



# Título

## capítulo

### ESTRATEGIA DE DISEÑO

En la estrategia de diseño que se presenta a continuación se tomaron puntos clave que ayudarán a los pequeños de la congregación, a cumplir con el objetivo que se expuso anteriormente; de igual forma se presenta cada uno de los enfoques, conceptos y metodología que se empleó para realizar este proyecto.





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



## 7.1 Áreas de Diseño

Las áreas utilizadas en el proyecto fueron seleccionadas para dar una mejor proyección de los valores al público meta al que esta enfocado el proyecto, las áreas a utilizar son:

**Diseño de material didáctico y diseño multimedia**, estas áreas abarcan diferentes ramas del diseño entre ellas: diseño editorial, diseño de envase y embalaje, pero se emplearan dentro de estas dos categorías como materia didáctico y multimedia.

## 7.2 Propósito e indicadores

### Propósito

Promover la importancia de los valores y orientar a los pequeños de la iglesia apostólica, por medio del Diseño de materiales didácticos y diseño multimedia, utilizando los medios de comunicación que cada uno abarca.

**Promover:** Iniciar o activar una cosa procurando su realización.

**Orientar:** Informar a uno de lo que ignora acerca de un asunto o negocio, o aconsejarle sobre la forma más acertada de llevarlo a cabo.  
Dirigir a alguien su interés, su conducta o sus acciones hacia un objetivo determinado.

### Conceptos indicadores

Se tomaron en cuenta los siguientes conceptos para evaluar los medios de comunicación masiva, que se presentan dentro del diseño de material didáctico y diseño multimedia, de esta manera se determinará cual es el medio indicado para dar solución al problema.

- **Innovador.**- Es la creación o modificación de un producto, y su introducción en el mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial.
- **Pregnante.**- Que es capaz de recordarse e identificar con facilidad. Captar la atención del observador por la simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura.
- **Costo.**- Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la presentación de un servicio.
- **Viable.**- Que tiene posibilidad de llevarse a cabo o de concretarse gracias a las circunstancias o características.
- **Durabilidad.**- El tiempo que puede mantenerse de buena calidad el producto o servicio en el mercado.

- **Llamativo.**- Capacidad de atraer la atención del receptor.
- **Significativo.**- Que tiene importancia por representar o significar algún valor, con respecto a la educación.

### 7.3 Matriz de solución

#### Diseño de material didáctico

Esta área del diseño es viable para el proyecto, ya que en el área pedagógica es, el medio apto para generar un aprendizaje significativo en los niños, es por ello que esta nos permitirá dar solución a la problemática planteada.

	Innovador	Pregnante	Costo	Viable	Durabilidad	Llamativo	Significativo
Cartel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Historieta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tríptico	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libro para iluminar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Juegos didácticos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Sigue

Preventivo

Alto

De acuerdo al resultado obtenido por la matriz de solución se plantean los siguientes medios, para dar solución al problema; pues a través de ellos se realizará la estrategia para fomentar los valores en los niños de la Iglesia Apostólica.

**Juegos didácticos.**- Este medio obtuvo una mayor puntuación dentro de la matriz de solución, por lo tanto es considerado un instrumento apropiado para la solución del problema, de acuerdo al público al que está dirigido, funcionaría exitosamente. Una de las funciones importantes de los juegos didácticos es el aprendizaje significativo de los pequeños, por lo tanto es viable.

**Cuento.**- Se consideró este medio viable para dar salida a la problemática planteada, por ser un material que permite a los pequeños imaginar y vivenciar lo que les están narrando o incluso leyendo, además de permitir la retroalimentación.

**Libro para iluminar.**- Es viable ya que se pretende utilizar esta herramienta para reforzar el contenido del cuento, y dar mas pregnancia al aprendizaje de los niños.

### Diseño multimedia

El diseño multimedia se considera dentro de la matriz de solución; ya que es un área del diseño que permite al receptor extraer información de manera visual y auditiva, permitiéndoles tener mas pregnancia en él.

	Innovador	Pregnante	Costo	Viable	Durabilidad	Llamativo	Significativo
Audiovisual	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CD interactivo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Sigue

Preventivo

Alto

El resultado obtenido de esta matriz de solución es:

**Audiovisual.**- Es un medio donde el niño puede obtener una amplia recepción de la información que se pretende dar a conocer. A diferencia del CD interactivo que no se consideró viable ya que los niños no cuentan con la tecnología que les permita interactuar con él.

## 7.4 Metodología

Para dar solución a la problemática planteada anteriormente se aplicó la siguiente metodología retomada de acuerdo a Bruno Munari y Jorge Frascara:

1. Detección del problema
2. Aproximación al proyecto
  - 2.1 Investigación previa
    - 2.1.1 Auditoría visual
    - 2.1.2 Características
    - 2.1.3 Conceptos
  - 2.2 Necesidad
  - 2.3 Análisis de las áreas de desarrollo
3. Brief
  - 3.1 Antecedentes
  - 3.2 Perfil del público meta
  - 3.3 Edad
  - 3.4 Sexo
  - 3.5 Nivel socio económico
  - 3.6 Nivel cultural
  - 3.7 Escolaridad
  - 3.8 Propósito del proyecto
4. Generación y análisis
  - 4.1 Lluvia de ideas
  - 4.2 Bocetaje
  - 4.3 Selección de propuesta
  - 4.4 Realización gráfica
5. Diseño final
6. Presupuesto
7. Evaluación

### 7.4.1 Desglosamiento de la Metodología

**1. Detección del problema.**- Se detecta el problema a resolver, al que posteriormente se le dará solución.

**2. Aproximación al proyecto.**- En esta etapa se tiene un contacto directo con el problema ya detectado, y se analiza su contexto.

**2.1 Investigación previa.**- Se investiga a fondo el contexto donde se va a desarrollar la solución del problema, tomando en cuenta los siguientes puntos:

**2.1.1 Auditoría visual.**- Se hace una observación previa para detectar algún detalle extra que pueda reforzar la solución.

**2.1.2 Características.**- Es la investigación de la semblanza de la Iglesia.  
**2.1.3 Conceptos.**- Se analizan los conceptos que se quieren dar a conocer.

**2.2 Necesidad.**- Una vez analizado el problema, detectamos la necesidad que presenta el servicio.

**2.3 Análisis de las áreas de desarrollo.**- En esta etapa se analizan las áreas en base al diseño, donde se aplicará la solución gráfica al problema.

**3. Brief.**-Es el análisis y recopilación de datos que favorecen para adquirir un buen resultado, gráfico y de comunicación.

**3.1 Antecedentes.**- Se investiga su historia y sus antecedentes para conocer a fondo con quién se trabaja y que es lo que ofrece.

**3.2 Perfil del público meta.**- Se identifica el público a quien va dirigido el servicio o producto.

**3.3 Edad.**- Una vez identificado el público meta se determina el rango de edad en el que oscila esta población.

**3.4 Sexo.**- Que sexo o preferencia sexual va dirigido el servicio.

**3.5 Nivel socio económico.**- Que nivel socioeconómico tiene la población a la que va dirigirse el servicio.

**3.6 Nivel cultural.**- Se especifica el conocimiento que presenta el público meta.

**3.7 Escolaridad.**- Nivel escolar en el que se ubica el receptor.

**3.8 Propósito del proyecto.**- Es la finalidad por la cual se va a realizar este proyecto, y que se pretende obtener con el una vez aplicado.

**4. Generación y análisis.**- En esta etapa se genera la propuesta de acuerdo al análisis del proyecto para posteriormente pasar a la etapa donde se plasman las ideas.

**4.1 Lluvia de ideas.**- Se generan las ideas para la solución al problema.

**4.2 Bocetaje.**- Se plasma el tratamiento que se le aplicará a la propuesta elegida en la lluvia de ideas.

**4.3 Selección de propuesta.**- Es la etapa donde se selecciona la idea adecuada para darle un tratamiento digital.

**4.4 Realización gráfica.**- La propuesta elegida pasa un proceso donde se le dará el tratamiento ideal para la reproducción digital y gráfica.

**5. Diseño final.**- Es la solución del problema plasmado en el Diseño correspondiente.

**6. Presupuesto.**- El valor monetario que se le da al proyecto, tomando en cuenta los diferentes gastos que se generaron en la realización del mismo.

**7. Evaluación.**- Es la etapa final del proyecto donde existe una retroalimentación por medio de una evaluación del proyecto.

## **7.5 Brief**

### **Necesidad**

A partir del problema surge la necesidad en la Iglesia Apostólica de generar un material didáctico adecuado, para impartir las clases de valores morales a los niños dentro de la congregación.

### **Objetivo**

Diseñar un material didáctico, que ayude a fomentar los valores morales a los niños de 5 a 12 años de edad en la Iglesia Apostólica a través de juegos interactivos e instrumentos (audiovisuales y cómics impresos) que permitan reafirmar los conocimientos adquiridos dentro de la congregación.

### **Emisor**

Dentro de la Iglesia Apostólica de la Fe en Cristo Jesús A.R., el departamento de educación Cristiana y el departamento Mini Infantil son los emisarios del proyecto de valores.

### **Público Meta**

Niños de la Iglesia Apostólica de 5 a 12 años, de clase media, con cualidades peculiares tales como: Inquietos, la afición por la música, el dibujo, canto, juego. La mayoría no cuentan con una computadora en casa solo con DVD y televisión. Los grupos en la congregación infantil son heterogéneos. Les gustan mucho las caricaturas y en su mayoría las de superhéroes.

### **Recursos**

- **Humanos**

Lic. en Psicología Ezequiel Quino  
Director del departamento de Mini Infantil a nivel nacional.  
Responsable del tema de valores.

Rev. José Barragán Valencia  
Presbítero de la Iglesia Apostólica en la región de Uruapan.

L.D.C.V. Joab Isaías Barragán Guerrero  
Diseñador

- **Materiales**

Para realizar el presente proyecto se deberán tomar en cuenta los siguientes materiales para realizar su elaboración: Material para bocetar, cámara fotográfica, software especializado para la elaboración, material de recorte, escáner, impresora, material de pintura para ilustrar.

- **Diseño**

Los recursos a utilizar dentro de este apartado son los siguientes: Para la realización de juegos interactivos se ha considerado el área de diseño de material didáctico; para ella se empleará el software de la suite de Adobe para dar el tratamiento adecuado al proyecto, así como ilustraciones y elaboración de personajes para desarrollar la imagen.

### **Enfoque conceptual**

De acuerdo a la necesidad y problemática que presenta la Iglesia Apostólica se consideró que el proyecto deberá tener un tratamiento **infantil** para atraer al público y lograr captar la atención del mismo, a su vez deberá ser **divertido** para generar aprendizajes significativos en los pequeños, **atractivo** para generar la inquietud por explorar su contenido, que deberá ser **claro**.

Dichos conceptos en conjunto darán al contenido impacto en el público meta.

### **Enfoque Expresivo**

El concepto infantil deberá representarse por medio de ilustraciones y animaciones atractivas para los niños, se utilizará una tipografía sans que facilite la lectura para los pequeños, los colores a utilizar serán colores llamativos primarios y secundarios; posteriormente se emplearán colores pastel para reforzar el contenido, deberá emplearse texturas en el tratamiento del proyecto para asociarlo con el concepto.

Para expresar el concepto divertido, las ilustraciones deberán representar el concepto por medio del tratamiento que se le dará, éste será por medio de personajes expresivos, la tipografía deberá tener dinamismo para evocar este concepto.

El proyecto deberá ser atractivo, por lo tanto será representado por colores primarios (cian, magenta y amarillo) que puedan atraer la atención del público meta a quien va dirigido este proyecto. Así como el empleo de frases que cumplan su cometido en el fomento de valores a los pequeños.

La claridad del proyecto, será englobado en las características generales del proyecto en cuanto a su función y tratamiento, pero deberá dársele una mayor prioridad a las frases que contenga el material.

### ***Enfoque funcional***

Deberá ser funcional tanto para los niños pequeños que aún no desarrollan habilidad para leer, como para los mayores. Los materiales a utilizar deberán ser resistentes para cualquier uso.

Para lograr la durabilidad del producto, el tratamiento a utilizar cumplirá con el impacto que se estipula en el objetivo. No obstante el proyecto deberá tener el tamaño y las proporciones adecuadas para facilitar el manejo y la interacción con los pequeños.