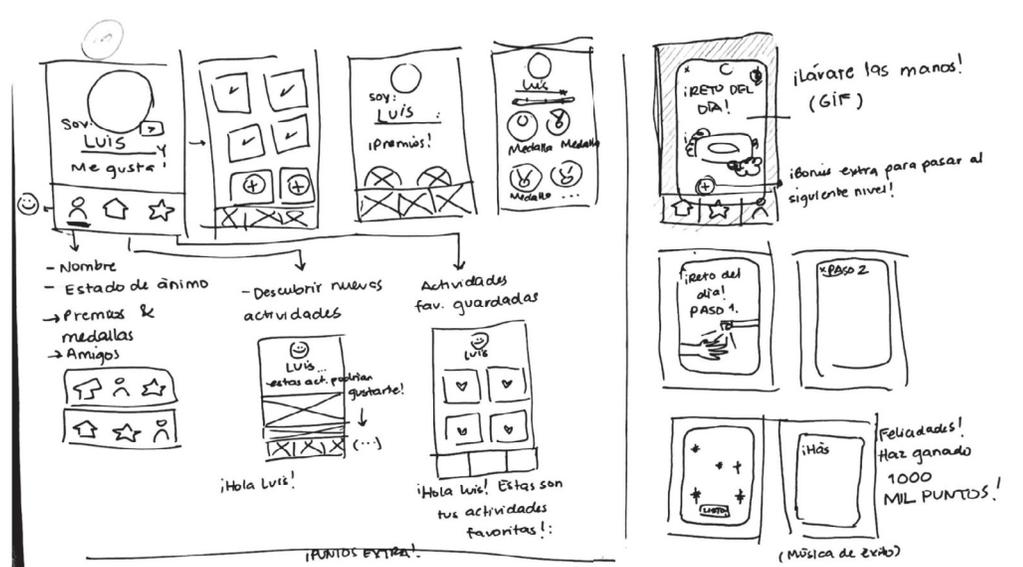
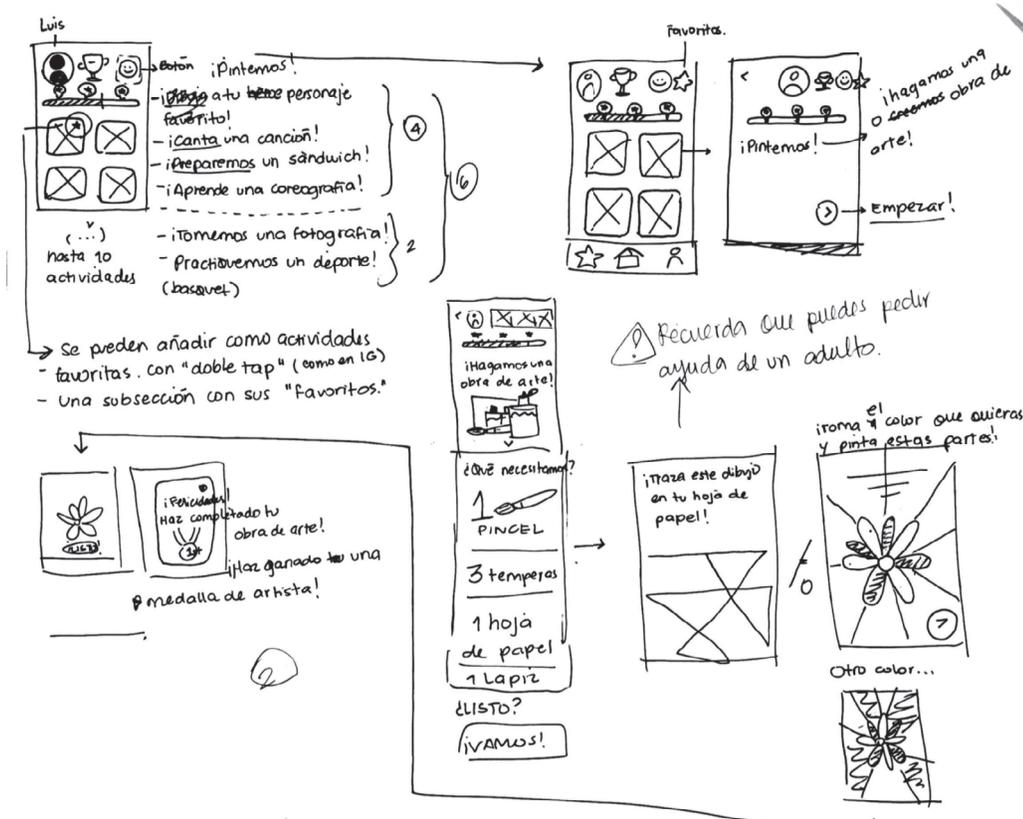


A partir de dicho bocetaje, se logró definir la organización de las áreas de autonomía que cubrirán el contenido del juego. Se planteó que el área personal de higiene, área social y área de información personal se trabajaría a través de pequeños retos dentro del juego, y que las actividades del área artística y matemática funcionarían combinadas como actividades que los usuarios podrían seleccionar para realizar.



La definición de estas dos áreas fue el punto de partida para definir la organización y flujo del juego. A continuación, se presenta el bocetaje realizado a mano, sobre los wireframes de cada pantalla:





- Higiene = manos!
- social = ¡Recuerda siempre decir por favor y gracias!
- Personal = ¿Cuál es tu nombre? (Escribamos tu nombre:)

LUIS

LUIS

OPORTUNIDADES

#19 #20 #21

#21

TRICOMIA

SÍNDROME DE DOWN

Mapa de juego:

En este *Mapa de Juego* de Guillermo González (1990), se describe el perfil y las características fundamentales para la elaboración y desarrollo del juego virtual. Dicha información se logró recopilar gracias al proceso de investigación y bocetaje presentado anteriormente.

- Nombre del juego:

Para empoderar y motivar a los jóvenes a creer en sus capacidades y potencial para la autonomía, surgió “¡Yo Puedo!”.

El nombre deriva del concepto establecido e impulsa también a que los jóvenes, ante cualquier situación que les permita expresar su autonomía, puedan comunicar que “*pueden hacerlo*”.

Se presenta a continuación, el proceso de bocetaje realizado para definir la propuesta final sobre el logotipo del juego virtual.



Figura 41
Bocetaje de logotipo del juego virtual
Fuente: propia

Para aludir a la acción de decir ¡Yo puedo!, se estableció como elemento base una mano abierta de una persona con síndrome de Down (con sus rasgos físicos). A partir de ella, se realizaron diversos bocetos digitales para establecer el layout, diagramación y posición ideal de la mano.



Figura 42
Bocetaje digital de logotipo del juego
Fuente: propia

A partir del bocetaje digital, se logró definir como propuesta final la siguiente:

Aplicación del logotipo con fondo de color



Aplicación del logotipo como ícono de app



Aplicación del logotipo con fondo degradé

Figura 43
Propuesta final del logotipo del juego
Fuente: propia

El logotipo definido para el juego virtual sólo puede utilizarse sobre el color "Han purple" (morado) y/o sobre un degradé entre morado y el color "Bittersweet" (color salmón). De lo contrario, para su aplicación sobre algún otro fondo, el logotipo deberá estar dentro de un recuadro morado (similar a la aplicación del logotipo como ícono de app).

- ¿Cuál es el propósito del juego?

La finalidad del juego es proporcionar al grupo objetivo una herramienta digital que les permita estimular al desarrollo de conductas y competencias que impulsen su autonomía, de forma personalizada y gradual, según su propio ritmo de aprendizaje. La aplicación deberá funcionar fundamentalmente como una herramienta de entretenimiento, diversión y convivencia que permita que el proceso de aprendizaje se lleve de manera natural.

- Tipo de juego: Educativo
- Tema: Autonomía
- Descripción del juego:

El juego virtual enfatiza en trabajar principalmente 5 áreas para el aprendizaje y desarrollo de la autonomía. Cada una de estas áreas con diversas actividades las cuales serán organizadas según su nivel de complejidad. A continuación, se presentan las actividades que se proponen incluir para el **primer nivel** del juego:

1) *Área personal de higiene:* cepillarse los dientes, bañarse sólo, colocar la ropa sucia en el lugar adecuado, uso de desodorante (e identificar cuando se necesita más a lo largo del día), limpiarse la nariz (en caso de resfriado mantener papel higiénico consigo), uso correcto y moderado del papel higiénico en el retrete, lavado mis manos después de ir al baño, comer, cocinar, etc.

2) *Área personal social:* saludar, identificar emociones básicas (cuando se sienta triste, enojado, alegre, asustado, etc.),

mostrar buenos modales en casa (a la hora de comer, pedir permiso, disculparse, decir por favor y gracias), uso de cubiertos en la mesa, servir comida sencilla para sí mismo u otros, contestar el teléfono o celular, hacer una llamada, expresar amablemente lo que le gusta y lo que no, pedir ayuda cuando lo necesite).

3) *Área de talentos (expresiva),* cubre las siguientes áreas: musical (cantar, seguir notas musicales con mi voz, crear instrumentos musicales), artes plásticas (dibujar, pintar, hacer una manualidad), danza (aprender a bailar un tipo de música como salsa, merengue, ballet, etc.; aprender una coreografía), deportes y ejercicio (practicar un deporte, ejercitar las piernas con payasitos, entrenamiento en casa con ejercicios sencillos), cocina (preparar un sándwich, cocinar panqueques para el desayuno, preparar y servir una bebida), jardinería (sembrar y cuidar una planta).

4) *Área matemática:* reconocer los números, aprender a contar, agrupar cosas con características similares, separar el objeto que no pertenece al grupo.

5) *Área de información personal:* aprender su nombre (escribirlo y leerlo), saber la zona en la que vive, memorizar su número de teléfono o el de un contacto importante.

Basado en las cinco áreas anteriormente descritas, el juego se organiza principalmente en:

a) "Casa"/Sección de inicio: Esta sección se compone de dos tipos de actividades:

Tabla 7

Descripción del juego: Secciones del juego

1	2
Actividades orientadas al desarrollo de talentos:	Retos rápidos:
<p>La finalidad de esta sección es permitir que los usuarios puedan descubrir sus intereses y talentos para poder trabajarlos y mejorarlos gradualmente. Determinar un área o talento motivará al usuario a seguir jugando.</p> <p>Este tipo de actividades pretenden reforzar el área matemática utilizando como base el área de talentos (se describieron algunos ejemplos de actividades en el apartado anterior). Los usuarios podrán elegir qué actividad desean hacer y deberán identificar, recopilar y contar los materiales requeridos para su desarrollo.</p> <p>Las actividades se cambiarán cada cierto tiempo, y se irán personalizando según los intereses del usuario.</p>	<p>Dentro del juego se incluye una sección con retos rápidos que el usuario debe cumplir.</p> <p>Dichos retos cubrirán el desarrollo de las destrezas y habilidades del área personal social, personal de higiene y de información personal.</p> <p>El material de esta sección se manejará como material multimedia (video tipo "tutorial") que explique la acción o acciones que el usuario debe realizar para poder ganar. Al terminar de visualizar el video, el usuario deberá completar el reto.</p>

Fuente: propia.

Otras acciones dentro del juego:

Barra de progreso:

En la página de inicio, se muestra una barra de progreso la cual irá aumentando conforme el usuario vaya cumpliendo las actividades y retos que el juego le proporcione. El juego inicia en el nivel 1. Cada nivel es representado en el juego como un campeonato, que podrán ganar al llenar la barra de progreso.

Ganar un campeonato:

El usuario gana un campeonato cuando logra llenar su barra de progreso. Cada campeonato presenta gradualmente actividades y retos más complejos, permitiendo así que al ganar cada campeonato, el usuario vaya desarrollando cada vez más, sus habilidades y destrezas para la autonomía.

b) Mi perfil: El perfil posee dos subsecciones:

- Favoritos: Debido a que la página de inicio se actualizará cada cierto tiempo con nuevas actividades, el área de "favoritos" le permite al usuario guardar las actividades que más les gusten para poder realizarlas nuevamente cuando ellos deseen.
- Trofeos: Todas las actividades y retos mantienen motivados a sus usuarios a través de la adquisición de medallas (al cumplir las actividades) y puntos de bono (al completar un reto). Realizar dichas actividades permitirán que el usuario pueda incrementar puntos en su barra de progreso, permitiendo así completarla hasta ganar el campeonato. Al ganar el campeonato, el usuario será acreedor de la copa correspondiente al nivel que haya completado. La sección de trofeos es una "repisa virtual" donde los usuarios pueden ver todas las copas y medallas que han ganado y las que pueden ganar si siguen jugando.

Aspectos técnicos del juego

Debido a que la capacidad para el habla, lectura y escritura es diferente en cada usuario y con el fin de facilitar la interacción con el juego, se estableció que cada una de las pantallas, botones y actividades con las que el usuario pueda interactuar tenga una **descripción auditiva** que le permita escuchar y comprender cada una de las acciones que está realizando o debe hacer.

• Habilidades y destrezas

- a. Desarrollar la autonomía y promover su independencia.
- b. Capacidad para reconocer y demostrar su talento y potencial.
- c. Descubrir sus metas y aspiraciones personales y trabajar en ellas para poder alcanzarlas.
- d. Capacidad para poder expresar sus sentimientos y emociones, regulando de esta forma la ansiedad y el estrés.
- e. Desarrollar un criterio propio, aprender a elegir y tomar decisiones.
- f. Estimular la motricidad gruesa y fina para el desarrollo de actividades que promuevan la autonomía.

• Área del conocimiento

A través de la diversidad de actividades de las cinco áreas en que se deriva el juego "¡Yo puedo!", se pueden cubrir tres áreas del conocimiento: cognitiva, afectiva y psicomotriz.

• Nivel taxonómico

"¡Yo puedo!" es un juego educativo que tiene como fin principal promover el desarrollo de la autonomía en adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down. Por tal motivo, cada una de las áreas y actividades que posee busca reforzar principalmente el área cognitiva de los usuarios a través de cinco niveles:

- a. *Nivel de comprensión:* para facilitar el proceso de aprendizaje en los jóvenes, el juego se apoyará principalmente de recursos audiovisuales los cuales permitirán que el usuario pueda interpretar con mayor facilidad el contenido y las

- actividades que lo componen.
- b. *Nivel de aplicación*: el objetivo fundamental de incluir actividades para fortalecer la autonomía es que los jóvenes puedan implementarlas principalmente en su vida diaria, y no sólo a través del juego.
- c. *Nivel de análisis*: las instrucciones de cada actividad serán expresadas paso a paso con la finalidad de facilitarle al usuario el proceso de interpretación, análisis y desarrollo de cada una de ellas.
- d. *Nivel de síntesis*: al momento de cumplir un objetivo o actividad propuesta por la aplicación, el usuario podrá desarrollar su nivel de síntesis para comprender cuales son los beneficios y objetivos que el juego le proporciona.
- e. *Nivel de evaluación*: se pretende que cada usuario pueda personalizar el juego con el objetivo de que pueda desarrollar su capacidad para determinar sus gustos y preferencias mediante la libre selección de las áreas del juego que más le interesen.

La aplicación debe responder también al **área afectiva** de los usuarios. Se aspira a que sea un juego a través del cual deseen participar de manera voluntaria y libre, sin sentir que es una obligación o una tarea más que deben cumplir. El sentido de "¡Yo puedo!" es que cada joven pueda descubrir en el proceso, que poco a poco está logrando alcanzar y cumplir sus metas.

Este juego busca desarrollar y fortalecer dos niveles dentro del área psicomotriz. El primero es el nivel de destreza para

perfeccionar y fortalecer su motricidad fina y que podrá trabajarse a través de las actividades que el juego posee. El segundo es el nivel de acciones perceptivas de los usuarios, que busca reforzar habilidad de los usuarios para utilizar su cuerpo a través de los cinco sentidos.

- Perfil psicopedagógico del grupo objetivo:
- Jóvenes con síndrome de Down en edad cronológica de 14 años en adelante que viven en la ciudad de Guatemala.
- Discapacidad intelectual leve/ moderada. Lenguaje expresivo y receptivo en desarrollo.
- Atención promedio de 20 a 40 minutos por actividad.
- Alteraciones en motricidad gruesa y fina, retraso leve/moderado en coordinación ojo-mano.
- Alta capacidad perceptiva a través de la vía visual, con facilidad de aprendizaje por imitación.
- Alta capacidad en actividades manipulativas en comparación con actividades verbales.
- Mejor desarrollo de la memoria a corto y mediano plazo por medio de actividades viso –espaciales (imágenes, secuencias, patrones, etc.) en lugar de actividades audio – verbales.
- En cuanto a la conducta, no presentan problemas de conducta en ámbito social, sigue reglas, instrucciones y normas. Se relacionan de manera saludable con sus pares y autoridades.
- El aprendizaje puede darse de forma lenta dependiendo de los estímulos previos.

- Identifica sus pertenencias y ejerce responsabilidad sobre ellas.
- Metodología: inductiva.
- Estrategia de aplicación del juego:
 - El usuario debe interactuar y participar en las actividades y retos proporcionados por el juego. Al ser completadas, el usuario podrá ganar medallas, puntos y reconocimientos que le permitirán ganar los campeonatos y subir de nivel.
- En caso de ser necesario, se recomienda que al inicio el usuario pueda estar acompañado de una persona que lo pueda orientar e inducir sobre el juego. Para aquellas actividades que representen un mayor nivel de complejidad o que requieran de la ayuda de un adulto, el juego lanzará un recordatorio para que el usuario sepa que puede pedirle ayuda a alguien más.
- Es fundamental que el usuario pueda aprender a manejar el juego por sí mismo, al menos en un 50%.
- Recurso de evaluación:

Completar un campeonato permite determinar que el usuario ha desarrollado de manera satisfactoria las habilidades y destrezas para la autonomía, con un determinado nivel de complejidad.

Se identifica que el usuario está alcanzando los objetivos deseados cuando recibe reconocimientos (como medallas o puntos para la barra de progreso) y gana

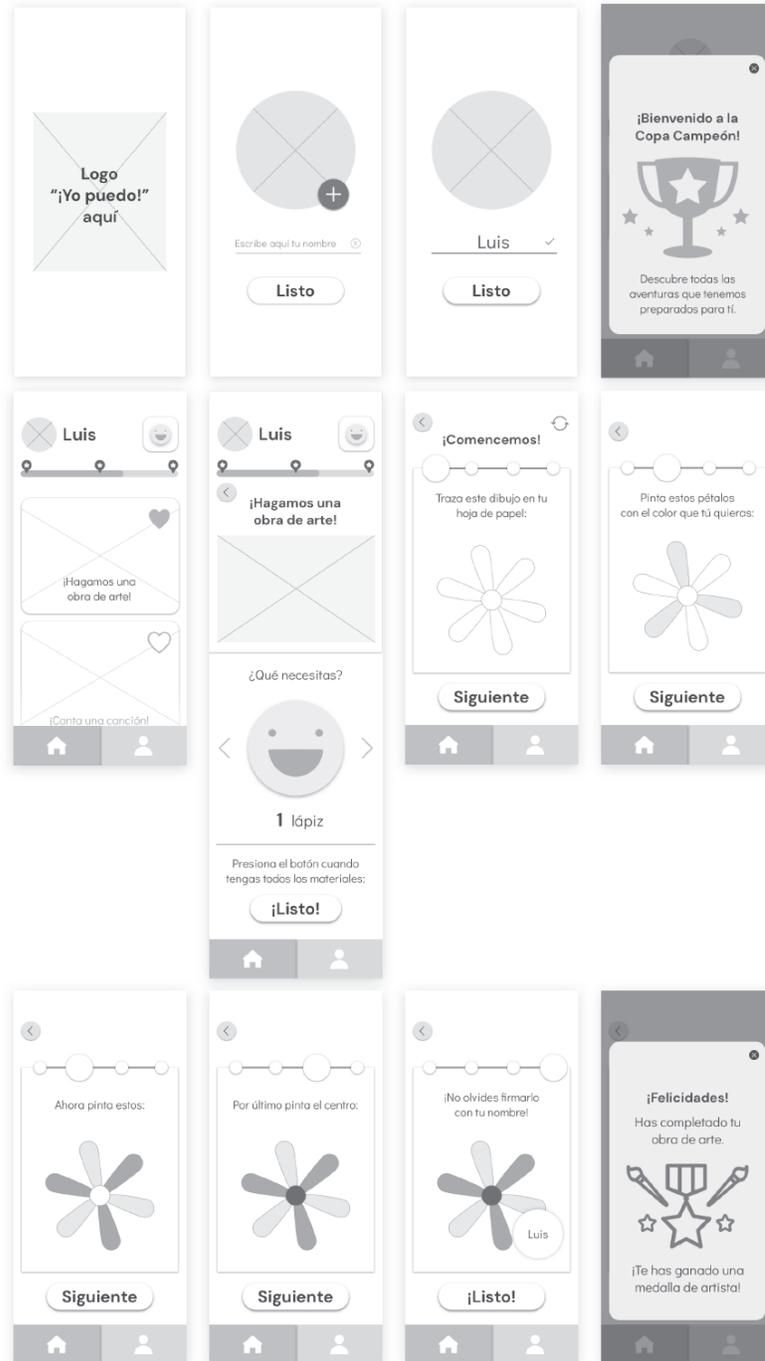
los campeonatos. Poco a poco, él/ella está teniendo un progreso en su autonomía y en el desarrollo de sus habilidades y destrezas.

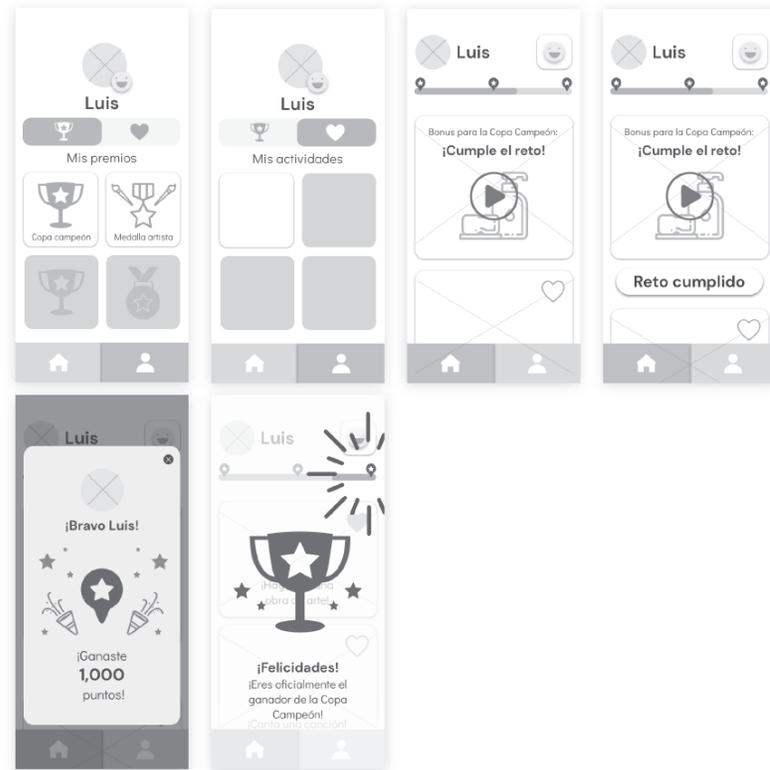
- Meta contenido:
 - El juego ¡Yo puedo! funciona como una herramienta auxiliar / guía de apoyo adaptado y personalizado que permitirá al usuario desarrollar su autonomía a su propio ritmo.
 - Motivación por reconocer sus capacidades y participación constante que fortalece la autoestima del usuario.
 - Desarrollar múltiples habilidades para la autonomía.
- Pilares de diseño del juego:
 - Motivar al usuario a descubrir y practicar sus talentos y habilidades.
 - Cumplir actividades y retos diarios enfocados en diferentes áreas que permitan fortalecer la autonomía del usuario.
 - Interactuar con el mundo real
- Interacciones por las que los jugadores regresan (game experience loop):
 - 1) Recibir y cumplir las actividades y retos diarios
 - 2) Adquirir reconocimientos y premios
 - 3) Subir de nivel
- Momentos "wow":
 - Ganar medallas y puntos conforme se van resolviendo las actividades y retos.
 - Terminar y ganar la copa del campeonato.

Historia y síntesis del juego:

“¡Demuéstrale al mundo que eres un campeón! Explora y descubre miles de actividades, cumple los retos sorpresa y gana muchísimas medallas para poder ser el ganador estrella de este campeonato. ¡Tú puedes lograrlo!”

A continuación se presentan los bocetos de las pantallas (**wireframes**) que conformarán el prototipo del juego virtual.





Utilizando como base los bocetos (wireframes), se procedió a la digitalización de la propuesta final para el prototipo del juego.

Dicho **prototipo** es una representación general sobre la dinámica del juego, tomando como base actividades y retos correspondientes a la “Copa Campeón” que es el nivel 1. Así también, se añadieron algunas pantallas que permitieron complementar y representar con mayor eficiencia la propuesta.

Para una mejor organización, se presentan cada una de las pantallas junto a su descripción sobre las acciones, funciones y características principales que pueden realizarse. Es importante resaltar que toda la interacción dentro del app será narrada y descrita auditivamente.



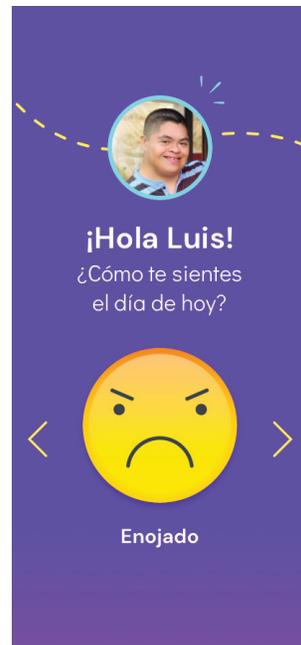
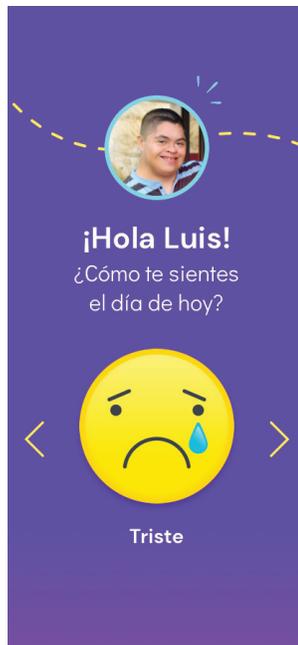
1 / Primera pantalla:
Aparece cuando el usuario ingresa al juego. Desaparece automáticamente para mostrar la segunda pantalla.



2 / Personalización del juego:
El usuario puede escribir su nombre y subir una foto.



2 / Personalización del juego:
Visualización de la pantalla con nombre y foto del usuario.



3 / Estado de ánimo.

Luego de personalizar su perfil, el usuario navegar entre los estados de ánimo del juego.



3 / Estado de ánimo:
Visualización de la pantalla con el estado de ánimo seleccionado.



4 / Bienvenida:
Pop up de introducción al primer campeonato del juego.



5 / Inicio > actividades:
El usuario ya puede navegar y conocer las actividades del juego.



6 / Cambiar el estado de ánimo:
Desde la sección de inicio, el usuario puede cambiar su estado de ánimo cuando desee.



7 / Selección de una actividad:
Al dar click a una actividad, se desplegará un menú indicando los materiales requeridos para su desarrollo.



7 / Materiales:
El usuario puede navegar y ver todos los materiales que debe recopilar, dando click en las flechas amarillas.



7 / Materiales:

El usuario puede navegar y ver todos los materiales que debe recopilar, dando click en las flechas amarillas. Al tener todos los materiales, el usuario puede dar click al botón amarillo de "¡Listo!".



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
Aparece un dibujo predeterminado para pintar.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
El usuario puede refrescar la pantalla para cambiar de dibujo.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
El usuario sigue instrucciones y avanza según el ejemplo.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
El usuario sigue instrucciones y avanza según el ejemplo.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
Al terminar la actividad, el usuario puede presionar el botón de "¡listo!".



9 / Reconocimientos por actividad completada:
Aparecerá un "pop up" felicitando y entregándole un premio.



10 / Mi perfil > Mis premios:
El usuario puede ver sus premios y los que puede ganar.



11 / Mi perfil > Mis favoritos:
Aparecen las actividades guardadas por el usuario.



12 / Inicio > Retos sorpresa:
Aparecerá una ventana destacando el reto sorpresa.



12 / Inicio > Retos sorpresa:
Luego de reproducir la animación/video del reto, el usuario debe realizarlo y darlo por hecho presionando el botón.



13 / Reconocimiento por reto completado:
Aparecerá un pop up con puntos bono como recompensa por cumplir el reto.



14 / Visualización de la barra de progreso:
Al cumplir actividades y retos, la barra de progreso irá creciendo.



15 / Representación de la animación de reconocimiento por terminar un campeonato:
Para celebrar y reconocer al usuario, aparecerá una animación corta donde se destaque llamativamente al trofeo del que el usuario ha sido ganador. Posterior a ello, el usuario podrá acceder al siguiente campeonato y así sucesivamente.

b. Posts informativos de Facebook (para padres):

A continuación, se presenta todo el proceso de bocetaje realizado para los posts de Facebook, cuya finalidad es destacar e informar sobre los principales beneficios que tendrá el juego para sus hijos con Síndrome de Down.

Se realizó una lluvia de ideas y bocetaje preliminar para aclarar los objetivos de las publicaciones e identificar los beneficios principales:

→ BOCETOS POST APP LOS
 * PERSUADIR A QUE SEAN PAPÁS. DESCARGUEN LA APP.
 DIRIGIDA A PADRES.

(5) (3000) g: 25

¡Yo puedo!

¿Qué áreas cubre?
 ↳ Artística

¡Permite que tu hijo algo "YO PUEDO" desarrolle sus talentos! con "YO PUEDO."

→ ¡Reforza las habilidades de tu hijo!

→ Fortalece su autoestima

↳ ¡Yo puedo! = Un juego enfocado que busca fortalecer actividades

↳ Miles de aventuras y retos que fortalecerán la autonomía de tu hijo!

[¡Para lograr lo que tu quieras!]

¿Qué benef

¡Yo puedo! Ej - juego educativo que permitirá que tu hijo

Un juego para descubrir y alcanzar sus metas!

Si, tu hijo podrá puede mejorar
 Si, tu hijo puede lograr todo!

↳ Tu hijo/o puede

¡Permite que tu hijo desarrolle su potencia!

Con "Yo puedo", podrás tu hijo podrá: reforzar sus habilidades:

- Desarrollar su autonomía
- Fortalecer su autoestima

Yo puedo!

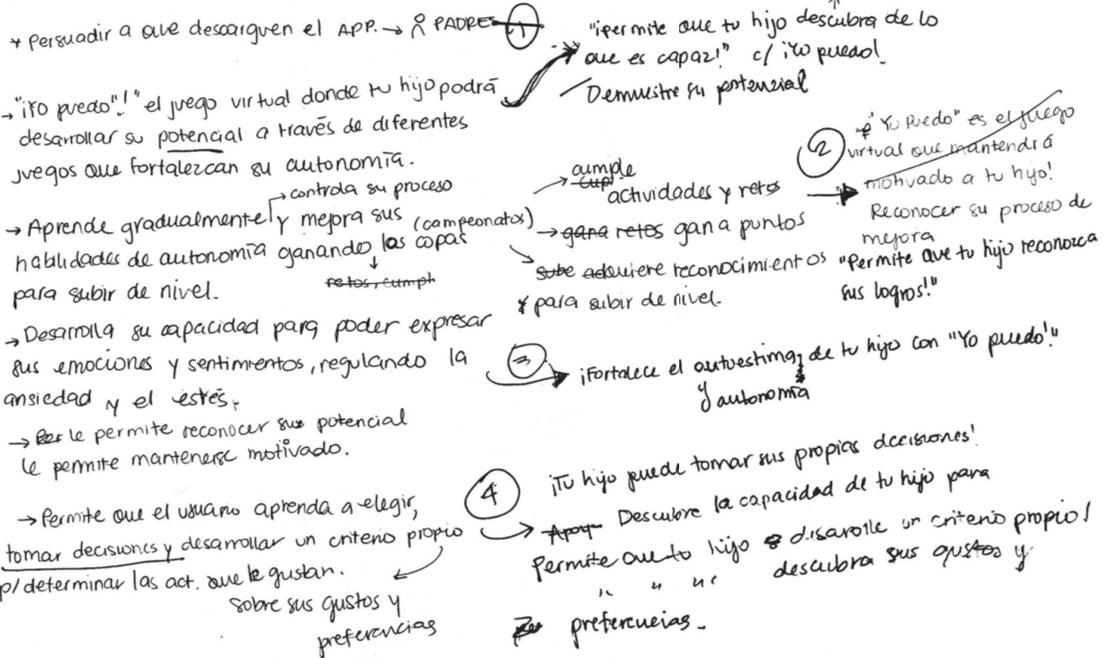
↳ Tu hijo puede reforzar sus habilidades

↳ Tu hijo puede

• Deja que tu hijo descubra su talento!

"Tu hijo puede descubrir"

→ BOCETOS POSTS INF. APP



Los bocetos presentados permitieron la redacción de los titulares y contenido de texto final para cada publicación:

1. Titular: "¡Descubre su potencial!"

Texto del post: "Permite que tu hijo desarrolle, a su propio ritmo, sus talentos y habilidades de forma autónoma e independiente con ¡Yo puedo! (logo)"

2. Titular: "¡Permite que tu hijo sea un campeón!"

Texto del post: "A través de actividades que fomenten su autonomía, tu hijo será capaz de mejorar sus habilidades, reconocer y celebrar sus propios logros y mantenerse motivado."

3. Titular: "¡Fortalece su autoestima!"

Texto del post: "¡Yo puedo!" permite que tu hijo pueda expresar y manejar sus sentimientos y emociones, regulando de esta manera la ansiedad y el estrés que pueda sentir."

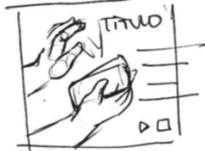
4. Titular: "¡Descubre con tu hijo sus gustos y talentos!"

Texto del post: "La dinámica del juego permite que tu hijo aprenda a elegir, tomar decisiones y desarrollar un criterio propio sobre sus gustos y preferencias."

Se realizó el bocetaje de las publicaciones, utilizando como base su contenido textual. A partir de estos bocetos se logró definir el layout y composición mediante el uso de una retícula jerárquica.

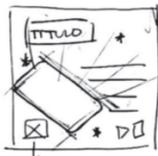
POST 01 "Permite que tu hijo demuestre su potencial!"
 "¡Yo puedo! es un juego virtual donde tu hijo podrá desarrollar y descubrir sus talentos y habilidades, de forma autónoma e independiente".

play y app stores
 PANTALLA DE "Hagamos una obra de arte."



potencial!

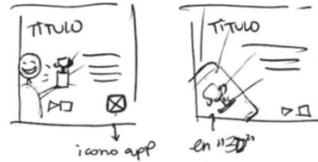
destacar



icono



POST 02 "Permite que tu hijo sea un campeón!"
 "A través de actividades que fomenten su autonomía, tu hijo será capaz de mejorar sus habilidades, reconocer y celebrar sus propios logros."



PANTALLA DE "Felicidades, ganaste en la Copa Campeón".



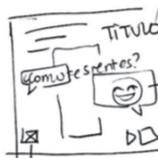
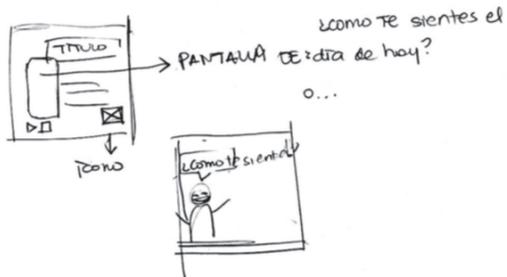
campeón!

destacar

POST 03 "Fortalece la autoestima de tu hijo!"

"¡Yo puedo! permite que tu hijo pueda expresar y manejar sus sentimientos y emociones, regulando de esta manera la ansiedad y el estrés que pueda sentir."

autoestima



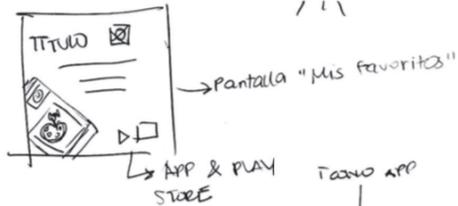
icono

dialogos de burbuja.
 fondo: pantalla de ¿cómo te sientes? / home c/ emociones.

POST 04 "Descubre con tu hijo cuáles son sus gustos y talentos!"

"La dinámica del juego permite que tu hijo aprenda a elegir, tomar decisiones y desarrollar un criterio propio sobre sus gustos & pref."

TALENTOS



icono

icono app

texto

Durante la digitalización de los bocetos, se identificó que era necesario incluir un post extra, que permitiera introducir al grupo objetivo acerca el juego y sus beneficios. Dicho post surgió a partir de los bocetos realizados con anterioridad. El contenido de texto final, para ese post es el siguiente:

1. Titular: "Tu hijo, ¡puede!"

Texto del post: "Permite que tu hijo se divierta y pierda el miedo a decir ¡Yo puedo! Fortalece su autonomía y trabaja en sus habilidades y talentos con este juego educativo".

A continuación, se presentan los posts finales que serán comunicados en Facebook. Así también, se incluye la descripción (copy) de cada uno, que servirá para la publicación y pauta en dicha red social. Se ha descartado Instagram como red social para la publicación de la campaña, ya que se ha determinado que el grupo objetivo frecuenta y visita más Facebook.



Post 1 / Copy:

"¡Con "¡Yo puedo!" tu hijo podrá explorar y descubrir miles de actividades, cumplir retos sorpresa y ser el ganador de muchos campeonatos!"



Post 2 / Copy:

"¡Yo puedo! es un juego que se personaliza y adapta a las necesidades e intereses de tu hijo. ¡Descarga el juego para que pueda descubrir todas las aventuras que le hemos preparado!"



Post 3 / Copy:

"¡Los logros de tu hijo también son los nuestros! Porque los premios que tu hijo va ganando, son una señal de que está mejorando y fortaleciendo sus capacidades."



Post 4 / Copy:

"¡Nos importa el bienestar de tu hijo! Por ello, nos preocupamos por saber su estado de ánimo para proporcionarle actividades que le hagan sentir bien."



Post 5 / Copy:

"¡Con ¡Yo puedo! tu hijo podrá identificar y poner en práctica las actividades que más disfruta hacer! Descarga el app aquí."

● 6.2. Validación

El proceso de validación permitió comprobar si la propuesta de diseño desarrollada cumple satisfactoriamente con los requisitos y necesidades del tema de estudio. Para este proceso se realizaron cuatro cuestionarios dirigidos a: expertos en educación especial y psicología especializada en atención a personas con discapacidad, profesionales especializados en diseño gráfico, padres y/o encargados de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down y adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down. Los resultados obtenidos (ver apéndice 9) permitieron identificar las piezas que requerían ser modificadas:

- Publicaciones de la campaña “¡Sí puedo, sí puedes!

El grupo de expertos en educación especial y los profesionales en diseño gráfico coincidieron en evaluar si las imágenes que se encuentran sobre los titulares no afectaban su lectura. A partir de esta observación se determinó que era necesario bajar un poco la imagen de este post para no ocultar demasiado la letra “m” de la palabra “muchas”:



Antes



Después

Al realizar dicha modificación, se determinó que la diagramación del contenido de texto del siguiente post no estaba totalmente integrada con el resto de los elementos. Para resolverlo se amplió el tamaño de algunas palabras en el titular y se modificó la posición del texto e imagen:



Antes



Después

En las siguientes publicaciones se modificó de manera mínima la posición de la comilla de cierre con la finalidad de que representara mejor la conclusión del texto:



Antes



Después



Antes



Después

- Folleto digital informativo "¡Sí puedo, sí puedes!"

El grupo de padres de jóvenes con SD y los diseñadores gráficos señalaron que las primeras páginas del folleto digital informativo (páginas 3 a la 6) eran difíciles de leer por el tamaño de letra utilizado (40pts). Se coincidió con dichos comentarios y se tomó la decisión de utilizar el mismo tamaño de letra para todo el folleto (45 pts).

Esta modificación implicó re-diagramar dichas páginas.



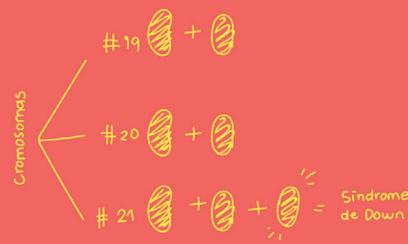
Página 3 - Antes

¿Qué es el Síndrome de Down?

La Fundación Iberoamericana Down 21, establece que un síndrome significa la existencia de un conjunto de síntomas que definen o caracterizan a una determinada condición patológica. El Síndrome de Down (SD) se llama así porque en el siglo pasado fue identificado por el científico inglés **John Langdon Down**. Sin embargo, no fue hasta 1957 cuando el Dr. Jerome Lejeune descubrió que la razón esencial de que apareciera este **síndrome se debía a que los núcleos de las células tenían un cromosoma extra de los habituales.**

3

Página 3 · Después

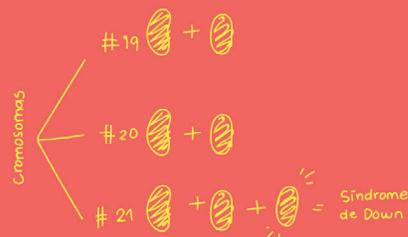


El síndrome de Down se define dado a una alteración genética sucedida en el núcleo de las células del individuo, en donde se recibe un cromosoma extra, es decir 47 cromosomas en lugar de 46 (que son los 23 recibidos por la célula germinal del padre y la madre). Dicho cromosoma extra llega a pertenecer al **par No.21** del cromosoma regular dando como resultado una trisomía. Por lo que al Síndrome de Down también se le denomina como **Trisomía 21**.

4

Página 4 · Antes

El síndrome de Down se define dado a una alteración genética sucedida en el núcleo de las células del individuo, en donde se recibe un cromosoma extra, es decir 47 cromosomas en lugar de 46 (que son los 23 recibidos por la célula germinal del padre y la madre). Dicho cromosoma extra llega a pertenecer al **par No.21** del cromosoma regular dando como resultado una trisomía. Por lo que al Síndrome de Down también se le denomina como **Trisomía 21**.



4

Página 4 · Después

Hablemos de autonomía

Peñuelas, en su libro: "¿Cómo favorecer la autonomía personal de mi hijo con Síndrome de Down?", define a la autonomía como la capacidad de la persona para realizar por sí misma, actos cotidianos elementales de supervivencia, como la alimentación, el aseo, vestido, manejo de aparatos o dispositivos mecánicos sencillos, la realización de pequeños desplazamientos, etc.



Así también, indica que, para el alcance de la autonomía, primero es importante que el niño aprenda **hábitos**, a través de los cuales será capaz de asumir actitudes y valores, entender y asimilar el orden y adquirir **confianza y autoestima**.

5

Página 5 · Antes

Hablemos de autonomía

Peñuelas, en su libro: "¿Cómo favorecer la autonomía personal de mi hijo con Síndrome de Down?", define a la autonomía como la capacidad de la persona para realizar por sí misma, actos cotidianos elementales de supervivencia, como la alimentación, el aseo, vestido, manejo de aparatos o dispositivos mecánicos sencillos, la realización de pequeños desplazamientos, etc.

5



Así también, indica que, para el alcance de la autonomía, primero es importante que el niño aprenda **hábitos**, a través de los cuales será capaz de asumir actitudes y valores, entender y asimilar el orden y adquirir **confianza y autoestima**.

6

Página 5 · Después (el texto se distribuyó en 2 páginas)



Página 6 · Antes



Página 6 · Después

- Publicaciones sobre el juego virtual "¡Yo puedo!"

Uno de los diseñadores gráficos consideró que el grupo objetivo podría no percibir y leer las publicaciones si estas tenían mucha información. Se comprobó que esta observación era válida y por ello, se dejó únicamente la información esencial que permitiera comunicar eficientemente el mensaje:

Tu hijo ¡puede!

Permite que tu hijo se divierta y pierda el miedo a decir ¡Yo puedo!

Fortalece su autonomía y trabaja en sus habilidades y talentos con este juego educativo.

¡Yo puedo!

Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Antes

Que tu hijo pierda el miedo a decir: ¡Yo puedo!

Fortalece su autonomía y trabaja en sus habilidades y talentos con:

¡Yo puedo!

Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Después

¡Descubre su potencial!

Permite que tu hijo desarrolle, a su propio ritmo, sus talentos y habilidades de forma autónoma e independiente con:

¡Yo puedo!

Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Antes

¡Descubre su potencial!

Permite que tu hijo desarrolle, a su propio ritmo, sus talentos forma autónoma e independiente con:

¡Yo puedo!

Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Después

¡Permite que tu hijo sea un campeón!

A través de actividades que fomenten su autonomía, tu hijo será capaz de mejorar sus habilidades, reconocer y celebrar sus propios logros y mantenerse motivado.




Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Antes

¡Permite que tu hijo sea un campeón!

Con ¡Yo puedo! tu hijo podrá mejorar sus habilidades, celebrar sus propios logros y mantenerse motivado.




Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Después

¡Fortalece su autoestima!




“¡Yo puedo!” permite que tu hijo pueda expresar y manejar sus sentimientos y emociones, regulando de esta manera la ansiedad y el estrés que pueda sentir.”

Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Antes

¡Fortalece su autoestima!




Al expresar sus emociones con ¡Yo puedo! tu hijo podrá regular su ansiedad y estrés.

Disponible en Google Play | Disponible en el App Store

Después



Antes



Después

- Spot de radio "¡Sí puedo, sí puedes!"

Así también, dentro de las recomendaciones brindadas por los diseñadores gráficos, se sugirió incluir en el spot de radio un mensaje de cierre que invite al oyente a interactuar con la campaña. Para ello, se agregó la frase "Síguenos en Facebook para más información".

Operador de Audio		Locutores	
Track de fondo: música de ambiente animada.	10 seg.	LOC 1: "Hola, soy Majó y tengo Síndrome de Down".	3 seg.
		LOC 1: ¡Soy artista, nadadora, repostera y me encanta bailar!	3 seg.
		LOC 2: Yo creo en las capacidades de mi hija. ¡Cree tu también!	4 seg.
Track de cierre: Audio de cierre con identificador de campaña "¡Sí puedo, sí puedes!"	2 seg.	LOC 1 y 2: ¡Sí puedo, sí puedes!	2 seg.
		LOC 2: Síguenos en Facebook para más información.	2 seg.

LOC 1: María José / LOC 2: Padre de María José

● 6.3. Propuesta final

A continuación, se fundamentan todos los elementos gráficos que permitieron desarrollar y diseñar la propuesta gráfica final, basada en el concepto “Soñamos con las mismas metas”.

a) Paleta de color

Para resolver el problema de diseño y relacionar la propuesta gráfica con el tema de estudio y su concepto, se estableció una paleta de color llamativa la cual busca generar interés, optimismo y empatía en los grupos objetivo. Así también, los colores fueron seleccionados por su interpretación psicológica la cual permite que los padres y los adolescentes y jóvenes con SD puedan sentirse interesados en el material y su contenido.



Todas las tonalidades, a excepción del color “Ivory”, se utilizaron como colores planos y en degradé. El contraste que se adquiere a partir de los colores establecidos permitió generar propuestas gráficas llamativas, atractivas a la vista de sus grupos objetivo.

b) Tipografía

La selección tipográfica responde fundamentalmente a las necesidades informativas (para los padres), pedagógicas y de entretenimiento (para los jóvenes) de los grupos objetivo. Posterior a una evaluación sobre sus necesidades y tomando como base el problema de diseño y concepto establecido, se seleccionaron las siguientes tipografías:

Títulos,

DM Sans Bold

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,:; _ ' " " ¿? ¡! () + - =

Subtítulos,

DM Sans Medium

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,:; _ ' " " ¿? ¡! () + - =

Cuerpo de texto,

Didact Gothic Regular

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,:; _ ' " " ¿? ¡! () + - =

Las mismas cumplen con los aspectos gráficos necesarios para permitir que los títulos, subtítulos y contenido de texto sean fáciles de leer y comprender para ambos grupos objetivo, principalmente para los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down (SD) que pueden estar aprendiendo a leer.

c) Fotografías

Se utilizaron fotografías con iluminación neutra en plano medio a través de las cuales el/los jóvenes con SD ejemplifican situaciones de autonomía, con la vista dirigida hacia el receptor o realizando alguna acción. A través de ellas se busca generar empatía y énfasis entorno a la idea de personas soñando con las mismas metas. Para una mayor versatilidad sobre el uso del material en las propuestas gráficas, se manejaron las fotografías sin fondo y con sombra en formato “.png”.



d) Piezas finales

1) Campaña social informativa dirigida a padres de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down:

- Identificador de campaña

Se estableció como identificador de campaña el nombre “¡Sí puedo, sí puedes!”. La redacción del nombre en primera persona permite que el usuario pueda relacionarse con el tema de estudio y sentirse motivado e inspirado a promover la autonomía de su hijo con Síndrome de Down. Así también, el nombre establecido permite adaptarse y comunicarse con facilidad de manera visual y auditiva.

A continuación, se presentan las diferentes versiones en que el identificador de campaña puede ser utilizado.

Aplicación del logotipo con fondos de color



Aplicación del logotipo fondo blanco



Aplicación del logotipo fondo negro

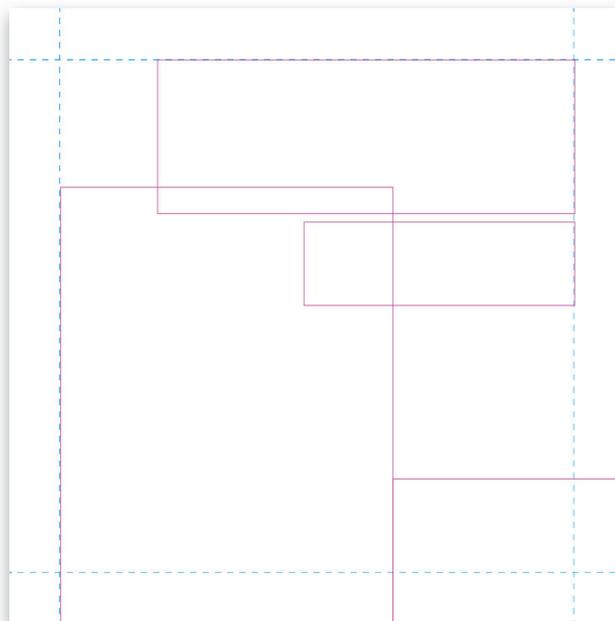


La tipografía Sans Serif gruesa con una leve inclinación hacia la esquina superior derecha aportan dinamismo y legibilidad al identificador de campaña dando como resultado una propuesta minimalista y atractiva al grupo objetivo.

- Posts para Facebook de la campaña “¡Sí puedo, sí puedes!”

Retícula, formato y soporte:

Se realizaron posts: con texto e imagen y sólo texto, con una retícula jerárquica en un formato de 1200x1200px RGB para ser vistos en Facebook a través de dispositivos digitales como el celular, computador y/o tablet.



Estos posts conforman la primera parte de la campaña y su finalidad es destacar las habilidades y capacidades que los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down (SD) tienen y pueden desarrollar, de forma que se pueda motivar a los padres a involucrarse en el proceso de desarrollo de la autonomía y talentos de sus hijos.

El uso de imágenes, elementos gráficos y textos complementarios en cada post permiten comunicar y concluir el mensaje de la campaña y su concepto.



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



¡Tú puedes permitir que tu hijo pueda desarrollar y alcanzar sus metas! 🤖⚡
Acompáñalo a construir su propia aventura.



Me gusta

Comentar

Compartir

1.035



Escribe un comentario...



Post 1



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



¡Ellos también quieren vivir la experiencia! 🌱🌟 Ayuda a tu hijo a conocer y practicar sus habilidades paso a paso para que pueda alcanzar sus propias metas. 🙌❤️



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😮 1.035



Escribe un comentario...



Post 2



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



¡Tú puedes lograr un gran cambio en el desarrollo de tu hijo! Acompáñalo en su proceso y motívalo para que pueda seguir avanzando. 🤗⚡



Me gusta

Comentar

Compartir

1.035



Escribe un comentario...



Post 3



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



Ellos nacieron sin límites. 😊 ✨ ¡Escucha su corazón y permítele demostrar todo lo que tiene para dar! ✨



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😮 1.035



Escribe un comentario...



Post 4



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐

Todos nacimos con un don especial para dar al mundo. 🌟 ¡Tu hijo también! Apóyalo y permítele que lo desarrolle. 🏆👶



Me gusta

Comentar

Compartir

1.035



Escribe un comentario...



Post 5



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



La mejor forma de demostrar amor, es enseñándole a tu hijo cómo amar.
¡Acompáñalo a construir su propio cuento de hadas! 🧚‍♀️ ✨ ❤️



Me gusta

Comentar

Compartir

1.035



Escribe un comentario...



Post 6



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



¡Ellos te cuidan y quieren lo mejor para ti! Permíteles ayudarte cuando lo necesites. 🤝❤️



Me gusta

Comentar

Compartir

1.035



Escribe un comentario...



Post 7



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐

Enséñale a tu hijo a utilizar la tecnología a su favor, de una manera segura y divertida. 📱👨🏻‍🦱

¡Traerá muchos beneficios para su desarrollo! 😊



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😮 1.035



Escribe un comentario...



Post 8



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐

Orientar a tu hijo hacia la autonomía, es la clave para que pueda gozar de su vida al máximo. 🍷❤️ ¡Ayúdalo paso a paso para desarrollar todo su potencial! 🤖⚡



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😮 1.035



Escribe un comentario...



Post 9



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



¡Es más sencillo de lo que piensas! 🤖 Pincha en el enlace para poder descubrir cómo fortalecer la autonomía de tu hijo 👉🔗 :

<https://issuu.com/mariand...>



Me gusta

Comentar

Compartir

1.035



Escribe un comentario...



Post 10

- Spot de radio

Formato y soporte: Este material se realizó en el formato de audio .mp3 para poder ser transmitido y escuchado a través de la radio.

Para tener un mayor alcance e impacto en el grupo objetivo se propuso el desarrollo de un spot de radio cuya finalidad es comunicar que a través del apoyo y motivación de los padres hacia los hijos, se puede permitir que los jóvenes con SD descubran su potencial y desarrollen su autonomía.

Storyline:

María José, o "Majo" como usualmente la llaman, es una joven guatemalteca con Síndrome de Down (SD) súper talentosa. Es artista, nadadora, bailarina y también sacó un técnico en repostería. Muchos padres todavía no se han dado cuenta de que sus hijos tienen múltiples talentos por descubrir. Sin embargo, el padre de María José es la excepción. La misión de ambos es demostrarle al mundo que, a través del apoyo y motivación, podemos permitir que los jóvenes con SD descubran su potencial.

Guión:

Tabla 8

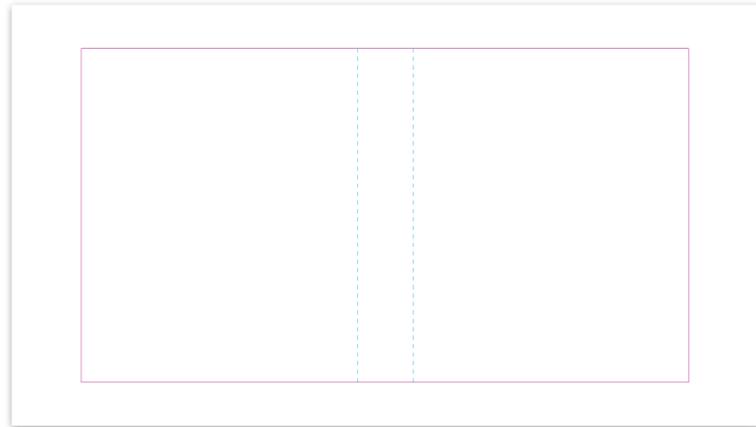
Guión final del spot de radio de la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!"

Operador de Audio		Locutores	
Track de fondo: música de ambiente animada.	10 seg.	LOC 1: "Hola, soy Majo y tengo Síndrome de Down".	3 seg.
		LOC 1: ¡Soy artista, nadadora, repostera y me encanta bailar!	3 seg.
		LOC 2: Yo creo en las capacidades de mi hija. ¡Cree tu también!	4 seg.
Track de cierre: Audio de cierre con identificador de campaña "¡Sí puedo, sí puedes!"	2 seg.	LOC 1 y 2: ¡Sí puedo, sí puedes!	2 seg.
		LOC 2: Búscanos en Facebook como ¡Sí puedo, sí puedes! para más información.	2 seg.

LOC 1: María José / LOC 2: Padre de María José

- Folleto digital informativo:

Retícula, formato y soporte: El folleto informativo se realizó para ser visto en dispositivos digitales, principalmente computadora y celular en formato horizontal de 1920x1080px RGB utilizando una retícula de dos columnas.



El tercer material de la campaña es un folleto digital informativo cuya finalidad es permitir que los padres de familia puedan tener acceso a información sobre cómo fortalecer la autonomía en la vida de sus hijos. El uso de elementos gráficos y fotografías complementan el material y permiten facilitar interpretación y lectura del contenido.



Escrito por Alejandra J. Dardón
Edición y diseño por María Andrea Barrios Castillo.

Todos los derechos reservados, 2020.

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

2

¿Qué es el Síndrome de Down?



La Fundación Iberoamericana Down 21, establece que un síndrome significa la existencia de un conjunto de síntomas que definen o caracterizan a una determinada condición patológica. El Síndrome de Down (SD) se llama así porque en el siglo pasado fue identificado por el científico inglés **John Langdon Down**. Sin embargo, no fue hasta 1957 cuando el Dr. Jerome Lejeune descubrió que la razón esencial de que apareciera este **síndrome se debía a que los núcleos de las células tenían un cromosoma extra de los habituales.**

3

El síndrome de Down se define dado a una alteración genética sucedida en el núcleo de las células del individuo, en donde se recibe un cromosoma extra, es decir 47 cromosomas en lugar de 46 (que son los 23 recibidos por la célula germinal del padre y la madre). Dicho cromosoma extra llega a pertenecer al **par No.21** del cromosoma regular dando como resultado una trisomía. Por lo que al Síndrome de Down también se le denomina como **Trisomía 21**.



4

Hablemos de autonomía

Peñuelas, en su libro: “¿Cómo favorecer la autonomía personal de mi hijo con Síndrome de Down?”, define a la autonomía como la capacidad de la persona para realizar por sí misma, actos cotidianos elementales de supervivencia, como la alimentación, el aseo, vestido, manejo de aparatos o dispositivos mecánicos sencillos, la realización de pequeños desplazamientos, etc.

5



Así también, indica que, para el alcance de la autonomía, primero es importante que el niño aprenda **hábitos**, a través de los cuales será capaz de asumir actitudes y valores, entender y asimilar el orden y adquirir **confianza y autoestima**.

6

Para contribuir con el desarrollo de los jóvenes con síndrome de Down en Guatemala, es necesario que; nosotros, los adultos a su alrededor seamos adultos que los conocemos y respetamos como seres humanos. Y como tales, **necesitan desarrollarse de manera autónoma en nuestra sociedad**.

Por consiguiente, para poder ser parte fundamental en el proceso de ayuda y desarrollo hacia los jóvenes con síndrome de Down, debemos ser conscientes de nuestros pensamientos en torno al tema, incluso aquellos temores o prejuicios que están en lo profundo de nuestra mente.

7

1

“
**¡Sí, puedo confiar en tí!,
¡Sí, puedes lograrlo!**
”

8

¡Sí puedo confiar en tí!,
¡Sí, puedes lograrlo!

Beatriz Garvía Peñuelas en su manual “Cómo Favorecer la Autonomía personal de mi hijo con síndrome de Down” expresa:

“Las actitudes de sobreprotección que con frecuencia suelen existir en las familias que tienen un hijo con una discapacidad y la tendencia a infravalorar las capacidades reales de los hijos; está relacionada con el desarrollo de las habilidades que conllevan a la autonomía”.

9

Las actitudes de sobreprotección han iniciado en nuestro inconsciente antes de si quiera tomar una decisión de proteger.

Por ello es necesario reconocer los pensamientos que nos llevan a apartar a nuestros hijos de lo que puede lastimar sus sentimientos y de aquellos que no creen que puedan. Necesitamos identificar si nosotros creemos que pueden. Está bien que nos permitamos sentir miedo o incertidumbre frente a un tema que parece un reto para ellos; sin embargo, estos sentimientos al final debiesen ser un escalón que sobrepasamos para permitirnos alcanzar otra meta.

10

Digámonos a nosotros mismos, **sí puedo sobrepasar el miedo, sí puedo confiar en que puedes aprender, sí, puedes lograrlo.**

11

2

“

**¡Sí, puedo ser paciente!,
¡Sí, puedes tolerar la frustración!**

”

12

¡Sí, puedo ser paciente!, ¡Sí, puedes tolerar la frustración!

Mientras avanzamos en la aceptación de la idea de que el niño o joven con síndrome de Down inicia a ser autónomo, nos chocamos con la afirmación de que ciertas habilidades tomarán más tiempo que otras para aprender, y por consiguiente también a nosotros nos llevará más tiempo enseñar, por lo que iniciamos el camino del desarrollo de la paciencia.



13

Afirmar que sí podemos ser pacientes, nos llevará varios intentos, muchas pruebas y la búsqueda de recursos psicológicos en nuestro interior como la persistencia y la determinación para ser el adulto en el que nos convertimos cuando decimos sí al desarrollo de la independencia de los jóvenes.



El ser pacientes incluye reconocer que, **incluso en las situaciones más sencillas para nosotros, alguno de nuestros chicos experimentará frustración.**

14



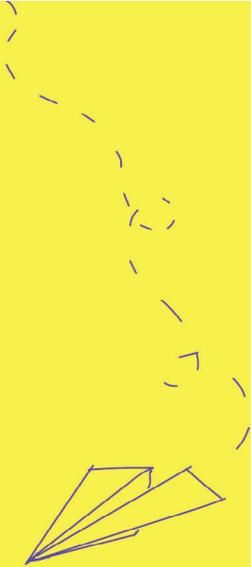
¿Por qué?, porque siempre existe algo que nos requerirá un esfuerzo extra, **tengas síndrome de Down o no.**

Allí es donde empezamos a desarrollar empatía con nuestros hijos.



15





Regresemos unos años atrás, cuando nosotros estábamos en la escuela, había una clase que nos presentaba dificultad, o simplemente no era nuestro gusto principal. Exactamente lo mismo pasa o pasará con ellos. Y entonces podemos comprender que mientras enseñamos a nuestros jóvenes nuevas habilidades que los encaminen a la autonomía, **nos encontraremos a nosotros mismos aprendiendo a ser pacientes y al mismo tiempo a tolerar nuestra frustración**, y entonces podremos enseñarles cómo hacerlo.

16

“

**¡Sí, quiero lo mejor para tí!,
¡Sí, mereces lo mejor!**

”

17

**¡Sí, quiero lo mejor para tí!,
¡Sí, mereces lo mejor!**



Si ponemos atención a nuestras conversaciones con otros padres con hijos con síndrome de down, notaremos que tenemos tanto en común, iniciando con el hecho de querer lo mejor nuestros hijos. Y si analizamos esta idea, no siempre lo que creemos que es “lo mejor” es lo mismo para todos y **no siempre irá de la mano con los sueños o metas ellos.**

18

He escuchado que algunos de ellos quieren trabajar, otros tener citas y salir con sus amigos al cine o a bailar; ¿cómo percibes esta situación? **¿te golpea la idea de que un joven con síndrome de down se enamore? ¿tenga citas? ¿está nuestra sociedad preparada para esto? ¿son nuestros ambientes sociales seguros para que los jóvenes interactúen de forma autónoma?**



19

Estas y muchas preguntas más pueden pasar por tu mente e incluso puede aparecer la ansiedad creciendo dentro. Sin embargo, debemos estar conscientes que todos **queremos lo mejor para ellos, así mismo; ellos quieren alcanzar sus sueños.**

20



Y en este caso **debemos buscar el equilibrio.** Aceptar que queremos lo mejor para ellos, al mismo tiempo que tomamos en cuenta todos los factores psicosociales, emocionales, ambientales y biológicos que podrían incidir en el desarrollo de la autonomía; pero sobre todo **aceptando que siempre podrá tener una vida mejor y más autónoma si vamos paso a paso,** y que los estamos ayudando a dar esos pasos.

21



4

“
**¡Sí, puedo reconocer
mi perspectiva de tí!,
¡Sí, puedes aprender
a confiar en tí!**
”

22

**¡Sí, puedo reconocer mi perspectiva de tí!,
¡Sí, puedes aprender a confiar en tí!**

La Fundación Iberoamericana Down21 señala: “Las expectativas se comunican a través de las palabras y de los gestos. Los hijos sienten las expectativas que los padres tienen sobre ellos. Así, cuando creemos que nuestros hijos no van a tener éxito en una tarea, se lo comunicamos con o sin palabras. Entonces el niño comienza a dudar de sus habilidades y se comporta de la manera que esperamos de ellos: o bien no lo intenta, o bien fracasa.”

23

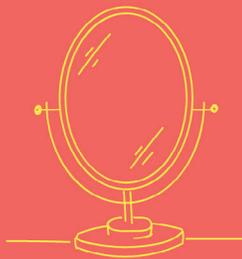
Por lo que debemos plantear objetivos claros, y solicitar ayuda a profesionales que nos puedan enseñar cómo podemos ir a través de este camino de la autonomía.

Por ejemplo, la Fundación Down21, en uno de sus artículos resalta que: “La falta de confianza en nuestros hijos se traduce con frecuencia en evitarles todo tipo de esfuerzo, en

hacer todo por ellos, en plantearles siempre objetivos sencillos para que los consigan con facilidad. El crecimiento personal se logra a través de la superación de retos, adaptados a sus posibilidades.”

Pero por qué sucede esto? ¿Qué pasa en nuestro interior? ¿a qué le tememos en el fondo?

24



Iniciar el camino de la autonomía con un joven con síndrome de down implica en muchos momentos, hacer una introspección; es decir, como adultos, padres o encargados, observar nuestra conciencia, meditar en ella y comprender lo que estamos comunicando. Posteriormente veremos reflejado en ellos, la confianza que nosotros mismos les transmitimos.

25

5

“
**¡Sí, puedo entregar el control!,
¡Sí, puedes manejar responsabilidades!**
”

26

**¡Sí, puedo entregar el control!, ¡Sí, puedes
manejar responsabilidades!**

Entregar el control, significará una idea descabellada. Pero recordemos; “el equilibrio”, quedarnos en los extremos como “debo hacerlo todo por él” o “la negligencia” nos llevará a tomar las decisiones que no ayudarán a nuestros hijos.



27



En este caso, soltar el control significa, **entregar cierta responsabilidad poco a poco y cada vez más.**

Tan sencillo como confiar en que puede bañarse solo, cocinar en casa, hasta enseñarle el manejo del dinero o, ser puntual. De la misma forma podemos pensar todas estas tareas y más con grados de dificultad distintos, ¿por qué distintos? Porque **todos aprendemos a un ritmo diferente.**

28



Recordemos también, que cada etapa tendrá nuevas exigencias, pues **la autonomía será desarrollada toda la vida.**



29

En los párrafos anteriores mencionamos el manejo de la tolerancia a la frustración cuando se intenta una tarea asignada y no se alcanza el objetivo deseado, de igual forma queremos hacer énfasis en el desarrollo de la autoestima cuando sí se alcanza el objetivo deseado, cuando el joven con síndrome de Down obtuvo éxito en lo que trabajó y lo logró por sí mismo.

Esto va estrechamente ligado a comprender **la etapa en la que se encuentra, para que le demos las tareas con el grado de dificultad apropiado.**

30

Sí, tu hijo puede manejar responsabilidades, pero necesitamos conocer sus áreas de oportunidad para ayudarlo a desarrollarlo como una persona responsable y cada vez más autónoma. Tú puedes permitirle alcanzar su autonomía.

Sólo deben avanzar juntos paso a paso.

**¡Sí puedo,
sí puedes!**

31

2. Juego virtual "¡Yo puedo!" dirigido a adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down

- Nombre y logotipo del juego

El nombre definido para el juego virtual busca motivar y promover a que los jóvenes con SD comuniquen ante cualquier situación donde puedan expresar su autonomía, que ellos "*pueden hacerlo*". Así también, el logotipo establecido alude a dicha acción mediante la representación de una mano levantada, con rasgos físicos característicos de las personas con SD.



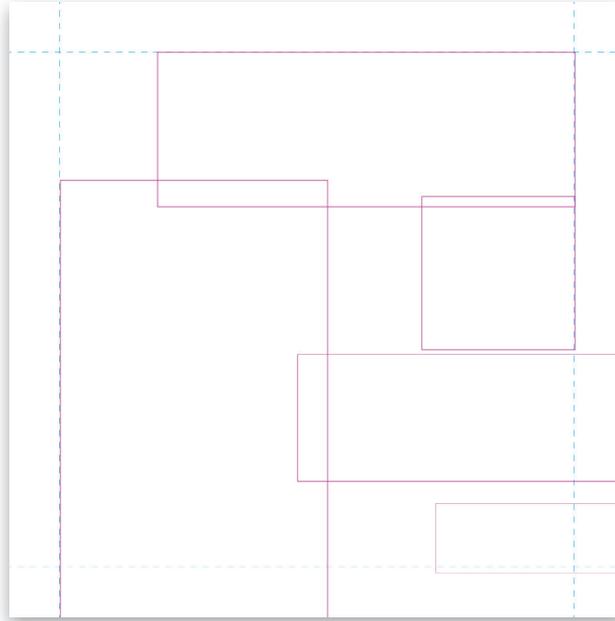
Logotipo del juego



Ícono para aplicación

- Posts informativos para Facebook sobre juego virtual "¡Yo puedo!"

Retícula, formato y soporte: Se realizaron posts con texto e imagen en un formato de 1200x1200px RGB para ser vistos en Facebook a través de dispositivos digitales como el celular, computador y/o tablet. Se utilizó una retícula jerárquica para la organización de los elementos gráficos y contenido de texto.



Las publicaciones sobre el juego virtual buscan resolver la necesidad de los padres por encontrar una herramienta que les permita apoyar a sus hijos en el desarrollo de su autonomía. Para ello se desarrollaron una serie de posts que comunican los principales beneficios del juego. Así también, las publicaciones buscan promover a que los padres descarguen la aplicación en sus dispositivos o los de sus hijos para poder jugar. El uso de elementos gráficos, ilustraciones y fotografías responden al concepto establecido, comunican la esencia del juego y permiten llamar la atención del grupo objetivo.



¡Sí puedo, sí puedes!

Hace un momento · 🌐



Descubre una manera divertida para que tu hijo desarrolle sus talentos y fortalezca su autonomía con "¡Yo puedo!" 🤖⚡

Que tu hijo pierda el miedo a decir:
¡Yo puedo!

Fortalece su autonomía y trabaja en sus habilidades y talentos con:

¡Bienvenido a la Copa Campeón!
Descubre todos los aventuras que te preparados p...

¡Yo puedo!

DISPONIBLE EN Google Play Disponible en el App Store

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😱 1.035



Escribe un comentario...



Post 1



Juego Virtual ¡Yo puedo!

Hace un momento · 🌐



¡Yo puedo! es un juego que se personaliza y adapta a las necesidades e intereses de tu hijo. ✨🌟 ¡Descarga el juego para que pueda descubrir todas las aventuras que le hemos preparado! 🧑🏻👦❤️



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😱 1.035



Escribe un comentario...



Post 2



Juego Virtual ¡Yo puedo!

Hace un momento · 🌐

¡Los logros de tu hijo también son los nuestros! 🎉 Porque los premios que tu hijo va ganando, son una señal de que está mejorando y fortaleciendo sus capacidades. 😊❤️

¡Permite que tu hijo sea un campeón!

Con ¡Yo puedo! tu hijo podrá mejorar sus habilidades, celebrar sus propios logros y mantenerse motivado.



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😱 1.035



Escribe un comentario...



Post 3



Juego Virtual ¡Yo puedo!

Hace un momento · 🌐



¡Nos importa el bienestar de tu hijo! Por ello, nos preocupamos por saber su estado de ánimo para proporcionarle actividades que le hagan sentir bien. 🧑🏻



¡Fortalece su autoestima!

¡Hola Luis!
¿Cómo te sientes el día de hoy?

Feliz

Al expresar sus emociones con ¡Yo puedo! tu hijo podrá regular su ansiedad y estrés.

DISPONIBLE EN Google Play Disponible en el App Store

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😱 1.035



Escribe un comentario...



Post 4



Juego Virtual ¡Yo puedo!

Hace un momento · 🌐

¡Con ¡Yo puedo! tu hijo podrá identificar y poner en práctica las actividades que más disfruta hacer! 🎬👨🎨👩🎨 Pincha el enlace para descargar el app: <https://invisionapp.com> ...

¡Descubre con tu hijo sus gustos y talentos!

Permite que tu hijo pueda desarrollar un criterio propio sobre sus gustos y preferencias con:

¡Yo puedo!

DISPONIBLE EN Google Play Disponible en el App Store

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😱 1.035



Escribe un comentario...



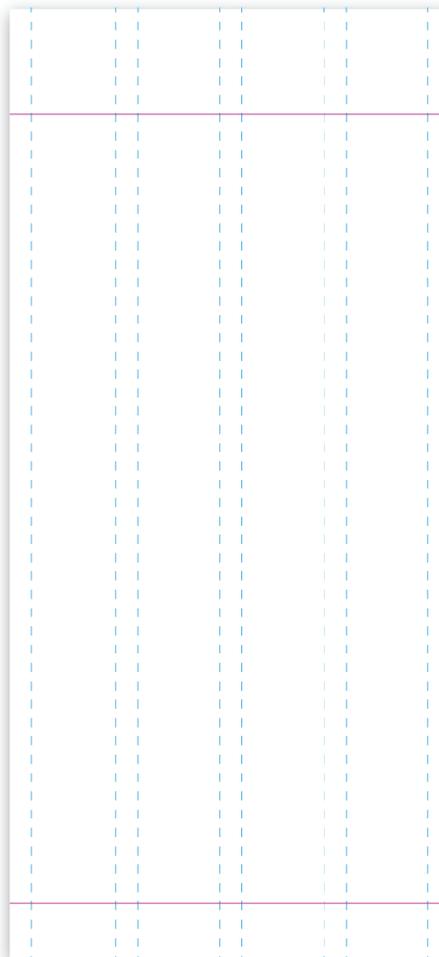
Post 5

- Juego virtual “¡Yo puedo!”

Retícula, formato y soporte: El juego virtual deberá funcionar para pantallas Android y iOS. El prototipo se realizó en un formato de pantalla de 414x896px (pantalla de iPhone X, para facilitar la demostración del prototipo en Invision) con el modelo de color RGB. Se utilizó una retícula de columnas que permitió la correcta organización de los elementos gráficos y texto dentro del juego.

“¡Yo puedo!” surge con el objetivo de proporcionar a los adolescentes y jóvenes con SD un juego divertido y entretenido a través del cual puedan estimular el desarrollo de conductas y competencias que impulsen su autonomía, de forma personalizada y gradual según su propio proceso de aprendizaje. Para aludir al concepto y permitir que el aprendizaje de dichas competencias se lleve de manera natural, la distribución de las actividades que permiten fortalecer su autonomía fue organizado en dos secciones a partir de las cuales se fortalecen cinco áreas de desarrollo: (1) sección de talentos (para el desarrollo del área personal de higiene, personal social, de información personal) y (2) retos diarios (que cubren el desarrollo del área artística y matemática). El contenido del juego será trabajado por niveles de complejidad (campeonatos).

Para el desarrollo de este prototipo se elaboró el nivel 1 para ejemplificar la dinámica del juego. La selección de elementos gráficos, iconografía, imágenes y fotografías busca facilitar la comprensión y retención del usuario con la información para permitir que pueda divertirse y entretenerse, así como para transmitir la esencia del concepto establecido. A continuación se presentan las pantallas finales del juego:





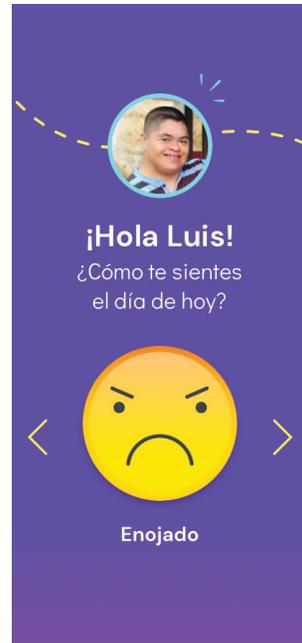
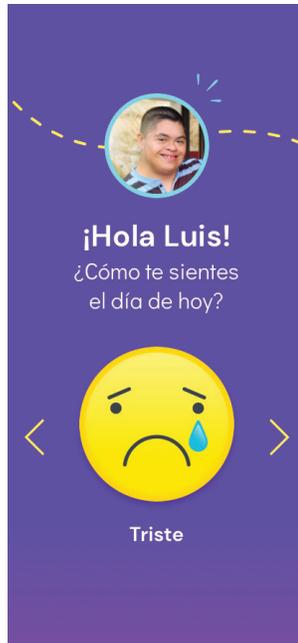
1 / Primera pantalla:
Aparece cuando el usuario ingresa al juego. Desaparece automáticamente para mostrar la segunda pantalla.



2 / Personalización del juego:
El usuario puede escribir su nombre y subir una foto.



2 / Personalización del juego:
Visualización de la pantalla con nombre y foto del usuario.



3 / Estado de ánimo.

Luego de personalizar su perfil, el usuario navegar entre los estados de ánimo del juego.



3 / Estado de ánimo:
Visualización de la pantalla con el estado de ánimo seleccionado.



4 / Bienvenida:
Pop up de introducción al primer campeonato del juego.



5 / Inicio > actividades:
El usuario ya puede navegar y conocer las actividades del juego.



6 / Cambiar el estado de ánimo:
Desde la sección de inicio, el usuario puede cambiar su estado de ánimo cuando desee.



7 / Selección de una actividad:
Al dar click a una actividad, se desplegará un menú indicando los materiales requeridos para su desarrollo.



7 / Materiales:
El usuario puede navegar y ver todos los materiales que debe recopilar, dando click en las flechas amarillas.



7 / Materiales:

El usuario puede navegar y ver todos los materiales que debe recopilar, dando click en las flechas amarillas. Al tener todos los materiales, el usuario puede dar click al botón amarillo de "¡Listo!".



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
Aparece un dibujo predeterminado para pintar.



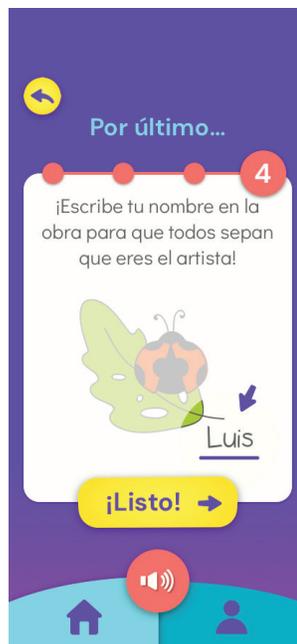
8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
El usuario puede refrescar la pantalla para cambiar de dibujo.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
El usuario sigue instrucciones y avanza según el ejemplo.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
El usuario sigue instrucciones y avanza según el ejemplo.



8 / Actividad: ¡Hagamos una obra de arte!
Al terminar la actividad, el usuario puede presionar el botón de "¡listo!".



9 / Reconocimientos por actividad completada:
Aparecerá un "pop up" felicitando y entregándole un premio.



10 / Mi perfil > Mis premios:
El usuario puede ver sus premios y los que puede ganar.



11 / Mi perfil > Mis favoritos:
Aparecen las actividades guardadas por el usuario.



12 / Inicio > Retos sorpresa:
Aparecerá una ventana destacando el reto sorpresa.



12 / Inicio > Retos sorpresa (animación):
Aparece la introducción al primer reto sorpresa.



12 / Inicio > Retos sorpresa (animación):
Se despliega la pregunta al primer reto.



12 / Inicio > Retos sorpresa (animación):
Pantalla posterior a responder el reto.



13 / Reconocimiento por reto completado:
 Aparecerá un pop up con puntos bono como recompensa por cumplir el reto.



14 / Animación de reconocimiento por terminar el campeonato:
 Para celebrar y reconocer al usuario, aparecerá una animación corta donde se destaque llamativamente al trofeo del que el usuario ha sido ganador. Posterior a ello, el usuario podrá acceder al siguiente campeonato y así sucesivamente.



Producción y reproducción

● 7.1. Estrategia de implementación de medios

Se desarrolló la siguiente estrategia de implementación de medios con la finalidad de permitir que los materiales propuestos puedan llegar a los grupos objetivo del proyecto satisfactoriamente. Las propuestas gráficas que lo conforman se organizan en dos partes:

a. Campaña informativa "¡Sí puedo, sí puedes!", dirigida a padres

El inicio de la campaña comunicará simultáneamente las publicaciones en Facebook y el spot de radio cuya finalidad es informar y concientizar acerca de las capacidades de los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down en relación con su autonomía. Para el cierre de esta campaña, se le proporcionará al grupo objetivo un folleto digital informativo a través del cual podrán conocer cómo pueden favorecer la autonomía de sus hijos.

b. Juego virtual "¡Yo puedo!"

Posterior a la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!" se planteó el juego virtual "¡Yo puedo!" a través del cual los padres podrán apoyar y favorecer aún más la autonomía de sus hijos. Se comunicarán primero una serie de publicaciones en Facebook para dar a conocer el juego y resaltar sus beneficios. A partir de esta comunicación se persuadirá a los padres a que descarguen la aplicación para que sus hijos puedan jugar.

Tabla 9

Implementación de medios

Pieza	Sistema de producción	Cantidad	Involucrados en el proceso	Implementación
Posts Facebook "¡Sí puedo, Sí puedes!"	Digital Facebook	10	Community Manager	Se publicarán de dos a tres veces por semana y permanecerán bajo pauta durante 1 mes.
Folleto informativo	Digital (issuu.com)	1	El G.O. quien tendrá acceso libre al folleto a través de las publicaciones que redirigen al sitio.	Sitio web issuu.com a través del cual el folleto será accesible de manera virtual a todos los padres.
Posts Facebook juego virtual "¡Yo puedo!"	Digital Facebook	7	Community Manager	Posterior a la campaña "¡Sí puedo, Sí puedes!", se publicarán en las primeras dos semanas de febrero 2021. Cinco de los posts permanecerán bajo pauta durante 1 mes.
Juego Virtual "¡Yo puedo!"	Digital	1	Desarrollador de juegos y diseñador gráfico	Material de cierre de todo el proyecto, al que se podrá tener acceso a través del AppStore (para iOS) y Play Store (para Android). Sin fecha de caducidad.

Fuente: propia.

Matriz de contenido Facebook de campaña informativa "¡Sí puedo, sí puedes!"

- **Canal digital:** Facebook
- **Período:** Enero 2021
- **Objetivo:** Informar y concientizar a los padres acerca de las capacidades de sus hijos con Síndrome de Down en relación con su autonomía.

Matriz de contenido campaña "¡Sí puedo, sí puedes!" - Enero 2021

SEMANA	#	DÍA / FECHA	HORA	IMAGEN	COPY	OBJETIVO	PAUTA	PRESUPUESTO DIARIO FB
1	POST 1	martes 05/01	11:00 a.m.		Tú puedes permitir que tu hijo pueda desarrollar y alcanzar sus metas! 🤗⚡ Acompáñalo a construir su propia aventura.	Alcance (CTA a "Ver más")	Sí	Q.50.00
	POST 2	jueves 07/01	5:00 p.m.		¡Ellos también quieren vivir la experiencia! 🤗⚡ Ayuda a tu hijo a conocer y practicar su habilidades paso a paso para que pueda alcanzar sus propias metas. 🤗👉	Alcance (CTA a "Ver más")	Sí	Q.50.00
2	POST 3	lunes 11/01	5:00 p.m.		¡Tú puedes lograr un gran cambio en el desarrollo de tu hijo! Acompáñalo en su proceso y motívalo para que pueda seguir avanzando. 🤗⚡		No	
	POST 4	miércoles 13/01	5:00 p.m.		Ellos nacieron sin límites. 🤗⚡ ¡Escucha su corazón y permítele demostrar todo lo que tiene para dar! 🤗	Alcance (CTA a "Ver más")	Sí	Q.50.00
	POST 5	viernes 15/01	11:00 a.m.		Todos nacimos con un don especial para dar al mundo. 🤗⚡ ¡Tu hijo también! Acóyalo y permítele que lo desarrolle. 🤗🏆	Alcance (CTA a "Ver más")	Sí	Q.50.00
3	POST 6	martes 19/01	11:00 a.m.		La mejor forma de demostrar amor, es enseñándole a tu hijo cómo amar. ¡Acompáñalo a construir su propio cuento de hadas! 🤗👉🤗	Alcance (CTA a "Ver más")	Sí	Q.50.00
	POST 7	jueves 21/01	5:00 p.m.		¡Ellos te cuidan y quieren lo mejor para ti! Permíteles ayudarte cuando lo necesites. 🤗👉		No	
4	POST 8	lunes 25/01	5:00 p.m.		Enseñale a tu hijo a utilizar la tecnología a su favor, de una manera segura y divertida. 🤗👉 ¡Traerá muchos beneficios para su desarrollo! 🤗		No	
	POST 9	miércoles 27/01	11:00 a.m.		Orientar a tu hijo hacia la autonomía, es la clave para que pueda gozar de su vida al máximo 🤗👉 ¡Ayúdalo paso a paso para desarrollar todo su potencial! 🤗⚡		No	
	POST 10	viernes 29/01	11:00 a.m.		¡Es más sencillo de lo que piensas! 🤗👉 Descubre cómo fortalecer la autonomía de tu hijo 🤗👉	Alcance (CTA a "Ver más")	Sí	Q.50.00

El **presupuesto** establecido es una recomendación para alcanzar los objetivos planteados. El mínimo para pauta de publicaciones en Facebook es de \$1.00.

Matriz de contenido Facebook sobre el juego virtual
"¡Yo puedo!"

- **Canal digital:** Facebook
- **Período:** Febrero 2021
- **Objetivo:** Dar a conocer el juego y resaltar sus beneficios para persuadir a la descarga del mismo.

Matriz de contenido sobre posts informativos del juego "¡Yo puedo!" - Febrero 2021

SEMANA	#	DÍA / FECHA	HORA	IMAGEN	COPY	OBJETIVO	PAUTA	PRESUPUESTO DIARIO FB
1	POST 2	martes 02/02	11:00 a.m.		Descubre una manera divertida para que tu hijo desarrolle sus talentos y fortalezca su autonomía con "¡Yo puedo!" 🤖👉	Alcance (CTA a "Descargar").	Sí	Q. 50.00
	POST 3	miércoles 03/02	11:00 a.m.		¡Yo puedo! es un juego que se personaliza y adapta a las necesidades e intereses de tu hijo ✨👉 ¡Descarga el juego para que pueda descubrir todas las aventuras que le hemos preparado! 🎮💖	Instalaciones de la App (CTA a "Descargar").	Sí	Q. 50.00
	POST 4	miércoles 03/02	5:00 p.m.		¡Los logros de tu hijo también son los nuestros! 🏆👉 Porque los premios que tu hijo va ganando, son una señal de que está mejorando y fortaleciendo sus capacidades. 🥰💖	Instalaciones de la App (CTA a "Descargar").	Sí	Q. 50.00
	POST 5	jueves 04/02	11:00 a.m.		¡Nos importa el bienestar de tu hijo! Por ello, nos preocupamos por saber su estado de ánimo para proporcionarle actividades que le hagan sentir bien. 🧘♀️🌱💚	Instalaciones de la App (CTA a "Descargar").	Sí	Q. 50.00
	POST 6	jueves 04/02	5:00 p.m.		¡Con ¡Yo puedo! tu hijo podrá identificar y poner en práctica las actividades que más disfruta hacer! 🎮👉🎮	Instalaciones de la App (CTA a "Descargar").	Sí	Q. 50.00

El **presupuesto** establecido es una recomendación para alcanzar los objetivos planteados. El mínimo para pauta de publicaciones en Facebook es de \$1.00.

Tabla 10
Medios masivos

Pieza	Duración	Fecha	Lugar
Spot de radio	1 mes	Enero 2021	Emisoras departamentales (RCN, Emisoras Unidas, Alfa Fm).

Fuente: propia.

● 7.2. Presupuesto de diseño y producción

a. Presupuesto de diseño

Guatemala, 26 de octubre 2020

A quien interese,
Presente

Deseando que todas sus labores se estén realizando con éxito, se incluye en este documento el presupuesto de diseño para la elaboración de la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!" así como parte de los materiales que conforman el diseño del material enfocado en el juego virtual "¡Yo puedo!".

HONORARIOS

Campaña "¡Sí puedo, sí puedes!"

1 diseño de logotipo de campaña (investigación y análisis de marca, conceptualización y propuesta de un nombre de campaña para el diseño del logotipo).	Q. 4,500.00
Planeación y desarrollo de 1 hora de sesión fotográfica con luz ambiente (props incluidos).	Q. 2,500.00
Fee mensual para Facebook. Incluye: - Profile y cover para Facebook - Estrategia de comunicación digital, desarrollo de matriz de contenido, diseño y publicación de 10 artes mensuales. - 6 publicaciones bajo pauta mensual en Facebook	Q. 12,800.00
Diagramación y diseño de folleto digital informativo (1920x1080px) (por 31 páginas)	Q. 2,750.00
TOTAL	Q. 22,550.00



4915 7153 - contact.mariandreab@gmail.com

Juego virtual "¡Yo puedo!"

1 diseño de logotipo de juego virtual (investigación y análisis de marca, conceptualización y propuesta de un nombre de campaña para el diseño del logotipo)	Q. 3,500.00
Planeación y desarrollo de 1 hora de sesión fotográfica con luz ambiente (props incluidos).	Q. 2,500.00
Fee mensual para Facebook. Incluye: <ul style="list-style-type: none">- Profile y cover para Facebook- Estrategia de comunicación digital, desarrollo de matriz de contenido, diseño y publicación de 10 artes mensuales.- 5 publicaciones bajo pauta mensual en Facebook	Q. 11,250.00
TOTAL	Q. 17,250.00

En caso de ser necesario, se incluye el derecho a solicitar un máximo de 3 modificaciones sencillas por material. Los cambios sencillos adicionales tienen un valor de Q.50.00. Todo servicio desarrollado y debidamente cancelado, es propiedad del cliente. En caso contrario, los materiales realizados corresponden y son propiedad exclusiva de María Andrea Barrios Castillo, por lo que su uso en cualquier forma, queda expresamente prohibido.

Como requisito para iniciar con el proyecto solicito que los honorarios sean debidamente cancelados en dos cuotas, la primera de un 60% al momento de contratar el servicio y el 40% restante al entregar los materiales finales. Esta cotización se mantendrá vigente hasta el 31 de diciembre del año 2021 y corresponde únicamente a los procesos anteriormente descritos. No se está incluyendo el costo ni desarrollo de materiales como: diseño industrial, producción y/o edición de video, diseño de indumentaria, arquitectura, realización de renders, redacción y/o corrección de textos o gestión y desarrollo de impresión de material.

Estoy a las órdenes para cualquier otro servicio que pueda necesitar de comunicación, marketing, publicidad, diseño web, ilustración, fotografía y video.

Por favor no dude en contactarme por cualquier pregunta o comentario que se le pueda presentar. Será un gusto trabajar en equipo.

Atentamente,



Mandre Barrios



b. Presupuesto de reproducción

A partir de las consultas realizadas a expertos en el área, se presenta el siguiente presupuesto de reproducción para la elaboración del juego virtual "¡Yo puedo!" (ver apéndice 10).

Tabla 11

Presupuesto de reproducción

Desarrollo y diseño de juego virtual "¡Yo puedo!"	Precio
• UX/UI, diagramación y diseño del nivel 1 del juego	Q. 8,000.00
• Programación y desarrollo del nivel 1 del juego virtual "¡Yo puedo!" para dispositivos iOS y Android	Q. 8,800.00
• Mantenimiento mensual en la nube	Q. 80.00
TOTAL	Q. 16, 880.00

Fuente: propia.

c. Presupuesto de medios masivos

La siguiente tabla expresa un presupuesto estimado para la producción del spot de radio de la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!" (ver apéndice 10).

Tabla 12

Presupuesto de medios masivos

Spot de radio para la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!"	Precio
• Locución y grabación del spot de radio (segundo por locución Q.65.00)	Q. 1,760.00
• Edición y masterización del audio (2 horas)	Q. 2,000.00
• Pauta en emisora radial durante 1 mes. Q.10,000.00 (RCN)	Q. 10,000.00
TOTAL	Q. 13, 760.00

Fuente: propia.

● 7.3. Artes finales digitales e informe técnico

Se hará entrega de una carpeta titulada "Artes finales digitales", organizada en tres partes: la primera, es la carpeta con los instalables de todas las tipografías utilizadas para todo el proyecto (web safe fonts, de Google Fonts), y las otras dos, se organizan de la siguiente manera:

Carpeta "01 - Campaña informativa "¡Sí puedo, sí puedes!"

1) Carpeta "01-logotipo-campaña"

- Archivo editable en Illustrator CC "01-logotipo-campaña.ai", con textos convertidos a path, vectores y bordes expandidos. En modelo de color RGB a 72 ppi. Organizado en dos layers: información guía y diseño final.
- Carpeta "02-Logotipo PNG" con las versiones finales del logotipo en formato PNG.

2) Carpeta "02-posts de Campaña-Facebook"

- Archivo editable en Illustrator CC "01-posts-Facebook.ai", con textos convertidos a path, vectores y bordes expandidos e imágenes incrustadas. En modelo de color RGB a 72 ppi. Layers organizadas de la siguiente manera: (0) información guía, (1) fondo, (2) detalles ilustrados, (3) textos, (4) fotografías y detalles.
- Carpeta "02-posts Facebook PNG" con los posts finales en formato PNG (72 ppi).

3) Carpeta "03-Folleto digital informativo"

- Package de archivo editable en InDesign CC 2018 "01-posts-Facebook.ai" en versiones "indd" e "idml" en un formato de 1920x1080px bajo el modelo de color RGB a 72 ppi.
 - Subcarpeta de instalables de tipografías
 - Subcarpeta de links con los enlaces a las imágenes del folleto (7)
 - Layers del archivo organizadas de la siguiente manera: texto y diseño, líneas y detalles adicionales.
- Archivo PDF interactivo "Cómo fortalecer la autonomía de mi hijo con Síndrome de Down? - Folleto informativo de la campaña ¡Sí puedo, sí puedes!" con la propuesta final del folleto.

Carpeta "02 - Juego virtual "¡Yo puedo!"

1) Carpeta "01-logotipo-juego ¡Yo puedo!"

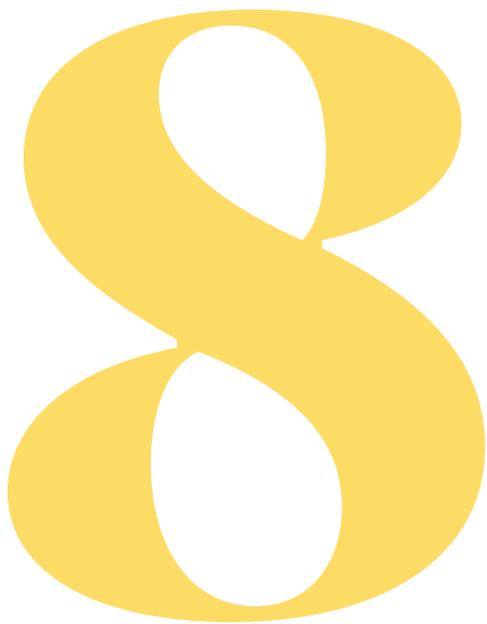
- Archivo editable en Illustrator CC "01-logotipo-juego ¡Yo puedo!", con textos convertidos a path, vectores y bordes expandidos. En modelo de color RGB a 72 ppi. Organizado en dos layers: información guía y logo con el diseño final.
- Carpeta "02-logotipo-juego"¡Yo puedo!" PNG" con las versiones finales del logotipo en formato PNG.

2) Carpeta "02-Posts informativos Facebook"

- Archivo editable en Illustrator CC "01-Posts informativos Facebook.ai", con textos convertidos a path, vectores y bordes expandidos e imágenes incrustadas. En modelo de color RGB a 72 ppi. Layers organizadas de la siguiente manera: (0) información guía, (1) fondo, (2) detalles, (3) texto, (4) fotografías.
- Carpeta "02-posts informativos Facebook-Yo Puedo PNG" con los posts finales en formato PNG (72 ppi).

3) Carpeta "03- App, juego virtual ¡Yo puedo!"

- Archivo editable "01-yopuedo-app" de Sketch (versión 55.2). Organizado en dos layers: wireframes y diseño final prototipado (para visualizarse desde el programa a través del plugin de "Craft" o a través de Invision). Archivo en modelo de color HEX a 72 ppi en el tamaño de pantalla para iPhone XR (414x896px).
- Carpeta "02-¡Yo puedo! App, PNG" con las pantallas finales formato PNG a 1x.
- Carpeta "03-Pantallas en GIF" con las pantallas 13.1, 13.2, 13.3 y 15 en formato GIF.



Conclusiones



● 8. Conclusiones

- 1) A través de los materiales que conforman la campaña publicitaria desarrollada se logró concientizar e informar a los padres acerca de las capacidades que tienen sus hijos en relación con su autonomía y crecimiento personal. Según los resultados de la validación sobre los materiales propuestos, se evidenció que la campaña abrió una puerta al diálogo e interés de los padres respecto a las capacidades de las personas con Síndrome de Down y al reconocimiento de las habilidades de sus hijos las cuales pueden seguirse reforzando con apoyo y constancia.
- 2) Es importante y necesario seguir comunicando, informando e involucrando a la sociedad sobre condiciones como el Síndrome de Down y la manera en que se puede contribuir a ellas para que gradualmente se pueda generar una mayor inclusión que permita proporcionarle a este grupo de personas un mejor desarrollo y calidad de vida.
- 3) El juego virtual “¡Yo puedo!” es una herramienta educativa, interactiva y de entretenimiento que, mediante un uso constante permitirá que los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down puedan desarrollar su autonomía y sentirse motivados. Este juego es el punto de partida perfecto para demostrar que las personas con Síndrome de Down no son limitadas y que sus capacidades trascienden más allá de su condición genética o habilidades cognitivas.
- 4) A través del apoyo y acompañamiento de los padres y mediante el juego virtual “¡Yo puedo!”, los jóvenes podrán desarrollar, a su propio ritmo, los sueños y metas que día a día aspiran lograr alcanzar (como ser bailarían, artista, músico, chef, entre otros). La oportunidad que ofrece este juego para que cada usuario desarrolle su autonomía y talentos puede impulsar aún más la inclusión laboral de personas con necesidades especiales.

9



Recomendaciones

● 9. Recomendaciones

- 1) Se propone que, en cuanto sea posible regresar a una nueva normalidad donde ninguna persona esté en riesgo de contagio (por el Covid-19), se realice una sesión fotográfica con más modelos hombres y mujeres con Síndrome de Down que puedan formar parte de la imagen de la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!". Así también, dar un debido seguimiento (con pauta) a la campaña en los dos medios de comunicación establecidos (Facebook y radio) que permita que más padres se informen sobre las capacidades de las personas con Síndrome de Down, a través del folleto digital informativo en Issuu.
- 2) Posterior a validar con una mayor cantidad de personas el prototipo del juego virtual "¡Yo puedo!" se recomienda dar seguimiento al desarrollo de este, partiendo desde el nivel 1. Así también, integrar el sistema de audio que permita que cada una de las secciones en el juego estén acompañados de una guía auditiva.

R.

**Referencias
bibliográficas**

- Allen, B. (2019). Etapas de la adolescencia. Retrieved from Healthy Children: <https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>
- Alvizurez, Y. (10 de Mayo de 2017). Niños especiales enfrentan falta de atención educativa . Obtenido de Prensa Libre: <https://www.prensalibre.com/ciudades/nios-especiales-se-enfrenta-a-la-falta-de-atencion-educativa/>
- Alvizurez, Y. (2017, Mayo 10). Niños especiales enfrentan falta de atención educativa . Obtenido de Prensa Libre: <https://www.prensalibre.com/ciudades/nios-especiales-se-enfrenta-a-la-falta-de-atencion-educativa/>
- Anywhere Inc. (2019). Días festivos y festivales en Guatemala. Obtenido de Anywhere: <https://www.anywhere.com/es/guatemala/travel-guide/dias-festivos>
- Anywhere Inc. (2019). Diversidad Étnica. Obtenido de Anywhere Inc.: <https://www.anywhere.com/es/guatemala/travel-guide/gente-y-cultura>
- Anywhere. (n.d.). Anywhere Guatemala . Obtenido de Religión en Guatemala: <https://www.anywhere.com/es/guatemala/travel-guide/religion>
- Bollmann Hanmann, C. (2013, noviembre 29). Guatemala: presentan estudio sobre niveles socioeconómicos. Obtenido de Claves del día: <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/562566-330/guatemala-presentan-estudio-sobre-niveles-socioeconomicos>
- Cabrera, C. (12 de Julio de 2016). Cómo es la Ciudad de Guatemala . Obtenido de Guatemala.com: <https://www.guatemala.com/noticias/cultura/como-es-la-ciudad-de-a.html>
- Cabrera, C. (2016, Abril 29). Guatemaltecos con síndrome de Down demuestran que no hay limitaciones. Obtenido de Guatemala.com: <https://www.guatemala.com/noticias/sociedad/guatemaltecos-con-sindrome-de-down-demuestran-que-no-hay-limitaciones.html>
- Cabrera, C. (29 de Abril de 2016). Guatemaltecos con síndrome de Down demuestran que no hay limitaciones. Obtenido de Guatemala.com: <https://www.guatemala.com/noticias/sociedad/guatemaltecos-con-sindrome-de-down-demuestran-que-no-hay-limitaciones.html>
- Consejo Nacional para la atención de las personas con discapacidad CONADI. (s.f.). Ley de Atención a las Personas con Discapacidad. Obtenido de Reglamento al Decreto 135-96 Ley de Atención a Personas con Discapacidad: http://www.sipi.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/sipi_normativa/ley_de_atencion_de_las_personas_con_discapacidad_decreto_135-96_-_guatemala.pdf
- Coordenadas geográficas de Ciudad de Guatemala, Guatemala. (2019). Obtenido de Date and time info: <https://dateandtime.info/es/citycoordinates.php?id=3598132>
- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Caracas, Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental.
- Dawley, S. (2019, julio 15). Cómo usar Instagram para empresas: una guía práctica de seis pasos. Retrieved from Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/es/instagram-para-negocios/#paso5>

- De Guate. (2013, Enero 28). Datos de Guatemala. Obtenido de De Guate: http://www.deguate.com/artman/publish/geo_deptos/Datos_de_Guatemala_400.shtml
- DICADE Dirección de Calidad y Desarrollo Educativo. (2006). Manual de Atención a las Necesidades Educativas Especiales en el Aula. En M. d. DICADE, Manual de Atención a las Necesidades Educativas Especiales en el Aula (pág. 36). Guatemala: DICADE.
- Díaz, F. d. (2018). Google libros. Obtenido de La publicidad contada por publicitarios: https://books.google.com.gt/books?id=YP91DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=qu%C3%A9+es+la+creatividad+publicitaria+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiY37Sn6M_qAhXymOAKHUgaBrQQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false
- Discapacidad, E. N. (2016). Directorio de Servicios Para Personas con Discapacidad (DSPD). Guatemala: CONADI.
- Down España. (2016, Julio 27). "Por fin se desarrolla en nuestro país una programa para tratar la disfasia en personas con síndrome de Down". Obtenido de Down España: <https://www.sindromedown.net/noticia/por-fin-se-desarrolla-en-nuestro-pais-una-programa-para-tratar-la-disfasia-en-personas-con-sindrome-de-down/>
- Down España. (s.f.). 12 Claves para la autonomía de las personas con síndrome de Down. Obtenido de Síndrome de Down: https://www.sindromedown.net/wp-content/uploads/2014/09/63L_12claves.pdf
- Down Galicia. (2018). Una app para fomentar la autonomía y empleabilidad de las personas con síndrome de Down y discapacidad intelectual. Obtenido de Down Galicia Federación Síndrome de Down: <https://downgalicia.org/es/2019/08/29/una-app-para-fomentar-la-autonomia-y-empleabilidad-de-las-personas-con-sindrome-de-down-y-discapacidad-intelectual/>
- Down Guatemala. (2019). Queremos que conozcas más sobre nosotros . Obtenido de Down Guatemala : <http://www.downguatemala.org/index>
- Downciclopedia. (s.f.). Aprendizaje académico funcional en el adolescente con síndrome de Down . Obtenido de Fundación Iberoamericana Down 21 DownCiclopedia: <https://www.downciclopedia.org/educacion/la-escolarizacion/2978-aprendizaje-academico-funcional-en-el-adolescente-con-sindrome-de-down.html>
- Duran, A. d. (2018). Fundamentos de la publicidad. Retrieved from Alberto de Duran : <http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/1x05-Fundamentos-de-la-publicidad.pdf>
- EAE. (2015). Value proposition canvas: conformando nuestra propuesta de valor. Retrieved from EAE Business School: <https://retos-directivos.eae.es/value-proposition-canvas-conformando-nuestra-propuesta-de-valor/#:~:text=La%20propuesta%20de%20valor%20es,dise%C3%B1ar%20su%20modelo%20de%20negocio.&text=Es%20un%20m%C3%A9todo%20que%20contrapone,desgranando%20en%20sus%20dif>
- EcuRed. (s.f.). Ciudad de Guatemala. Obtenido de EcuRed: https://www.ecured.cu/Ciudad_de_Guatemala

- El Universo. (2012, Marzo 22). Síndrome de Down afecta a 1 de cada 800 niños en Guatemala. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/2012/03/22/1/1384/sindrome-down-afecta-1-cada-800-ninos-guatemala.html>
- Empleo.com. (2019, Agosto 10). Situación laboral en Guatemala. Obtenido de Empleo.com: <https://www.empleo.com/situacion-laboral-en-guatemala/>
- Erickson, B. (2010). La Publicidad. Firms Press.
- Flórez, J. (2019). Causas de la disfunción cognitiva en el Síndrome de Down. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down 21: <https://www.downciclopedia.org/neurobiologia/causas-de-la-disfuncion-cognitiva-en-el-sindrome-de-down.html#2>
- Flórez, J. (2019). Problemas en la Comunicación. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21 Downciclopedia : <https://www.downciclopedia.org/psicologia/lenguaje-y-comunicacion/3025-problemas-en-la-comunicacion.html>
- Forsey, C. (2020). Marketing 11 Min Read. Retrieved from Blog Hubspot: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-use-instagram>
- Fundabiem. (2017). Nosotros. Obtenido de Fundabiem : <https://www.fundabiem.org.gt/mision-vision-y-valores/>
- Fundación Iberoamericana Down 21. (2 de Septiembre de 2019). ¿Qué es el Síndrome de Down? Obtenido de Fundación Iberoamericana Down 21: <https://www.down21.org/informacion-basica/76-que-es-el-sindrome-de-down/115-que-es-el-sindrome-de-down.html>
- Fundación Iberoamericana Down 21. (2019). 3rd. Internacional Conference Trisomy 21, Research Society . Barcelona, España : Fundación Iberoamericana Down 21.
- Fundación Iberoamericana Down 21. (2019). Desarrollo y Autonomía. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21: <https://www.down21.org/libros-recomendados-sobre-el-sindrome-de-down/1222-desarrollo-y-autonomia.html>
- Fundación Iberoamericana Down21. (2019). Editorial: La influencia del entorno. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21: <https://www.down21.org/revista-virtual/1762-revista-virtual-2019/revista-virtual-junio-2019-n-217/3337-editorial-la-influencia-del-entorno.html>
- Fundación Iberoamericana Down21. (2019). Problemas en la comunicación de las personas con síndrome de Down. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21: <https://www.down21.org/561-revista-virtual/revista-virtual-2007/revista-virtual-abril-2007/articulos-profesionales-abril-2007/1917-algunos-problemas-en-la-comunicacion-de-las-personas-con-sindrome-de-down-por-defecto-o-por-exceso.html>
- Fundación Iberoamericana Down21. (2019). Proyectos de futuro. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21: <https://www.down21.org/educacion/1234-proyectos-de-futuro.html>
- Giovaninni, K. (2019, enero 22). 3 Insights de la campaña responsable de Gillette. Obtenido de ExpoK: <https://www.expoknews.com/3-insights-de-la-campana-responsable-de-gillette/>
- González, A. (2018, Marzo 21). Estas iniciativas apoyan a las personas con Síndrome de Down.

- Obtenido de República Gt: <https://republica.gt/2018/03/21/151548/>
- Grzib, H. B. (2017). Disfasia en personas con Síndrome de Down. En H. B. Grzib, La comunicación con una persona con síndrome de Down y disfasia - Orientaciones (pág. 4). España: Down España.
- Grzib, H. B. (2017). La comunicación con una persona con Síndrome de Down y Disfasia. Obtenido de Síndrome de Down: <https://www.sindromedown.net/wp-content/uploads/2017/03/La-comunicacion-con-una-persona-con-s--ndrome-de-Down-y-disfasia.-Orientaciones.-Terapeutas.pdf>
- Guatemala . (2019). Historia. Obtenido de Visit Guatemala: <https://visitguatemala.com/por-que-guatemala/>
- Guatemala en breve. (2019). Obtenido de PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <http://www.gt.undp.org/content/guatemala/es/home/countryinfo.html>
- Guatemala, D. (2020). Bienvenidos a Down Guatemala. Obtenido de Down Guatemala: <http://www.downguatemala.org/>
- Guatemala, V. (s.f.). Cultura. Obtenido de Guatemala, Corazón del Mundo Maya: <https://visitguatemala.com/cultura/>
- Jasso, L. (2001). Rasgos físicos del niño con Síndrome de Down. En L. Jasso, El Niño Down, Mitos y Realidades (págs. 61-65). México: El Manual Moderno.
- Kumin, L. (2019). Artículo: Características físicas y cognitivas en los niños con Síndrome de Down. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21: <https://www.down21.org/revista-virtual/1736-revista-virtual-2017/revista-virtual-sindrome-de-down-octubre-2017-n-197/3115-articulo-profesional-caracteristicas-fisicas-y-cognitivas-de-los-ninos-con-sindrome-de-down.html>
- Kwei, I. (13 de Septiembre de 2017). Departamento de Guatemala. Obtenido de Guatemala.com: <https://aprende.guatemala.com/historia/geografia/departamento-de-guatemala/>
- Kwei, I. (2018, Agosto 03). Las principales religiones en Guatemala. Obtenido de Guatemala.com: <https://aprende.guatemala.com/cultura-guatemalteca/actualidad/principales-religiones-en-guatemala/>
- López, M. E. (2014, Abril). Desarrollo Social de la niñez con Síndrome de Down del Centro Educativo Experimental Las Margaritas luego del Programa de Inclusión. Obtenido de from Biblioteca URL: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/67/Hernandez-Maria.pdf>
- Lopez. (2018). Los 5 elementos de una campaña altamente efectiva. Obtenido de Aprendamos Marketing : <https://aprendamosmarketing.com/elementos-de-una-campana-altamente-efectiva/>
- Medline Plus. (2 de Septiembre de 2019). Hipoacusia . Obtenido de Medline Plus, Información de salud para usted: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003044.html>
- National Down Syndrome Congress. (2019). Asociaciones y Grupos de Apoyo. Obtenido de National Down Syndrome Congress: <https://www.ndsccenter.org/bienvenidos/>

- organizaciones-afiliadas/
- Neuronilla. (2020). Neuronilla . Obtenido de Ojos limpios (fresh eyes): <https://www.neuronilla.com/ojos-limpios-fresh-eyes-2/>
- Neuronilla. (2020). Neuronilla. Obtenido de La flor de loto (técnica MY): <https://www.neuronilla.com/la-flor-loto-tecnica-my/>
- NextU. (n.d.). Conoce más acerca de la historia de Facebook. Retrieved from Next_U: <https://www.nextu.com/blog/historia-de-facebook/>
- Nieto, B. G. (2017). Fundamentos de la Publicidad. Madrid: ESIC Editorial.
- Olimpiadas Especiales. (17 de Mayo de 2019). Un homenaje a nuestros héroes en Abu Dhabi 2019. Obtenido de Olimpiadas Especiales Guatemala: <http://www.olimpiadasespeciales.org.gt/noticias-1>
- Ovalle, N., Niemeyer, S., & Rodríguez, L. (2013). Nivel de Motricidad de Niños con Síndrome de Down de 6 a 10 años de edad medido a través del Test de Mc Clenaghan y Gallahue. Chile: Universidad Andrés Bello de Chile.
- Ozaeta, P. M. (2018, Abril 24). El tránsito en Guatemala, un problema de nunca acabar. Retrieved from Guatevisión: <https://www.guatevision.com/noticias/nacional/el-transito-en-guatemala-un-problema-de-nunca-acabar>
- Peñuelas, B. G. (2018). ¿Cómo favorecer la autonomía personal de mi hijo con Síndrome de Down? . España: Fundación Iberoamericana Down 21 .
- Pepyve. (2015). 3 Campañas muy capaces para el Día del Síndrome de Down . Obtenido de Pevype: <https://pevype.com/3-campanas-muy-capaces-para-el-dia-del-sindrome-de-down/>
- Perpiñán, S. (2018). Tengo un alumno con Síndrome de Down. Madrid: Narcea S.A. Ediciones.
- Pino, N. (n.d.). ¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social? . Retrieved from Webescuela: <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Piñero, J. (2017, Noviembre 27). La guía del "insight" en Marketing. Ejemplos y conceptos prácticos. Retrieved from Jorge Piñero: https://jorgepinero.com/guia-insight-marketing-ejemplos-consejos/#How_to_Insight_En_4_sencillos_pasos
- Pradia. (s.f.). Pradia: Misterio en la ciudad. Obtenido de Pradia: Misterio en la ciudad: <http://pradia.net/>
- Prensa Libre. (11 de Septiembre de 2018). Octava carrera San Martín se efectuará el 14 de octubre. Obtenido de Prensa Libre: <https://www.prensalibre.com/economia/vida-empresarial/septima-carrera-san-martin-se-efectuara-el-15-de-octubre/>
- Quiñónez, E. (15 de Febrero de 2019). Niños con Síndrome de Down serán beneficiados con 7,500 terapias. Obtenido de República Gt: <https://republica.gt/2019/02/15/ninos-con-sindrome-de-down-seran-beneficiados-con-7500/>
- Raffino, M. E. (2019, noviembre 29). Concepto de Pedagogía. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/pedagogia/>

Real Academia Española. (2019). Diccionario del español jurídico. Obtenido de Real Academia Española: <https://dej.rae.es/lema/capacidad-intelectual>

ReasonWhy. (2018, 03 21). Reason Why. Retrieved from "Auténticos", la campaña para visibilizar el Síndrome de Down: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/campanas/autenticos-la-campana-para-visibilizar-el-sindrome-de-down-2018-03-21>

Rodríguez, M. T. (2017). Artículo Personal: La autonomía de las personas con síndrome de Down. Obtenido de Fundación Iberoamericana Down21: <https://www.down21.org/revista-virtual/1736-revista-virtual-2017/revista-virtual-sindrome-de-down-octubre-2017-n-197/3120-articulo-personal-la-autonomia-de-las-personas-con-sindrome-de-down.html>

RockContent. (2019, junio 21). Aprende qué es el diseño web y lo que hace un profesional de esta área. Retrieved from Blog Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-web/>

Angeles, J. (2020). ¿Qué es UX y UI? La guía que necesitas para ser un profesional completo. Retrieved from Crehana: <https://www.crehana.com/blog/web/que-es-ux-y-como-te-ayudara-ser-profesional-completo/#ui-que-es-un-interfaz-de-usuario>

Rondal, J.-A. (2012). Los bebés con trisomía tienen derecho a vivir. Santander, España: Fundación Iberoamericana Down21.

Roser, G. (2018). Estimulación cognitiva en personas con Síndrome de Down Programa NeuronUp en Aura Fundación. Obtenido de Síndrome de Down Vida Adulta: <https://www.sindromedownvidaadulta.org/no29-junio-2018/articulos-no29-vida-adulta/estimulacion-cognitiva-en-personas-con-sindrome-de-down/>

Seguros Universales. (s.f.). Responsabilidad Social, Margarita Tejada. Obtenido de Universales: <https://www.universales.com/responsabilidad-social/margarita-tejada/>

Social, M. d. (2020). Salario Mínimo 2020. Retrieved from Ministerio de Trabajo y Previsión Social : <https://www.mintrabajo.gob.gt/index.php/dgt/salario-minimo>

State, U. S. (2016). GT US Embassy. Retrieved from Guatemala: Informe de 2016 sobre la libertad religiosa: <https://gt.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/253/GUATEMALA-2016-INTERNATIONAL-RELIGIOUS-FREEDOM-REPORT-spanish.pdf>

UNESCO. (n.d.). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Obtenido de Cultura: <http://unesco Guatemala.org/cultura/>

Universidad del Valle de Guatemala. (2019). Educación de personas con necesidades especiales. Obtenido de UVG Universidad del Valle de Guatemala: <https://www.uvg.edu.gt/educacion-personas-con-necesidades-especiales/>

<https://www.uvg.edu.gt/educacion-personas-con-necesidades-especiales/>

Wikiguate. (2018). Ciudad de Guatemala. Obtenido de WikiGuate: <https://wikiguate.com.gt/ciudad-de-guatemala/>

Yo también leo . (s.f.). App para aprender a leer. Obtenido de Yo también leo : <http://yotambienleo.com/app/>



Apéndice

● APÉNDICE I- Instrumento I

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A EDUCADORES ESPECIALES

- 1) ¿Cree usted que es importante que el joven con Síndrome de Down alcance a ser autónomo?
- 2) ¿Qué factores considera que influyen en el joven guatemalteco con Síndrome de Down para que pueda ser autónomo?
- 3) ¿Qué parámetros utilizaría para catalogar a una persona con Síndrome de Down como autónoma?
- 4) ¿Aplica usted alguna herramienta didáctica para promover a que sus estudiantes puedan realizar algunas actividades por sí mismos? ¿Implementa tecnología o son métodos tradicionales?
- 5) ¿Le gustaría hacer uso de la tecnología para poder enriquecer sus métodos de enseñanza?
- 6) ¿Cuál es el nivel de aceptación de los jóvenes respecto a estas herramientas?
- 7) ¿Cómo cree que influye el entorno social al desarrollo de la persona con Síndrome de Down?
- 8) En base a su experiencia, ¿Considera usted que los padres de personas con Síndrome de Down se involucran activamente en su proceso de desarrollo?
- 9) ¿Cree usted que el apoyo que dan los padres de familia a sus hijos se ve reflejado en su desarrollo?
- 10) ¿Cree usted que el nivel socioeconómico del joven con Síndrome de Down y el de su familia, influye en desarrollo del mismo?
- 11) ¿Cree usted que el nivel cultural de la familia del joven con Síndrome de Down influye en el desarrollo del mismo?

● APÉNDICE 2 - Instrumento 2

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PSICÓLOGOS

ESPECIALIZADOS EN ATENCIÓN A PERSONAS CON DISCAPACIDAD

- 1) ¿Cuáles son las razones principales por las que los padres de jóvenes con Síndrome de Down solicitan su apoyo como psicólogo/a?
- 2) En base a su experiencia, ¿Considera usted que los padres de personas con Síndrome de Down se involucran activamente en su proceso de desarrollo? ¿Y respecto a su autonomía?
- 3) ¿Cree usted que es importante que el joven con Síndrome de Down alcance a ser autónomo?
- 4) ¿Qué factores considera que influyen en el joven guatemalteco con Síndrome de Down para que pueda ser autónomo?
- 5) ¿Cómo cree que influye el entorno social al desarrollo de la persona con Síndrome de Down?
- 6) ¿Qué parámetros utilizaría para catalogar a una persona con Síndrome de Down como autónoma?
- 7) ¿Cree usted que la tecnología impacta la forma en que los jóvenes guatemaltecos con Síndrome de Down se desarrollan?
- 8) ¿Cree usted que el apoyo que dan los padres de familia a sus hijos se ve reflejado en su desarrollo?
- 9) ¿Cree usted que el nivel socioeconómico del joven con Síndrome de Down y el de su familia, influye en desarrollo del mismo?
- 10) ¿Cree usted que el nivel cultural de la familia del joven con Síndrome de Down influye en el desarrollo del mismo?

● APÉNDICE 3- Instrumento 3

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down

CUESTIONARIO DIRIGIDO A PADRES DE
ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

- 1) Considera que la autonomía y desarrollo de su hijo/a con Síndrome de Down es un tema:
 - a. Importante
 - b. Medianamente importante
 - c. Poco importante

- 2) ¿Por qué razones cree usted que es importante/medianamente importante/poco importante que su hijo/a pueda ser autónomo? _____.

- 3) ¿Qué tan involucrado se encuentra actualmente en el proceso de desarrollo y autonomía de su hijo/a con Síndrome de Down?
 - a. Bastante involucrado
 - b. Poco involucrado
 - c. Nada involucrado

- 4) ¿Involucra a su hijo/a en ejercicios o actividades en casa que le permitan desarrollar su autonomía?
 - a. Sí
 - b. No

- 5) Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Sí", seleccione las actividades que su hijo/a practica en casa o en las que se ve involucrado con frecuencia (puede seleccionar más de una opción):
 - a. Hacer la cama
 - b. Poner la ropa en el cesto
 - c. Doblar la ropa
 - d. Guardar la ropa en el armario
 - e. Mantener su habitación ordenada
 - f. Preparar una comida
 - g. Quedarse sólo en casa
 - h. Otro: _____

6) A continuación, se presenta una lista de hábitos de autonomía. Seleccione los hábitos que su hijo puede realizar por sí mismo (puede seleccionar más de una opción):

- a. Ducharse
- b. Vestirse
- c. Dormir sólo en una habitación sin sentir miedo o inseguridad
- d. Amarrarse los zapatos
- e. Lavarse las manos, cara y dientes
- f. Cortarse las uñas
- g. Peinarse
- h. Manejar dinero
- i. Realizar llamadas telefónicas
- j. Otro: _____

7) ¿De qué forma considera usted que a su hijo se le facilita la interpretación de una instrucción para poder llevar a cabo una tarea?

- a. Auditivamente (palabras habladas)
- b. Visualmente (mediante imágenes)
- c. Otro: _____

8) Su hijo/a es una persona:

- a. Extrovertida
- b. Introversa
- c. Otro: _____

9) ¿Cree usted que la tecnología impacta la forma en que su hijo se desarrolla?

- a. Sí
- b. No

10) ¿Cuenta usted con dispositivos tecnológicos (como computador o teléfono inteligente, por ejemplo)?

- a. Sí, ambos dispositivos
- b. No
- c. Sólo computador
- d. Sólo teléfono inteligente
- e. Otro: _____

11) ¿Su hijo con Síndrome de Down sabe utilizar estos dispositivos tecnológicos?

- a. Sí, ambos dispositivos
- b. No
- c. Sólo computador
- d. Sólo teléfono inteligente
- e. No ha mostrado interés por utilizarlos
- f. Otro: _____

12) En el caso de que su hijo utilice dispositivos tecnológicos (como computador o teléfono inteligente), seleccione las aplicaciones digitales con las que su hijo está más relacionado:

- a. Whatsapp
- b. Facebook
- c. Instagram
- d. Youtube
- e. Twitter
- f. Skype
- g. Netflix
- h. Otro: _____

● **APÉNDICE 4- Instrumento 4**

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down
CUESTIONARIO DIRIGIDO A PADRES DE
ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

GUÍA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A JÓVENES CON
SÍNDROME DE DOWN DENTRO DEL AULA

Fecha: _____
Nombre del observador: _____
Hora de inicio / término de la observación: _____
Lugar: _____

	Nombre							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ASPECTOS A OBSERVAR	Alfredo	Óscar	Maria José	Javier	Marlon	Julio	Andrés	Darfo
(cognitivos)								
1. Sigue instrucciones de forma visual								
2. Sigue instrucciones de forma auditiva								
(laborales)								
3. Puede trabajar en colaboración con otros								
4. Come la refacción por sí mismo								
5. Sigue instrucciones								
(en comunidad)								
6. Sabe como pedir ayuda al profesor								
7. Limpia su espacio de trabajo								
(sociales)								
8. Saluda a la gente apropiadamente								
9. Ejecuta buen aseo personal								
10. Charla con amigos y compañeros de una forma cortés								

S = siempre / A.V. = a veces / C.N. = casi nunca / N = nunca

● APÉNDICE 5- Instrumento 5

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down

CUESTIONARIO DIRIGIDO A PADRES DE
ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

El presente instrumento tiene como objetivo estudiar la situación actual de los jóvenes con Síndrome de Down en relación con su autonomía. Para dicho estudio, se solicita del apoyo de los padres de familia respondiendo las siguientes preguntas:

SERIE I | Perfil de los padres de familia.

Responda estas preguntas a su criterio:

1. ¿Qué color asocia usted con el Síndrome de Down?



2. ¿A través de qué medio prefiere informarse?

- a. Periódico
- b. Radio
- c. Televisión
- d. Redes sociales
- e. Videos
- f. Podcast
- g. Otro: _____

3. Marque la red social que más utiliza:

- a. Whatsapp
- b. Facebook
- c. Instagram
- d. Twitter
- e. Youtube
- f. Spotify/Deezer
- g. Correo electrónico

h. No utilizo redes sociales

i. Otro: _____

4. ¿Cuál es su tipo de música preferida?

- a. Música latina (salsa, bachata, cumbia, etc.)
- b. Pop
- c. Rock
- d. Alternativa
- e. Jazz
- f. Otro: _____

5. ¿En un material informativo, cómo prefiere que sea el contenido?

- a. Más imágenes que texto
- b. Más texto que imágenes
- c. Imágenes y texto en igual cantidad
- d. Es indiferente

6. ¿Qué tipo de contenido visual prefiere?

- a. Fotografía
- b. Ilustraciones
- c. Caricatura
- d. Dibujo

7. ¿Qué tipo de contenido prefiere ver en un video?

- a. Personas
- b. Personajes ilustrados
- c. Películas tipo cortometraje
- d. Texto, dibujos y narración

8. ¿En qué momento tiene más tiempo libre?

- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche
- d. No tengo tiempo libre

9. ¿Qué prefiere hacer en sus tiempos libres?
(Si su respuesta a la pregunta anterior fue "no tengo tiempo libre", omita esta pregunta y pase a la siguiente):

- a. Leer el periódico
- b. Ver televisión
- c. Revisar mis redes sociales
- d. Escuchar música
- e. Compartir con familia o amigos
- f. Salir de paseo
- g. Salir de compras

10. ¿En qué lugar compra sus abarrotes?

- a. La Torre
- b. Walmart
- c. Paiz
- d. Despensa Familiar / Maxi Despensa
- e. La Barata
- f. Súper Mi Barrio
- g. Mercado
- h. Tienda de barrio

11. ¿Cómo se transporta?

- a. A pie
- b. Bus público

- c. Taxi
- d. Uber
- e. Carro propio

SERIE II | Perfil de su hijo con SD.

Responda según el perfil, gustos y preferencias de su hijo:

1. ¿A través de qué medio interpreta mejor las instrucciones su hijo?

- a. Auditivo
- b. Visual
- c. Ambas

2. ¿Qué tipo de contenido visual prefiere su hijo?

- a. Fotografía
- b. Ilustración
- c. Caricatura
- d. Dibujo

3. Con fines de entretenimiento o aprendizaje, ¿qué tipo de contenidos cree que prefiere su hijo al ver un video?

- a. Con una persona explicando el contenido
- b. Con personajes
- c. Tipo cortometraje
- d. Con texto, dibujos y narración

4. Seleccione el género musical preferido de su hijo:

- a. Reggaeton
- b. Pop
- c. Indie
- d. Rock
- e. Rancheras
- f. Baladas

- g. Folclórica
- h. Alternativa
- i. Salsa
- j. Merengue
- k. Clásica
- l. Religiosa
- m. Todas las anteriores
- n. Otro: _____

5. Seleccione la actividad favorita de su hijo:

- a. Bailar o cantar
- b. Hacer deporte
- c. Salir de paseo/de compras
- d. Salir con amigos
- e. Escuchar música
- f. Ver un programa de televisión
- g. Ver series o películas
- h. Leer un libro
- i. Cocinar
- j. Jugar videojuegos
- k. Manualidades (actividades de motricidad fina como pintar, dibujar, etc.)

6. Basado en su respuesta anterior, especifique el nombre de la actividad (nombre del programa, libro, artista musical, receta de cocina, etc.) preferido de su hijo:

_____.

7. Los 2 colores favoritos de su hijo son:



8. Su hijo prefiere utilizar:

- a. Teléfono
- b. Tablet
- c. Computadora
- d. No le gusta usar dispositivos tecnológicos

9. ¿Qué medios digitales utiliza su hijo? Puede seleccionar más de una opción.

- a. Whatsapp
- b. Facebook
- c. Instagram
- d. Twitter
- e. Youtube
- f. Spotify/Deezer
- g. Videollamadas por Whatsapp o Skype
- h. Netflix
- i. Consolas de videojuegos
- j. Televisión

10. Entre semana, su hijo:

- a. Permanece en casa
- b. Acude a una institución/colegio para estudiar
- c. Acude a una institución/colegio para estudiar y también trabaja
- d. Trabaja
- e. Otro: _____

11. ¿Qué motivadores cree que impulsan a su hijo a realizar su rutina diaria? Puede marcar más de una opción.

- a. Compartir con las personas
- b. Superación personal
- c. Recibir un premio/reconocimiento a cambio
- d. Aprender algo nuevo
- e. Otro: _____

● APÉNDICE 6- Instrumento 6

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down

GUÍA PARA LA INDAGACIÓN DEL INSIGHT EN PADRES DE
ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN (SD)

Para la indagación del insight se planea realizar una reunión virtual con 5 padres de adolescentes y jóvenes guatemaltecos diagnosticados con Síndrome de Down. La distribución de los padres se realizará según su disponibilidad de tiempo, considerando que se mantenga un número impar de personas para evitar que se influya sobre la respuesta de cada uno.

1) **Establecer la información a recabar**

Para definir el insight del grupo objetivo, es importante empatizar a través del cuestionamiento de preguntas como:

- ¿Cuáles son las motivaciones y necesidades del grupo objetivo?
- ¿Cómo visualizan la autonomía en la vida de sus hijos en el presente y al futuro?
- ¿Qué sentimientos expresan al hablar sobre el tema? (Identificar gestos, tiempo que demoran para responder, reacción frente a la pregunta, etc.)
- ¿Qué piensan respecto al tema y el contexto social en el que sus hijos deben desarrollarse?

Las preguntas anteriormente planteadas servirán como base para dialogar, profundizar e indagar sobre el insight que manifiestan.

2) **Laddering**

Se utilizará la técnica del laddering para poder profundizar en el tema de estudio. Según el autor (Quiñones, s/f), el proceso se divide en 3 fases que permiten conducir el tema desde lo racional a lo emocional:

a) Fase 1

Se enlistan en esta fase la información, características y atributos valorados del tema, que valen la pena destacar en el transcurso de la reunión virtual:

- *¿Por qué es importante realizar esta reunión?* En la familia, los padres son los principales educadores. La familia constituye un modelo para la adquisición de hábitos y costumbres y también para la transmisión de valores. Es el elemento más importante para el crecimiento y desarrollo.

- *¿Cuál es el rol de la sociedad en la autonomía de sus hijos?* Los factores que más influyen (y que no son medidos por su capacidad intelectual individual) en su desarrollo a la autonomía, son ejercidos esencialmente por la sociedad. El conocimiento y preparación que tenga el entorno social respecto al Síndrome de Down influye significativamente en el proceso de desarrollo para su autonomía.

- *¿Cuál es el contexto del tema en Guatemala?*

- i. A nivel nacional, han surgido diferentes instituciones e iniciativas cuya finalidad es poder impulsar y promover el desarrollo de la persona con Síndrome de Down. Entre ellas, cabe mencionar a la Asociación Guatemalteca para el Síndrome de Down, la Fundación Margarita Tejada, Restaurante San Martín entre otros.

- ii. Así también, se tiene conocimiento de 2 empresas que promueven la inclusión laboral de las personas con Síndrome de Down las cuales son Café Consciente y McDonald's.

- iii. Jóvenes Down destacados en Guatemala:

1. Verónica, Noé, Brian, Henry y Charlie: empleados que llevan años laborando para McDonald's.

<https://www.facebook.com/Mcdonalds.Guatemala/videos/10154682065191038/>

2. Isabella Springmühl: Es diseñadora de modas de su propio taller Xjabelle. Creó su propia marca, se introdujo en el mercado de la moda y lanzó una línea de ropa exclusiva para personas que tienen SD.



b) Fase 2

Basado en las respuestas y reacciones de los padres se podrá determinar su percepción entorno a los beneficios funcionales o emocionales del tema.

c) Fase 3

Como último paso, se profundizará acerca de los valores y motivaciones centrales que cumple la autonomía. Estos son 2:

- La autonomía amplía los conocimientos y aprendizajes, dando como resultado un mayor grado de bienestar emocional y de calidad de vida.
- La autonomía es un factor de suma importancia en el desarrollo de las personas porque permite sentir satisfacción personal y esto conduce al fortalecimiento de la autoestima para así poder gozar de una mejor calidad de vida.

3) Instrucciones para la reunión virtual

- Se solicitará al padre de familia conectarse a través de Videollamada en Google Meet para poder comenzar con la entrevista.
- Es importante mencionar que la entrevista será grabada con el fin de tener la información documentada para su estudio.
- Se planea que la duración aproximada de las reuniones virtuales sea de 30 minutos a 1 hora.

4) Resultados obtenidos

Se han documentado las emociones y comentarios manifestados por los padres de familia durante las entrevistas virtuales. Entre las frases más relevantes entorno al tema de estudio, se recopilaron las siguientes:

- "La aceptación que puedan tener fuera de su entorno familiar es importante para que puedan ser autónomos"
- "La estabilidad emocional es importante para ellos".
- "Los jóvenes que tienen más desarrollado su lenguaje tienen más oportunidades de llegar a ser más independientes porque pueden comunicarse mejor."
- "Si hubiéramos tenido esa información cuando mi hijo era más pequeño, seguramente pudimos haber hecho algo para que su comunicación a estas alturas fuera mejor."
- "La comprensión que ellos tengan entorno a las cosas es importante".
- Hay diferentes situaciones que te hacen no ser tan estrictos con tu hijo, como las gravedades que ha tenido.
- No me atrevería a dejarlo ir a trabajar a un lugar sólo. No quisiera que lo traten mal.
- Es importante que tengan bien desarrollado su lenguaje porque así podríamos saber si alguien le ha hecho algo malo. Admiro a los papás que los dejan ir a trabajar.
- "Uno como papá decide qué tantos logros puede tener su hijo". Si a nuestro hijo lo hubiéramos

tenido apartado de la sociedad jamás hubiera tenido el desarrollo que tiene hasta ahora.

- “No todos los jóvenes Down tienen las mismas capacidades y habilidades”.
- “Quiero encontrar la línea donde mi hijo se puede desempeñar mejor”
- Ninguna otra persona los va a tratar como yo.

Durante las entrevistas, se manifestaron principalmente emociones como: nostalgia, llanto y tensión emocional. La mayoría de los padres de familia manifestaron una mayor preocupación entorno al comportamiento de la sociedad con sus hijos. Destacaron que cada uno de ellos tiene un nivel de aprendizaje y de autonomía distinto, lo que requiere que las personas a su alrededor puedan comprender que cada uno de los casos de Síndrome de Down es único y diferente.

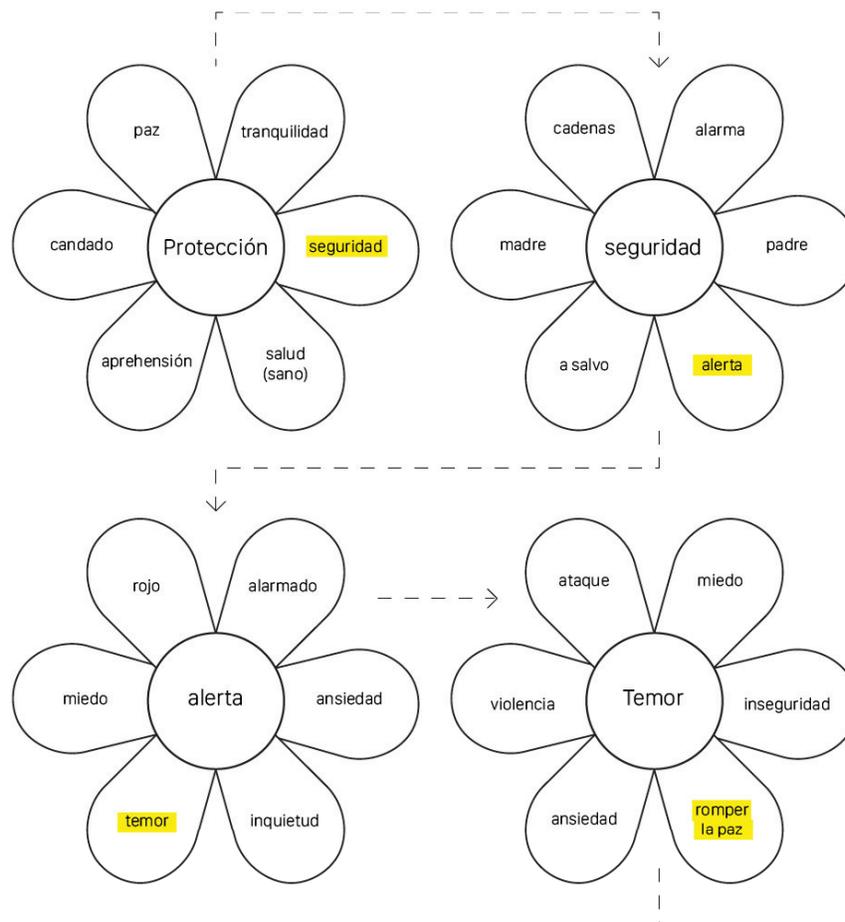
A partir del análisis de las respuestas obtenidas en este instrumento, se determinó que el insight que manifiestan los padres de jóvenes con Síndrome de Down es: *“Protejo a mi hijo porque me da temor que la sociedad no lo entienda y lo lastime”*.

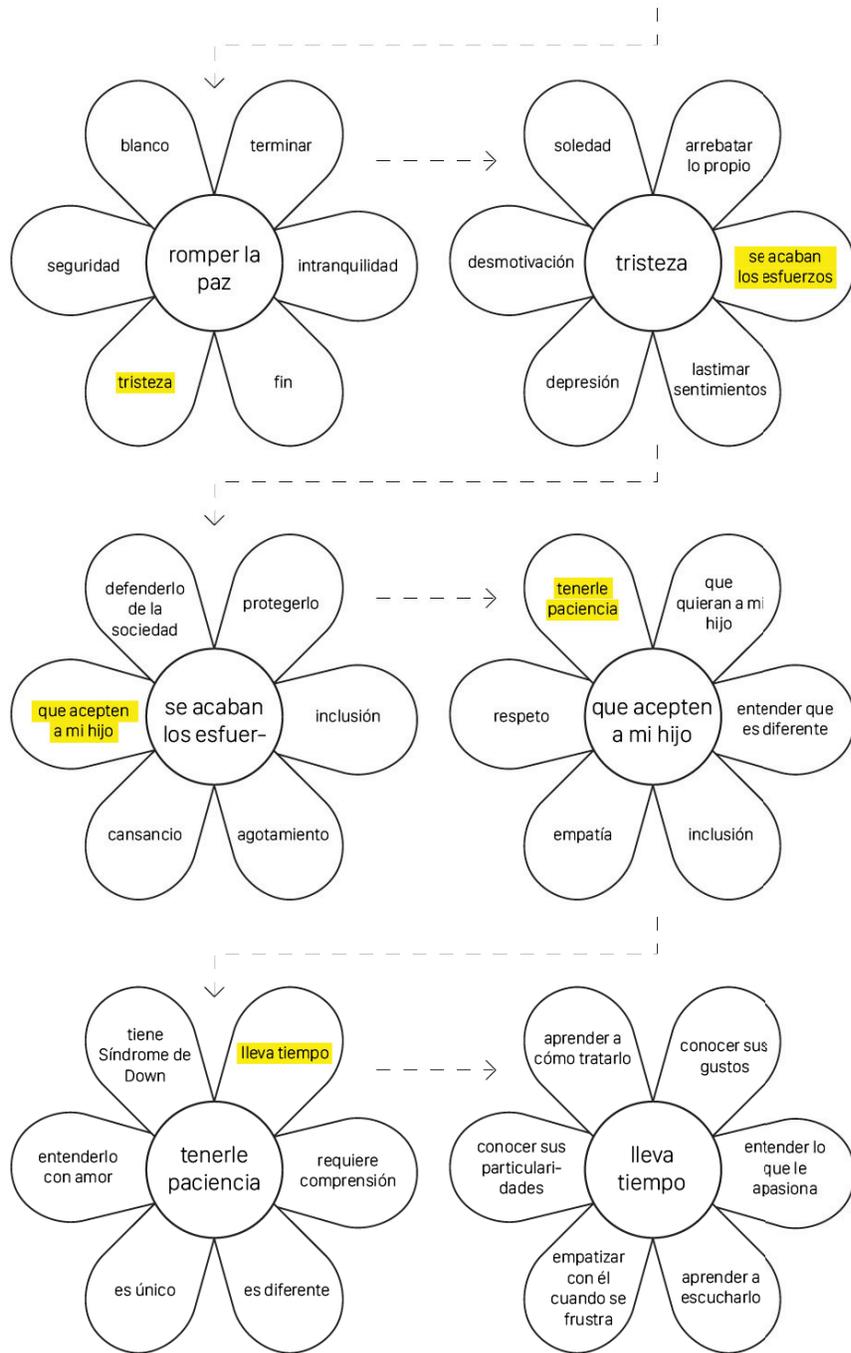
● APÉNDICE 7 - Instrumento 7

Técnicas de creatividad para el objetivo de diseño 1 (enfocado en los padres de familia)

a) Flor de loto

La técnica de flor de loto, creada por Yasuo Matsumura, consiste en la deducción de ideas a partir de un tema principal. La dinámica consiste en dibujar una flor con un centro (donde se escribe el tema principal) y seis pétalos alrededor (donde se escriben las ideas relacionadas). De las seis palabras escritas alrededor, se deberá seleccionar una la cual dará origen a una nueva flor y así sucesivamente (Fernández A., 2020).





De las diez flores de loto desarrolladas, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Tiempo para empatizar
- El respeto me da paz
- Un mundo seguro para mi hijo

Se determinó que “Un mundo seguro para mi hijo” es el concepto más fuerte ya que permite vincularse emocionalmente con los padres de familia dando apertura a una solución gráfica positiva y eficaz.

b) Desde otros ojos

Esta técnica ayuda a generar ideas creativas “frescas” a partir del pensamiento y perspectiva de personas ajenas a la investigación o tema de estudio (Fernández A. , 2020). A partir de la técnica de creatividad “Ojos limpios”, se derivó esta técnica con el fin de poder desarrollar los conceptos sin que el contexto actual (de la Pandemia por el Covid-19 afectara dicho proceso). Para su desarrollo, se planteó la siguiente pregunta “¿Qué pensará una persona (breve descripción del perfil) sobre (el tema)?”.

Se definieron los siguientes perfiles los cuales van en relación con el tema de estudio:

- Perfil A: Ancianos, adultos, adolescentes y niños que no saben qué es el Síndrome de Down (SD).
- Perfil B: Personas que sí saben qué es el Síndrome de Down

Usando como base el objetivo creativo y el insight de la investigación, la pregunta en cuestión quedó de la siguiente forma: ¿Qué pensará una persona que no sabe qué es el SD/ que sabe qué es el SD sobre las personas con este diagnóstico?

Basado en las experiencias de las personas que tienen hermanos o hijos con Síndrome de Down se lograron hacer las suposiciones del pensamiento y perspectiva de cada perfil entorno a la pregunta planteada.

Tabla 13

Resultados obtenidos a partir de la técnica de creatividad "Desde otros ojos"

¿Qué pensará una persona que no sabe qué es el Síndrome de Down, sobre las personas con este diagnóstico?	¿Qué pensará una persona que sí sabe qué es el Síndrome de Down, sobre las personas con este diagnóstico?
Perfil A	Perfil B
<p>Desde la perspectiva de un anciano...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es probable que el poco o nulo acceso que han tenido a la información los haga pensar que las metas de las personas con SD, no son las mismas que las de alguien "normal". - Presentan indiferencia - No es un tema tan relevante para ellos 	<ul style="list-style-type: none"> - La persona que sabe sobre el SD, conoce que ellos son personas con capacidades y habilidades. - Entienden que requieren de apoyo para que puedan alcanzar algunas de sus metas. - Son empáticos. - Apoyan la inclusión, les gusta promoverla.
<p>Desde la perspectiva de un adulto...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posiblemente piensan que "son personas que no pueden hacer lo mismo que nosotros. Son personas limitadas." - "A pesar de su condición, los aceptamos" - Se sorprenden al ver que pueden hacer muchas cosas. Es probable que hagan expresiones como "¡Wow! Qué hábil, no sabía que podía hacer eso". 	<p>Respetan el tema y saben cómo manejar la situación cuando no están tan informados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les gusta aprender y conocer más. <p>Es probable que algunas de las personas dentro de este grupo no dominen por completo el tema. Sin embargo, tienen conciencia sobre la importancia que desempeña el respeto en el trato con cualquier persona. En este caso, en relación con personas con Síndrome de Down.</p>
<p>Desde la perspectiva de un adolescente...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Son indiferentes hacia el tema. - Aprovechan los nombres o condiciones como tal de las personas con necesidades especiales como modo de burla o insulto. - Prefieren evitar el contacto con ellos. 	
<p>Desde la perspectiva de un niño...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se inquietan porque evidencian que sus rasgos físicos son diferentes pero no logran descifrar por qué. - La curiosidad les hace querer verlos. - Los padres de los niños, incómodos por la situación, los corrigen a no ver. 	

Fuente: propia.

La implementación de esta técnica de creatividad permitió identificar algunos de los factores más fuertes que generan que el grupo objetivo (padres de familia) manifieste el insight detectado en relación con sus hijos y la sociedad.

A partir de esta técnica, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Que el mundo conozca tu talento
- Soñamos con las mismas metas
- Crezcamos juntos

Se eligió el concepto "Soñamos con las mismas metas" porque permite dar una solución gráfica acorde al objetivo creativo e insight detectado.

c) Do it

La técnica "Do it", desarrollada por Roger Olsen, se basa en los conceptos: definir, apertura, identificar y transformar. Esto viene a significar la necesidad de:

1. Definir el problema
2. Abrirse a muchas soluciones posibles
3. Identificar soluciones
4. Transformar la idea en acción

Para su desarrollo, es necesario que el problema esté correctamente identificado (Neuronilla, 2020). Se utilizó como problema el insight previamente detectado: "Protejo a mi hijo porque me da temor que la sociedad no lo entienda y lo lastime", indicando que los padres de jóvenes con Síndrome de Down se enfocan más en la protección de sus hijos, que en su autonomía.

1. DEFINIR EL PROBLEMA

Una vez identificado el problema, es necesario responder a los siguientes pasos:

PASO 1: Foco de mente (se responde ¿por qué el problema existe?)

- Han tenido malas experiencias
- Su hijo ha sido subestimado
- Porque han escuchado testimonios
- Saben que su hijo requiere un trato diferente/especial
- Su hijo es único, tiene particularidades distintas que requieren tiempo y paciencia para ser aprendidas y aceptadas
- Les ha costado mucho que esté sano y salvo
- Son conscientes de que la sociedad tiene malicia
- La ignorancia de otras personas puede herir a sus hijos

- Es más importante protegerlos

PASO 2: Apretón de mente (Se definen 2 palabras que mejor representan el problema)

- Sociedad ignorante
- Proteger para vivir
- Seguridad es paz
- Protección es prioridad
- Miedo a ser heridos

Se representa mejor el problema exacto a través de la siguiente combinación de palabras:
“protección es prioridad”.

PASO 3: Extensión de mente (Se catalogan los objetivos y criterios que la solución del problema ha de vencer)

- Que los padres se sientan seguros cuando su hijo esté en la sociedad
- Que los padres sientan que su hijo está seguro
- Que la sociedad no represente una amenaza
- Que no les angustie el contacto de sus hijos con personas ajenas
- Que sientan y sepan que sus hijos se pueden defender
- Que los padres reconozcan que un paso sumamente importante en la vida de sus hijos es su autonomía (para su relación c/ la sociedad).

2. ABRIRSE A SOLUCIONES

El objetivo de este paso es abrirse a la consideración de muchas ideas para la solución del problema.

PASO 1: Sorpresa de mente (en esta sección se enlistan ideas ridículas)

- Cambiarle el chip a la sociedad para que sepan qué es el SD y puedan ser empáticos
- Que todos tuvieran que contratar a personas con SD
- Un manual de cómo ser persona
- Una cámara para que los papás siempre cuiden y vigilen a su hijo y lo puedan defender cuando esté en peligro
- Una pócima a todos para que haya igualdad y amor entre todos
- Que todos tuviéramos SD, así no habría diferencias

PASO 2: Mente libre (se hacen relaciones forzadas entre las semejanzas del problema con cosas no relacionadas al problema. Se puede anotar el nombre de un objeto físico, cuadro, planta o animal.

Problema	Objeto no relacionado: Audífonos
<p>“Protejo a mi hijo porque me da temor que la sociedad no lo entienda y lo lastime.”</p> <p>Protección es más prioridad que la autonomía</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sirven para escuchar música o podcasts. • Van en pares • Pueden ser inalámbricos o con cable • Necesitan un complemento (celular, computador, radio, tv)... • Material multimedia • Tecnológicos • Van en las orejas • Son para que sólo 1 persona lo escuche • Artículo individual • No se comparte • Puede ser a prueba de agua • Hay muchos estilos

3. IDENTIFICAR SOLUCIONES

Se identifican las mejores soluciones al problema y se modifica hasta que esté lista para ser transformada en acción. En esta sección, se fueron definiendo mejor las ideas adquiridas a partir de los cuestionamientos anteriores.

- Debemos aprender a escuchar (ser como audífonos)
- Los audífonos son el canal, los oídos las personas, el audio es la información
- Debemos ser como música, aunque seamos de distintos géneros, somos iguales y universales
- La música es un escudo
- La música es la pócima que todos deben escuchar
- Un audio que cuente que somos iguales

PASO 1: Mente se integra (se repasan los objetivos y criterios para seleccionar la mejor de las ideas)

De las ideas anteriormente enlistadas, se recopilaron las siguientes:

- Los audífonos son el canal, los oídos las personas, el audio la información
- Somos iguales, aunque sonemos diferente, como la música
- Manual de cómo ser persona
- Pócima para la igualdad y amor entre todos
- Hablar más sobre nuestras similitudes que las diferencias

La mejor de las ideas desarrolladas es: “Hablar más sobre nuestras similitudes que las diferencias”.

PASO 2: Mente se refuerza (se catalogan los aspectos negativos de la idea seleccionada)

- La gente puede cerrarse a escuchar
- Es complejo luchar con la ignorancia
- No abarcamos a TODO el mundo

PASO 3: Mente estimula (se exagera la peor y mejor consecuencia potencial de la idea, que podría ser el resultado de la puesta en práctica de la solución)

- La peor consecuencia potencial:
 - Separar y acabar con la inclusión entre las personas con y sin SD.
 - La mejor consecuencia potencial:
 - Que sea un tema que todos entiendan y que se impulse universalmente.
- Que sea absurdo decir o pensar que una persona con SD es una persona limitada.

4. SE TRANSFORMA LA IDEA EN ACCIÓN

Por último, se traduce la idea de solución a acciones. Se proponen las siguientes acciones:

- a. Un megáfono informativo
- b. La canción universal
- c. Hacer una campaña informativa sobre todo lo que pueden hacer

A partir de esta técnica, se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Somos más iguales que diferentes
- Cámbiate el chip
- Hablemos sobre lo que nos une

“Somos más iguales que diferentes” fue el concepto elegido a partir de esta técnica ya que permite comunicar de manera positiva el objetivo creativo planteado.

● APÉNDICE 8 - Instrumento 8

Técnicas de creatividad para el objetivo de diseño 2 (enfocado en los jóvenes con Síndrome de Down)

a) El catálogo

Es una técnica de creatividad que busca generar nuevas conexiones entre palabras para así poder dar con nuevas ideas que puedan resolver un objetivo creativo determinado (Fernández, Neuronilla, 2020).

Para su desarrollo, es necesario seguir los siguientes pasos:

1. Definir y escribir el objetivo creativo:

Diseñar una herramienta digital interactiva y educativa que permita a los jóvenes con Síndrome de Down desarrollarse autónomamente.

2. Seleccionar dos palabras al azar de un catálogo, libro o revista:

Se utilizó el libro Creatividad S.A. de Ed Catmull.

Las palabras elegidas fueron: franqueza y empresa.

3. Escribir más palabras asociadas a cada una de las dos palabras seleccionadas:

Franqueza	Empresa
Sinceridad, claridad, honestidad, veracidad, al grano, verdadero, virtud, sin mensaje oculto, transparente, directo, cualidad, persona, fiel, según el momento, impulsivo.	Empresario, éxito, profesional, edificio, institución, proyecto, entidad, negocio, ganancia, venta, responsabilidad, misión, visión, proyección, plan de vida.

4. Combinar las palabras al azar para relacionarlas con el objetivo creativo:

Al combinar las palabras al azar, surgieron las siguientes frases e ideas:

- Autonomía exitosa
- Que los jóvenes con Síndrome de Down descubran sus virtudes
- Cualidades que te hacen autónomo
- Una herramienta digital, interactiva y educativa directa
- La misión especial
- Construye tu plan de vida
- Déjate llevar por el éxito
- Un verdadero héroe

5. Escribir las todas las ideas que puedan derivarse del paso anterior:

- La autonomía exitosa de un joven con Síndrome de Down gracias a sus virtudes.
- Una herramienta digital educativa/interactiva que destaque las virtudes de los jóvenes con SD y los motive indirectamente a aprender a ser autónomos.
- La misión especial de la autonomía.
- Autonomía exitosa gracias al apoyo y guía de una herramienta digital interactiva y educativa, funcional y adaptada a sus necesidades.

6. En caso de ser necesario, se puede seguir desarrollando el proceso con más pares de palabras.

Se desarrolló más la palabra "virtud".

Las palabras obtenidas fueron: bien común, respeto, valores, beneficio, cualidad, valores, ética, moral, bondad, justicia, fortaleza, prudencia y templanza.

A partir de esta técnica de creatividad se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Descubre tus virtudes
- Eres exitoso
- Una misión especial

Se escogió el concepto "Descubre tus virtudes" considerando que puede dar resultado a una mejor solución gráfica acorde al objetivo de diseño planteado y la necesidad detectada.

b) Conexiones morfológicas forzadas

Esta técnica de creatividad es una propuesta de Koberg y Bagnall, que en realidad suma los principios básicos de dos técnicas: el "Listado de Atributos" creado por R.P. Crawford y las "Relaciones forzadas" de Charles S. Whiting. Las conexiones morfológicas forzadas permiten facilitar la generación de ideas y analogías sobre aspectos que no se habían tomado en cuenta durante el estudio del objetivo planteado. (Neuronilla, 2020)

PASO 1: Identificar y escribir el objetivo creativo:

Diseñar una herramienta digital interactiva y educativa que permita a jóvenes con Síndrome de Down desarrollarse autónomamente.

PASO 2: Generar una lluvia de ideas a partir del objetivo creativo:

Creatividad, innovación, autonomía, éxito, superación personal, empoderamiento, autoestima, felicidad, alegría, diseño, cromosoma, único, especial, interactivo, intuitivo, fácil, transportable, multimedia, atractiva, colorida, audio, video, imagen, texto, tareas, actividades, instrucciones, meta, objetivo, logro, aprendizaje, talento, virtud, optimismo, entretenimiento, divertido, moderno,

actualizado, juego, interesante, útil, práctico, independencia, esfuerzo, alegría, avance, motivación, respeto, empatía, comprensión.

PASO 3: Descomponer el objetivo creativo en componentes o bloques (palabras):

Los bloques de palabras definidos fueron: (a) diseño, (b) interactivo, (c) educativo, (d) jóvenes, (e) Síndrome de Down, (f) Autonomía.

PASO 4: Enlistar en cada bloque de palabras los aspectos o características que de ahí puedan derivarse.

Diseño	Interactivo	Educativo	Jóvenes	Síndrome de Down	Autonomía
Creatividad	Convivencia	Aprendizaje	Modernos	Cromosoma	Propio
Innovación	Multimedia	Educación	Tecnología	Down	Autoestima
Color	Tecnológico	Pedagógico	Populares	Biología	Independencia
Digital	Interfaz	Enseñanza	Activos	21	Logro
Computador	Intuitivo	Lección	Bailarines	Rasgo físico	Superación
Estrategia	Interactuar	Nivel	Alegres	Únicos	Personal
Boceto	Hacer	Libro	Sociables	Comprensión	Único
Experiencia	Acción	Escribir	Platicar	Paciencia	Calidad de vida
Memorable	Generar	Leer	Conversar	Inclusión	Éxito
Cliente	Conversar	Hablar	Escuchar	Habilidad	Logro
Objetivo	Avanzar	Dibujar	Amigos	Talento	Crecimiento
Función	Promover	Lápiz	Llamada	Trato especial	Satisfacción
Utilidad	Actuar	Borrador	Reunión	Amor	Objetivos
Auténtico	Reacción	Cuaderno	Compartir	Calidez	Metas
Original	Impulso	Notas	Momentos	Alegría	Sueños
Diferenciador	Práctico	Crecimiento	Vida	Empatía	Propósito
				No egoístas	Necesidad

PASO 5: Cruzar al azar aspectos (palabras) de varios bloques para la conexión y generación de ideas inusuales.

Se generaron las siguientes combinaciones de palabras:

- Boceto + actuar + lección + conversar + amor + logro
- Función + acción + libro + alegría + paciencia + propósito
- Innovación + intuitivo + dibujar + popular + talento + metas
- Objetivo + avanzar + aprendizaje + bailarín + empatía + autoestima
- Experiencia + generar + crecimiento + compartir + habilidad + superación personal

PASO 6: De las palabras conectadas en el paso anterior, debe conectarse con la idea resultante y redactarla

Las ideas resultantes fueron:

- Una conversación entre dos personas que hablan sobre los logros y éxitos de cada uno deja una lección de amor y empatía.
- Hacer un libro con el propósito de dar alegría a quienes lo leen.
- Un board donde se puedan trazar las propias metas y llevar el seguimiento de los logros de cada una.
- Una melodía que genere alegría y enseñe a cómo mejorar la autoestima.
- Un baile para la alegría
- Es una experiencia agradable y satisfactoria poder ver los logros propios y poderlos compartir con los demás.

A partir de esta técnica se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Comparte tu talento
- Descubre cómo alcanzar tus metas
- Escribe tu propia historia.

Se identificó que “Escribe tu propia historia” es el concepto más fuerte ya que permite motivar e impulsar al grupo objetivo a alcanzar su autonomía, cumpliendo de esta forma con la comunicación y alcance del objetivo de diseño planteado.

c) Ideart

Es una técnica de generación de ideas (dentro del ámbito del pensamiento provocativo) que utiliza estímulos visuales, generalmente pinturas. Ante un determinado foco creativo, se escoge de manera intuitiva una lámina (pintura) que pueda generar analogías y asociaciones. En primer lugar (tanto si la técnica se utiliza de forma individual como en equipo) se debe describir la lámina y “jugar” con los conceptos que de ella puedan derivarse (construir historias, detectar aspectos ocultos, fabular, hacer comparaciones, etc.). Posteriormente, y como paso fundamental en la técnica, debe intentarse “forzar” conexiones entre el foco creativo y la lámina. La capacidad analógica de la persona que implemente esta técnica constituye un papel muy importante para la generación de ideas (Neuronilla, 2020).

PASO 1:

La pintura elegida para el desarrollo de la técnica fue: “Nenúfares” de Monet. A partir de la misma, se procedió a realizar tres actividades: describir la obra, hacer una historia de la obra y destacar los aspectos ocultos de la obra.



1. Describir la obra:

- La obra fue hecha por el artista Monet.
- Es floral
- Representan un lago
- Plantas exóticas y acuáticas
- Se percibe como una escena cálida a pesar de que los colores son fríos
- Su trazo es irregular
- Presenta profundidad
- Es histórica
- Cuenta una historia
- Nos traslada al lugar
- Es abstracta
- Tiene detalles
- Trazos al azar
- Es una obra peculiar
- Pareciera estar en una escena de aventura

2. Hacer una historia:

Monet pintó esta obra justo después de despertarse. El reflejo del azul y blanco de las nubes frescas sobre el lago de su jardín, le generó un impulso inmediato por tomar un lienzo y dibujar lo que miraba. Se acomodó en la madera del muelle que daba vista al paisaje, pero incómodo por el espacio, se dio cuenta que desde el muelle no se veía bien la escena que quería pintar. Monet decidió tomar su bote y moverse hasta llegar bajo las lianas. El espacio parecía perfecto para ser plasmado en un lienzo.

Lo primero que vio Monet fue un sapo boca abajo, justo a la orilla del agua. La peculiaridad de tal escena lo motivó a pintarlo primero, pero una vez terminado, no le gustó como se miraba. Fue así como decidió que pintaría sobre el sapo unos nenúfares, hojas, flores exóticas y lianas con el fin de poder ocultarlo. Al fin y al cabo la escena era abstracta y el sapo podía pasar desapercibido.

A Monet le tomó hasta mediodía sentirse satisfecho con la obra terminada y como todo un buen amante de los pequeños detalles, concluyó su obra maestra con una pequeña firma en la esquina inferior derecha.

3. Aspectos ocultos en la obra:

- La pequeña firma en la esquina
- Pocos trazos en tonos café
- La profundidad del lago
- Con pocos colores logró hacer nuevos tonos
- No abarcó las esquinas del lienzo con la pintura
- Unas flores amarillas al fondo
- Perspectiva y distanciamiento en la escena

PASO 2:

Con las ideas adquiridas de las actividades anteriores, se procedió a forzar conexiones entre el objetivo creativo y la obra. Surgieron las siguientes ideas:

- La diversidad de trazos en la pintura se relaciona con que cada uno de los jóvenes es único y diferente.
- Los trazos de la pintura aportan en conjunto estética y belleza a la obra. Se interpretaría de la misma manera si los trazos en la pintura fueran los jóvenes con Síndrome de Down.
- Si se planteara que la sociedad es la pintura, y los jóvenes con Síndrome de Down son las flores, se puede notar cómo las flores aportan color a la obra.
- El dinamismo de la obra la hace parecer como si estuviera en movimiento. Así mismo, debería ser la herramienta digital interactiva de forma que no sea aburrida.
- La obra nos hace trasladarnos al lugar. Es entretenida y genera interés. El objetivo creativo debería ir en función al entretenimiento e interés del grupo objetivo.
- La obra permite estimular la creatividad y generar miles de historias a través de ella. La herramienta por elaborar debería ser igual de versátil y con múltiples acertijos a ser resueltos.

A partir de la técnica se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Posibilidades infinitas
- Creatividad para ser autónomos
- Destaca tu talento

El concepto elegido fue "Creatividad para ser autónomos" considerando que el uso de las palabras que lo construyen, permite visualizar y establecer el tono que debe comunicar la propuesta gráfica a ser desarrollada. Así también, el concepto responde al objetivo de diseño planteado.

● APÉNDICE 9 - Proceso de validación y tabulación de resultados

a. Población

Población 1:

La población 1 son los expertos en educación especial y psicología especializada en atención a personas con discapacidad. La población establecida equivale a 5 personas, conoce qué es el Síndrome de Down y posee conocimiento acerca de los métodos de enseñanza adecuados para su correcto desarrollo y aprendizaje.

Población 2:

La segunda población corresponde a 10 profesionales especializados en diseño gráfico, quienes tienen experiencia en el desarrollo de materiales de comunicación enfocados en un grupo objetivo específico. Dicha población tiene la capacidad para analizar que todos los elementos de un material gráfico y su estrategia sean eficientes y permitan comunicar satisfactoriamente el mensaje.

Población 3:

La población 3 son los padres y/o encargados de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down guatemaltecos, que son el grupo a quien está dirigida la campaña social informativa y los posts informativos del juego ¡Yo puedo! La población anteriormente descrita es de 15 personas.

Población 4:

La cuarta población son los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down, quienes se encuentran entre los grupos de edades de 10 a 13, 14 a 17 y 18 a 24 años. El juego virtual "¡Yo puedo!" se diseñó específicamente para este grupo. En consideración a que no todos los jóvenes saben leer, se le solicitará a sus padres y/o encargados responder la encuesta de validación, según la experiencia y comentarios de la población respecto al uso del juego. Esta población está conformada por 15 adolescentes y jóvenes.

b. Muestra

A continuación, se describe la cantidad de personas que conforman cada población:

- Población 1: 5 especialistas
- Población 2: 10 diseñadores gráficos
- Población 3: 15 padres de familia
- Población 4: 15 adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down

Para todas las poblaciones establecidas, la muestra es del 100%.

c. **Objetivos**

- El conocimiento de los **expertos** en torno al tema del Síndrome de Down, la autonomía y pedagogía, permitirá confirmar que el contenido de la campaña y herramientas propuestas, logran comunicar de manera satisfactoria el tema de estudio y resolver eficientemente las necesidades para el desarrollo de la autonomía en los adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down.
- La experiencia y conocimiento de los **diseñadores gráficos**, respecto a diseño, desarrollo de estrategias de comunicación y creación de experiencias de usuario, permitirá determinar que las piezas desarrolladas cumplen eficientemente sus objetivos de comunicación.
- A partir de la experiencia, conocimiento y opinión de los **padres de familia** en relación a la campaña social informativa y posts informativos, se podrá determinar si el contenido de las propuestas es comprensible para ellos, y además, logra generar un impacto positivo en su percepción entorno al tema de estudio.
- Basado en la experiencia de los **adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down** con relación al uso del juego virtual, se podrá comprobar que las interacciones, el contenido y la dinámica del juego les permiten tener una experiencia de diversión y entretenimiento funcional y eficiente.

Tomando en cuenta que este proceso de validación debía llevarse a cabo de manera virtual por la pandemia, se realizó un documento PDF interactivo que le facilitara a las poblaciones anteriormente descritas la comprensión general del proyecto y la visualización de los materiales realizados. El contenido de cada PDF se adaptó a los objetivos de cada población.

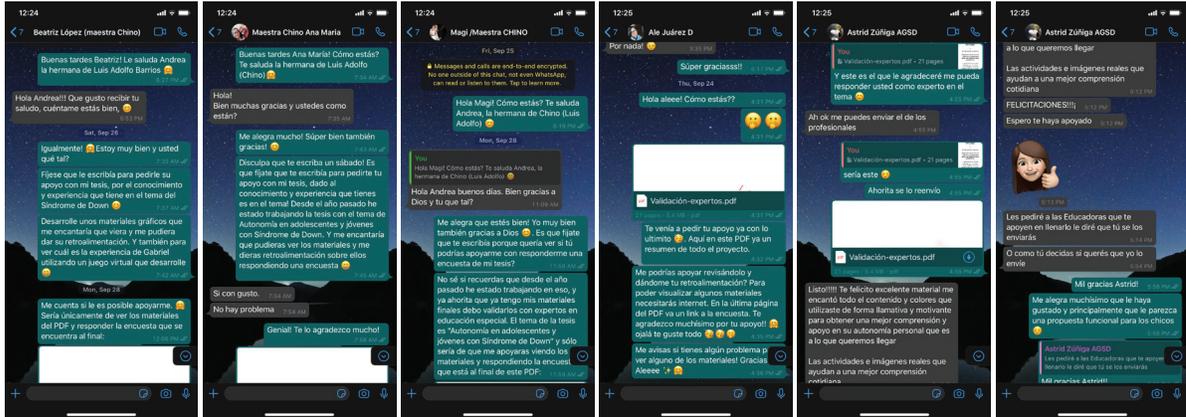
Las pantallas que se muestran a continuación corresponden al PDF dirigido a los expertos en educación especial:

<h2>iHola!</h2> <p>¡Muchas gracias por su apoyo!</p> <p>Este proyecto está enfocado en la Autonomía de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down guatemaltecos.</p> <p>Su retroalimentación sobre los materiales que lo conforman es muy importante, ya que me permitirá desarrollar un proyecto funcional y eficiente entorno al tema de estudio.</p>	<h2>2 Fases</h2> <p>Los materiales diseñados se organizaron en 2 fases, dirigidas a dos grupos de personas diferentes:</p> <p>FASE A: Padres de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down (SD)</p> <p>.....</p> <p>FASE B: Adolescentes y jóvenes con SD</p>	<h2>FASE A</h2> <p>Campaña para padres de adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>La función de esta campaña es promover las capacidades de las personas con SD, con la finalidad de que los padres de adolescentes y jóvenes con este diagnóstico, puedan promover la autonomía de sus hijos.</p> <p>Esta campaña se divide en 3 partes.</p> <p>.....</p>	<h3>FASE A</h3> <p>Campaña para padres de adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>1. Posts para Facebook, ¡si puedes, si puedes!</p> 
<h3>FASE A</h3> <p>Campaña para padres de adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>3. Folleto digital informativo</p>  <p>Para leer la vista previa del folleto:</p> <p>Click aquí</p>	<h3>FASE A</h3> <p>Campaña para padres de adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>2. Spot de radio</p>  <p>Para escuchar el spot de radio:</p> <p>Click aquí</p>	<h2>FASE B</h2> <p>Juego virtual para adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down (SD)</p> <p>.....</p> <p>La finalidad del juego virtual es promover a que los jóvenes puedan descubrir y desarrollar sus habilidades así como fortalecer su autoestima y autonomía.</p> <p>Esta fase se organiza en:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Promoción del juego (en Facebook, para padres) <p>.....</p> <ol style="list-style-type: none">2. Juego virtual (para los jóvenes)	<h3>FASE B</h3> <p>Juego virtual para adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>1. Promoción del juego, dirigida a padres.</p> 
<h3>FASE B</h3> <p>Juego virtual para adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>2. Juego virtual</p> <p>Introducción al juego</p> <p>Por favor presione el siguiente botón para escuchar la introducción al juego:</p> <p>Click aquí</p>	<h3>FASE B</h3> <p>Juego virtual para adolescentes y jóvenes con SD</p> <p>.....</p> <p>2. Juego virtual</p>  <p>Para visualizar el juego:</p> <p>Click aquí</p>	<h2>iMuchas gracias!</h2> <p>.....</p> <p>Gracias por visualizar todos los materiales.</p> <p>Para finalizar, le agradeceré me pueda responder la siguiente encuesta:</p> <p>Responder encuesta</p> <p>¡Mil gracias por su apoyo!, atte. Mandre Barrios</p>  <p>.....</p>	

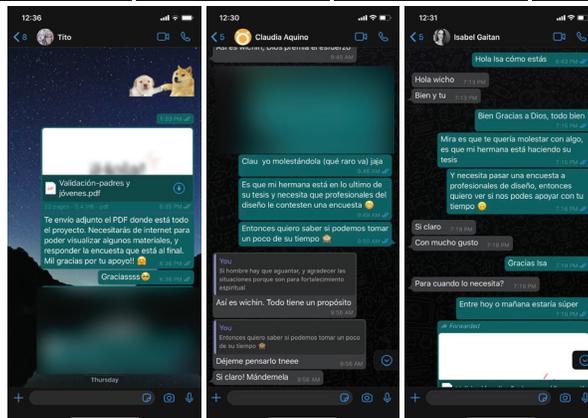
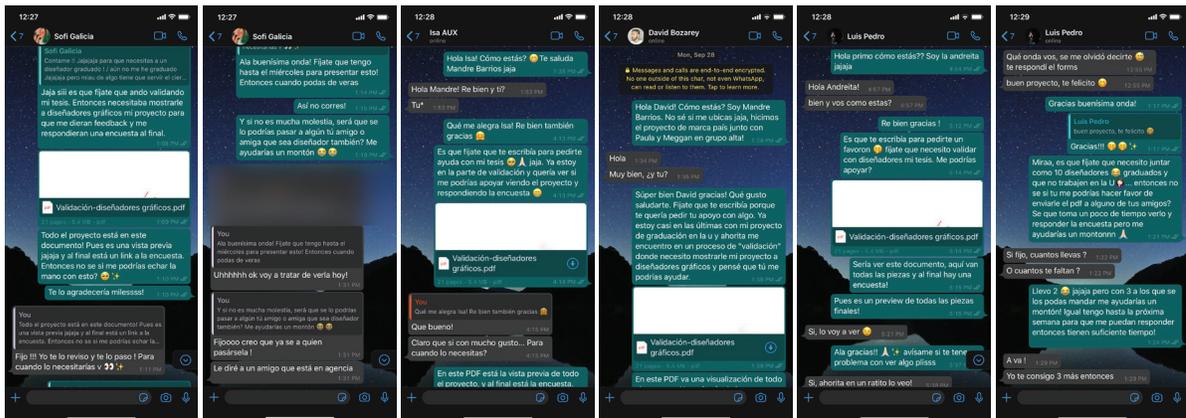
d. Evidencia de recopilación de la población para el proceso de validación

Se incluye en esta sección la evidencia de comunicación con las poblaciones establecidas, para poder recopilar las respuestas de cada instrumento. La misma se realizó a través de WhatsApp.

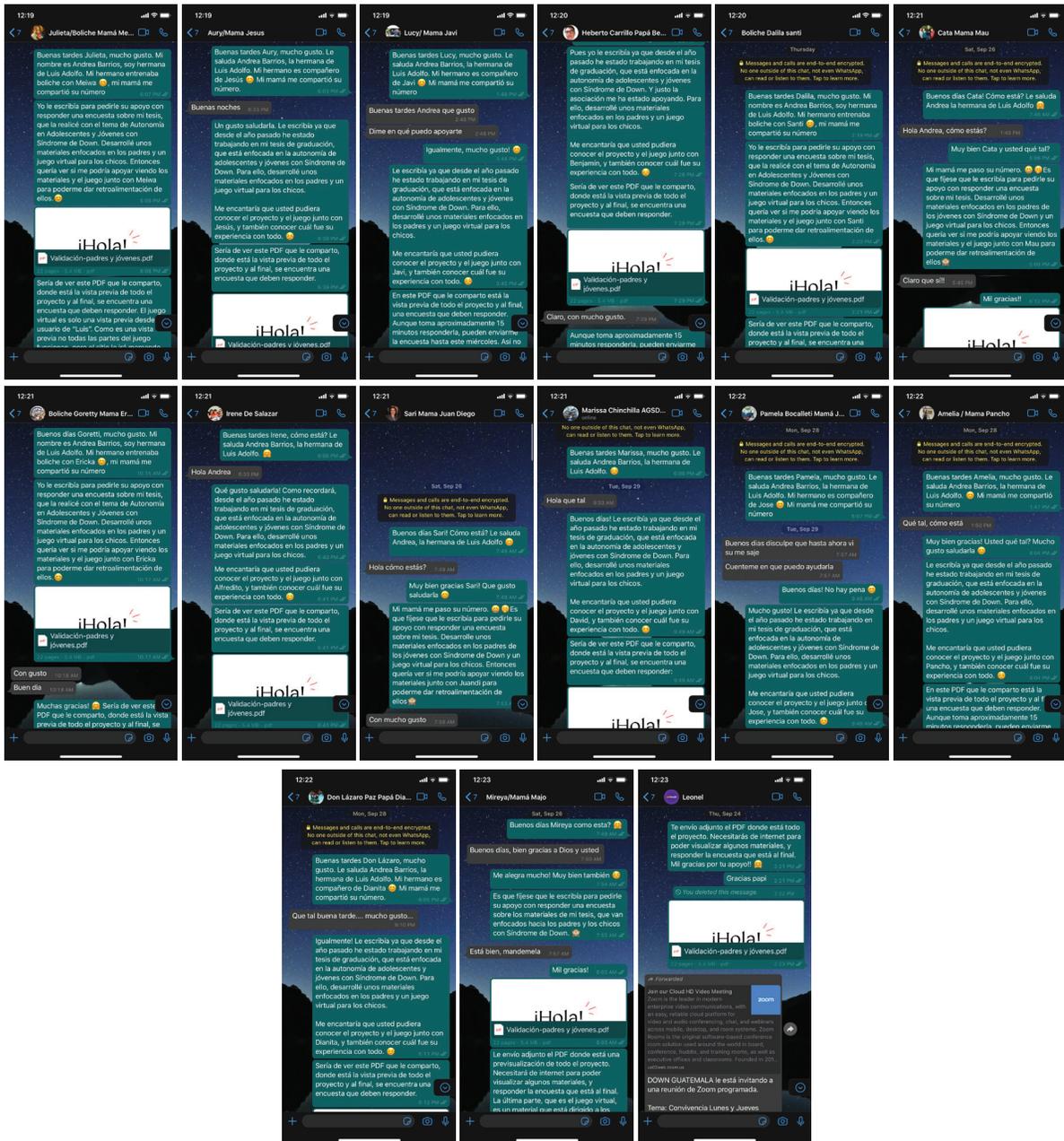
Expertos en educación especial:



Diseñadores gráficos



Padres y adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down:



e. Instrumentos de validación - Instrumento 7

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EXPERTOS EN EDUCACIÓN ESPECIAL



1) Basado en su conocimiento, cree usted que los términos que hacen referencia al tema del Síndrome de Down y autonomía en todos los materiales dirigidos a los padres, ¿están redactados correctamente?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Spot de radio	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __

Si su respuesta ha sido "no", le agradeceré indicarme en qué material debe corregirse la terminología: _____.

I · Evaluación sobre el diseño de los materiales dirigidos a padres:

Las siguientes imágenes las verá frecuentemente para poder responder las preguntas:



Publicaciones para Facebook, ¡Sí puedo, sí puedes!



Folleto digital informativo, ¡Sí puedo, sí puedes!



Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!

2) ¿Considera que la redacción general del texto es adecuada y comprensible para los padres?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

3) ¿Los títulos y el cuerpo de texto se pueden leer con facilidad?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

4) ¿El tamaño de letra utilizado para cada material es el correcto?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

5) ¿Cree que la ubicación del texto e imágenes es funcional?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

6) ¿Cree que la ubicación del texto e imágenes facilita la lectura?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

7) ¿Cree que la ubicación del texto e imágenes facilita la comprensión del contenido a tratar?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

Referencia de formatos



Publicaciones para Facebook, ¡Sí puedo, sí puedes!



Folleto digital informativo, ¡Sí puedo, sí puedes!



Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!

8) Las publicaciones se realizaron en un formato cuadrado y el folleto informativo en un formato horizontal. Dichos materiales podrán ser vistos únicamente de manera digital a través de una computadora o celular. ¿Considera que los formatos utilizados son los correctos?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

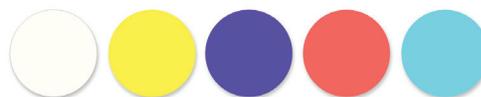
9) ¿Las imágenes utilizadas son adecuadas para los padres de familia?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

10) ¿Las imágenes utilizadas comunican eficientemente el tema de estudio?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

Paleta de colores:



11) ¿Qué opina de la paleta de colores?

- a. Es adecuada para los padres de los jóvenes y el tema de estudio
- b. Es poco adecuada para los padres de los jóvenes y el tema de estudio
- c. No es nada adecuada para los padres de los jóvenes y el tema de estudio

12) ¿Hay algo más que deba mejorar en las publicaciones de campaña social informativa dirigida a padres, el folleto digital informativo o en las publicaciones sobre el juego "¡Yo puedo!"?:

_____.

13) ¿Considera que el spot de radio es adecuado y comprensible para los padres?

- a. Sí
- b. No

II · Evaluación sobre el juego virtual "¡Yo puedo!" dirigido a los jóvenes con Síndrome de Down

Ejemplo de cómo se comunica el juego con los jóvenes:



14) ¿Considera que la forma en que se comunica el juego hacia los jóvenes es la adecuada?

- a. Sí
- b. No

15) ¿Cree usted que los jóvenes podrán utilizar satisfactoriamente el juego?

- a. Sí
- b. No

16) ¿Considera que los jóvenes podrán comprender las actividades y premios que pueden ganar?

- a. Sí
- b. No

17) Conteste si los siguientes aspectos serán comprensibles para los jóvenes:

Contenido del Juego	Sí ___	No ___
Instrucciones	Sí ___	No ___
Audio	Sí ___	No ___

18) El juego ¡Yo puedo! se diseñó con la finalidad de que los jóvenes puedan descargarlo y utilizarlo en su celular y/o tablet. ¿Considera que estos dispositivos son los adecuados para que el usuario pueda hacer uso de este?

- a. Sí
- b. No

Referencia:



19) ¿Las imágenes utilizadas dentro del juego son adecuadas para los jóvenes?

- a. a. Sí
- b. b. No

20) ¿Las imágenes utilizadas comunican y permiten que el usuario comprenda e interprete los materiales a conseguir, retos y actividades a realizar y premios que puede ganar?

- a. Sí
- b. No

21) ¿Las imágenes podrán llamar la atención del usuario?

- a. Sí
- b. No

Paleta de colores:



- 22) Sobre los colores utilizados para el diseño del juego, ¿cree que son los correctos?
- a. Sí
 - b. No

Ejemplo de cómo se comunica el juego con los jóvenes:



- 23) ¿Cree usted que el tamaño de letra utilizado en el juego será fácil de leer para los jóvenes?
- a. Sí
 - b. No

El tipo de letra utilizado es:

- a. Adecuado para los jóvenes
- b. Poco adecuado para los jóvenes
- c. Nada adecuado para los jóvenes

25) El desarrollo y dinámica del juego permite que los jóvenes puedan:

Entretenerse y divertirse	Sí ___	No ___
Desarrollar su talento	Sí ___	No ___
Fortalecer su autonomía	Sí ___	No ___

26) ¿Hay algo más que deba mejorar en el juego?: _____.

Instrumento 8

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down CUESTIONARIO DIRIGIDO A DISEÑADORES GRÁFICOS



1) ¿Considera que el tono de comunicación utilizado para los materiales es el adecuado para el grupo objetivo (padres de jóvenes con Síndrome de Down)?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Spot de radio	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

2) ¿Considera que la redacción del contenido de texto de los materiales es comprensible para el grupo objetivo?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Spot de radio	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

I · Generalidades: paleta de color y tipografía

Referencia



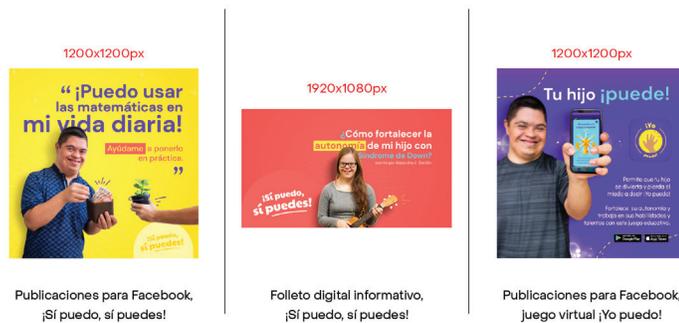
3) ¿Qué opina de la paleta de colores utilizada?

- a. Es adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- b. Es poco adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- c. No es nada adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio

4) Las tipografías seleccionadas son:

Funcionales	Sí ___	No ___
Legibles	Sí ___	No ___

II · Evaluación sobre el diseño de los materiales dirigidos a padres



5) Los materiales de la campaña han sido planeados para ser implementados únicamente de manera digital, ¿cree usted que el formato utilizado para cada uno es el adecuado?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __

6) ¿Considera que las imágenes utilizadas son adecuadas para el grupo objetivo y comunican eficientemente el tema de estudio?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __

7) ¿El tamaño de letra utilizado para cada pieza es el correcto?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __

8) ¿Considera que la diagramación del contenido y el uso de retículas en cada pieza está implementado de manera correcta?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __

9) ¿Cree que el spot de radio es adecuado para el grupo objetivo (padres de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down)?

- a. Sí
- b. No

10) ¿Cree que el spot de radio es comprensible para el G.O.?

- a. Sí
- b. No

11) ¿Considera que la producción del spot de radio comunica eficientemente el mensaje?

- a. Sí
- b. No

12) Si para cualquiera de las preguntas anteriores, su respuesta ha sido "no", le agradeceré me pueda indicar: el/los material(es) y los aspectos que debo mejorar de cada uno de ellos:_____.

III · Evaluación sobre el juego virtual "¡Yo puedo!" dirigido a los jóvenes con Síndrome de Down

Ejemplo de cómo se comunica el juego con los jóvenes:



13) ¿Considera que el tono de comunicación que utiliza el juego es adecuado para los jóvenes?

- a. Sí
- b. No

14) ¿Considera que los jóvenes podrán utilizar satisfactoriamente el juego?

- a. Sí
- b. No

Referencia



15) ¿Cree usted que el grupo objetivo podrá comprender el flujo de navegación y las acciones e interacciones que puede realizar, tales como los botones que pueden presionar, actividades y retos por cumplir y premios por ganar?

- a. Sí
- b. No

16) Si su respuesta a cualquiera de las 2 preguntas anteriores fue "no" le agradeceré me pueda indicar ¿por qué?: _____.

17) ¿Considera que el contenido general del juego será comprensible para el G.O.?

- a. Sí
- b. No

18) ¿Considera que el audio a utilizar en el juego es adecuado para los jóvenes?

- a. Sí
- b. No

19) El juego ¡Yo puedo! se diseñó con la finalidad de que los jóvenes puedan descargarlo y utilizarlo en su celular y/o tablet. ¿Considera que el formato utilizado es el adecuado para el tipo de juego?

- a. Sí
- b. No

20) ¿Cree usted que el celular y Tablet son los soportes ideales para el grupo objetivo?

- a. Sí
- b. No

21) Las imágenes utilizadas en el juego:

Son adecuadas al grupo objetivo	Sí ___	No ___
Permiten que el usuario comprenda e interprete los materiales a conseguir, retos y actividades a realizar y premios que puede ganar:	Sí ___	No ___
Podrán llamar la atención del usuario	Sí ___	No ___

22) ¿Cree usted que el tamaño de letra utilizado en el juego es apropiado para el G.O.?

- a. Sí
- b. No

23) ¿Cree usted que la letra utilizada será legible para el grupo objetivo?

- a. Sí
- b. No

24) ¿Considera que la dinámica del juego permite que los jóvenes puedan:

Entretenerse y divertirse	Sí ___	No ___
Desarrollar su talento	Sí ___	No ___
Fortalecer su autonomía	Sí ___	No ___

25) ¿Considera que la experiencia que proporciona el juego es satisfactoria?

- a. Sí
- b. No

26) ¿Hay algo más que deba mejorar en el juego? _____.

Instrumento 9

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down CUESTIONARIO DIRIGIDO A PADRES DE ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

I · Evaluación sobre el diseño de los materiales dirigidos a padres

Las siguientes imágenes las verá frecuentemente para poder responder las preguntas:



Publicaciones para Facebook,
¡Sí puedo, sí puedes!



Folleto digital informativo,
¡Sí puedo, sí puedes!



Publicaciones para Facebook,
juego virtual ¡Yo puedo!

1) ¿Considera que la redacción del texto de los materiales presentados es adecuada?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

2) ¿Considera que la redacción del texto de los materiales presentados es comprensible?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

3) ¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

- Facebook
- Instagram

4) Tomando en cuenta que estos materiales se diseñaron para ser vistos desde su celular o computadora a través de Facebook, ¿considera que el tamaño utilizado para cada uno es el correcto?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

Imagen de referencia:



Folleto digital informativo,
¡Sí puedo, sí puedes!

6) ¿Considera que las fotografías e imágenes utilizadas son las adecuadas?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

7) ¿Le resultaron agradables las imágenes y fotografías utilizadas?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

Paleta de colores:



8) ¿Qué opina de la paleta de colores?

- a. ¡Me ha encantado!
- b. Me gustó
- c. Me es indiferente
- d. No me gustó

Imagen de referencia:



Publicaciones para Facebook,
¡Sí puedo, sí puedes!



Folleto digital informativo,
¡Sí puedo, sí puedes!



Publicaciones para Facebook,
juego virtual ¡Yo puedo!

9) ¿Pudo leer los títulos y el contenido de los materiales sin ningún problema?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

10) ¿Considera que la ubicación del texto e imágenes en cada material facilita la lectura?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

11) ¿Considera que la ubicación del texto e imágenes en cada material permite que el contenido sea comprensible?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

12) ¿El spot de radio es comprensible?

- a. Sí
- b. No

13) ¿Hay algo más que deba mejorar?: _____

Instrumento 10

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño



Autonomía de la persona con Síndrome de Down

CUESTIONARIO DIRIGIDO A
ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

Estimado padre de familia, ¡muchas gracias por su apoyo! Para este cuestionario, solicito de su ayuda preguntándole a su hijo/a lo siguiente:

I - Preguntas dirigidas al joven, sobre su experiencia utilizando el juego "¡Yo puedo!"

Imagen de referencia



1) ¿Te ha gustado este juego?

- a. Sí
- b. No

2) ¿Te gusta el nombre del juego?

- a. Sí
- b. No

3) ¿Te gustaría seguir jugando "¡Yo puedo!" desde tu celular?

- a. Sí
- b. No

Paleta de colores:



- 4) ¿Te gustaron los colores del juego?
- a. Sí
 - b. No

Ejemplo de los dibujos del juego:



- 5) ¿Te gustaron los dibujos del juego?
- a. Sí
 - b. No

6) ¿Qué otras actividades te gustaría poder hacer en el juego?: _____

II · Según lo observado por el padre:

- 7) ¿Considera que su hijo/a se sintió motivado y emocionado por resolver las actividades del juego?
- a. Sí
 - b. No

8) ¿Notó que su hijo/a se haya aburrido, frustrado o estresado con el juego?:

Aburrido	Sí ___	No ___
Frustrado	Sí ___	No ___
Estresado	Sí ___	No ___

Si su respuesta a la pregunta anterior fue "sí" le agradeceré me pueda indicar en qué momento del juego ha sucedido esto: _____

- 9) ¿Considera que las imágenes utilizadas dentro del juego son las adecuadas para su hijo/a?
- a. Sí
 - b. No

10) ¿Las imágenes utilizadas comunican y permiten que su hijo/a comprenda e interprete los materiales que debe conseguir, retos y actividades que puede realizar y premios que puede ganar?

- a. Sí
- b. No

11) ¿Las imágenes utilizadas llamaron la atención de su hijo?

- a. Sí
- b. No

12) ¿Cree usted que el tamaño de letra utilizado en el juego es fácil de leer para su hijo/a?

- a. Sí
- b. No

13) El desarrollo y dinámica del juego permite que su hijo/a:

Se divierta y mantenga entretenido/a	Sí__	No__
Desarrolle su talento	Sí__	No__
Fortalezca su autonomía	Sí__	No__

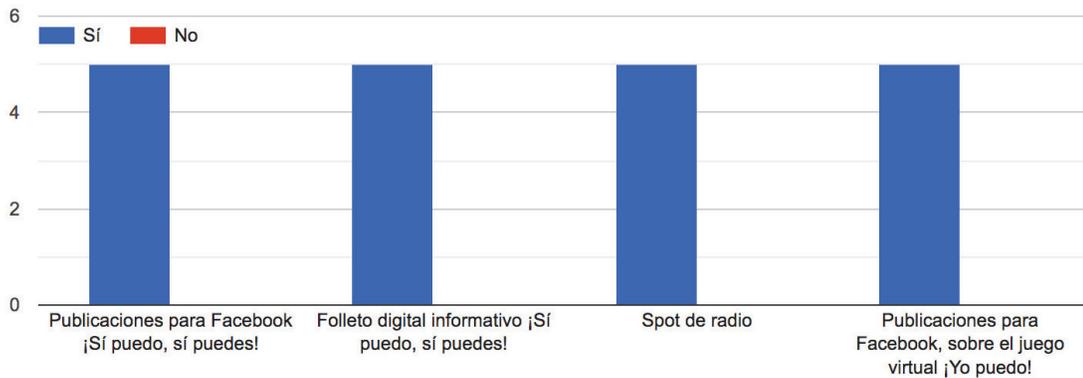
14) Con la finalidad de mejorar la experiencia de su hijo/a utilizando el juego "¡Yo puedo!", ¿considera que es necesario realizar algún otro cambio adicional?: _____.

f. Tabulación de resultados

INSTRUMENTO 7 – CUESTIONARIO DIRIGIDO A EXPERTOS EN EDUCACIÓN ESPECIAL

1) Basado en su conocimiento, cree usted que los términos que hacen referencia al tema del Síndrome de Down y autonomía en todos los materiales dirigidos a los padres, ¿están redactados correctamente?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí__	No__
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí__	No__
Spot de radio	Sí__	No__
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí__	No__



Gráfica 16

Uso correcto de términos que hacen referencia al Síndrome de Down y Autonomía

Fuente: propia

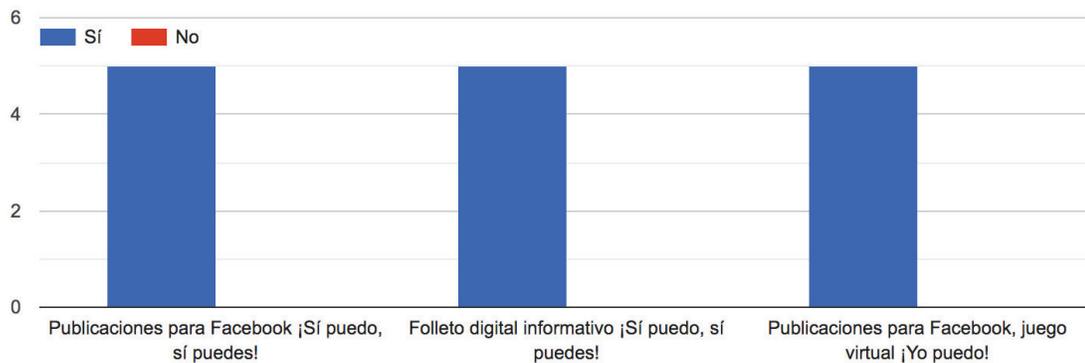
Si su respuesta ha sido "no", le agradeceré indicarme en qué material debe corregirse la terminología: _____.

R/ Las respuestas obtenidas indican que la terminología empleada es acorde al tema.

I · Evaluación sobre el diseño de los materiales dirigidos a padres:

2) ¿Considera que la redacción general del texto es adecuada y comprensible para los padres?

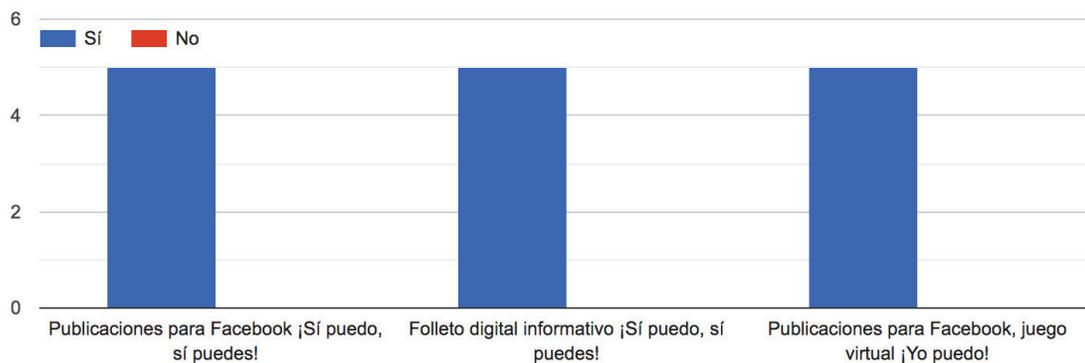
Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí__	No__
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí__	No__
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí__	No__



Gráfica 17
 Comprensión sobre la redacción general del texto
 Fuente: propia

3) ¿Los títulos y el cuerpo de texto se pueden leer con facilidad?

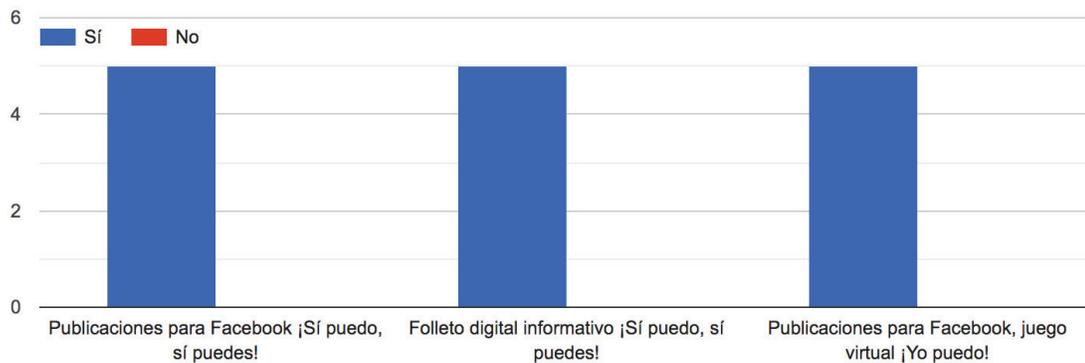
Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



Gráfica 18
 Legibilidad del texto
 Fuente: propia

4) ¿El tamaño de letra utilizado para cada material es el correcto?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



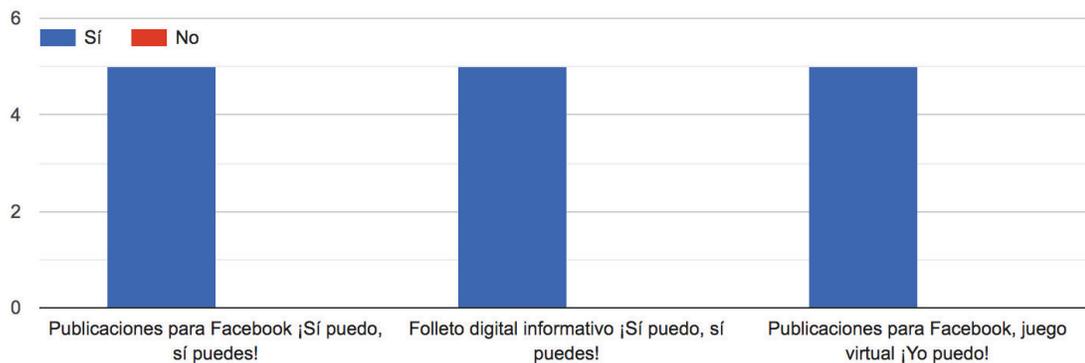
Gráfica 19

Evaluación del tamaño de letra

Fuente: propia

5) ¿Cree que la ubicación del texto e imágenes es funcional?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



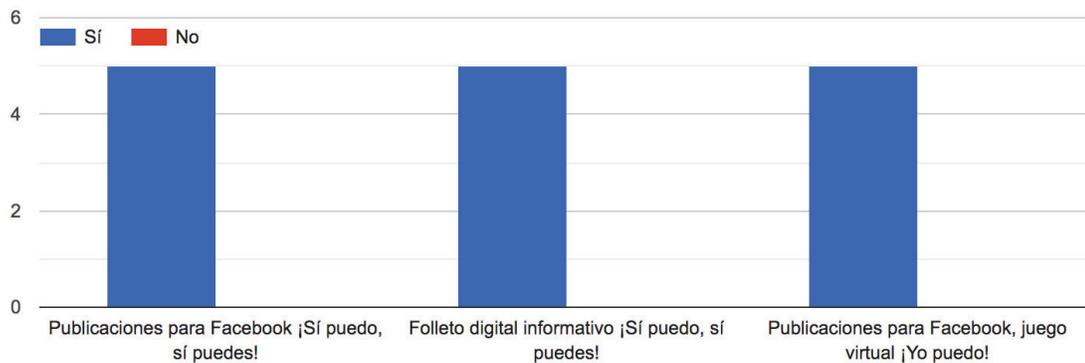
Gráfica 20

Evaluación sobre la funcionalidad de las imágenes y texto utilizado

Fuente: propia

6) ¿Cree que la ubicación del texto e imágenes facilita la lectura?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



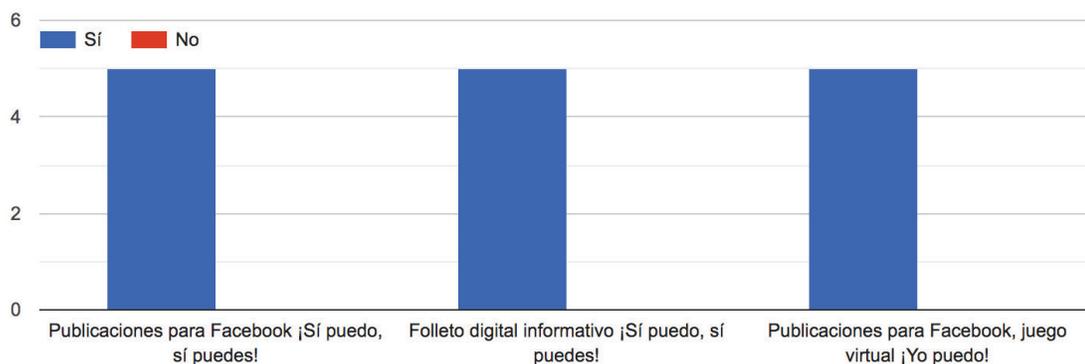
Gráfica 21

Evaluación sobre las imágenes y texto utilizadas para facilitar la lectura

Fuente: propia

7) ¿Cree que la ubicación del texto e imágenes facilita la comprensión del contenido a tratar?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



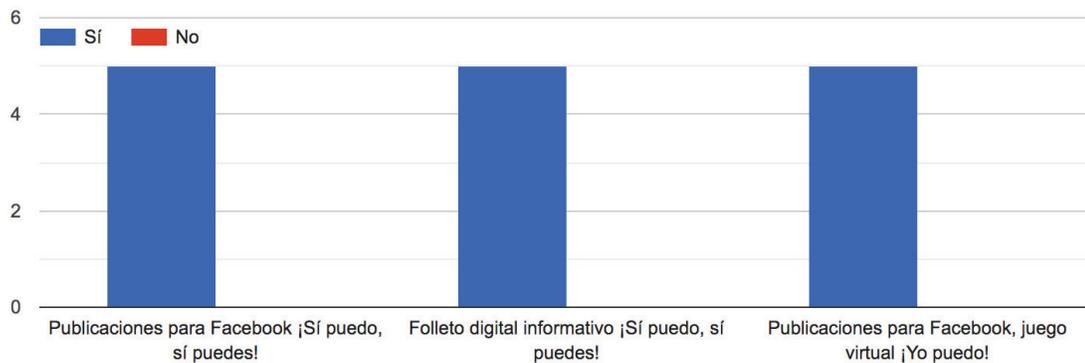
Gráfica 22

Análisis para evaluar si el texto e imágenes utilizadas son comprensibles

Fuente: propia

8) Las publicaciones se realizaron en un formato cuadrado y el folleto informativo en un formato horizontal. Dichos materiales podrán ser vistos únicamente de manera digital a través de una computadora o celular. ¿Considera que los formatos utilizados son los correctos?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



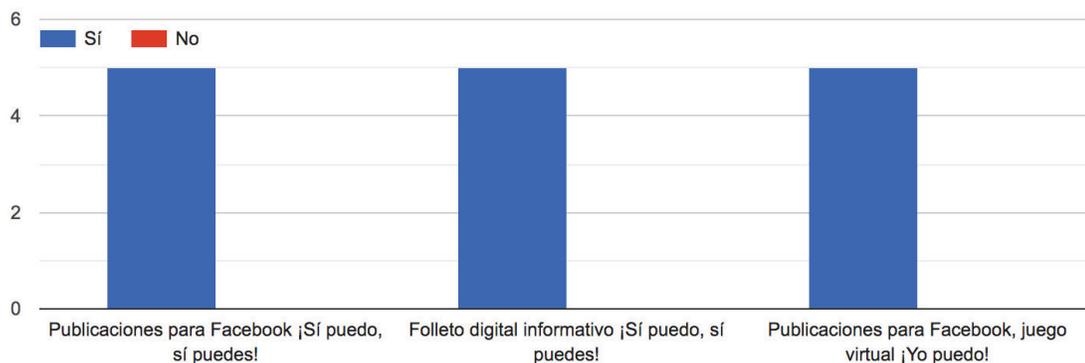
Gráfica 23

Evaluación sobre los formatos utilizados

Fuente: propia

9) ¿Las imágenes utilizadas son adecuadas para los padres de familia?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



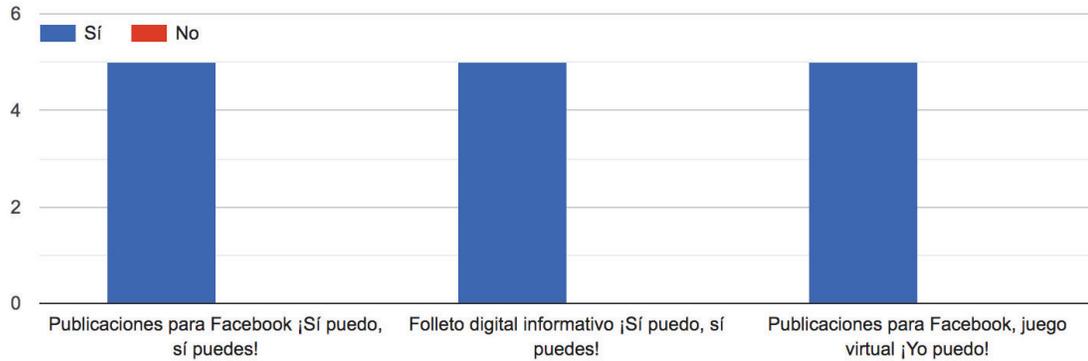
Gráfica 24

Uso adecuado de imágenes para materiales dirigidos a padres de familia

Fuente: propia

10) ¿Las imágenes utilizadas comunican eficientemente el tema de estudio?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



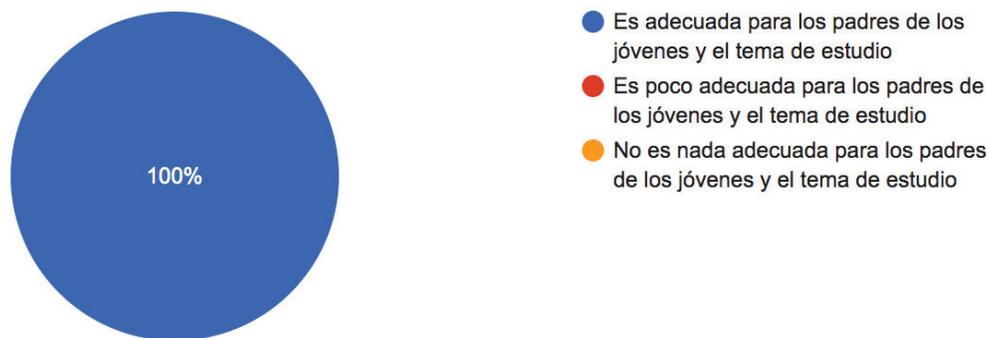
Gráfica 25

Análisis sobre la eficiencia de las imágenes utilizadas

Fuente: propia

11) ¿Qué opina de la paleta de colores?

- a. Es adecuada para los padres de los jóvenes y el tema de estudio
- b. Es poco adecuada para los padres de los jóvenes y el tema de estudio
- c. No es nada adecuada para los padres de los jóvenes y el tema de estudio



Gráfica 26

Análisis sobre la paleta de color

Fuente: propia

12) ¿Hay algo más que deba mejorar en las publicaciones de campaña social informativa dirigida a padres, el folleto digital informativo o en las publicaciones sobre el juego "¡Yo puedo!"?: _____.

R/ En la publicación de Facebook "Puedo comunicarme de muchas maneras, la imagen cubre dos letras del texto, aunque la palabra se logra comprender, tal vez sería adecuado mover un poco la imagen hacia abajo.

R/ Me parece un material creativo de manera eficiente y comprensible, gracias por el apoyo a la comunidad y entorno Down, en Guatemala brinda información acertada.

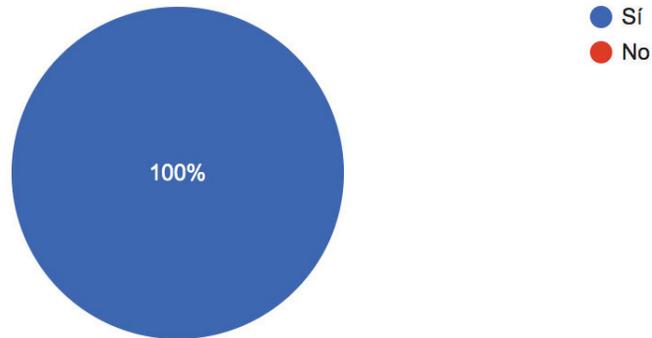
R/ Ninguna.

R/ Todo está claro, llamativo y conciso.

R/ Me parece que todo está perfecto... colores, texto, imágenes, contenido. Todo muy bien proporcionado y estructurado. Felicidades.

13) ¿Considera que el spot de radio es adecuado y comprensible para los padres?

- a. Sí
- b. No

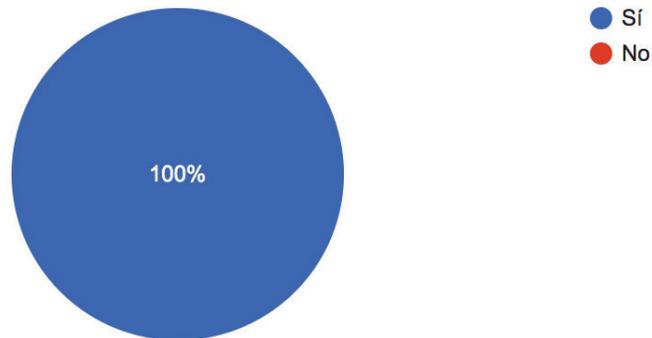


Gráfica 27
Análisis sobre comprensión del spot de radio
Fuente: propia

II · Evaluación sobre el juego virtual "¡Yo puedo!" dirigido a los jóvenes con Síndrome de Down

14) ¿Considera que la forma en que se comunica el juego hacia los jóvenes es la adecuada?

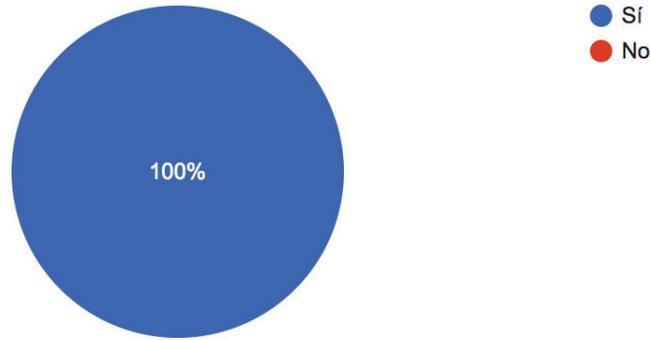
- a. Sí
- b. No



Gráfica 28
Análisis sobre tono de comunicación del juego ¡Yo puedo!
Fuente: propia

15) ¿Cree usted que los jóvenes podrán utilizar satisfactoriamente el juego?

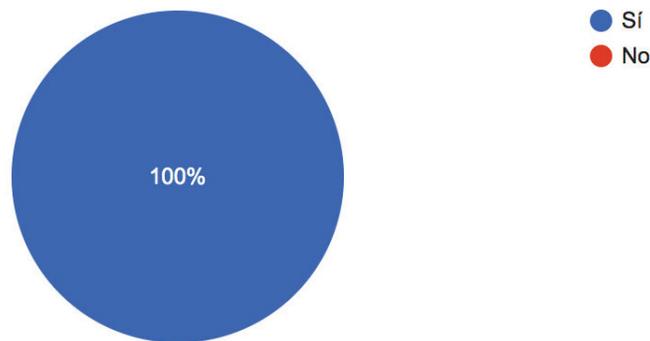
- a. Sí
- b. No



Gráfica 29
Satisfacción de los usuarios con el juego
Fuente: propia

16) ¿Considera que los jóvenes podrán comprender las actividades y premios que pueden ganar?

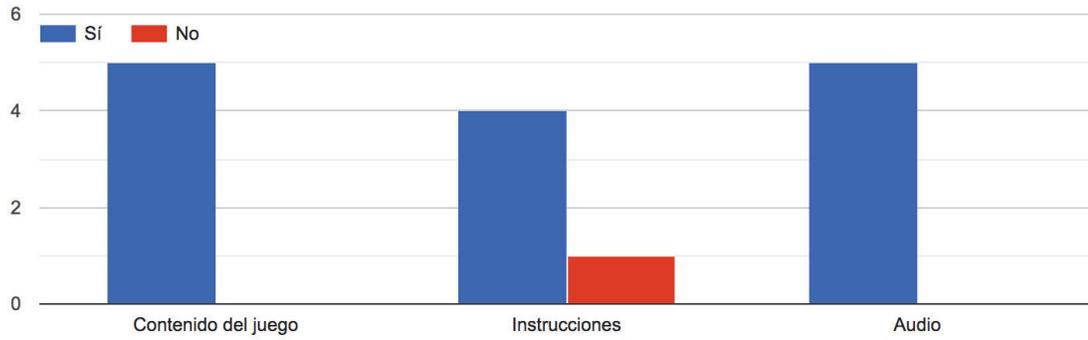
- a. Sí
- b. No



Gráfica 30
Comprensión sobre las actividades y premios del juego
Fuente: propia

17) Conteste si los siguientes aspectos serán comprensibles para los jóvenes:

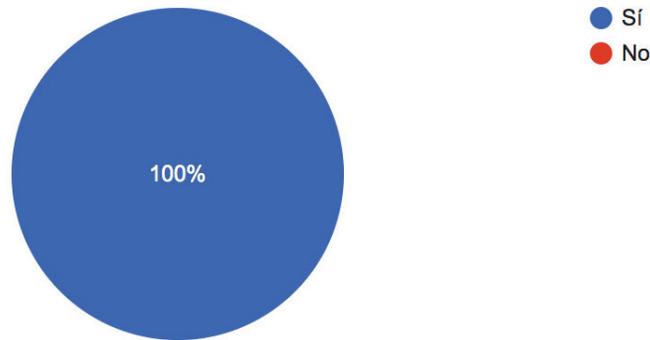
Contenido del Juego	Sí ___	No ___
Instrucciones	Sí ___	No ___
Audio	Sí ___	No ___



Gráfica 31
 Análisis sobre el contenido del juego ¡Yo puedo!
 Fuente: propia

18) El juego ¡Yo puedo! se diseñó con la finalidad de que los jóvenes puedan descargarlo y utilizarlo en su celular y/o tablet. ¿Considera que estos dispositivos son los adecuados para que el usuario pueda hacer uso de este?

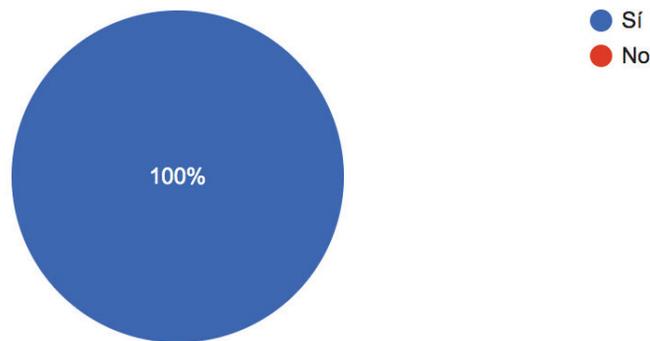
- a. Sí
- b. No



Gráfica 32
 Dispositivos móviles donde funcionará el juego
 Fuente: propia

19) ¿Las imágenes utilizadas dentro del juego son adecuadas para los jóvenes?

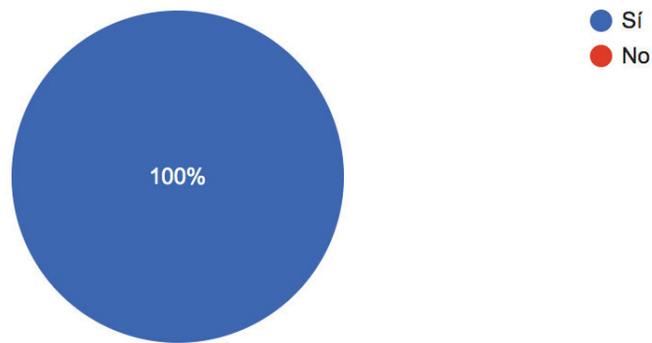
- a. Sí
- b. No



Gráfica 33
 Uso adecuado de imágenes en el juego
 Fuente: propia

20) ¿Las imágenes utilizadas comunican y permiten que el usuario comprenda e interprete los materiales a conseguir, retos y actividades a realizar y premios que puede ganar?

- a. Sí
- b. No



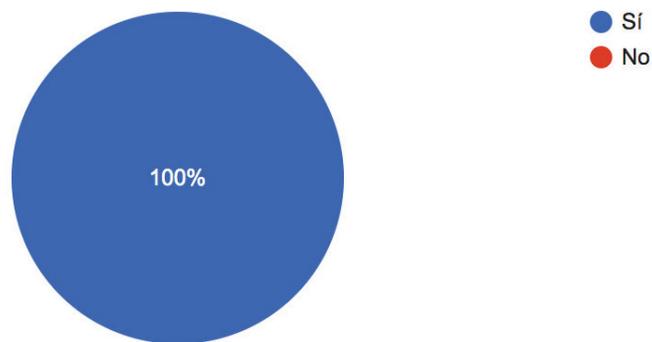
Gráfica 34

Comprensión del grupo objetivo sobre la dinámica del juego a partir de las imágenes utilizadas

Fuente: propia

21) ¿Las imágenes podrán llamar la atención del usuario?

- a. Sí
- b. No



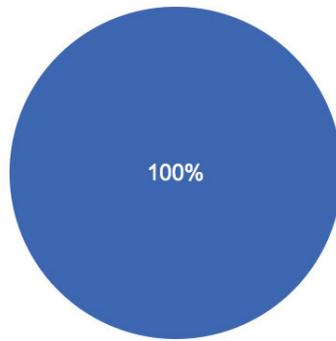
Gráfica 35

Interés del usuario por las imágenes utilizadas

Fuente: propia

22) Sobre los colores utilizados para el diseño del juego, ¿cree que son los correctos?

- a. Sí
- b. No

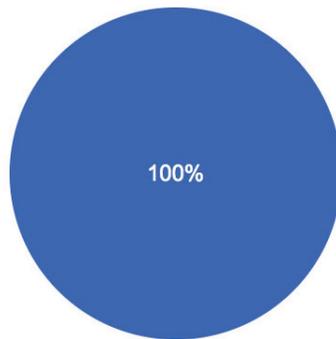


- Sí
- No

Gráfica 36
 Uso correcto de colores en el juego
 Fuente: propia

23) ¿Cree usted que el tamaño de letra utilizado en el juego será fácil de leer para los jóvenes?

- a. Sí
- b. No

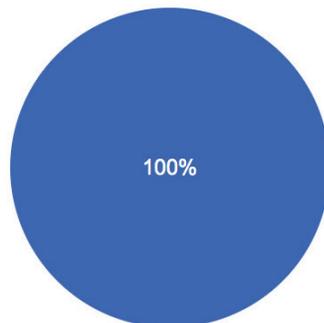


- Sí
- No

Gráfica 37
 Legibilidad de la letra utilizada en el juego
 Fuente: propia

24) El tipo de letra utilizado es:

- a. Adecuado para los jóvenes
- b. Poco adecuado para los jóvenes
- c. Nada adecuado para los jóvenes

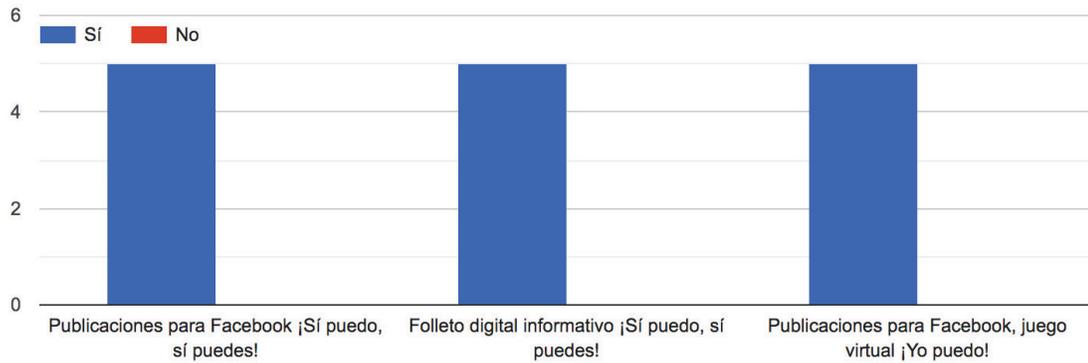


- Es adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- Es poco adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- No es nada adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio

Gráfica 38
 Uso adecuado del tipo de letra para el juego
 Fuente: propia

25) El desarrollo y dinámica del juego permite que los jóvenes puedan:

Entretenerse y divertirse	Sí ___	No ___
Desarrollar su talento	Sí ___	No ___
Fortalecer su autonomía	Sí ___	No ___



Gráfica 39

Análisis sobre la eficiencia del juego para alcanzar sus objetivos

Fuente: propia

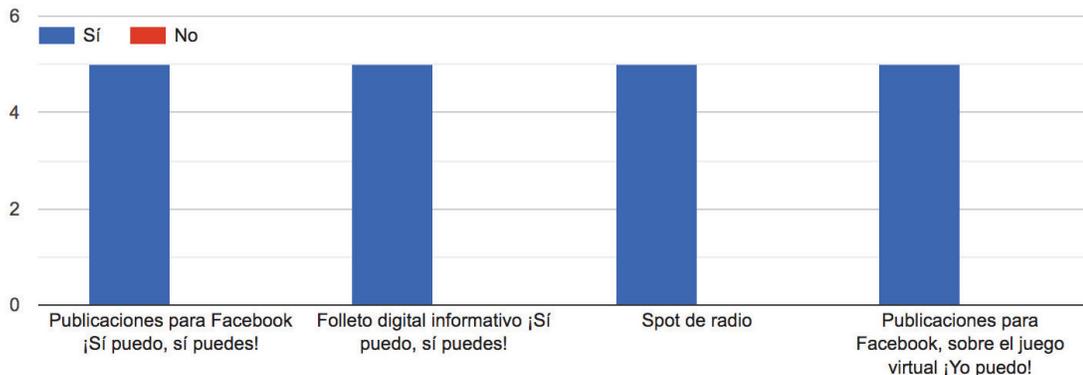
26) ¿Hay algo más que deba mejorar en el juego?: _____.

R/ Se obtuvieron comentarios positivos en esta pregunta. Se señaló que "es un material asertivo y creado cuidadosamente para el desarrollo de las habilidades, que además permite fortalecer el aprendizaje competitivo de los adolescentes y jóvenes Down".

INSTRUMENTO 8 – CUESTIONARIO DIRIGIDO A DISEÑADORES GRÁFICOS

1) ¿Considera que el tono de comunicación utilizado para los materiales es el adecuado para el grupo objetivo (padres de jóvenes con Síndrome de Down)?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Spot de radio	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



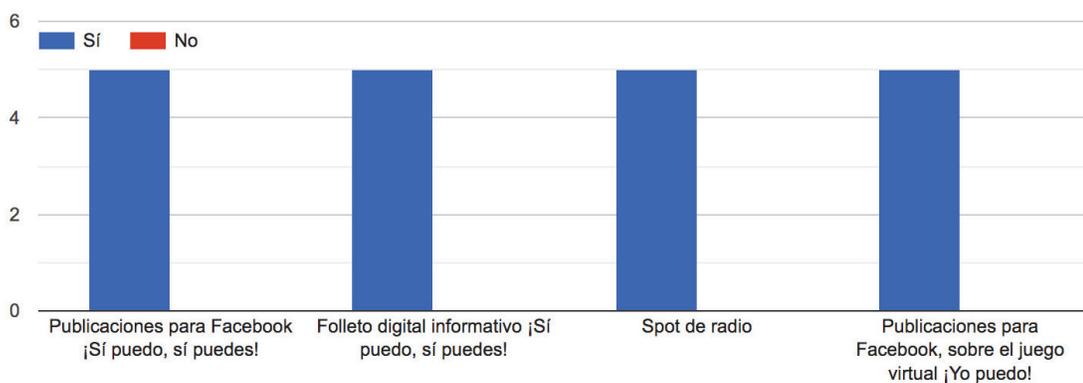
Gráfica 40

Análisis sobre el tono de comunicación de los materiales dirigidos a padres

Fuente: propia

a. 2) ¿Considera que la redacción del contenido de texto de los materiales es comprensible para el grupo objetivo?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Spot de radio	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



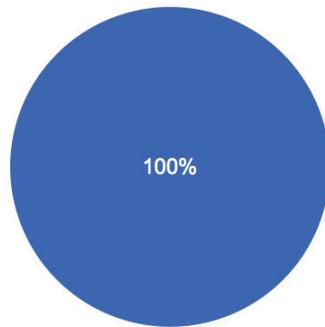
Gráfica 41

Comprensión y redacción del contenido de texto

I · Generalidades: paleta de color y tipografía

3) ¿Qué opina de la paleta de colores utilizada?

- Es adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- Es poco adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- No es nada adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio

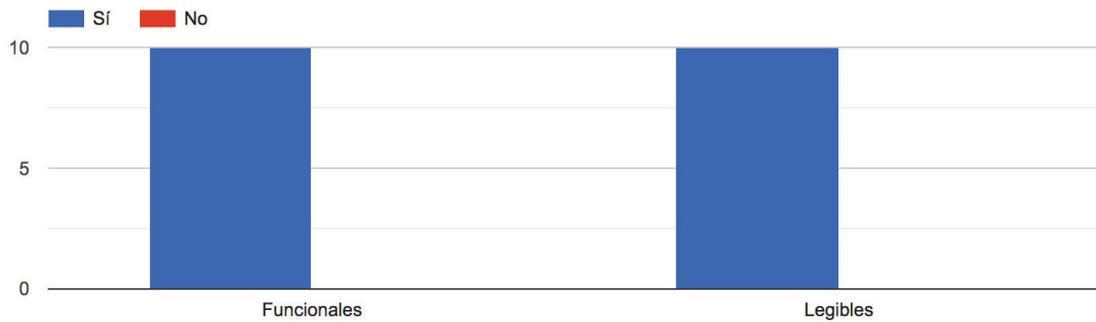


- Es adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- Es poco adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio
- No es nada adecuada para los grupos objetivo y tema de estudio

Gráfica 42
Análisis sobre paleta de colores
Fuente: propia

4) Las tipografías seleccionadas son:

Funcionales	Sí ___	No ___
Legibles	Sí ___	No ___

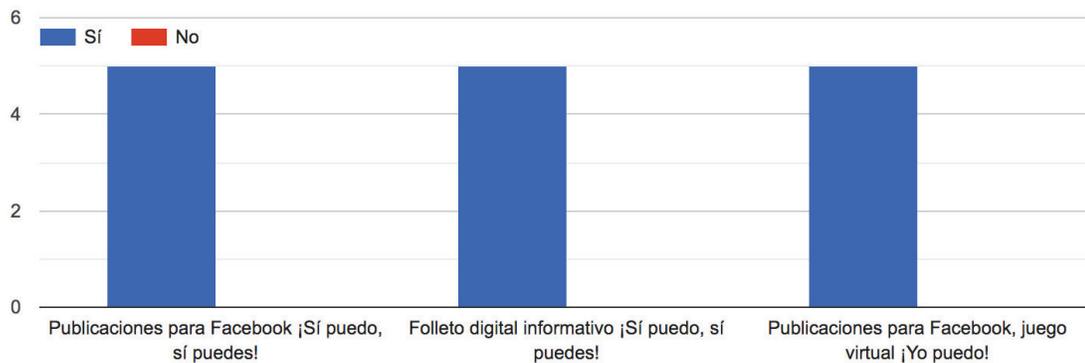


Gráfica 43
Evaluación sobre funcionalidad y legibilidad de las tipografías utilizadas
Fuente: propia

II · Evaluación sobre el diseño de los materiales dirigidos a padres

5) Los materiales de la campaña han sido planeados para ser implementados únicamente de manera digital, ¿cree usted que el formato utilizado para cada uno es el adecuado?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



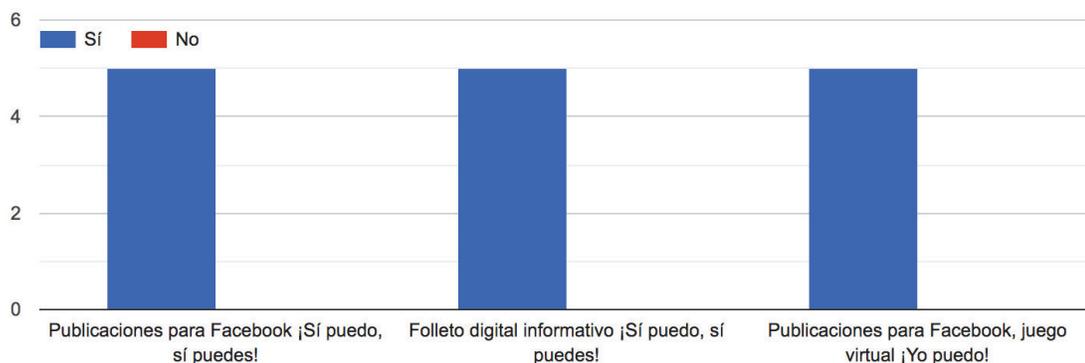
Gráfica 44

Evaluación del formato utilizado para los materiales

Fuente: propia

6) ¿Considera que las imágenes utilizadas son adecuadas para el grupo objetivo y comunican eficientemente el tema de estudio?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __



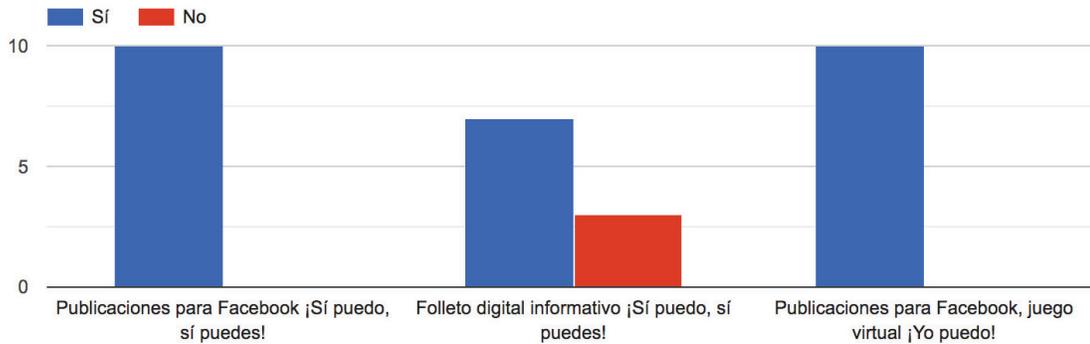
Gráfica 45

Análisis sobre el uso de imágenes

Fuente: propia

7) ¿El tamaño de letra utilizado para cada pieza es el correcto?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __



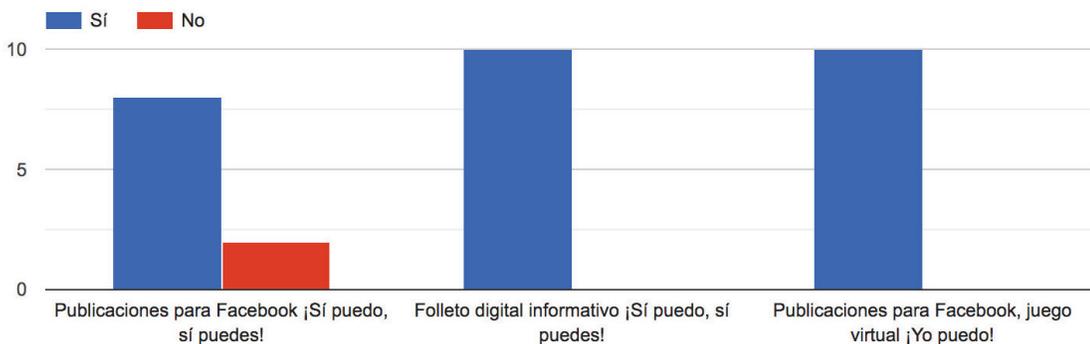
Gráfica 46

Uso del tamaño de letra adecuado para cada material

Fuente: propia

8) ¿Considera que la diagramación del contenido y el uso de retículas en cada pieza está implementado de manera correcta?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí __	No __
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí __	No __



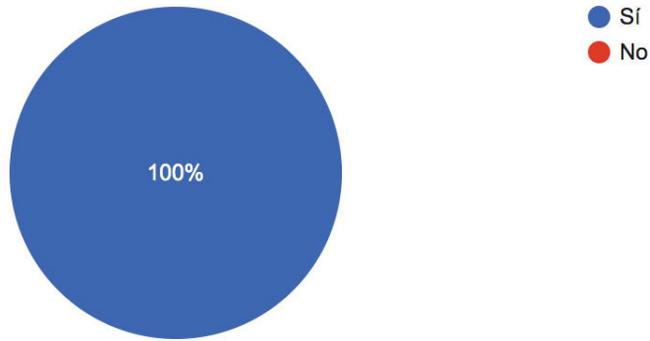
Gráfica 47

Evaluación sobre la diagramación y uso de retículas

Fuente: propia

9) ¿Cree que el spot de radio es adecuado para el grupo objetivo (padres de adolescentes y jóvenes con Síndrome de Down)?

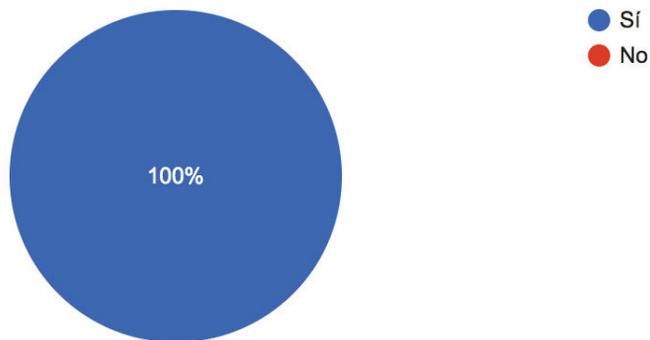
- a. Sí
- b. No



Gráfica 48
Evaluación sobre el spot de radio
Fuente: propia

10) ¿Cree que el spot de radio es comprensible para el G.O.?

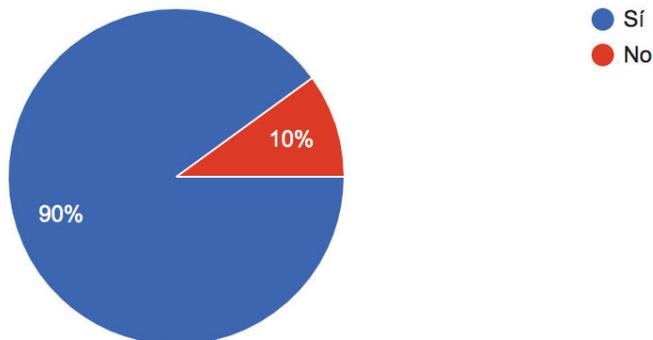
- a. Sí
- b. No



Gráfica 49
Comprensión del spot de radio para el grupo objetivo
Fuente: propia

11) ¿Considera que la producción del spot de radio comunica eficientemente el mensaje?

- a. Sí
- b. No



Gráfica 50
Eficiencia en la comunicación del mensaje en el spot de radio
Fuente: propia

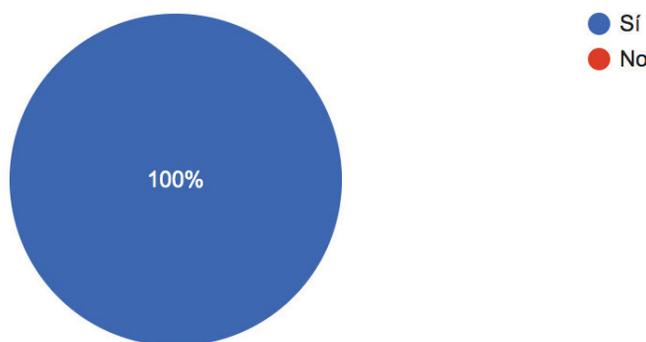
12) Si para cualquiera de las preguntas anteriores, su respuesta ha sido "no", le agradeceré me pueda indicar: el/los material(es) y los aspectos que debo mejorar de cada uno de ellos: _____.

R/ Los comentarios obtenidos a partir de esta pregunta sugieren evaluar el tamaño de letra utilizado para las primeras páginas del folleto digital informativo, ya que tienen un tamaño de letra menor al del resto del folleto y este factor podría dificultar la lectura del grupo objetivo. Así también, se recomendó acortar el contenido de texto de las publicaciones sobre el juego virtual "¡Yo puedo!". Otras recomendaciones son: (1) evaluar si las imágenes que cubren el texto de las publicaciones sobre la campaña "¡Sí puedo, sí puedes!" no dificultan la legibilidad e incluir (2) un mensaje de cierre en el spot de radio que invite al oyente a querer saber más sobre la campaña. Sugieren que un mensaje como "¡Únete!" o "¡Síguenos" quizá podría ayudar".

III · Evaluación sobre el juego virtual "¡Yo puedo!" dirigido a los jóvenes con Síndrome de Down

13) ¿Considera que el tono de comunicación que utiliza el juego es adecuado para los jóvenes?

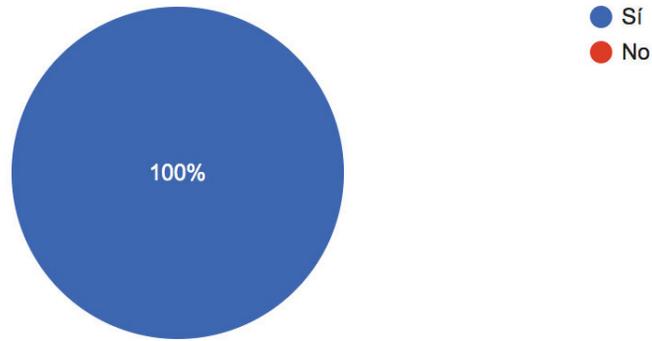
- a. Sí
- b. No



Gráfica 51
Análisis sobre la eficiencia del juego para alcanzar sus objetivos
Fuente: propia

14) ¿Considera que los jóvenes podrán utilizar satisfactoriamente el juego?

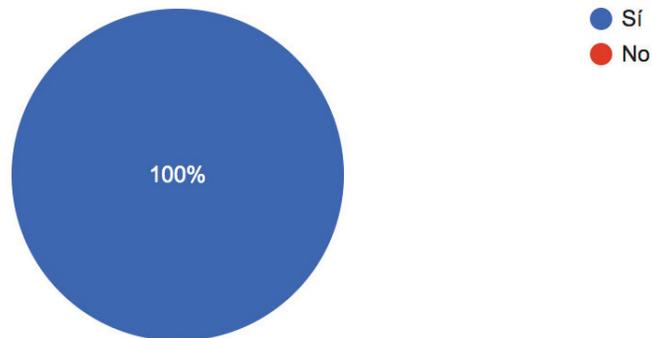
- a. Sí
- b. No



Gráfica 52
 Uso del juego para el grupo objetivo
 Fuente: propia

15) ¿Cree usted que el grupo objetivo podrá comprender el flujo de navegación y las acciones e interacciones que puede realizar, tales como los botones que pueden presionar, actividades y retos por cumplir y premios por ganar?

- a. Sí
- b. No



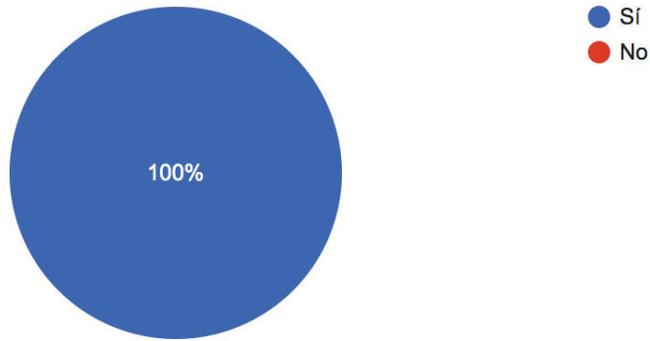
Gráfica 53
 Análisis sobre el flujo de navegación del juego
 Fuente: propia

16) Si su respuesta a cualquiera de las 2 preguntas anteriores fue "no" le agradeceré me pueda indicar ¿por qué?: _____.

R/ Las respuestas obtenidas indican que no hay ningún problema con el juego.

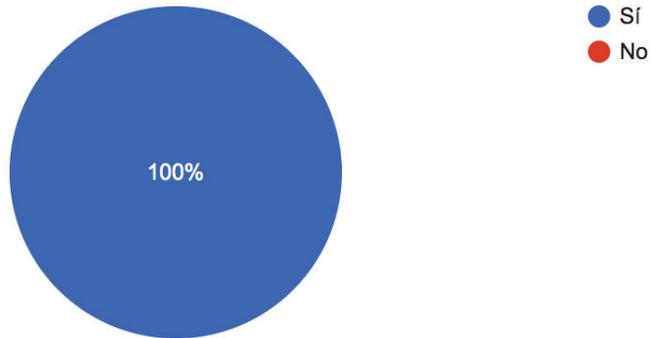
17) ¿Considera que el contenido general del juego será comprensible para el G.O.?

- a. Sí
- b. No



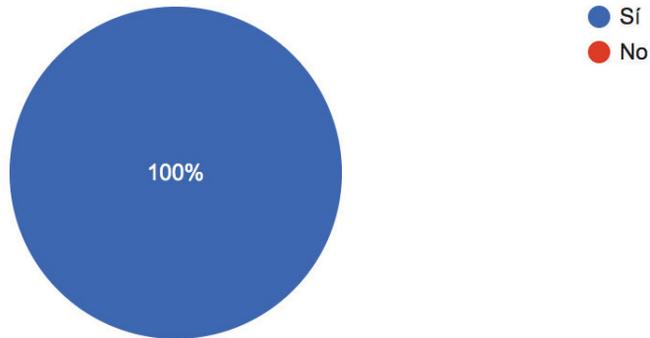
Gráfica 54
 Comprensión del contenido del juego para el G.O.
 Fuente: propia

18) ¿Considera que el audio a utilizar en el juego es adecuado para los jóvenes?
 a. Sí
 b. No



Gráfica 55
 Uso adecuado de audio para el juego
 Fuente: propia

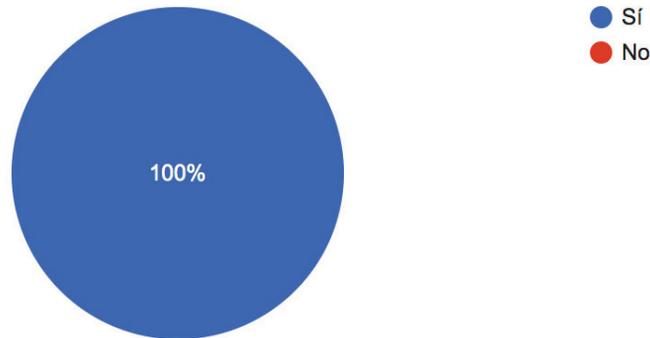
19) El juego ¡Yo puedo! se diseñó con la finalidad de que los jóvenes puedan descargarlo y utilizarlo en su celular y/o tablet. ¿Considera que el formato utilizado es el adecuado para el tipo de juego?
 a. Sí
 b. No



Gráfica 56
 Formato del juego ¡Yo puedo!
 Fuente: propia

20) ¿Cree usted que el celular y tablet son los soportes ideales para el grupo objetivo?

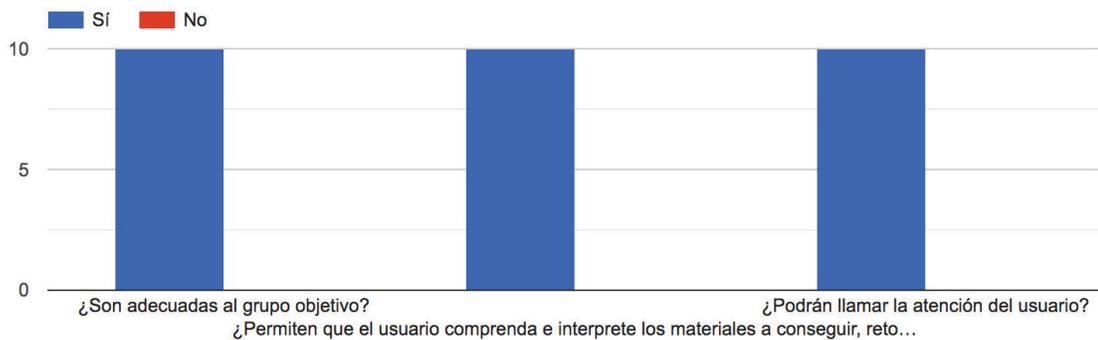
- a. Sí
- b. No



Gráfica 57
Evaluación sobre el soporte del juego
Fuente: propia

21) Las imágenes utilizadas en el juego:

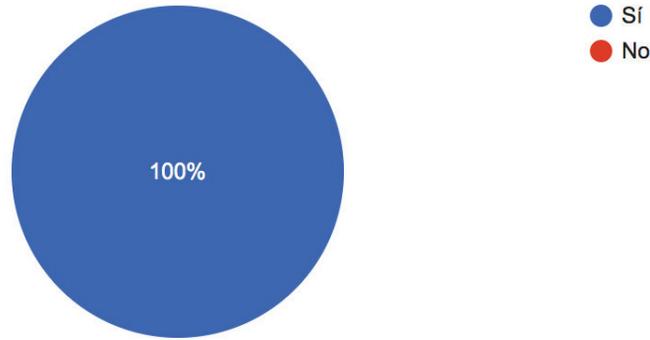
Son adecuadas al grupo objetivo	Sí ___	No ___
Permiten que el usuario comprenda e interprete los materiales a conseguir, retos y actividades a realizar y premios que puede ganar:	Sí ___	No ___
Podrán llamar la atención del usuario	Sí ___	No ___



Gráfica 58
Uso de imágenes en el juego
Fuente: propia

22) ¿Cree usted que el tamaño de letra utilizado en el juego es apropiado para el G.O.?

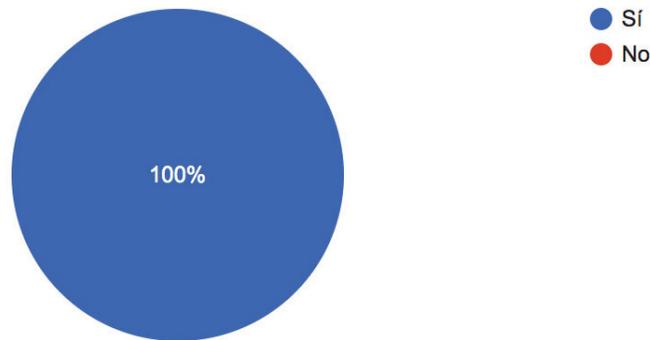
- a. Sí
- b. No



Gráfica 59
 Tamaño de letra del juego en relación con el G.O.
 Fuente: propia

23) ¿Cree usted que la letra utilizada será legible para el grupo objetivo?

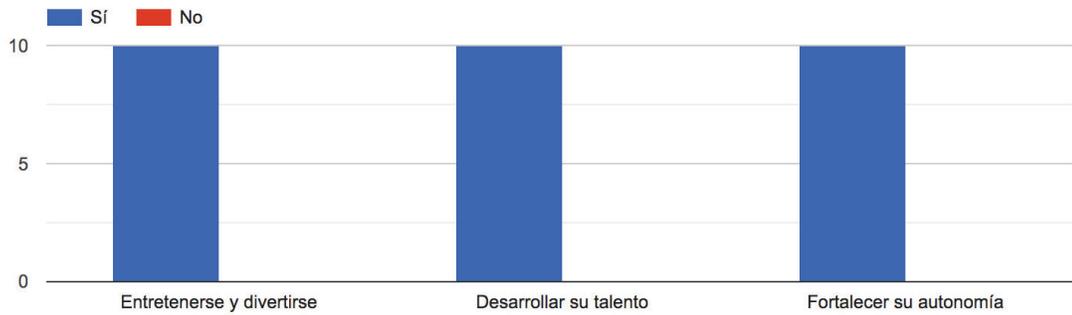
- a. Sí
- b. No



Gráfica 60
 Legibilidad de la tipografía seleccionada
 Fuente: propia

24) ¿Considera que la dinámica del juego permite que los jóvenes puedan:

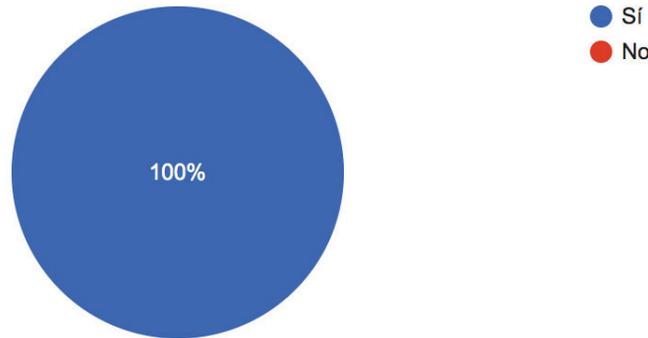
Entretenerse y divertirse	Sí __	No __
Desarrollar su talento	Sí __	No __
Fortalecer su autonomía	Sí __	No __



Gráfica 61
Evaluación sobre el cumplimiento de los objetivos principales del juego
Fuente: propia

25) ¿Considera que la experiencia que proporciona el juego es satisfactoria?

- a. Sí
b. No



Gráfica 62
Evaluación sobre la experiencia del usuario con el juego
Fuente: propia

26) ¿Hay algo más que deba mejorar en el juego? _____.

R/ ¿Hay alguna posibilidad que los padres puedan crear un usuario de padres? Esto pensado en que puedan ver el progreso de sus hijos, este usuario de padres sería con lo cual ellos sepan en qué actividad se encuentra su hijo para que se vea reforzado o les brinden ayuda a desarrollar esas habilidades. Considero que es una excelente solución para este problema y la forma en que se han manejado los materiales fue muy buena. Analizaría crear un ícono o algún logotipo para "¡Sí puedo, sí puedes!" para crear esa unidad con el juego y de esa forma se puedan atar ambas fases y piezas. Se podrían considerar 2 manos chocando, demostrando que juntos se puede lograr algo. Creo que ayudaría a unir ambas fases, como un proyecto completo. ¡Felicidades por tan buen proyecto!

R/ Me pareció bastante entretenido y gratificante, considero que es un acierto tener premios seguido para mantener al grupo en cuestión interesado.

R/ Felicidades está muy lindo tu proyecto.

R/ Podrías leer un par de artículos de UX/UI para poder hacer el juego más amigable e intuitivo, hay bastantes blogs que dan consejos básicos para la experiencia de usuario. Podrías ver en <https://uxplanet.org>

R/ Me encanta el color principal de la app, me parece estéticamente funcional.

R/ No, ¡Todo está muy bien!

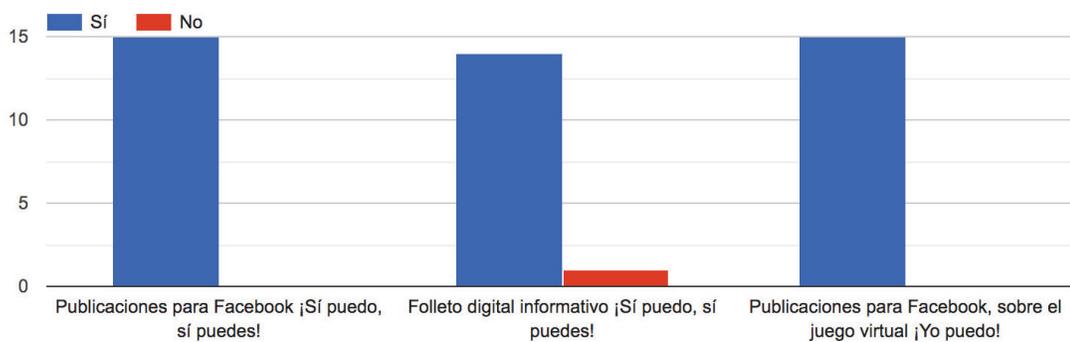
R/ ¡Todo bien!

INSTRUMENTO 9 – CUESTIONARIO DIRIGIDO A PADRES DE ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

I · Evaluación sobre el diseño de los materiales dirigidos a padres

1) ¿Considera que la redacción del texto de los materiales presentados es adecuada?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



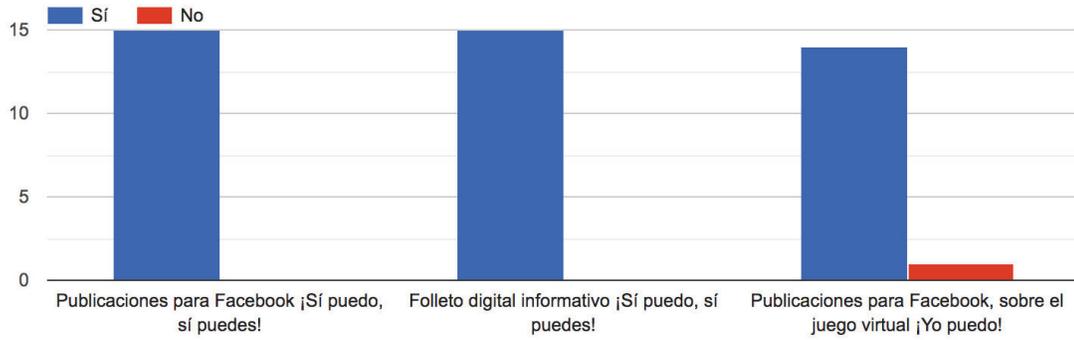
Gráfica 63

Redacción adecuada de los materiales

Fuente: propia

2) ¿Considera que la redacción del texto de los materiales presentados es comprensible?

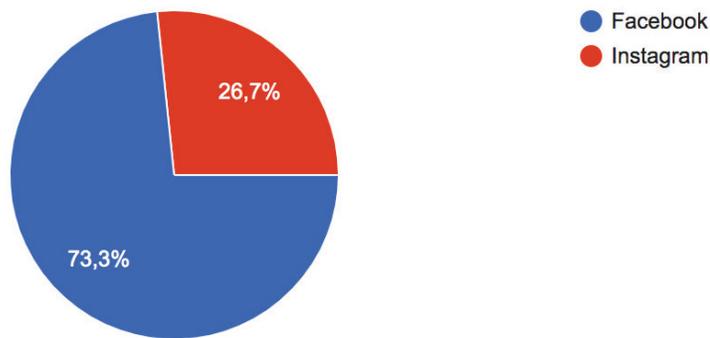
Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



Gráfica 64
Análisis sobre la eficiencia del juego para alcanzar sus objetivos
Fuente: propia

3) ¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

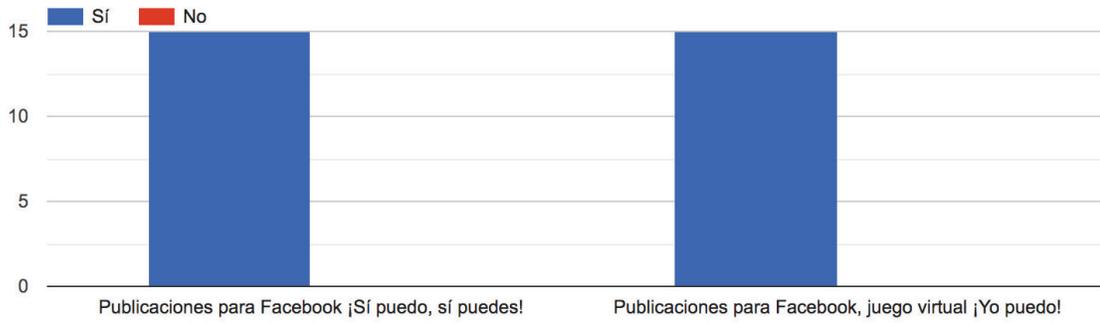
- a. Facebook
- b. Instagram



Gráfica 65
Red social utilizada con más frecuencia por el G.O.
Fuente: propia

4) Tomando en cuenta que estos materiales se diseñaron para ser vistos desde su celular o computadora a través de Facebook, ¿considera que el tamaño utilizado para cada uno es el correcto?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___

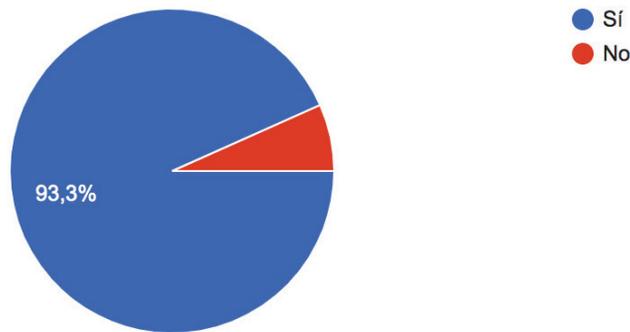


Gráfica 66

Evaluación sobre los tamaños utilizados en las publicaciones de Facebook

5) Tomando en cuenta que el folleto digital informativo se diseñó para ser visto desde su celular o computadora, ¿considera que el tamaño utilizado para dicho material es el correcto?

- a. Sí
- b. No

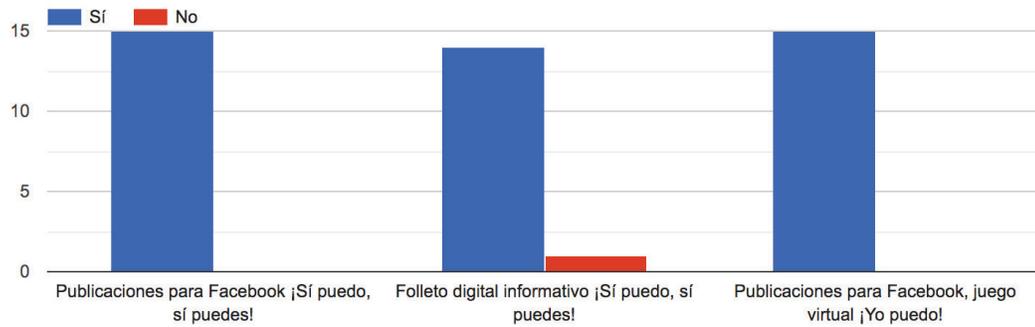


Gráfica 67

Evaluación sobre el tamaño utilizado en el folleto digital informativo

6) ¿Considera que las fotografías e imágenes utilizadas son las adecuadas?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



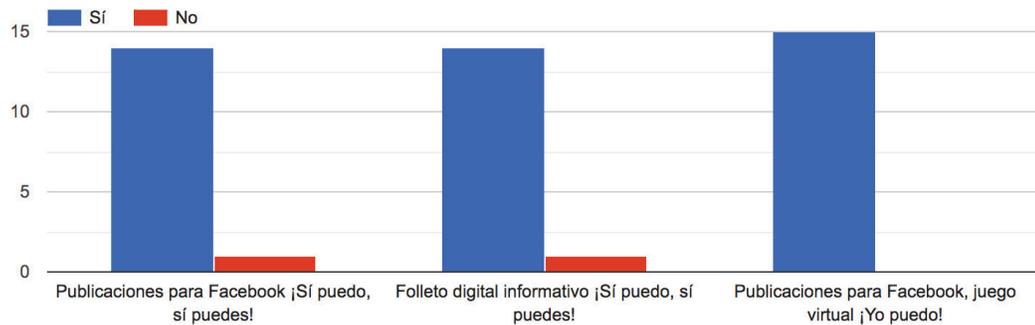
Gráfica 68

Uso adecuado de fotografías e imágenes en los materiales dirigidos a padres

Fuente: propia

7) ¿Le resultaron agradables las imágenes y fotografías utilizadas?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



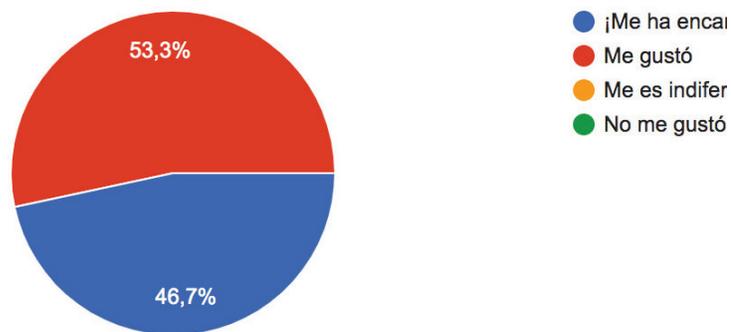
Gráfica 69

Evaluación sobre las fotografías e imágenes utilizadas en los materiales dirigidos a padres

Fuente: propia

8) ¿Qué opina de la paleta de colores?

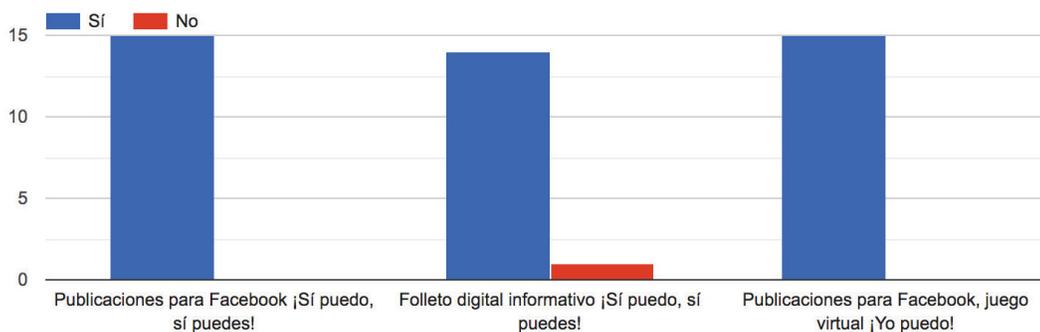
- ¡Me ha encantado!
- Me gustó
- Me es indiferente
- No me gustó



Gráfica 70
Opinión sobre la paleta de colores utilizada
Fuente: propia

9) ¿Pudo leer los títulos y el contenido de los materiales sin ningún problema?

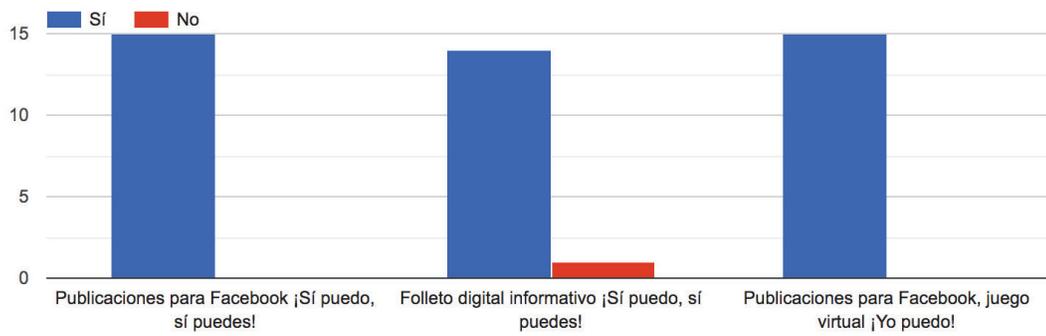
Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



Gráfica 71
Legibilidad del contenido de texto de los materiales
Fuente: propia

10) ¿Considera que la ubicación del texto e imágenes en cada material facilita la lectura?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



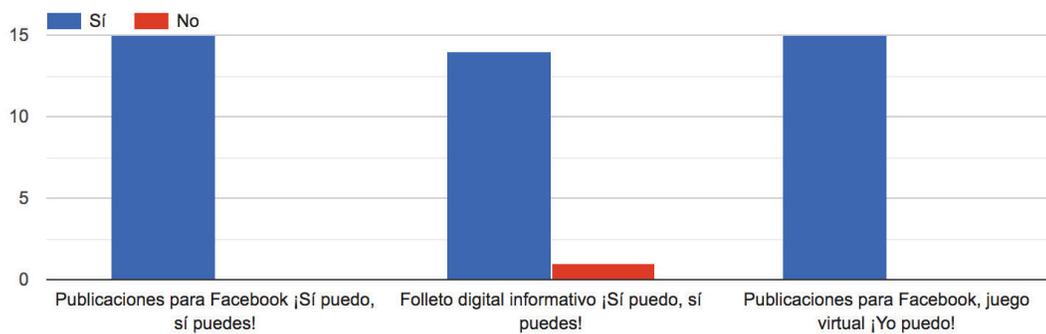
Gráfica 72

Análisis sobre el texto e imágenes utilizadas para la lectura de los materiales

Fuente: propia

11) ¿Considera que la ubicación del texto e imágenes en cada material permite que el contenido sea comprensible?

Publicaciones para Facebook ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Folleto digital informativo ¡Sí puedo, sí puedes!	Sí ___	No ___
Publicaciones para Facebook, juego virtual ¡Yo puedo!	Sí ___	No ___



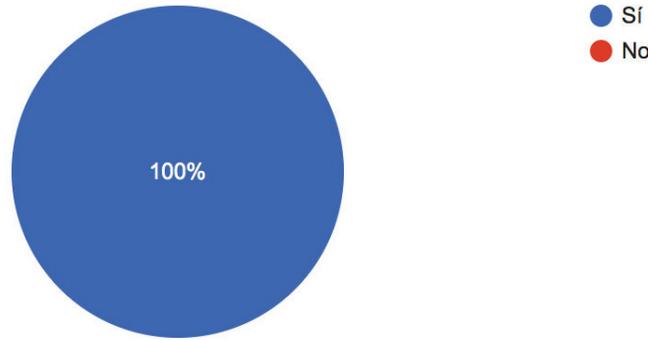
Gráfica 73

Análisis sobre la ubicación del texto para la comprensión del contenido

Fuente: propia

12) ¿El spot de radio es comprensible?

- a. Sí
- b. No



Gráfica 74
 Comprensión del spot de radio
 Fuente: propia

13) ¿Hay algo más que deba mejorar?: _____

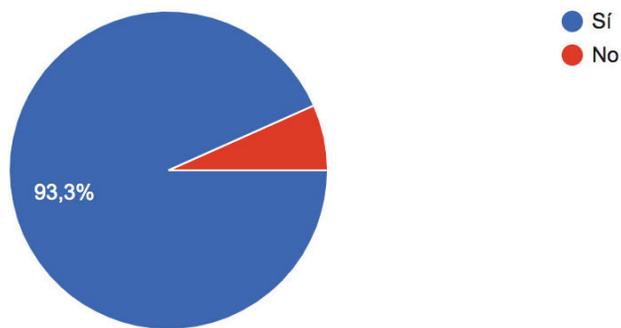
R/ En esta pregunta se obtuvieron mensajes positivos, los cuales indican que el material es muy didáctico, claro, genuino, conciso y directo. Del resto de respuestas se recomendó principalmente trabajar en la letra del folleto informativo, ya sea haciendo un poco más grande la letra o agregándole grosor. Así también, se recibieron comentarios (tales como “cuando Javier ingresó al juego quería colocar su nombre y no se pudo”, “se debería mejorar la fluidez del movimiento de la página” y “el juego creo no haberlo terminado, pues me sacaba”) que permiten inferir que algunos padres tuvieron dificultades tecnológicas para la visualización del prototipo del juego virtual a través de InVision. Dichos comentarios no se relacionan con la funcionalidad y contenido del juego, sino más bien con la experiencia de visualizar un prototipo.

INSTRUMENTO 10 – CUESTIONARIO DIRIGIDO A ADOLESCENTES Y JÓVENES CON SÍNDROME DE DOWN

I · Preguntas dirigidas al joven, sobre su experiencia utilizando el juego “¡Yo puedo!”

1) ¿Te ha gustado este juego?

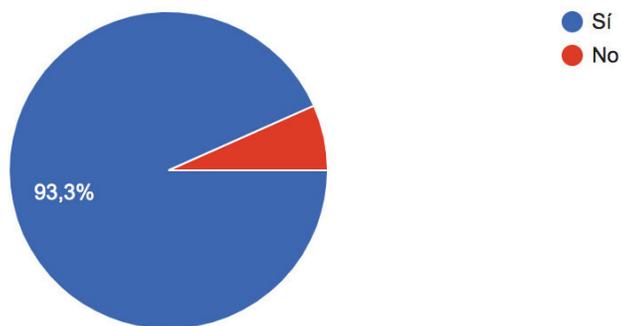
- a. Sí
- a. No



Gráfica 75
Preferencia del grupo objetivo por el juego
Fuente: propia

2) ¿Te gusta el nombre del juego?

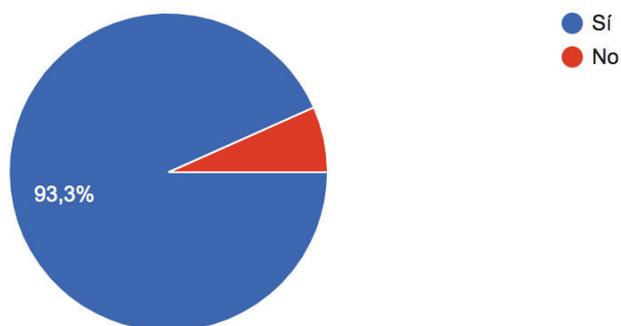
- a. Sí
- a. No



Gráfica 76
Preferencia sobre el nombre del juego por el G.O.
Fuente: propia

3) ¿Te gustaría seguir jugando "¡Yo puedo!" desde tu celular?

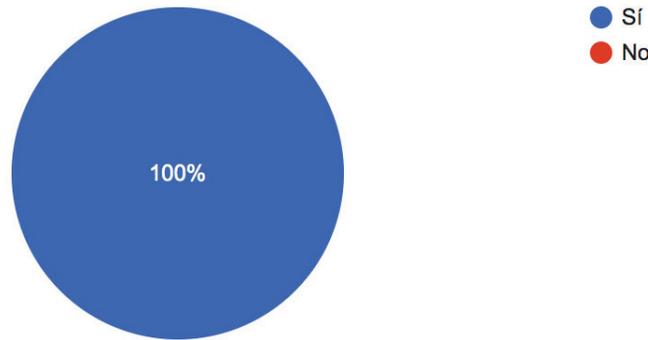
- a. Sí
- a. No



Gráfica 77
Evaluación sobre la preferencia del uso de celular para el juego ¡Yo puedo!
Fuente: propia

4) ¿Te gustaron los colores del juego?

- a. Sí
- a. No



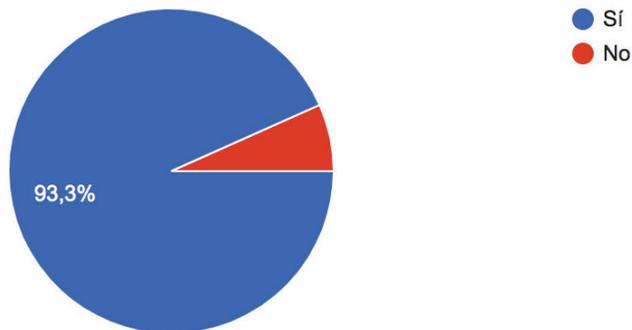
Gráfica 78

Evaluación sobre la preferencia del grupo objetivo por los colores del juego

Fuente: propia

5) ¿Te gustaron los dibujos del juego?

- a. Sí
- a. No



Gráfica 79

Análisis de las imágenes utilizadas en el juego

Fuente: propia

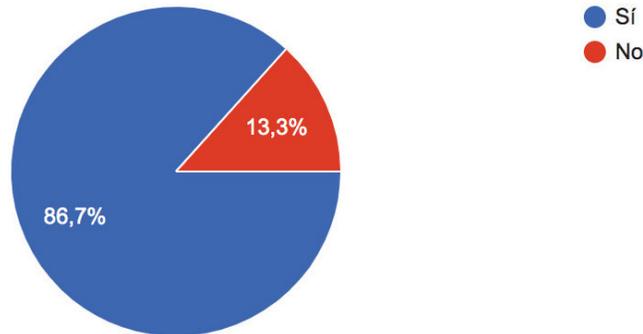
6) ¿Qué otras actividades te gustaría poder hacer en el juego?: _____

R/ Les gustaría incluir juegos de actividad física, actividades que involucren limpieza personal y quehaceres de la casa, juegos tipo tetris, dibujos desde la imaginación como laberintos, rompecabezas, actividades que involucren la música, el baile y el canto. Así también sugieren incluir como parte de los premios y reconocimientos, la música que les gusta. Un padre comentó que "progresivamente pueden desarrollar juegos de pensamiento matemático, relación espacial y conocimiento corporal, muchos de ellos pierden este concepto. Por ejemplo: te dicen "voy subiendo las gradas" y la realidad es que las está bajando."

II · Según lo observado por el padre:

7) ¿Considera que su hijo/a se sintió motivado y emocionado por resolver las actividades del juego?

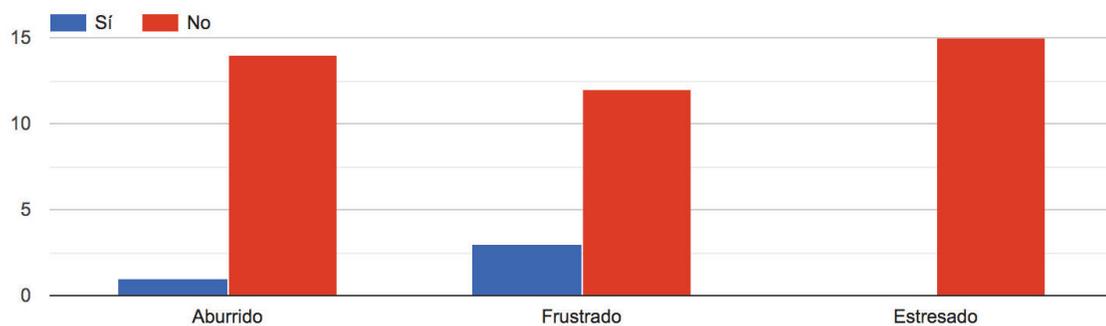
- a. Sí
- a. No



Gráfica 80
Motivación del grupo objetivo por el juego
Fuente: propia

8) ¿Notó que su hijo/a se haya aburrido, frustrado o estresado con el juego?:

Aburrido	Sí ___	No ___
Frustrado	Sí ___	No ___
Estresado	Sí ___	No ___



Gráfica 81
Evaluación sobre la experiencia del G.O. utilizando el juego
Fuente: propia

Si su respuesta a la pregunta anterior fue "sí" le agradeceré me pueda indicar en qué momento del juego ha sucedido esto:_____.

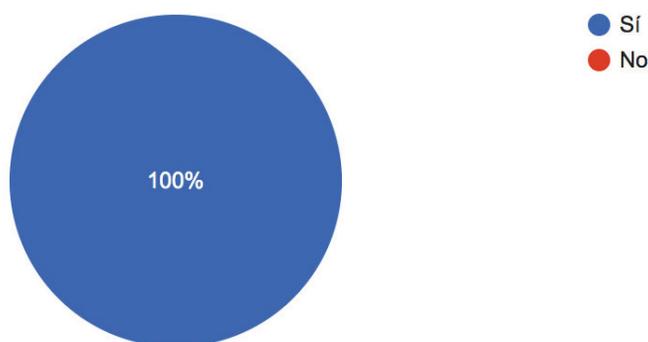
R/ Cinco padres indicaron que presentaron problemas con la visualización del juego, al intentar realizar acciones como: colocar su nombre, regresar al menú o no poder navegar libremente en

el juego seleccionando cualquier actividad (como cantar). Así también, uno de ellos se frustró por que quería que desde el primer intento le saliera el dibujo que estaba realizando. De estas respuestas se puede inferir que tuvieron dificultades con la navegación del juego virtual, dado a que este es un prototipo y por tal motivo, no todas las secciones del juego están activas. Sin embargo, a partir de estos resultados se puede determinar que el aburrimiento y frustración manifestado en estos usuarios no se debe a la estructura y desarrollo del juego, sino más bien a la relación de los padres con la tecnología y la experiencia conociendo un prototipo virtual. El resto de las respuestas indican que el/la joven no se sintió aburrido/a, estresado/a y/o frustrado/a.

9) ¿Considera que las imágenes utilizadas dentro del juego son las adecuadas para su hijo/a?

a. Sí

a. No



Gráfica 82

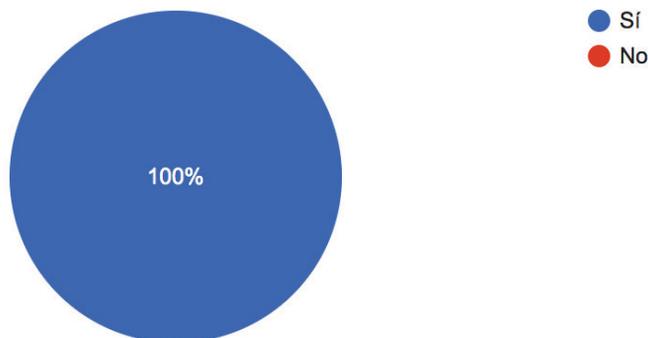
Evaluación sobre el uso adecuado de imágenes dentro del juego

Fuente: propia

10) ¿Las imágenes utilizadas comunican y permiten que su hijo/a comprenda e interprete los materiales que debe conseguir, retos y actividades que puede realizar y premios que puede ganar?

a. Sí

a. No



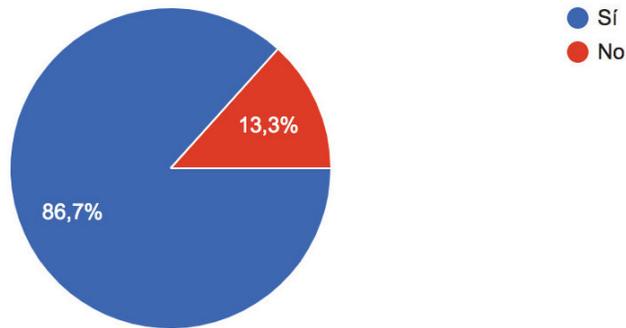
Gráfica 83

Análisis sobre la navegación en el juego

Fuente: propia

11) ¿Las imágenes utilizadas llamaron la atención de su hijo?

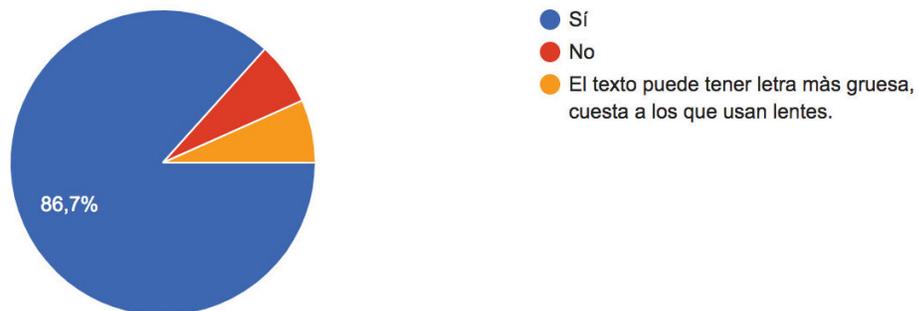
- a. Sí
- a. No



Gráfica 84
Uso de imágenes en el juego
Fuente: propia

12) ¿Cree usted que el tamaño de letra utilizado en el juego es fácil de leer para su hijo/a?

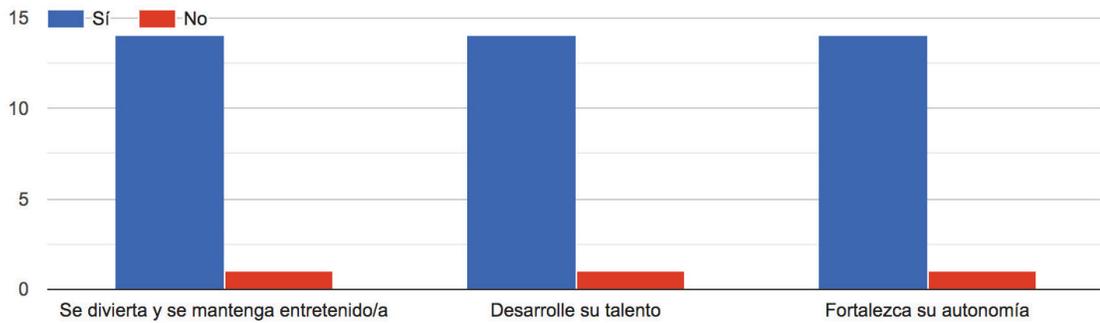
- a. Sí
- a. No



Gráfica 85
Análisis sobre el tamaño de letra utilizado en el juego
Fuente: propia

13) El desarrollo y dinámica del juego permite que su hijo/a:

Se divierta y mantenga entretenido/a	Sí ___	No ___
Desarrolle su talento	Sí ___	No ___
Fortalezca su autonomía	Sí ___	No ___



Gráfica 86

Alcance de objetivos principales del juego

Fuente: propia

14) Con la finalidad de mejorar la experiencia de su hijo/a utilizando el juego "¡Yo puedo!", ¿considera que es necesario realizar algún otro cambio adicional?: _____.

Las respuestas más relevantes sobre esta pregunta son las siguientes:

R/ No, está muy bien ya que ellos pueden leer la instrucción y al no comprender lo leído lo pueden escuchar.

R/ No estoy segura de que favorezca la autonomía de todos, a algunos no les gustará pintar y realizar esa actividad no será de su agrado.

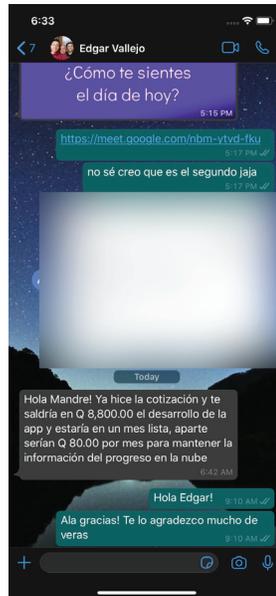
R/ Poner actividades más retadoras

R/ A mí me parece, está muy bien para mi hija.

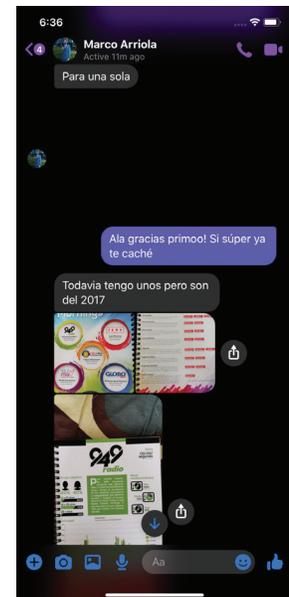
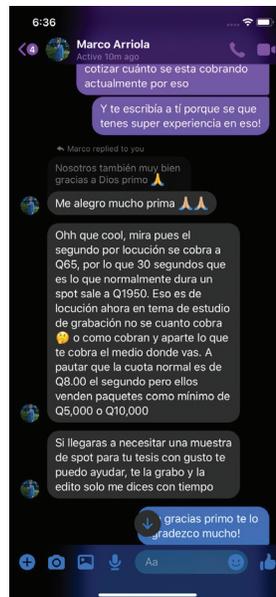
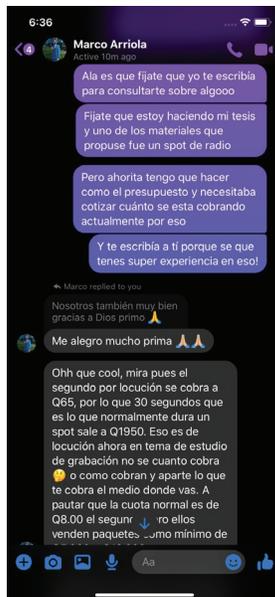
Las respuestas obtenidas por los padres permiten evidenciar que la planeación y estructura del juego satisface exitosamente la necesidad detectada, ya que los comentarios que brindaron involucran aspectos que se consideraron para la elaboración del juego y que forman parte de este.

● APÉNDICE 10 – Evidencia de cotizaciones para presupuesto

a. Presupuesto de reproducción



b. Presupuesto de medios masivos



Mornings

94.9 Radio
Arranca Cerebro
6:00 a 9:00 horas
Lunes a viernes.

FAMA
102.5
Cool Morning
6:00 a 9:00 horas.
Lunes a viernes.

clásica 106.5
la experiencia retro
Clásico Mañanero
6:00 a 9:00 horas.
Lunes a viernes.

93.7 mia
escucha tu corazón
Arriba Corazones
6:00 a 9:00 horas.
Lunes a viernes.

GLOBO
tu realidad, tu música. 98.9
El Genio de la Mañana
6:00 a 9:00 horas.
Lunes a viernes.

Ofrecemos:
5 spots de hasta 30 segundos diarios durante el programa.
1 texto leído de hasta 20 palabras diarias durante el programa.

Inversión especial mensual por programa por radio
Q25,000.00
* impuestos

Servicios Especiales

	Musicales	Departamentales	Otros
Menciones / Texto Leído Texto de hasta 20 palabras, máximo 6 por radio, no aplica morning show, tarificación ni descuentos.	Q400.00 por anuncio	Q100.00 por anuncio	
Entrevistas De hasta 5 minutos, no dentro de morning show, aplican restricciones, sujeto a disponibilidad de horario.	Q4,000.00 por entrevista	Q950.00 por entrevista	Q8,000.00 por entrevista
Patrocinio Hora 2 presentaciones diarias de la hora 1 spot de hasta 30 segundos seguido de la hora, de lunes a viernes, sujeto a disponibilidad, la compra aplica 1 patrocinio por hora.	Q35,000.00 mensual por radio	Q5,000.00 mensual por radio	
Éxito del Día 2 spots diarios, 1 spot de hasta 30 segundos seguido del éxito, de lunes a viernes, sujeto a disponibilidad, la compra aplica 1 patrocinio por hora.	Q25,000.00 mensual por radio	Q5,000.00 mensual por radio	
Control Remoto 2 control por hora, 4 enlaces de hasta 2 minutos durante la hora, 8 promociones diarias con mención de marca 3 días antes del evento, sujeto a disponibilidad, confirmación del evento debe ser con 5 días hábiles de anticipación.	Q5,500.00 por control	Q3,000.00 por control	
Cápsulas 5 cápsulas diarias, presentación y despedida con mención de marca. 1 spot de hasta 30 segundos seguido de la cápsula, sujeto a disponibilidad, la compra aplica 1 patrocinio por hora.	Q30,000.00 mensual por radio	Q6,000.00 mensual por radio	Q800.00 de producción
Segmento Diario 5 spots de anticipación confirmación 5 días hábiles de anticipación, Presentación y despedida con mención de marca. (Segmento en base a necesidades del cliente).	Q10,000.00 mensual por radio	Q5,000.00 mensual por radio	
Segmento Semanal Sujeto a disponibilidad, confirmación 5 días hábiles de anticipación, Presentación y despedida con mención de marca. (Segmento en base a necesidades del cliente).	Q5,000.00 mensual por radio	Q2,500.00 mensual por radio	
Transmisiones 8 promocionales, diarias con mención de marca 3 días antes de la transmisión, 3 intersecciones de hasta 45 palabras durante el programa, 3 horas de transmisión, (6 a 9 horas), presentación y despedida en vivo desde el lugar, aplican restricciones, sujeto a disponibilidad. NO BOMBEAR EN VIVO.	Q12,000.00 por transmisión		

Precios no incluyen impuestos

94.9 radio

Tarifa
Q11.00/segundo

Grupo objetivo

60%	40%
13 a 17 años	20%
18 a 25 años	70%
26 + años	10%

Nivel socioeconómico

Alto	20%
Medio	70%
Bajo	10%

Afinidad

Cobertura: Departamento de Guatemala

www.949.com.gt

94.9 radio

A large, bold, yellow letter 'A' is positioned on the left side of the page. To its right, there is a small yellow circle, followed by the word 'Anexos' in a bold, black, serif font.

Anexos

● ANEXO 1 - Investigación de diseño

1. Campaña publicitaria

Erickson (2010) indica que una campaña de publicidad se compone de diferentes fases, entre ellas:

- a. Estudio de Marketing, el cual busca investigar sobre el producto, el mercado y la competencia.
- b. Determinación del público objetivo
- c. Determinación del objetivo publicitario
- d. Elaboración de la estrategia publicitaria
- e. Elección de los medios
- f. Establecimiento del presupuesto publicitario
- g. Ejecución creativa
- h. Lanzamiento de la campaña
- i. Seguimiento y valoración de la campaña

Es conveniente realizar una planificación que permita determinar qué se ofrece y en qué plaza (producto y mercado), a quién se ofrece (consumidor), donde se ofrece (medios), cómo se ofrece (anuncio) y cuánto cuesta ofrecerlo (presupuesto).

1.1. Objetivos básicos de la publicidad

Alberto de Duran señala que los objetivos básicos de la publicidad son informar y persuadir. Mediante la primera, se logran transmitir conocimientos que aseguren la consecución del objetivo buscado. La comunicación publicitaria es información persuasiva ya que, a través de ella se logra informar de lo que puede interesar al receptor del producto: es motivadora, independiente de medios, tiene intencionalidad comercial y es parcial.

A través de la persuasión, se logra influir y convencer mediante la motivación. Entre los tipos de persuasión se encuentran (Duran, 2018):

- Persuasión racional: basada en la argumentación, análisis y comparación de la información obtenida de las distintas alternativas. Los tipos de persuasión racional son cuatro: deductiva, inductiva, retórica y analógica.
- Persuasión emotiva: dota al producto de significaciones y valores positivos y subjetivos que configurarán su imagen.
- Persuasión publicitaria o inconsciente: actúa sobre el inconsciente, dando lugar a la publicidad subliminal, que utiliza estímulos por debajo del umbral de la conciencia pudiendo ocasionar una respuesta incontrolada.

1.2. Tipos de campañas publicitarias

Obeso (2018) indica que existen diferentes tipos de campaña según la naturaleza del producto. Entre ellas:

- a. De propaganda: Son campañas de tipo no comercial que promueven ideas y/o personas. Por ejemplo, las campañas a favor o en contra del aborto o que invitan a votar por algún partido o candidato.
- b. Sociales o cívicas: Tampoco son campañas comerciales. Tienen la finalidad de impulsar o cambiar ciertos comportamientos, como cuidar del medio ambiente o dejar de fumar. Un ejemplo de este tipo de campaña es la campaña de

Unicef: "Cada vida cuenta".

- c. Institucionales: Sí tienen un fin comercial. Su objetivo es cultivar una buena imagen para una marca o compañía, ocasionalmente a través del apoyo hacia buenas causas.
- d. Industriales: son realizadas por grupos o comercializadores de un producto en común, como la industria de la leche, la carne, los huevos, etc.
- e. Co branding: se trata de campañas realizadas por dos o más marcas que se complementan entre sí y comparten un mismo público objetivo.
- f. Patrocinio: campañas en las que una marca manifiesta su respaldo o patrocinio a un evento, actividad, persona, etc.
- g. Corporativas o de marca: Se realizan para exaltar los valores de una marca, con el fin de fortalecer o mejorar su imagen. Buscan que el público se haga una imagen favorable de la compañía y sus productos a largo plazo.
- h. De producto: Se realizan para promover productos o servicios concretos.
- i. De sombrilla: son campañas donde se abarcan diferentes productos de una compañía bajo un solo mensaje.

1.3. Elementos para una campaña efectiva

Una campaña altamente efectiva optimiza cada uno de los siguientes elementos: la oferta, el mensaje y el diseño de los anuncios, la similitud gráfica (el "look and feel" de la campaña) y la segmentación (Lopez, 2018):

- Oferta

La oferta es la combinación del producto o servicio con otras cualidades y ventajas, incluyendo los detalles de la promoción como: disponibilidad, precio, horarios, forma de entrega. La oferta es el primer punto de los 5 elementos de una campaña altamente efectiva.

- Copy o texto

El copy se refiere al mensaje que será utilizado en la campaña publicitaria. Este debe ser claro y convincente para que los beneficios sobresalgan: tanto el beneficio de interactuar con el anuncio y el beneficio de realizar cualquiera que sea el llamado a la acción.

El autor indica que un buen copy debe tener un toque emocional, intrigante y persuasivo sin que se sienta exagerado. El copy del anuncio debería tocar algún "punto de dolor" que se haya identificado previamente sobre el arquetipo del cliente.

- Creatividad o diseño

Con esto se refiere a los elementos gráficos del anuncio: la imagen, video, GIF, tipografía, imágenes, carrusel, etc. Una buena creatividad comunica visualmente el mensaje en un segundo o dos.

- Sentido o congruencia

Esto se refiere a la congruencia o similitud a lo largo de la campaña desarrollada. Se requieren de tres elementos para poder generar congruencia: diseño, mensaje y oferta.

- Segmentación

Se recomiendan dos consejos a la hora de

planificar la segmentación: lo primero, es ser lo más específico posible. Lo específico está directamente relacionado con la investigación, por lo tanto es importante conocer al público objetivo para poder identificar los intereses más singulares. Lo segundo es la preparación del mensaje a la temperatura del público, esto se refiere a adaptar el mensaje al nivel de relación que se tiene con la audiencia en ese momento.

1.4. Creatividad publicitaria

La creatividad constituye una de las áreas más atractivas e importantes dentro de la actividad publicitaria. La naturaleza específica de la publicidad y sus características concretas, que la convierten en un instrumento al servicio de los empresarios de la sociedad actual, justifican su existencia y dan sentido a su actividad. El concepto de creatividad atribuye su origen a Joy Paul Guilford, quien hace concurrir en él una gran cantidad de términos y significados que se utilizaban para designar aspectos englobados en él. Es desde entonces, que el término de creatividad se utiliza en ámbitos de naturaleza muy diversa y sin un acuerdo sobre su significado preciso, (Niето, 2017).

El autor indica que la creatividad se puede utilizar en dos contextos referenciales, siendo el primero, un contexto que presenta a la creatividad como búsqueda y descubrimiento que lleva a cabo el sujeto, sin saber cómo y esperando, tan solo, que el producto u obra creativa se le aparezca, como una especie de concesión gratuita. El segundo contexto, es el económico que sirve de referencia para

entender la creatividad como una actividad productiva que puede ser explicada e inducida, y al creador como un ser que lleva a cabo su tarea de manera consciente, intencionada y con una finalidad. La creatividad es la clave de la publicidad, de las agencias, de las campañas, de la notoriedad y de las ventas (Díaz, 2018).

1.4.1. Etapas de la creatividad publicitaria

La mayoría de los modelos sugeridos para ilustrar tanto el proceso creativo como el de resolución de problemas presentan tres grandes momentos o etapas que son comunes a todos ellos:

1. En primer lugar, se da el encuentro y la definición del problema. La mayoría de los problemas surgen de manera espontánea, no todos se presentan de manera expresa para que el individuo los resuelva. Todo proceso creador pasa necesariamente por la formulación del problema. Es importante destacar también que si el problema no ha sido resuelto, es porque tuvo un punto de partida equivocado o fue mal planteado desde el principio.

2. Como segundo paso, se encuentra la generación de ideas o soluciones. En los modelos clásicos, las ideas surgen en la mente del sujeto de manera súbita; se hace presente la solución del problema sin que esta sepa de qué manera ha vislumbrado la solución.

3. Por último, se realiza una evaluación crítica de las soluciones. En esta fase se revisan las posibles soluciones y, según criterios, se descartan las soluciones

secundarias y se define la propuesta de solución a implementar.

1.5. Publicidad social

Se entiende por Publicidad Social a la actividad comunicativa de carácter persuasivo, pagada, intencional e interesada que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social. Por lo tanto, la publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o largo plazo, al desarrollo social y/o humano, formando parte, o no, de programas de cambio y concientización social (López, s/f.).

Por ende, se habla de una publicidad que:

- Sirve a causas de interés social
- Se plantea objetivos no comerciales
- Busca contribuir al desarrollo social
- Es promovida por anunciantes sin ánimo de lucro
- Tiene como principales beneficiarios el bienestar individual o colectivo, ya sea de los receptos y de la sociedad en que viven o de individuo y sociedades lejanas.
- Su referente principal serán "productos sociales".

Así, entre distintas causas a las que puede servir, están aquellas que tienen un interés social porque se plantean objetivos relacionados con la mejora de lo que se puede etiquetar como "problemática social actual". Las causas son objetivos sociales que los agentes de cambio creen que proporcionarán una solución para un determinado problema

social (Kotler y Roberto, 1992). Es decir, son formas de concretar esos problemas (por ejemplo, el tabaquismo), en objetivos abarcables por las instituciones (conseguir que los fumadores de una comunidad sean conscientes de los riesgos que fumar les supone). Se entiende que una causa es de interés social cuando, además de afectar directa o indirectamente a la mayoría de los miembros de una comunidad, tiene que ver con las condiciones humanas de vida y el bienestar de la sociedad. Quedan fuera de este ámbito otras causas vinculadas con aspectos comerciales y políticos, aunque sean de interés público y general y sus emisores pertenezcan a la Administración Pública, como por ejemplo la publicidad turística o las campañas de incentivo del voto en períodos electorales (López, s/f.).

María Cruz Alvarado indica que son dos modalidades las que existen entorno al concepto de Publicidad Social. La primera, es la publicidad social "egoísta" donde el interés es muy personal. Es decir, hacia el bienestar individual o colectivo de las sociedades en que viven los sujetos receptos de la misma. Es una publicidad social que, dado el interés por la mejora individual o social, repercute en el bienestar del sujeto, tiene que ver con satisfacer sus propias necesidades y las del sistema dominante. El sujeto receptor, cuando reacciona ante estos mensajes, está muchas veces pensando en sí mismo. La segunda, es la publicidad social más relacionada con la mejora o el bienestar de otros sujetos o comunidades (que tienen serios problemas de desarrollo o necesidades vitales sin cubrir)

alejadas de las sociedades occidentales desarrolladas en las que se difunden los anuncios sociales. A esta publicidad social se le denomina "altruista" ya que tiene que ver con la necesidad surgida en estas sociedades desarrolladas de ayudar a otros de forma desinteresada. El sujeto, cuando reacciona ante ella, está pensando en "otros", los otros son el eje en torno al cual se decide o actúa, incluso a expensas del propio interés.

La autora señala que a partir de esta premisa, se puede establecer una secuencia relacionada con la evolución de la sociedad y del marketing cuyo proceso se desarrolla de la siguiente manera:

1. Percepción social del problema por los consumidores.
2. Percepción de la necesidad y posibilidad de solucionarlo, así como de su implicación en la solución.
3. Propuesta de una solución por parte de alguna institución pública o privada, que se ofrece como mediadora o prescriptora, estableciéndose así una categoría pionera.
4. Otras instituciones ofrecen soluciones similares o diferentes para el mismo problema.
5. Emergencia de una nueva categoría capaz de solucionar mejor el problema y satisfacer mejor la necesidad del consumidor.

1.5.1. Referentes de la Publicidad Social

En el marketing convencional una de las variables básicas es el "producto" de cuyo diseño hay que ocuparse antes de pensar en la publicidad. La noción de producto que se suele manejar en el marketing convencional es muy amplia e incluye la consideración

de "ideas" como productos. La publicidad comercial, establece sus objetivos partiendo de un producto previamente diseñado por el marketing para resolver un problema que se supone responde al análisis de las necesidades de los consumidores (López, s/f.).

Lo que en el marketing comercial se entiende por categorías de productos y servicios, aquí serán los problemas y soluciones que habrá que enfrentar. Y las marcas serán las instituciones o entidades que ofrecen soluciones y que en un momento determinado pueden competir ofreciendo soluciones similares o distintas. Por tanto, dependiendo de la evolución de una sociedad determinada, los referentes de la publicidad social derivada de estos planteamientos de marketing, podrán ser (ya sea de forma individual o conjunta):

- Los problemas, vinculados con alguna de las temáticas descritas en el apartado anterior y que, en función del público al que nos dirijamos (más o menos conocedor de los mismos), será preciso tratar para su mayor notoriedad.
- Las soluciones, dependientes de los modelos de cambio o desarrollo vigentes en un determinado momento y del grado mismo de desarrollo (social, cultural, económico, político y tecnológico) de las sociedades en que se planteen.
- Las instituciones o entidades proponentes o mediadoras de la solución, que pueden ser públicas o privadas y disponer de más o menos recursos.
- Los productos varios en los que pueden llegar a concretarse las soluciones

ofrecidas, ya sean de carácter conceptual o material.

1.5.2. Características que definen la Publicidad Social

La publicidad social, además de todas las cualidades básicas que caracterizan toda actividad publicitaria, se destaca por ser fundamentalmente persuasiva, tener carácter pagado y ser de carácter masivo. Así también, atañen fundamentalmente a (López, s/f.):

- Las temáticas que le sirven de base, conectadas con la problemática social.
- Su objeto de referencia, en última instancia las causas sociales, pero de forma más concreta, los “productos” que promueve.
- La intencionalidad, y especialmente los “objetivos” que en ella se plantean que no responden sólo a intereses y necesidades de los emisores.
- El lenguaje y los mensajes condicionados naturalmente por los aspectos anteriores.
- La posible especificidad de los sujetos y relaciones, es decir, del sistema a través de los que se desarrolla: emisores, medios, colaboradores, intermediarios, etc.

1.5.3. Temáticas en la Publicidad Social

Los ámbitos temáticos sociales son reflejo de los problemas y preocupaciones de la sociedad en un contexto determinado y, desde un punto de vista diacrónico, han ido evolucionando y renovándose (López, s/f.). Podría considerarse que “la protección de los derechos humanos” es el tema universal con el

que, de algún modo, están relacionadas todas las causas y proyectos sociales que se llevan a cabo. La misma, está basada en la Declaración Universal proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948. Los derechos de ella procedentes se pueden agrupar en dos ejes básicos:

- El personal, relativo a los sujetos y que a su vez, abarcaría temas como la integración y la salud, que suelen concitar multitud de acciones.
- El ambiental, relativo al entorno en sus dos dimensiones, natural y urbano, emergidas de la concepción moderna de naturaleza y arteificio.

La autora indica que estos referentes habitualmente se relacionan entre sí para constituir temáticas particulares que, como problema a resolver o prevenir, abordan las campañas publicitarias que se realizan. Sin embargo, considerándolos de forma independiente, se pueden diferenciar los cuatro núcleos que acaparan la mayor cantidad de acciones comunicativas:

- La salud y el bienestar público y social. Ámbito en el que estarían las campañas que tratan de informar, educar o persuadir al receptor de la necesidad de:

- a. Protegerse de alguna enfermedad (como por ejemplo el SIDA);
- b. Abandonar algún hábito de consecuencias negativas para la vida (como la adicción al tabaco, al alcohol, o a otras drogas) también llamadas campañas “anti” (Barrón, 1991);

- c. Adquirir hábitos saludables (chequeos periódicos, vacunación, alimentación sana, deporte, protección solar);
- d. Colaborar en la mejora de la calidad de vida (civismo, ahorro, conducción prudente, etc.).
- La marginación y discriminación que abarcaría acciones cuya comunicación se dirige a fomentar actitudes solidarias o a colaborar con los colectivos marginados, desprotegidos o menos favorecidos por la sociedad, o que sufren cualquier tipo de discriminación por razones de raza, discapacidad, clase social, procedencia, edad, sexo, etc. Colectivos como: enfermos, drogodependientes, gitanos, discapacitados, inmigrantes, vagabundos, niños, mayores, etc.
- La protección del entorno, natural y urbano. Si bien, según el nuevo concepto de ecología cuyo objeto fundamental de protección es el hombre, lo urbano, como ambiente vivencial más inmediato y agredido, acapara últimamente más campañas que la naturaleza. Redes.Com N° 2 | 271 La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos Se incluirían aquí, por tanto, acciones dirigidas a favorecer el cuidado del medio ambiente, la protección de la naturaleza y de los animales, el ahorro de la energía y del agua, el reciclaje, la recogida selectiva de las basuras, etc.
- La solidaridad internacional, donde los dos grandes sub apartados serían los que hacen referencia a problemas de larga

duración y los de tipo coyuntural, propios de distintas catástrofes. Estos últimos suelen alcanzar, por su tratamiento informativo en los medios, un mayor nivel de notoriedad también en la publicidad. Mientras tanto, los problemas de larga duración, al dejar de ser noticia para los informativos son, sin embargo, los que tradicionalmente se consideran más éticos por parte de las ONG's. Bien a través de su publicidad, bien por una necesidad puntual de reclamar la atención sobre situaciones y conflictos larvados, de manera puntual aparecen en los medios quejándose de la adormecida conciencia occidental.

1.6. Medios para implementar las campañas publicitarias

1.6.1. Redes sociales

a) Facebook

Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas y que estas pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. Es uno de los canales digitales más conocidos por todos los usuarios que navegan hoy en día por internet. En Facebook se pueden registrar todo tipo de usuarios: personas, empresas o grandes marcas, para estar en contacto entre sí y poder compartir contenido. Actualmente cuenta con alrededor de dos billones de usuarios activos en todo el mundo (Pino, s.f.).

Facebook para empresas

Más allá de ser una red social, Facebook es una plataforma optimizada para implementar estrategias de marketing y ventas. Desde hace ya algunos años, son muchas las empresas que han decidido ser parte de esta red social con el fin de aumentar las ventas de su negocio, por ello Facebook lanzó la plataforma llamada "Business Manager" a través de la cual las empresas gestionan la creación de anuncios publicitarios que se distribuyen a través de esta red social (NextU, s.f.).

A través de esta plataforma existe la posibilidad de hacer publicidad pagada en Facebook con un alto grado de segmentación a través de audiencias personalizadas. Esto quiere decir que Facebook da la posibilidad de generar anuncios para públicos muy específicos, permitiendo segmentar por sexo, edad, nacionalidad, nivel de educación, nivel profesional, hobbies, entre otros datos que son obtenidos por el registro de cada usuario según las publicaciones que realiza, fotos que ve y perfiles que visita. El sitio "Next U" señala que hay cuatro tipos de publicidad:

- Imagen: es uno de los tipos de publicidad en Facebook más utilizados y sencillos de crear. Se trata de crear un anuncio publicitario por medio de una imagen, las cuales deben contar con un tamaño especial entre 1200x628 píxeles y la proporción de texto dentro de la imagen no puede superar el 20%. De lo contrario, el anuncio llegará a menos personas.
- Video: suele ser más atractivo debido a la interactividad del recurso audiovisual. Para desarrollar este tipo de material es importante tomar en cuenta que el video sea breve, genere emoción y tenga un llamado a la acción claro y definido.
- Carrusel: es ideal para mostrar detalles específicos de algún producto o promoción. Un carrusel permite utilizar hasta 10 imágenes o videos con un enlace para cada uno.
- Dinámicos: este tipo de anuncios es muy similar a los tres descritos anteriormente ya que pueden utilizarse varias imágenes y videos dentro de él en forma de catálogo. Además, son ideales para promocionar productos y es más común verlos desde dispositivos móviles.

b) Instagram

Según su sitio oficial, Instagram es "una app gratuita donde los usuarios pueden subir fotos o videos y compartirlas con sus seguidores o con un grupo selecto de amigos. Así también, pueden ver y comentar las publicaciones que comparten sus amigos en Instagram, así como indicar que les gustan. Cualquier persona a partir de 13 años puede crear una cuenta registrando una dirección de correo electrónico y seleccionando un nombre de usuario".

Instagram es una plataforma fenomenal para investigar lo que están haciendo otras marcas; por ejemplo Nike que usa la función "Instagram Stories" para promover historias

inspiradores de atletas que no se encuentran en ningún otro lugar (Forsey, 2020).

Instagram para empresas

Según el sitio de "Business Instagram", tres datos relevantes en Instagram que permiten destacar dicha red social como un medio potencial para promover eficientemente los productos y servicios de las empresas son:

- Instagram cuenta con más de 1,000 millones de cuentas de todo el mundo, activas cada mes.
- El 90% de las cuentas siguen a una empresa en Instagram.
- Más de 500 millones de cuentas usan Instagram Stories cada día.

Dawley señala que, a medida que Facebook se enfoca en conectar a las personas con el contenido de familiares y amigos, Instagram se ha convertido en el "nuevo hogar para las marcas. En la plataforma, los niveles de interacción son altos, los seguidores son leales y se pueden lograr objetivos comerciales reales".

Al contar con una cuenta para empresas en Instagram, la interacción con nuestros seguidores (personas y marcas) es clave. Una de las herramientas más funcionales en Instagram es el uso de los "hashtags" ya que conlleva a niveles de respuesta más altos. Los hashtags ayudan a que el contenido sea más fácil de encontrar. Las descripciones en Instagram no se pueden buscar, pero los hashtags sí. Cuando alguien hace click o busca un hashtag,

ve todo el contenido asociado con ese término (Dawley, 2019).

2. Diseño web

El diseño web implica el trabajo relacionado con el layout y diseño de páginas online, así como la producción de contenido. Es un área enfocada en planificar, diseñar, mantener y crear interfaces digitales. Rock Content (2019) señala que hay cuatro elementos clave en el diseño web:

- Responsividad: indica que el sitio a diseñar debe ser adecuado tanto para computadores como para celulares o tablets. La capacidad de que un sitio web se adapte a cualquier tamaño de pantalla es denominado "responsivo".
- Escaneabilidad: el contenido de texto que posee el sitio debe ser adaptado de forma que los usuarios no se agoten y/o aburran al leerlo.
- Tipografía: la legibilidad que aporte el tipo de letra (o fuente) utilizado es clave para permitir que la experiencia de los usuarios sea agradable.
- Velocidad de carga: según Google, los sitios que tardan más de dos segundos en cargarse dañan la experiencia del usuario, así como la indexación con el sitio. En un mundo tan apurado, tener un sitio web de carga rápida es esencial. (RockContent, 2019).
- Usabilidad: Carol Santana (s/f.) indica que "sin importar quién acceda al sitio web, el usuario debe entender cómo está organizado y cómo funciona.

A nivel general, se considera "diseño

web” como el diseño del sitio, es decir desde cuestiones como el color de fondo hasta la elección de la tipografía.

Un diseñador web crea la estructura de un sitio utilizando lenguajes de programación como HTML (o XML) apoyándose en el código CSS que se encarga de trabajar la parte visual y estética del mismo.

2.1. UX (User experience)

“UX” traducido al español, que significa “Experiencia del Usuario” se define como el trabajo que se realiza para mejorar un producto/servicio y que sea funcional, lo que dejará en el usuario una buena experiencia al momento de su uso o consumo (Angeles, 2020). El diseño de experiencia del usuario contempla 3 aspectos:

- Usabilidad: es la funcionalidad misma, que permite que un producto cumpla el objetivo para el que fue creado sin ningún problema.
- Accesibilidad: se refiere a qué tan fácil resulta para el usuario entender el producto.
- Interacción entre el usuario y el producto: sobre cómo el usuario percibe el producto.

Angeles (2020) menciona también que el UX Design como actividad abarca diferentes prácticas para cumplir con los tres aspectos mencionados anteriormente: la investigación del usuario, las pruebas de usabilidad, arquitectura de la información, diseño de la interacción, estrategia del contenido, diseño visual y análisis de indicadores. Así también,

es importante saber si la experiencia del usuario con el producto o servicio fue intuitiva, cercana, torpe o confusa y también si navegar por la app o página web fue una experiencia complicada, lógica o arbitraria. El UX (user experience) está determinado por lo fácil o difícil que es para el usuario interactuar con los elementos de la interfaz de usuario que los diseñadores UI han creado.

Así también, indica que un UX designer es responsable del diseño de experiencia de usuario de cualquier plataforma virtual, velando por un buen UX usability, contenido UX y funcionamiento de las interfaces del diseño web. Así mismo, están a cargo de determinar cómo funciona la interfaz de usuario, así como determinar su estructura y funcionalidad.

2.2. UI (User interface)

El diseño de interfaz de usuario (user interface) es lo que se usa para interactuar con un producto o servicio, mientras que el UX se preocupa por cómo se siente esa interacción. El diseño de interfaz es utilizado para aplicaciones, software, sitios web y smartphones enfocados en la experiencia de usuario e interacción. Dentro de las actividades principales involucradas con el diseño de interfaz se encuentra el diseño de interacción, guías de interacción, diseño de elementos, diseño visual y guía de estilo (Angeles, 2020).

Angeles (2020), señala que el trabajo de un diseñador de interfaz de usuario (UI designer) es el de diseñar todas las pantallas a través de las cuales se moverá a un usuario, y crea los elementos visuales con características

interactivas que faciliten ese motivamiento. El diseñador UI no solo es una persona creativa sino también tiene el rol de colocarse en el lugar del usuario, anticipando lo que esta persona puede esperar en cada etapa de la navegación. Por ello, empatizan con el usuario con la finalidad de diseñar elementos visuales e interactivos que respondan a las necesidades del usuario.

Comunicación visual de UI

La autora señala que la comunicación visual de UI se centra en la experiencia visual del usuario, esto se determina en la forma de interacción entre un usuario y la interfaz (que puede ser una aplicación, página web o videojuego).

La comunicación visual de UI se trata de cómo el usuario navega del punto "A" al punto "B" a través de los diferentes puntos de contacto visuales, ya sea tocando un botón o deslizando las imágenes. Se debe diseñar cualquier tipo de elemento visual, esto incluye el diseño de pantalla, transiciones, animaciones de interfaz y cada micro interacción (Angeles, 2020).

Investigación para el diseño UI:

Los diseñadores UI deben asegurarse que el lenguaje visual que elijan se ajuste a la clase de aplicación que están trabajando. Con esta investigación se pueden predecir las expectativas del usuario. Por ello, es importante hacer un research de cómo se han desarrollado otras aplicaciones (Angeles, 2020).

Algunos puntos relevantes para considerarse en el diseño de una interfaz son: la animación, branding, lenguaje de diseño, patrones de diseño y sistema de diseño, interactividad, diseño responsive, tipografía, transiciones y prototipos de interfaz de usuario.

- Canvas de propuesta de Valor

Es un método que contrapone las necesidades de los clientes con la propuesta de valor. Es fundamental encontrar un marco en el que valorar si se está creando algo que vaya a tener sentido para el cliente. En pocas palabras, a través de la propuesta de valor se permite encajar perfectamente el producto/ servicio con el mercado al cual está dirigido (EAE, 2015).

Basado en el libro de Alex Osterwalder titulado "Value proposition design", el canvas de propuesta de valor tiene dos lados. El perfil del cliente (1) dentro del que se aclara la comprensión del cliente y su contexto y el mapa de valor (2) en donde se describen las maneras en que se creará valor para el cliente. Se logra "encajar" el canvas de propuesta de valor cuando ambos aspectos logran encontrarse entre sí.

1. Perfil del cliente: describe un segmento de cliente específico en su modelo de negocio de una manera más estructurada y detallada. Divide al cliente en sus trabajos (expresa desde la perspectiva del cliente, los trabajos que deben hacer día a día a nivel personal como laboral), dolores (describe los malos resultados, riesgos y obstáculos relacionados al cliente) y ganancias (describen los

resultados que los clientes quieren lograr o los beneficios concretos que buscan).

2. Mapa de valor: se describen las características de una propuesta de valor específica en el modelo de negocio, de una manera más estructurada y detallada. Se desglosa la propuesta de valor en: productos y servicios (a través de los cuales se construye el mapa de valor), aliviadores de dolor (cómo los productos y servicios establecidos alivian los puntos de dolor del usuario) y ganancias (la manera en que los productos aportan una ganancia al usuario).