



Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

**MATERIAL EDUCATIVO, INFORMATIVO Y PROMOCIONAL PARA EL EJERCICIO
DE LA COMPRENSIÓN LECTORA DE ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN MEDIA EN
LA CIUDAD DE GUATEMALA**

MARÍA JOSÉ HERNÁNDEZ MAZARIEGOS

Guatemala, febrero del 2021



Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

**MATERIAL EDUCATIVO, INFORMATIVO Y PROMOCIONAL PARA EL EJERCICIO
DE LA COMPRENSIÓN LECTORA DE ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN MEDIA EN
LA CIUDAD DE GUATEMALA**

Presentado al Consejo de

Facultad de Arquitectura y Diseño

por

MARÍA JOSÉ HERNÁNDEZ MAZARIEGOS

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, febrero de 2021

Guatemala, 9 de noviembre del 2020

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 José Hernández Mazariegos, de la Licenciatura en Diseño Gráfico, de esta Facultad, quien se identifica con el carné 2016 1061 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado “MATERIAL EDUCATIVO, INFORMATIVO Y PROMOCIONAL PARA EL EJERCICIO DE LA COMPRENSIÓN LECTORA DE ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN MEDIA 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 'M' and 'A' intertwined, with a horizontal line crossing through the middle.

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 JOSÉ HERNÁNDEZ MAZARIEGOS**, la impresión de su proyecto de graduación, titulado:

***"MATERIAL EDUCATIVO, INFORMATIVO Y PROMOCIONAL PARA EL
EJERCICIO DE LA COMPRENSIÓN LECTORA DE ESTUDIANTES DE
EDUCACIÓN MEDIA 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

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	1
1. Marco Situacional	6
1.1. Contextualización del tema en Guatemala	6
1.2 Delimitación geográfica	7
1.3 Condiciones antropológicas	7
1.4 Instituciones relacionadas al tema	8
2. Marco teórico	12
2.1. Tema de estudio	12
2.1.1. ¿Qué es la lectura?	12
2.1.2. Historia de la lectura	13
2.1.3 Proceso de lectura	13
2.1.4 Beneficios de la lectura.....	15
2.1.5 Recomendaciones para realizar una buena lectura.....	15
2.2 Referentes de diseño.....	16
3. Marco metodológico	26
3.1. Método	26
3.2. Población	26
3.3. Muestra.....	27
3.4 Instrumentos	27
3.5 Procedimiento	28

4. Presentación y análisis de resultados	29
4.1. Resultados del instrumento No.....	30
4.2. Resultados del instrumento No.2	59
4.3. Resultados del instrumento No.3.....	67
4.4. Conclusiones	73
4.5 Recomendaciones	75
5. Estrategia de comunicación.....	76
5.1. Planteamiento del problema.....	76
5.2. Objetivos de diseño.....	77
5.3. Descripción del grupo objetivo.....	77
5.3.1. Descripción Geográfica	78
5.3.2. Descripción Demográfica	79
5.3.3. Descripción Antropológica	79
5.3.4. Preferencias de imagen	80
5.3.5 Descripción pedagógica.....	80
5.4. Posibles Clientes	81
5.4.1. Fondo de Cultura Económica	81
5.4.2. Santillana.....	90
5.4.3. Piedra Santa	93
5.5. Propuesta de diseño	97
5.5.1. Proceso de conceptualización.	97
5.5.2. Descripción de la propuesta gráfica	106
5.5.2.1 Tipo de material gráfico.....	106

5.5.2.2 Descripción e implementación de piezas	107
5.5.3 Descripción del Mensaje.....	109
6. Desarrollo de la propuesta gráfica.....	139
6.1 Proceso de bocetaje.....	139
6.2 Validación.....	166
6.43 Propuesta final.....	186
7. Producción y reproducción.....	230
7.1 Estrategia de implementación de medios.....	230
7.2 Presupuesto de Diseño y Reproducción.....	239
7.2.1 Cotización de Diseño	239
7.2.2 Cotización de Impresión.....	232
CONCLUSIONES.....	247
RECOMENDACIONES.....	249
BIBLIOGRAFÍA	250
ANEXOS	255
APÉNDICE	274

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

TABLAS

Tabla 1. Comparación de resultados de pruebas Pisa.....	3
Tabla 2. ¿Te gusta leer?	30
Tabla 3. ¿Qué libros has leído?	41
Tabla 4. Proceso de lluvia de ideas	105
Tabla 5. Preguntas de El buhó que quería salvar a la humanidad.	111
Tabla 6. Parte 2 preguntas de El buhó que quería salvar a la humanidad.	113
Tabla 7. Preguntas de El fabulista y sus críticos.....	114
Tabla 8. Preguntas de La fe y las montañas.....	115
Tabla 9. Parte 2 preguntas de La fe y las montañas.....	116
Tabla 10. Preguntas de El burro y la flauta.....	117
Tabla 11. Preguntas de Preguntas de El Monólogo del Mal.....	118
Tabla 12. Preguntas de El Grillo Maestro.....	120
Tabla 13. Preguntas de La oveja negra.....	121
Tabla 14. Preguntas de ..La rana que quería ser auténtica	123
Tabla 15. Preguntas de El mono que quiso ser escritor satírico.	124
Tabla 16. Preguntas de La mosca que soñaba ser un águila	128

FIGURAS

Figura 1. Anuncio publicado del suplemento “Leamos Juntos”... ..	16
Figura 2. Interior del suplemento “Leamos Juntos”	17

Figura 3. Campaña “Leer te transforma” - Albert Einstein.....	
Figura 4. Campaña “Leer te transforma” - Nelson Mandela.....	19
Figura 5. Campaña “Leer te transforma” - Eres tan sexy.....	19
Figura 6. Campaña “Leer te transforma” - Sigue.....	20
Figura 7. Campaña “La Lectura Enamora” – Siempre Lector, nunca inlector.....	21
Figura 8. Campaña “La Lectura Enamora” – Lee y trasciende.....	21
Figura 9. Campaña “La Lectura Enamora” – Menos redes, más read.....	22
Figura 10. Infografía sobre la lectura.....	23
Figura 11. Infografía sobre la lectura.....	23
Figura 12. Campaña You are What You Read.....	24
Figura 13 y 14. National Reading Campaign Ads.....	25
Figura 15 y 16. Read yourself interesting Ads.....	25
Figura 17 a 20. Instalaciones del CCE.....	82
Figura 21 a 22. Aplicaciones del Logotipo del CCE.....	85
Figura 23 y 24. Sitio Web del CCE.....	86
Figura 25 y 26. Redes Sociales del CCE.....	87
Figura 27 y 28. Publicaciones similares.....	87
Figura 29. Agenda Cultural Marzo.....	88
Figura 30. Aplicaciones del Logotipo de Santillana.....	90
Figura 31. Sitio Web de Santillana.....	91
Figura 32. Redes Sociales de Santillana.....	92

Figura 33. Aplicaciones del Logotipo de PiedraSanta.....	
Figura 34. Sitio Web de PiedraSanta.....	94
Figura 35. Redes Sociales de PiedraSanta.....	95
Figura 36 y 37. Ejemplo paleta de color.....	131
Figura 38. Ejemplo de dinamismo.....	131
Figura 39. Ejemplo de armonía.....	132
Figura 40. Ejemplo de ilustración.....	133
Figura 41. Ejemplo de ilustración plana.....	133
Figura 42. Ejemplo de tipografía dinámica.....	134
Figura 43. Ejemplo de tipografía de múltiples grosores.....	134
Figura 44. Dimensiones de pantalla móvil.....	135
Figura 45. Dimensiones web.....	136
Figura 46. Dimensiones de redes sociales.....	137
Figura 47. Retícula modular.....	136
Figura 48. Adaptación de retícula.....	136
Figura 50. Collage.....	140
Figura 51. Ilustraciones realizadas.....	142
Figura 52. Mapa de contenido análogo.....	144
Figura 53 a 56. Wireframe análogo.....	145
Figura 57. Logotipo	146
Figura 58. Abstracción desarrollada	147
Figura 59. UI KIT	

GRÁFICAS

Gráfica 1. ¿Te gusta leer?	30
Gráfica 2. ¿Cuántos libros lees al año?	39
Gráfica 3. ¿Cuántos de esos libros son por interés propio, y no por un trabajo escolar?	40
Gráfica 4. ¿Qué extensión de libro prefieres leer?	41
Gráfica 5. ¿Qué tanto te cuesta concentrarte al leer un libro?.....	55
Gráfica 6. Marca con una X las características con las que te identifiques al leer.....	56
Gráfica 7. ¿Qué tan probable es el que decidas leer por recreación?	57
Gráfica 8. ¿Qué tan inclinado te encuentras a fomentar tu hábito de lectura?.....	58
Gráfica 9. ¿En tu círculo cercano hay alguien que profese un hábito de lectura?	58

Introducción

La lectura, si bien es una acción que para las personas alfabetizadas, tiende a ser realizada prácticamente de manera automática, es una herramienta poderosa, no solo a nivel educativo, si no a nivel personal. “La lectura enriquece y desarrolla la necesaria capacidad crítica de las personas; de ahí que tras el acto de la lectura, además de los valores cívicos que encierra, habite una adquisición de habilidades que dota a los individuos de recursos necesarios para su desarrollo como personas: la vida cotidiana debe estar condicionada por la capacidad lectora que contribuya al perfeccionamiento de los seres humanos” (Hernández, 2014).

Quizá no por medio de las mismas palabras, pero este concepto es constantemente repetido, en cualquier nivel social, educativo, profesión, el que “leer es bueno.” Sin embargo, Guatemala cimente una sociedad en la que la mayoría de las personas no disfrutan ni procuran el crear un hábito de lectura constante. El medio soy502 publicó un estudio en el que se establece que en Guatemala tan solo una de cada 100 personas lee por placer. (Blandón,2019)

Basado en esta estadística, el 99% de la población está perdiendo los beneficios que provee la lectura a la vida. Entre las consecuencias de la falta de lectura se encuentran la limitación de la capacidad de aprendizaje, la falta de culturización del individuo y la poca probabilidad de superación en el ámbito profesional y académico. (Prensa Libre, 2016). Este problema se ve evidenciado en el estudio realizado en una escuela localizada en el departamento de Chiquimula, en el cual 43% de los estudiantes encuestados afirmaron

tan solo leer un libro al año, a pesar de encontrarse en una etapa de estudio. (Ortega, 2017).

Entre las causas que se atribuyen a la falta de hábitos de lectura dentro del país, una de las principales es la estructura de la enseñanza del sistema educativo guatemalteco. Esto se apoya en los resultados de los estudiantes guatemaltecos en las pruebas del Programa Internacional de Evaluación de Estudiantes (PISA por sus siglas en inglés). Este programa evalúa la competencia de estudiantes de 15 años para aplicar los conocimientos que han aprendido en la escuela en situaciones de la vida real. Como parte de esta evaluación participan 88 países, y ha sido adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas. (Mineduc, 2018)

Los resultados de los estudiantes guatemaltecos se extienden en la Figura 1, presentada a continuación:

Tabla 1. Comparación de resultados de pruebas Pisa

Países	Lectura				Matemática				Ciencias			
	Promedio		Desviación Estándar		Promedio		Desviación Estándar		Promedio		Desviación Estándar	
	Media	Error estándar	Desviación Estándar	Error estándar	Media	Error estándar	Desviación Estándar	Error estándar	Media	Error estándar	Desviación Estándar	Error estándar
PISA-D												
Camboya	321	(2.1)	62	(1.1)	325	(2.7)	75	(1.5)	330	(1.9)	51	(1.1)
Ecuador	409	(3.4)	81	(1.8)	377	(3.1)	76	(1.5)	399	(2.9)	71	(1.4)
Guatemala	369	(3.5)	75	(2.2)	334	(3.2)	69	(2.1)	365	(2.9)	62	(2.1)
Honduras	371	(3.5)	75	(2.3)	343	(3.5)	77	(2.3)	370	(2.9)	62	(2.1)
Paraguay	370	(3.7)	83	(2.0)	326	(2.9)	68	(1.4)	358	(3.3)	72	(1.7)
Senegal	306	(1.8)	72	(1.5)	304	(2.6)	81	(1.7)	309	(1.8)	54	(1.1)
Zambia	275	(3.9)	71	(2.5)	258	(3.9)	72	(2.4)	309	(3.1)	57	(1.9)
Países de Latinoamérica												
Chile	459	(2.6)	88	(1.7)	423	(2.5)	85	(1.4)	447	(2.4)	86	(1.3)
México	423	(2.6)	78	(1.5)	408	(2.2)	75	(1.3)	416	(2.1)	71	(1.1)
Brasil	407	(2.8)	100	(1.5)	377	(2.9)	89	(1.7)	401	(2.3)	89	(1.3)
Colombia	425	(2.9)	90	(1.5)	390	(2.3)	77	(1.3)	416	(2.4)	80	(1.3)
Costa Rica	427	(2.6)	79	(1.6)	400	(2.5)	68	(1.4)	420	(2.1)	70	(1.2)
República Dominicana	358	(3.1)	85	(1.9)	328	(2.7)	69	(2.0)	332	(2.6)	72	(1.8)
Perú	398	(2.9)	89	(1.6)	387	(2.7)	83	(1.4)	397	(2.4)	77	(1.4)
Trinidad y Tobago	427	(1.5)	104	(1.3)	417	(1.4)	96	(1.2)	425	(1.4)	94	(1.1)
Uruguay	437	(2.5)	97	(1.6)	418	(2.5)	87	(1.7)	435	(2.2)	87	(1.3)
Promedios internacionales												
Promedio de países PISA-D	346	(1.2)	74	(0.7)	324	(1.2)	74	(0.7)	349	(1.0)	61	(0.6)
Promedio de países de la OCDE	493	(0.5)	96	(0.3)	490	(0.4)	89	(0.3)	493	(0.4)	94	(0.2)
Promedio de países de América Latina	406	(0.8)	86	(0.5)	379	(0.7)	78	(0.5)	398	(0.7)	76	(0.4)
Promedio de países de ingreso medio bajo	378	(1.1)	78	(0.6)	368	(1.1)	80	(0.7)	392	(0.9)	68	(0.6)
Promedio de países de ingreso medio alto	410	(0.8)	90	(0.4)	402	(0.7)	82	(0.4)	411	(0.6)	80	(0.3)

Fuente: Ministerio de Educación. Recuperado de <https://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/habitos-lectura.pdf> [Consulta 05/07/2019]

En la Tabla 1 se evidencia que Guatemala cuenta con resultados inferiores al promedio en el área de lectura, encontrándose en un nivel más bajo que el resto de países de América Latina, exceptuando tres países: Paraguay, República Dominicana y Honduras. Tan solo un 30% de los estudiantes evaluados logran alcanzar los niveles básicos de lectura establecidos por la prueba. Estos datos cimentan que la educación no ayuda a desarrollar buenos hábitos de lectura a los jóvenes estudiantes dentro del país. La falta de estos, causa el abandono de los estudios y poca capacidad de aprendizaje por parte de los jóvenes, a la vez que evita al individuo el ser autodidacta para suplir las carencias del sistema educativo actual.

Cabe resaltar que la falta de lectura no es una consecuencia de la falta de circulación de títulos dentro del país. La producción editorial en Guatemala es abundante, siendo el segundo país de producción editorial en América Central, con un total de 790 títulos nacionales publicados en el año 2010 y una participación de 23 asociados en la Gremial de Editores de Guatemala (Prensa Libre, 2014).

Sin embargo, en Guatemala se conocen sus carencias en cuestiones de lectura, por lo que existen distintos programas que buscan reforzarla. Un ejemplo de esto es el programa “Leamos Juntos”, iniciativa desarrollada por el Gobierno de Guatemala junto con la Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, Ciencia y Cultura - OEI - .De igual manera, existe El Consejo Nacional del Libro de Guatemala (CONALIBRO) es otro ente que busca la promoción de la lectura en el país. Fue creado en 1989 bajo el decreto del Congreso, permaneciendo inactivo desde su nombramiento hasta el 2003. Fue reactivado gracias a los Acuerdos de Paz, con el fin de generar políticas públicas enfocadas en Lectura, Literatura, Escritura y Bibliotecas. Entre los aspectos a mejorar que destacan dentro de sus análisis, es el que el Ministerio de Educación no cuenta con programas de orientación y formación de docentes enfocados a mejorar la enseñanza de lectura y escritura. (Segeplan, 2014).

Basado en la información previa, se determinó como el problema que los niveles de comprensión lectora en Guatemala son muy bajos, aspecto que se ve reflejado en las pruebas realizadas por el Mineduc a los estudiantes de bachillerato en los últimos dos años. Durante el 2017 tan solo el 32.33% de los estudiantes evaluados logró pasar las

pruebas de lectura, mientras que en el 2018 tan solo el 34.81% fue aprobado. Esta diferencia del 2.48% no es significativa ante el panorama existente.

Como objetivos se establecieron los siguientes:

- Determinar cuáles son los factores que causan el bajo desempeño de los jóvenes en las pruebas de lectura.
- Identificar la postura de los jóvenes respecto a la lectura y los hábitos de los mismos.
- Determinar la opinión de expertos sobre el tema de lectura y su incidencia en el desarrollo de la persona.
- Indagar causas y consecuencias de la falta de hábitos de lectura en los jóvenes.

Basado en los antecedentes, podemos observar que la falta de lectura en el país afecta en el desarrollo del mismo, así como en la calidad de vida de sus habitantes. La importancia de esta investigación recae en comprender el contexto y situación para profundizar el problema, con el fin de más adelante proponer soluciones viables desde una perspectiva de diseño.

1. Marco Situacional

1.1 Contextualización del tema en el país

Durante la última década se han realizado diferentes iniciativas con el fin de combatir la falta de lectura de la población. Entre ellas se encuentran los ya mencionados programas “Leamos Juntos”, y el Consejo Nacional del Libro, instaurado por el gobierno. También por parte de la Asociación Nacional de Municipalidades (ANAM), en conjunto del MINEDUC, Empresarios por la Educación (EXE) y La Gran Campaña Nacional por la Educación (GCNPE) se realiza un proceso de certificación a los municipios del país, en el que se les concede el título de “Municipios Amigos de la Lectura”. Para obtener la certificación, las municipalidades deben cumplir con 5 criterios: Promover y fortalecer la lectura en el municipio, Implementar un plan a nivel municipal de apoyo a la lectura, Contar con acceso a materiales de lectura en el municipio, el desarrollo de una estrategia propia para generar interés por la lectura, e integrar una comisión municipal que apoye el plan de lectura a implementarse. Actualmente 14 municipios del país han obtenido la certificación, entre los cuales se puede mencionar Gualán (Zacapa), Villa Nueva (Guatemala), Chiantla (Huehuetenango) e Ixchiguán (San Marcos) (2019, Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES)).

Elaborando acerca de la labor de la GCNPE, previamente mencionada, esta campaña fue conformada en el año 1999, en base a la firma de los Acuerdos de Paz firme y Duradera, como respuesta a los impulsos realizados por el MINEDUC en materia de educación. El principal objetivo de la GCNPE es " Incidir en la formulación de la políticas

educativas con visión a largo plazo, fortaleciendo la auditoría social y la realización de estudios de investigación y análisis.” (GCNPE, 2018).

También por parte de la población se han desarrollado diferentes iniciativas en torno al fomento de la lectura, entre las cuales cabe resaltar los clubes de lectura. Estos son beneficiosos ya que no solo convierten la lectura en una experiencia colectiva y motivante, sino que permite el intercambio de ideas entre sus miembros. Existen múltiples clubes de lectura, concentrados principalmente en la capital. Entre ellos se encuentran los que son realizados en la Librería Sophos, dirigidos a distintos segmentos de lectores, ya sea por edad o temática. Por otro lado, existen clubes de lectura universitarios, por ejemplo los de la Universidad Rafael Landívar y Mariano Gálvez, en los que la biblioteca de la institución les provee material exclusivo a sus integrantes, siendo el club gratuito y abierto a todo público. También es importante mencionar que los clubes de lectura se hacen presente en instituciones que no necesariamente se relacionan a la lectura, como por ejemplo el Club de Lectura de Colaboradores de la Superintendencia de Bancos, en el cual una vez al mes se reúnen sus miembros, enfocándose en la convivencia con autores guatemaltecos. (Herrera, 2019).

1.2 Delimitación Geográfica

1.2.1 Límites. La República de Guatemala es un país localizado en el extremo norte del istmo centroamericano, colinda en sus fronteras Norte y Oeste con México, al este con Belice y al sureste con Honduras y el Salvador. Cuenta con

costas con el Océano Pacífico al sur, y con el Océano Atlántico al este. Su extensión territorial es de 108,890 km cuadrados, dividido en 22 departamentos y 340 municipios. El país se encuentra sobre tres vertientes hidrográficas. Guatemala contiene biodiversidad que lo convierte en un país con alta posibilidad de generación de energía. Sin embargo, según la Cumbre del Clima, es el segundo país del mundo más afectado por el cambio climático. El 21.41% de la población vive en el departamento de Guatemala, con una densidad de 1420 habitantes por kilómetro cuadrado. El promedio de integrantes por familia es de 5 personas. (ONU,2014).

1.2.2 Caracterización económica. Durante el foro realizado a principios del año 2019 por la Cámara de la Industria, en el que participaron miembros del Banco de Guatemala y el Director de Central American Bussiness Intelllignce (CABI),se compartieron las proyecciones de la economía guatemalteca durante el 2019. El crecimiento económico del país apunta a aumentar en un 3.7%, de manera similar a los últimos dos años. Este valor se apoya en el aumento de remesas e importaciones, así como el panorama económico mundial. (BANGUAT, 2019).

1.2.3 Condiciones antropológicas. Guatemala se caracteriza por ser un país multicultural, ya que en su territorio habitan cuatro razas: maya, ladina, garifuna y xinka.El 39.5% de la población es indígena, y el 51% son mujeres. A esto también se suma el que existen 22 lenguas mayas presentes en el país, en el que el idioma oficial es el español. La historia del país ha marcado el progreso del mismo, ya que

este ha sido sometido a períodos de guerra y gobiernos totalitarios, así como saltos entre gobiernos democráticos y militares. El país en el año 1996 firmó los Acuerdos de Paz donde se terminaron 36 años de guerra civil. (ONU,2014).

1.2.4 Instituciones relacionadas al tema. A continuación se presenta un listado de instituciones que cuentan con programas enfocados en el fomento de la lectura en el país:

Yo`o Guatemala. Asociación sin fines de lucro, enfocada en poblaciones rurales de Guatemala, específicamente en el municipio de Purulhá. Sus áreas de trabajo son principalmente la educación y el desarrollo comunitario, ayudando aproximadamente a 2,200 niños y sus familias. Cuentan con dos programas de lectura:

Club de Lectura “Los pies descalzos también leen”. Se utiliza una metodología por medio de sesiones y lectura activa, con el fin de desarrollar el pensamiento crítico. Después de terminar un libro, cada usuario tiene una sesión de comprensión lectora en la Biblioteca, en donde puede discutir sus opiniones acerca de los libros. En algunos casos, realizan videoconferencias con voluntarios de otros lugares.

El Búho de la Leyenda: En colaboración con Librería Sophos. La dinámica consiste en que una vez que el niño llega a una meta de lectura establecida, se envía una foto de este a la librería, la cual es exhibida, junto con una pequeña descripción acerca de los

gustos literarios del niños. Los clientes pueden donar libros y enviarlos al niño como parte del programa. (Yo'ó Guatemala, 2019).

Cooperación para la Educación -COED-. El programa de Cultura por la Lectura de COED se enfoca en un cambio de metodología al utilizado generalmente en las escuelas de Guatemala. Tradicionalmente, las técnicas de enseñanza se basan en la repetición y memoria de los conceptos, mientras que la metodología del programa se basa en capacitar a los maestros para generar interés en la lectura para sus alumnos, por medio de técnicas pedagógicas y actividades que estimulan el pensamiento crítico de los alumnos. Entre los resultados obtenidos gracias al programa, se enfatiza la reducción de un 30% en las tasas de fracaso escolar. (COED, 2019).

USAID - Proyecto Leer y Aprender. La Agencia de Estado Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés) extendió del año 2014 al año 2019, el proyecto Leer y Aprender, con el fin de asegurar el acceso a niños y jóvenes en áreas rurales, especialmente indígenas, a educación de calidad fuera del sistema escolar. El proyecto se desarrolla en diferentes municipios de Quetzaltenango, Quiché, Huehuetenango, San Marcos y Totonicapán. El programa busca implementar mejores técnicas de enseñanza de la lectura en los idiomas mayas maternos de los niños, así como proveerles acceso a material de lectura. (USAID, 2019).

Municipalidad de Guatemala. Con el fin de motivar a los guatemaltecos a leer, la Municipalidad de Guatemala lanzó en el 2017 el programa piloto “Estación de Lectura”,

en el Paseo de la Sexta de la zona 1. Se basa en una estación que cuenta con variedad de libros para todas las edades, los cuales pueden ser utilizados por los transeúntes de manera gratuita, durante el tiempo que deseen. Se planean colocar a futuro 4 estaciones más a lo largo de la Sexta Avenida. (Diario República, 2017).

Prodesa - Programa de Lectura Kemon Ch'ab'al. El Programa Kemon Ch'ab'al, o Tejiendo nuestro lenguaje, es conformado por una serie de textos que busca mejorar la educación primaria y secundaria de los pueblos indígenas, a partir de la firma de los Acuerdos de Paz. (Prodesa, 2017).

VOLUSAC - Iniciativa "Regala un Libro". Iniciativa realizada dentro de las instalaciones de la Universidad San Carlos de Guatemala (USAC), a través del Voluntariado Universitario (VOLUSAC). En ella se genera una competencia para donar por facultad metros de libros apilados, con el fin de crear rincones de lectura en diferentes escuelas del país. (García, 2019).

2. Marco teórico

2.1 Tema de estudio

2.1.1 ¿Qué es la lectura? Se define lectura como el proceso de reconocimiento e interpretación de signos, ya sean estos representados en materiales escritos o impresos, aislados o agrupados en un contexto. Este proceso es personal y permite la comprensión de un mensaje, siendo esta siempre dependiente del lenguaje que se está utilizando. Su finalidad principal es lograr la comprensión de los materiales escritos, y la capacidad de analizarlos y utilizarlos para resolver las necesidades del individuo. Esto implica identificar el significado que implican el tono, actitud, e intencionalidad del texto, al utilizar estímulos para recordar los significados que la experiencia ha ido construyendo, y construir nuevos significados para el sujeto. La lectura debe ser, ante todo, intencional, funcional y fructífera para ser efectiva, (Ríos, 2015).

2.1.2 Historia de la lectura. La lectura ha sido una parte fundamental de la historia de la humanidad desde que se desarrollaron los primeros vestigios de comunicación escrita, con el fin de conservar la memoria colectiva e individual de la información, se generaron diferentes formas pictóricas, musicales, lingüísticas y nemotécnicas para transmitir las a las nuevas generaciones. Poco a poco, estas evolucionaron a la aparición de la escritura, y por ende, la lectura. El origen se suele vincular al cambio en las sociedades al volverse sedentarias.

La cultura que se reconoce como la primera en utilizar la escritura como método de comunicación es la sumeria, iniciando con la escritura cuneiforme, para luego evolucionar al alfabeto, el cual forma palabras deconstruidas en sonidos simples para representar objetos, ideas y símbolos por unidades fónicas. El alfabeto fenicio se considera como el primero establecido como comunicación generalizada. Este se basaba en un sistema de 22 signos, los cuales combinados representan todas las modalidades lingüísticas. (La Fábrica de Libros (LFL), 2019).

2.1.3 Proceso de la lectura. Se define el proceso de lectura como un proceso activo y constructivo de interpretación de textos. Este se inicia a partir de la palabra escrita, el estímulo que inicia el análisis visual para reconocer la información, analizar y darle un significado.

Este proceso se inicia con la preparación de ánimo y propósito que tiene el individuo para realizar la lectura, luego se prosigue con el acto de lectura per se, en el que se genera la construcción de significados, para, por último, sintetizar y transferir estos significados. (Castillo, 2011).

2.1.4 Beneficios de la lectura. Entre los beneficios que se pueden mencionar de tener un buen hábito de lectura, aparte de los más obvios, como la expansión de la cultura del individuo, se encuentra la mejora de la concentración y empatía, así como el mejor desarrollo profesional. (Saiz, 2015).

Una persona que lee constantemente suele tener más probabilidades de desarrollo personal y profesional, por lo que suelen conseguir puestos de trabajo mejor remunerados que el de los ciudadanos promedio. (Argueta, 2012).

Esto se da debido a que entre más lea el individuo, no solo mejora su habilidad cerebral, si no que también genera una mejor capacidad de oratoria. Esto es probado en un estudio realizado por la Universidad de Oxford, en el que se evaluaron los hábitos y actividades de aproximadamente 20,000 jóvenes, con el fin de conocer qué actividades generaban mayor éxito profesional. Se encontró que las mujeres que cuentan con un hábito de lectura tienen una probabilidad del 39% más de obtener un puesto directivo que una persona promedio. En cuanto a los hombres, esta cifra aumentaba a un 48%.

Además de que el ejercicio del cerebro por medio de una lectura constante evita la degeneración cognitiva, especialmente en la vejez. Muchos médicos recomiendan la lectura como prevención de Alzheimer. Esto se debe a que a pesar de que es una actividad que se realiza normalmente de forma automática para el humano, la lectura no es un acto natural del cerebro. Según la psicología evolutiva, el quedarse tan solo centrado en un estímulo significaba peligro para nuestros antepasados en un entorno hostil, razón por la que nuestra mente tiende a saltar tanto de un estímulo a otro.

Por esta razón, el estar concentrado e inmóvil leyendo es un comportamiento antinatural que requiere disciplina. Además de ser un comportamiento anómalo, durante el proceso de lectura el hemisferio izquierdo del cerebro se encuentra en constante trabajo, ya que se deben activar diferentes partes del mismo para poder realizar el proceso completo. (Saiz, 2015).

2.1.5 Recomendaciones para realizar una buena lectura. Es importante tomar en cuenta que el proceso de lectura es una actividad aprendida y que este puede contar con disfunciones o errores. Uno de los más comunes es la vocalización, la cual consiste en mover los labios cuando se lee en silencio. La manera más sencilla para corregir este defecto es por medio de colocar un objeto, puede ser un lápiz, entre los labios al momento de leer. Esto también se puede dar mentalmente, fenómeno denominado como subvocalización mental.

Otro de los errores que se puede cometer es la medida campo visual, por lo que el individuo puede tan solo enfocarse en la fijación de una palabra en lugar de un conjunto de ellas. Por otro lado, existen las regresiones, las cuales consisten en retroceder en el texto una vez este ya ha sido leído. Una herramienta que se utiliza para es colocar una hoja sobre los textos que ya han sido leídos, forzando la retención de información. (Castillo, 2011).

2.2 Referentes de diseño relacionados al tema

Ya con un panorama claro del país ante la lectura, y las diferentes iniciativas que existen dentro de él para promoverla, se recopilaran referentes gráficos de las iniciativas que se han desarrollado, tanto a nivel internacional como nacional para el fomento de la lectura.

2. 2. 1 Referente 1. A nivel nacional, son pocos los esfuerzos que se han hecho a nivel campaña para ayudar a combatir el problema. De los referentes gráficos encontrados, el primero forma parte del programa del gobierno de Guatemala “Leamos Juntos”, mencionado anteriormente, el cual se ha extendido más allá de las escuelas, para incluir publicaciones en periódicos. La dinámica consistía en buscar dentro de los suplementos del Periódico del los días sábados a partir de febrero, material coleccionable que promueve la práctica de la lectura en casa, durante períodos de media hora. (MINEDUC, 2014).



Figura 1. Anuncio publicado del suplemento “Leamos Juntos”

Fuente: Ministerio de Educación. Recuperado de

https://www.mineduc.gob.gt/leamos_juntos/documents/anuncio_6x4.jpg

[Consulta 12/07/2019]

A continuación, se muestra el interior de uno los materiales que formaban parte de la dinámica, donde por medio de imágenes atractivas, se daba la introducción al cuento de ese día al niño. En el podemos observar que no tan solo es un material de lectura si no que también incluye actividades para que el niño interactúe con la lectura y la relacione en su día a día.

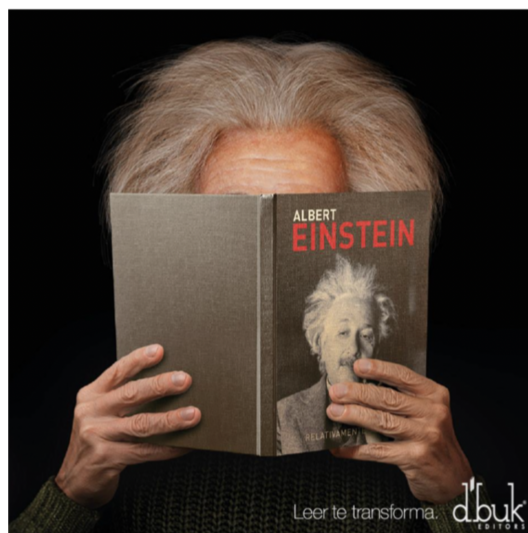


Figura 2. Interior del suplemento “Leamos Juntos”

Fuente: Ministerio de Educación. Recuperado de https://www.mineduc.gob.gt/leamos_juntos/ver_cuentacuentos1.asp?fec_dia=02&fec_mes=03&fec_anio=2017&nombre=El+barrilete+mensajero [Consulta 12/07/2019]

2. 2. 2 Referente 2. En un esfuerzo para generar el consumo y compra de libros dentro del país, diversas editoriales y librerías han realizado campañas de promoción de la lectura. A continuación se enlistan artes realizados como parte de la campaña “Leer te transforma”, de la editorial D’Buk editors, desarrollada en colaboración con la agencia publicitaria García Robles. Esta hace la relación de que en base a lo que se lee, las ideas del individuo se transforman en las del escritor

o personaje retratado. Esta campaña se desarrolló tanto en redes sociales como en publicidad exterior.



Fotografía 3. Campaña “Leer te transforma” - Albert Einstein

Fuente: García Robles. Recuperado de <https://garciarobles.net/campana-dbuk-leer-te-transforma> [Consulta 12/07/2019]



Fotografía 4. Campaña “Leer te transforma” - Nelson Mandela

Fuente: García Robles. Recuperado de <https://garciarobles.net/campana-dbuk-leer-te-transforma> [Consulta 12/07/2019]

2. 2. 3 Referente 3. Bajo el mismo titular, pero utilizando un concepto diferente, García+Robles desarrolló piezas que se basan en las palabras y como estas tienen poder sobre el individuo. Los artes fueron desarrollados para las redes sociales.



Fotografía 5. Campaña "Leer te transforma" - Eres tan sexy

Fuente: García Robles. Recuperado de <https://garciarobles.net/campana-dbuk-leer-te-transforma> [Consulta 12/07/2019]



Fotografía 6. Campaña "Leer te transforma" - Siga

Fuente: García Robles. Recuperado de <https://garciarobles.net/campana-dbuk-leer-te-transforma> [Consulta 12/07/2019]

2. 2. 4 Referente 4. Entre las organizaciones que han realizado campañas de promoción lectora se encuentra la librería Artemis Edinter, librería que suele hacer alusión a la importancia de la lectura constantemente. A continuación se muestran artes en los que la marca relaciona la lectura a temas actuales y necesidades del individuo. Como vínculo común de comunicación, utilizan el hashtag “#LaLecturaEnamora”. Estos artes fueron desarrollados para las redes sociales de la empresa.



Fotografía 7. Campaña “La Lectura Enamora” – Siempre Lector, nunca inlector

Fuente: Artemis Edinter. Recuperado de

<https://www.facebook.com/LibreriasArtemisEdinter/photos/a.129246143759353/2920258697991403/?type=3&theater>) [Consulta 12/07/2019]



Fotografía 8. Campaña “La Lectura Enamora” – Lee y trasciende

Fuente: Artemis Edinter. Recuperado de

<https://www.facebook.com/LibreriasArtemisEdinter/photos/a.129246143759353/2920258697991403/?type=3&theater>) [Consulta 12/07/2019]



Fotografía 9. Campaña “La Lectura Enamora” – Menos redes, más read

Fuente: Artemis Edinter. Recuperado de

<https://www.facebook.com/LibreriasArtemisEdinter/photos/a.129246143759353/2814807311869876/?type=3&theater> [Consulta 12/07/2019]

2. 2. 5 Referente 5. Por otro lado, se han realizado campañas dirigidas a entidades educativas, no a la población general. Una de ellas es la Gran Campaña Nacional por la Educación, mencionada anteriormente. Esta es dirigida a las organizaciones educativas, con el fin de proveer materiales, talleres y capacitaciones para generar mejoras en el sector educativo. A continuación se muestra material gráfico desarrollado como apoyo de las acciones de la GCNPE.

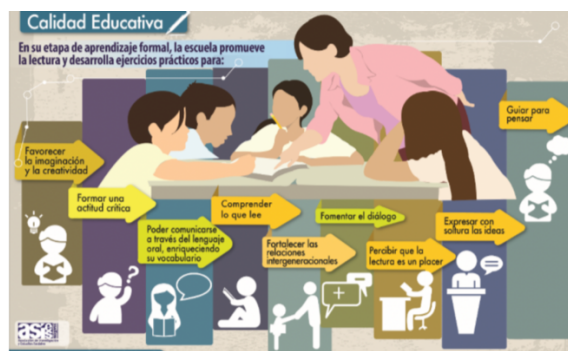


Fotografía 10. Infografía sobre la lectura

Fuente: Asies. Recuperado de

<http://www.asies.org.gt/gran-campana-nacional-por-la-educacion-gcne-2014/>

[Consulta 12/07/2019]



Fotografía 11. Infografía sobre la lectura

Fuente: Asies. Recuperado de

<http://www.asies.org.gt/gran-campana-nacional-por-la-educacion-gcne-2014/>

[Consulta 12/07/2019]

2. 2. 6 Referente 6. Con el fin de tener un panorama más amplio, se investigaron referentes internacionales, los que nos permiten tener una noción de que estrategias se han utilizado conforme al problema en otros contextos. La campaña mostrada a continuación fue desarrollada por Bienal Internacional del Libro de Pernambuco, y en ella se hace alusión al dicho “Eres lo que lees”.



Fotografía 12. Campaña You are What You Read

Fuente: Ceslava. Recuperado de

<https://ceslava.com/blog/wp-content/uploads/2014/10/campañas-fomentar-la-lectura-libros-leer-7-510x360.jpg> [Consulta 12/07/2019]

2. 2. 7 Referente 7. Por otro lado, la *National Reading Campaign*, de Canadá, también ha realizado diferentes campañas en las cuáles se promueve la lectura, enfocándolo hacia como los padres pueden ayudar al desarrollo lector de sus hijos.



Fotografía 13 y 14. National Reading Campaign Ads

Fuente: Ceslava. Recuperado de

<https://ceslava.com/blog/wp-content/uploads/2014/10/campañas-fomentar-la-lectura-libors-leer-7-510x360.jpg> [Consulta 12/07/2019]

2. 2. 8 Referente 8. Otra dirección en la que se ha enfocado el material de las campañas de lectura es en el que la lectura nos aporta a ser personas más interesantes, como se ve ilustrado en la campaña “Read yourself interesting”, en la que se hace la referencia de que entre más libros lea una persona, más interesante se vuelve.



Fotografía 15 y 16. Read yourself interesting Ads

Fuente: Ceslava. Recuperado de

<https://ceslava.com/blog/wp-content/uploads/2014/10/campañas-fomentar-la-lectura-libors-leer-7-510x360.jpg> [Consulta 12/07/2019]

3. Marco Metodológico

3.1 Método

Se utilizará el método deductivo para obtener mejor comprensión del tema al recopilar la información de la investigación. Se conoce como método deductivo el que se va de las premisas generales a premisas específicas, por medio de un razonamiento lógico que da paso a conclusiones en base estos razonamientos primarios. Se basa en principios simple y necesarios que al finalizar se validan como una sucesión lógica. (Almanza, 2019).

3.2 Población

Las poblaciones elegidas para la investigación son las siguientes:

Población No.1. Población conformada por los alumnos de la Universidad del Istmo, comprendidos entre los 18 y 25 años ubicados en el municipio de Fraijanes. Se ha escogido esta población con el fin de comprender la postura y hábitos que ellos manejan respecto a la lectura. La población de estudiantes de la universidad en el año 2019, acorde a la oficina de Registro y Control Académico (Ver Apéndice 2), es de 1500 estudiantes.

Población No.2. Conformada por profesionales de la enseñanza del sector, profesores y pedagogos activos, con el fin de comprender la perspectiva de los mismos respecto a la realidad que observan del tema en sus estudiantes. El total de la población es de 1 experto.

Población No.3. Población conformada por expertos en la situación de lectora a nivel país. Son profesionales que trabajan en entidades públicas y privadas que manejan programas relacionados con la lectura, y tienen un entendimiento más amplio del panorama general del problema. El total de la población es de 2 expertos.

3.3 Muestra

De la población número uno, al ser una población extensa, se utilizó la herramienta del sitio web uncomo para calcular el tamaño de la muestra. Los datos utilizados para calcular se enlistan a continuación: Margen de error del 5%, nivel de confianza del 95% y desviación del 50%. La muestra generada es de 306 personas. (Ver Anexo No.1)

Por otro lado, de las poblaciones dos y tres, al ser ambas menores a 51 individuos, se utilizará una muestra del 100% de la población.

3.4 Instrumentos

Instrumento No.1 Se utilizará como instrumento para recopilar la información la técnica de encuesta, la cuál se realizará a manera de cuestionario. Este cuestionario sigue una estructura de 8 preguntas cerradas, 2 preguntas abiertas y 1 pregunta semi-abierta, con el fin de conocer los patrones y hábitos de lectura de los estudiantes. (Ver Apéndice 1).

Instrumento No.2 Se utilizará como instrumento para recopilar la información la técnica de entrevista, utilizando el formato de guía de entrevista semi-estructurada. Esta guía cuenta con seis preguntas abiertas, en las cuales se indaga respecto a la perspectiva desde el nivel docente de la lectura en los estudiantes, percepción de iniciativas respecto al tema, proyecciones y opinión general respecto al tema. (Ver Apéndice 2)

Instrumento No.3 Se utilizará como instrumento para recopilar la información la técnica de entrevista, utilizando el formato de guía de entrevista semi-estructurada. Esta guía cuenta con seis preguntas abiertas, en las cuales se indaga respecto a la perspectiva desde nivel organizacional respecto a los niveles de lectura en el país, adaptandose según a la organización y contexto en el que labore el experto, con el fin de comprender el panorama desde que se desarrolla los expertos. (Ver Apéndice 3)

3.5 Procedimiento

Procedimiento No.1 Para generar la mayor conveniencia posible a los miembros de la población para responder al instrumento, este fue compartido en línea por medio de un link, al cuál pueden acceder desde el dispositivo de su conveniencia. Este fue compartido por medio de canales digitales, tales como redes sociales y correo electrónico.

Procedimiento No. 2 Para la conveniencia de los entrevistados, se realizó la solicitud con antelación de la entrevista, siendo brindadas dos posibilidades para la misma: Realizar la entrevista presencial por teléfono o por medio de correo electrónico, dependiendo de lo que se acoplara a la agenda de estos.

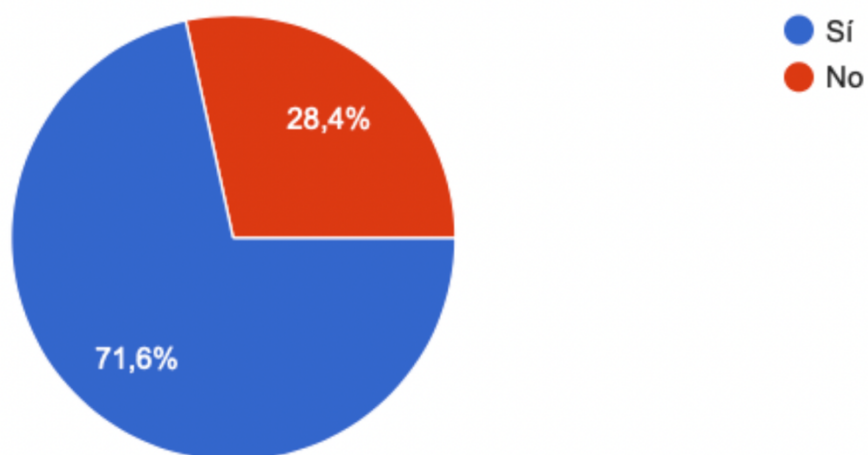
Procedimiento No. 3 Para la conveniencia de los entrevistados, se realizó la solicitud con antelación de la entrevista, siendo brindadas en este caso tres posibilidades para la misma: Una entrevista presencial, por teléfono, o por medio de correo electrónico, dependiendo de lo que se acoplara a la agenda de los mismos.

4. Presentación y análisis de resultados

En las siguientes gráficas se encuentran recopilados los resultados de los instrumentos utilizados en esta investigación, tanto de los estudiantes de la Universidad del Itsmo como de los expertos. Cada inciso de los instrumentos se presenta seguido de un análisis del mismo.

4.1 Resultados del Instrumento No.1

Gráfica 1. ¿Te gusta leer?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Respuesta a ¿Por qué sí o no te gusta leer?

Me relaja	Para aprender más
Me transporta a otros mundos y me distrae de mis actividades cotidianas.	Porque me gusta la variedad de vidas, historias ,datos, conocimientos y lugares que puedo conocer a través de un libro
Es una fuente de inspiración para mi labor como diseñadora gráfica	Me gusta saber cosas nuevas
Te transporta	Me parece una agradable distracción
Porque me encanta, es algo que he hecho desde niña y me ayuda como escape cuando estoy con mucho estrés o cuando no me siento bien.	Me distrae y me ejercita la cabeza
Me duermo	Me relaja, hace que mi imaginación y creatividad crezca
Porque me distrae.	Vivo otro mundo o aprendo a mejorar en este mundo
Me gusta adentrarme a nuevos mundos	Aprendo mas sobre cultura general, mejoró mi comprensión y mi imaginación se explota más.

Me da pereza	Porque me distraigo mucho
Es un hábito y un hobby que entretiene mucho tiempo y desarrolla habilidades mentales.	Leí desde chiquita, es algo que ya forma parte de mi
Cuando son temas de mi agrado es interesante conocer mas sobre el contexto	Porque enriquece mi conocimiento
Es entretenido, me llena de imaginación y me ayuda con mi ortografía.	Me aburre un poco
Es entretenido	Me entretiene
Es un hobby	Me gusta leer por entretenimiento y conocimiento
ayuda al conocimiento	me da sueño
Es algo aburrido y me cansa la vista	Si me gusta pero, no tengo suficiente tiempo
No hay algo que me incentive	Por que me relaja y siento que me hace mas creativa
Me desespero	Me gusta mucho las narrativas
Porque me ayuda a ampliar mi vocabulario, a comprender la lectura y a mejorar mi redacción	Porque aprendo nuevas cosas.
Para pasar el tiempo	Me encantan las historias que me quitan el aliento.
Me ayuda a escapar de la realidad	Me inspira y crezco personalmente
Me distrae y me da perspectiva de la realidad	Me distrae
Me entretiene y aprendo	Te enseña mucho
Expande mi conocimiento	me entretiene
Porque es parte de mi vida diaria	No me hago el tiempo
Me entretiene	Si es un tema que me gusta, me entretengo leyendo
Porque aprendo	Expande mi vocabulario y me distrae.
Me resulta estimulante	me entretiene
Me entretiene	Te ayuda en diversas áreas
Me gusta expandir mis conocimientos	Entretiene
Incentiva mi imaginación	Es maravilloso la manera en que cómo un libro te transporta, creativamente puedes imaginarte cada escenario o personaje del cual lees

Es interesante no ver una oanataa todo el día	Porque aprendo cosas nuevas
Me gustan las historias	Tus pensamientos los enfocas en otra cosa
Porque conozco de más temas.	Me gusta aprender
Aprendo	Es aburrido
Porque estimula la imaginación, se obtienen conocimientos nuevos	Me permite desconectarme
Por las historias. Encerrarse en la trama.	Es interesante
Me gusta que sea una forma de distraerse diferente, es como un momento de ti para ti porque literal solo estas tu y el libro y nadie más y además conocer nuevas historias e imaginártelo todo en tu cabeza lo vuelve muy internet.	Por que me gusta saber mas cosas, adentrarme en la historia de un libro.
Me puedo transportar a otros mundos y ponerme en los pies de diferentes personajes	què hueva
Falta de motivación	Me duermo
Me relaja	Me quedo dormido
Porque aprendo mucho y desarrollo mi capacidad para leer	Me desconcentro
Me da sueño	Porque los libros están llenos de historias interesantes
Expande mi conocimiento	me gusta aunque no lo hago muy a menudo, es una forma de despejar la mente
Me permite conocer sobre muchos temas en general y poder tener temas de conversación más interesantes con las demás personas :)	Me da mucho sueño
Me suele aburrir y me es muy fácil desconcentrarme por lo que me cuesta seguir leyendo y me es tedioso	Entretiene
Me da hueva	Quema tiempo y aprendes cosas
Me gusta imaginar las historias y sentirme parte de ellas	Es entretenido
Me aburre	Es un buen hábito y excelente para la mente. Además puedes hacer de la lectura algo tuyo e imaginártelo como tú desees
Favorece mi imaginación, me gusta descubrir nuevas perspectivas e historias, favorece a mi salud mental y destrezas lingüísticas	me distraigo rápido
Porque es como ver tele, pero mejor	Me distraigo

A través de la lectura puedo aprender de un gran número de temas y satisfacer mi curiosidad. Además me gustan también los libros que cuentan historias porque es entretenido y uno puede aprender lecciones acerca de las interacciones sociales o cómo enfrentarte a situaciones difíciles	Me ayuda a escapar o enriquecer mi conocimiento
Me da paz y siento que retroalimenta mi imaginación y conocimiento	No tengo el hábito
me permite imaginarme a veces mundos totalmente diferentes	Me distrae de la realidad
Porque amplía mi vocabulario y me entretiene	No tengo el hábito de lectura
Porque alimento mi mente	Se aprende mucho y es un buen hábito.
Porque me permite adquirir mayor conocimiento	Me resulta entretenido.
Me aburro	Despierta la creatividad, mejora el vocabulario y se expande el conocimiento.
Porque me motiva a usar mi imaginación	Porque no me crearon el hábito de lectura
Me parece aburrido	Me aburro
Me aburre	Entretenimiento
Es un viaje sin fin	Adquiero más conocimientos
Porque me ayuda a aprender temas nuevos tanto profesionalmente, religiosamente y me entretiene, aparte es una forma muy buena de crecer en muchos aspectos como persona.	Entretenimiento y aprendizaje.
Me transporta a otro mundo, puedo usar mi imaginación	Me aburre
Es interesante leer sobre vidas y mundos en los que uno no participa en vida propia, pero se obtiene conocimiento a través de este medio.	Mantiene mi mente ocuoda
Soy muy visual	Considero que es la mejor manera de aprender y culturizarse
Es una forma que uso para relajarme, y porque siempre me gusta aprender algo nuevo, en este caso palabras nuevas y datos nuevos	Porque ya es una costumbre
Me transportan a otro lugar. Me gusta conocer otras perspectivas. Es emocionante.	Me distrae y aprendo cosas nuevas
Es una forma de despejarme de lo que siempre me rodea, trabajo, estudios, y porque lo disfruto.	No

Nunca hice hábito, siempre lo vi como una obligación, no se me facilita.	Porque siento que es como ver una película en tu cabeza, donde uno se imagina todo, por lo que es hasta mas interesante.
Me entretiene	Es una manera de conocer lugares y tener experiencias que de otra manera no se podrian tener, es como vivir en otras dimensiones y lugares
Es entretenido	Porque uno a través de la lectura puede ir aprendiendo nuevos conocimientos
Es una distracción	Es una escapatoria y aparte un buen ejercicio mental
Me gusta, es interesante y aprendes	No encuentro libros de mi interés
Me instruye, me hace viajar e imaginar. En un libro se pueden encontrar muchas respuestas a problemas de la actualidad.	No encuentro tiempo para hacerlo
Es una buena forma de escapar de la realidad por un momento, parar un tiempo a solas con uno mismo	Me da flojera
Porque desde pequeña fue algo que me inculcaron y porque se pueden explorar nuevos mundos, escapando un poco de la realidad.	Porque no encuentro el tiempo para hacerlo
No tengo el habito, por lo que a hacerlo me aburro con facilidad	cultura propia
Prefiero algo mas grafico	Me gusta aprender y me relaja
prefiero hacer otras cosas y aveces aprendo más con video	Me ayuda a entretenerme en mis tiempos libres
porque me permite aprender mas y conocer nuevos puntos de vista	es una experiencia que lleva al conocimiento, es gratificante y entretenido
Porque adquiero conocimiento a través de ellos	Entretenimiento
Desde pequeño agarre el habito.	Porque aprendo cosas nuevas
Porque la redacciones son muy detalladas	Para informarme
No encuentro libros o textos que realmente sean de mi interés, además, prefiero pasar tiempo haciendo otras cosas.	No tengo el hábito
Me distrae y aprendo	Me distraigo y aprendo
Porque de esa manera adquiero nuevos conocimientos	Te ayuda a tener un mejor vocabulario
Me distraigo mucho, soy una persona más de ve series	Abre tu imaginación

Me distrae y es interesante	Me calma el alma, me siento en paz y me siento intelectual
Me entretiene y hago algo diferente a comparación de los demás	Es entretenido saber sobre la imaginación de otras personas
Te da más conocimiento	Porque puedo aprender sobre cosas nuevas o simplemente disfrutar de historias
Porque me da más conocimiento	Nunca he tenido el hábito
Me entretiene	Porque de cierta forma te transporta a otro mundo y aprendes muchas cosas
Me aburre	Porque es interesante conocer historia, como piensan muchas personas
Porque es una buena forma de pasar el tiempo además se aprende y mantiene activo el cerebro	Me ayuda a entender diversos temas y por supuesto aprender saber aspectos que no sabía y me ayuda a relajarme
Siento que pierdo mucho el tiempo	Me gusta conocer y saber más cosas- Me gusta también conocer la historia de las personas
Ya que me parece más entretenido	Porque aprendo cosas nuevas, ampliación de conocimiento. Sin embargo me gusta, pero no me encanta
Me distrae y aprendo cosas nuevas	Me aburro rápido
Es entretenido	Me entero de cosas que no sé, me gusta la literatura en general
Porque es un momento a solas y puedes imaginar como sea y lo que sea.	Soy una persona muy visual, entonces me aburre solo ver letras
porque fue la manera en la que me refugié en un momento crítico de mi vida.	Prefiero ver documentales o videos acerca del tema
No tengo hábitos de lectura	Me aburre y me abruma el ver demasiadas palabras y no tener un material visual
Creo que es porque no he encontrado algo que me gusta y si quieres aprender algo veo un video.	Entretiene e informa de algo
Me aburre	No tengo el hábito de leer, me aburre y me distraigo muy fácil
Me aburró y tengo ojo perezoso. Aparte mi imaginación es pobre	Solo lo que me llama la atención, no para estudiar
Se me hace interesante "conocer" otros mundos	ME aburre y no me concentro
Se me hace algo aburrido	Depende mucho del tipo de lectura

porque recibo la información mucho más fácil de manera práctica	Porque me ayuda con muchas cosas y me gusta imaginar y poder alejarme de la realidad
Solo los temas que me interesan	Porque me entretiene y despeja mi mente
Me parece una cosa divertida y fácil	Proque me gusta aprender más, y me gusta la sensación que despierta en mí
No tengo ese buen habito, la mayoría de veces me duermo	Porque me aburre un poco y puedo hacer cosas más productivas con mi tiempo
Proque es una forma de entretenimiento en la que voy a mi ritmo y puedo darle rienda suelta a mi imaginación	Me hace mejorar mi imaginación
De ellos aprendo un poco mas sobre lo que quisiera seguir mas adelante	Personalmente me aburre, solo ciertos temas me gusta leer
Porque me desconcentro luego de leer y tengo que volver a leer lo que ya les	Es una forma en la que me ayuda a crecer en muchos aspectos de mi vida
Me gusta adentrarme a nuevos mundo y conocer de todo, soy muy curiosa	Solamente me gusta leer cosas de mi interés, dígame redes sociales, páginas web, etc.
Porque es una forma de distraerme. Siempre me ha gustado, me relaja.	No tengo el habito, pero sería bueno empezar
Me entretiene, a veces me relaja, me enseña vocabulario y me da nuevas perspectivas	Se aprede un montón de lo que se ve porque la lectura es un tipo de gimnasia cerebral por todos los procedimientos que se llevan al cabo :)
Nunca he tenido el hábito de lectura me aburre y descontento fácil.	Me gusta leer libros de autoayuda ya que me sirve para crecimiento personal
Principalmente audiolibros. Me encanta, porque me transporta a otras realidades y me permite conocer mucho más sobre historia.	Depende de lo que trate de leer, pero no leo mucho
porque me gusta llenarme de historias, otros mundos y maneras distintas de ver algo	Me gusta envolverme en las historias narradas, entendiendo la mente de los personajes
Porque me entretiene y creo que leer es un hábito muy bueno.	Me desespero luego de un rato, cuando son libros. Si son lecturas breves está bien.
Siento que es viajar a través de la mente	Porque es importante mantenerse informados
Porque es mi forma de darle vida a mundos increíbles dentro de mi imaginación	Me gusta leer temas de interes
Es divertido	Porque puedo aprender cosas nuevas Interesante
Porque me entretiene y ayuda a mejorar cosas como mi retencion, lexico, etc	Me gusta

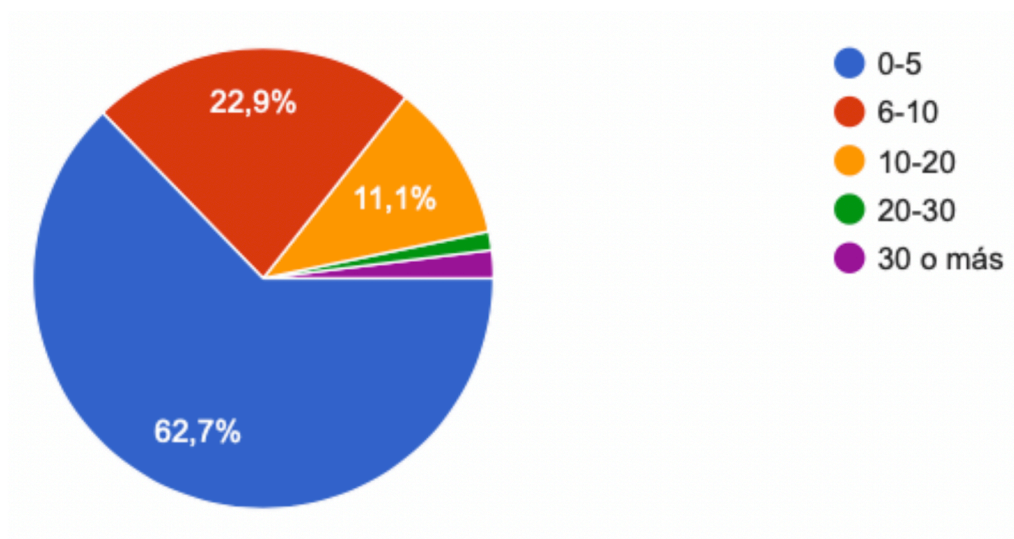
Porque te permite tener una mejor vision y compresion del tu eterno, me informa.	Porque enriquece el vocabulario, incrementa la creatividad, mejora la inteligencia y aumenta el conocimiento en general.
Por que me distrae	No aprendi el habito de la lectura
Interesante	Nada, ni temas que me interesan
Porque me da sueño y no encuentro algo que realmente me guste	Porque hay conocimiento, verdad, y te hace crecer
Es tedioso	Pero no tengo mucho tiempo para ello, me hace falta formar mas el hábito
me gusta leer comics ya que disfruto mucho de historias fantasticas	Porque hay buenas historiasby que son interesantes
Porque me da sueño y no encuentro algo que realmente me guste	Me gusta adentrarme a nuevos mundos y conocer de todo, soy muy cnocer
Me aburre	Me entretiene , a veces me relaja, ke enseña vocabulario y me da nuevasperspectivas
Son mi medio de entretenimiento favorito	Porque es una forma de distraerme. Siempre me ha gustado, me relaja.
No luego libros que me sean interesantes	porque me informa
Siento que es un bien habito y ayuda a mejorar aspectos	Me gusta adentrarme en otros mundos
Me aburro, me da sueño o pierdo la atención muy rápido	Me distraigo rapido o leo sin comprender
Proque expande horizonte, aprendo mas, por recreación, para mejorar mi concentración, etc	porque me distrae
Prefiero las películas	Porque siempre me ha parecido entretenido como uno puede desconectarse del mundo y aprender de forma entretenida algo nuevo.
Aprendo de situaciones reales o ficticias, amplío mi vocabulario y ejercito mi capacidad creativa y mi imaginación	Me hace transportarme a otra realidad y me hace descansar mi mente de preocupaciones y estrés
Porque me da la oportunidad de aprender cosas nuevas	Me gusta distraerme con alguna historia y siento que ayuda mi cultura y lexico.
Me entretiene e informa	Nunca le agarre el gusto, me aburro y da sueño
Me entretiene	Es poder viajar a través del mundo, conocer
Por aprender más sobre el pasado. Me gusta leer novelas para entretenerme	Me aburre

Me da la oportunidad de aprender cosas nuevas, distraerme a mejorar mi léxico	Porque me entretiene
Me ayuda a ampliar mis conocimientos y me transporta a otro mundo. Es como un escape de lo cotidiano.	No tengo tiempo
Me gustaría hacerlo pero me aburre	No tengo tiempo
tengo dislexia y se me es muy difícil	Entretenimiento
Porque me llena de conocimiento	Obtengo más información por medio de la escucha
Porque me ayuda a aprender y a mejorar como persona	Entretiene y uno aprende mucho, transporta a distintos lugares con la imaginación
No me atraen muchos temas de lectura	Porque entretiene
Muchos libros(la mayoría) hablan de fantasías y cosas que no existen, por lo que me aburren	Es una buena manera de entretenerse y te hace crecer como persona.

Fuente: Elaboración propia

En los resultado obtenidos se demuestra que la opinión de la población respecto a la lectura es positiva, a pesar de los estudios realizados previamente en el país, los cuales establecen que tan solo el 1% de la población lee por placer. En cuanto a la justificación de la respuesta, es evidente que los estudiantes conocen los beneficios que la lectura provee, ya que se menciona constantemente la lectura como una manera de informarse, ejercitar el cerebro, mejorar la memoria y la imaginación. Cabe resaltar a que muchos de los encuestados mencionan que la lectura funciona como un escape a la rutina. Por el lado; el 28.4 que no le gusta leer, establecen principalmente que es por falta de concentración y aburrimiento, así como que nunca formaron el hábito. Algo que podemos notar dentro de las respuestas abiertas, es que si bien cuentan con un gusto por la lectura, este no se transmite en su redacción y puntuación, mostrando una carencia en la misma.

Gráfica 2. ¿Cuántos libros lees al año?

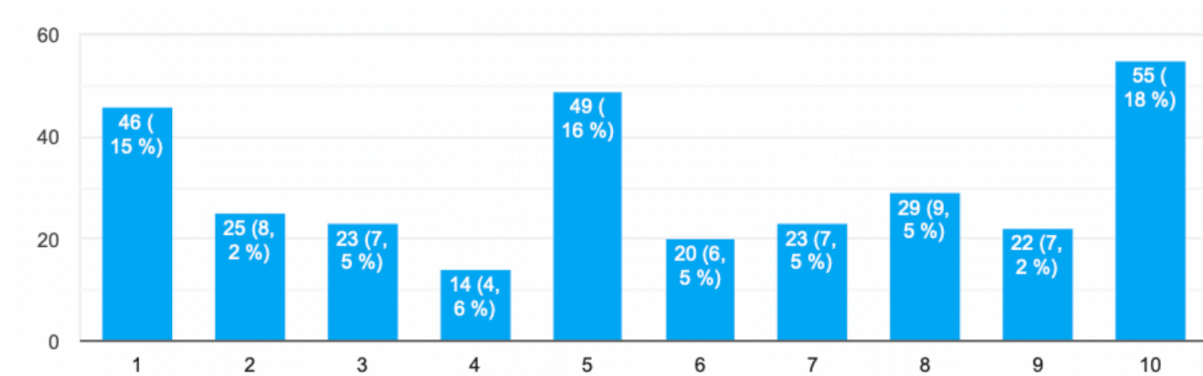


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se puede observar que la mayoría de estudiantes lee máximo 5 libros al año su mayoría, lo que equivale en un promedio de 0.42 libros al mes. Tomando en cuenta los resultados de la pregunta 4, donde se establece que la mayoría prefiere un libro de un rango de páginas entre 100 y 200, tomando de referencia 150 páginas, esto significa que se leen 62.5 páginas al mes por persona, lo que equivale a 2 páginas al día. Esto permite observar que si bien existe un interés en la lectura por parte de la mayoría de los estudiantes, no hay hábitos de lectura establecidos que respondan a este interés que afirman los mismos.

Gráfica 3. ¿Cuántos de esos libros son por interés propio, y no por un trabajo escolar?

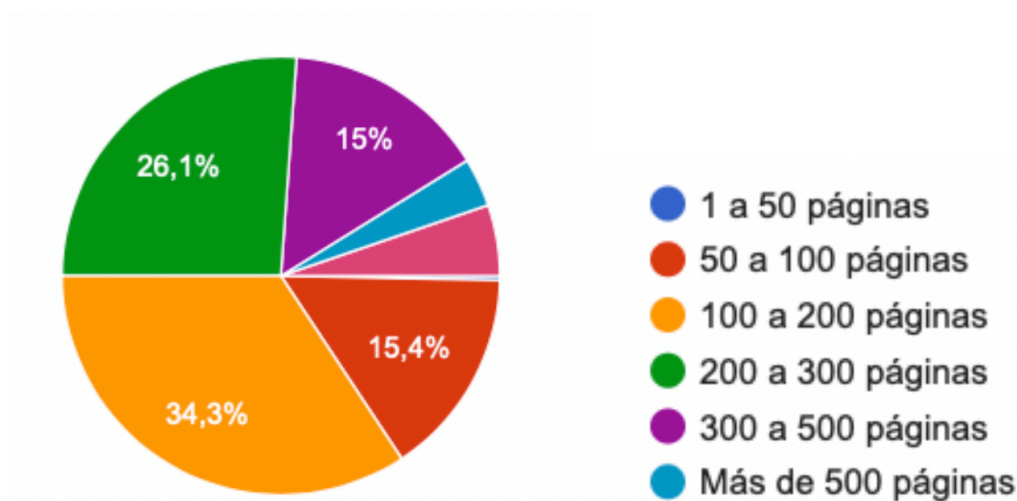
Siendo 1 ninguno y 10 todos.



Fuente: Elaboración propia

De esta gráfica se reflejan resultados mezclados, ya que si bien se muestra una mayoría de libros leídos por placer, los porcentajes de lectura tan solo por cuestiones académicas es de un porcentaje elevado. Esto demuestra que los momentos en los que el individuo suele leer, la mayor parte son por iniciativa propia, lo que implica que si existe una búsqueda por realizar la lectura.

Gráfica 4. ¿Qué extensión de libro prefieres leer?



Fuente: Elaboración propia

Los resultados demuestran que existe una preferencia hacia los libros de extensión media por parte de los estudiantes, ya que 50% oscila entre 100 y 300 páginas, lo que es considerado una novela mediana.

Los árboles mueren de pie, Lagunas mentales,	Los 5 lenguajes del amor
love and friendship, la pureza de las jóvenes	Guerra y paz, el mundo submarino, 1984
El túnel, Ernesto Sábato/ La divina comedia / La Tregua / El Señor Presidente / Creatividad S.A. /	Beautiful chaos, inteligencia emocional
Fableheaven, puros, la cabaña, la maja desnuda, el atlas esmeralda, spiderwick, kafka, mujercitas, molly moon, entre otros	Hunger Games, Narnia, Un Capitán de Quince Años, el niño en la cima de la montaña
Todos los libros de Sarah J. Maas, Yo soy Malala, los de Jane Austen, Milk and Honey de Rupi Kaur, Poemas de Pablo Neruda, y muchos más	Orgullo y prejuicio, come reza ama

El Hombre en busca del sentido, steal like an artists	Harry Potter, el Principito, El Señor Presidente, Guayacán, Los Árboles Mueren de Pie, Los Juegos del Hambre, Sin novedad en el frente, La sociedad de los poetas muertos y muchos más
6	Star Wars
El principito, una canción de hielo y fuego, así habló zaratustra, la vida es sueño, alter ego, corazón de tinta	The hust, the Divergent saga, Percy Jackson, Narnia, etc.
Lobito aprende a ser malo	El niño de la pijama de rayas , Si, si es contigo, Cosas que piensas cuando te muerdes las uñas , etc.
Saga Defy me Saga Harry Potter Saga Hush Hush Saga Matched	Organizaciones exponenciales
Rastro de sangre en la nieve	El esbirro, fahrenheit, el principito, el hombre que fue jueves, el libro del cementerio, las crónicas de narnia, eleanor y park, el diario de ana frank
Todos los de Harry Potter Ready Player One El lugar más bonito del mundo El señor presidente El magnetizador La reina ingrata Amigo se escribe con H Cuando Hitler robó el conejo rosa La iliada La odisea Los árboles mueren de pie Eleanor & Park Mil lugares donde encontrarte	Buyology, Consumerología, The Brand You, El infierno de Gabriel, Brainfluence, Neuro Oratoria, L Change The World, The Los Angeles BB Murder Cases, El Psicoanalista
Caballo de Troya	Don Quijote de La Mancha El diario de Ana frank El Coronel no tiene quien le escriba Rayuela
Veinte mil leguas de viaje submarino, los juegos del hambre, señor presidente, la iliada jejeje	El abogado y la señora Maestro luchador
mil noches sin ti,	Todos los libros de Harry Potter, el club de los corazones solitarios, la chica del

	tren, oscuros, una canción para ti, Eleanor & Park
Padre rico padre pobre, océano azul, el diario de Ana frank, don quijote de la mancha, La vaca	El túnel
El traje del muerto	Niebla, Doña Bárbara, Delirio, Pedro Páramo, El Señor Presidente, Ana Sonríe, El túnel, las sagas de Crepúsculo, Hunger Games, Maze Runner, Delirium
La Odisea	Fahrenheit 451, El Retrato de Dorian Gray, Nada
Don Quijote de la Mancha, el espejo de lida sal, el conde de montecristo, Drácula.	Te paso mi Goodreads haha. En el último mes: Where'd You go Bernadette Nudge Irrational Exuberance What's not yours is not yours
El lobo estepario	Consumerología - Mario Paredes
El lobo estepario, EL hombre en busca de sentido, Anna Karenina	La Noche, Biografías como de La Madre Teresa, Martin Luther King, Ghandi, Coco Channel, El misterioso caso del Dr. Jekyll y mr Hyde, varios de Agatha Christie
El monje que vendió su ferrari, la saga de Harry Potter, Steve Jobs, Los de grey, universidad Disney, varios de voelho, the zodiac legacy, mile morales.	Until Friday night, The fault in our stars
Clásicos, los libros de Dan Brown, Trilogía de Millenium, Harry Potter, El Túnel, etc.	461 grados farengeith Don quijote de la mancha
El lobo estepario, siddhartha, demian, crimen y castigo, las puertas de la percepción, un mundo feliz, cumbres borrascosas, bestiario, el amor en los tiempos del cólera, la divina comedia, Fausto, putas asesinas ... etc	Noticia de un secuestró
Paulo cohelo	Todos los de Nicholas Spark, bodas de sangre, noviazgo cristiano, romeo y julieta, orgullo y prejuicio, la ley y la dama, el hombre light
Anticristo. El jugador. Metamorfosis	Bajo la misma estrella La librería de Michelle Eleanor and Park
El cantar del mio cid,	Bodas de sangre

El político y el científico Los enemigos del comercio La rebelión del Atlas Demonios La vida es sueño	Las del barco de vapor
Percy Jackson Hunger Games	Mi princesa, Oro por ti, María, la Divina comedia, diez Minutos antes de la media noche
Harry Potter, el diario de noa	Padre Rico Padre Pobre, El Libro Negro Del Emprendedor, Pensar Bien Sentirse Bien, Lovemarks.
La sombra del viento, Marina, 100 años de soledad, Quijote etc.	La Cabaña, El Libro de Mormón, Matilda.
Un rencor puro y perfecto, it, leproario, mientras escribo, recopilación de lovecraft, recopilación jane austen...	Palabras envenenadas de Maite Carranza, A través de mi ventana de Ariana Godoy, Las ventajas de ser invisible de Stephen Chbosky, Trece de Rafael Menjívar Ochoa (mi favorito), Every Day de David Levithan, entre otros.
Percy jackson, Harry Potter, se lo que estas pensando, memorias de una geisha	Totalmente on
The fault in our stars El cielo existe Padre rico, padre pobre Joy	Diario de un genio
Harry Potter, corazón inquieto, el despertar de la señorita prim, cartas cruzadas, orgullo y prejuicio, asalto en el cielo, All the light weight cannot see...	¿En mi vida? Podría mencionar más de 100 jaja
La odisea, la ileada, el tunel, los cachorros, momo, los penitentes	La ladrona de libros, Inferno, El castillo, la divina comedia.
El peregrino. El principito.	Roba como un artista, el despertar de la señorita prim, mocking bird
La triste historia de tu cuerpo sobre el mío.	The Shining, Cementerio de Animales, Búsqueda de Dios y el sentido de la vida, el hombre en busca del sentido, el hombre doliente, harry potter, maze runner, carrie
Ideas que pegan	El laberinto de la rosa
Uncle Toms Cabin, the shack y varios de Agatha Christie	La fuerza de seccid, juventud en extasis 1 y 2, las dos caras de Sofía, el cielo si existe

Porque a mi ? , Ana frank , principito, quien se ha llevado mi queso ?	Angeles y demonios, Harry Potter, el nombre del viento
Anna Karenina , 1984, asesinato en oriente express	El zorro Yo antes de ti Leyendas de Guatemala Crepúsculo
Lincoln	Memorias de una geisha, Marianela, el retrato de Dorian Grey, crónicas de un Módena, el niño del pijama de rayas.
El principito, padre rico padre pobre, entre otros.	The end game La revolución femenina Las lanzas coloradas
The book thief El jardín de la mariposas La cabaña Todos los de Crepúsculo Odisea El Señor Presidente El entre nosotras Etc.	Harry Potter saga; The Hobbit; LoTR Saga; El Palestino; La casa de los Espíritus; The Client;
La elegancia el perfume del alma, Crecer, sentir, amar y de Agatha Cristhi	La tregua , rayuela, crónica de una muerte anunciada
Millionaire success habits, future proof your marketing, anna and the french kiss.	THG, correr cor o morir, sígueme, go pro, el poder de la mente subconsciente, libros de la U
The fault in our stars	Subtle art of not giving a fuck, little women, el libro de Sofia, como fracasan los paises, etc
El principito, Helen Keller, Mujercitas, Harry Potter +	Buscando Alaska Cuando se perdió el Amor Cuando se perdió la Cordura Perdona si te llamo Amor La chica del tren El teorema de Katherine Bajo la misma estrella El alquimista
The library of the shadows, El ejército negro...	Saga de HP, Narnia, Aragon, Varios de prosas, Doctor Shivago, Black beauty... Uff bastantes
Devoción de la santicima Virgen María, Tu salvación, San José, Imitación de Cristo, etc	Padre rico padre pobre,

The giver, TFIOS, Otelos, entre otros.	La casa de los espíritus, la ridícula idea de no volver a verte, como agua para chocolate, paula, a murder is announced, murder on the orient express
el misterioso señor brown, el asesinato de Roger Acroyd, la saga de Harry Potter, la saga de correr o morir, la trilogía de juegos del hambre, tenías que ser tú...	Padre rico padre pobre, billie elliot, el principito
Días de tormenta, sanidad interior, paz interior, 21 cualidades de un líder, 23 cosas que no sabías sobre el capitalismo, empresas que perduran, cumbres borrascosas.	El despertar de la señorita Prim
Eragon. Harry potter. Narnia	Bad Feminist de Roxane Gay
De la mano de Dios, Harry Potter, orgullo y prejuicio, Sense and sensibility, Emma, the professor, cuando el mundo gira enamorado, the nectar of pain, ¿Porque temo decir quién soy?, Un camino a auswitch	.
Blink, love your life, despierta etc	The Goldfinch The Reader The Help The Silver Linings Playbook The Perks of Being a Wallflower Penpal Will Grayson, Will Grayson Simon vs the Homosapiens Agenda The Sun is Also a Star Everything, Everything Los 5 libros de Percy Jackson and the Olympians Los 5 libros de Heroes of Olympus Here Lies Daniel Tate The Girl Before Aristotle and Dante Discover the Secrets of the Universe The Hate U Give
Secretos de una mente millonaria, los ojos del perro siberiano, 100 años de soledad, memorias de un abogado, saga de harry potter, en la oscuridad, crónica de una muerte anunciada, saga de 50	Malala, matadero 5, la biografía de Steve Jobs, Katherine Johnson

sombras, nadie quiere jugar conmigo, Dudas de juvenes	
When, el amor en los tiempos de cólera, los seis pilares del autoestima, gatsby, sapiens	Sapiens: a brief history of humankind, the sun and her flowers, challenger deep, six of crows, crush, very good lives
El perdedor	1984, Mas alla del bien y el mal
yo,artista - Anna Karenina - El amor y las mujeres - Antología Poética	Los 7 de Las crónicas de Narnia: - El sobrino del mago - El león, la bruja y el ropero - El príncipe Caspian - El caballo y el muchacho - La travesía del viajero del alba - La silla de plata - La última batalla Las doradas manzanas del sol Fahrenheit 451 Jane Eyre Orgullo y prejuicio El principito Cumbres borrascosas Mujercitas Cartas del diablo a su sobrino La estrategia del océano azul El hombre ilustrado Roba como un artista Hasta el domingo El charco del príncipe Andreas Historia de una escalera El viejo y el mar La magia Matar a un ruiseñor Narraciones extraordinarias
Los Juegos del Hambre, Harry Potter	Ninguno
Saga de Harry Potter Saga de Percy Jackson La ladrona de libros 13 reasons why Dark secrets	Principito
no me acuerdo	La saga de Harry Potter
Uncle toms cabin, the shack, el cielo es real	Alamut Econometría Aplicada

The design of everyday things	Cien años de soledad, chicas del cable, en el mismo cielo, el túnel
El principito	No recuerdo
It, La Torre Oscura, La República, The Disaster Artist	Switch, Moon Chosen, La huesped, wings of fire, small giants, el brujo, the God of small things, hollow city, library of souls, welcome to night Vale, Bone Quill, El don del lobo, Death in Holy orders.
no recuerdo todos pero el ultimo que leí fue eleanor y park	El Principito
El Esbirro, el hombre en busca del sentido, la cabaña, métodos publicitarios, como hacer que te pasen cosas buenas	The lord of the flies, to kill a mockingbird, of mice and men, the giver, the outsiders, beloved
Cómo hacer que te pasen cosas buenas, resistiéndose a la felicidad, mil veces hasta siempre	La cabaña, los 5 lenguajes del amor
Son Tzu los administradores El monje que vendió su Ferrari	No recuerdo
El Principito Salvare a quien pueda Maze Runner	Te daría el Sol, La primera saga de Percy Jackson, Romeo y Julieta, El señor presidente, El callejón de Dolores, El sueño de los justos
El Principito El Diario de Ana Frank	Los de Harry Potter, Percy Jackson, juego de tronos, throne of glass, strange the dreamer
Disney y el arte del servicio al cliente	Jesús de Nazareth - Primera parte de Joseph Ratzinger Faith and Revelation Knowing de Brett - hann
El tiempo entre costuras Perdona si te llamo amor	A beautiful disaster To dos de John Green The Hunger Games Harry Potter toda la Saga Percy Jackson Freak Economics
La vida de Saint Germain, Despreeta, La Paradoja, Guatemala: Linaje y Racismo, Segunda Fundación	Un monstruo viene a verme Violet y Finch El panal de las abejas
7 claves del éxito de Disney, Porque los pensadores positivos obtienen resultados poderosos, Geometría Analítica, La ansiedad, 21 great ways to	El alquimista El vendedor más grande del mundo El caballero de la armadura oxidada Oliver Twist

stop procrastination , La magia de pensar en grande, Our fifty States(USA)	
La ilíada 20000 leguas de viaje en submarino Assassins Creed	- Como explicar a Hitler - PMI - La última oportunidad Principito Semiotics La liada La hija del adelantado
El hombre en busca de la felicidad	El arte del asesinato político El conde de Montecristo Totalmente on El monje que vendió su ferrari
Hábitos de los adolescentes altamente efectivos, Hitler, La Vaca, Señor Presidente 5 obras de teatro, Principito	Buscando a Alaska Steve Jobs Solto no me acuerdo que
Siddhartha	After y Por escribir
La Vaca	El otro Einstein Don Quijote El capital
Siddhartha, Harry Potter, 12 reglas para vivir	¿Porque a mí?, que piensan las personas cuando se muerden las uñas, el principito, orgullo y prejuicio, teh outsiders, speak, etc.
Anna Frank	La cabaña El beso del infierno
La divina comedia	La cabaña, amor redentor, una cita con tu destino, Orgullo y prejuicio y El Caballero y la Paloma
El conde de Montecristo El monje que vendió su ferrari Totalmente On Padre rico, padre pobre	Chicken soup, WW2, El principito, dirty money
La ladrona de libros, el niño con pillama de rayas, las sagas de harry potter	El Principito, El fugitivo, The fault in our stars, Jaws, Sangre de campeón, jane Eyre
Verónica decide morir a orillas del río piedra me senté y lloré	La cabaña, el cielo es real, Bio de Messi
Un amor sin límites El retrato de Dorian Gray Othello	Padre rico, padre pobre, Oceano azul, y Thinking fast and slow

¿Porque temo decirte quien soy? Emma Orgullo yPrejuicio Sense And Sensibility MEtamorfosis El niño en pijama de rayas	Estudio de una tiranía, Pasión por emprender
La ladrona de libros Mujercitas Saga de Crepúsculo	Inferno, Inquisidor, Catedral del mar
1) El viejo y el Han 2) Monzón sobre Bombay 3) El arte de que te importe un carajo	Creatividad, genio y otros mitos técnicas de atención ¡A la carga! ¡Hung ho! Emma tú, tú hijo y la escuela Pedagogía positiva El hombre en busca de sentido La madurez
Steve Jobs, Saga Crepúsculo,	El diario de Anna Frank, 12 reglas para vivir, Amor a 4 estaciones, Mientras te olvido
Cuando el mundo gira enamorado Padre rico, padre pobre El principito Entre otros	Little Women, Mundo azul "Ama tu caos", Sueño de una noche de verano, Mercader de Venecia
Astronomía El arte de la guerra Ciencia Filosofía	It, cementerio de mascotas, túneles de Iso pájaros muertos, narraciones extraordinarias, señor presidente, origen
Walden Pond Rayuela La Nauseá El extranjero Importance of being earnest Breakfast of Champions Concerning the Spiritual Art	Moby Dick, Quién se llevó mi queso, Cuando sopla el viento, así que quieres ser arquitecto
¿Quién se ha llevado mi queso? Hoops of Hope Junie B. Jones Carazamba El canasto del sastre	Amor o dependencia
Juventud extásis, el principito, steve Jobs, etc	La libertad interior 7 habitos de una persona efectiva El tren de kas 4:50

La tregua - Mario Benedetti El la laguna más profunda Trasnoche Entre Batallas y cocinas Totalmente on	""Y asi rompimos" "Los adelantados"
El hombre light, El hombre en busca de sentido, el Principito	Papa Francisco Juan Pablo II
Novela histórica	Los generales de Dios II, El Diario de Anna Frank, los hombres son de marte y las mujeres de venus
solo nosotros 3, Eleonor, la cabaña, bajo la misma estrella	-
El abogado y la señora El proyecto Willianson	-
Big Data, Angel, Eragon	Prision de honor, historia del arte, paradigma
- padre rico padre pobre . el monje que vendió su ferrari - cash flow quadrant - richest man in Babilon	Los juegos del hambre Unwind Harry Potter Los hermanos Grimm
Once minutos a orillas del rio ¿Qué sigue?	La bella y la bestia 1149 dias Amor redentor
Miedo - Osho Percy Jackson El rinoceronte	Anna Karenina, a Song of Ice and Fire, Harry Potter, Hunger Games, Crimen y castigo, Farenheit 451, un mundo feliz
Harry Potter Hunger games Divergente Y las montañas hablaron la ladrona de libros	Kafka en la orilla, el manantial, el poeta, y los lunaticos, to kill a mockingbir, ortodoxia, el anticristo, La hija de Rumi
100 años de soledad	La golondrina t el colibri, anna karenina, Harry Potter, Saga: Los juegos del hambre, Cien años de Soledad,
- El amor en los tiempos de cólera - El ascenso de Kioski - Crónica de una muerte anunciada	Cuando el mundo gira enamorado
El principito Maze Runner	El niño de pijama de rayas Quien se llevo mi queso
los 7 habitos, harry potter	- Ghost girl - Harry Potter - Fallen 1,2 y 3

El hobbit, alex dogboy, harry potter	El psicoanalista
Quijote de la mancha Hermanas corazón de León Puente a Terabythia	Cien años de soledad, amor rendetor, percy jackson, Persuasion, Pride and prejudice, etc.
saga de finding love saga de hush hush niño de pijama de rayas trilogía de imperfectos	Memorias de una geisha, Harry Potter, El hobbit
Prohibido suicidarse en primavera, Alex dog boy	Asesinato en el Orient Express, Crimen y Castigo, Metamorfosis, Muerte en el Nilo, Sherlock Holmes
- Moby Dick - Biblia	"Se lo que estas pensando" "Quien se ha rodado mi queso" "La Biblioteca de Auschwitz"
El principito, Dorian gray.	Ester, cuando nadie te entiende, el principito, como caen los poderosos
El precio a pagar, percy jackson(todos), Los juegos del Hambre, la Biblia. el Viejo y el mar, Iván Denisovich, hoyendas	Scarlett letter, Pride and prejudice, The summer I turned pretty
It 13 reasons why	- El hombre en busca de sentido - Wando el mundo enamorado - El Naufrago
--> 1984, George orwell --> Novecento, Alessandro Barrico --> El murmullo de las abejas, Sofía Segovia --> A sangre fría, Truman Capote	El hombre en búsqueda de sentido
Cómo llegar a ser feliz El hombre en busca de sentidos El hombre Light	El principito
Influencia, el inversor inteligente, historia de la filosofía occidental, cien años de soledad	- Viaje al centro del hombre - Caballero de la armadura oxidada - 7 habits
Niño del pijama de rayas Donde te escondes	EL hombre de la armadura oxidada La Divina Comedia
20 Boy Summer La otra Bolena Libros de Cocina	Harry Potter Los Juegos del Hambre (Trilogía) El sutil arte de que te importe un carajo La divina comedia

- A time ti kill - The RAven - Gerald's Game	Paloma, El mundo de sofía, La quinta montaña, viaje al centro del Hombre
el murmullo de las abejas, Novecento, tiempos recios, Maus, El despertar de la señorita Prim, Harry Potter	Elenar & park, El peregrino
Padre rico padre pobre Piense y hagase rico El murmullo de las abejas Narnia It El señor de los anillos	- Cuentos de amor locura y muerte . La Radio Veheeremos
- Lost hero - game of thrones - murmullo de las abejas - Frankenstein - la luz que no puedes ver - la cronica de una muerte anunciada	La ladrona de libros, las chicas van por donde quieren
Cuando el mundo gira enamorado, la vida de alerta, Orgullo y prejuicio, Las chicas de Alambre, mi novio detrás de la Web, etc.	- Malala - The giver - libros de niños
90 Minutos en el cielo Orgullo y Prejuicio Cuando el mundo gira enamorado Ana KAreina	me before you El esbirno
Sangre de Campeon	Stots with why Narnia
el amante japonés carazamba La granja de los animales Ser felices sin ser perfectos	El caballero de la armadura oxidada Estamos ciegos
martes con mi viejo profesor, el caballero de la armadura oxidada El secreto	¿Quién se llevo mi queso? La vaca
The gatsby, Animal farm	Migrarte La ley del boxeador El monje que vendió su ferrari
La carta esférica, ensayo breve sobre la ceguera, crimen y castigo	Naomi, Cien años de soledad, el amor en los tiempos de cólera, La ciudad y los perros, El largo invierno, El tuerto es rey, 1984

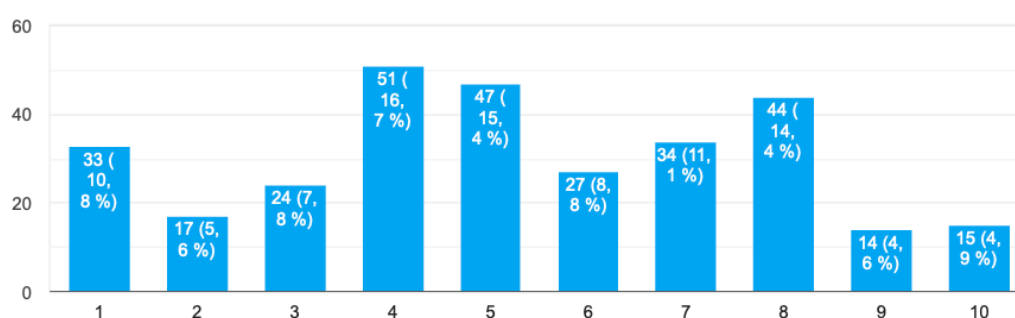
La biblia, Fosiles que hablan	The subtle art of not giving a fuck Harry Potter
Cuentos latinoamericanos, Negrura, Note to self	La vaca, felicidad profesional, Saga de Harry Potter
Dracula, Pedro Páramo, Percy Jackson, Mistborn	Daniela, Fish, EL dia que se me perdió la cordura, Estrategias publicitarias de Nike
- El hombre mas h El hombre mas creio de babilonia, el zodiaco El secreto del doctor Givert	El proceso rara, la guerra y la paz, el señor de las moscas, el retrato de Dorian Gray, El señor de los anillos, El viejo, el mar
El cabro del Rey, La espada del Lombricero	Un día en la vida de Ivan Denisovich La colisea La Metamorfosis El señor de las moscas
Eleanor & Park, la odisea por el espacio inexistente, Sense & Sensibility, Mujercitas, Landline, ladrona de libros	August, The cooked Kingdom series, the magician series, replica, Pride & Prejudice, El océano al final del camino, The knife, etc.
The Goldfinch	Marketing Mix Señor de las moscas Guerra fría (Líderes) La odisea
Diario de Ana Frank Hunger Games Guerra de los Cielos	- La cabaña - El gladiador
Las 21 cualidades de un lider de Jonh Maxwell	Anna Karenina, A song of ice and Fire, Harry Potter, Hunger Games
The storm	La golondrina y el colibri, Anna Karenina, Harry Potter, Saga: Los juegos del Hambre, Cien años de Soledad, To al the boys i've loved before, Pride and Prejudice, Sense and Sensibility, El diario de Ana Frank, Los miserables
Percy Jackson y Marlin	Kafka en la orilla, el manantial, el poeta y los lunáticos, to kill a mockingbid, ortodoxis, el anticristo, La hija de Rumi
The shack, uncle toms cabin, el cielo es real	- El principito - 5 lenguajes del amor
El principito	Romana de los Tres Reinos, el Señor de los Anillos, Eragon, Adestrarse, Porvonger

Divina comedia, Pirata garrapata, La Vaca, La cabaña, 7 habitos de la gente altamente efectivo, El rinoceronte, y mas	My grandmother asked me to tell you shes sorry A series of unfortunate events
The shack, uncle toms cabin, el cielo es real	Harry Potter El hombre en busca de sentido El principito
Narnia	dos muñecas vestidas de azul / la cabaña /

Fuente: Elaboración propia

Se hace notorio en los resultados expuestos que se tiende a buscar novelas de ficción y juveniles por parte de los entrevistados, así como lecturas de mejoramiento y desarrollo personal. Se observa que mayoría de estos libros son de formato simple y ser una lectura fluida y poco complicada, por lo que las personas tienden a preferirlos.

Gráfica 5. En escala del 1 a 10, siendo 1 el mínimo y 10 el máximo ¿Qué tanto te cuesta concentrarte al leer un libro?

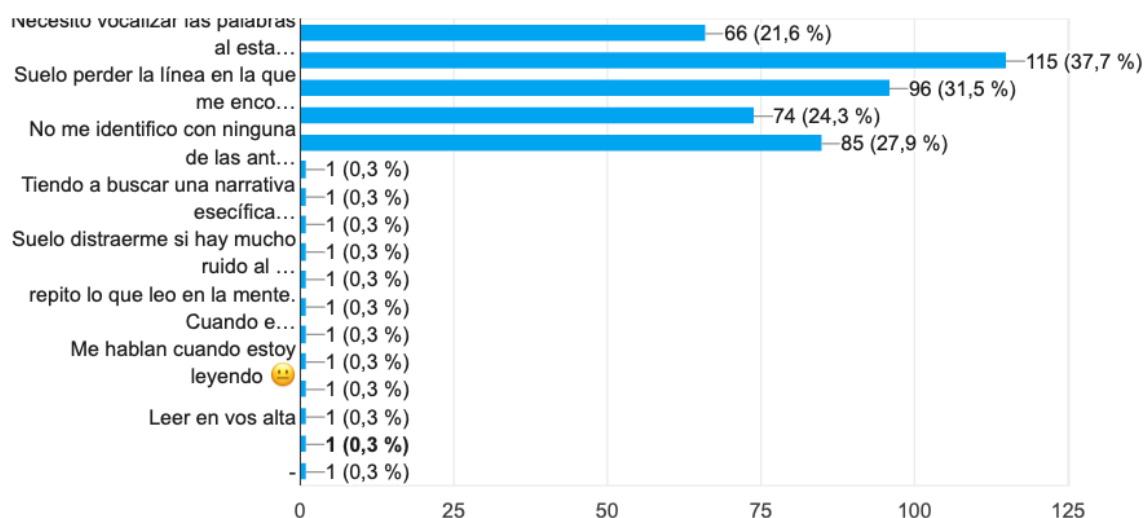


Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra claramente que la mayor parte de los estudiantes suelen tener cierto grado de dificultad para poder concentrarse a la hora de leer un libro, aspect el cual responde al hecho de que la lectura es un acto que se considera “innatural” del

hombre, al ser una actividad que se enfoca durante un solo estímulo durante tiempo prolongado.

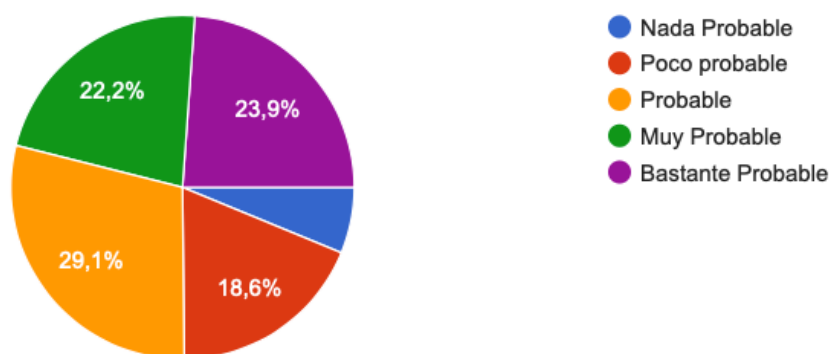
Gráfica 6. Marca con una X las características con las que te identifiques al leer:



Fuente: Elaboración propia

Entre las dificultades que más suelen encontrar los estudiante está la necesidad de leer múltiples veces una línea para comprenderla. Este problema, como es establecido en el marco teórico, se da debido a la poca retención de frases y conceptos, lo que suele pasar cuando no se ejercita de manera constante el proceso de lectura.

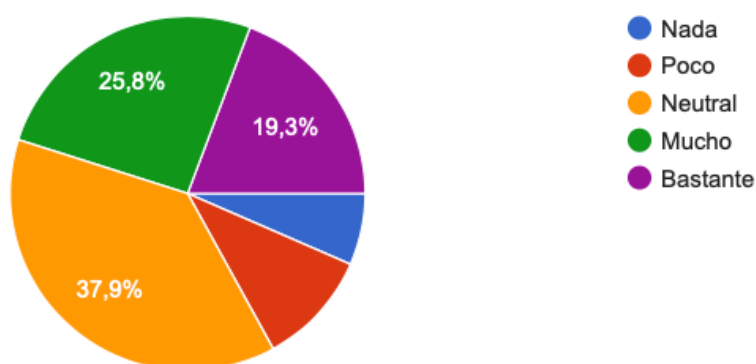
Gráfica 7. ¿Qué tan probable es el que decidas leer por recreación?



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que los estudiantes si tienen una tendencia a leer por recreación, lo que responde a nuestro primer resultado, en el que claman disfrutar de la lectura. De esto podemos inferir que si están conscientes de lo beneficioso de la lectura y que la consideran entre sus actividades a realizar, a pesar de leer una cantidad pequeña de libros durante el año.

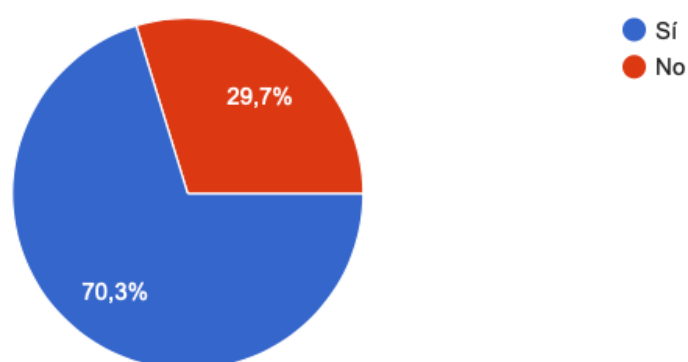
Gráfica 8. ¿Qué tan inclinado te encuentras a fomentar tu hábito de lectura?



Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de los estudiantes se mostró neutral o renuente a mejorar sus hábitos de lectura. Este dato, en conjunto con los resultados de la segunda pregunta, nos permiten observar un panorama donde, si bien hay un gusto por la lectura y se ve de manera positiva, no hay una interacción o búsqueda por implementar hábitos de la misma en la vida del estudiante.

Gráfica 09. ¿En tu círculo cercano hay alguien que profese un hábito de lectura?



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la mayor parte de los encuestados se encuentran en contacto con personas que profesan un hábito de lectura, esto nos demuestra que nos encontramos con una población con mayor educación y conciencia que la media nacional.

4.2 Resultados del Instrumento No. 2

Se entrevistó a dos docentes como parte del proceso de investigación: Sandra Chicas, maestra de educación pública, y Carlos Chun, maestro de educación privada.

1. ¿Cuáles considera que son las causas principales de el bajo desempeño de los estudiantes en actividades de lectura?

Sandra Chicas: “Yo creo que primero no tienen un hábito de lectura, al no existir esto, no pueden interpretar ni analizar los textos. Los padres de familia tampoco muestran ningún involucramiento en desarrollar los hábitos de lectura de sus hijos, de igual manera que en el público. Los padres suelen tener un nivel de educación de muy bajo, por lo que no promueven el desarrollo dentro de casa, menos a nivel escolar. No se conoce la importancia de los mismo, y no tienen la capacidad para desarrollar las habilidades de sus hijos. De parte del ministerio de educación les han hecho pruebas y muy pocas personas captan lo que están enfocando en la lectura. No se ha desarrollado el amor a la lectura, ni el entender lo que se lee. Tampoco hay ejercicio constante ni una prácticas de lectura diaria en los estudiantes. Sin embargo, de parte del MINEDUC tienden a llenar de contenido a los estudiantes, por lo que para cumplir los estándares, debes reducir tiempos de lectura, con el fin de cumplir con lo que se ha programado. Como maestra he propuesto diferentes actividades, por ejemplo asignaciones de lectura, rincón de libros e intercambio, considero que la lectura debería también buscarse a ti como alumno.”

Carlos Chun: “Yo creo que va a sonar algo extraño, pero considero que es principalmente que las personas no están capacitadas. Por ejemplo, la mayoría de colegios no cumplen con las características que deberían tener los maestros. He sabido de casos en los que las personas que enseñan por ejemplo literatura, no leen, entonces como voy a transmitir algo si realmente no lo cumplo. Realmente no hay docentes capacitados para enseñar a leer. Los alumnos muchas veces no sienten la necesidad o el deseo debido a que no cuentan con esa guía. Considero que realmente es algo cultural, ya que en muchas instituciones quienes enseñan son personas que no han leído ni tres o cuatro líos. Como maestro es importante ir delante de los alumnos para poder guiarlos. Si no contamos con docentes preparados, no podemos contar con alumnos preparados.”

Análisis de la pregunta: En esta respuesta se evidencia que uno de los principales problemas para adquirir hábitos de lectura y buena comprensión lectora se basa en dos pilares principales: la falta de apoyo al proceso escolar de parte de los padres de familia, ya que muchas veces tienden a dejar de lado que lo aprendido en la escuela se debe reforzar en casa; y la poca preparación de los docentes para promover buenos hábitos de lectura.

2. ¿Cuál considera que es el mayor impacto que tiene en el desarrollo de la persona el contar con buena formación lectora?

Sandra Chicas: “La falta de lectura no permite el análisis, por lo que mis alumnas todos los proyectos los hacen por memoria, no tienden a desarrollar lo analítico, tan solo

completan los proyectos. En positivo, quienes disfrutan de leer, tienen mejor percepción de lo académico y el entorno en el que viven, tienden a ser más maduras y desarrollan muchas habilidades en ellas, por ejemplo está el caso de una alumna que no contaba con televisión sino que contaba con libros en sus hogar, por lo que ya traía el amor a la lectura, ella captaba más rápidamente los conceptos y no necesitaba tanto repaso de las lecciones, y se le facilita la captación de conocimientos. Necesita menos repaso y más la ejecución. La gente que lee tiene mayor facilidad de retención de información. Por otro lado la redacción de alumnos que leen cuentan con más vocabulario y elementos de juicio para crear, tienden a conectar ideas e invenciones mejores, por lo que fomenta la creatividad e imaginación."

Carlos Chun: "Muchos alumnos me han comentado que una vez salen del colegio no salen redactar, no salen tildar, no saben expresarse en clase, etc. Por lo tanto, si no logramos inculcar a los alumnos una buena formación, estamos limitando su capacidad de desarrollo. Como usted menciona en las pruebas del ministerio, realmente se limita mucho a las personas profesionalmente. Me han comentado que en algunas empresas les solicitan a posibles aplicantes sus resultados, para empezar desde allí a seleccionar posibles candidatos para puestos. El año pasado me mencionaron dos casos en los que pasó esto. Gracias a Dios la institución en la que yo trabajo hemos logrado obtener resultado arriba del 90% en los últimos años. Y siempre ha sido una lucha porque hay muchos que se reniegan a cumplir el propósito de leer, es un proceso largo pero satisfactorio. "

Análisis de la pregunta: Se hace evidente en esta respuesta que los docentes ven reflejadas mayores habilidades mentales en los alumnos con un índice de lectura más alto, además de sobresalir en su desempeño, si no también en su desarrollo personal.

3. ¿Cuál es su perspectiva respecto a la formación lectora a nivel país?

Sandra Chicas: “No le importa a la población, es muy poca la gente que realmente busca leer. Buscan que lo lea otra persona y lo interprete antes de intentar leerlo ellos. Es muy difícil encontrar a alguien leyendo en el el país. Por un lado nuestro nivel educativo es muy bajo, por lo que el analfabetismo es otro factor que afecta. Las personas también se sienten temerosas de ser engañadas, al no sentirse capaces de analizar la información que le dan, tienen miedo de ser timados. Las ideas no tienden a fluir y generar elementos de juicio. Aún se le da más posibilidades a los hombres de estudiar y mujeres, por lo que también solemos ver un desbalance en ese sentido.”

Carlos Chun: “Considero que es muy escasa y deficiente, yo diría que si pasamos como lectores como el 10% de la población es mucho pedir. Yo hablandole de quinto bachillerato, de las 70 personas a quiénes yo le doy clases, hay unas cuatro o cinco personas que leen algo constantemente, mientras que los demás solo lo obligatorio. Muchos maestros me cuentan que sus alumnos no leen, eso tiende a ser la premisa. Un lector es poco y también hay que agregar que la mayoría de gente que lee, lee cosas muy

comerciales. El problema que pasa con esos libros es que son muy ligeros, pero no hay ningún problema ni cuestionamiento de parte de ellos, por lo que no favorece el pensamiento crítico. Estos libros son buenos para los niveles iniciales de pisa, pero no para análisis crítico.”

Análisis de la pregunta: En base a esta respuesta podemos notar que existe discriminación en cuanto educación en Guatemala, además que la falta de lectura se debe también a los niveles bajos d escolaridad que existen en el país.

4. Basado en ello, ¿Cuáles considera son los principales pilares que se deben fortalecer dentro de la formación lectora?

Sandra Chicas: “Creo que primero sentarse en la realidad, depende de la realidad donde se encuentren deben de crearse los programas. Para iniciar, es necesario crear bibliotecas adecuadas a las edades de los estudiantes. También establecer horarios de lectura donde se desarrolle la lectura no como requisito, si no buscar opciones que promuevan la búsqueda individual de lectura. Por otro lado, realizar ejercicios con diferentes recursos, periódicos, libros, revistas , que vivan la historia que están leyendo. En las escuelas públicas, nosotros lo que hemos hecho es después del recreo se genera un cuentacuentos semanalmente, por lo que se escuchaba el cuento y se representan en. Este año no se ha hecho debido a que una maestra pidió material que se le complicaba a los padres proveer, perdiendo la esencia del espacio. Los niños elegían su cuento y se notaba el entusiasmo de los niños. Les encantaba.

También es importante que la cabeza del lugar tenga entusiasmo, ya que se debe contar con un personal al que disfrute de la lectura, muchas veces de los maestros no están en foco de la lectura, existen talleres de parte del gobierno, pero se dan durante horarios laborales.”

Carlos Chun: “Creo que sería a nivel educativo contar con buenos docentes. Muchas personas dan clases y no son especialistas, a través de los años se ha dejado la especialización por un lado. Por otro lado creo que como docentes debe de existir una apreciación lectora para inspirar a los alumnos a leer. Considero que el docente es una pieza vital para poder mejorar esto. Yo personalmente considero que no es relevante el entorno familiar en cuanto al desarrollo de la lectura. Por ejemplo en mi caso mis padres no cuentan con instrucción, sin embargo el gusto se puede adquirir por uno mismo o por medio de inspiración docente. La mayor parte de los alumnos que he tenido que disfrutaban de leer, pocos cuentan con influencia de ello en sus casas.”

Análisis de la pregunta: En esta respuesta se ilustra la falta de capacitación docente y la necesidad de desarrollar nuevos programas para promover la lectura dentro de las escuelas, que sean orientados a actividades más dinámicas y de interacción con los alumnos, con el fin de generar el interés en la lectura de maneras inortodoxas.”

5. De las iniciativas que se han desarrollado en el país, tanto públicas como privadas, para mejorar los hábitos de la lectura de los guatemaltecos, ¿Cuáles considera que son las más efectivas hasta la fecha? Y en específico, ¿Qué esfuerzos considera que han sido los más efectivos por parte de las instituciones gubernamentales respecto a la lectura?

Sandra Chicas: “De las que puedo recordar, puedo mencionar que nos han dado libros, de la época de Portillo, imagínate desde cuando, Desde entonces no se ha vuelto a dar libros, u otro material en las escuelas. De parte de la Municipalidad lleva carros lectura, pero tampoco estaban tan preparados. Hay un programa que llega a contar cuentos a las niñas. Estos te puedo decir que han sido efectivos pero ninguno permanente.”

Carlos Chun: “Yo creo que el Ministerio ha tenido la intención, por ejemplo yo sigo sus redes y publican material, pero creo que volvemos al docente. Sin embargo, a nivel económico y social, es un problema, ya que muchas personas no logran accederlos. Prensa Libre también ha contado con iniciativas de lectura, pero es importante que recordemos que no podemos pedir un buen desarrollo lector si no hay un buen desarrollo de salud y nutrición. Creo que se han hecho los esfuerzos pero los que más recaen en reforzar son las instituciones privadas, ya que deben proveer resultados a los padres. Se deberían cubrir primero otras necesidades para poder cubrir las de educación y lectura.”

Análisis de la pregunta: En esta respuesta podemos notar que los programas gubernamentales que se han realizado no han tenido un impacto real en los estudiantes, debido a que suelen ser realizados con poco capital y ser muy esporádicos cuando se realizan, ya que son por cortos lapsos de tiempo.

6. En base a su conocimiento y experiencia, ¿A donde considera que va orientada la formación lectora en el país ?¿Considera que se generan mejoras en el corto plazo?

Sandra Chicas: “Depende del muchos factores, como del cambio de gobierno, ya que hay nuevas directrices y lo que dan por sentado en esas es lo que se realiza en las escuelas. Por lo mismo, considero que no hay una dirección clara”

Carlos Chun: “Creo que las pruebas que realiza el Ministerio ha ayudado un poco, sobretodo a nivel privado, ya que genera resultados y sirve también como publicidad para la institución. Realmente no tengo una visión muy positiva ya que mencionan que subió el porcentaje de las pruebas en 0. algo en comparación del 2018 al 2019. Considero que el aumento va a ser muy poco sobretodo cuando sabemos que la mayoría de estudiantes están fuera del departamento de Guatemala. Aquí en el departamento hay posibilidad de mejora, pero de aquí a cinco años creo que realmente no habrá mucho crecimiento. Tuve una experiencia en la universidad dando clases a profesores y me quedó sorprendido porque los pongo a analizar relatos cortos y no logran entenderlos.

Es un poco decepcionante, porque uno puede observar la realidad de que la lectura es casi nula. ”

Análisis de la pregunta: En este caso podemos notar que a nivel interno de las instituciones educativas públicas, no se considera que realmente se vaya a ver un progreso en el tema de lectura en un futuro cercano, ya que el cambio de autoridades tiende a afectar los programas, además de que existe poco crecimiento en esta área.

4.3 Resultado del Instrumento No.3

Entrevista a Gabriela de Burbano: Coordinadora Nacional de la Gran Campaña por la Educación.

1. ¿Cuáles considera que son las causas principales de el bajo desempeño de los estudiantes en actividades de lectura? Y en consecuencia, ¿Cuáles considera son los mayores retos para promover la mejor comprensión y apreciación lectora en los estudiantes?

Gabriela de Burbano : “Nosotros como la Gran Campaña no tenemos una tarea de investigación como tal, a pesar de que esta es parte de nuestro eje, porque no contamos con equipo técnico, por lo que la investigación la realizamos por medio de los aliados de la gran campaña, por ejemplo, las universidades. Los materiales que producimos son realizados por expertos en las universidades e instituciones de la gran campaña, y por

parte de nosotros en el área de educación. También contamos con una estrategia de comunicación con DIGEDUCA, que es la Dirección General que evalúa a los graduandos, para transmitir mensajes que permitan que padres, alumnos, autoridades y jóvenes en general tengan acceso a material de apoyo que les permita prepararse mejor y suban las estadísticas en las pruebas de lectura. Nos enfocamos principalmente en informar, formar, dar a conocer, gestionar, comunicar, a través de diferentes herramientas. Actualmente nos encontramos realizando una campaña en redes, principalmente en Twitter, en la cual las personas pueden ver los resultados y a través de ello las personas puedan ingresar a un link y acceder a material dentro de la página del Ministerio de Educación.”

Análisis de la pregunta: Los expertos establecen que el aspecto más importante es generar acceso al material de apoyo y de reforzamiento de lectura que ofrecen distintas instituciones. Este acceso es para todo el círculo influyente del estudiante: Educadores, padres, instituciones y otros estudiantes.

2. Profundizando un poco más en el programa de lectura de su organización, ¿Podría darme una descripción de cuáles son los pilares del programa de lectura, y cuál es su principal fortaleza?

Gabriela de Burbano : “Es una iniciativa que nace de la firma de una carta de entendimiento que se firmó en el 2016, de parte de MINEDUC, ANAM, Asociación de empresarios, Funcafé, y La Gran Campaña. Se trabajan 7 puntos específicos, entre los

cuales se encuentra el de Los Municipios Amigos de la lectura, en conjunto con el monitoreo de 180 días de clases y entrega de programas de apoyo. Se trabaja un proceso de certificación, donde las personas recopilan a nivel municipal todas las acciones que han hecho, forman un comité, que está conformado por personas de la comunidad, maestros jubilados y asociaciones u ongs locales, y se hace un plan de trabajo que tiene el avalo del alcalde, el cual se llama Plan Municipal de Lectura. Una vez nos viene el expediente, debe de llevar una carta adjunta, donde el alcalde se compromete a apoyar las acciones dentro y fuera de las escuelas, para ser un municipio certificado. Esta certificación se da por dos años, y se pide a los municipios que monitoreen en todo momento las acciones que están realizando.”

Análisis de la pregunta: Este tipo de iniciativas permiten el que las entidades gubernamentales formen parte de la que se hace cargo el Minsiterio de Educación. De esta manera se generan iniciativas desde el gobierno local, que permiten el acercamiento de material de lectura, tan necesitado en las escuelas según nuestra experta del Instrumento No.1; asimismo, al ser acciones realizadas por miembros de la comunidad, permite un mayor control de estas acciones, así como retroalimentación de las mismas.

3. En su página podemos observar que han implementado su programa de lectura en múltiples municipios de la República, ¿En promedio, cada cuanto implementan el programa en una nueva ubicación?

Gabriela de Burbano : “Cada año es lanzada la convocatoria, en dos años que tiene el programa llevamos 15 municipios. El proceso ha sido lento debido a falta de recursos, mas que nada por comunicación del Ministerio con nosotros, sin embargo utilizamos las redes sociales para entrar en contacto con instituciones y darlo a conocer. Este año fue algo más complejo debido al cambio de autoridades, que finaliza el período de muchos alcaldes, por lo que deciden no involucrarse. Aunque hemos recibido mucho interés de los alcaldes que vienen.”

Análisis de la pregunta: Podemos ver que el cambio de autoridades, también mencionado por nuestro expert número 1, suele tener ingerencia en los programas que son creados, mantenidos o cerrados, pero que cada vez más autoridades muestran interés en generar programas de lectura en sus municipios.

4. Basado en ello, ¿Cuáles considera son los principales pilares que se deben fortalecer dentro de la formación lectora?

Gabriela de Burbano: “Considero que principalmente el acercar a las personas a los materiales disponibles por medio de la tecnología. He visto en general que las personas son muy hábiles para manejar redes sociales, pero no para buscar información. La información existe, pero la gente no la conoce. Por ejemplo, uno entra a la página del Ministerio y se pierde, por lo que las personas no saben como encontrar la información y material de apoyo dentro de la misma. Yo creo que lo que hace falta es que hay tanta información, pero tan mal presentada a las personas, poco mediada y poco entendible,

que agobie. Lo necesario es la mediación de la educación. Utilizar la tecnología enfocada en educación. Por ejemplo un joven, que no lea, y le das un libro, por ejemplo la Metamorfosis. El primer impulso es googlearlo o buscar el resumen. Debemos buscar algo que sea atractivo para el grupo objetivo. Por ejemplo, se me ocurre no sé, una app, para informar. ”

Análisis de la pregunta: El experto hace una relación directa de la necesidad de desarrollo de plataformas digitales para que las personas puedan acceder a la información. Establece que las plataformas actuales son deficientes y que con el desarrollo tecnológico actual, debería de aprovecharse la interconectividad para acerca a la información a los estudiantes.

5. De las iniciativas que se han desarrollado en el país, tanto públicas como privadas, para mejorar los hábitos de la lectura de los guatemaltecos, ¿Cuáles considera que son las más efectivas hasta la fecha? Y en específico, ¿Qué esfuerzos considera que han sido los más efectivos por parte de las instituciones gubernamentales respecto a la lectura?

Gabriela de Burbano: “Hay algunas acciones, como por ejemplo Maestro 100 puntos, de la cual nosotros también participamos, la formación de parte de las universidades. Hay una red de lecto-escritura que tiene la Univesidad del Valle, es una red regional que promueve la investigación. También existen esfuerzos que realiza el Ministerio, como por ejemplo la estrategia de comunicación, o la creación del Consejo Nacional de Lectura.

También las editoriales suelen realizar diferentes acciones, los cuales suelen ser enfocadas en el apoyo en este tema. Todo el tema de lectura está vinculado con DIGECAE, que es la Dirección General de Calidad Educativa, quienes tienen enlaces de lectura en todos los departamentos. En algunas ocasiones hemos logrado contactar esos enlaces en los municipios, pero lo que suele fallar es la comunicación.”

Análisis de la pregunta: El experto menciona que los programas más exitosos son a nivel de investigación, sin embargo, a la hora de crear programas de lectura, no suelen ser efectivos por problemas de comunicación entre las autoridades.

6. En base a su conocimiento y experiencia, ¿A donde considera que va orientada la formación lectora en el país ?¿Considera que se generan mejoras en el corto plazo?

Gabriela de Burbano: “Hay que darle tiempo a una transición, pero de parte las autoridades, considero que han estado aunentes, al menos con nosotros. Muestran interes en continuar con los programas, y considero que no solo debe ser por parte del Ministerio, si no también de los hogares. Las personas deben asumir responsabilidad en promover la lectura, en que los niños lean, darles más oportunidades de aprender, no solo por medio de la tecnología. Esta comprobado que la tecnología por sí misma no educa. En base a ello realizamos nuestra estrategia con el Mineduc.”

Análisis de la pregunta: Al igual que los expertos del instrumento No.1, se hace énfasis en la necesidad de involucrar a los hogares en el proceso formativo de lectura de los estudiantes.

4.4 Conclusiones

Basado en todo lo anterior, se llegaron a las siguientes conclusiones:

Los principales factores que afectan el desempeño de los estudiantes en el campo de la lectura, son, primeramente, el poco ejercicio que se le da a la misma en los hogares, ya que no se suele tener el apoyo de los padres a la educación lectora de sus hijos. Por otro lado podemos observar que si bien ha incrementado el desarrollo de programas de lectura dentro del país, los esfuerzos que se han hecho hasta ahora no generan los resultados esperados, debido a la corta duración de los programas, o la falta de presupuesto.

Por otro lado, se resalta que la falta de conocimiento de los recursos disponibles, debido al acceso poco amigable a la información, afecta el desarrollo de la comprensión lectora por parte de los estudiantes.

En cuanto a la postura de los jóvenes respecto a la lectura, se concluye que se tiene en mayoría una inclinación a la lectura y el deseo de convertirlas en un hábito, así como conocimiento de los beneficios de esta. Sin embargo, no se suele ejercer esta constantemente, por lo que los niveles de comprensión lectora se ven afectados, ya que

los estudiantes suelen encontrar dificultades a la hora de leer, siendo la más común el perder la línea de lo leído.

Por otro lado, se identifica mayor tendencia a lecturas de fantasía y autoayuda de parte de los jóvenes, en extensión media de 100 a 200 páginas.

Los educadores suelen identificar ventajas visibles en el desarrollo académico y personal de los estudiantes al tener buenos hábitos de lectura, así como también los aspectos negativos de la falta de estos, entre los que se incluyen poco desarrollo del pensamiento crítico, temor a la información falsa, y menores oportunidades de superación personal.

Se concluye que, entre las principales causas de poca comprensión lectora de los estudiantes, se encuentran el poco acceso a la información, la falta de cultura lectora en el país, los pocos recursos disponibles para generar programas de lectura duraderos por parte de las instituciones, así como el poco conocimiento del problema. Entre las principales consecuencias podemos encontrar abandono de los estudios, incapacidad para comprender la información y menores capacidades mentales.

4.5 Recomendaciones

Basado en las respuestas de los expertos consultados, quienes realizaron hincapié en la falta de recursos para realizar y promocionar la enseñanza y la lectura, se recomienda la creación de plataformas más accesibles para la población en general junto con entidades, con el fin de que la información disponible llega a educadores, estudiantes, entidades y escuelas.

Por otro lado, basado en la falta de consistencia en los programas que se realizan en las escuelas por diferentes factores, políticos y económicos, se recomienda la creación de programas de lectura a largo plazo, en los que se tenga acceso al material dentro de las escuelas y sean reforzada la comprensión lectora de los estudiantes, estos no siendo interrumpidos con el cambio de autoridades.

Finalmente, debido a que el ejercicio constante es vital para la retentiva y creación del hábito de lectura, y está muchas veces se relega a los docentes, se recomienda la generación de programas en conjunto con los padres, con el fin de generar espacios de formación lectora en casa, para reforzar lo aprendido en las escuelas.

5. Estrategia de comunicación

5.1 Planteamiento del problema desde el diseño

Basado en la información recolectada en la investigación anterior, se hace evidente que una de las mayores dificultades para establecer buenos hábitos de lectura en los jóvenes guatemaltecos es el poco ejercicio que se le da a esta por parte de los estudiantes. Esto es debido a diferentes factores, entre los que se puede resaltar el poco acceso a información, y la falta de refuerzo del hábito de lectura en casa, ya que muchas veces, los padres de familia no cuentan con buenos hábitos de lectura, o no cuentan con el tiempo para inculcarlos en sus hijos.

Por otro lado, la investigación demuestra que los estudiantes son conscientes de la necesidad de desarrollar un buen hábito de lectura, sin embargo, muchas veces no cuentan con la motivación, tiempo o recursos para dedicarle el tiempo al desarrollo del hábito.

En base a todo esto, se establece como problema de diseño la poca práctica de la lectura por parte de los estudiantes de la Ciudad de Guatemala lo que no permite la correcta formación del hábito de lectura.

5.2 Planteamiento del problema desde el diseño

Basado en lo anterior, se plantean los siguientes objetivos:

- Desarrollar material interactivo el cual permita el ejercicio de la lectura fuera de la escuela por parte de los estudiantes.
- Producir una campaña informativa promocional, la cual que dé a conocer los materiales educativos disponibles, con el fin de introducir los mismos a los estudiantes.

5.3 Descripción del Grupo Objetivo

6.3.1 Descripción geográfica. El Grupo Objetivo del proyecto se encuentra localizada en la Ciudad de Guatemala, fundada en 1776, localizada en el departamento de Guatemala. Esta es la capital de la nación, y es considerada la mayor urbe de la misma, así como también, la ciudad más moderna de Centroamérica. Sus coordenadas decimales correspondientes son latitud 14.6229, Longitud -90.5315; mientras sus coordenadas GMS son 14°38'26.6" N 90°30'47.8" O. (Ecured, 2020.) La Ciudad de Guatemala limita con municipios de su departamento en todas direcciones, limitando al norte con Mixco, Chimaltenango y San Pedro Ayampuc, al noroeste y este con Palencia, al sudeste con San José Pinula y al sur con Santa Catarina Pinula, Villa Canales, Villa Nueva y San Miguel Petapa. Con el municipio de Villanueva colinda tanto al sur y el este. Cabe mencionar que al este colinda nuevamente con Mixco.

La Ciudad de Guatemala está localizada a 1500 metros sobre el nivel del mar, y al igual que el resto del país, cuenta con microclimas a lo largo de la ciudad. La mayor

concentración de precipitaciones se da durante el período de mayo a octubre, siendo escasas durante los demás meses. Si bien la temperatura promedio de la ciudad es de 20 grados centígrados, esta varía conforme a los cambios de altitud de la misma. (Ecured, 2020.)

Esta ciudad cuenta con una actividad cultural grande, debido a que la mayor parte de los museos se encuentran en ella, así como múltiples muestras de arte, galerías, fotografía, poesía y teatros. Particularmente, la Zona Viva, localizada en la zona 10. (Ecured, 2020.)

6.3.2 Descripción demográfica. La distribución de la ciudad se basa en un sistema espiral, en el cual el número de zona va aumentando en contra de las agujas del reloj. Existen zonas 1-19,21,24 y 25. La razón por la cual no existen zonas 20, 22 y 23 es debido a que están según la planeación original, salen de los límites del municipio. Actualmente la ciudad cuenta con una población de 923 392 habitantes según el INE, de las cuales existen 240,435 estudiantes de educación básica al año 2018, los cuales la mayoría reside en un hogar tan solo con su familia nuclear.

La distribución de estos estudiantes es de la siguiente manera en las distintas entidades educativas: 66,894 inscritos en entidad pública; 152,441 en entidad privada, 997 en entidad municipal y 20,103 en una cooperativa.

Conforme al censo poblacional del 2018 del Instituto Nacional de Estadística(INE) , la mayor parte de los hogares de la ciudad de Guatemala cuentan en promedio con 3 habitaciones y 2 dormitorios, así como con un inodoro conectado a drenaje exclusivo de su vivienda. También cabe resaltar que en su mayoría las viviendas son propias y es las decisiones del hogar son tomadas en conjunto por el hombre y la mujer.

6.3.3 Descripción antropológica. Los estudiantes del grupo objetivo suelen realizar sus actividades en el área sudoeste de la ciudad, ya que suelen frecuentar el área de Cayalá y Pradera Concepción, lugar a donde suelen salir a compartir con familia y amigos. Su nivel tecnológico es alto, chequean las redes sociales constantemente, invirtiendo en promedio de una a tres horas en línea. La mayoría utiliza celulares de alta gama, de la marca Iphone y Samsung. Sus gustos se enfocan en música, películas y deportes. En Música, muestran una preferencia clara hacia el género pop y la música urbana, con una ligera tendencia a la electrónica. En cuanto a entretenimiento, sus géneros favoritos son la comida y acción. Suelen pasar de 1 a 3 horas al día en redes sociales, utilizando principalmente Instagram y Tik Tok. Son de nivel socioeconómico B- , ya que cuentan con acceso a la tecnología y teléfonos de alta gama, así como acceso constante a áreas premium de la ciudad. En cuanto al acceso al agua, según el censo poblacional 2018, el agua disponible en los hogares proviene de una tubería propia,

6.3.4 Preferencias de imagen. Respecto a sus preferencias de diseño, existe una preferencia hacia la imagen fotográfica, y el diseño de aplicaciones

limpias y primordialmente blancas. En cuanto a la relación de color, la mayoría asocia el color celeste y amarillo con el tema de lectura.

6.3.5 Descripción pedagógica. El grupo objetivo se encuentra cursando el nivel de educación media. Según expone Castillo en su tesis *"Estrategias de aprendizaje en el nivel medio superior y de innovación en el superior"* (2018), los principales tipos de aprendizaje recomendados para los alumnos del grupo objetivo son recepción y aprendizaje significativo. Según Castillo, en el aprendizaje receptivo, la función del alumno es comprender el material presentado e incorporarlo a su estructura cognitiva. El aprendizaje receptivo puede ser asimilado por el alumno de forma memorística o significativa, esto depende de la forma en que el alumno interioriza la información que se le ha dado a conocer.

En este sentido el aprendizaje por recepción es el más utilizado en la educación media superior y superior debido a la gran cantidad de conocimientos que comprenden estos niveles educativos. El aprendizaje por recepción es un "mecanismo humano por excelencia que se utiliza para adquirir y almacenar la vasta cantidad de ideas e información representada por cualquier campo del conocimiento". Lo ideal es que los alumnos integren la información recibida por recepción a su estructura mental de forma significativa, para formar una base estable de conocimientos que sean capaces de recuperar en un futuro y que los puedan aplicar. (Castillo, 2018).

En cuanto al aprendizaje significativo, se expone lo siguiente: “La información nueva interactúa con los conceptos previos en formas complejas y, como consecuencia de ello, se producen nuevos significados que enriquecen la estructura cognitiva en mayor o menor grado. Desde este punto de vista, en el proceso de aprendizaje no existe una simple transmisión de significados, éstos son reestructurados por el sujeto que aprende a través de las actividades que realiza para ser integrados a los conocimientos que él ya posee.

Esta estructura cognitiva va construyendo “una red de conceptos y proposiciones jerarquizada por niveles de inclusión, abstracción y generalidad, que es organizada por campos de conocimiento”. Esta estructura cognitiva conforma los conocimientos previos que el alumno ha asimilado y que le son posibles recordar porque tienen significado para él.” (Castillo, 2018.)

5.4 Posibles clientes

5.4.1 Fondo de Cultura Económica de Guatemala. El Fondo de Cultura Económica (FCE) de Guatemala, se encuentra localizado en la 6 Avenida, Zona 9, Guatemala, Guatemala. Es un edificio moderno señalado con el logotipo, y su fachada se encuentra pintada de blanco y rojo. En su interior se encuentra la librería Luis Cardoza y Aragón, la cual cuenta con una gran oferta editorial de diferentes casas de habla hispana, tanto nacionales como internacionales. Dentro del edificio se cuenta con

instalaciones para diferentes actividades, entre las cuales podemos nombrar un teatro, áreas de exhibición, espacios de usos múltiples, oficinas y un espacio exterior, los cuales se pueden observar en las siguientes imágenes.



Figura no. 17- 20: Instalaciones del FCE

Fuente: FCE. Recuperado de:

https://www.facebook.com/pg/fceguatemala/photos/?ref=page_internal

[Consulta 13/04/2020]

El FCE fue fundado en 1934 por el historiador, sociólogo, ensayista y economista Daniel Cosío de Villegas, con el fin de dedicarse a la edición y publicación de textos de economía para los estudiantes de educación superior. Esto surge debido a la necesidad de los mexicanos de reafirmar sus valores ante los cambios mundiales de la época, los cuales afectaron la producción editorial del país. En el presente el FCE cuenta con

presencia en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Perú, España y Estados Unido, con librerías prontas a abrirse en Cuba y Bolivia. (FCE, 2020).

El FCE se distingue al ser una editorial de criterio amplio, en la que autores, tanto hispanohablantes como de lenguas extranjeras, pueden exponer sus ideas con absoluto respeto a sus perspectivas y libertad de expresión. Esto les ha permitido contar con uno de los catálogos de publicaciones más ricos y variados de Centroamérica. (FCE Guatemala, 2019).

Desde el año 2019, el FCE le ha dado un giro para modificar sus políticas editoriales, con el fin principal de incentivar el acercamiento de sus lectores, al reducir sus precios y ampliar su oferta editorial. (FCE, 2020). Cabe resaltar que el FCE en Guatemala además de la publicación y promoción editorial, cuenta con una agenda cultural variada, en la que se incluyen clubs de lectura, exposiciones de arte, conferencias, talleres y obras de teatro, entre otros.

Misión. “El Fondo de Cultura Económica es una institución editorial del Estado mexicano, la cual está enfocada en editar, producir, comercializar, y promover obras de la cultura mexicana, iberoamericana y universal a través de redes distribución propias y ajenas, tanto en México como internacionalmente. Sus acciones son orientadas a la creación, transmisión y discusión de valores e ideas, para formar lectores, estudiantes y profesionales.” (FCE, 2020).

Visión. “Seremos una editorial esencial en la discusión y creación de las ideas en los diferentes campos del saber cuya acción seguirá contribuyendo a consolidar la identidad de la región y a integrar una agenda pública, cultural y científica iberoamericana con un amplio sentido social y para todas las edades.” (FCE, 2020).

Objetivos. Según la Hacienda del Gobierno Mexicano, los objetivos del FCE son los siguientes:

- “- Objetivo 1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura.
- Objetivo 2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas.
- Objetivo 3. Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica. ” (Gobierno de México, 2018)

Valores. Según la información que tienen publicados en sus redes sociales, los valores del FCE son los siguientes: Bien común, Honradez, Justicia, Rendición de cuentas, Generosidad, Respeto, Integridad, Imparcialidad, Transparencia, Entorno cultural y ecológico, Igualdad, Liderazgo. (Facebook FCE Guatemala, 2020)

Identidad gráfica actual. El FCE de Guatemala cuenta con un isotipo como principal representación visual de marca, el cual consiste en un cuadro rojo que contiene en blanco las iniciales representativas del Fondo. Este cuenta con diferentes aplicaciones: Puede utilizarse aislado o en conjunto con el nombre, esté colocado al lado izquierdo o

debajo del isotipo. La aplicación con el nombre debajo del isotipo se encuentra principalmente utilizada en fachadas o rótulos de las sedes. El nombre se utiliza con una tipografía moderna sin serifas. A continuación, se muestran las aplicaciones del logotipo:



Fotografía 20-22: Aplicaciones de logotipo FCE

Fuente: FCE Guatemala. Recuperado de: <https://www.fceguatemala.com>

[Consulta 13/04/2020]

Por otro lado, el FCE cuenta con una página web, en la que podemos observar que predomina el uso de colores desaturados, aspecto que causa mayor impacto visual para las portadas de las publicaciones que se encuentran en el sitio. Por otro lado se puede observar el uso de tipografías sin serifas redondeadas para los títulos de página, y tipografía sin serifa moderna para los botones de la misma. El sitio es adaptable para dispositivos móviles.

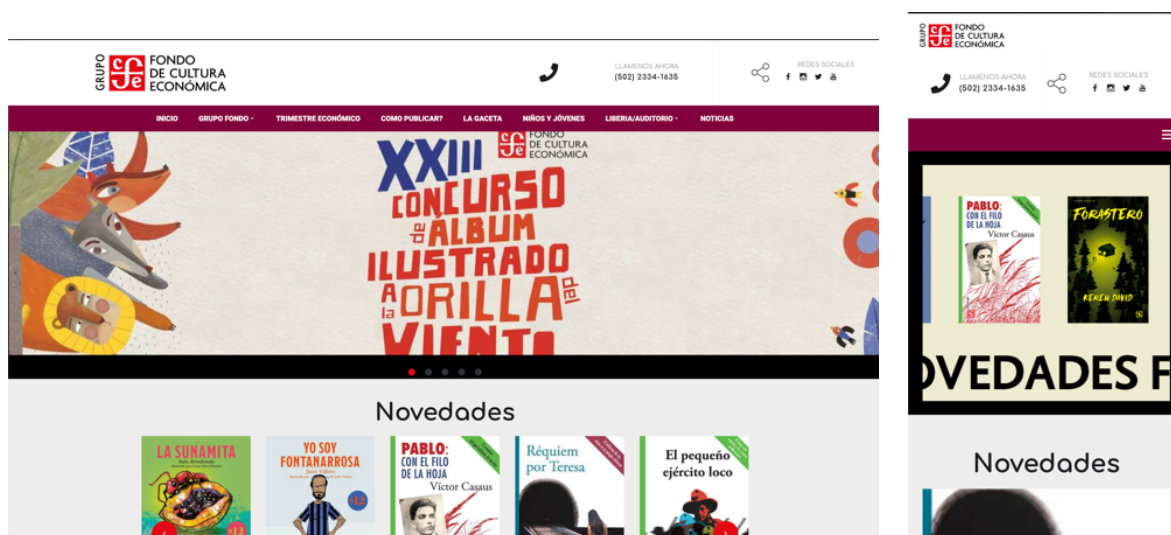


Figura no. 23 y 24: Sitio web del FCE Guatemala

Fuente: FCE Guatemala. Recuperado de: <https://www.fceguatemala.com>

[Consulta 13/04/2020]

En cuanto a sus redes sociales, si bien muestran una preferencia por el uso de fondos claros, no existe una línea gráfica unificada en las redes sociales que utilizan, esto aplica para tipos de ilustración, tipografías, imágenes y fondos. Tan solo algunos posts cuentan con similitudes entre sí. En cuanto al tono de utilización que se utiliza, este es directo y conciso. Se utiliza el tú como pronombre principal y los textos son cortos.

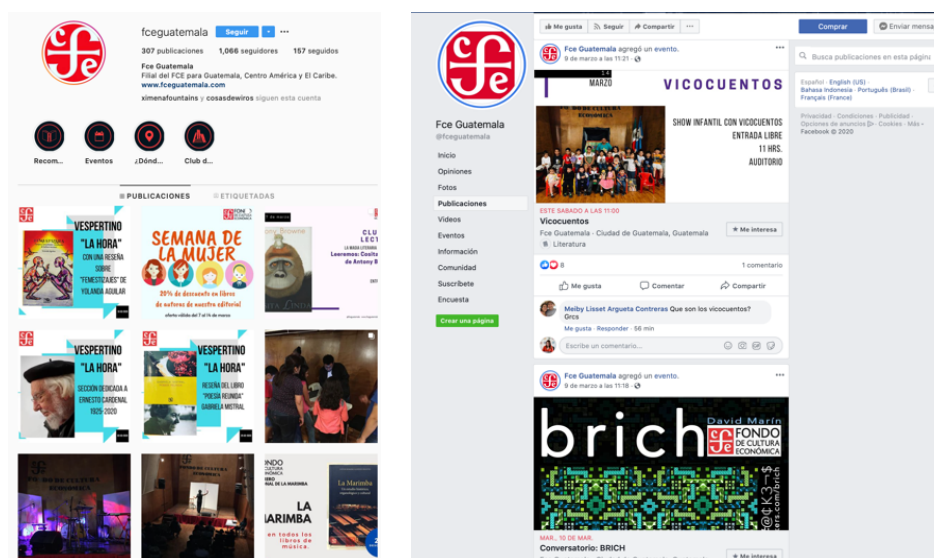


Figura no. 25 y 26: Redes sociales de la empresa FCE Guatemala. Recuperado de: <https://www.instagram.com/fceguatemala/>, https://www.facebook.com/pg/fceguatemala/posts/?ref=page_internal [Consulta 13/04/2020]



Figura no. 27 y 28: Publicaciones similares Fuente: FCE Guatemala. Recuperado de: <https://www.instagram.com/fceguatemala/>, https://www.facebook.com/pg/fceguatemala/posts/?ref=page_internal [Consulta 13/04/2020]

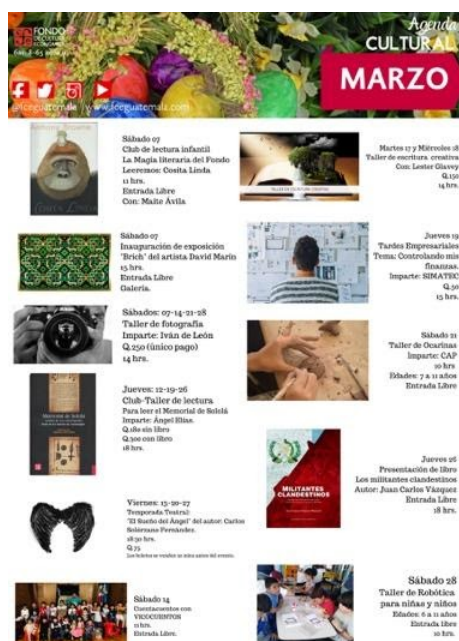


Figura no. 29: Agenda Cultural de Marzo 2020

Fuente: FCE Guatemala. Recuperado de:

https://www.fceguatemala.com/images/pdf/Agenda_FCE_marzo_2020.pdf

[Consulta 13/04/2020]

Posicionamiento. El fondo de cultura económica cuenta con presencia en México y 10 subsidiarias internacionales. Según su propia descripción en la web, el FCE es consciente de que: " El libro es un objeto vivo y sensible a las transformaciones sociales. Es así como ha evolucionado junto con su entorno desde su surgimiento en 1934. Por ello, no es exagerado decir que la historia cultural de Iberoamérica está inseparablemente ligada a la historia de esta casa editora. De hecho, ciertos fenómenos de la vida cultural de esta región son explicables por la repercusión de las ideas difundidas por el FCE. Para muchas generaciones de estudiantes y profesionales, esta casa ha sido fuente inagotable de conocimientos, ha satisfecho tanto sus necesidades técnicas como sus inquietudes intelectuales. El FCE es la editorial de México y de Iberoamérica." (FCE Guatemala, 2020).

Recursos Financieros. Según el periódico Mexicano el Universal, durante el año 2019 el FCE recibió de parte de la Secretaría de la Hacienda a la Secretaría de Educación pública un monto de 129.7 millones de pesos, provenientes de los ingresos fiscales. Esta cantidad representó una disminución de 27.2 millones de pesos a comparación de la suma asignada durante el 2018. (Sierra, 2018).

Sin embargo, una nota publicada durante enero del 2019 en el medio de noticias Excelsior, establece que a pesar de que el apoyo económico de parte del gobierno mexicano es importante, las 10 corresponsalías internacionales del FCE “son autosuficientes en un 80 por ciento, pues este porcentaje de sus ingresos lo generan ellos mismos...”(Bautista, 2019). Sus ingresos se generan principalmente de las actividades culturales que realizan y la venta de títulos, vendiéndose “cuatro de cada diez de los libros producidos por el sello”.(Bautista, 2019.) Cabe resaltar que entre estas corresponsalías se encuentra la sede de la Ciudad de Guatemala.

Área geográfica. EL FCE de Guatemala se encuentra accesible para el público general de la ciudad, y también cuenta con presencia en diferentes eventos relacionados, tales como la Feria Internacional de Libro; presencia en eventos universitarios, tanto en la Universidad San Carlos como en la Panamericana. Por otro lado, el FCE cuenta con diferentes alianzas, entre las cuales se puede mencionar la Municipalidad de Guatemala, Embajada de México y De Museo.

6.4.2 Santillana. Santillana se encuentra localizada en la 26 avenida 2-20, zona 14 de la ciudad de Guatemala. Conforme a su sitio web: “Es una empresa internacional líder que trabaja por la educación en un gran número de países, ofreciendo los materiales más completos para cada nivel educativo.” (Santillana, 2019). La empresa surge en 1960, en España, y en sus inicios se dedica a la divulgación de manuales, cartillas de alfabetización, y libros juveniles. Con el pasar de los años se fue expandiendo la empresa, y actualmente cuenta con presencia en toda latinoamérica, Portugal y España.

Misión. Ser la compañía líder en creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española. (Santillana, 2019).

Identidad gráfica.



Figura 30. Aplicaciones de logotipo Santillana

Fuente: Santillana. Recuperado de:

https://www.google.com/search?q=santillana+logotipo&client=safari&rls=en&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjs-67n-pXoAhWBneAKHbLtBs0Q_AUoAXoECAwQAw#imgsrc=FDxr0sg5iXQ_oM [Consulta 13/04/2020]

Por otro lado, la empresa cuenta con múltiples sitios web que siguen la misma estética, tan solo es un dominio diferente por país. Esta página se encuentra optimizada para dispositivos móviles, y muestra una estética limpia, utilizando transiciones y bloques para mejorar la experiencia de usuario.



Figura 31. Página web

Fuente: Santillana. Recuperado de: <https://santillana.com.gt> [Consulta 13/04/2020]

En cuanto a sus redes sociales, la empresa cuenta con presencia tanto en Instagram como Facebook. Se evidencia que utilizan colores vibrantes en sus publicaciones, alternado con imágenes. En la gráfica podemos notar formas orgánicas y con curvas.

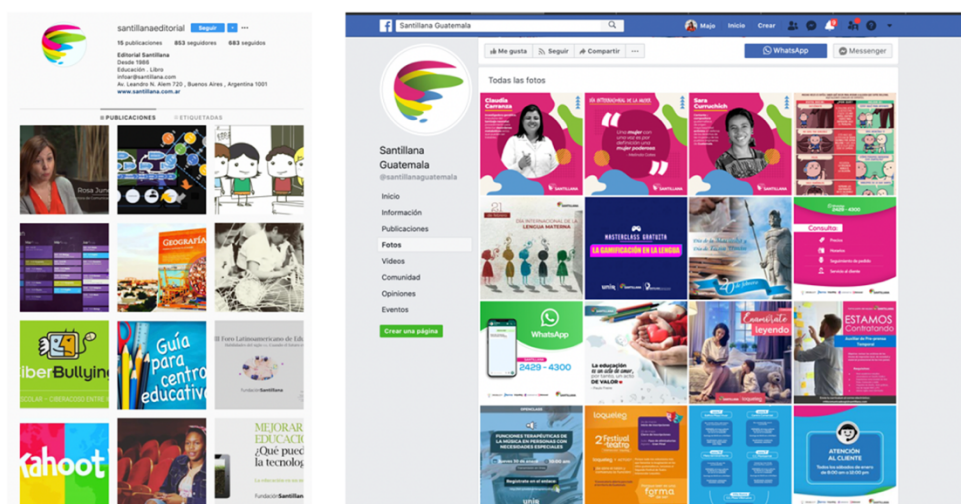


Figura no. 32: Redes sociales de Santillana

Fuente: Santillana. Recuperado de <https://facebook.com.gt> [Consulta 13/04/2020]

6.4.3 PiedraSanta. La editorial PiedraSanta se encuentra localizada en 5° calle 7-55 zona 1 de la ciudad de Guatemala. Es una empresa dedicada a la publicación de obras educativas y literarias. La Editorial surge en el año 1947, del matrimonio de don Julio y doña Oralia PiedraSanta, los cuales eran maestros. Debido a la ausencia de materiales didácticos para la enseñanza, don Julio empezó a dibujar a mano mapas y otros materiales para sus clases, de dónde surgió la iniciativa de proveer material didáctico y sencillo a los educadores. (Editorial PiedraSanta, 2018). Actualmente, la editorial cuenta con tres ubicaciones dentro de la Ciudad de Guatemala y entre 200 a 500 empleados según su información en LinkedIn.

Misión. "Somos una empresa que, en red con otras organizaciones, provee productos y servicios innovadores, de calidad y culturalmente pertinentes, contribuyendo al desarrollo de las comunidades a las que servimos y a la construcción de un mundo diferente y mejor." (PiedraSanta, 2018).

Valores. Acorde a la página web de la empresa, los valores de PiedraSanta son los siguientes: Educación es el pilar de nuestra conducta; Integridad porque elegimos la honestidad y el compromiso; Empatía porque nos identificamos con las comunidades a las que servimos; Calidad porque cuidamos el detalle y trabajamos con pasión; Perseverancia porque nos desafiamos continuamente para crear y mejorar recursos y sistemas; Vocación de servicio porque procuramos satisfacer las necesidades de nuestros clientes. (PiedraSanta, 2018).

Identidad gráfica. Actualmente la identidad gráfica de la Editorial la representa un isologotipo, el cual esta conformado por la abstracción de un libro abierto sobre el nombre en tipografía sin serifa. Este logotipo cuenta con diferentes aplicaciones, así como puede ser utilizado en conjunto del slogan “Educando generaciones siempre”.



Figura no. 33 Logotipo Piedrasanta

Fuente: PiedraSanta. Recuperado de

https://www.facebook.com/pg/editorialpiedrasanta/photos/?tab=album&album_id=210887435640687&ref=page_internal [Consulta 13/04/2020]

Por otro lado, la empresa cuenta con un sitio web, en el cual se puede observar una estética moderna y limpia, así como el uso del color amarillo como color de marca. La página web cuenta con adaptación a dispositivos móviles, sin embargo, esta no se encuentra optimizada.

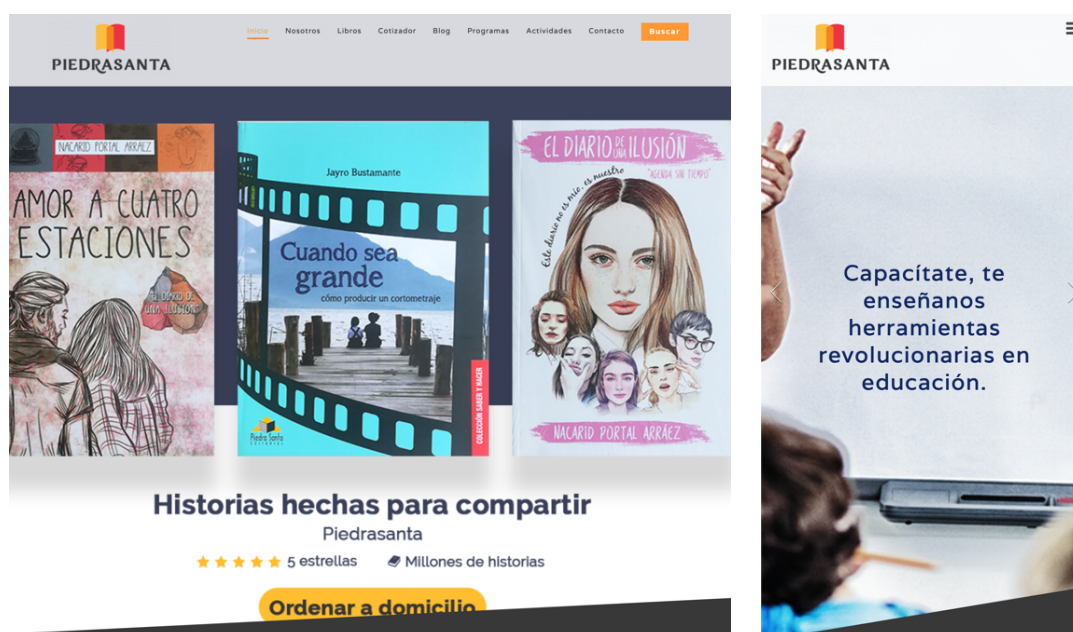


Figura no. 34 Página web Piedrasanta

Fuente: PiedraSanta. Recuperado de <http://piedrasanta.com> [Consulta 13/04/2020]

En cuanto a las redes sociales de la empresa, esta cuenta con presencia tan solo en Facebook, en la cual se puede observar en el mayor parte se mantiene una línea gráfica establecida, con excepción a las fotografías y videos de eventos que se realizan. Tan solo rompen con la línea al promocionar un libro en específico. El tono de comunicación utilizado es amigable, cercano y amable, los textos utilizados se encuentran redactados con pronombre tú.

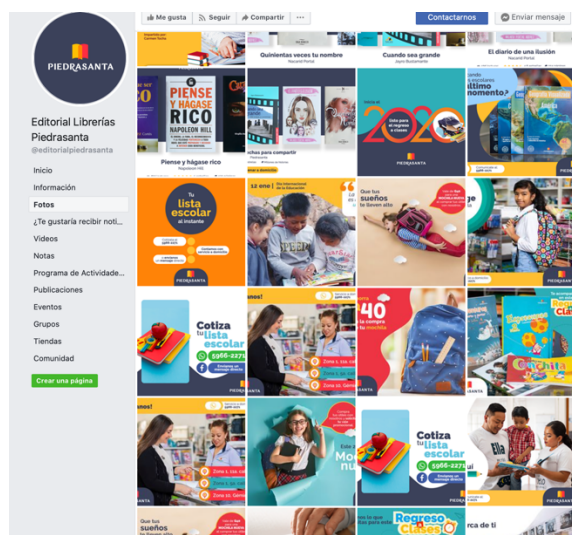


Figura no. 35 Publicaciones de Facebook, Piedrasanta

Fuente: PiedraSanta. Recuperado de

https://www.facebook.com/pg/editorialpiedrasanta/photos/?tab=album&album_id=210887435640687&ref=page_internal [Consulta 13/04/2020]

Posicionamiento. PiedraSanta está posicionada en el mercado guatemalteco de material educativo. Es uno de los principales referentes, ya que cuenta con una variedad de servicios adyacentes a la publicación de textos. Entre estos se encuentran la asesoría editorial, consultoría en educación, litografía y formación docente.

Recursos Financieros. Sus recursos financieros provienen principalmente de la venta y producción editorial, además de actividades pagadas que realizan en sus diferentes ubicaciones.

Área de cobertura. La marca cuenta con publicaciones distribuidas a lo largo de todo el país, y 3 librerías disponibles en la Ciudad de Guatemala.

5.5 Propuesta de diseño

5.5.1 Proceso de conceptualización. En base a todo el proceso de investigación, se realizó un proceso de búsqueda de concepto e insight, ya que con estos se permitirá una identificación más grande del proyecto con el grupo objetivo. A continuación se muestran los pasos realizados, sus instrumentos se pueden encontrar en la sección de apéndices, del No. 5 al No.7.

Insight. Dentro de los objetivos de diseño establecidos se propone la realización de una campaña publicitaria, por lo tanto, se elaboró un proceso de generación de insight para este fin. Este se formuló en base a tres entrevistas realizadas a estudiantes del grupo objetivo, las cuales fueron realizadas por medio de videollamada debido al estado de emergencia sanitaria actual. Esta se estructuró en tres bloques: Preguntas generales respecto a sus pasatiempos, discusión de material multimedia relacionado con la lectura y preguntas respecto a su percepción de la lectura. Puede encontrar el instrumento utilizado para las entrevistas en el Apéndice No. 5. De las respuestas obtenidas, las ideas clave que se extrajeron entre los tres sujetos son las siguientes:

- Me motiva hacer las cosas si me da paz.
- Práctico mejor la lectura si me gustan los libros que estoy leyendo.
- Encuentro valor en leer si esto me permite conectar con otras personas.
- No me gusta que me obliguen a hacer cosas que no disfruto.
- Si no me gusta o interesa, prefiero no hacerlo.
- Si no me conecto con ello, no vale la pena.

- Le dedico tiempo a lo que me importa.
- No espero ganar nada de lo que no me interesa.
- Busco algo que disfrute, no que me beneficie.
- Mi mayor prioridad es disfrutar de las cosas.
- Hago las cosas porque quiero, no porque sean buenas para mí.
- Sé que es algo importante, pero no lo priorizo.
- Me gustan las cosas, pero bajo mis propios términos.
- Si me siento rechazado, no lo hago.

En base a estas ideas, se definió el insight: “Cuando me imponen algo, me siento amenazado”. Este insight se fundamenta en que los tres entrevistados establecieron que su mayor prioridad es disfrutar lo que hacen mientras esto sea bajo sus estándares y les genere aceptación por parte de su comunidad. De igual manera, los tres coincidieron en que los libros que han tenido al alcance son principalmente a nivel académico, y estos muy pocas veces logran conectar con su persona, principalmente porque no tienen elección, se ven forzados a interactuar con este material sin que ellos encuentren un motivo. Por otro lado, es importante mencionar que los entrevistados comentaron que en sus círculos sociales muchas veces el tener un hábito de lectura es percibido como algo poco “cool” o deseable.

Conceptualización. Una vez definido el insight, se realizó un proceso de búsqueda de concepto, ya que este permitirá una identificación más grande del proyecto con el grupo objetivo. A continuación se muestran los procesos realizados para lo

mismos, sus instrumentos se pueden encontrar en la sección de apéndices No. 6 y No.7. Se realizaron tres técnicas de conceptualización para definir tres posibles conceptos gráficos:

Técnica de Scamper. Esta técnica se considera una mezcla de varias técnicas diferentes, por medio de una lista de preguntas para favorecer la generación de ideas. La técnica fue ordenada por Bob Eberle en este mnemotécnico.(Neuronilla, s/f) A continuación se encuentra detallado el proceso de preguntas realizado:

S: Sustitución

- ¿Y si leer causará adrenalina como una montaña rusa?
- ¿Si uno pudiera leer mientras realiza otras actividades?
- ¿Si se pudiera leer extremadamente rápido?
- ¿Y si al leer nos pusiéramos más “fit”?

C: Combinar

- ¿Y si leer nos generará dinero?
- ¿Si fuera una competencia deportiva?
- ¿Si existieran los oscars a la lectura?
- ¿Y si la lectura fuera personalizarse según avanzas las páginas?
- ¿Si existieran “discotecas” donde vas a leer?
- ¿Y si los “influencers” fueran famosos porque leen mucho?

A: Adaptar

- ¿Qué hace a las películas y videojuegos tan populares?

- ¿Por qué la gente leía tanto en la antigüedad?
- ¿Por qué las redes sociales son tan adictivas?
- ¿En el futuro seguiremos leyendo?
- ¿Si leer estuviera en las revistas de moda, y marcas premium sacaran libros “lujosos”?

M: Modificar

- ¿Cómo leer sin que sea una inversión de tiempo?
- ¿Cómo evitar que se olvide lo que leí después de un tiempo?
- ¿Cómo practicarlo inconscientemente?
- ¿Y si la lectura fuera algo innato?
- ¿Si al leer nos diera poderes?
- ¿Si los libros fueran medicina?

P: Pensar otros usos

- ¿Si los libros fueran cargadores de teléfono?
- ¿Si la clave del teléfono fuera leer unas cuantas líneas?
- ¿Si las películas solo se pudieran leer después de leer el libro o el guión?
- ¿Si el haber leído 100 libros fuera requisito para graduarse de bachillerato?
- ¿Si el leer equivaliera a dormir?

E: Eliminar

- ¿Y si nadie supiera leer?
- ¿Si el saber escuchar fuera el único medio de comunicación?
- ¿Que pasaría si nunca hubiera existido la escritura?
- ¿Y si los textos no fueran de más de 10 líneas?
- ¿Si nuestros nombres fueran una imagen, no una palabra?

R: Reordenar

- ¿Qué pasaría si la lectura fuera adictiva, como el apostar o el tabaco?
- ¿Qué pasaría si en el colegio pasaran películas y en los cines y televisión libros?
- ¿Qué pasaría si leyendo la letra fuera la única manera de poder escuchar la música?

En base a estas preguntas y análisis, se realiza una lluvia de ideas y palabras, las cuales se interrelacionan entre sí para generar posibles conceptos (Ver Apéndice 6.) De las ideas generadas se llegó a las siguientes frases:

- La Lectura, tu máxima expresión
- Emoción constante
- Una página de emoción

De estas se eligió la frase conceptual, “La lectura, tú máxima expresión”. Esta frase se fundamenta en el que para el grupo objetivo, lo más importante es vivir conforme a sus propios términos y condiciones, buscan algo en lo que se sientan seguros y aceptados por los demás, así como el que esto les provea entretenimiento e identidad.

Técnica de El porqué de las cosas (Brújula). Esta técnica de generación de ideas fue inventada por Arthur Van Goundy,(Neuronilla, s/f). La técnica consiste en partiendo de un problema, preguntarse el porqué del mismo hasta que este nos lleve a una posible solución. A continuación, se encuentra detallado el proceso realizado:

Idea primaria:

“Los estudiantes guatemaltecos casi no leen, lo que causa deficiencia de entendimiento.”

¿Por qué?

Porque no es una actividad que les parezca atractiva.

¿Por qué?

No es una actividad que se les haga fácil de comprender.

¿Por qué?

Falta de práctica y constancia en la lectura.

¿Por qué?

Lo que aprenden en la escuela suele ser básico y no se de la seguimiento

¿Por qué?

No se practica en casa, y los programas suelen ser muy cortos.

¿Por qué?

No es una actividad que les parezca atractiva a realizar.

¿Por qué?

No entienden qué tiene de importante o interesante.

¿Por qué?

Los libros que les toca leer les parecen complicados o aburridos.

¿Por qué?

Porque son impuestos para ellos.

¿Por qué?

Ya que en ningún momento tienen elección, y si no lo pueden elegir ellos, lo rechazan.

¿Por qué?

Rechazan todo lo que no sale de su cabeza.

¿Por qué?

Se sienten amenazados.

¿Por qué?

No sienten que los comprendan o puedan expresarse.

¿Por qué?

No se sienten aceptados.

¿Por qué?

Aún se están descubriendo, y les importa pertenecer.

¿Por qué?

Les da seguridad.

Basado en este proceso de conceptualización, se llegó a las siguiente frases:

- Camino de comprensión
- Letras de descubrimiento
- Un lugar seguro

Como frase conceptual se eligió “Un lugar seguro”. Esta nace ante la necesidad del grupo objetivo de poder expresarse y ser ellos mismos sin ser juzgados, ya que al encontrarse en la edad adolescente, tienden a sentirse amenazados por su entorno. Por otro lado, esto relaciona la lectura como un espacio en el que puedes entretenerte.

Lluvia de ideas. Es la técnica para generar ideas más conocida. Desarrollada por Alex Osborn en los años 30. Es la base sobre la que se sostiene la mayoría de las técnicas de creatividad. Esta consiste en cuatro principios: Toda crítica está prohibida, toda idea es bienvenida, se debe generar tantas ideas como sea posible, el desarrollo y la asociación de ideas es deseable. (Neuronilla, s/f.). A continuación se encuentra detallado el proceso seguido en base a esta técnica:

Tabla. 4: Proceso de Lluvia de ideas

Lectura	Importar	Hábito	Conectar	Disfrutar	Ser Aceptado
Libros Letras Personajes Páginas Biblioteca Estudio Educación Historia Sumergirse Desconectar Silencio Imaginar Conocer Ideas Cerebro Mente Crear Escritor	Agradar <u>Es cercano</u> Se lucha Se tiene en cuenta Se le hace tiempo Se habla de ello <u>Nos hace movernos</u> Lo aceptamos Lo defendemos Un acto de rebeldía Atraverse	Se crea Bueno o malo Inconsciente Arraigado <u>Parte de nosotros</u> Acción Permanente Construible Constante Personal Motivante	Escuchar Pensar Empatía Análisis Visualizar Animarse Poder explicar Resolver Identificarse Unión Crecer Conocer	Relajarse <u>Estar feliz</u> Fácil Paz Sin preocupaciones Atraverse Motiva a avanzar Lo repetimos Lo buscamos Lo recomendamos	<u>Identidad</u> Expresión Comunidad Unión Otros Valores Perspectiva Diferencias Cosas Comunes No ser Juzgado Todos tus aspectos <u>Necesidad</u>

Fuente: Propia

Las palabras resaltadas palabras son las palabras utilizadas para generar relaciones y conexiones. Las palabras subrayadas son las más relevantes. Después de generar la lluvia de ideas, se seleccionaron las ideas más relevantes de la misma, para luego generar relaciones y conexiones entre ellas (Ver apéndice 7). De este proceso se generaron tres posibles frases:

- Atrévete a conocer
- Leer es diferente
- Leer es un acto de rebeldía

Como frase conceptual se elige “Leer es un acto de rebeldía”. Esta frase responde a la necesidad del grupo objetivo de ir en contra de lo establecido y marcar su propio camino, así como la necesidad de que las cosas vayan conforme a sus propios términos, sin importar si estos son útiles o beneficiosos, así como la necesidad de resaltar como medio de aceptación.

Selección de concepto. En base a este proceso, de las frases seleccionadas se elige se selecciona el concepto “Leer es un acto de rebeldía” para el proyecto, debido a que este responde directamente al insight, el “ser diferente” rompe con el ser impuestos elementos “normales” o “corrientes”, ir en contra del status quo, que en el caso de nuestro grupo objetivo, consiste en tener que realizar las lecturas que les dicen. Por otro lado, como se mencionó anteriormente, el ser diferente les da un signo de resaltar entre su círculo y generar una identidad. Este concepto también permite aportar una identidad gráfica poco tradicional al proyecto, utilizando elementos que demuestren liberación y rebeldía.

5.5.2 Descripción de la propuesta gráfica

5.5.2.1 Tipo de material gráfico. Conforme a los objetivos de diseño, los materiales a utilizarse en este proyecto son digital interactivo educativo e informativo. El material interactivo educativo permitirá llegar al grupo objetivo de manera más directa, ya que este cuenta con un nivel tecnológico alto y tienden a contar con sus celulares en todo momento, mientras que el informativo dará a conocer la existencia de este material de manera práctica y accesible.

5.5.2.2 Descripción e implementación de piezas. Los materiales escogidos tienen como finalidad principal el facilitar el ejercicio de la lectura en los jóvenes estudiantes. El material digital educativo se enfocará en proveer una plataforma donde puedan practicar la lectura de manera cómoda y atractiva para ellos. Para ello se realizará una aplicación, en el que puedan encontrar una herramienta que fomente la lectura y generar comunidad entre los usuarios. Así mismo, se realizará una página web de la aplicación que informe acerca de su fin y esta pueda crecer a lo largo del tiempo. Para dar a conocer esta aplicación, se realizará material informativo, el cual será promocionado por Facebook e Instagram, al ser plataformas en las que el grupo objetivo está constantemente interactuando.

Material Interactivo Educativo

Aplicación. Diseñada para ayudar a los estudiantes a practicar la lectura de manera atractiva. Generará una comunidad que pueda crecer conforme al tiempo e incentiven a cultivar el hábito para ellos y sus seres cercanos. La estrategia de mercadeo que se propone para la aplicación es promocionarla por medio de los canales sociales, así como por la página web de la misma. Esta puede ser descargable de manera gratuita, la versión gratis incluye publicidad dentro de la misma, con opción a adquirir la versión pagada, la cual eliminaría la publicidad dentro de la aplicación al comprarla. Esta es la pieza central del proyecto, por lo que es la que promocionarán todas las demás piezas del proyecto. El tiempo estimado de uso de la aplicación por parte de un usuario para incrementar su hábito de lectura: 21 días seguidos.

Página Web. Diseñada para dar a conocer la existencia de la aplicación y sus principales funciones, tanto para el grupo objetivo como a posibles inversores. La estrategia para la página web se basa en que se promocionará por medio de Google Adwords, así como una optimización de SEO dentro de la misma. Dentro de ella se contará con hipervínculos que re direccionen a la AppStore para adquirir la aplicación, así como para los canales sociales de la misma. Para generar tráfico e interacciones dentro de la web, se incluirán artículos, los cuales permitirán incrementar el posicionamiento de la página dentro de los buscadores. Esta será lanzada previa a la aplicación para promocionarla. Esta busca la promoción de la app en conjunto con los canales sociales. El período de Implementación es dos meses y con revisiones y optimización de contenido cada 6 meses.

Material promocional informativo

Contenido para redes sociales. Creación de canales sociales para la promoción de la aplicación. Estos nos permitirán dar a conocer la aplicación al grupo objetivo y generar descargas de las mismas, así como informar acerca de los eventos de la comunidad y la importancia de la lectura. La estrategia se basa en una planeación de redes en tres fases: Preliminar, Fase de lanzamiento y Posterior al lanzamiento de la aplicación. En la fase preliminar se realizará una campaña de expectativa en los canales sociales, por medio de la realización de posts, historias, e interacciones en los canales sociales. Se realizará promoción pagada en cada red social con el fin de crear expectativa y conocimiento de la aplicación en el grupo objetivo.

La segunda fase, anunciará desde una semana antes el lanzamiento de la aplicación en la AppleStore, por medio de una campaña que resalta las principales cualidades de la aplicación. De estas publicaciones se seleccionarán dos post por red social para realizar pauta y lograr un mayor alcance de personas, así como descargas de la aplicación. Posterior al lanzamiento de la aplicación, se utilizarán los canales sociales como generación de contenido, al ser un método efectivo de mantenerse en el radar del grupo objetivo, por medio de una planificación de posteo. Entre las publicaciones se incluirán los aspectos principales de la aplicación, noticias, actualizaciones, y comunidad, contando con interacciones directas y re-posteos con los usuarios, de manera de generar una experiencia multiplataforma. Las redes sociales permiten la generación de tráfico hacia la aplicación y sitio web, al igual de expandir los usuarios que utilizan la aplicación durante un plazo largo de tiempo, lo que nos permitirá el crecimiento de la comunidad y de la plataforma. La duración de la campaña será de 6 meses en base a la tres fases planeadas para el proyecto, manteniendo la última como generación de contenido constante.

5.5.3 Descripción del mensaje

5.5.3.1 Contenido del texto

Aplicación. A continuación se presenta un pequeño esquema del flujo de contenido dentro de la aplicación, para cada uno de los textos disponibles en los diferentes niveles de comprensión.

→ Introducción

→ 1era parte del texto.

→ Preguntas literales

→ 2da. parte del texto.

→ Preguntas inferenciales

→ 3era parte del texto.

→ Preguntas críticas

→ Conclusión

→ Seleccionar otro texto ↺.

Textos según nivel

Básico → La oveja negra y Azul → Preguntas literales e inferenciales

Intermedio → La Gallina Degollada → Preguntas literales, inferenciales y críticas

Avanzado → El Hacedor y Cronopios y Famas → Preguntas literales, inferenciales y críticas y creativas.

Dinámica. Los textos se irán colocando por secciones (exceptuando los textos cortos) dentro del ejercicio a manera que no se dé toda la lectura antes de las preguntas, si no que se lea un pedazo, se respondan preguntas de ese pedazo y se prosiga hasta leer el texto completo. El esquema promedio será 4 preguntas por texto corto y 6 en adelante por largo. A continuación, se detallan las preguntas desarrolladas como base para la aplicación:

El Buhó que quería salvar la humanidad

En lo más intrincado de la Selva existió en tiempos lejanos un Búho que empezó a preocuparse por los demás. En consecuencia se dio a meditar sobre las evidentes maldades que hacía el León con su poder; sobre la debilidad de la Hormiga, que era aplastada todos los días, tal vez cuanto más ocupada se hallaba; sobre la risa de la Hiena, que nunca venía al caso; sobre la Paloma, que se queja del aire que la sostiene en su vuelo; sobre la Araña que atrapa a la Mosca y sobre la Mosca que con toda su inteligencia se deja atrapar por la Araña, y en fin, sobre todos los defectos que hacían desgraciada a la Humanidad, y se puso a pensar en la manera de remediarlos.

Pronto adquirió la costumbre de desvelarse y de salir a la calle a observar cómo se conducía la gente, y se fue llenando de conocimientos científicos y psicológicos que poco a poco iba ordenando en su pensamiento y en una pequeña libreta.

Tabla 5. Preguntas de El buhó que quería salvar a la humanidad.

Pregunta 1	El buhó vivía en _____. Opciones: La selva El bosque
Pregunta 2	¿Qué animal no menciona el texto? León Hormiga Oruga

	Paloma
Pregunta 3	El búho se lleno de conocimientos: (Selecciona las correctas) científicos lógicos psicológicos filosóficos

Fuente: Elaboración propia

De modo que algunos años después se le desarrolló una gran facilidad para clasificar, y sabía a ciencia cierta cuándo el León iba a rugir y cuándo la Hiena se iba a reír, y lo que iba a hacer el Ratón del campo cuando visitara al de la ciudad, y lo que haría el Perro que traía una torta en la boca cuando viera reflejado en el agua el rostro de un Perro que traía una torta en la boca, y el Cuervo cuando le decían qué bonito cantaba.

Y así, concluía: "Si el León no hiciera lo que hace sino lo que hace el Caballo, y el Caballo no hiciera lo que hace sino lo que hace el León; y si la Boa no hiciera lo que hace sino lo que hace el Ternero y el Ternero no hiciera lo que hace sino lo que hace la Boa, y así hasta el infinito, la Humanidad se salvaría, dado que todos vivirían en paz y la guerra volvería a ser como en los tiempos en que no había guerra."

Pero los otros animales no apreciaban los esfuerzos del Búho, por sabio que éste supusiera que lo suponían; antes bien pensaban que era tonto, no se daban cuenta de la

profundidad de su pensamiento y seguían comiéndose unos a otros, menos el Búho, que no era comido por nadie ni se comía nunca a nadie.

Tabla 6. Parte 2 de preguntas de El buhó que quería salvar a la humanidad.

Pregunta 4 - Respuesta corta	El búho podía predecir _____. Respuesta : El futuro Posibles correctas: lo que iba a pasar, los otros animales, lo que iba a pasar.
Pregunta 5	¿Los animales hacían caso al búho? Sí No
Pregunta 6	¿Cómo debería actuar cada animal? León con caballo Boa con ternero
¿Quién se comía al búho? - respuesta abierta	Respuesta: Nadie

Fuente: Elaboración propia

El fabulista y sus críticos

En la Selva, vivía hace mucho tiempo un Fabulista cuyos críticos se reunieron un día y lo visitaron para quejarse de él (fingiendo alegremente que no hablaban por ellos sino por otros), sobre la base de que sus críticas no nacían de la buena intención sino del

odio. Como él estuvo de acuerdo, ellos se retiraron corridos, como la vez que la Cigarra se decidió y dijo a la Hormiga todo lo que tenía que decirle.

Tabla 7. Preguntas de El fabulista y sus críticos

Pregunta 1	Los críticos se reunieron _____. un día una noche
Pregunta 2	Las críticas nacían de: buena intención amor odio rencor
Pregunta 3	Las quejas venían de: el fabulista los críticos Otros
Pregunta 4 - múltiple	Coloca las palabras correctas: " como la vez que _____ se decidió y dijo a _____ todo lo que tenía que decirle." Opciones: la cigarra

	la cigüeña la hormiga la garza la oruga
--	--

Fuente: Elaboración propia

La fe y las montañas

Al principio la Fe movía montañas sólo cuando era absolutamente necesario, con lo que el paisaje permanecía igual a sí mismo durante milenios. Pero cuando la Fe comenzó a propagarse y a la gente le pareció divertida la idea de mover montañas, éstas no hacían sino cambiar de sitio, y cada vez era más difícil encontrarlas en el lugar en que uno las había dejado la noche anterior; cosa que por supuesto creaba más dificultades que las que resolvía.

Tabla 8. Preguntas de La fe y las montañas

Pregunta 1	El paisaje permanecía igual durante _____. milenios siglos centenios decenios
Pregunta 2	A la gente le parecía _____ mover montañas: chistoso

	curioso divertido alegre
--	--------------------------------

Fuente: Elaboración propia

La buena gente prefirió entonces abandonar la Fe y ahora las montañas permanecen por lo general en su sitio. Cuando en la carrera se produce un derrumbe bajo el cual mueren varios viajeros, es que alguien, muy lejano o inmediato, tuvo un ligerísimo atisbo de Fe.

Tabla 9. Parte 2 preguntas de La fe y las montañas

Pregunta 3 -Respuesta corta	¿Qué mueve las montañas? Respuesta: La fe, o fe
Pregunta 4	Un derrumbe solo lo puede causar alguien muy lejano verdadero falso

Fuente: Elaboración propia

El burro y la flauta

Tirada en el campo estaba desde hacía tiempo una Flauta que ya nadie tocaba, hasta que un día un Burro que paseaba por ahí resopló fuerte sobre ella, haciéndola producir el sonido más dulce de su vida, es decir, de la vida del Burro y de la Flauta.

Incapaces de comprender lo que había pasado, pues la racionalidad no era su fuerte y ambos creían en la racionalidad, se separaron presurosos, avergonzados de lo mejor que el uno y el otro habían hecho durante su triste existencia.

Tabla 10. Preguntas de El Burro y La Flauta

Pregunta 1	La flauta estaba tirada en él: Prado Jardín Campo valle
Pregunta 2	El burro _____ fuerte sobre la flauta silbó sopló resopló gruño
Pregunta 3 - Respuesta corta	En qué creían el burro y la flauta: Respuesta: la racionalidad o racionalidad
Pregunta 4	Al final ellos se sintieron: Felices Asustados Avergonzados

	Animados
--	----------

Fuente: Elaboración propia

Monólogo del Mal

Un día el Mal se encontró frente a frente con el Bien y estuvo a punto de tragárselo para acabar de una buena vez con aquella disputa ridícula; pero al verlo tan chico el Mal pensó:

“Esto no puede ser más que una emboscada; pues si yo ahora me trago al Bien, que se ve tan débil, la gente va a pensar que hice mal, y yo me encogeré tanto de vergüenza que el Bien no desperdiciará la oportunidad y me tragará a mí, con la diferencia de que entonces la gente pensará que él si hizo bien, pues es difícil sacarla de sus moldes mentales consistentes en que lo que hace el Mal está mal y lo que hace el Bien está bien.” Y así el Bien se salvó una vez más.

Tabla 11. Preguntas de El Monologó del Mal

Pregunta 1	¿Cómo vio el mal al bien? enfermo chico débil grande
Pregunta 2	El mal pensó que era una _____

	emboscada farsa victoria lástima
Pregunta 3 - Respuesta corta	¿Quién iba a pensar mal o bien? Respuesta: la gente
Pregunta 4	¿Quién se salvo? Bien Mal

Fuente: Elaboración propia

El Grillo Maestro

Allá en tiempos muy remotos, un día de los más calurosos del invierno el Director de la Escuela entró sorpresivamente al aula en que el Grillo daba a los Grillitos su clase sobre el arte de cantar, precisamente en el momento de la exposición en que les explicaba que la voz del Grillo era la mejor y la más bella entre todas las voces, pues se producía mediante el adecuado frotamiento de las alas contra los costados, en tanto que los Pájaros cantaban tan mal porque se empeñaban en hacerlo con la garganta, evidentemente el órgano del cuerpo humano menos indicado para emitir sonidos dulces y armoniosos.

Al escuchar aquello, el Director, que era un Grillo muy viejo y muy sabio, asintió varias veces con la cabeza y se retiró, satisfecho de que en la Escuela todo siguiera como en sus tiempos.

Tabla 12. Preguntas de El Grillo Maestro

Pregunta 1	¿Cómo vio el mal al bien? enfermo chico débil grande
Pregunta 2	El mal pensó que era una _____ emboscada farsa victoria lástima
Pregunta 3 - Respuesta corta	¿Quién iba a pensar mal o bien? Respuesta: la gente
Pregunta 4	¿Quién se salvo?

	Bien
	Mal

Fuente: Elaboración propia

La Oveja negra

En un lejano país existió hace muchos años una Oveja negra.

Fue fusilada.

Un siglo después, el rebaño arrepentido le levantó una estatua ecuestre que quedó muy bien en el parque.

Así, en lo sucesivo, cada vez que aparecían ovejas negras eran rápidamente pasadas por las armas para que las futuras generaciones de ovejas comunes y corrientes pudieran ejercitarse también en la escultura.

Tabla 13. Preguntas de La Oveja Negra

Pregunta 1	¿De qué color era la oveja fusilada? azul negra beige gris
Pregunta 2	La estatua está en ____ el bosque

	la plaza el museo la iglesia
Pregunta 3 - Respuesta corta	Las ovejas era rápidamente pasadas por____ Respuesta: las armas
Pregunta 4	¿En que se ejercitaban las ovejas? Escultura Pintura Danza Lírica

Fuente: Elaboración propia

La rana que quería ser auténtica

Había una vez una Rana que quería ser una Rana auténtica, y todos los días se esforzaba en ello. Al principio se compró un espejo en el que se miraba largamente buscando su ansiada autenticidad.

Unas veces parecía encontrarla y otras no, según el humor de ese día o de la hora, hasta que se cansó de esto y guardó el espejo en un baúl.

Por fin pensó que la única forma de conocer su propio valor estaba en la opinión de la gente, y comenzó a peinarse y a vestirse y a desvestirse (cuando no le quedaba otro recurso) para saber si los demás la aprobaban y reconocían que era una Rana auténtica.

Un día observó que lo que más admiraban de ella era su cuerpo, especialmente sus piernas, de manera que se dedicó a hacer sentadillas y a saltar para tener unas ancas cada vez mejores, y sentía que todos la aplaudían.

Y así seguía haciendo esfuerzos hasta que, dispuesta a cualquier cosa para lograr que la consideraran una Rana auténtica, se dejaba arrancar las ancas, y otros se las comían, y ella todavía alcanzaba a oír con amargura cuando decían que qué buena Rana, que parecía Pollo.

Tabla 14. Preguntas de La rana que quería ser auténtica

Pregunta 1	¿Qué objeto compro la rana? vestido espejo vitral reloj
Pregunta 2	La rana empezó a peinarse, vestirse y ____ arreglarse desvestirse maquillarse ejercitarse
Pregunta 3 - Respuesta corta	La rana se dedicó a ejercitar sus ____ Respuesta: piernas

Pregunta 4	¿Qué se dejó arrancar la rana? Ancas Piernas brazos panza
------------	--

Fuente: Elaboración propia

El mono que quiso ser escritor satírico.

En la Selva vivía una vez un Mono que quiso ser escritor satírico. Estudió mucho, pero pronto se dio cuenta de que para ser escritor satírico le faltaba conocer a la gente y se aplicó a visitar a todos y a ir a los cocteles y a observarlos por el rabo del ojo mientras estaban distraídos con la copa en la mano.

Como era de veras gracioso y sus ágiles piruetas entretenían a los otros animales, en cualquier parte era bien recibido y él perfeccionó el arte de ser mejor recibido aún. No había quien no se encantara con su conversación y cuando llegaba era agasajado con júbilo tanto por las Monas como por los esposos de las Monas y por los demás habitantes de la Selva, ante los cuales, por contrarios que fueran a él en política internacional, nacional o doméstica, se mostraba invariablemente comprensivo; siempre, claro, con el ánimo de investigar a fondo la naturaleza humana y poder retratarla en sus sátiras.

Así llegó el momento en que entre los animales era el más experto conocedor de la naturaleza humana, sin que se le escapara nada. Entonces un día dijo voy a escribir en contra de los ladrones, y se fijó en la Urraca, y principió a hacerlo con entusiasmo y gozaba y se reía y se encaramaba de placer a los árboles por las cosas que se le ocurrían acerca de la Urraca; pero de repente reflexionó que entre los animales de sociedad que lo agasajaban había muchas Urracas y especialmente una, y que se iban a ver retratadas en su sátira, por suave que la escribiera, y desistió de hacerlo.

Después quiso escribir sobre los oportunistas, y puso en ojo en la Serpiente, quien por diferentes medios auxiliares en realidad de su arte adulatorio lograba siempre conservar, o sustituir, mejorándolos, sus cargos; pero varias Serpientes amigas suyas, y especialmente una, se sentirían aludidas y desistió de hacerlo.

Después deseó satirizar a los laboriosos compulsivos y se detuvo en la Abeja, que trabajaba estúpidamente sin saber para qué ni para quién; pero por miedo de que sus amigos de este género, y especialmente uno, se ofendieran, terminó comparándola favorablemente con la Cigarra, que egoísta no hacía más que cantar y cantar dándose las de poeta, y desistió de hacerlo.

Después se le ocurrió escribir contra la promiscuidad sexual y enfiló su sátira contra las Gallinas adúlteras que andaban todo el día inquietas en busca de Gallitos; pero tantas de éstas lo habían recibido que temió lastimarlas, y desistió de hacerlo.

Finalmente elaboró una lista completa de las debilidades y los defectos humanos y no encontró contra quién dirigir sus baterías, pues todos estaban en los amigos que compartían su mesa y en él mismo.

En ese momento renunció a ser escritor satírico y le empezó a dar por la Mística y el Amor y esas cosas; pero a raíz de eso, ya se sabe cómo es la gente, todos dijeron que se había vuelto loco y ya no lo recibieron tan bien ni con tanto gusto.

Tabla 15. Preguntas de El mono que quería ser escritor satírico

Pregunta 1 Respuesta corta	- ¿Qué le faltaba al mono para ser escritor satírico? R: Conocer a la gente, conocer gente
Pregunta 2	El mono se mostraba siempre ____ con los otros animales atento comprensivo amable confiable
Pregunta 3	¿Cuál animal no es mencionado en la lectura? Gallina Urraca

	Oruga Abeja Serpiente
Pregunta 4 - Respuesta corta	Menciona uno de los defectos sobre los que quería escribir el mono Posibles respuestas: Promiscuidad sexual, laboriosos compulsivos, oportunistas, ladrones.
Pregunta 5 - Abierta	¿Porque el mono no se animó a ser escritor satírico? Sección: puntea esta respuesta.

Fuente: Elaboración propia

La mosca que soñaba ser un águila

Había una vez una mosca que todas las noches soñaba que era un Águila y que se encontraba volando por los Alpes y por los Andes.

En los primeros momentos esto la volvía loca de felicidad; pero pasado un tiempo le causaba una sensación de angustia, pues hallaba las alas demasiado grandes, el cuerpo demasiado pesado, el pico demasiado duro y las garras demasiado fuertes; bueno que todo ese gran aparato le impedía posarse a gusto sobre los ricos pasteles o sobre las inmundicias humanas, así como surgir a conciencia dándose topes contra los vidrios de su cuarto.

En realidad no quería andar en las grandes alturas, o en los espacios libres, ni mucho menos.

Pero cuando volvía en sí lamentaba con toda el alma no ser un Águila para remontar montañas, y se sentía tristísima de ser una Mosca, y por eso volaba tanto, y estaba tan inquieta, y daba tantas vueltas, hasta que lentamente, por la noche, volvía a poner las sienes en la almohada.

Tabla 16. Preguntas de La mosca que soñaba ser águila

Pregunta 1 - Múltiple	¿Sobre qué montes volaba la mosca? Everest Apalaches Andes Tibet Chucumatanes Himalaya Alpes
Pregunta 2	Soñar que era un águila llenaba a la mosca de felicidad todo el tiempo verdadero falso R: "En los primeros momentos esto la volvía loca de felicidad; pero pasado un tiempo le causaba una sensación de angustia..."

Pregunta 3 -	¿Qué comida extrañaba la mosca al ser un aguila?
Respuesta corta	R: Los pasteles, los ricos pasteles
Pregunta 4 -	A la Mosca le gustaba ser una mosca.
Respuesta corta	verdadero falso

Fuente: Elaboración propia

Página Web

- Pitch de la aplicación
- Estadísticas de lectura en Guatemala
- Niveles de comprensión lectora
- Método de aprendizaje utilizado
- Beneficios de la lectura en la persona

Redes sociales

- Frases literarias de autoexpresión.
- Método de aprendizaje utilizado
- Beneficios de la lectura en la persona
- Tableros de discusión

5.5.3.2 Contenido gráfico. A continuación se describen las características gráficas de las piezas a desarrollar, a manera que estos comuniquen de manera coherente su función dentro de la propuesta de diseño.

Concepto: “Leer es un acto de rebeldía”

Color. La función del color es diferenciar el contenido para el usuario. A nivel tecnológico, se utilizará una paleta flexible para poder utilizarse en los distintos escenarios en los que se presentan las historias. En esta paleta, predominará el espectro azul-violeta, el cual será complementado con otros colores contrastantes y degradado de color. (Ver Figura 38 y 39.) Esta paleta genera balance visual y nos permite resaltar aspectos relevantes dentro de la interfaz. Al ser los materiales realizados exclusivamente por medios digitales, se utilizarán los colores en formato Hex y RGB, con una resolución de 72 a 150 dpi, óptima para pantallas.

A nivel expresivo se elige una paleta de estas características por que nos permitirá comunicar dinamismo, armonía y congruencia, así como mantener una jerarquía clara de contenidos. (Ver Figura 40 y 41.) A continuación podemos ver las figuras referenciadas en la descripción:

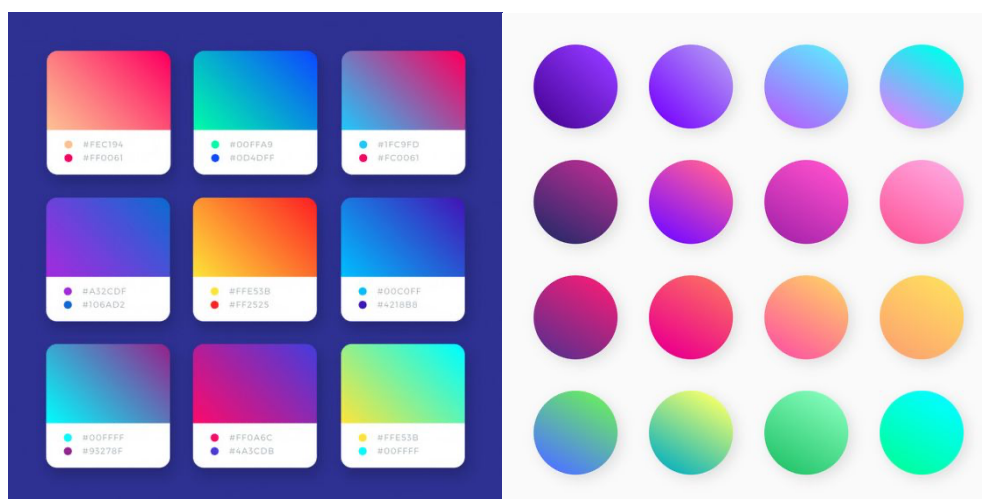


Figura 36 y 37. Ejemplo de paleta de color

Fuente: Google. Recuperado de: 69257581c1d8ef7288622e0d3685e808.jpg/ y 4d6fdeffa523b02790beabfa4ee70626.jpg/. [Consulta 22/04/2020]

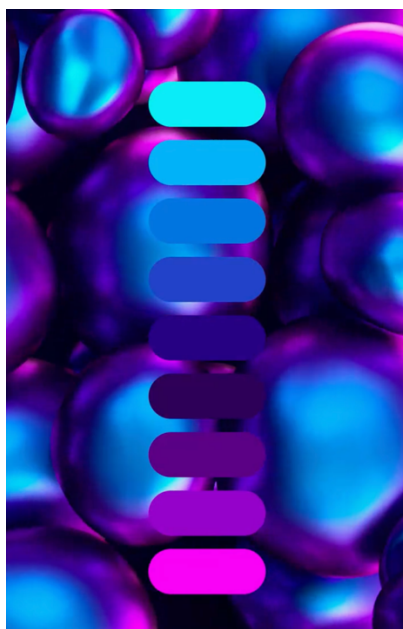


Figura 38. Ejemplo de dinamismo

Fuente: Pinterest. Recuperado de: e49922b086673430865a4ebd3502e14e.jpg [Consulta 22/04/2020]



Figura 39. Ejemplo de armonía

Fuente: Pinterest. Recuperado de [d5b074221b2a3bc9da3a720a079f67cf.jpg](https://www.pinterest.com/pin/d5b074221b2a3bc9da3a720a079f67cf/)
[Consulta 22/04/2020]

Imagen. La función de la imagen es generar interés en el usuario respecto al contenido, siendo esta un apoyo para optimizar el proceso de lectura y comprensión. A nivel tecnológico, se utilizará ilustración vectorial 2D, con sombras planas, de un grado de abstracción medio, con el fin de facilitar la retención de información. (Ver Figura 40 y 41.) Estas se realizarán en el programa de Adobe Illustrator por ser el más apropiado a estas características. Las ilustraciones serán trabajadas a una calidad de 150 dpi. A nivel expresivo, se busca que las imágenes provean curiosidad y expectativa.



Figura 40. Ejemplo de ilustración

Fuente: Google. Recuperado de [IYGYi7T.jpg](#)

[Consulta 22/04/2020]



Figura 41. Ejemplo de ilustración plana

Fuente: Google.

Recuperado de [de4551b3246300da0135175588aee6ee.jpg](#)

[Consulta 22/04/2020]

Tipografía. La función de la tipografía es facilitar el proceso de lectura y asimilación de contenido. Para ello, se utilizarán dos familias tipográficas para jerarquizar el contenido, siendo una con mucho dinamismo (Ver Figura 42) y la otra una familia de fácil lectura y comprensión de glifos. A nivel tecnológico, estas tipografías deben contar con caracteres especiales y diferentes grosores que permitan la diferenciación de contenido y jerarquía visual (Ver Figura 43). Las tipografías serán OpenSource Fonts para su utilización en múltiples medios digitales. A nivel expresivo, transmitirá una sensación de facilidad, motivando al usuario a proseguir la lectura de los textos.



Figura 42. Ejemplo de tipografía dinámica.

Fuente: Pinterest.

Recuperado de f769cc1d937d0d1da269ad4f6b461b3a.jpg

[Consulta 22/04/2020]

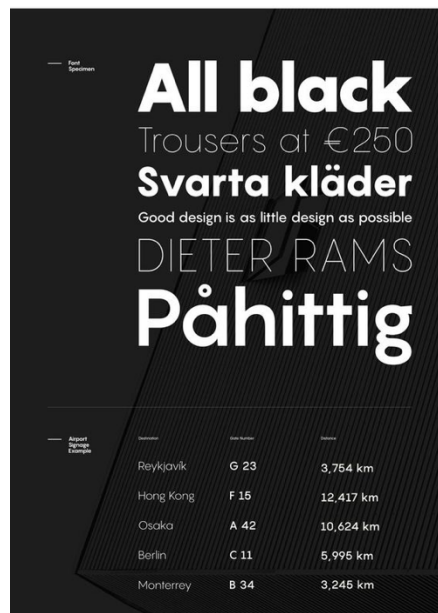


Figura 43. Ejemplo de tipografía con múltiples grosores.

Fuente: Pinterest.

Recuperado de ahh566vhkvpun

[Consulta 22/04/2020]

Formato. La función del formato es simplificar el acceso al material. A nivel tecnológico, para la aplicación se utilizará un formato digital móvil, con dimensiones de 317 x 812 px,(Figura 44). a fin de que este sea aplicable a la mayor cantidad de dispositivos. En cuanto a la web, se utilizará una medida estándar de 1920 x 1080 px, utilizando un formato responsive para mayor adaptabilidad (Figura 45). Por último, los posts de redes sociales se realizarán en un formato cuadrado de 1200 x 1200 px en Facebook, y una proporción de 5:3 en las publicaciones de instagram; así como proporción de 9:16 para las historias (Figura 46). A nivel expresivo se transmitirá accesibilidad y cercanía.

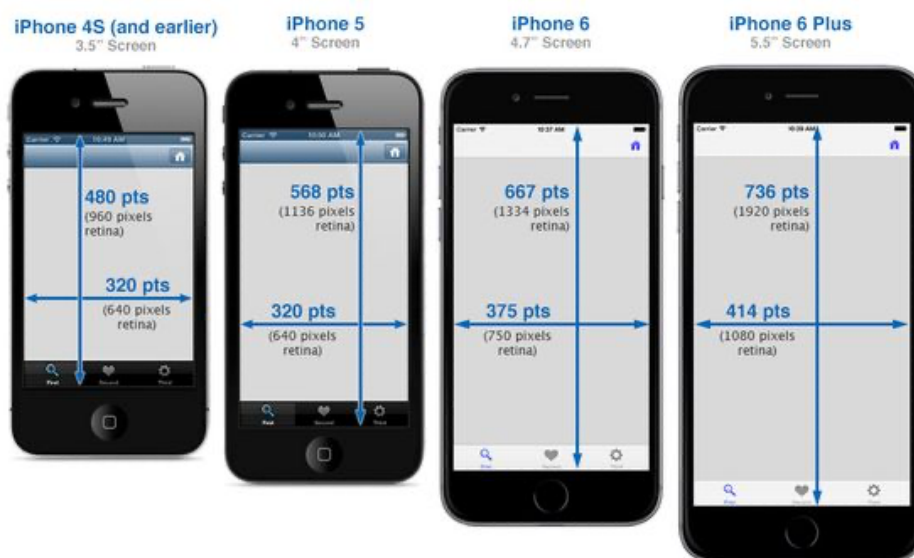


Figura 44. Dimensiones de pantalla móvil

Fuente: Pinterest.

Recuperado de 96b4bdb54523c40f207eba7c00b321b9.jpg

[Consulta 22/04/2020]

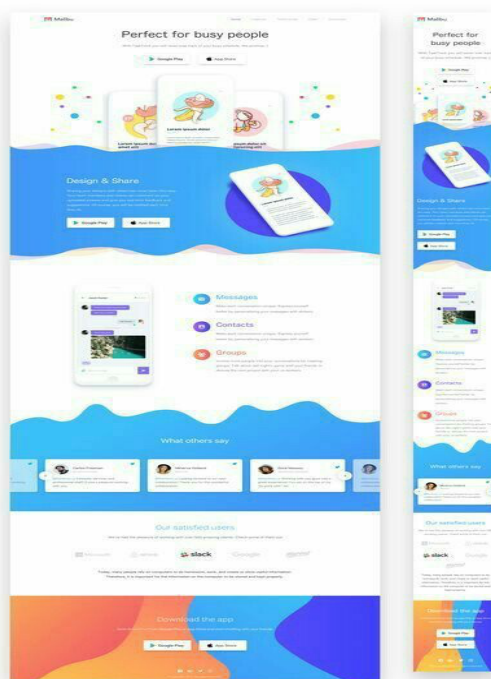


Figura 45. Dimensiones web

Fuente: Pinterest.

Recuperado de [2e22b1320e7f2732fb74b49929738d8e.jpg](#)

[Consulta 22/04/2020]

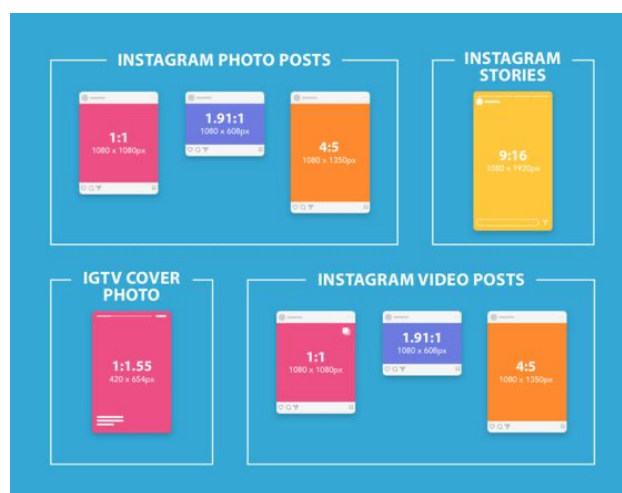


Figura 46. Dimensiones de redes sociales

Fuente: Pinterest.

Recuperado de [2e22b1320e7f2732fb74b49929738d8e.jpg](#)

[Consulta 22/04/2020]

Soporte. A nivel de función, el soporte busca la accesibilidad para el grupo objetivo. Es por ello que a nivel tecnológico se debe contar con una optimización de Search Engine, así como estar inscrita la aplicación en AppStore y GooglePlay; para el sitio web, contar con un dominio, hosting y una optimización de SEO. A nivel expresivo, se busca transmitir modernidad y accesibilidad.

Ejes de Diagramación. La función de los ejes de diagramación es generar una claro recorrido de usuario. A nivel tecnológico, se utilizará una retícula modular, la cual permite su adaptación a diferentes formatos (Figura 47). Por medio de esta se logra establecer una jerarquía visual clara y flexible. La retícula contará con 4 columnas para la aplicación y 12 columnas en el sitio web. Entre las columnas se contará con un padding adaptable según el material. A nivel expresivo, se busca transmitir adaptabilidad (Figura 48).

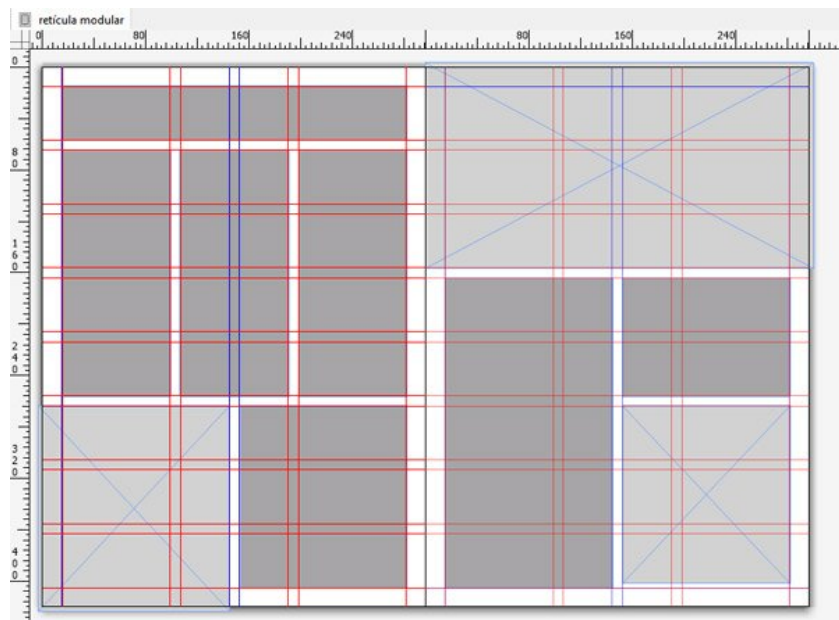


Figura 47. Retícula modular

Fuente: Pinterest.

Recuperado de [dd43338194a3b33f9800e0ee1fce7d41.png](#)

[Consulta 22/04/2020]

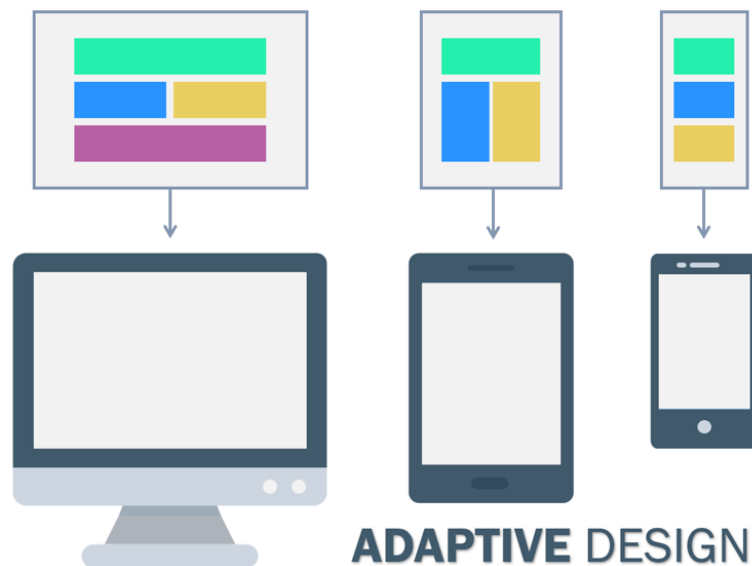


Figura 48. Adaptación de retícula

Fuente: Pinterest.

Recuperado de dd43338194a3b33f9800e0ee1fce7d41.png

[Consulta 22/04/2020]

Elementos gráficos de apoyo. Su función es apoyar al contenido del texto. A nivel tecnológico estos elementos están sujetos a los criterios descritos anteriormente en la sección de imagen y color. a nivel expresivo, estos buscan armonía.

5.5.3.2 Tono de comunicación. Con el fin de comunicar de manera efectiva el mensaje al grupo objetivo, el tono de comunicación que se utilizará es cercano, directo y amable, ya que buscan sentirse cómodos con los canales que interactúan. Se utilizará el tuteo y expresiones amistosas para transmitir conectar con los usuarios y dar esa imagen de comodidad, sin caer en un tono monótono. El fin de nuestra comunicación es crear un espacio y lenguaje seguro y divertido, con el fin de que se sientan invitados a practicar el hábito de lectura por medio de nuestros materiales.

6. Desarrollo de la propuesta

6.1 Proceso de Bocetaje

A continuación se detalla el proceso de bocetaje realizado para la propuesta, en base del concepto “Leer es un acto de rebeldía”.

Identidad Gráfica. Con el fin de definir los gráficos de la propuesta, se realizó un proceso de investigación del grupo objetivo, basándose en las características del mismo como generación, Gen Z, sus referentes e ideales. En base a dos pilares fundamentales de esta generación se definieron los elementos a utilizarse: la autenticidad y el deseo de ir contra patrones establecidos.

Para la paleta de color se observaron las estéticas predominantes del grupo objetivo, particularmente las de las subculturas presentes en medio sociales, siendo uno de los referentes principales “e-girl” Así mismo, se buscaron figuras populares relevantes parte de la generación y la estética que manejan, y el factor común que se encontró es el uso de colores fuertes y sólidos, contrastados con un color neutro. A continuación adjunto collage de referencia:

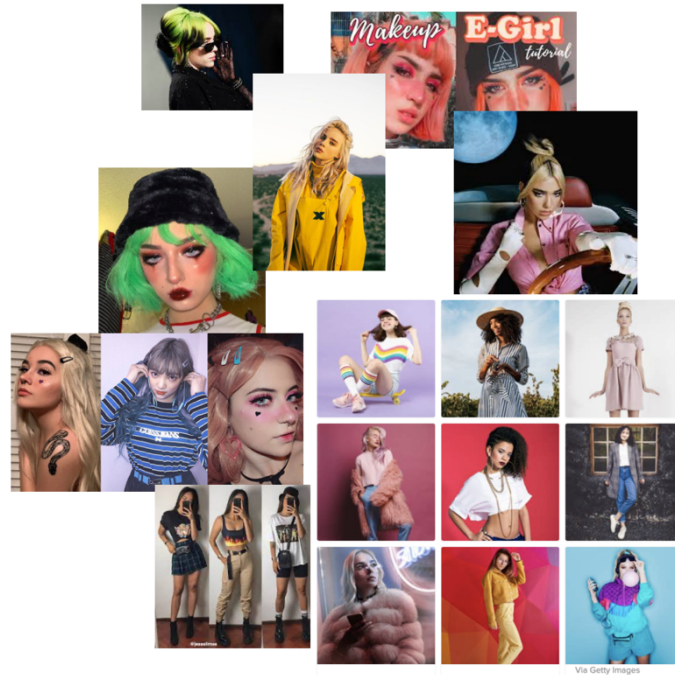


Figura 50. Collage de referencias

Fuente: Propia

En base a esto se seleccionó la siguiente paleta:



Tipografía. Basado en la observación estética de la generación, basándose en el concepto, y con el fin de adaptarse a los formatos digitales, se seleccionaron tipografías Open Source. Se cuentan con tres tipos:

Aclonica - Titulos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ12345678

Recursive - Subtitulos y Textos cortos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum

Open Sans - Textos e interacciones

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse

Aclonica: Elegida para títulos, se seleccionó esta tipografía debido a que cuenta con mucho dinamismo y personalidad, cualidades valoradas por el grupo objetivo, sin comprometer la legibilidad. Recursive: Para subtítulos, sus trazos hacen referencia a la tipografía utilizada por la máquina de escribir, pero de una manera moderna, subconscientemente modernizando la lectura. Open Sans: Tipografía de fácil lectura sans serif, elegida para facilitar el reconocimiento de letras y por su adaptabilidad.

Diagramación. Para permitir un mejor flujo de información entre plataformas y materiales digitales, se utilizará una grilla modular adaptable, a base de columnas, en el móvil se utilizarán 4 columnas, web 12 y en el resto de materiales se extenderá según aplique. La estructura dinámica generará un mejor flujo de información para el usuario.

Estilo gráfico. Con el fin de acompañar al texto y evitar la monotoneidad de la lectura de los textos, estos se acompañan con ilustraciones intercaladas. Estas se realizarán con trazos geométricos y figuras simples, permitiendo que se identifiquen

fácilmente. El trazo predomina a la forma y define la ilustración, dejando a sus detalles más característicos, y uso mínimo de color para evitar un sentimiento estático dentro de la aplicación, así como proveer un sentido de estética moderno y diferenciador a los materiales con un fin similar. El mantener la menor cantidad de detalles nos permite crear una ilustración icónica y de fácil retención de parte de los consumidores.





Aplicación. Como parte del proceso de diseño y realización de la interfaz, se realizó un mapa de contenido, el cual permitió estructurar la información así como el flujo de actividades. Se identificaron cuatro secciones principales: Ejercicios, Ranking, Perfil y Tienda. En la sección de ejercicios se podrán realizar las actividades de comprensión; en la sección de ranking ver las estadísticas y competir entre usuarios; en perfil conocer las métricas y por último en la tienda obtener power-ups.

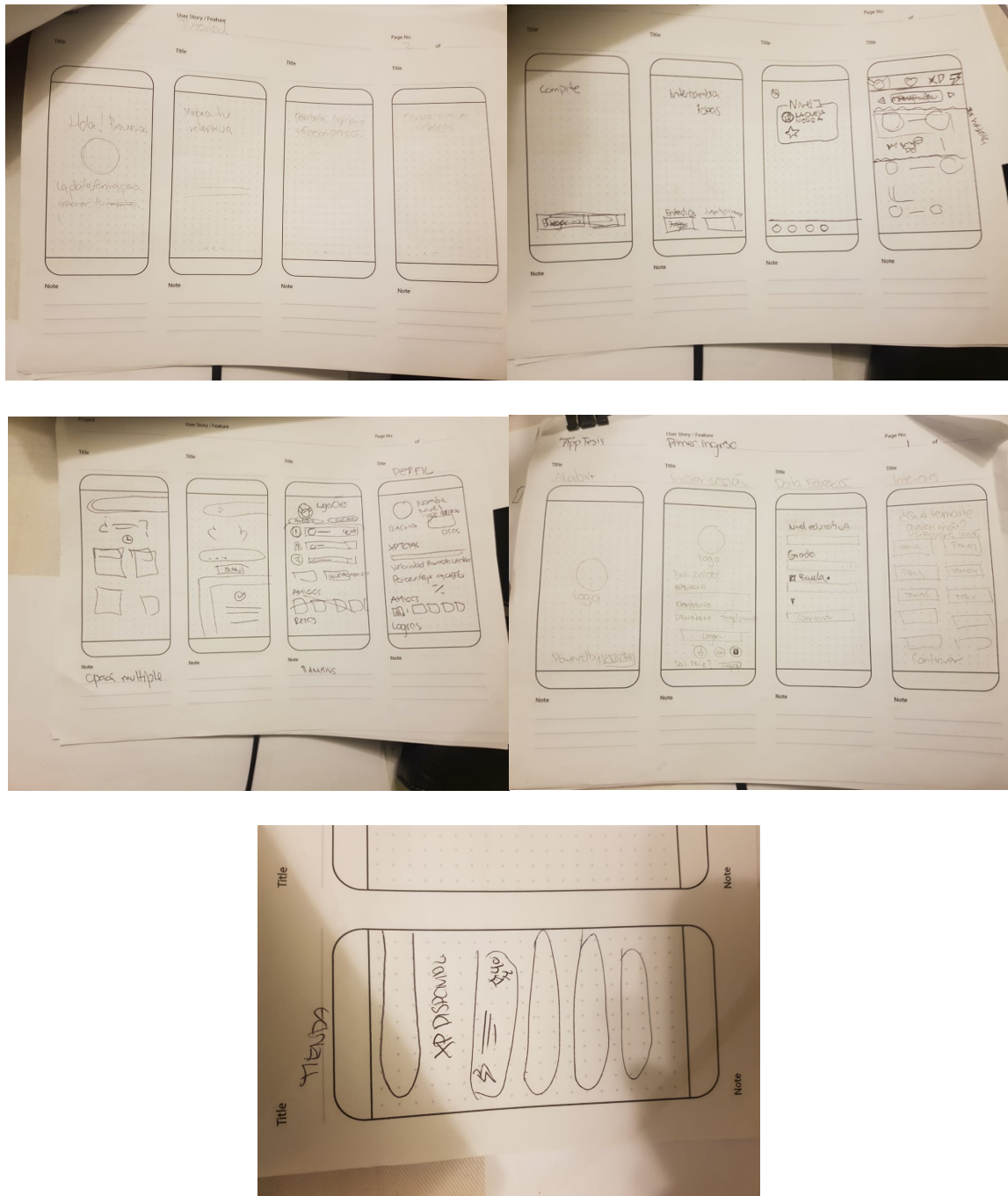


Figura 52 - 56. Proceso de wireframes análogo.

Fuente: Propia

Luego de realizar estos dos procesos, se realizó un desarrollo de naming y marca para la aplicación. El nombre escogido es "Lecta", ya que es una aplicación que se basa en dos pilares fundamentales: El promover la comprensión lectora del usuario y ser una herramienta para construir su intelecto. Por otra lado, la palabra nace por inspiración de

la raíz etimológica lecto, término utilizado para describir el uso del lenguaje por parte de un sujeto según sus características.

En conjunto se desarrolló un imagotipo con el fin de permitir la fácil identificación de la app a nivel gráfico. Para el desarrollo de la imagen se centró en que el app permite mejorar la comprensión de ideas de manera divertida para el usuario. Basado en esto se identificaron tres elementos a integrar: ideas, representadas por un bombillo, crecimiento, representado por una flecha, y diversión, representado por una sonrisa. En conjunto tras un proceso de atracción se llegó a la siguiente propuesta:



Figura 57. Logotipo del proyecto
Fuente:Propia

A continuación se ilustran los elementos integrados:

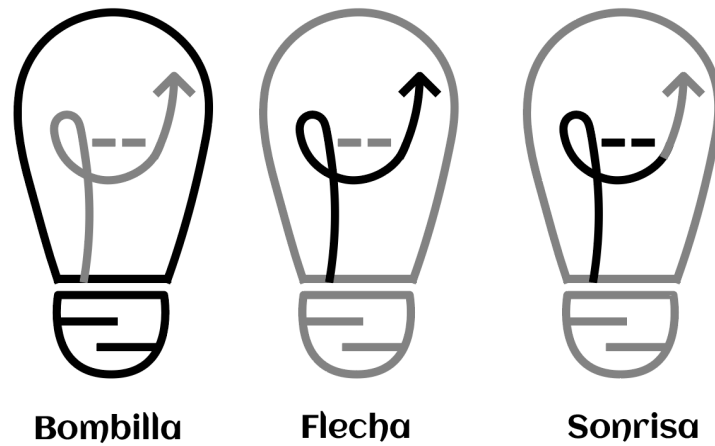


Figura 58. Abstracción desarrollada
Fuente:Propia

Una vez definida la identidad gráfica se desarrollaron los elementos que conformarán la aplicación, generando un UI Kit, el cuál incluye tipografía, colores, botones, íconos, etc. Los elementos contarán con un borde grueso y fondos de color desalineados, generando perspectiva y una efecto disruptivo en comparación al UI limpio que se suele encontrar en la mayoría de aplicaciones. A continuación se presentan los elementos:

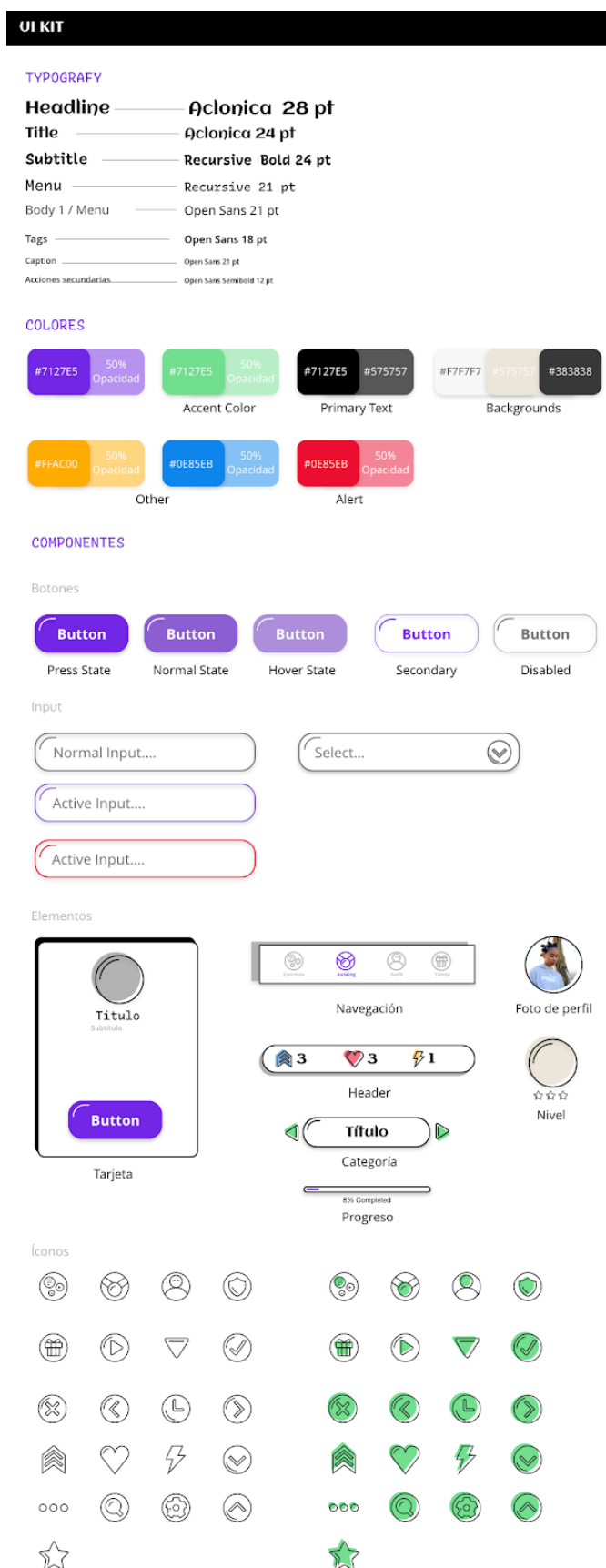
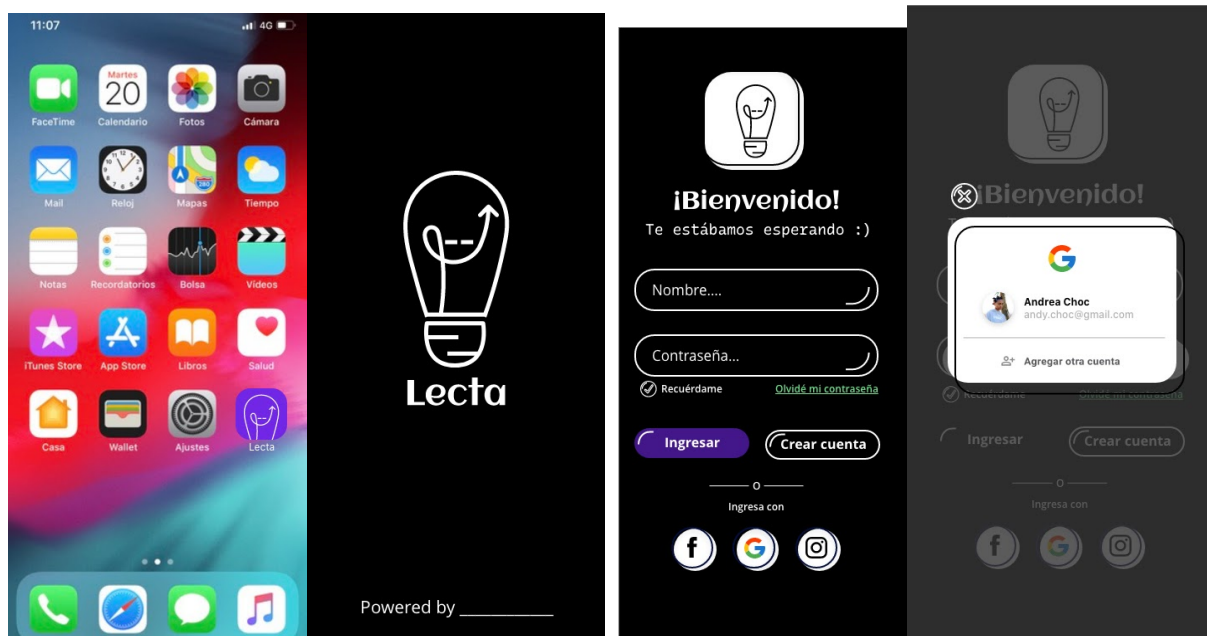


Figura 60. UI KIT
 Fuente: Propia

Una vez definidos los elementos, se realizaron las pantallas del prototipo de la aplicación, combinando el diagrama de contenido, wireframes, Ui kit y las ilustraciones desarrolladas previamente en la entrega pasada, para generar lo siguiente:



Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Nivel educativo... 

Grado... 

Entidad educativa... 

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Nivel educativo... 

Primaria

Secundaria

Diversificado

Universidad

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Secundaria 

Grado... 

Entidad educativa... 

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Secundaria 

Primero Básico 

Entidad educativa... 

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Secundaria 

Grado... 

Primero Básico

Segundo Básico

Tercero Básico

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Secundaria 

Primero Básico 

Inst 

Instituto Austriaco Guatemalteco

Instituto Adolfo Hall

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Ayúdanos a curar nuestro contenido

Con la siguiente información

Secundaria 

Primero Básico 

Instituto Austriaco Gua... 

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Hola! Bienvenida a

Lecta



La plataforma para
entrenar tu intelecto



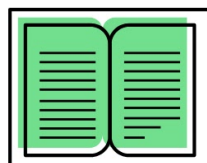
Mejora tu Retentiva



Por medio de
ejercicios rápidos



Conoce Nuevas Historias



Disfruta de nuestras
diferentes secciones
de relatos según tus
intereses



Compite para seguir Siendo mejor



Compite con tus
amigos y nuestro
ranking global



Agiliza tu Comprensión lectora



Con nuestros
diferentes textos y
preguntas



Intercambia Ideas



Compite con tus
amigos y nuestro
ranking global



Empieza

Selecciona los
temas que más te
Interesen



Jugar



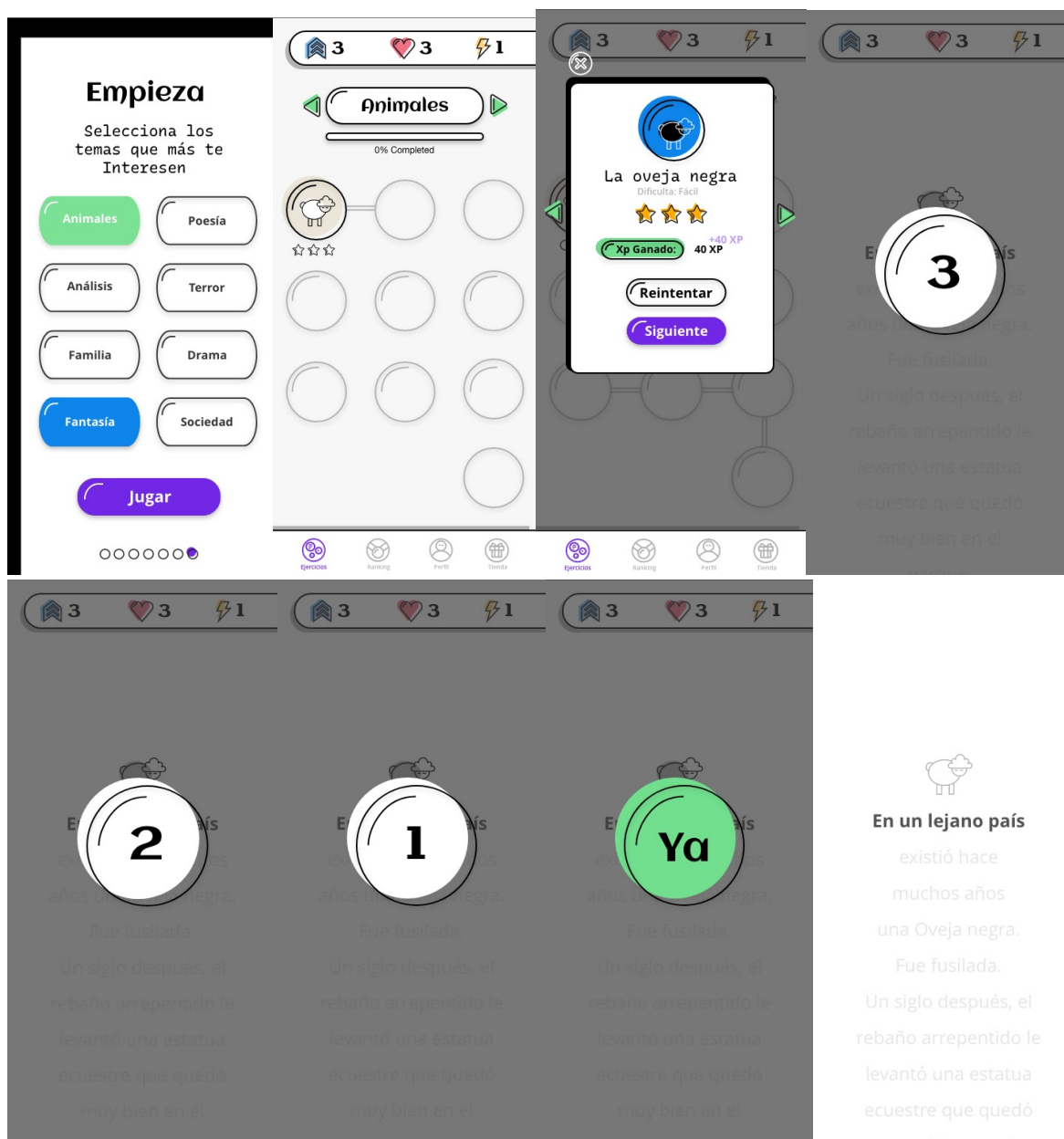
Empieza

Selecciona los
temas que más te
Interesen



Jugar



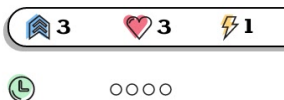




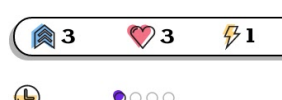
En un lejano país
existió hace
muchos años
una Oveja negra.
Fue fusilada.
Un siglo después, el
rebaño arrepentido le
levantó una estatua
ecuestre que quedó
muy bien en el
parque.

una Oveja negra.
Fue fusilada.
Un siglo después, el
rebaño arrepentido le
levantó una estatua
ecuestre que quedó
muy bien en el
parque.

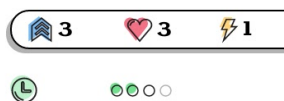
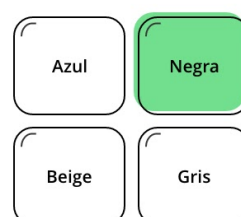
Así, en lo sucesivo,
cada vez que
aparecían ovejas
negras eran rá-
pidamente pasadas
por las armas para
que las futuras



¿De qué color
era la oveja fusilada?



¿De qué color
era la oveja fusilada?

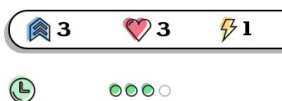


**"Las ovejas
eran rápidamente
pasadas por..."**

Escribe aquí tu respuesta

Respuesta....

Aceptar



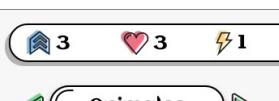
**"Las ovejas
eran rápidamente
pasadas por..."**

Escribe aquí tu respuesta

Las armas

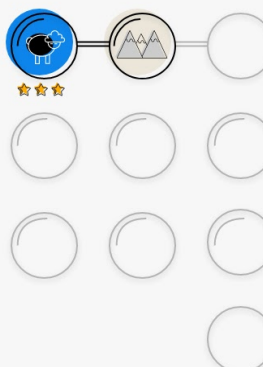
Aceptar

✓
"Las ovejas era rápidamente
pasadas por las armas.."



Animales

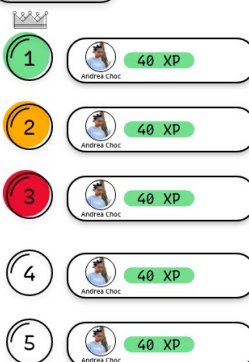
8% Completed

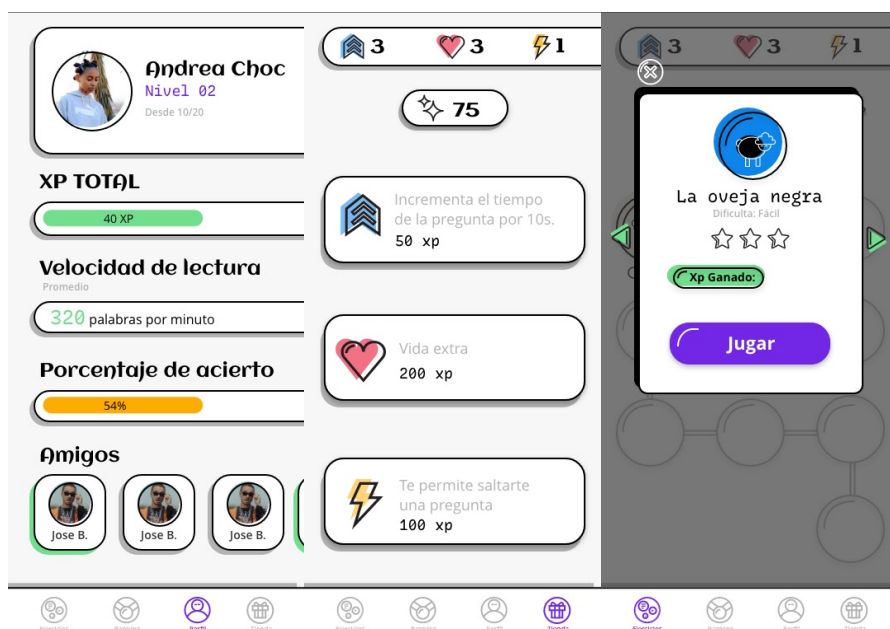


Liga de Oro

Amigos

Global





Desarrollo de página web. Como punto de contacto informativo, se desarrolló un sitio web de la aplicación. Este contiene información relevante acerca de la misión de la aplicación, que problema deseamos combatir, método de enseñanza utilizado, cualidades de la misma y los beneficios que puede proveer al usuario por medio de su uso constante. A nivel visual se buscó que fuera atractiva a la vista y de fácil navegación. Su fin principal es dirigir a la app store para la descarga de la aplicación. Se desarrolló un Site Map para distribuir la información en el sitio web, el que se detalla a continuación:



Basado en esto, se desarrolló el sitio web que se muestra a continuación:

Por un mundo con más comprensión.

La comprensión lectora, una vez aprendida, puede ayudar a mejorar los niveles de comprensión y análisis.

[Descarga la app](#)

Reflexiva

Para mejorar la comprensión lectora

Aplicativa

Para mejorar la comprensión lectora

Técnica

Para mejorar la comprensión lectora

Interactiva

Para mejorar la comprensión lectora

Desarrollando el potencial de tu intelecto.

Lectura surge a partir de un problema en el cual se presentan diversas formas de comprender y aplicar la lectura. Esto se presenta en el momento en que los resultados de los estudios realizados por el Ministerio de Educación, en el que los resultados de los estudiantes logran superar el nivel.

En base a los resultados de los estudios 2015

De un total de **157,318** estudiantes

63% tiene baja de comprensión lectora

Esto representa a **999,110** personas.

[Ver resultados](#)

¿Cómo funciona Lecta?

Perspectiva de juego

El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora. El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora.

Fomentamos la Construcción

El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora. El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora.

Conoce tus Habilidades

El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora. El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora.

Contenido curado para entrenar

El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora. El juego es una actividad que ayuda a mejorar la comprensión lectora.

Método de aprendizaje

Basado en la Teoría de la Memoria

Nivel literal

El nivel literal es el más básico de la lectura. Se trata de la comprensión de la información que se presenta en el texto. El nivel literal es el más básico de la lectura.

Nivel inferencial

El nivel inferencial es el más avanzado de la lectura. Se trata de la comprensión de la información que se presenta en el texto. El nivel inferencial es el más avanzado de la lectura.

Nivel crítico

El nivel crítico es el más avanzado de la lectura. Se trata de la comprensión de la información que se presenta en el texto. El nivel crítico es el más avanzado de la lectura.

Nivel creativo

El nivel creativo es el más avanzado de la lectura. Se trata de la comprensión de la información que se presenta en el texto. El nivel creativo es el más avanzado de la lectura.

Únete a nuestra comunidad

10,000 usuarios activos

24,000 lecturas diarias

70% de usuarios promotores

30% de usuarios avanzados

[Descarga la app](#)

Lo que queremos lograr

Expandir la cultura de nuestros usuarios

Mejorar su concentración y empatía

Favorecer su Desarrollo

Mejorar su capacidad de oratoria

Lecta

Redes sociales. Como puntos de comunicación y generación de contenido, se seleccionaron fb e instagram como redes sociales principales. El fin de estas es generar una interacción constante con la comunidad, así como atraer usuarios para la plataforma. La estrategia de contenidos se cimenta en contenido específico de la red social, así como contenido redirigido directamente desde la aplicación. Como ejemplo de este último, se desarrollaron dos ejemplos de contenido. Estos se basan en las ligas disponibles dentro de la aplicación, al ser ganador de una de ellas, el usuario puede compartirlo en sus redes sociales conectadas a la plataforma. Esto nos permite proveer una satisfacción al usuario por utilizar nuestra app, y de manera indirecta, alcanzar a usuarios potenciales en el círculo de nuestros campeones. A continuación se presenta el ejemplo de arte para instagram stories.



Por otro lado, desde el perfil de la aplicación se publicarán los ganadores de las ligas al finalizar la temporada, y estas se mantendrán en las historias destacadas. Esto nos permite generar un espíritu de competencia entre los usuarios, motivando la constancia de juego, así como la generación de comunidad entre los campeones, así como exposición.



En cuanto al contenido propio de la red social, se desarrolló una estructuración de contenido editorial variable según se realice el lanzamiento de la aplicación. A continuación se presenta el listado de ideas de contenido, en conjunto de la explicación de cada uno, y un key visual de mismo:

Actualizaciones de la app. El mantener informado a los usuarios de las mejoras, contenidos nuevos y novedades de la aplicación permite mantener el uso constante de la misma, así como generar expectativa en la comunidad. A continuación se presenta un ejemplo con una nueva categoría de contenido.



Utilización de humor y “memes” para promover la app. El grupo objetivo es un nativo virtual y suelen recurrir al humor constantemente, es por ellos que se propone la utilización de memes con el fin de conectar y causar un sentimiento de cercanía con nuestros usuarios. Estos chistes serían realizados en cuanto a situaciones que pueden llegar a suceder al utilizar la app. A continuación se adjuntan dos ejemplos para ilustrar la idea:



Ejercicios resueltos. Dado a que las redes sociales son una extensión de la app, el contar con ejercicios rápidos que pueda realizar el usuario nos permite demostrar el funcionamiento de la app para usuarios potenciales, así como mantener la plataforma presente en el entorno digital del usuario. A continuación se muestra la dinámica por medio de un carrousel de imágenes.

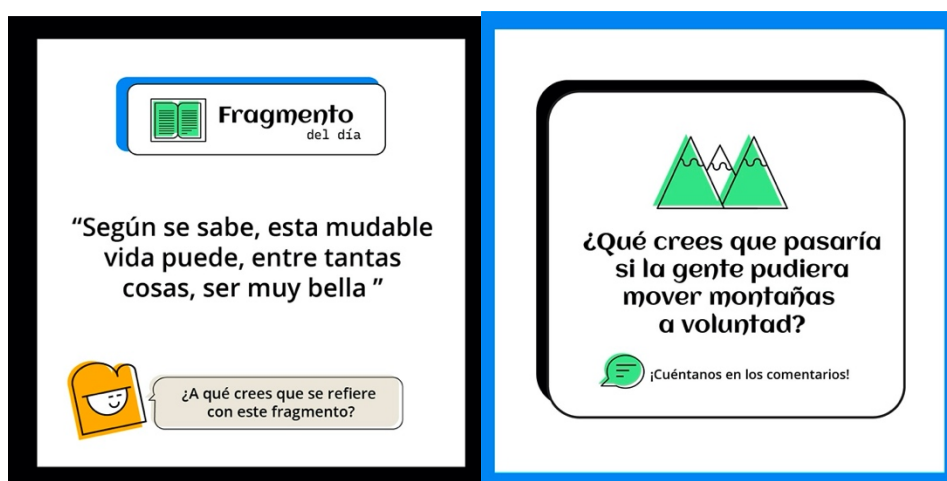


En la última imagen se añaden íconos que motiven al usuario a compartir e interactuar con el contenido.

Frases de motivación. Como parte del contenido de marca, el contar con frases de mejora personal de personajes celebres nos permite generar un sentimiento de positivismo e inspiración.



Sección de análisis. Con el fin de motivar el nivel creativo de aprendizaje fuera de la aplicación, se propone el generar espacios de reflexión y opinión dentro de las redes, creando discusiones acerca del contenido.



Datos curiosos de los autores y textos. El fin de estos es generar curiosidad y también proveer un mayor contexto acerca de la relevancia del contenido que consumen nuestros usuarios, de manera compacta y fácil de comprender.



Beneficios de la aplicación. Resaltar la misión y el valor que le provee al usuario nuestra aplicación, aparte de recreación, nos permite mantener la marca en su mente, y generar motivación inconsciente a seguir utilizando la plataforma.



Críticas y comentarios. Este contenido está dirigido principalmente a usuarios potenciales, utilizando testimonios y reseñas de usuarios reales se genera veracidad.



Post de marca. Siendo una marca nueva, es muy importante el resaltar los valores y estética de la marca para generar reconocimiento y expectativa en nuestros usuarios potenciales.



Post promocionales. Como estrategia de lanzamiento se dividirá en tres partes: expectativa, lanzamiento, marca. La fase de expectativa apelará a la rebeldía natural que se da en la adolescencia, con un tagline simple en conjunto de la imagen de marca. Los post de expectativa serán de manera sencilla y utilizarán la repetición como herramienta para generar reconocimiento.



Una vez se lance la aplicación, se enfocará en promocionar las cualidades de la aplicación y que aporta al usuario. Seguirán siendo textos simples y con poco contexto para generar interés y misterio acerca de qué contiene realmente la app.



Por último, una vez ya esté posicionada la aplicación, se utilizarán anuncios que resalten las cualidades de juego de la app y su interfaz. Siempre el tono de comunicación se mantendrá retador y sencillo.



Por último, se presentan los artes ordenados en una grilla integrada:



6.2 Validación

Análisis e interpretación de los resultados. Como siguiente paso en el desarrollo de la propuesta, se realizó un proceso de validación con expertos en educación, diseñadores gráficos y miembros del grupo objetivo, con el fin de obtener retroalimentación y así mejorar la propuesta realizada. Para cada grupo se realizó un instrumento de validación específico. (Ver Anexos.) A continuación se muestran los resultados obtenidos de cada grupo y el análisis de los mismos:

Expertos en educación. Se utilizó una muestra de 5 expertos de educación entre los que se encontraban maestros y pedagogos, con el fin de recopilar comentarios y críticas a mejorar de la experiencia de aprendizaje en el proyecto. A nivel general se encontró un nivel de aceptación grande por el proyecto y consideraron que era una buena manera de motivar de manera alternativa el ejercicio de destrezas lectoras por medio de un enfoque lúdico.

En cuanto a la gráfica presentada, los expertos mostraron aceptación hacia el estilo gráfico utilizado y los colores, resaltaron que el uso de colores fuertes en el aprendizaje es vital. Mencionaron que sería ideal el contar con fondos no completamente blancos, particularmente en la aplicación, para evitar el cansancio de la vista, e incluir un modo nocturno también. Las ilustraciones y elementos gráficos fueron bien aceptados.

En cuanto al contenido presentado, se hicieron observaciones acerca de añadir información respecto a los autores de quiénes se seleccionaron los textos, así como datos

curiosos de los mismos. Por otro lado, consideraron relevante el incluir una sección que permita ejercitar el nivel creativo de aprendizaje, de ejemplo pusieron una sección en la que se pudieran crear textos en base a oraciones ya establecidas, y en ella se pudieran cambiar las palabras. Cabe resaltar que este contenido aplica también para redes sociales.

En cuanto a la página web, se propuso que este fuera un punto de contacto dirigido a padres y educadores, con el fin de informarlos acerca de la aplicación y ellos poder aplicarla dentro de su proceso de enseñanza, así como incluir una sección de consejos para padres y maestros. También el añadir los indicadores CNB con el fin de proveer veracidad a la página.

Las redes sociales fueron aceptadas, los comentarios giraron principalmente a añadir contenido para padres en Facebook particularmente y el uso de otras plataformas, tales como Youtube para promocionar la aplicación. La mayoría mencionó que el concepto de la aplicación se podría aplicar a diferentes niveles educativos y que más adelante sería ideal expandir la misma para cubrir mayores niveles de educación.

Como parte de la propuesta mencionaron que sería implementarlo en escuelas y centro educativos de una manera poco convencional para darlo a conocer.

Grupo Objetivo . Se utilizó una muestra de 29 estudiantes de educación media en entidad privada para conocer sus reacciones e impresiones del proyecto tan solo

viendo las piezas sin mayor contexto, con el fin de acercar lo más posible a la realidad su respuesta.

A nivel general se mostró entusiasmo por la propuesta y sus elementos, considerándola funcional y mostrando interés en utilizarla desde ya. Algo que resaltaron mucho es el que la interacción entre amigos les resulta muy importante dentro del proyecto. Consideraron los elementos gráficos utilizados atractivos y comprendieron la función de cada pieza. Sin embargo, mencionaron que la página web no les resultó atractiva ya que no suelen conectar con esos medios, prefieren utilizar las otras dos piezas.

En cuanto a tipografía, consideraron claro el estilo utilizado, pero importante el aumentar el tamaño de letra para una mejor visibilidad. En cuanto a los colores, mencionaron que los colores les llamaron la atención y les transmitieron alegría, diversión y juego. Al discutir el formato mencionaron que les resulta ideal el formato de aplicación y redes sociales, mencionando que es una manera de atraer más usuarios.

Las piezas más criticadas fueron los artes publicitarios, mencionando que no les resultan tan llamativos y que les falta generar impacto.

Diseñadores gráficos. Para el proceso de validación se utilizó una muestra de 13 diseñadores gráficos expertos en estrategia y desarrollo de interfaces. Si bien los

comentarios fueron mezclados, a nivel general la propuesta fue apoyada y sus comentarios fueron vitales en el resultado final de misma.

Como comentarios iniciales del proyecto es que si bien muestra una idea concreta y bien desarrollada, a nivel de transmitir el concepto en la gráfica se desvía un poco, por lo que mencionaron la importancia de agregar elementos más “rebeldes” o adaptar el concepto a que se alinee más con la gráfica actual si aplica. Mencionaron que las ilustraciones dan una impresión infantil y que sería importante volverlas más adultas para el grupo objetivo. Así como la simplificación de elementos en la línea gráfica, ya que puede resultar muy cargado. Por otro lado, nivel de componentes de diseño, mencionaron que la utilización de desfase en elementos de navegación e ingreso de datos no es ideal, por lo tanto relegar el desfase para elementos que no representen una acción. Mencionaron que es importante realizar un ajuste de tipografías para ayudar a la comprensión de textos, utilizando una más simple, sobretodo para subtítulos y pequeños textos en las pantallas. En cuanto a color, las opiniones fueron mezcladas, ya que se mencionó mucho choque visual y necesidad de refinarlos por parecer infantiles.

Dentro de las piezas, se comentó que la aplicación debe contar con más dinamismo a manera de ilustrar el concepto, y también la utilización de fondos de color para eliminar la prevalencia del blanco dentro de la aplicación. Así mismo, el minimizar los textos introductorios. Como agregados mencionaron el incluir ejercicios extras y recompensas para mantener la motivación dentro del juego. Pasando a la página web, la mayoría afirmó que el uso del fondo de color no es ideal y este no se asemeja a las

otras piezas, además de contar con elementos desproporcionados. Recomendaron la simplificación de los elementos y fondos planos. A nivel de contenido el incluir ejercicios y más contenido interactivo dentro de la aplicación para darle mayor nivel de interacción.

En cuanto a las redes sociales, los comentarios se enfocaron principalmente en tipografía y colores mencionados anteriormente. A nivel de contenido fue aceptado, tan solo se sugirió incluir otros aspectos de contenido y aprovechar otros contenidos, tales como vídeo, reels, igtvs y filtros. También se mencionó el replantear la pauta y los posts publicitarios. Como comentarios adicionales se comentó la importancia de implementarlo en escuelas y buscar nuevas estrategias para promocionar la aplicación más allá de redes sociales.

Cambios realizados. En base a los datos recopilados en la validación se decidieron realizar los siguientes cambios:

Línea Gráfica. Implementación de nuevos elementos con el fin de transmitir la sensación de rebeldía en la propuesta.(A verse en las piezas)

Ajuste de tipografías para mayor comprensión.

Tipografía Antes

Headline ————— **Aclonica 28 pt**
Title ————— **Aclonica 24 pt**
Subtitle ————— **Recursive Bold 24 pt**
Menu ————— **Recursive 21 pt**
Body 1 / Menu ————— **Open Sans 21 pt**
Tags ————— **Open Sans 18 pt**
Caption ————— **Open Sans 21 pt**
Acciones secundarias ————— **Open Sans Semibold 12 pt**

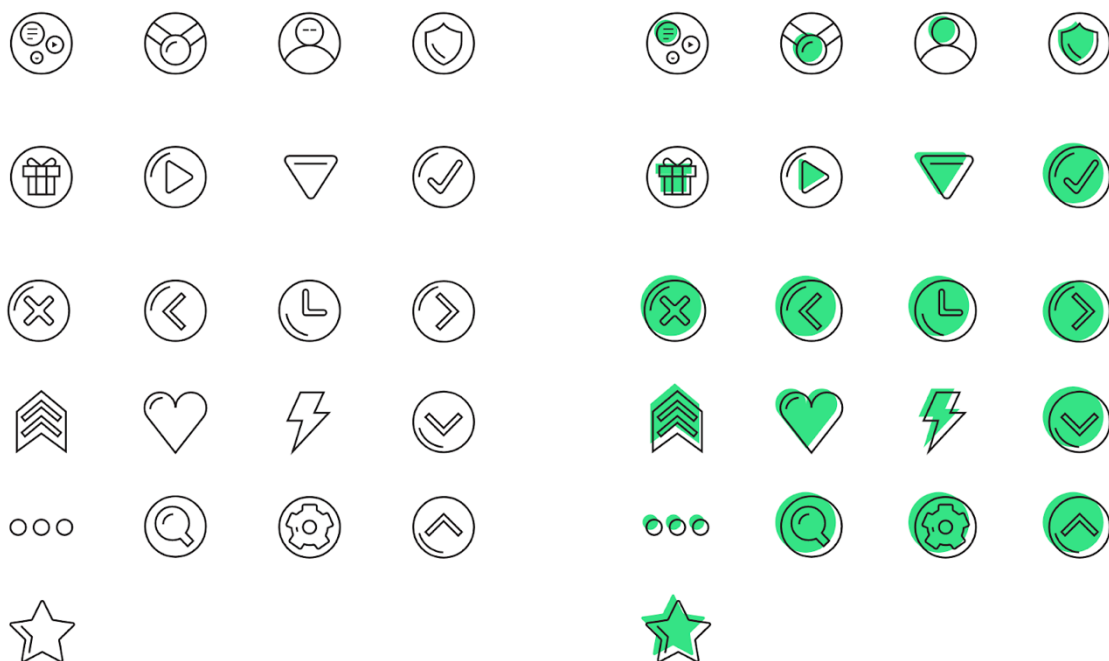
Tipografía ahora

Headline ————— **Aclonica 28 pt**
Title ————— **Recursive Bold 21 pt**
Subtitle ————— **Open Sans Bold 18 pt**
Body 1 / Menu ————— **Open Sans Regular pt**
Tags ————— **Open Sans 14 Semibold pt**
Caption ————— **Open Sans bold 12 pt**
Acciones secundarias ————— **Open Sans Semibold 12 pt**

Simplificar los detalles de la línea gráfica

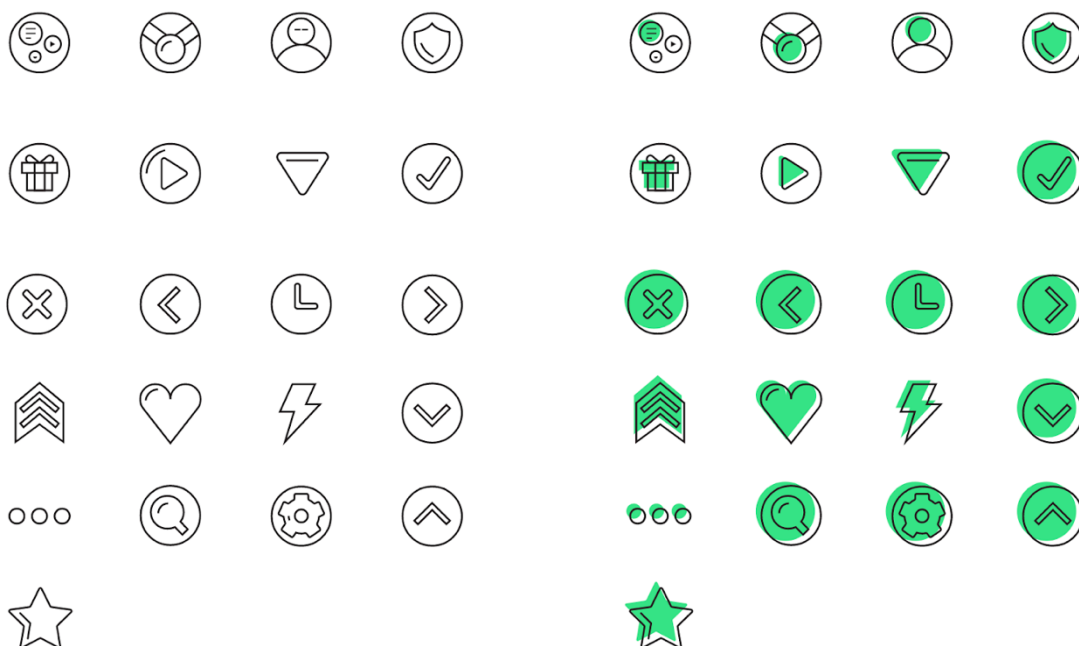
Iconos Antes

Íconos



Iconos

ahora



Cambios para evitar que se transmita de manera infantil. (a verse en las piezas gráficas)

Aplicación

Cambio a los textos de carrousel de inicio para volverlos más cortos

Carrousel Antes

**Ayúdanos a curar
nuestro contenido**

Con la siguiente información

Nivel educativo...

Grado...

Entidad educativa...

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

Conoce

**Nuevas
Historias**



Disfruta de nuestras
diferentes secciones
de relatos según tus
intereses

Carrousel Ahora

¡Queremos conocerte!

Con la siguiente información

Nivel educativo...

Grado...

Entidad educativa...

[¿Para qué sirve esta información?](#)

Ingresar

Al ingresar aceptas nuestras [Políticas de privacidad](#)

**Nuevas
Historias**



Diferentes relatos en
base a tus intereses

Eliminación del desfase en elementos de ingreso de información.

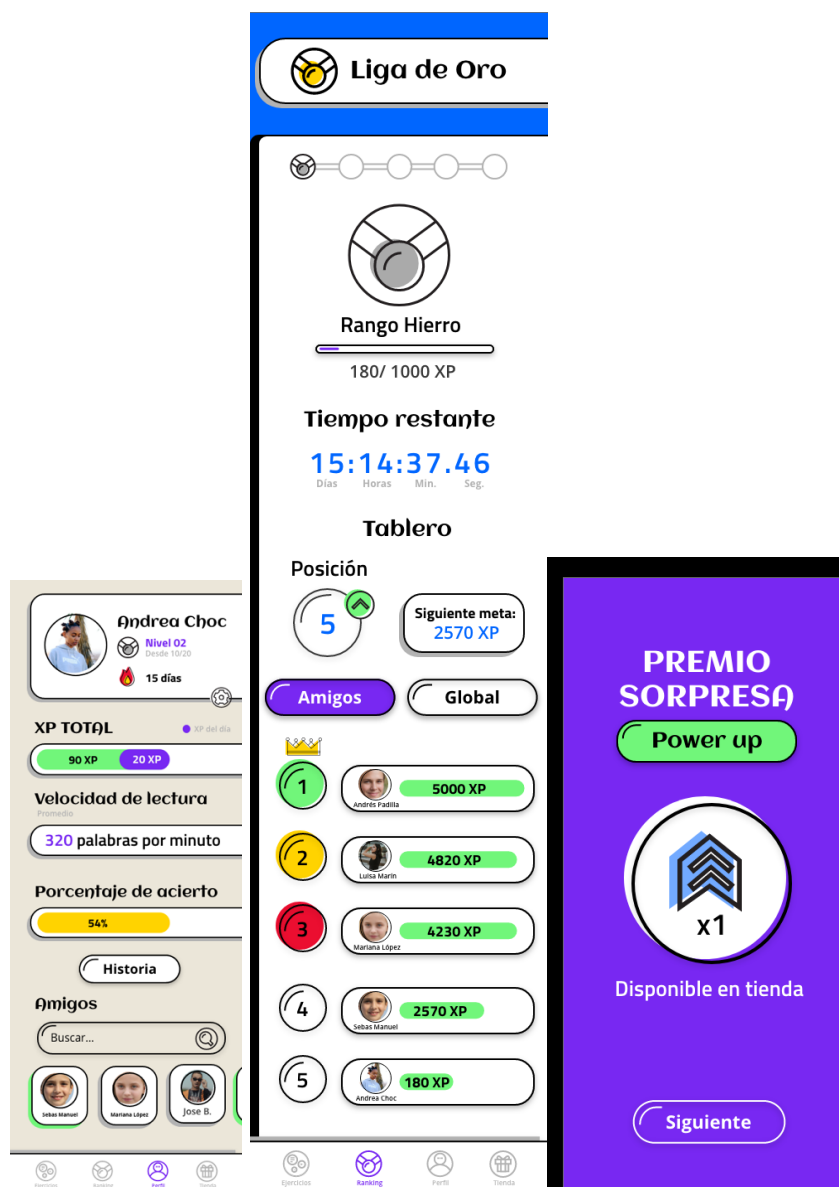
Cambio de color de fondo en pantallas clave.

Antes



Ahora

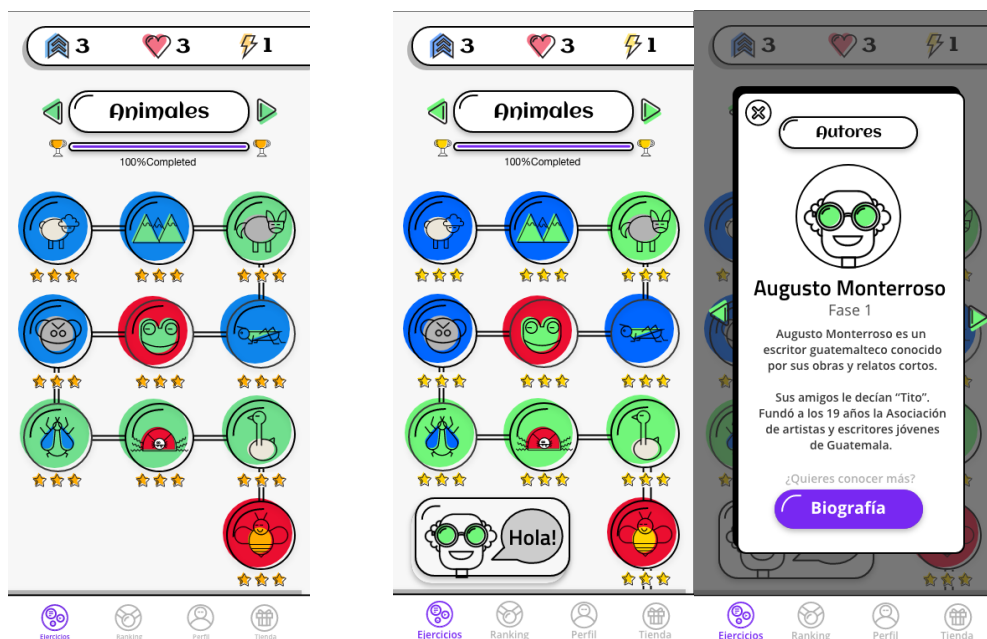




Añadir sección de información del autor

Antes

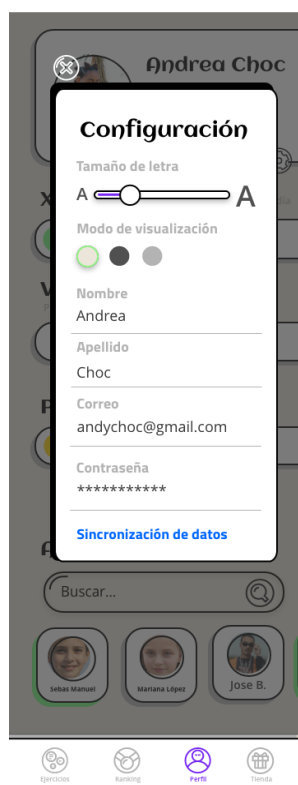
Ahora



Añadir distintos modos de interfaz para lectura y agrandar los tamaños de letra

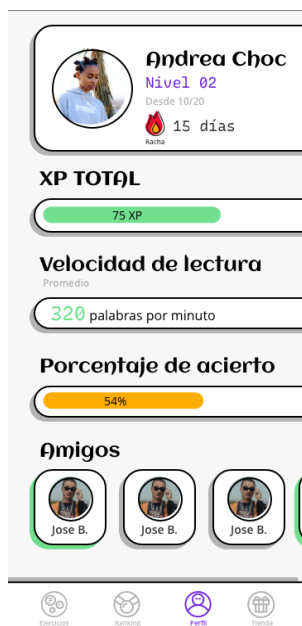
Antes: No existía la opción.

Ahora:

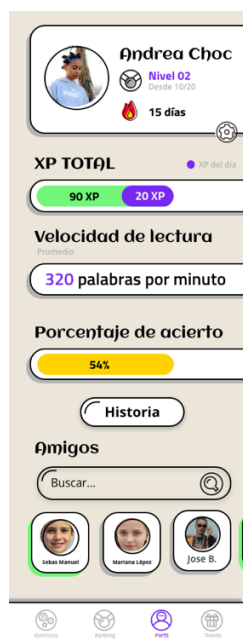


Corrección de la pantalla de perfil para mayor comprensión e incluir progreso.

Antes



Después



Website.

- Reenfocar para padres y maestros como grupo objetivo primario.
- Cambiar el fondo de colores por fondos planos.
- Incluir Indicadores CNB y sección de consejos para padres y maestros.
- Reordenación de contenidos

Antes



Después



Redes Sociales. Cambios en las tipografías.

Cambiar enfoque de facebook

Implementar actividades en stories.

Instagram

Antes

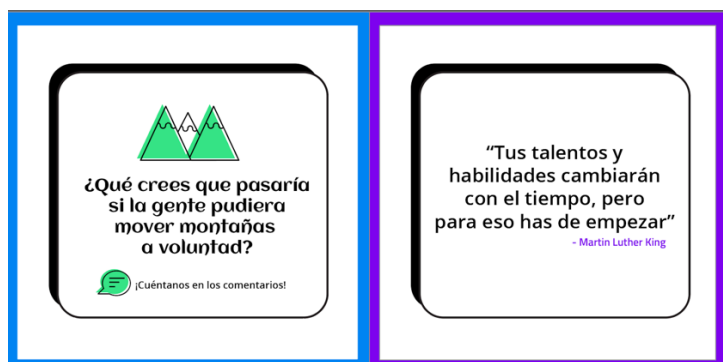


Después

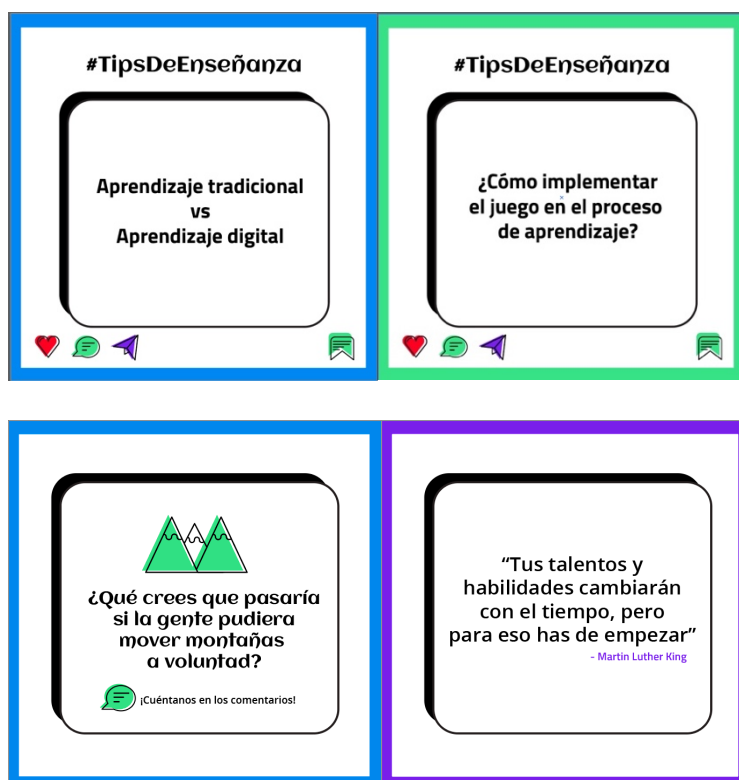


Facebook

Antes



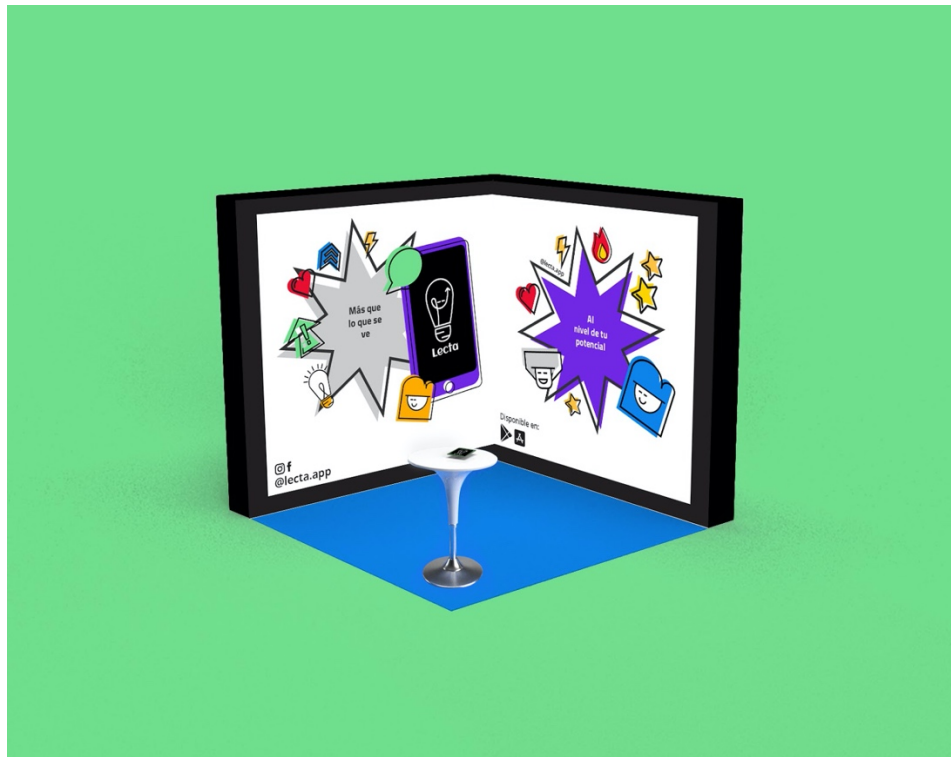
Después



Nuevas piezas. Basado en los comentarios de los tres grupos, se implementaron nuevos elementos en la propuesta con el fin de volverla más completa:

- Estrategia de promoción en entidades educativas
- BTL
- Promocionales
- Afiche

- Posts
- Promoción en app

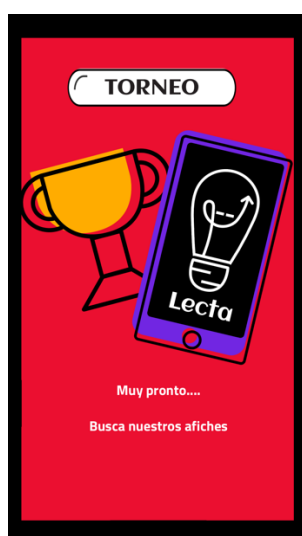
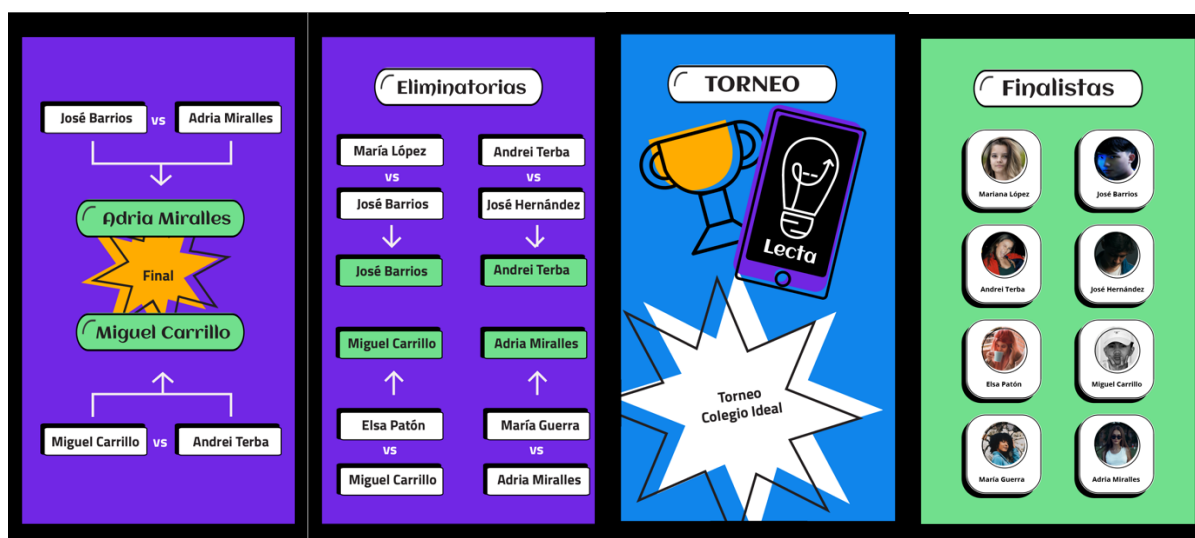












6.3 Propuesta final

En base a todo el proceso desarrollado, a continuación se presenta la fundamentación de las piezas y elementos utilizados en la propuesta final del proyecto, bajo el concepto “Leer es un acto de rebeldía” y los objetivos de diseño planteados anteriormente.

Naming. Para el desarrollo de la propuesta, se realizó un proceso de selección de nombre para el proyecto, con el fin de que sea fácilmente identificable en los diferentes medios seleccionados.

“Lecta”

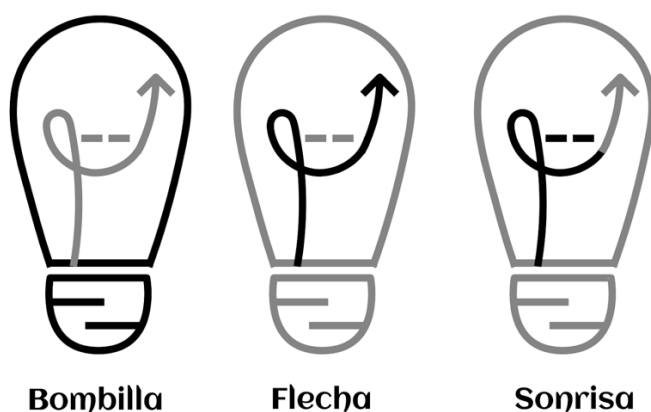
Se seleccionó este nombre debido a que hace referencia a la función principal del proyecto, el promover el ejercicio de lectura para la mejora del intelecto. El ser de pronunciación fuerte y lectura rápida permite una rápida recordación de la palabra. Así mismo, el utilizar una contracción de la palabra intelecto evoca el uso de jerga, aspecto del lenguaje comúnmente utilizado por el grupo objetivo. Por último, pronunciación fuerte debido a la acentuación de la palabra, genera un sentido de presencia, propiedad y fuerza, comunicando aspectos ligados a la esencia de la marca.

Logotipo. Así como se generó un identificador fonético para el proyecto, se desarrolló un identificador visual, el cual se presenta a continuación.



Fuente: Elaboración propia

El imagotipo se construye basándose en un foco, imagen relacionada a las ideas, y sus trazos ligeros y geométricos buscan evocar el sentido relajado de juego. Se elige esta construcción basado en que generalmente las aplicaciones que buscan fomentar la lectura tienden a utilizar elementos visuales que evocan aspectos académicos y de estudio, mientras que nuestra propuesta busca lo contrario a nivel conceptual y visual. Dentro del isotipo realizado, se encuentran integrados tres aspectos que desea generar en el usuario el proyecto, los cuáles se ilustran a continuación:



Fuente: Elaboración propia

La bombilla hace referencia a la generación de ideas como habíamos mencionado anteriormente, la flecha al crecimiento y potenciación de las habilidades de comprensión que deseamos aportar al individuo, y la sonrisa al enfoque divertido y lúdico que se propone.

Paleta de color. Al ser el proyecto dirigido a adolescentes, se realizó una investigación de la estética, moda y referentes visuales de la generación Z, con el fin de

generar una paleta atractiva para los mismos relacionada al concepto, que al mismo tiempo no interrumpa o distraiga del proceso de aprendizaje dentro de la aplicación.

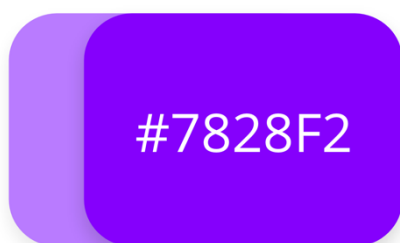
La paleta de colores principal seleccionada es la siguiente:



Fuente: Elaboración propia

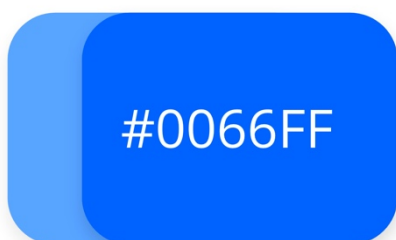
Se eligió una paleta saturada con el fin de llamar la atención del grupo objetivo, resaltando el que la autenticidad, fuerza y el resaltar son aspectos relevantes del mismo.

A continuación se detallan los valores de cada color:



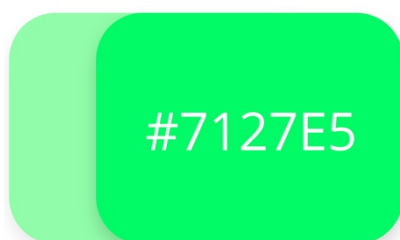
CMYK: 68% 81% 0% 0%

RGB: 113 39 229



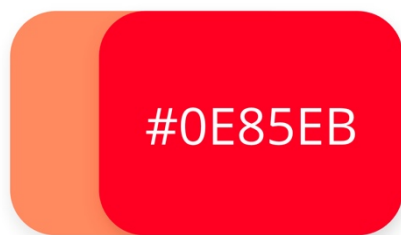
CMYK: 81% 61% 0% 0%

RGB: 0 102 255



CMYK: 75% 0% 100% 0%

RGB: 113 246 122



CMYK: 0% 100% 88 % 0%

RGB: 235 14 48



CMYK: 0% 15% 100% 0%

RGB: 255 211 0

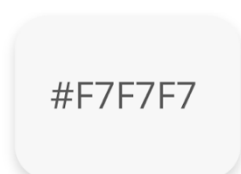


CMYK: 0% 0% 0% 100%

RGB: 0 0 0

Fuente: Elaboración propia

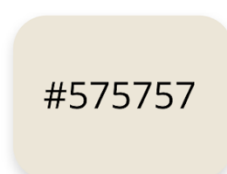
Como paleta secundaria, la cual se utilizará principalmente para fondos y detalles, se seleccionó una paleta neutra y clara, que favorezca el ritmo de lectura y en contraste a la paleta principal, provea un descanso visual al usuario:



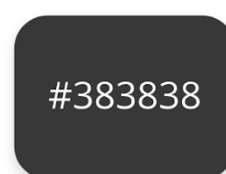
#F7F7F7



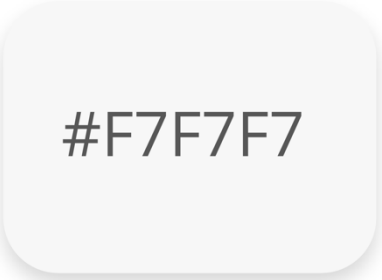
#B3B3B3



#575757



#383838

A light gray color swatch with rounded corners.

#F7F7F7

CMYK: 5% 3% 3% 0%

RGB: 247 247 247

A medium gray color swatch with rounded corners.

#B3B3B3

CMYK: 31% 24% 25% 0%

RGB: 179 179 179

A dark gray color swatch with rounded corners.

#575757

CMYK: 7% 7% 13% 0%

RGB: 235 230 217

A very dark gray color swatch with rounded corners.

#383838

CMYK: 69% 62% 61% 54%

RGB: 56 56 56

Fuente: Elaboración propia

Tipografías. La tipografía seleccionada cumple la función de permitir una lectura de manera rápida y efectiva, con trazos distintivos, mientras su construcción permite transmitir la personalidad de marca y el concepto. Las tipografías seleccionadas generan una jerarquía clara, por medio de las variaciones de las familias y tamaños utilizados. Así mismo, se utilizaron tipografías Open Source con el fin de mantener la integridad de las tipografías en los medios digitales.

Tipografía de Titulares - Aclonica

Aa ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZabcd
 efghijklmnopqrstuv
 wxyz1234567890'?"
 "!"(%)[#]{}@}/&€£¥¢;,.*

Tipografía de Subtitulares - Titilium Web

Aa **11 Variaciones**
 ABCDEFGHIJKLMNOP
PQRSTUVWXYZabcd
 efghijklmnopqrstuv
 wxyz1234567890'?"
 "!"(%)[#]{}@}/&€£¥¢;,,.

Tipografía de Cuerpo de Texto - Open Sans

Aa

10 Variaciones

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZabcd
efghijklmnopqrstuv
wxyz1234567890?'
"!"(%)[#{@}/&€£¥¢;,,

En base a esta selección tipográfica se estableció una jerarquía como parte del sistema gráfico, utilizada en la aplicación y de referencia en el resto de materiales realizados.

T1 - Aclonica 36

T2 - Aclonica 26 pt

T3 - Titilium Bold 24

B1 - Open Sans Semibold

B2 - Open Sans Semibold 21 pt

B3 - Open Sans Semibold 18 pt

Tags Titilium 18 pt

Caption - Open Sans Semibold 16 pt

Acciones secundarias -Open Sans Bold 12 pt

Other -Open Sans Bold 8 pt

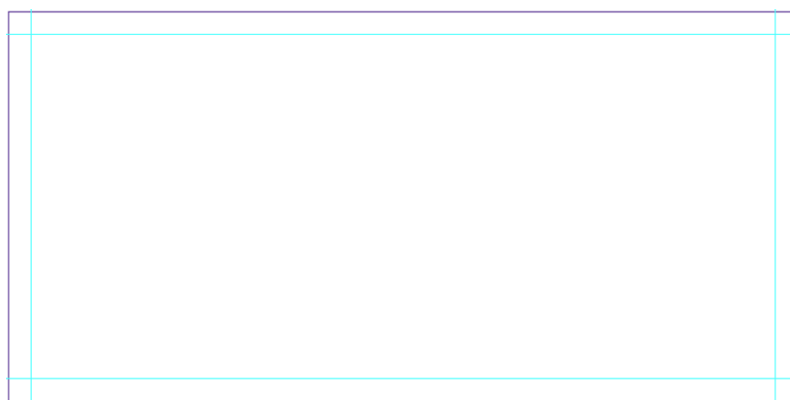
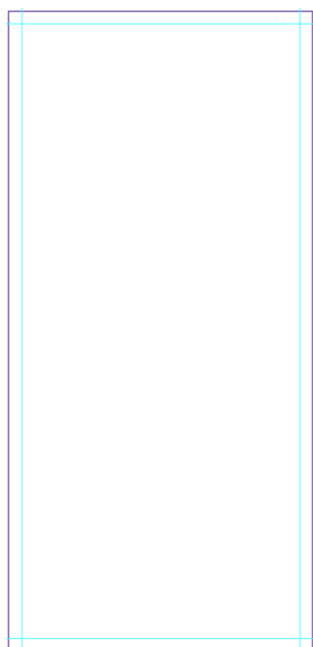
Formato. Los formatos seleccionados para las piezas busca llegar de la manera más efectiva al grupo objetivo, tanto a nivel digital como análogo. Las pantallas de la

aplicación son de 360 px de ancho, con una altura variable conforme al contenido deslizable de la pantalla. La página web cuenta con dimensiones de 1920 px en formato de escritorio, y 360 px en formato móvil. Los post de redes sociales cuentan con dimensiones de 1200 x 1200 px, y las historias de 1920 x 1080 px.

En cuanto a los formatos de la activación, los paneles del stand de fotos cuentan con dimensiones de 2.5 x 2.5 mts y el área de competencia, tanto fondo como piso son de dimensiones 4.5 x 3 mts. Por último, el afiche las dimensiones son A3, 11,75 x 16,5". y la libreta, las medidas son tamaño carta, 8.5 x 11".

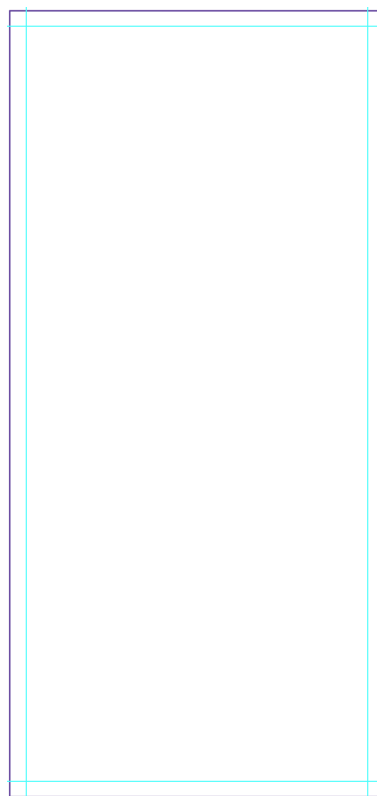
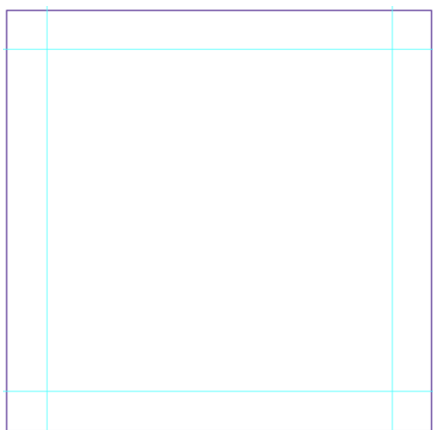
Aplicación y Web 360 x Y px

Página Web 1920 x Y px

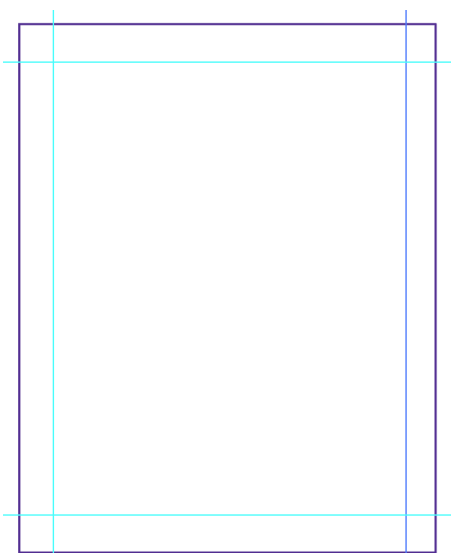


Post de redes sociales 1200 x 1200 px

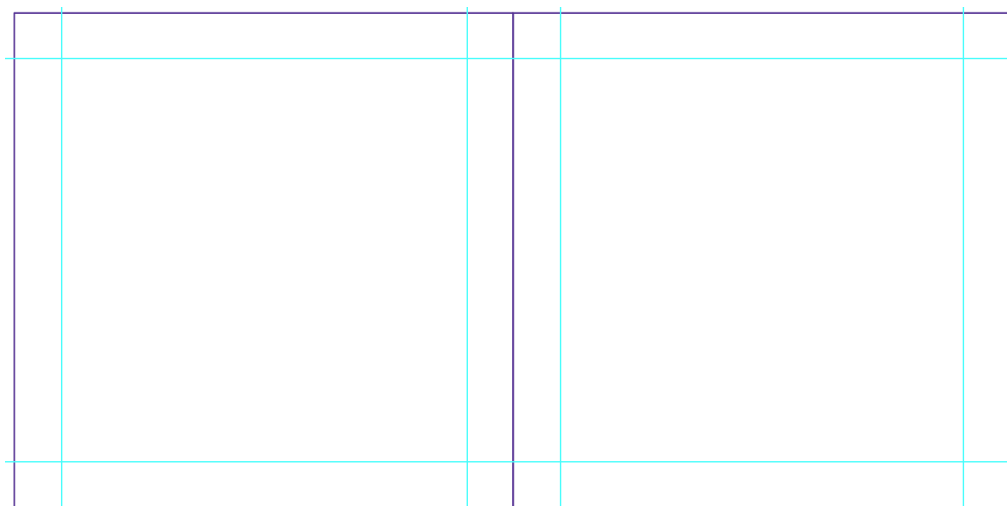
Historias de redes sociales 1920 x 1080



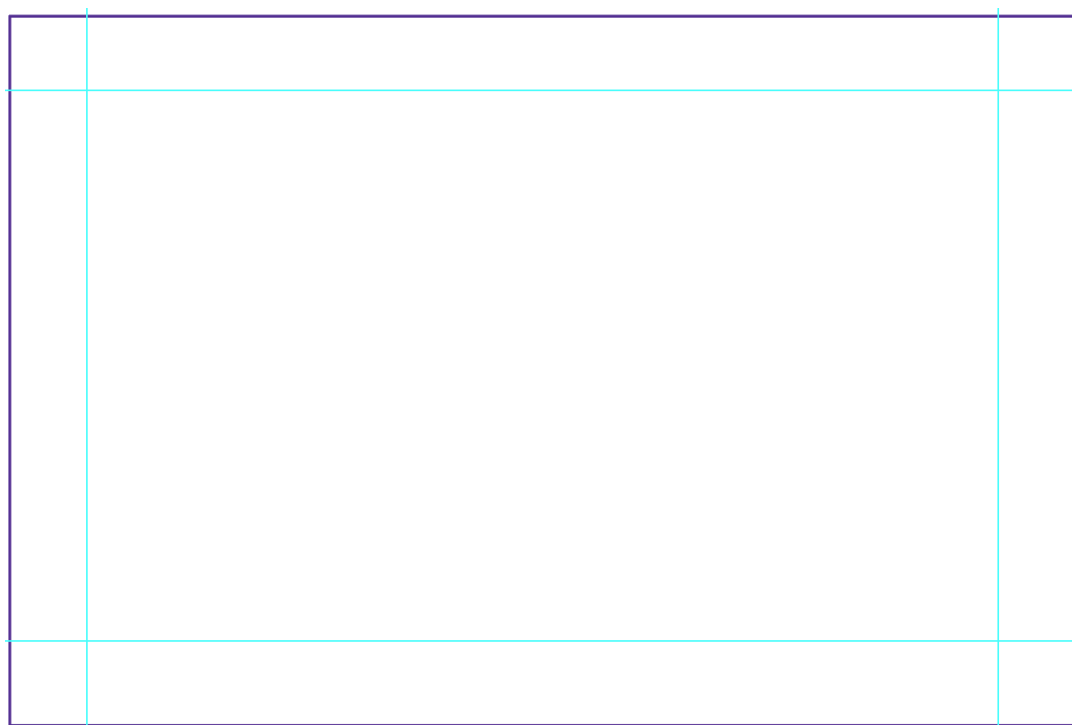
Libreta 8.5 x 11"



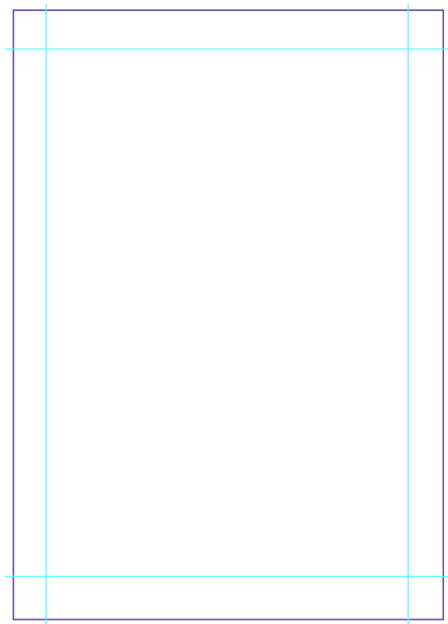
Paneles Stand 2.5 x 2.5 mts



Área de BTL 3 x 4.5 mts



Afiche 11.75 x 16.5"

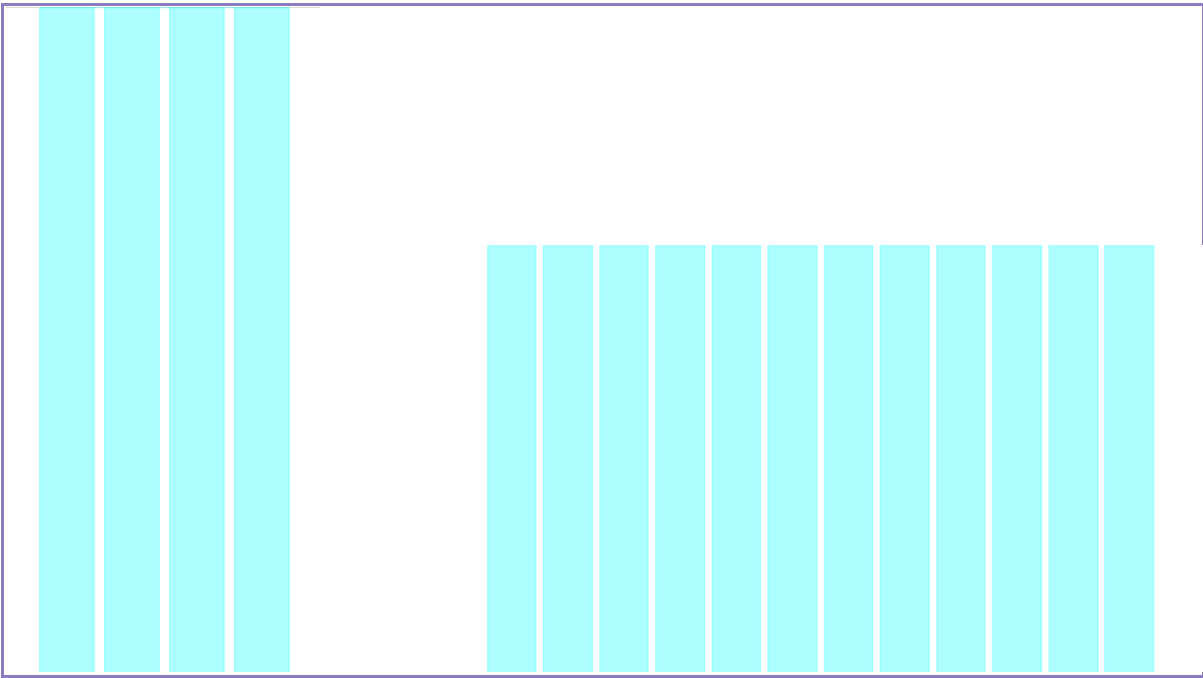


Sustrato. Los sustratos seleccionados para los medios impresos y promocionales, buscan la durabilidad y buena presentación de las piezas. Para los afiches se utilizará texcote debido al grosor que este provee para dar durabilidad a los mismos. En cuanto a las libretas, contarán con 50 hojas de papel bond dentro de ellas, con pasta dura y acabado brillante. Respecto al BTL, el escenario de competencia se realizará de manta vinílica, con el fin de su durabilidad y fácil montaje y transporte a las diferentes ubicaciones. Los artes del stand se imprimirán sobre vinil autoadhesivo para poder colocarlos sobre los paneles.

Diagramación. Con el fin de facilitar la información de las piezas, se utilizó una retícula modular como base de construcción de las mismas. Esta se utilizó en todas las piezas desarrolladas, con el fin de mantener la coherencia gráfica.

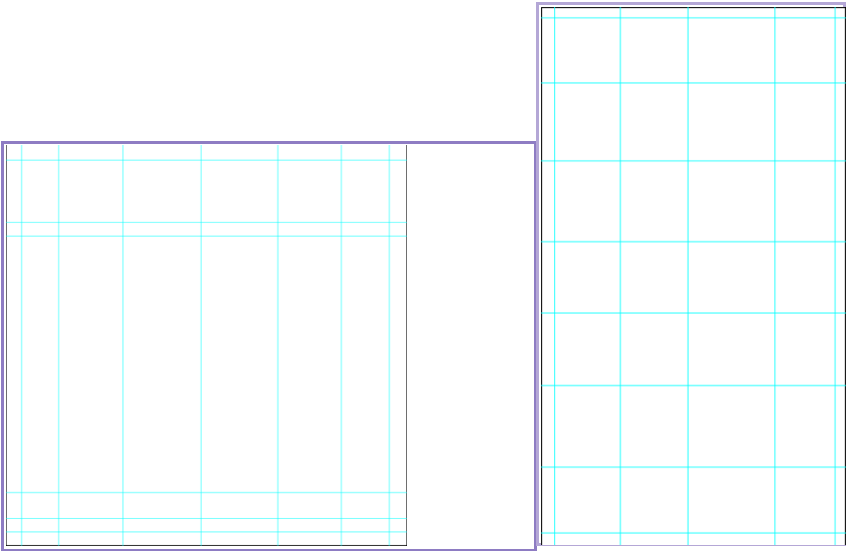
Aplicación

Página web

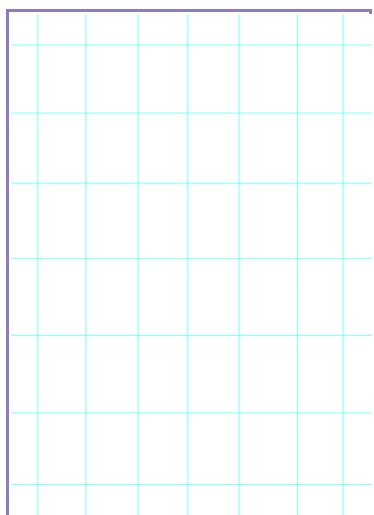


Post de redes sociales

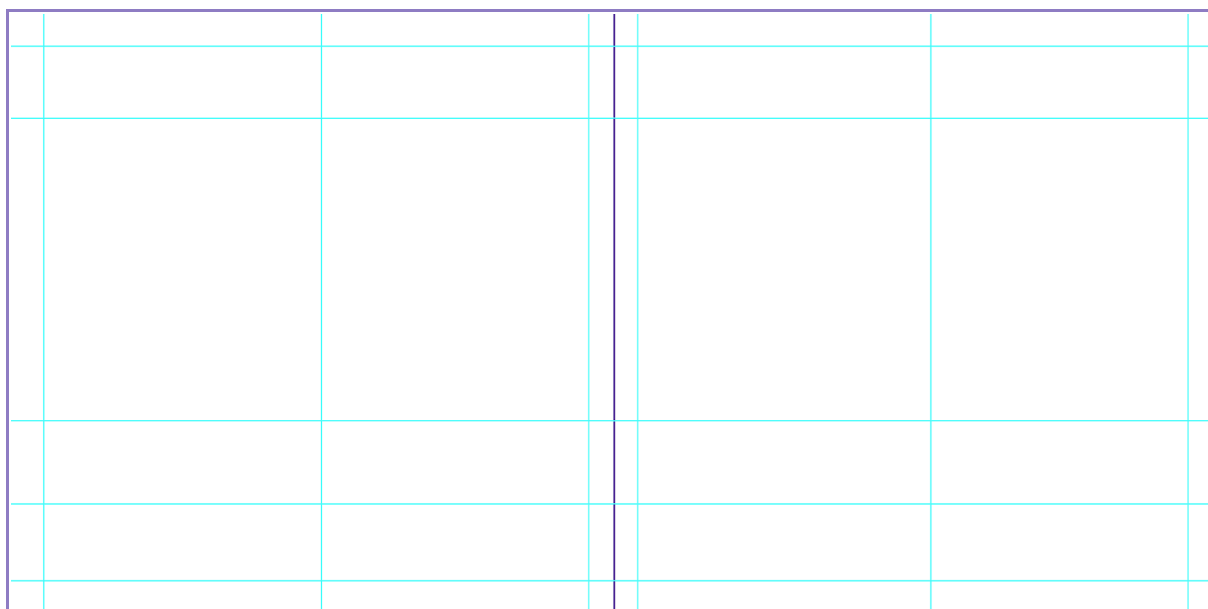
Historias de redes sociales



Libreta



Paneles Stand

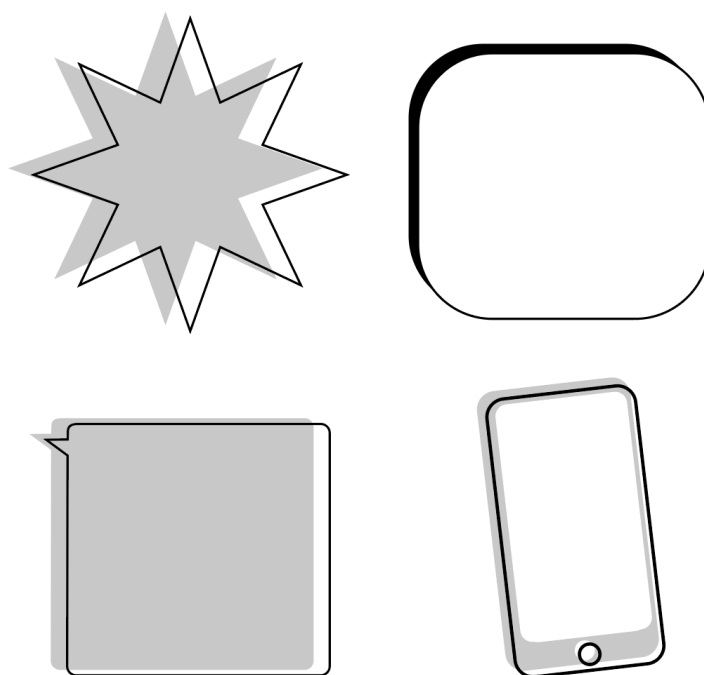


Elementos gráficos. Los elementos gráficos utilizados cuentan con tres características principales: Uso de colores sólidos, trazos gruesos y el desfase entre línea y trazo. Fueron desarrollados de esta manera con el fin de darle un look moderno y diferenciador, mientras su construcción geométrica permite reconocer fácilmente las figuras. Las figuras caricaturescas e icónicas buscan transmitir un sentido juvenil.





Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

UI Kit. Se desarrolló un kit de diseño para mantener la coherencia gráfica dentro de la aplicación y armonía, así como un set de íconos que complementan la propuesta. Se utiliza la misma estética utilizada en la línea gráfica manteniendo la unidad y la experiencia transmedia entre todas las piezas.

Tipografía

T1 - Aclonica 36

T2 - Aclonica 26 pt

T3 - Titilium Bold 24

B1 - Open Sans Semibold

B2 - Open Sans Semibold 21 pt

B3 - Open Sans Semibold 18 pt

Tags Titilium 18 pt

Caption - Open Sans Semibold 16 pt

Acciones secundarias -Open Sans Bold 12 pt

Other -Open Sans Bold 8 pt

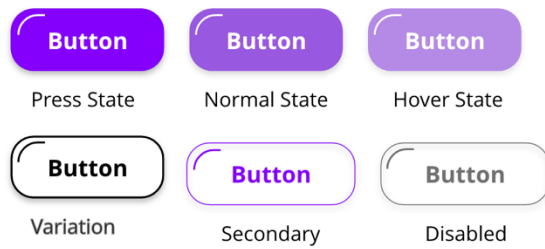
Colores



Backgrounds



Botones



Input

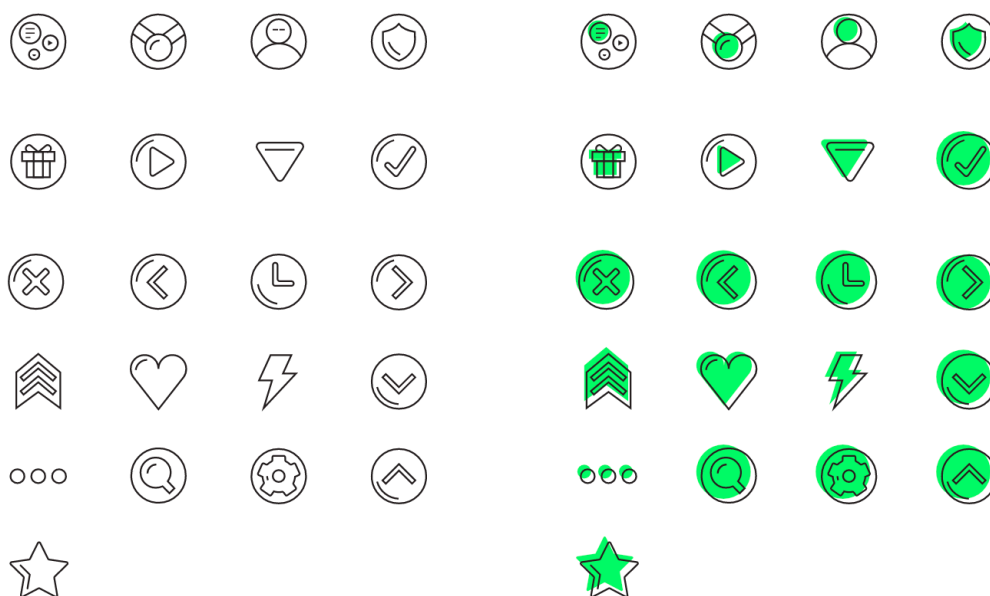


Elementos



Fuente: Elaboración propia

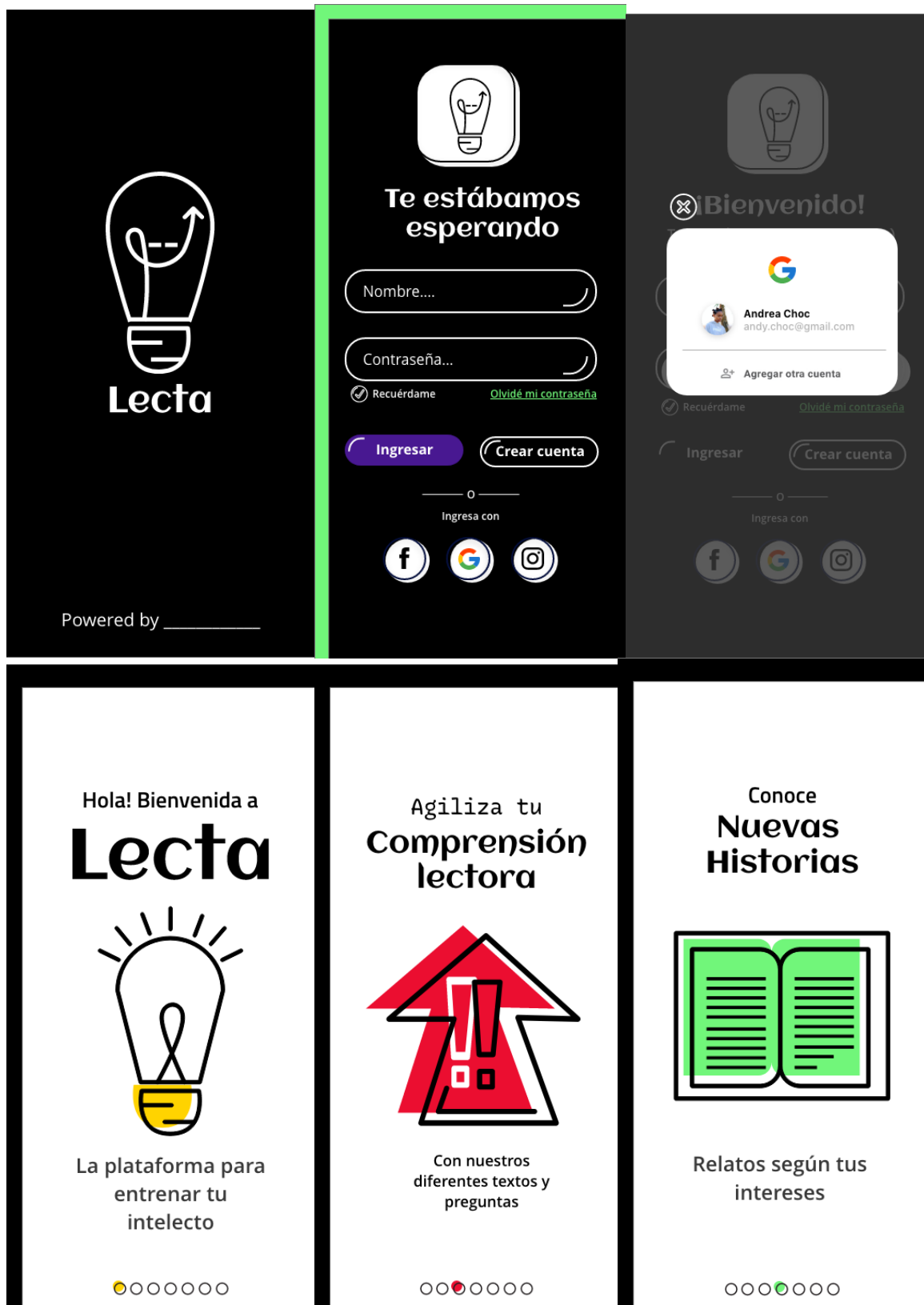
Íconos

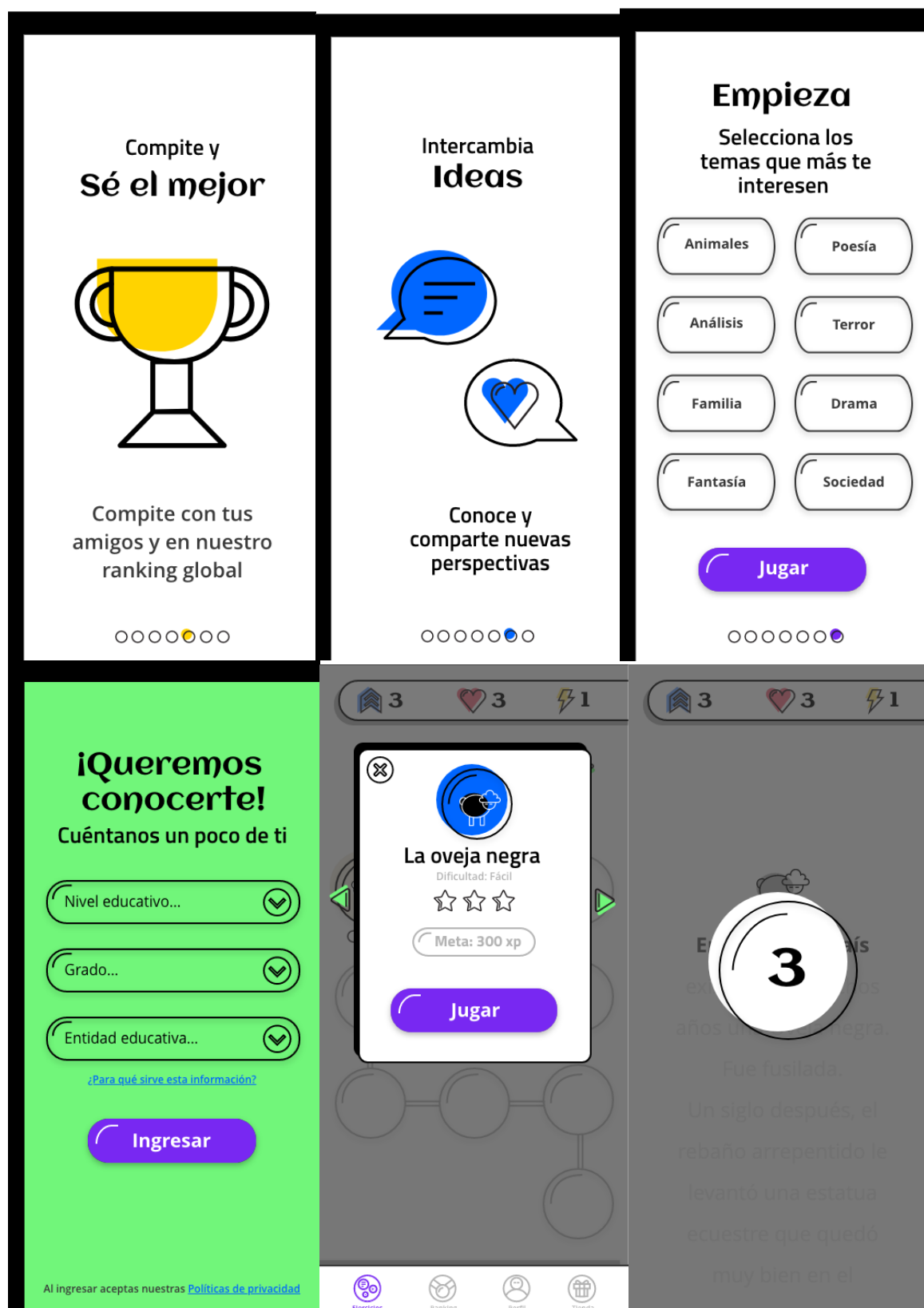


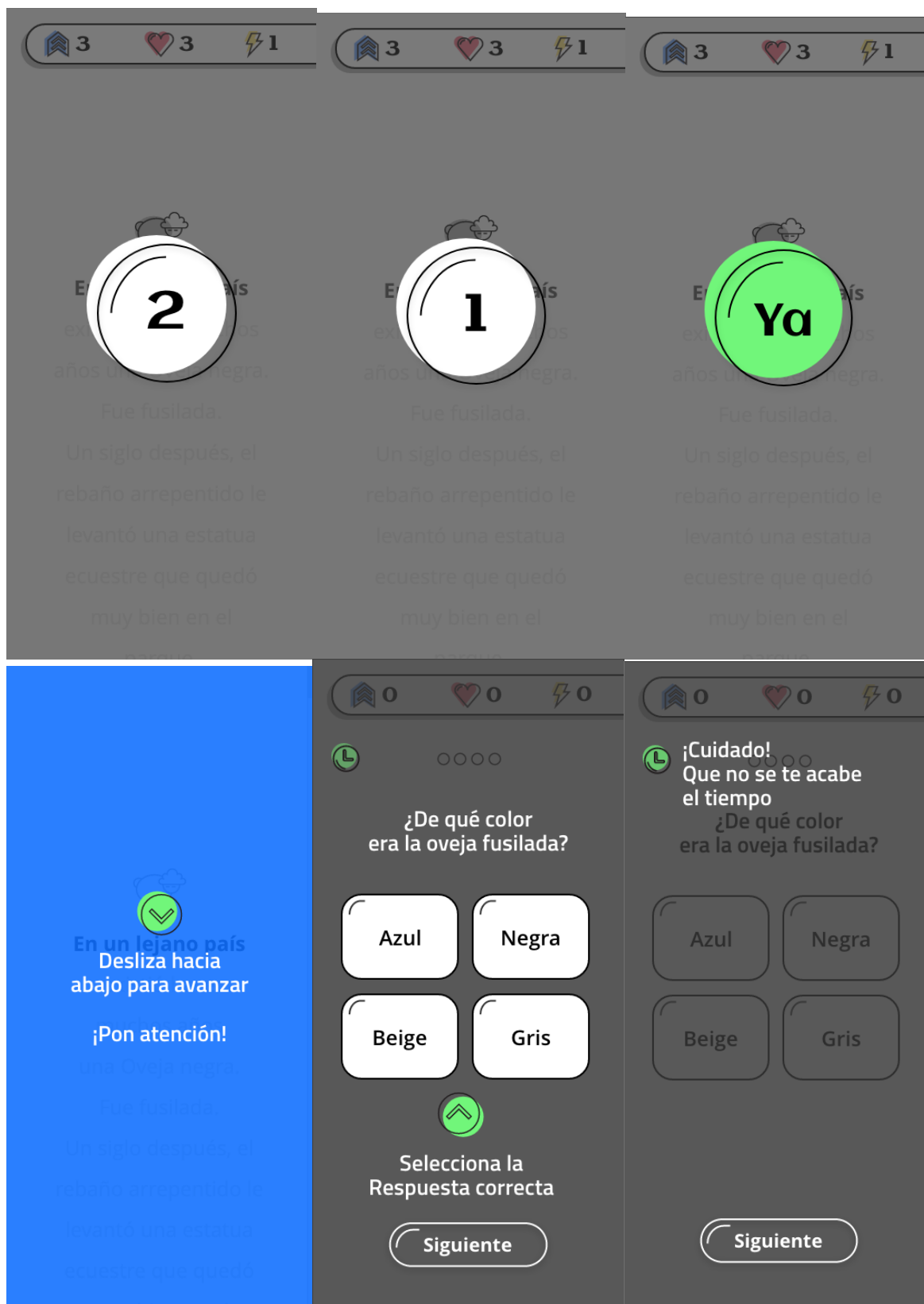
Fuente: Elaboración propia

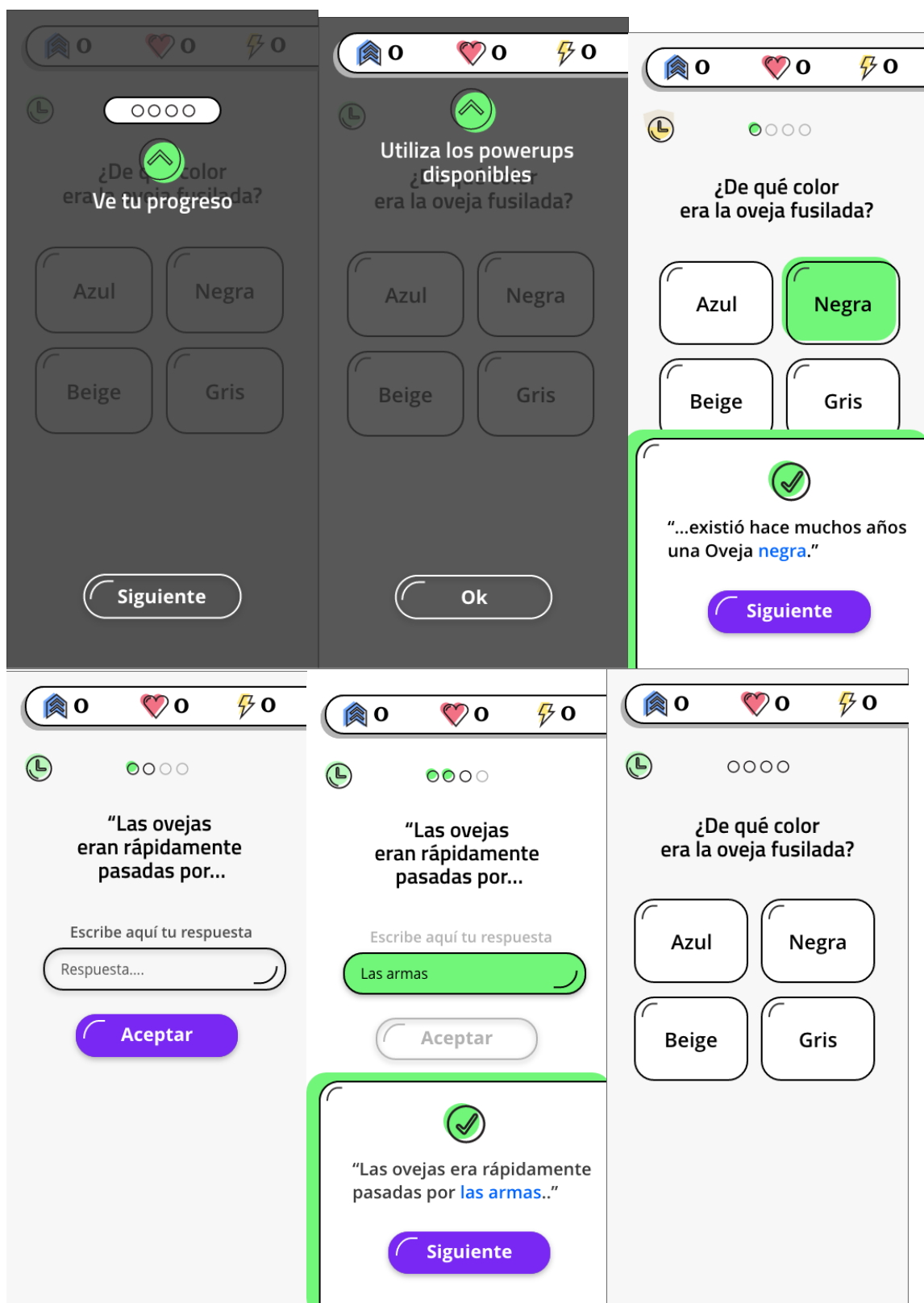
Piezas finales

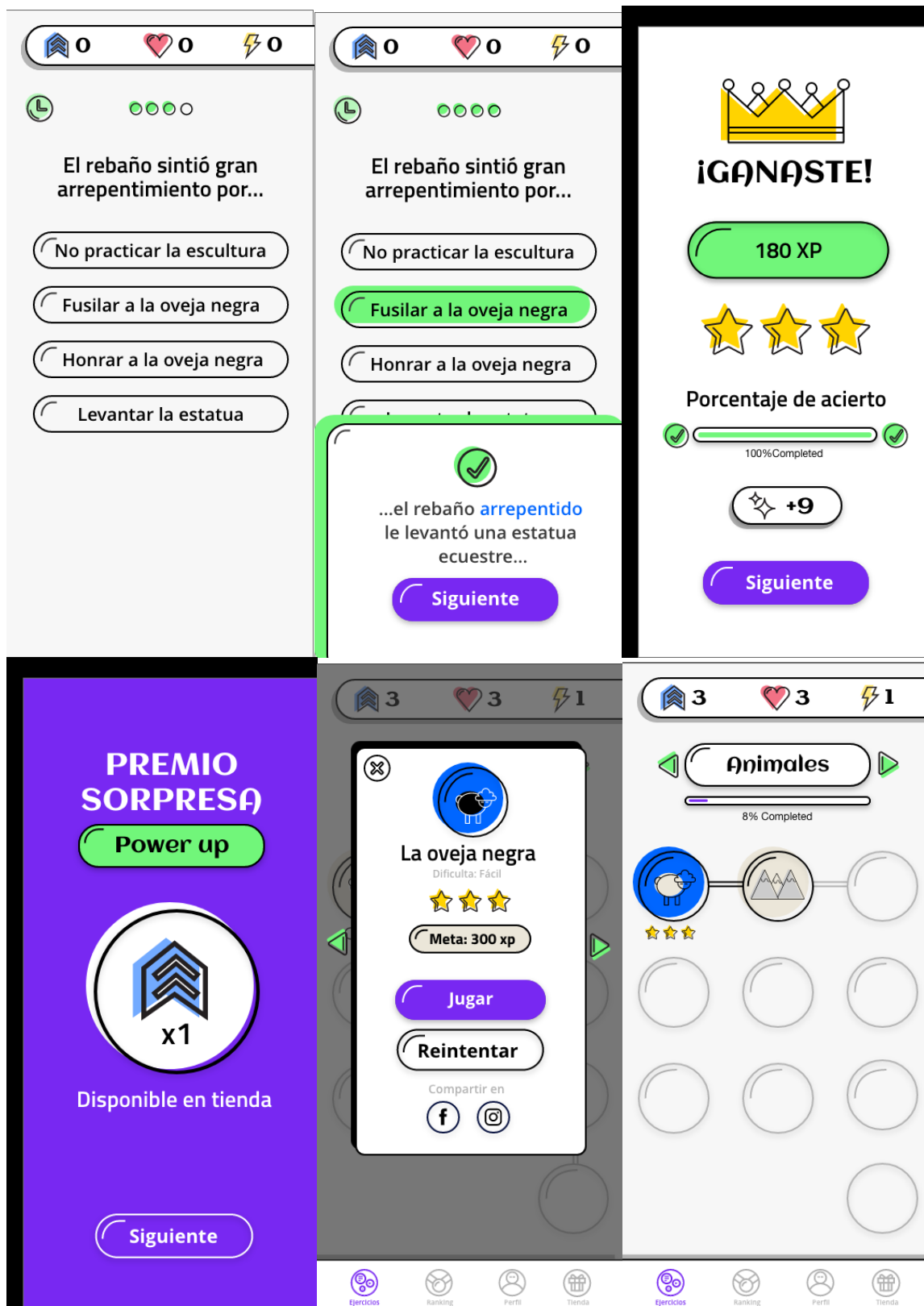
Aplicación. Esta pieza tiene como fin el permitir el ejercicio de la lectura de manera lúdica al grupo objetivo, así como dar a conocer obras literarias relevantes a sus usuarios. Así mismo, busca generar competencia entre los usuarios y mejorar sus habilidades de comprensión.

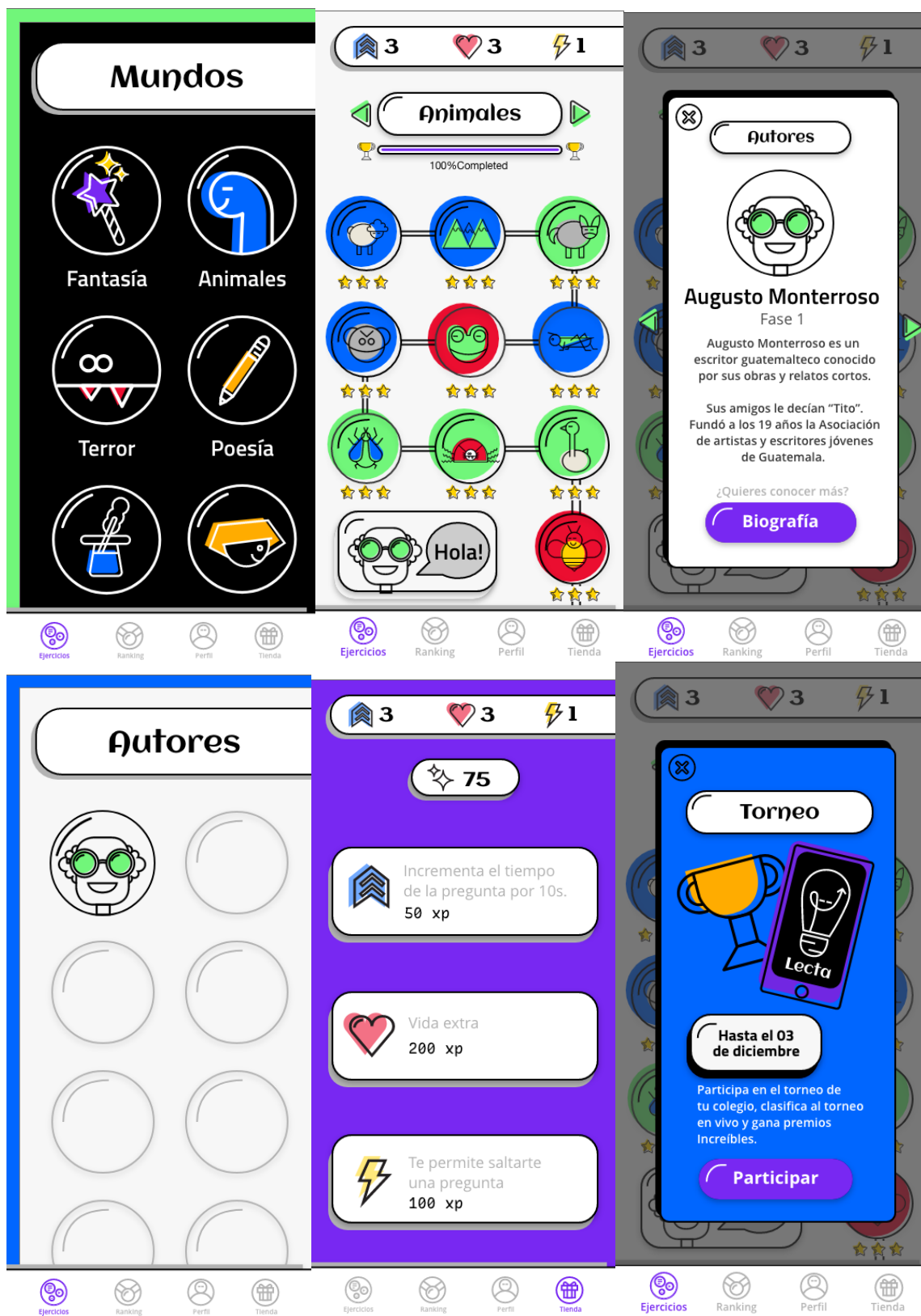


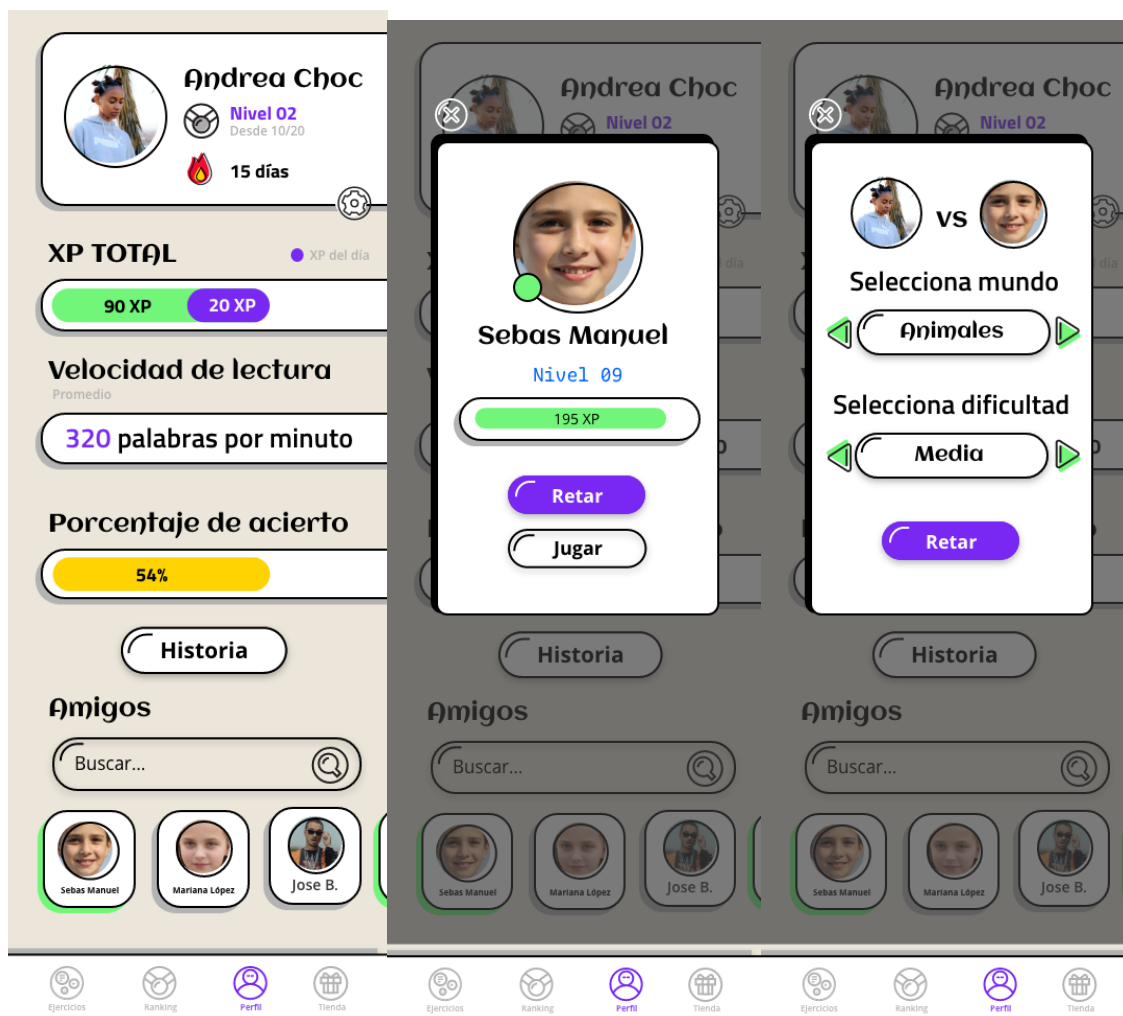













Liga de Oro





Rango Hierro

180/ 1000 XP

Tiempo restante

15:14:37.46

Días Horas Min. Seg.

Tablero

Posición

5

Siguiente meta: 2570 XP

Amigos

Global

1



5000 XP

2



4820 XP

3



4230 XP

4



2570 XP

5



180 XP




Andrea Choc

Configuración

Tamaño de letra

A  A

Modo de visualización

☒ ☐ ☐

Nombre

Andrea

Apellido

Choc

Correo

andychoc@gmail.com

Contraseña

[Sincronización de datos](#)

Buscar...

















En un lejano país
existió hace
muchos años
una Oveja negra.
Fue fusilada.
Un siglo después, el
rebaño arrepentido le
levantó una estatua
ecuestre que quedó
muy bien en el
parque.

Así, en lo sucesivo,
cada vez que
aparecían ovejas
negras eran rá-
pidamente pasadas
por las armas para
que las futuras
generaciones de
ovejas comunes y
corrientes pudieran
ejercitarse también en
la escultura.

Siguiente

Fuente: Elaboración propia

Website. Esta pieza cumple el objetivo de dar a conocer e informar acerca de la aplicación y el tipo de aprendizaje utilizado en la misma, así como brindar información y consejos relevantes a padres y maestros de cómo utilizar la aplicación como parte de su proceso de aprendizaje. Así mismo, cuenta con biografías de los autores presentes en la app.



Fuente: Elaboración propia

Redes Sociales. Estas piezas con la función de generar contenido atractivo para los usuarios, así como la promoción del app y torneo. Se utilizará durante la fase de expectativa, lanzamiento, expansión de comunidad y fidelización. El contenido atractivo para el grupo objetivo permite atraer también a posibles usuarios desde las redes sociales, la construcción de una comunidad activa.

Feed de Instagram



Fuente: Elaboración propia

Carrousel



Fuente: Elaboración propia

Posts fantasma



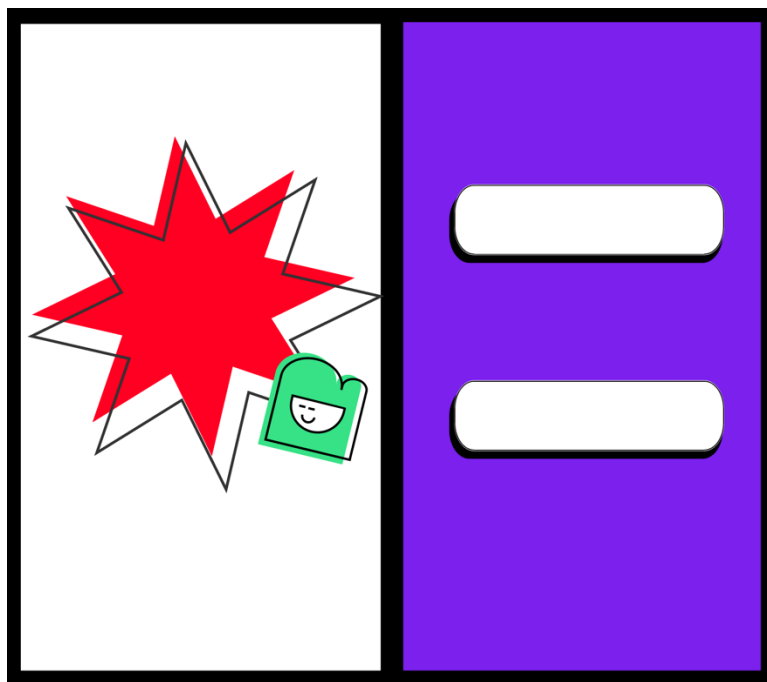


Fuente: Elaboración propia

Historias



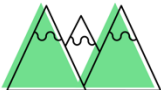




Fuente: Elaboración propia

Facebook



 ¿Qué crees que pasaría si la gente pudiera mover montañas a voluntad?  ¡Cuéntanos en los comentarios!	“Tus talentos y habilidades cambiarán con el tiempo, pero para eso has de empezar” - Martin Luther King
HATSU SAMSUNG HATSU SAMSUNG TORNEO  ¡Puedes ganar un SAMSUNG Galaxy s20 y muchas sorpresas más! Muy pronto.... Busca nuestros afiches	 2 Ejercicios al día equivalen a 50 páginas leídas al mes Disponible en:  
#TipsDeEnseñanza Aprendizaje tradicional vs Aprendizaje digital    	#TipsDeEnseñanza ¿Cómo implementar el juego en el proceso de aprendizaje?    

Fuente: Elaboración propia

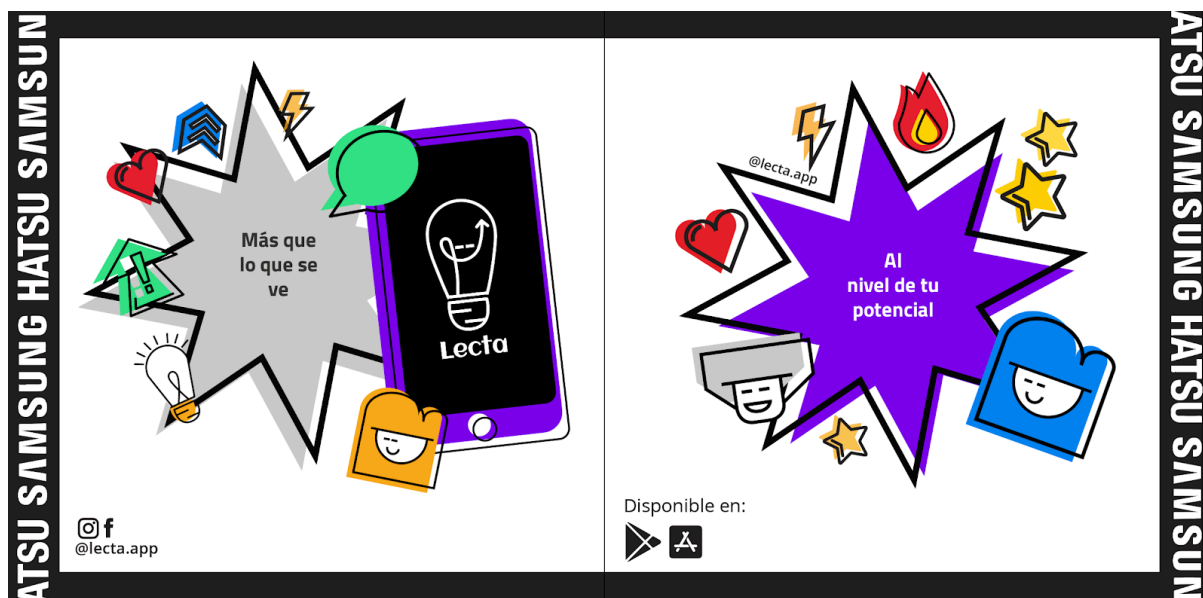
Afiche. La función del afiche es dar a conocer en los colegios la aplicación y el torneo, con el fin de motivar a los estudiantes a utilizar constantemente la aplicación. Siendo el punto de contacto inicial con los estudiantes, se busca que cause impacto de manera rápida y con poca información.



Fuente: Elaboración propia

Stand. El fin del stand es generar una experiencia para los estudiantes que motive a la descarga de la aplicación y el compartir el torneo en sus redes sociales. Al contar con un set para la toma de fotografías estéticas que compartir, provee un valor agregado a la experiencia del torneo para quienes no están participando.

Frente



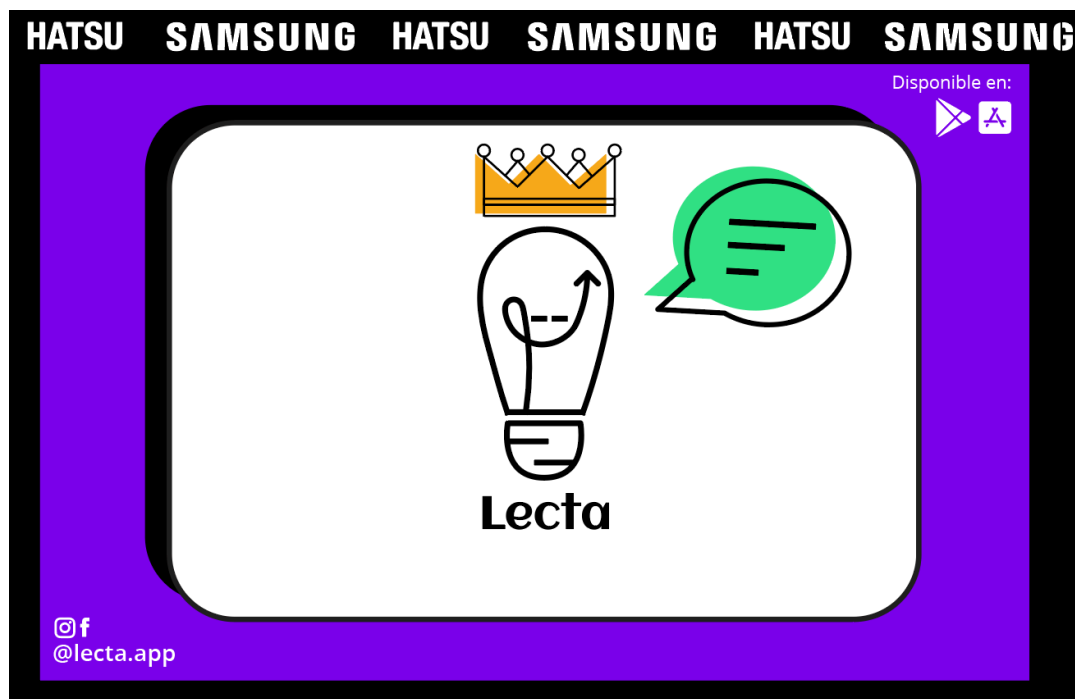
Atrás



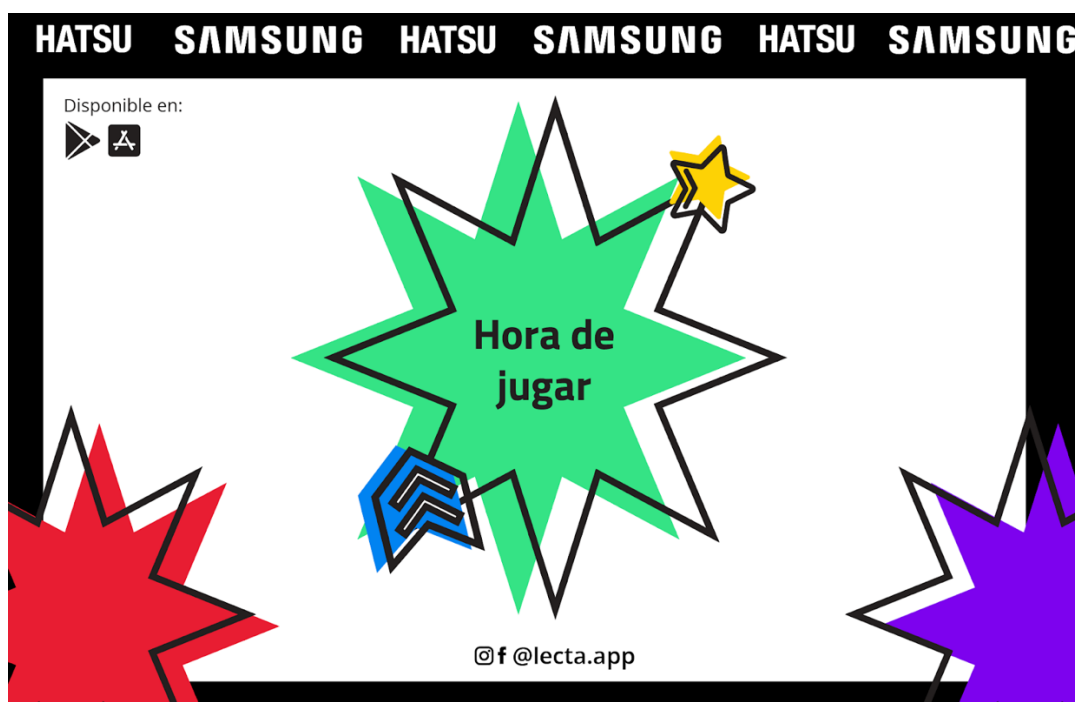
Fuente: Elaboración propia

Escenario desarmable. La función de esta pieza es motivar a los usuarios a participar en el torneo, acción que conlleva descargar la aplicación y de esa manera motivar el uso constante de la misma. Por otro lado permite la conexión entre usuarios y de esta manera ir poco a poco generando una comunidad activa.

Fondo



Atrás



Fuente: Elaboración propia

Promocionales. La función de esta pieza es apoyar la experiencia BTL que se les está ofreciendo a los usuarios, brindándoles un valor agregado al asistir a la actividad. Estos son pensados para dos grupos: los jugadores finalistas y los espectadores del torneo.

Suéter para los ganadores



Fuente: Elaboración propia

Libreta



Fuente: Elaboración propia

Bucket Hats



Fuente: Elaboración propia

Estuches



Fuente: Elaboración propia



7. Producción y reproducción

7. 1 Estrategia de implementación de medios

En base al comportamiento del grupo objetivo y basado en un análisis de su día a día, así como sus nociones y comportamientos en cuanto al problema. El grupo objetivo tiene una noción de frustración respecto a los temas de lectura, debido a la dificultad que esta les causa. Es por ello, que se seleccionaron medios no tradicionales para implementar esta propuesta.

Todas las piezas en conjunto responden a los objetivos de motivar el ejercicio de la comprensión lectora y motivar a los estudiantes a utilizar el material por medio de materiales alternos. Basado en esto, la implementación del proyecto se dividirá en 4 etapas a lo largo de 4 meses. Estas permiten crear una narrativa completa para lograr una fidelización de los usuarios.

Fase 1 – Expectativa. Esa fase consiste en la introducción de la marca a los usuarios, con el objetivo de generar el mayor alcance y reconocimiento de marca posible dentro del grupo objetivo, generando curiosidad hacia la aplicación.

Esto se logrará por medio de posts interactivos en las redes sociales, enfocados en crear recordación. Estos están realizados en base a elementos que se pueden encontrar dentro del juego y con copys retadores que despierten interés y competitividad por parte del grupo objetivo.

Fase 2 – Lanzamiento. Esta fase consiste en el lanzamiento de la aplicación y website al público. Por medio de posts en las redes sociales, se busca generar la mayor cantidad de descargas posibles de la aplicación, por medio de links directos en los posts e historias promocionales.

Fase 3 - Expansión de comunidad. Posterior al lanzamiento y la creación de una comunidad inicial, se generará contenido en las redes sociales que complemente la experiencia y presencia de marca, también como punto de contacto para posibles usuarios, así como el inicio de las ligas de juego, buscando fomentar el uso constante de la aplicación.

En conjunto con esto, se lanzará la convocatoria al torneo preliminar en los colegios, por medio de los afiches y publicaciones en redes sociales. Esto permite expandir el número de usuarios en la aplicación, así como despertar el sentido competitivo del grupo objetivo.

Fase 4 - Fidelización de usuarios. Como fase final, con el objetivo de completar el círculo de fidelización de marca, se realizará el torneo en vivo, junto con la activación BTL en las diferentes instituciones. Para esto se realizarán promocionales de marca y una alianza con las marcas Hatsu y Samsung, proveyendo presencia en los 50 torneos a realizarse, a cambio de: 50 teléfonos de Samsung para los ganadores, y un surtido de bebidas de parte de Hatsu para dar en el stand de fotos. Esto nos permite transmitir un valor agregado como parte de la experiencia de marca, así como el posicionamiento

tangencial al de otros proyectos educativos y entre marcas referentes para el grupo objetivo.

También se dará la conclusión de la Liga en la aplicación y el reconocimiento de los ganadores en redes sociales, etiquetándolos en la publicación. Así mismo, a estos se les proveerá por parte de la aplicación un arte digital que los ganadores puedan compartir en sus historias, generando un sentido de reconocimiento al usuario, así como un medio de promoción indirecta para su audiencia en redes sociales.

Complementando esta fase, se mantendrá la generación de contenido en los canales sociales conforme crezca la comunidad, y la actualización e implementación constante de nuevos niveles y autores dentro de la aplicación.

Tabla de implementación medios

Pieza	Sistema de producción	Técnica de producción	Cantidad	Implementación
Aplicación	Digital	-	1	Disponible para descarga a partir de la fase 2.
Post de redes sociales	Digital	Vectorial y animación	25	Post publicitarios publicados desde la fase 1. Contenidos publicados dos veces a la semana a partir de la fase tres.
Historias de redes sociales	Digital	Vectorial y animación	14	Post publicitarios publicados desde la fase 1.

				Contenidos publicados en base a los eventos a la semana a partir de la fase tres.
Página Web	Digital	-	1	Publicada a partir de la fase 3. Apoyo para dar a conocer la función de la aplicación y el método de contenido utilizado en ella.
Stand	-		1	Ubicado como parte de la ambientación del torneo dentro de los colegios y punto de interacción con los espectadores.
Escenario del torneo	-		1	Escenario móvil que se llevará
Suéteres	Textil	Bordado	60	Será entregado a los ganadores del torneo en vivo, y se les tomará una foto para compartir en los medios sociales.
Libretas	Imprenta	Offset	500	Se les entregará a los participantes del torneo en vivo, agradeciendo su participación en el evento.
Sombreros	Textil	Bordado	500	Se entregarán a los participantes del torneo, y el resto se sortearán entre los alumnos que interactúen con el stand.
Estuches	Textil	Bordado y confección	500	Se sortearán entre los alumnos que interactúen con el stand.

Fuente: Propia

Facebook. Para los post pautados se realizó una segmentación inicial, la cual conforme se avance en el proyecto se irá optimizando, con el fin de maximizar la audiencia en redes sociales. La segmentación inicial sería la siguiente:

Guatemala

✓ Ciudad de Guatemala, Guatemala Department + 40km ▼

✓ Incluir 🔍 Buscar lugares Explorar

El lugar de tu público cambió de Guatemala a Ciudad de Guatemala. [Deshacer cambio](#) ✕

Agregar lugares de forma masiva

Edad

13 ▼ 19 ▼

Sexo

Todos los géneros

Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con ⓘ

Definición del público

Tu público está definido.

Alcance potencial: 11,000 personas ⓘ

Resultados diarios estimados

Alcance ⓘ

2.9K - 8.4K

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

[¿Te resultaron útiles estas estimaciones?](#)

Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con ⓘ

[Comportamientos](#) > [Usuario de dispositivo móvil](#)

Acceso a Facebook (celular): todos los dispositivos móviles

[Intereses](#) > [Entretenimiento](#) > [Juegos](#)

Juegos online

Videojuegos de agilidad mental

[Intereses](#) > [Intereses adicionales](#)

Instagram

🔍 Añade datos demográficos, intereses o comportamientos [Sugerencias](#) [Explorar](#)

y también deben coincidir con ⓘ ✕

[Intereses](#) > [Intereses adicionales](#)

Educación secundaria

🔍 Añade datos demográficos, intereses o comportamientos [Sugerencias](#) [Explorar](#)

Fase 1 - Expectativa

Pauta integrada para las dos redes sociales: Fb e instagram

Tipo de post	Copy	CTA	Pauta	Objetivo
Expectativa	Venimos para ayudarte a alcanzar tu intelecto.	Me gusta de la página	Q500	Alcance durante 25 días
Marca	¿Qué te parece que juguemos a ser mejores? Muy pronto una herramienta para ayudarte a alcanzar tu mejor versión.	Me gusta de la página	Q200	Brand Awareness durante 10 días.
Expectativa	¡Diviértete compitiendo con tus amigos! ¿A quién retarás? Cuéntanos en los comentarios	Me gusta de la página	Q100	Interacción durante 10 días.
Expectativa	¿Te gusta leer y comprender textos? No te preocupes, muy pronto te traemos una forma de leer rápida y divertida. Síguenos para más información.	Me gusta de la página	Q50	Alcance durante 7 días
Marca	Creemos en un mundo donde todos seamos más comprensivos con nosotros mismos y con los demás. Y queremos ayudarte a que juntos potenciemos nuestra mente.	Me gusta de la página	Q120	Brand Awareness durante 15 días
Expectativa	¿Te gustaría leer más pero empiezas y te quedas dormido? Muy pronto una manera divertida y rápida de leer. Síguenos para saber más.	Me gusta de la página	Q100	Brand Awareness durante 10 días.

Marca	Creemos en que todos somos brillantes , solo que no todos nos hemos dado cuenta. Muy pronto, te traemos una herramienta para potenciar tu intelecto.	Me gusta de la página	Q50	Interacción Durante 5 días
-------	--	-----------------------	-----	----------------------------

Fuente: Elaboración propia

Fase 2 - Lanzamiento

Tipo de post	Copy	CTA	Pauta	Objetivo
Marca	Ya estamos aquí! Te presentamos Lecta, la aplicación para ser más pilas y enseñarle a tus amigos quién es el más crack. Compíte con tus amigos o juega por tu cuenta. ¿Con quién jugarás? Cuéntanos en los comentarios	Link de descarga	Q125	Descargas de aplicación durante 15 días.
Promocional	Story	Link de descarga	235	Descargas de aplicación durante 15 días.
Promocional	Story	Link de descarga	235	Descargas de aplicación durante 15 días.
Marca / Promocional	Creemos en que todos somos brillantes , solo que no todos nos hemos dado cuenta. Muy pronto, te traemos una herramienta para potenciar tu intelecto.			

Marca	Dos niveles al día representan un libro pequeño al mes. Leer no tiene porque ser aburrido o complicado. Descarga Lecta y empieza a potenciar tu mente.	Link de descarga	Q100	Brand awareness Q10 días
-------	---	------------------	------	--------------------------

Fuente: Elaboración propia

Fase 3 - Expansión

Tipo de post	Copy	CTA	Pauta	Objetivo
Promoción	Gánate un Samsung s20 en el Torneo Lecta! Busca nuestros afiches en tu colegio, descarga la aplicación y compite para ser uno de los 8 finalistas que competirán en el evento en vivo! ¡Descubre muchas sorpresas más! Síguenos para saber más.	Link de descarga	Q200	Alcance durante 20 días.
Informativo	Inicia la Liga de Oro! ¡Compite para ser el mejor en nuestro ranking global! Acumula XP y compite por la corona.	Link a la aplicación	-	
Informativo	¿Qué dudas tienes del torneo?	Preguntas historias de instagram	-	Interacción con comunidad

Fuente: Elaboración propia

Fase 4 - Fidelización

Tipo de post	Copy	CTA	Pauta	Objetivo
Informativo	"Cuando desperté, el dinosaurio seguía ahí.." Escrito por Tito Monterroso, este cuento de 6 palabras es el más corto del mundo. ¿Por qué crees que el dinosaurio seguía ahí?¿Quién era quién se despertó? ¿Qué otra duda te da el cuento? Cuentános en los comentarios. Conoce más cuentos de Tito Monterroso en la sección de Animales de Lecta.	Visitas a la página	Q30	Durante 3 días.
Marca	Lo peor es despertarse y tener este mensaje... ¿Cuál es la racha más larga que has perdido?	-	-	-
Informativo	Nos emociona mucho contarles que ya somos 5000 personas cool que somos parte de Lecta. Esperamos cada vez ser más los que creemos en un mundo lleno de comprensión.	-	-	-
Interacción	Hay que lindo, no sabía que eras poeta. ¿Cómo que otras cosas describirías la vida? Cuentános en los comentarios.	Interaccion	Q50	Durante 5 días.
Marca	Recuerda que con cada nivel que pasas no solo estás avanzando en tus ligas, si no que estás ayudando a			

	expandir tu intelecto y nuestra comprensión del mundo.			
Marca	Es hora de una #RondaFugaz ¿Atinaste a la palabra? Recuerda que contamos con más ejercicios así en la app.	Me gusta de la página	Q50	Durante 3 días
Comunidad	Cada vez es más difícil, pero es parte de la diversión. ¿En qué nivel has pasado más tiempo trabado?			
Informativo	Nos emociona informarles que ya contamos con un nuevo mundo para explorar. La sección de fantasía ya está disponible! Reta a tus amigos, a ver quién lo completa antes. Cuéntanos en los comentarios que te parecen las nuevas historias.			

Fuente: Elaboración propia

7.2 Presupuesto de diseño y reproducción

7.2.1 Presupuesto de diseño

Pieza	Precio
Desarrollo gráfico Investigación Conceptualización Naming Colores, tipografías, look and feel Ilustraciones y elementos gráficos Validación de la propuesta con G.O,	Q 10,000
Diseño de aplicación Conceptualización	Q 16,000

Desarrollo UX y UI UI Kit Íconos Prototipo inicial (55 pantallas)	
Redes sociales Estrategia de contenidos Segmentación y objetivos de pauta Fotos de perfil y portada Desarrollo de copys Artes estáticos e interactivos	Q 4,000
Diseño de afiche	Q 300
Diseño de stands Interactivo y de evento	Q 12,000
Diseño de promocionales Libreta Sombreros Suéter Estuches	Q 800
Presupuesto de pauta	Q 2200
Total	Q44,400

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de impresión

Se consultaron a imprentas y ventas de productos promocionales para realizar el estimado presentado a continuación. (Ver cotizaciones en la sección de anexos)

Descripción	Precio
500 afiches tamaño A3 en papel texcote calibre 12 full color	Q3,250

500 Agendas tamaño carta con espiral metálico del lado de 11". 50 hojas impresas en papel bond blanco impresas a un color de los dos lados todas iguales, + pasta de cartón chip 60 forrado de adhesivo blanco impreso a todo color de un lado con UV Brillante.	Q 15,327
500 sombreros de algodón bordados de dimensiones 55 a 57 cm. 2 bordados en cada uno, 4 diseños en total	Q 7,040
500 estuches de 8.5" x 2" x 2" en lona oxford con bordado de dos colores.	Q6,000
60 sudaderos con 2 artes frontales en técnica de Heat Transfer . 30 unidades de cada color.	Q 18,000
Stand de dos paneles 2.5 x 2.5 mts, con gráfico vinil autoadherible en ambas caras. Montaje de stand y mobiliario 2 mantas vínicas de 3.5 x 4 mts con impresión full color. Renta de 2 displays digitales verticales con conexión a dispositivos digitales Pantalla de proyección con equipo e instalación	Q 17,023.00
Total	Q88,990

Fuente: Propia

7.2.2 Presupuesto de reproducción

Descripción	Precio
Programación de aplicación y página web	

Aplicación móvil nativa : iOS y Android, con conectividad necesaria hacia los servicios, será realizará por medio del host central o el Middleware/Apis. Diseño y optimización de página web de una sección, hosting y dominio de la misma Pago anual de Appstore y Google play y cuotas iniciales.	Q 27,400
Manejo de redes sociales Estrategia mensual de redes sociales, desarrollo de buyer persona para la correcta segmentación y comprensión de la audiencia, optimización de mensajes automáticos y fidelización de la red para asegurar la entrega de los mismos, trazo de objetivos y optimización SEO en social media. Generación de contenido para las plataformas Facebook e Instagram, estudio, análisis y optimización de contenidos, hashtags y CTA's. Pauta Digital, Reportería y análisis	Q 6,500
Paquete de 10 animaciones para redes sociales. Incluye animaciones originales del contenido de 5 a 10 segundos según las necesidades del cliente.	Q 4,032
Total	Q48,032

Fuente: Propia

Artes finales e información técnica. Las piezas finales del proyecto se entregarán por medio de la nube de Google Drive. Se compartirá la carpeta al asesor del proyecto, dentro de la cuál se encontrarán tres carpetas: Medios Impresos, Medios Digitales, Promocionales y Tipografías. En cada una de ellas se encontrarán los archivos correspondientes al tipo de reproducción.

Medios Impresos

Carpeta Afiche

- * Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño A3

Full Color

Tipografías expandidas

Resolución 300 dpi

Bleed 0.125"

Perfil de color CMYK

Archivo PDF

Carpeta Libreta

- * Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño 8.5"x11

Full Color

Tipografías expandidas

Resolución 300 dpi

Bleed 0.125"

Perfil de color CMYK

Archivo PDF

Carpeta BTL

Carpeta Stand

*Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño 250x 250 cm

Full Color

Tipografías expandidas

Resolución 300 dpi

Perfil de color CMYK

Archivo PDF

Carpeta Escenario

*Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño 300 x 450 cm

Full Color

Tipografías expandidas

Resolución 300 dpi

Perfil de color CMYK

Archivo PDF

Medios Digitales

Carpeta Redes Sociales

*Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño 1200 x 1200 px

Formato tamaño 1920x1080px

Resolución 72 dpi

Perfil de color RGB

Carpeta con JPEGs.

Carpeta con MP4s.

Carpeta Aplicación

*Documento Adobe XD CC 2020

Formato tamaño 360 x 760 px

Resolución 72 dpi

Perfil de color RGB

Carpeta con JPEGs..

Carpeta Website

*Documento Adobe XD CC 2020

Formato tamaño 1920px x largo ajustable para escritorio,
y 760px largo expandible para dispositivos móviles

Resolución 72 dpi

Perfil de color RGB

Carpeta con JPEGs.

Promocionales

Carpeta Sudaderos

*Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formatos tamaño 20x15 cm y 10x10cm

Resolución 300 dpi

Perfil de color CMYK

PDF

Carpeta Estuches

*Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño 4X4 cm

Resolución 300 dpi

Perfil de color CMYK

PDF

Carpeta Sombreros

Documento Adobe Illustrator CC 2020

Formato tamaño 4X4 cm

Tipografías expandidas

Resolución 300 dpi

Perfil de color CMYK

PDF

Tipografías

Conclusiones

1. Se desarrolló material interactivo con el fin mejorar las destrezas de estudiantes de educación media, los cuales no cuentan con un nivel satisfactorio de comprensión lectora . El objetivo es mejorar su capacidad de análisis, retentiva y comprensión de las ideas, con el fin de mejorar su desarrollo a nivel personal y profesional, y la mejora de su pensamiento crítico y personal. Por medio de un enfoque lúdico se combate la percepción del practicar la comprensión como un aspecto meramente académico.
2. Con el fin de respaldar el contenido de la aplicación, material informativo para dar a conocer el proyecto y los pilares de aprendizaje utilizados en el mismo, con el fin de motivar la descarga de la aplicación y su implementación como modelo de aprendizaje en paralelo a la educación impartida en la entidad educativa a la que pertenecen los usuarios.
3. Con el fin de generar una experiencia completa y maximizar el alcance del proyecto al grupo objetivo, se generó una estrategia de redes sociales como complemento del material interactivo. La estrategia se basó en la generación de contenido para la creación de una comunidad dentro de los canales sociales seleccionados, comunicando cercanía y confianza.

4. Como estrategia complementaria se desarrolló una estrategia alternativa para promocionar la aplicación, por medio de la realización de un torneo rotativo en las instituciones educativas, proveyendo una experiencia diferente al grupo objetivo y permitiéndonos alcanzarlo directamente en su entorno. Complementando esta actividad se realizaron promocionales que permitan la fidelización de usuarios y posteriormente, sirviendo como presencia de marca.

Recomendaciones

Después de un proceso exhaustivo del proyecto presentado, se recopilieron las siguientes recomendaciones al ejecutar la propuesta:

1. Se recomienda la actualización e implementación constante de niveles y categorías nuevas dentro de la aplicación, con el fin de mantener la atención de los usuarios y el crecimiento de la comunidad. Así mismo, se recomienda implementar diferentes modos de juego para escoger y variar el proceso de aprendizaje.
2. Se recomienda expandir la presencia de marca conforme nuevos canales sociales ganen popularidad, para contar con una presencia lo más amplia posible, así como la inclusión de nuevos formatos de contenido.
3. Se recomienda la expansión de la aplicación a modo web para poder ser implementado dentro de planes educativos y también ser utilizada por miembros del grupo objetivo que no cuenten con acceso constante a dispositivos móviles.
4. Se recomienda la generación de eventos y colaboraciones con influenciadores y figuras públicas relevantes para el grupo objetivo.

5. Se recomienda a posterior el implementar el uso de más medios alternos a largo plazo como estrategia publicitaria, ya que nos permite atacar al grupo objetivo de una manera diferenciada.

BIBLIOGRAFÍA.

Alberich. (2015). El proceso de diseño. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de:

http://cv.uoc.edu/annotation/046561780b39aa7517e5211804373e38/699749/PID_00236903/PID_00236903.html

Argueta, D. (2012). La lectura un proceso de todos. Universidad Panamericana.

Recuperado de <http://argueta1988.blogspot.com/p/la-lectura-la-lectura-es-unaactividad.html>

ASIES. (2019) Convocan a municipios amigos de la lectura. Noticias Asies. Recuperado de:

<https://www.asies.org.gt/convocan-a-municipios-amigos-de-la-lectura/>

Álvarez, E. (s.f.). La docencia como mediación pedagógica. Obtenido de Universidad de

Palermo: Recuperado de:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=447&id_libro=120

Blandón, E. (2019). Lectura, lectores y libros. La hora. Recuperado de:

<https://lahora.gt/lectura-lectores-y-libros/>

Castillo, A (2011). Proceso lector como instrumento de aprendizaje. Universidad de San

Carlos. Recuperado de http://www.repositorio.usac.edu.gt/1216/1/07_2115.pdf

Castillo, C. (2018). Estrategias de aprendizaje en el nivel medio superior y de innovación en el

superior. Recuperado de Universidad Veracruzana:

<https://www.uv.mx/personal/earano/files/2019/03/Estrategias-de-aprendizaje-en-el-nivel-medio-superior-y-de-innovación-en-el-superior.pdf>

CIG. (2019) Prevén crecimiento económico con valor central de 3.4%.

cig.industriaguade.com. Recuperado de:

<https://www.guatemala.com/noticias/sociedad/recaudan-libros-usac-para-crear-rincones-de-lectura-escuelas-guatemala.html>

Compean, L. B. (2010). Liliana B. Sosa Compean. Universidad Autónoma de Nuevo

León, Nuevo León, México. Métodos y técnicas de diseño. Recuperado de:

<http://eprints.uanl.mx/8993/>

CONALIBRO. (2014) Políticas Públicas del Libro, la Lectura, la Escritura & Bibliotecas.

Segeplan. Recuperado de:

http://www.segeplan.gob.gt/downloads/clearinghouse/politicas_publicas/Cultura/Pol%C3%ADticas%20P%C3%ABlicas%20del%20Libro,%20La%20Lectura,%20la%20Escritura%20y%20las%20bibliotecas%20-%20carpeta%20de%20cultura.pdf

Delgado, P. (14 de Febrero de 2019). La importancia de la interacción en el

diseño. Recuperado de ABC VLogs: <https://abcblogs.abc.es/fahrenheit-451/libros/la-importancia-de-la-interaccion-en-el-diseno.html>

Díaz, S. (Mayo de 2009). Recuperado de Fe Andaluía:

<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd4921.pdf>

Fainhole, B. (sin fecha). El Diseño Gráfico en la educación y El afiche educativo: Una

contribución semiótica. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de Gobierno:

<http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL000354.pdf>

García, L. (2019) Recaudan libros en la USAC para crear rincones de lectura en escuelas de Guatemala. Guatemala.com. Recuperado de:
<https://www.guatemala.com/noticias/sociedad/recaudan-libros-usac-para-crear-rincones-de-lectura-escuelas-guatemala.html>

García Robles. Campaña Leer te Transforma. Recuperado de:
<https://garciarobles.net/campana-dbuk-leer-te-transforma>

GCNPE. (2018). Recuperado el 2019, de Gran Campaña Nacional por la Educación:
<https://grancampananacionalporlaeducacion.wordpress.com/acerca-de/>

González, L. M. (Agosto de 2013). LA CREATIVIDAD APLICADA AL DISEÑO.
 México DF, México. Recuperado de:
https://www.academia.edu/10147303/La_Creatividad_en_el_Diseño

Hernández, C. (2014) La Lectura: Conceptualización e Importancia, Análisis de iniciativas para fomentarla. Recuperado de:
<http://www.unescoandalucia.org/sites/default/files/archivos/documentos/proyectointervencionpracticum-carmenhernandezrivas.pdf>

Herrera,F.(2019) Por qué unirse a un club de lectura y qué opciones hay en Guatemala.
 Prensa Libre. Recuperado de: <https://www.prensalibre.com/vida/salud-y-familia/por-que-unirse-a-un-club-de-lectura-y-que-opciones-hay-en-guatemala>

Landa, R. (2011). Diseño gráfico y publicidad. Fundamentos y soluciones. Madrid.
 Ediciones Anaya Multimedia. Recuperado de;
<http://diabooka.arcai.it/download/73563.pdf>

Logicalis. (10 de Mayo de 2018). Sistemas de información: elementos esenciales. Recuperado

de: <https://blog.es.logicalis.com/analytics/elementos-esenciales-de-los-sistemas-de-informacion>

Mineduc(2014). Programa Leamos Juntos.Guatemala. Recuperado de:

https://www.mineduc.gob.gt/leamos_juntos/?p=cuentacuentos2013.asp

Mineduc. (2018) Guatemala en PISA-D. Mineduc.gob.gt. Recuperado de:

<https://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/habitos-lectura.pdf>

Murray, J. (s.f.). DISEÑO INTERACTIVO: UNA PROFESIÓN EN BÚSQUEDA DE UNA FORMACIÓN

PROFESIONAL. Recuperado de javeriana.edu:

http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1219334041130_440651588_114275

ONU. (2014) Guatemala: Análisis de situación del país. Oficina de la coordinadora residente.

Recuperado de:

<https://onu.org.gt/wp-content/uploads/2016/04/Estudio-de-Situacion-Guatemala.compssed.pdf>

Perez, G. (2017) Tú Muni busca impulsar hábitos de lectura. Republica.gt. Recuperado de:

<https://republica.gt/2017/02/27/tu-muni-busca-impulsar-el-habito-de-la-lectura/>

Prodesa. (2017) Conociendo el programa de lectura Kemon Ch'ab'al. Prodesa.net

Recuperado de: <https://www.prodesa.net/taxonomy/term/22>

Orús, A. (22 de Octubre de 2019). Evolución del valor de las ventas de la editorial Santillana

Global SL en 2015 y 2018. Recuperado de Statista:

<https://es.statista.com/estadisticas/643278/ventas-de-la-editorial-santillana-global-sl/>

Ramirez, O. (2016) "No leer limita el aprendizaje" Prensa Libre. Recuperado de:

<https://www.prensalibre.com/ciudades/suchitepequez/olga-ramirez-no-leer-limita-el-aprendizaje/>

Saiz, Y (2015). Los Beneficios de la Lectura. La Vanguardia. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120613/54312096470/los-beneficios-de-la-lectura.html>

UNAM. Desarrollo de campaña publicitaria,. (s.f.). Recuperado de Sitio de la Universidad

Autónoma de Nuevo León: <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149150.PDF>

Verdines, C. (2013). Fundamentos del Diseño de Interacción. Instituto Tecnológico y de

Estudios Superiores de Monterrey. Recuperado de:

<https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/621424/ID094.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villalobos, R. (2014) Se buscan lectores. Prensa Libre. Recuperado de:

<https://www.prensalibre.com/revista-d/libros-lectura-habito-de-lectura-literatura-riecken-0-1154284709/>

Yo'o Guatemala (2019) Programas de lectura. yo-o.org. Recuperado de:

<https://yo-o.org/es/programs/programas-de-lectura>

ANEXOS.

ANEXO 1. Calculadora para generar la muestra de la población No.1

Error: %

Tamaño población:

Desviación: %

Nivel de confianza:

Calcular

El tamaño de muestra para los datos dados debería de ser:

306

ANEXO 2. Población de estudiantes de la Universidad del Istmo



cherrera@unis.edu.gt
para Lorena, mí ▾

mar., 29 oct. 8:20 (hace 1 día) ☆ ↩ ⋮

Buen día María José,

Mucho gusto en saludarla! Le comento que el número de población total de alumnos es de 1500 alumnos.

Saludos cordiales,

Celia Herrera
Registro y Control Académico
Universidad del Istmo
Tel. (502) 6665-3700 Ext. 3877

ANEXO 3. Investigación de diseño

PROCESO DE DISEÑO

Definición. Se conoce como diseño gráfico al “forma de comunicación visual que se utiliza para mandar un mensaje o información a una audiencia.” (Landa, 2011).

Es importante resaltar que el diseño gráfico no es considerado una disciplina artística, debido a que esta disciplina no genera una expresión gráfica conforme a la voluntad del artista, ya que el diseño se genera basándose en un mensaje, audiencia, y fin definido, en base a la necesidad de un cliente. Es importante resaltar el que este cliente es una parte integral del proceso de diseño, ya que la relación y retroalimentación que se genera con el, es el que nos permite desarrollar una solución gráfica que resuelva su necesidad; además que cabe resaltar el que, sin su aprobación, esta solución nunca se utilizará. (Alberich, 2015).

Etapas del proceso del diseño. Este proceso, si bien varía de diseñador a diseñador como se aplica, se basa en pilares similares, los cuales según Sosa, encuentran ilustrados a continuación:

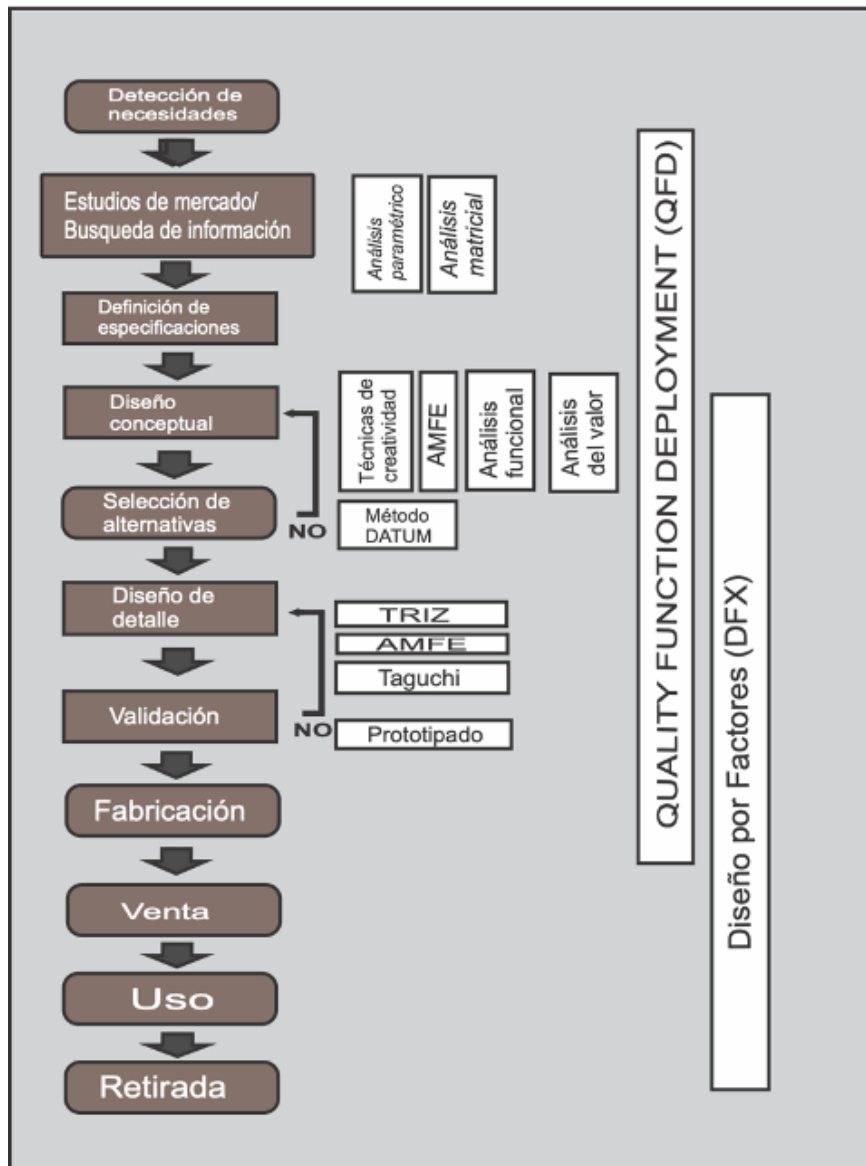


Diagrama del proceso de diseño. Fuente:

(<http://eprints.uanl.mx/8993/1/Metodos%20y%20Tecnicas%20de%20Diseño.pdf>) (Compean,

2010)

Técnicas de creatividad. Analizada desde el punto de vista de la psicología, la creatividad viene considerada como; “el pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que

habitualmente producen soluciones originales”(González, 2013). La creatividad es una parte fundamental del desarrollo del proceso creativo, ya que esta es la que permite el desarrollo de ideas sobresalientes. Según González, a lo largo de la historia se han ido desarrollando diferentes técnicas para potenciar la misma, las cuales se enlistan a continuación:

Análisis morfológico. Es una técnica que se basa en la combinación de ideas, al descomponer un concepto o problema en sus elementos esenciales, para luego reestructurarlos en una matriz. El proceso se basa en especificar un problema, seleccionar los parámetros más relevantes del mismo e ir realizando relaciones en base a ellos para generar ideas bajo sus elementos principales. (González, 2013)

Analogías. Consiste en resolver un problema mediante un rodeo: en vez de atacarlo de frente se compara ese problema o situación con otra cosa. Por ejemplo, un problema empresarial lo intentamos resolver buscando algún problema análogo en otras disciplinas: en la biología, en la historia, en un deporte colectivo. Primero se define el problema, para luego, generar analogías en base a él, buscando situaciones que sean similares en otro contexto. (González, 2013)

Brainstorming. Técnica que consiste en la generación de ideas de manera inmediata, con el fin de que la fluidez de pensamiento. Esta cuenta con 4 reglas fundamentales:

- Toda crítica está prohibida
- Ninguna idea es mala

- Generar tantas ideas como sea posible
- Se pueden asociar las ideas ya producidas

Conexiones forzadas: Esta se realiza inmediatamente después de la lluvia de ideas, Se empieza al descomponer el objetivo creativo en componentes o bloques. Surgen áreas que quizá no habíamos explorado. Listamos en cada bloque distintos aspectos o partes. Esto por sí sólo ya nos estimula para generar nuevas ideas. Conectamos y cruzamos al azar diversos aspectos de varios bloques. (González, 2013)

DISEÑO INTERACTIVO

Concepto de diseño Interactivo. El diseño interactivo "es un nuevo campo que jugará un papel crucial en la futura configuración de la educación, la comunicación, el comercio y las artes en el siglo XXI. " (Murray, s.f.) Según García y Villanova en *Diseño de Interacción* (2012) se define el diseño interactivo como "la disciplina que define el comportamiento de los productos y sistemas con los que interactúa el usuario."

Este se encuentra basado en aspectos de la psicología cognitiva. Cabe resaltar el que "la disciplina del diseño interactivo no es un fin en sí mismo, sino que debe ayudar a los usuarios a interactuar con un sistema determinado, y que, por lo tanto, tendría que reducir al mínimo su complejidad de uso, sin eliminar funcionalidades importantes. Es clave que entendamos que la interactividad por sí misma no tiene ningún valor si no ayuda a llevar a cabo acciones complejas de manera simple y eficaz. " (Universidad de Cataluña, 2012).

Tipos de interacción. Según Verdines y Campbell, el estilo de interacción “se refiere a la forma en que un producto ha sido diseñado para que sea posible usarlo.” Asimismo, establecen que existen diferentes estilos de interacción, que se describen a continuación: Interacción basada en comandos e instrucciones. Esta invita a los usuarios a realizar actividades repetitivas basado en los comandos e instrucciones que ofrece un producto. Este estilo de interacción se utiliza cuando es necesario llevar acciones repetitivas que no permite al usuario modificar ninguna instrucción (Verdines, 2013).

Interacción basada en diálogo y conversación. Incorpora elementos de reconocimiento de texto y voz, lo que permite establecer intercambio de mensajes hablados o escritos para poder realizar las actividades deseadas. Este estilo de interacción es aconsejable cuando el usuario debe efectuar acciones sin leer instrucciones o escribir textos muy largos (Verdines, 2013).

Interacción basada en manipulación directa. Permite al usuario realizar actividades y transacciones con base a la información disponible, añadiendo la posibilidad a los usuarios de adaptar el producto a sus preferencias personales, creando nuevas opciones e interacciones adicionales a las que ofrece originalmente el producto. Este estilo se suele implementar para generar un ambiente estructura que permita flexibilidad de uso (Verdines, 2013).

Interacción basada en exploración. Permite al usuario buscar y descubrir información de interés, contando con varias rutas de acceso a la información disponibles y distintas opciones de configuración personalizada. Se recomienda utilizarse para generar una navegación eficiente y sencilla en sistemas de información complejos para el usuario (Verdines, 2013).

La importancia de la interacción en el diseño. Según Delgado: “Las personas percibimos e interpretamos las interacciones cada uno a su manera cuando interactuamos con una interfaz determinada. Esas percepciones deben gestionarse para ofrecer una experiencia similar a todos los usuarios que se pongan frente a ella. Esto nos lleva al papel central que juega la comunicación visual en el proceso de diseño de una interfaz. Mientras que los científicos pueden acercarse técnicamente a la sensación de textura, que los desarrolladores traducirán a código, el diseñador gráfico es el encargado de comunicar de forma visual esa sensación. A la hora de dar vida a la experiencia de usuario que puede ser instrumental mediante el aspecto, y ahora transmitir la sensación de la interfaz.” Al hacer esto, se permite el comprender las respuestas emocionales y cognitivas del usuario, interpretarlas para generar un compromiso activo con el mismo. (Delgado, 2019).

PLATAFORMAS DIGITALES

Componentes principales. Según el sitio web Logicalis, todo sistema de información digital debe contar con seis componentes esenciales, los cuales se deben encontrar integrados de manera conjunta:

Hardware. Tecnología de almacenamiento, comunicación, entrada y salida de datos.

Software: Programa destinado a procesar, almacenar, recoger y analizar los datos de entrada, generando conocimiento para el usuario final.

Datos. Componente más valioso, ya que estas porciones de información son las que proveen al sistema.

Procedimientos. Políticas y reglas de negocio aplicables a los procesos organizados.

Usuarios. Personas que interactúan con la información, constituyendo un componente decisivo para el éxito o fracaso de cualquier iniciativa.

Retroalimentación. Elemento clave de cualquier sistema de información, al ser la base para la mejora continua. (Logicalis, 2018)

DISEÑO DE MATERIAL EDUCATIVO

Factores importantes. Según Fainhole, “El diseño gráfico aplicado a la investigación se interesa en la eficacia pedagógica, y la comunicación didáctica en sus diferentes formas, al tender a un pensamiento optimizador, reflexivo y motivador.” Resalta el que el diseño de por sí cuenta con elementos que enriquecen aspectos didácticos, tales como eficacia pedagógica, implicación cognitiva y facilitación de los procesos de explicación, dosificación, aclaración e ilustración del lenguaje verbal (Fainhole, s.f.)

Plataformas digitales educativas

Según Díaz: “Una plataforma educativa virtual, es un entorno informático en el que nos encontramos con muchas herramientas agrupadas y optimizadas para fines docentes. Su función es permitir la creación y gestión de cursos completos para internet sin que sean necesarios conocimientos profundos de programación.” Las plataformas educativas suelen utilizar una estructura modular, con el fin de responder a las áreas principales de una institución educativa: gestión administrativa y académica, gestión de la comunicación y gestión del proceso de enseñanza aprendizaje. (Díaz, 2009).

Cabe resaltar que el diseño de plataformas educativas está orientado a dos aplicaciones principales: Educación a distancia y apoyo de la educación presencial. En la actualidad, se utilizan de igual manera con el fin de crear espacios de discusión y conocimiento por parte de investigadores y comunidades virtuales. Díaz destaca las funciones primordiales de una plataforma educativa, enlistadas a continuación:

El acceso a la información, comunicación, gestión y procesamiento de datos. Estas pueden ser, de forma más general, concebidas y conceptualizadas como:

Instrumento para la gestión administrativa y tutorial.

Fuente abierta de información y recursos.

Herramienta para la orientación, el diagnóstico y el seguimiento de estudiantes. •

Instrumento cognitivo que apoya procesos de construcción del conocimiento.

Medio de expresión y creación multimedia.

Instrumento didáctico y para la evaluación que proporciona una corrección e interacción rápida e inmediata, una reducción de tiempos y costes, la posibilidad de seguir la evolución del alumno, etc.

Canal de comunicación que facilita la comunicación interpersonal, y el intercambio de ideas y materiales en un entorno colaborativo.

Espacio generador y soporte de nuevos espacios formativos (Díaz, 2009).

Mediación pedagógica. La definición de mediación pedagógica es aquella mediación capaz de promover y acompañar el aprendizaje de nuestros interlocutores, es decir promover en los otros la tarea de construirse y de apropiarse del mundo y de sí mismos".

En una institución educativa, cuya intencionalidad es la transmisión de la cultura, hay

muchos actores que, en algún momento, cumplen la función del mediador, el que cuestiona nuestro presente, el que nos pone frente a lo enigmático. (Álvarez, s.f.)

Tratamiento de la forma. Se refiere al proceso de educativo, basado en tres pasos: Gozo, apropiación e identificación. Puede contar con problemas al no ser bien asimilado, tales como rigidez de procesos, contenido superfluo, poca capacidad expresiva, y relaciones pobres.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Definición. Según la Universidad Autónoma de Nuevo León, AUNL, "La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos. En un plan de campaña se resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. El plan de campaña se presenta al cliente en una presentación de negocios formal. También se resume en un documento escrito que se conoce como libro de planes. " (UNAL, s.f.)

Tipos de campañas. Existen diferentes tipos de campañas según la identificación del producto. A continuación se enlistan estas según la UNAL:

Propaganda: Cuando no hay un interés económico explícito de por medio, se habla de la propaganda, es decir, del tipo de campaña que promueve ideas, personas, ideologías, credos. La mal llamada publicidad política (en realidad propaganda política) cabe en esta clase, así como las campañas de legalización del aborto, discriminación y eliminación de los fumadores o incremento de la devoción por un santo.

Cívica o de bien público: Se llaman así las campañas realizadas por entidades sin ánimo de lucro o por empresas que se colocan en un papel similar. Con frecuencia los gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas, u otras asociaciones, buscan cambiar actitudes masivas mediante la oferta de satisfactores diferentes a un producto rentable: cultura, turismo, rehabilitación de minusválidos, patriotismo.

Institucional o de imagen: Algunas de sus manifestaciones pueden confundirse fácilmente con las cívicas, pero las diferencia el tener un interés comercial. Se hacen porque las empresas desean que la gente tenga de ellas una imagen favorable, para obtener actitudes positivas hacia las mismas o hacia sus productos. Invitan a creer en valores empresariales, bien sea directamente o por asociación con obras socialmente apreciadas. Obedecen, entre otros, a motivos políticos, económicos, sociales y/o de mercadeo, y son entre otras:

Industrial o genérica: Elaborada para un grupo de fabricantes o comercializadores de un producto común: la leche, los seguros.

Cooperativa: Se realiza para varios productos que se acompañan entre sí por cualquier razón: la empresa y la cadena distribuidora o un almacén, un licor y su mezclador. De marca o corporativa Gira alrededor del nombre de un fabricante o generador de servicios, o de sus productos tomados en forma colectiva, con el fin de fortalecer la marca que los respalda.

Sombrilla: Con el fin de abaratar costos, se amparan grupos de productos de la misma empresa bajo la sombrilla de un solo mensaje (campañas umbrella); generalmente disminuye más la efectividad que la inversión: la imagen total es confusa y la mortal extensión de línea puede surgir en cualquier momento. Individuales, para bienes de consumo Se realizan para satisfactores concretos, bien sean productos o servicios: una clase de jeans, de cigarrillos, de cuentas corrientes o de gaseosas (UANL, s.f.).

ANEXO 4. Resultados de Validación

¿Qué te transmite el proyecto?

31 respuestas

desde el principio me transmitió el esfuerzo que se nota que le haz puesto a todo y segundo me transmite la bella idea de compartir con amigos de una forma virtual debido a todo esto de la pandemia.

Me da curiosidad ya que me ayudaría a ampliar mi vocabulario de una manera nueva y aumentaría mi nivel de comprensión lectora.

Curiosidad y ganas de probarlo.

Diversión, juego, competencia, alegría y convivencia

Un emprendimiento de aplicación

Entusiasmo para ver crecer este proyecto y que llegue lejos, y positivismo para los jóvenes de estos momentos

Motivación por la lectura

Felicidad y Curiosidad

Es una buena manera de fomentar la lectura.

Me gusta y me parece super bien que se quiera reforzar el hábito de la lectura a través de juegos. Sin embargo, por la entretención no sé qué tan atractivo sería para adolescentes de secundaria. Quizá funcionaría para un público un poquito más mayor en el que la gente está más interesada por ser más "intelectual".

Clara informacion dándola con un toque de positivismo

Originalidad

Seguridad, me parece que se presenta de manera correcta las ideas del proyecto y eso me brinda seguridad.

Esfuerzo y deseo de aprender

Curiosidad por probar Lecta y bastante felicidad que hayan personas que motiven a los estudiantes mediante la tecnología a leer!

Conocimientos tecnológicos

Pues me transmite interés ya que creo que yo lo necesito

Diversión con amigos a la distancia

Interés

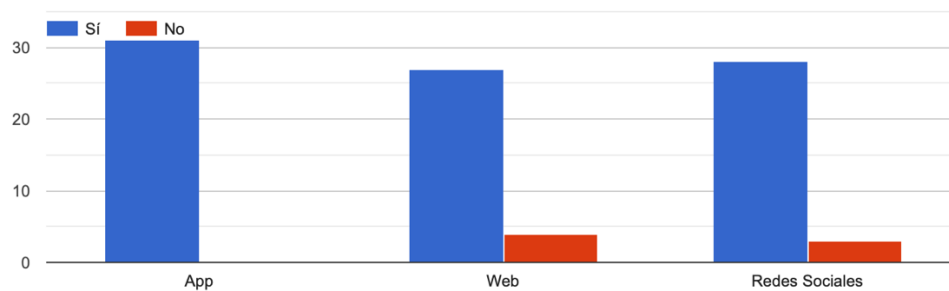
Que la persona dedicó mucho tiempo a esto y me da como una sensación de paz y calma.

En verdad me recordó a kahoo, pienso que sería un excelente juego para que todos desarrollemos ese hábito de lectura que es muy importante.

emoción por aprender

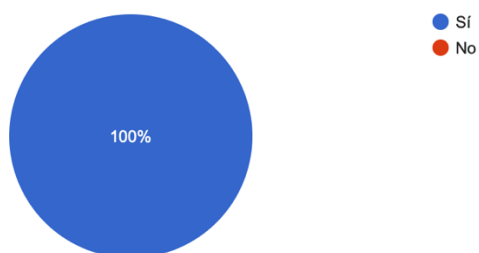
Me parece interesante que quieran fomentar la lectura ya que es un hábito que no muchos tienen.

¿Comprendes bien cuál es la meta de cada pieza?

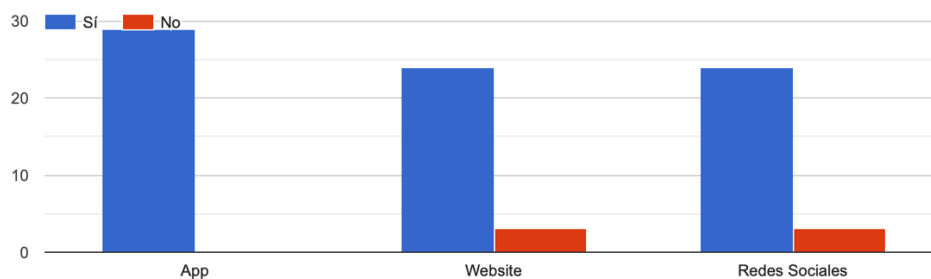


¿Crees que es adecuado para el tema las ilustraciones que se utilizaron?

31 respuestas

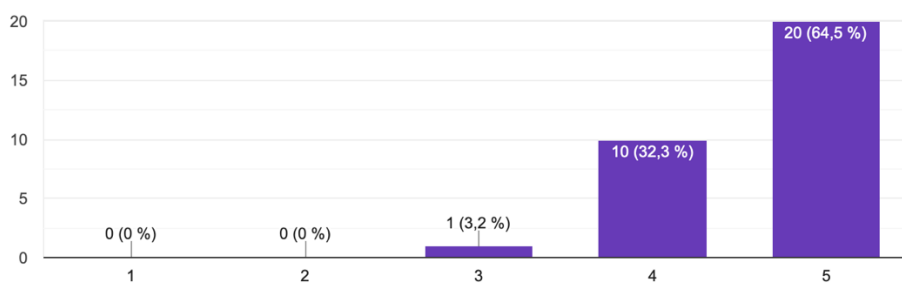


¿Crees que _____ es la mejor manera de implementar el proyecto?



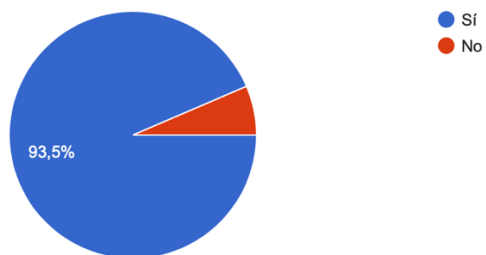
¿Crees que el estilo de letra te permite una lectura clara?

31 respuestas



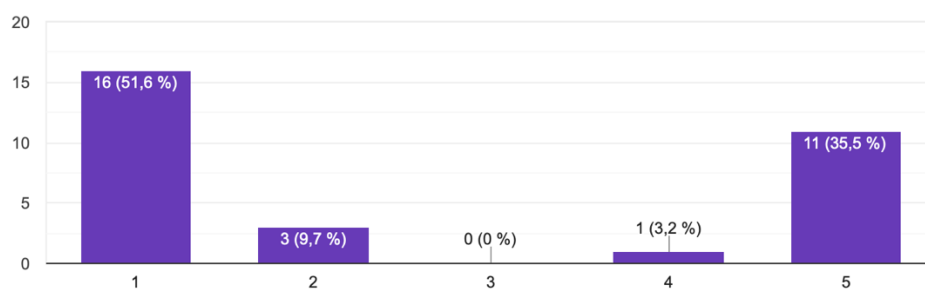
¿Crees que el tamaño de letra es el adecuado?

31 respuestas



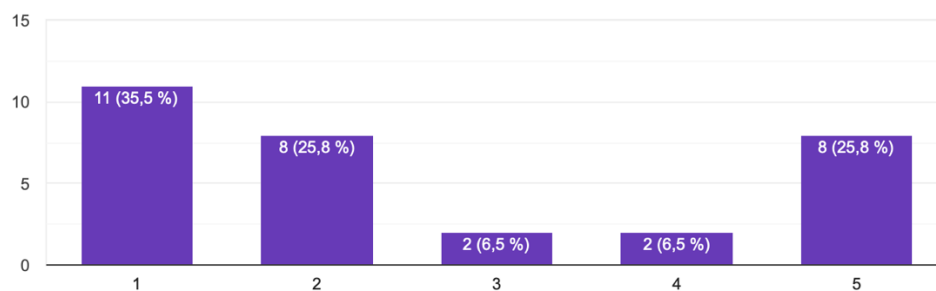
¿Comprendes en totalidad como funciona la aplicación?

31 respuestas



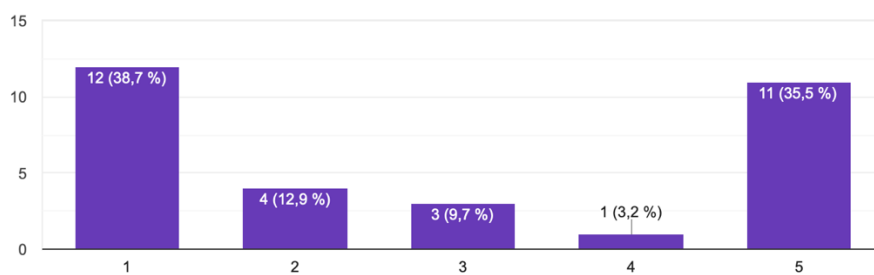
¿Comprendes en totalidad la página web?

31 respuestas



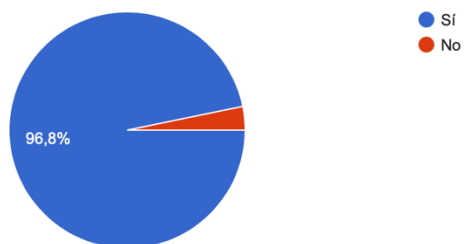
¿Comprendes en totalidad el contenido de las redes?

31 respuestas



¿Te llaman la atención los colores?

31 respuestas

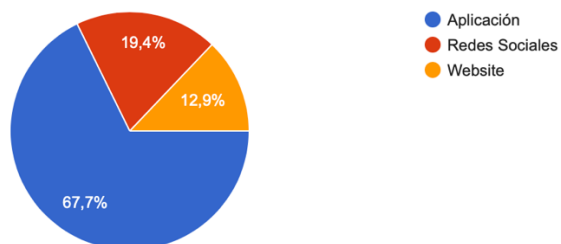


Te llamaría la atención _____



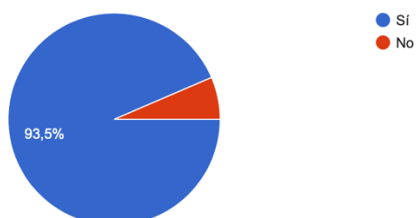
De todas las piezas, ¿Cuál te llama más la atención?

31 respuestas



Los post publicitarios ¿te llamaron la atención? (Ver imagen de abajo)

31 respuestas



ANEXO 5. Cotización de diseño y reproducción



Visión Digital
Tu punto de impresión

Guatemala 5 de nov. de 20

Atención: Majo Alv

DESCRIPCIÓN	Cantidad	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL, C/IVA
Impresión de afiches tamaño A3(12*18 pulgadas) impresos en papel textocote calibre 12 full color	500	6.5	Q3250
Promoción del mes de afiches 1000 afiches 18*18 pulgadas Q1.20 tiempo de entrega es de 4 días hábiles			

COMPROMISO DE ENTREGA: 1 DIA HABILE LUEGO DE SU APROBACION
Forma de Pago: Contado
 Estos precios tienen validez de 15 días

Obed Boch
Asesor de Proyectos
3147-2632

 Visión Digital
  vision.digital
 #TuPuntoDeImpresión PBX: 2320-3000

TIENDA MAJADAS
 Diagonal 12 25-85 Parque Comercial Las Majadas zona 11 L11-12
 visiondigitalmajadas@gmail.com

TIENDA CAYALÁ
 Boulevard Rafael Landívar, 10-05 local A1, zona 16
 visiondigitalcayala@gmail.com

TIENDA VISTA HERMOSA
 2a 17-88 zona 15 V.Hill CC. Pacific Vista Hermosa
 visiondigital11@gmail.com



ALEKO OAKLAND MALL
para mí

Jue, 5 nov 19:54 ☆ ↶

Buenas noches, le comento que para poder trabajarle esos diseños primero hay que digitalizarlo eso tiene el costo de Q100.00 C/U nos tardamos tres días hábiles para tenerle una muestra y poder darle el precio exacto de cada bordado, con respecto a gorras tenemos varios estilos y diferentes precios están desde Q50.00 Hasta Q150.00.

ALEKO
PERSONALIZAMOS TU VIDA...

Aleko Oakland

Diagonal 6, 13-01 zona 10
 Centro Comercial Oakland Mall
 Sotano 1 del lado del Carrousel
 Punto de Venta: (502) 2336-6856
 Oficinas Centrales: (502) 2503-3340
 Visitanos en www.aleko.com.gt



Imprenta · **JiT** · Litografía

Telyfax: **2383-3280 2385-1190**

ventasjit@gmail.com

Guatemala, 6 de noviembre de 2020

Licenciada
Majo Hernández
Presente

Deseándole un buen día, le presento nuestra cotización por el siguiente trabajo de imprenta:
Favor incluir el nombre, NIT y dirección de la empresa para la factura de cada trabajo

AGENDAS, tamaño final carta con espiral del lado de 11" espiral metálico consta de 50 hojas impresas en papel bond blanco impresas a un color de los dos lados todas iguales, + Pasta, cartón chip 60 forrado de adhesivo blanco impreso a todo color de un lado con UV Brillante.

500 agendas Q. 15,327.00

El cliente entrega artes finales listos para imprimir

NOTA: Si no ha proporcionado el arte final, el costo de la impresión queda sujeto a cambios.

REGIMEN ISR: **SUJETOS A PAGOS TRIMESTRALES.**

No emitir retención

¡ENTREGA EN EL PERIMETRO DE LA CIUDAD, ES UN GUSTO VISITARLE!

FORMA DE PAGO: 50% Anticipo 50% Contra Entrega

Cotización **VALIDA** por 5 días.

NOTA: Estos precios se sujetan a cambios no previstos en el valor de las materias primas.

- **El cheque debe emitirse a favor de INVERSIONES JIT, S. A.**
- Se cobrará Q 100.00 por cheque rechazado.

TRABAJO TERMINADO en 12 a 15 días hábiles después de aprobado el arte y recibido 50% anticipo.

Si el trabajo es urgente debe confirmar el tiempo de entrega y el precio puede subir.

Las facturas y documentos contables primero deben ser autorizadas por la SAT.

El arte para su aprobación lo Empezamos a trabajar con la Orden de Compra.

Revise esta cotización y envíe su Orden de Compra ó Realice el pedido firmando la

ACEPTACION que aparece a continuación. **Envíela:** E-mail ventasjit@gmail.com

Entregas parciales según sea el caso.

Precios ya incluyen IVA

Cualquier consulta, estamos para ayudarle. Con el agrado de poder atenderle, esperamos su comunicación. Muy atentamente, su departamento de imprenta...

Monica Castillo
José Antonio Espinoza
Ventas

Enviar junto con la cotización: **ACEPTACION**

FACTURAR A: _____ NIT: _____

DIRECCION FACTURA: _____

La misma ☐

DIRECCION ENTREGA: _____

CANTIDAD: _____ UNITARIO Q. _____ TOTAL Q. _____

APROBADO POR: _____

Nombre

Teléfono oficina y celular

Firma

Sello



GUATEMALA 06 DE NOVIEMBRE DE 2,020

Señores
MARIA JOSE HERNANDEZ
Presente

Estimada Señorita Hernandez:

Le saludamos cordialmente y a la vez nos complace someter a su consideración la presente cotización de Sudaderos:

CANTIDAD MINIMA	PRODUCTO	TIEMPO DE ENTREGA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
30	SUDADEROS ROJOS CON 2 LOGOS EN HEAT TRANSFER		Q300.00	Q9,000.00
30	SUDADEROS MORADOS CON 2 LOGOS EN HEAT TRANSFER		Q300.00	Q9,000.00
*****	*****	*****	*****	*****

TOTAL. Q18,000.00

DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS SUJETO A INVENTARIO

FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA
TIEMPO DE ENTREGA: VIGENTE A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO Y AUTORIZADO EL ARTE RESPECTIVO 30 DI/

Quedamos a la espera de sus noticias y esperamos poder satisfacer las necesidades de su empresa.

Atentamente,

EVELYN DE LA TORRE
Tel.: (502)66101400-52029317
entdelatorre@hotmail.com

****COTIZACIÓN VÁLIDA ÚNICAMENTE 8 DÍAS ****



TODO EN UNIFORMES

CORPORACIÓN BADEL CENTROAMERICA S.A.

COTIZACIÓN No. 0963-2020

www.corporacionbadel.com

FECHA:	Guatemala 6 de Noviembre del 2020			
CLIENTE:				
DIRECCION:	majodesignstudio@gmail.com			
TELEFONO:				
CONTACTO:	Srta. Majo Hernandez			
DESCRIPCION	TELA	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO T.
ESSTUCHO PORTALÁPICES				
CON OREJA , SIN FORRO, SIN TAPACOSTURA				
CON ZIPER	LONA OXFORD	500	Q 12.00	Q 6,000.00
MEDIDAS:				
8.5" x 2" x 2"				
A UN COLOR				
COLOR ADICIONAL			Q 0.50	
			TOTAL	Q 6,000.00

PRECIO INCLUYE IVA

FECHA DE ENTREGA:

FORMA DE PAGO:

FACTURA No.

15 DIAS HÁBILES A PARTIR DE RECIBIR ANTICIPO
y aprobación de muestras
Y RECEPCIÓN DEL ANTICIPO
80% ANTICIPO Y 20% CONTRA ENTREGA

CHEQUE A NOMBRE DE: CORPORACION BADEL CENTROAMERICA S.A.

Cualquier sugerencia ó reclamo comuníquese al tel 5-2019125

RECLAMOS POR GARANTÍA 5 DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE ENTREGA

ROXANA DE PAZ
ASESORA DE VENTAS
CEL. 5717-1282

APROBADO POR:

La firma y sello de la persona encargada implica la aceptación
para la elaboración y entrega del presente pedido.

Recibido por: _____

FIRMA Y SELLO

Boulevard Principal San Cristóbal 3a. Calle 18-72 Local 61 Centro Comercial San Cristóbal
Zona 8 de Mixco, Ciudad.
PBX 2478-1010. Guatemala C.A.

PAQUETES PREMIUM - CONTRATO ANUAL	Pro	Premium
	Q.4500 mensuales	Q.6500 mensuales
Creación, Fidelización y Optimización (Business Intelligence): Desarrollo del perfil de empresa, análisis de la competencia, desarrollo de buyer persona para la correcta segmentación y comprensión de la audiencia, optimización de mensajes automáticos y fidelización de la red para asegurar la entrega de los mismos, trazo de objetivos y optimización SEO en social media.	✓	✓
Diseño Gráfico: Desarrollo de imagen gráfica en relación al concepto de la marca.	✓	✓
Fotografía y Video (adaptación digital únicamente): Implementación de imágenes y videos stock bajo nuestra librería. Sesión de fotografías y video para generación de contenidos, únicos y exclusivos.	✓	✓
Matriz de contenido: Generación de contenido para las plataformas Facebook e Instagram, estudio, análisis y optimización de contenidos, hashtags y CTA's.	✓	✓
Pauta Digital: Gestión de promoción en las diferentes plataformas digitales para alcanzar objetivos trazados.	✓	✓
Reportería y Análisis: Evaluación de campañas, ROI, captación de datos, mantenimiento de la cuenta y aplicación de planes de contingencia de ser necesarios.	✓	✓
Generación de Base de Datos: Mediante estrategias atadas a los actuales canales de comunicación digital, se generarán Lead Ads que tendrán como objetivo principal la recolección de datos para alimentar una base de datos.		✓
Landing Pages: Diseño de 1 landing page por mes para apoyar las estrategias digitales, captación de datos y optimización para Google Search Console, asesoría para la selección de dominio, hosting básico, no incluye cuentas de correo electrónico.		✓



Estimados

Adjunto un presupuesto de un paquete de 5 animaciones para redes sociales. Incluye animaciones originales del contenido de 5 a 10 segundos según las necesidades del cliente.

Presupuesto

Proceso creativo (creación de texto e idea general de la animación)	100%	Q. 1,800.-
---	------	------------

Total Unidad	100%	Q. 1,800.-
+ Impuestos (12%)		
Total por paquete		Q. 2,016.-

Celular: +502 - 5697 - 7576

Correo: gabichostudios@gmail.com

APÉNDICES.

APÉNDICE NO 1. Instrumento No.1. Encuesta realizada a estudiantes de la Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

Diseño Gráfico

Se realiza esta encuesta con el fin de conocer las posturas y comportamientos de los estudiantes acerca de la lectura, junto con los hábitos que ellos llevan de la misma. Toda la información recolectada es con fines académicos. La información aquí recopilada se utilizará de manera anónima. Le agradezco desde ya por su colaboración con mi proyecto. Responda a las siguientes preguntas:

¿Te gusta leer?

Sí

No

¿Por qué?

2. ¿Cuántos libros lees al año?

1-5 6-10 10- 20 20-30 30 o más

3. ¿Cuántos de esos libros son por interés propio, y no un trabajo escolar? Siendo 1 ninguno y 10 todos.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. ¿Qué extensión de libro prefieres leer?

0 a 50 páginas 50 a 100 páginas 100 a 200 páginas
200 a 300 páginas 300 a 400 páginas 500 páginas o más

5. Menciona libros que recuerdes haber leído

6. En escala del 1 al 10, siendo 1 poco y 10 el máximo ¿Que tanto te cuesta concentrarte al leer un libro?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Marca con una X las características con las que te identifiques al leer:

Necesito vocalizar las palabras al estar leyendo en voz baja

Suele leer una oración o frase múltiples veces para poder comprenderla.

Suelo perder la línea en la que me encontraba de la lectura

Tiendo a olvidar lo que leí casi inmediatamente

No me identifico con ninguna de las anteriores

Otro: _____

8. ¿Qué tan probable es el que decidas leer por recreación?

Bastante Probable Muy Probable Probable

Poco Probable Nada Probable

9. ¿Qué tan inclinado te encuentras a fomentar tu hábito de lectura?

Nada Poco Neutral Mucho Bastante

10. ¿En tu círculo cercano hay alguien que profese un hábito de lectura?

Sí No

Gracias por tus respuestas.

APÉNDICE NO 2. Instrumento 2. Entrevista realizada a expertos en el campo de la educación.

- ¿Cuáles considera que son las causas principales de el bajo desempeño de los estudiantes en actividades de lectura?
- ¿Cuál considera que es el mayor impacto que tiene en el desarrollo de la persona el contar con buena formación lectora?
- ¿Cuál es su perspectiva respecto a la formación lectora a nivel país?
- Basado en ello, ¿Cuáles considera son los principales pilares que se deben fortalecer dentro de la formación lectora?

- De las iniciativas que se han desarrollado en el país, tanto públicas como privadas, para mejorar los hábitos de la lectura de los guatemaltecos, ¿Cuáles considera que son las más efectivas hasta la fecha? Y en específico, ¿Qué esfuerzos considera que han sido los más efectivos por parte de las instituciones gubernamentales respecto a la lectura?
- En base a su conocimiento y experiencia, ¿A donde considera que va orientada la formación lectora en el país ?¿Considera que se generan mejoras en el corto plazo?

APÉNDICE NO 3. Instrumento 3. Entrevista realizada a expertos externos al sector educativo.

- ¿Cuáles considera que son las causas principales de el bajo desempeño de los estudiantes en actividades de lectura? Y en consecuencia, ¿Cuáles considera son los mayores retos para promover la mejor comprensión y apreciación lectora en los estudiantes?
- Profundizando un poco más en el programa de su organización, ¿Podría darme una descripción de cuáles son los pilares del programa de lectura de ____,y cuál es su principal fortaleza?
- En su página podemos observar que han implementado su programa de lectura en múltiples municipios de la República, ¿En promedio, cada cuanto implementan el programa en una nueva ubicación?
- ¿Cuál es su perspectiva respecto a la formación lectora a nivel país?

- De las iniciativas que se han desarrollado en el país, tanto públicas como privadas, para mejorar los hábitos de la lectura de los guatemaltecos, ¿Cuáles considera que son las más efectivas hasta la fecha? Y en específico, ¿Qué esfuerzos considera que han sido los más efectivos por parte de las instituciones gubernamentales respecto a la lectura?
- En base a su conocimiento y experiencia, ¿A donde considera que va orientada la formación lectora en el país? ¿Considera que se generan mejoras en el corto plazo?

APÉNDICE NO4. Instrumento 5. Encuestas realizadas a los estudiantes

Se realiza esta encuesta con el fin de conocer las posturas y actitudes generales de los estudiantes localizados en la ciudad de Guatemala. La información recolectada es con fines académicos. La información aquí recopilada se utilizará de manera anónima. Le agradezco desde ya por su colaboración con mi proyecto de graduación. Responda a las siguientes preguntas:

- ¿Qué sueles hacer en tu tiempo libre?

☐ Ver televisión ☐ Ver redes sociales ☐ Salir con mis amigos ☐ Hacer Deporte ☐ Leer

- ¿Cuáles son tus temas de interés?

☐ Noticias ☐ Deportes ☐ Artes ☐ Farándula ☐ Películas ☐ Moda ☐ Música

☐ Videojuegos ☐ Productividad ☐ Negocios ☐ Ciencia

- ¿Qué tanto tiempo pasas en las redes sociales al día?

☐ 10-30 minutos ☐ 30 - 60 minutos ☐ 1 hora a 3 horas ☐ Más de 4 horas

- ¿Cuál red social sueles utilizar más?

☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Tik tok ☐ Twitter ☐ Pinterest ☐ Youtube ☐ Whatsapp

- ¿Qué tipo de entretenimiento prefieres?

☐ Acción ☐ Drama ☐ Romance ☐ Comedia ☐ Critica ☐ Poética

- ¿Qué tipo de aplicación sueles utilizar en tu celular?

☐ Educativa ☐ Edición de fotografías ☐ Juegos ☐ Entretenimiento ☐ Cultura

- ¿Cuál de estos lugares sueles frecuentar más?

☐ Cayalá ☐ Oakland Mall ☐ Miraflores ☐ Portales ☐ Arkadia

☐ Pradera Zona 10 ☐ Parque Las Américas ☐ Pradera Concepción

- ¿Qué tipo de música escuchas más?

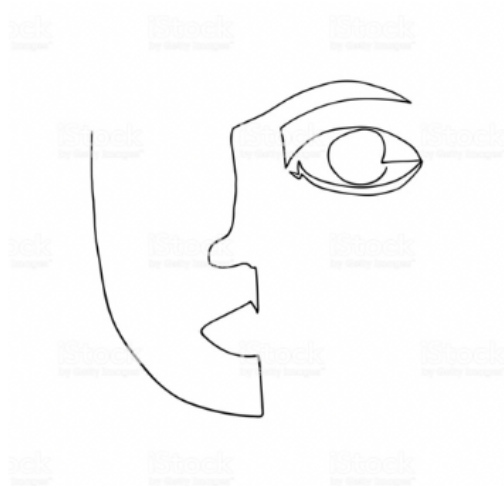
☐ Urbana ☐ Salsa ☐ Bachata ☐ Electrónica ☐ Banda ☐ Rock ☐ Pop ☐ Indie

☐ Jazz ☐ R&B ☐ Clásica

- ¿Qué tipo de celular utilizas?

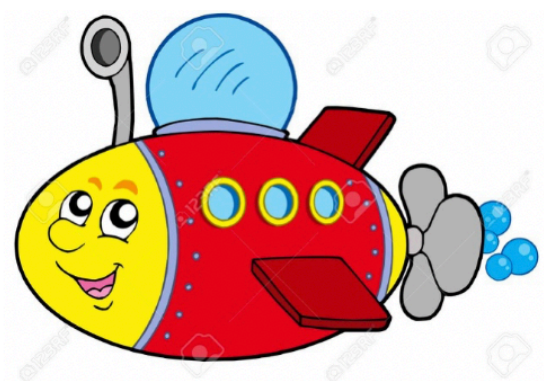
☐ Iphone ☐ Samsung ☐ Huawei ☐ Nokia ☐ Motorola ☐ Otros

- ¿Qué tipo de imagen prefieres? Marca con una X.



Dibujo Lineal

3D



Caricatura

Fotografía

- ¿Qué color asocias con lectura? Marca con una X

