



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, Guatemala, Guatemala, 2023

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

María José Sacbaja Alvarez

Carné: 19001487

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2023

Proyecto de graduación

Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-,

Guatemala, Guatemala, 2023

María José Sacbaja Alvarez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2023

Nómina de autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General. Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo. Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General. Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 11 de abril de 2022


Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE JUEGO TERAPÉUTICO ACERCA DEL RECONOCIMIENTO Y MANEJO DE LA ANSIEDAD PARA PACIENTES PREADOLESCENTES REALES Y POTENCIALES DE LA CLÍNICA DE AUDIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA -CLIAP-**. Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Maria José Sacbaja Álvarez
19001487


Ms.C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

Señorita:
María José Sacbaja Alvarez
Presente

Estimada Señorita Alvarez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE JUEGO TERAPÉUTICO ACERCA DEL RECONOCIMIENTO Y MANEJO DE LA ANSIEDAD PARA PACIENTES PREADOLESCENTES REALES Y POTENCIALES DE LA CLÍNICA DE AUDIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA -CLIAP-**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 10 de diciembre de 2022

Lic. Leizer Kachler

Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE JUEGO DIDÁCTICO A CERCA DEL RECONOCIMIENTO Y MANEJO DE LA ANSIEDAD PARA PACIENTES PREADOLESCENTES REALES Y POTENCIALES DE LA CLÍNICA DE AUDIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA CLIAP. GUATEMALA, GUATEMALA 2023**, presentado por la estudiante *MARÍA JOSÉ SACBAJA ALVAREZ*, con número de carné *19001487*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

M.Sc. Lourdes L. Donis S.
Asesora
Colegiada No. 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de mayo de 2023

**Señorita
María José Sacbaja Alvarez
Presente**

Estimada Señorita Sacbaja:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 7 de julio de 2023.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE JUEGO TERAPÉUTICO ACERCA DEL RECONOCIMIENTO Y MANEJO DE LA ANSIEDAD PARA PACIENTES PREADOLESCENTES REALES Y POTENCIALES DE LA CLÍNICA DE AUDIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA –CLIAP-**, de la estudiante María José Sacbaja Alvarez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 07 de agosto de 2023

Señorita:
María José Sacbaja Alvarez
Presente

Estimada Señorita Sacbaja:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE JUEGO TERAPÉUTICO ACERCA DEL RECONOCIMIENTO Y MANEJO DE LA ANSIEDAD PARA PACIENTES PREADOLESCENTES REALES Y POTENCIALES DE LA CLÍNICA DE AUDIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA -CLIAP-. GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: María José Sacbaja Alvarez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas.

A mi familia, por ser incondicionales en mi formación, creer en mi potencial y apoyarme en todo momento.

A mis compañeros de estudio que siempre estuvieron ahí y que juntos recibimos el conocimiento que nos formó.

A mis catedráticos, que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

A la Universidad, que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

A mis padres, quienes siempre me brindaron un amor incondicional, creyeron en mí y me apoyaron por encima de todo.

A mi hermana, por ser la luz de mi vida, mi mayor motivación y mejor amiga en cada etapa de mi vida.

Resumen

Gracias al acercamiento con la Clínica De Audiología Y Psicología -CLIAP-, se identificó que no cuenta con un juego terapéutico acerca el reconocimiento y manejo de la ansiedad para uso en la terapia con sus pacientes preadolescentes reales y potenciales.

Por lo que se planteó el objetivo: Diseñar un juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por hombres y mujeres, de 12 a 16 años y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El enfoque de la investigación es mixto, utilizando los métodos cuantitativo y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a 40 personas entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó un juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-. Se recomendó a la misma colocar el material en un área visible para los pacientes.

Para efectos legales únicamente la autora, MARÍA JOSÉ SACBAJA ALVAREZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	2
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	2
2.3 Justificación.....	2
2.3.1. Magnitud.....	3
2.3.2. Vulnerabilidad	3
2.3.4. Factibilidad.....	19
Capítulo III: Objetivos del diseño	6
3.1 Objetivo general	6
3.2 Objetivos específicos.....	6
Capítulo IV: Marco de referencia	7
4.1 Información general del cliente.....	7
4.1.1 Misión.....	7
1.1.2 Visión.....	7
1.1.3 FODA.	7
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	8
5.1 Perfil geográfico	8

5.2 Perfil demográfico.....	8
5.3 Perfil psicográfico	8
5.4 Perfil conductual	9
Capítulo VI: Marco teórico.....	10
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	10
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	12
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	12
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	14
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	15
6.3.1. Ciencias auxiliares.....	15
6.3.2. Artes.....	17
6.3.3. Teorías.	18
6.3.4. Tendencias.	19
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	22
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	22
7.2 Conceptualización	24
7.2.1 Método la brújula.....	24
7.2.2 Definición del concepto.....	25
7.3 Bocetaje.....	26
7.3.1 Tabla de requisitos.....	27

7.3.2	Proceso de bocetaje.	29
7.3.3.	Proceso de bocetaje a color.	31
7.3.4.	Bocetaje digital	39
7.3.5.	Proceso de digitalización de los bocetos.	43
7.4.	Propuesta preliminar.	56
Capítulo VIII:	Validación técnica 	63
8.1	Población y muestreo	63
8.2	Método e instrumentos	64
8.3.	Resultados e interpretación de resultados	66
8.4.	Cambios con base en los resultados	76
8.4.1	Justificación.	80
Capítulo IX	Propuesta gráfica final 	81
Capítulo X	Producción, reproducción y distribución..... 	88
10.1.	Plan de costos de elaboración.....	88
10.2.	Plan de costos de producción	89
10.3.	Plan de costos de reproducción	89
10.4.	Plan de costos de distribución	90
10.5.	Margen de utilidad	90
10.6.	Cuadro con resumen general de costos	90
Capítulo XI	Conclusiones y recomendaciones 	91

11.1. Conclusiones	91
11.2. Recomendaciones.....	92
Capítulo XII Conocimiento general	93
12.1. Demostración de conocimientos	93
Capítulo XIII Referencias	94
Capítulo XIV Anexos.....	102

Índice de gráficos

Gráfica 1.....	3
Tabla 1.	7
Gráfica 2.....	13
Gráfica 3.....	21
Gráfica 4.....	24
Gráfica 5.....	26
Tabla 2.	27
Boceto a lápiz 1.....	29
Boceto a lápiz 2	30
Boceto a color de cartas 1.	31
Boceto a color de ficha de instrucciones 1.	32
Boceto a color de tablero 1.	33
Boceto a color de caja 1.....	34
Boceto a color de cartas 2.	35
Boceto a color de ficha de instrucciones 2.....	36
Boceto a color de tablero 2.	37
Boceto a color de caja 2.....	38
Boceto digital de cartas 1.....	39

Boceto digital de ficha de instrucciones 1.....	39
Boceto digital de tablero 1.....	40
Boceto digital de caja 1.....	40
Boceto digital de cartas 2.....	41
Boceto digital de ficha de instrucciones 2.....	41
Boceto digital de tablero 2.....	42
Boceto digital de caja 2.....	42
Captura de pantalla de digitalización 1.....	43
Captura de pantalla de digitalización 2.....	43
Captura de pantalla de digitalización 3.....	44
Captura de pantalla de digitalización 4.....	44
Captura de pantalla de digitalización 5.....	45
Captura de pantalla de digitalización 6.....	45
Captura de pantalla de digitalización 7.....	46
Captura de pantalla de digitalización 8.....	46
Captura de pantalla de digitalización 9.....	47
Captura de pantalla de digitalización 10.....	47
Captura de pantalla de digitalización 11.....	48
Captura de pantalla de digitalización 12.....	48

Captura de pantalla de digitalización 13.....	49
Captura de pantalla de digitalización 14.....	49
Captura de pantalla de digitalización 15.....	50
Captura de pantalla de digitalización 16.....	50
Captura de pantalla de digitalización 17.....	51
Captura de pantalla de digitalización 18.....	51
Captura de pantalla de digitalización 19.....	52
Captura de pantalla de digitalización 20.....	52
Captura de pantalla de digitalización 21.....	53
Captura de pantalla de digitalización 22.....	53
Captura de pantalla de digitalización 23.....	54
Captura de pantalla de digitalización 24.....	54
Captura de pantalla de digitalización 25.....	55
Captura de pantalla de digitalización 26.....	55
Propuesta preliminar de cartas 1.....	56
Propuesta preliminar de cartas 2.....	57
Propuesta preliminar de cartas 3.....	58
Propuesta preliminar de cartas 4.....	59
Propuesta preliminar de ficha de instrucciones 1.....	60

Propuesta preliminar de caja 1.....	61
Propuesta preliminar de tablero 1.	62
Propuesta final de cartas 1.	81
Propuesta final de cartas 2.	82
Propuesta final de cartas 3.	83
Propuesta final de ficha de instrucciones 1.	84
Propuesta final de ficha de instrucciones 2.	85
Propuesta final de caja 1	86
Propuesta final de tablero 1.....	87
Tabla 6.	88
Tabla 7.	89
Tabla 8.	89
Tabla 9.	90
Gráfica 6.....	93

Índice de anexos

Anexo I.....	102
Anexo II	103
Anexo III.....	111
Anexo IV.....	115
Anexo V	116
Anexo VI.....	119
Anexo VII	120
Anexo VIII.....	121
Anexo IX.....	122
Anexo X.....	123
Anexo XI.....	124
Anexo XII	125
Anexo XIII	126
Anexo XIV	127
Anexo XV	128
Anexo XVI.....	129
Anexo XVII	130
Anexo XVIII.....	131
Anexo XIX.....	132



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I

1.1 Introducción

La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, ha ofrecido a la población guatemalteca desde el año 2001, asistencia en las áreas de audiología y psicología. Su servicio se ha especializado en tratamientos de psicoterapia para pacientes preadolescentes que sufren trastorno de ansiedad.

Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un juego terapéutico para el reconocimiento y manejo de la ansiedad para uso dentro y fuera de la terapia con pacientes preadolescentes reales y potenciales de la clínica. Por esta razón, se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-.

Para crear el concepto creativo se usará la técnica de la brújula y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, cliente y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado y obtener un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.



CAPÍTULO ii

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP- fue creada el año 2001 por un grupo de profesionales de la psicología. Se dedica a actividades como: psicología clínica, asesoramiento familiar, evaluaciones psicopedagógicas, terapia de audición, voz y lenguaje, evaluaciones auditivas.

Actualmente -CLIAP-, no cuenta con un juego terapéutico para el reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la clínica.

Este proyecto surge del deseo y la necesidad de la clínica de ofrecer un producto y servicio diferenciado de su competencia, introduciendo de manera eficaz un material terapéutico que pueda ser utilizado dentro y fuera del sistema de psicoterapia, siendo este adecuado para el segmento específico de pacientes establecido y, sobre todo, que mantenga los estándares de calidad, innovación y trabajo social que caracterizan a la marca.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, no cuenta con un juego terapéutico para el reconocimiento y manejo de la ansiedad para uso dentro de la terapia con pacientes preadolescentes reales y potenciales de la clínica.

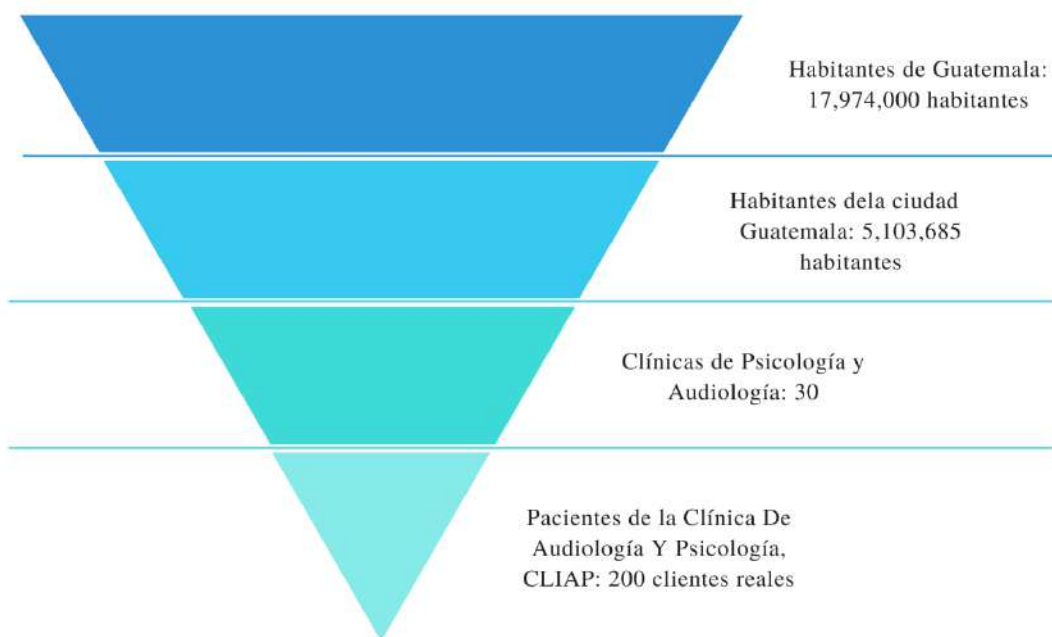
2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención de la diseñadora – comunicadora, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

2.3.1. Magnitud.

En la República de Guatemala habitan 17,974,000 millones de personas, está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra la Ciudad de Guatemala, que en la actualidad acoge a 5,103,685 habitantes. Dentro de este departamento existen aproximadamente 30 clínicas psicológicas dedicadas a la psicoterapia y audiología y entre ellas, se encuentra la clínica de audiología y psicología -CLIAP- que atiende aproximadamente a 200 clientes reales. (Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, 2020)

Gráfica 1.



Gráfica de magnitud realizada por la comunicadora diseñadora María José Sacbaja Alvarez.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si la Clínica de Psicología y Audiología -CLIAP- no realiza el diseño de un juego terapéutico para reconocer y manejar la ansiedad en la preadolescencia, se perderá la oportunidad de darse a conocer como una clínica

psicológica innovadora y actualizada y, por lo tanto, no avanzará en sus objetivos como empresa, cayendo en una monotonía en términos de psicoterapia, además, no obtendrá el beneficio económico que se podría alcanzar a partir de la reproducción, uso y venta del material didáctico.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con el juego terapéutico para reconocimiento y manejo de la ansiedad en la preadolescencia, la empresa podrá darse a conocer como una clínica que cuenta con tratamientos psicoterapéuticos innovadores y obtendrá un beneficio económico a partir de dicho reconocimiento.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones psicológicas que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP- autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, cuenta actualmente con los recursos necesarios entre ellos el presupuesto adecuado, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, la comunicadora-diseñadora cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora con capacidad de almacenaje suficiente.
- Cámara fotográfica.
- Programas de diseño aptos para el diseño del proyecto.



CAPÍTULO iii

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda la información relacionada con la clínica a través de los datos que el cliente proporcione por medio del Brief para la creación del juego terapéutico dirigido a sus clientes reales y potenciales.

3.2.2 Investigar referencias bibliográficas y en sitios web información relacionada con el trastorno de ansiedad en preadolescentes para establecer un marco de referencia en la creación del juego terapéutico dirigido a los clientes reales y potenciales de la clínica.

3.2.3 Diagramar a través de los procesos de bocetaje y digitalización los elementos que componen el juego terapéutico para que el grupo objetivo pueda comprender el funcionamiento del tablero, cartas, ficha de instrucciones y caja.



CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP- fue creada el año 2001 por un grupo de profesionales de la psicología y actualmente se dedica principalmente a actividades como: Psicología clínica, asesoramiento familiar, evaluaciones psicopedagógicas, terapia de audición, voz y lenguaje, evaluaciones auditivas.

4.1.1 Misión. Brindar salud auditiva y atención psicológica oportuna y eficaz a niños, jóvenes y adultos, orientándolos a mejorar su calidad de vida y permitir a su vez, el desarrollo de competencias clave para su desenvolvimiento óptimo en la vida.

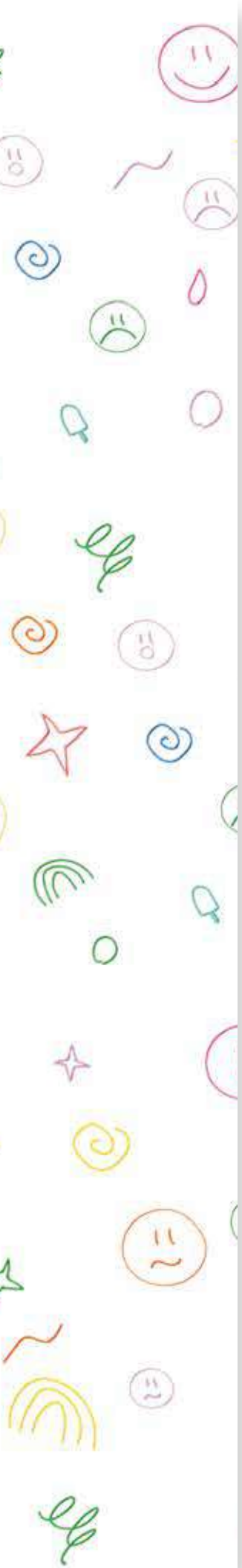
4.1.2 Visión. Ser un referente de calidad y confianza en la atención de salud mental y auditiva, capaces de dar respuesta a cualquier necesidad planteada por nuestros clientes.

4.1.3 FODA.

Tabla 1.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Profesionales altamente capacitados. Proactividad e innovación. Atención personalizada. 	<ul style="list-style-type: none"> El mercado del gremio cuenta con mala atención al cliente. Precios elevados en tratamientos de salud mental. Innovación en los procesos de psicoterapia con pacientes.
DEBILIDADES	AMENANZAS
<ul style="list-style-type: none"> Falta de planeación estratégica. Ubicación con poco tránsito de personas. Falta de material terapéutico para uso en las terapias. 	<ul style="list-style-type: none"> Estigma hacia la salud mental. Situación económica del país. Incremento de la competencia.

Tabla elaborada por la comunicadora diseñadora María José Sacbaja Alvarez



CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por hombres y mujeres, de 12 a 16 años, que cuenten con padres de familia o encargados con un NSE C, C+, B, se inclinen por métodos de terapia innovadores y tendencias a buscar clínicas psicológicas para proteger la salud mental de sus familias.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en zona 11 y rutas aledañas de la capital, transitan la calzada Roosevelt. Se entretienen en sitios turísticos, restaurantes con costos medio-altos, espacios de recreación de pago y utilizan las redes sociales y videojuegos. Puntualmente, el proyecto se ubicará en las instalaciones de la clínica ubicada en la zona 11 capitalina, en un edificio que queda sobre la calle principal a la vista de las personas que transitan cerca.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 12 a 16 años, que cuenten con padres de familia o encargados con un NSE C, C+, B las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

Ver tabla completa de nivel socio económico -NSE- en anexo I.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en la unión familiar, la psicoterapia y el cuidado de la salud mental. Cree en el trabajo y en la diversión recreativa familiar, por lo que frecuenta espacios recreativos de pago, utiliza videojuegos y redes sociales. Rechaza los comportamientos nocivos para la salud mental de sus familias y acostumbra a hacer actividades tanto al aire libre como en centros comerciales, parques de diversiones y restaurantes.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta positivamente ante actividades familiares que involucren a sus seres queridos, especialmente a sus hijos y ante métodos innovadores que procuren la salud mental de los mismos, especialmente al notar comportamientos nocivos en ellos. Tomando en cuenta que pueden pagar por dichas actividades costos relativamente elevados.



CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Psicología clínica. Se le conoce de esta forma a la rama de las ciencias psicológicas que se relaciona con la evaluación y el tratamiento de la salud mental, comportamientos anormales y problemas psiquiátricos.

Tiene como objetivo fundamental realizar la evaluación, explicación, diagnóstico, tratamiento y la prevención de los trastornos mentales y de la promoción del bienestar psicológico en la población. La manera en la que los individuos deciden someterse a un tratamiento psicológico suele variar y se encuentra estrechamente relacionada con las condiciones de vida de cada uno. (Winnicott, 1993)

6.1.2 Psicología educativa. Según el libro, *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo* (Ausubel, Novak, & Hanesian, 1983), es la disciplina que estudia los procesos de enseñanza y aprendizaje, y que además de aplicar los métodos y las teorías de la psicología y también posee los suyos propios. Su principal objetivo consiste en la comprensión y el mejoramiento de la educación.

Como toda rama de la psicología, cuenta con un conjunto de fundamentos y objetivos que orientan la ruta de acción, entre ellos: intervención en las necesidades educativas, orientación, formación y asesoramiento familiar e investigación socioeducativa.

6.1.3 Etapas del ciclo vital. Es un enfoque que permite, de manera objetiva, identificar y entender las distintas vulnerabilidades y oportunidades durante las etapas del desarrollo humano. “Reconoce que las experiencias se acumulan a lo largo de la vida, que las intervenciones en una generación repercutirán en las siguientes, y que el mayor beneficio

de un grupo de edad puede derivarse de intervenciones previas en un grupo de edad anterior”. (Ministerio de salud y protección social de Colombia, 2021)

Aunque aún existe mucha controversia en cuanto a las edades exactas que conforman cada etapa, se ha llegado a un consenso que establece que: la infancia comprende de los 0 a los 5 años, la niñez de los 6 a los 11 años, la adolescencia de los 12 a los 18 años y la adultez comienza a partir de los 19 años. Es en la etapa adolescente que se presentan diversos cambios tanto físicos como mentales, se desarrolla la personalidad y el carácter y el individuo está más expuesto a las consecuencias psicológicas de dichos cambios.

6.1.4 Trastorno de ansiedad. “Es una enfermedad mental que tiene como síntoma central una ansiedad intensa, desproporcionada, persistente y que afecta de gran manera distintas áreas de la vida y pilares necesarios para el correcto desarrollo de un individuo. Durante la edad pediátrica y adolescente, se empiezan a presentar algunos síntomas de este trastorno, de no ser identificados y correctamente tratados, esto puede suponer una problemática con repercusiones a futuro en la persona que lo padece”. (Instituto Nacional de la Salud Mental, 2020)

En el caso del tema que compete a la investigación, el trastorno de ansiedad normalmente presenta relación con alteraciones químicas del cerebro, tiene un componente hereditario y con frecuencia es precipitado o detonado gracias a factores externos que liberan comportamientos de estrés o miedo desproporcionado.

6.1.5 Terapia del juego. Consiste en una rama de la psicoterapia que propicia el desarrollo y la expresión de los pacientes por medio de ejercicios lúdicos y de juego, estableciendo un ambiente adecuado y actividades controladas que inciten a un mejor desarrollo del proceso de terapia. (Schaefer, 1988)

Suele ser aplicado en procesos de psicoterapia con pacientes infantiles y preadolescentes, por medio de juegos propuestos específicamente por el terapeuta que lleva el caso y con actividades orientadas en los resultados que se esperan del tratamiento.

6.1.6 Diferencia entre material terapéutico y didáctico. Ambos tipos de materiales pueden ser utilizados con fines lúdicos, sin embargo, existe la diferencia fundamental de que el material terapéutico tiene el fin de obtener un resultado a nivel psíquico, orientando al usuario, en este acaso paciente, a un mejor ordenamiento mental y emocional.

El material didáctico por su parte tiene el objetivo de dejar una enseñanza a nivel cognitivo, es decir, propiciar el aprendizaje de un tema en específico. (Flores, 2013).

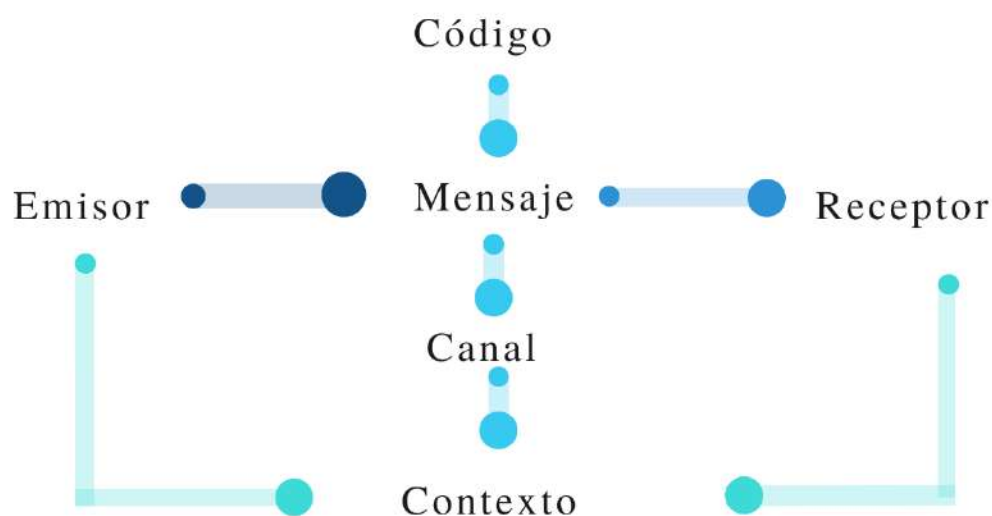
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Concepto de comunicación. La comunicación es el proceso por medio del cual se transmite información de un ente a otro. Facilita el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otras señales y se da en torno a un contexto determinado y este fundamenta no solo el mensaje que se transmite, sino los signos, símbolos y canales a utilizar para lograrlo. (Thompson, 2008)

6.2.1.2 Esquema de comunicación. En este caso particular, el emisor, es decir, la clínica psicológica, se dirige a sus clientes reales y potenciales por medio de las redes sociales como canal, transmitiendo el mensaje de que se cuenta con programas de psicoterapia adaptados para pacientes preadolescentes que son diagnosticados con trastorno de ansiedad.

Gráfica 2.



Gráfica del esquema de comunicación elaborado por la comunicadora y diseñadora María José

Sacbaja Alvarez.

6.2.1.3 Teoría de la comunicación con un enfoque psicoterapéutico. La comunicación es fundamental en todo ser humano. De hecho, es un proceso que es inherente a la vida, ya que sencillamente, los humanos requieren de comunicarse de una u otra forma. La comunicación juega un papel fundamental en la vida humana y en el orden social, aunque apenas haya conciencia de ello. Desde el comienzo de la existencia humana, los individuos participan en el proceso de adquisición de las reglas de comunicación inmersas en nuestras relaciones.

Desde el punto de vista psicoterapéutico, la comunicación es un elemento clave en el tratamiento de trastornos mentales, partiendo de la que la comunicación no es meramente verbal, sino puede ser acompañada de distintos elementos adicionales que faciliten la interacción y el intercambio de ideas. (Torres, La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick, 2017)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. A grandes rasgos, es una “disciplina creativa en la cual se proyectan soluciones estéticas, simbólicas y funcionales, es decir, que emocionan, significan y sirven”. (Campi, 2012)

6.2.2.2 Diseño gráfico. Es una profesión relacionada a veces con la actividad artística, pero con un claro objetivo de comunicar el mensaje de forma visual.

Es el arte y proceso de combinar texto e imágenes para comunicar un mensaje de forma efectiva. De igual manera, es todo aquello que comunica un mensaje visual. Así, su máxima es obtener manifestaciones o mensajes gráfico que tengan la capacidad de influir en el comportamiento de los individuos. (Dondis, 2017)

6.2.2.3 Diseño de material didáctico. Es el material que, de manera significativa, reúne los medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje. Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas.

“Proporcionan información y guían el aprendizaje, es decir, aportan una base concreta para el pensamiento conceptual y contribuye en el aumento de los significados; desarrollan la continuidad de pensamiento, hace que el aprendizaje sea más duradero y brindan una experiencia real que estimula a los individuos expuestos a dicho material” (EcuRed, 2019).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1. Psicología. “La psicología se define como el estudio de la mente y el comportamiento, según la Asociación Americana de Psicología (American Psychological Association, APA). Es el estudio de la mente, cómo funciona y cómo afecta el comportamiento” (Legg, 2021).

Sugiere esta ciencia médica, abarca todos los aspectos de la experiencia humana, desde las funciones del cerebro hasta las acciones de los individuos en cada etapa y contexto de la vida, partiendo desde el desarrollo infantil hasta el cuidado de los ancianos.

6.3.1.2 Psicología del color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es considerada una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Es por tanto que, la rama de la psicología dedicada al estudio del color busca otorgar un significado y variables que se acoplen al mismo a cada tono de la paleta cromática, no sólo desde el punto de vista mental sino del social e histórico. (Heller, 2004)

6.3.1.3 Psicología de la imagen. “La imagen es un soporte visual que materializa un fragmento del entorno óptico, susceptible de subsistir a través de la duración, y constituye uno de los componentes principales de los medios de comunicación masiva”. (Humanipedia, 2020).

Por lo tanto, es la rama de la psicología que centra su estudio en la imagen, especialmente aquella que se utiliza como recurso de comunicación. Se encarga de dar un sentido a los símbolos, signos, colores y elementos gráficos que forman una composición y darle así una explicación meramente científica y objetiva a los resultados psicológicos que se obtengan a partir de dicho análisis.

6.3.1.4 Psicología de la comunicación. “La comunicación emerge claramente cuando analizamos el ángulo social o cognoscitivo del ser humano”. (Martínez, 2012)

Esta rama, según señala, constituye un área de la psicología social que estudia el comportamiento del hombre, particularmente en sus interrelaciones con la sociedad, tanto como sujeto que comunica información, ideas o conceptos como receptor de mensajes.

6.3.1.5 Semiología. Se le llama así a la disciplina que estudia de los signos, del sentido de la comunicación. En términos generales, la semiología tiene que ver con cualquier cosa que pueda ser asumida como signo y se define como el estudio de los signos en la vida social. (Morris, 1971).

6.3.1.6 Neuropsicología. “Se inscribe en el ámbito de la Neurociencia, que es un abordaje multidisciplinario del estudio del sistema nervioso cuyo objetivo es unificar el conocimiento de los procesos neurobiológicos y psicobiológicos, después de que durante mucho tiempo el estudio de la mente y el cerebro se hayan mantenido como dos realidades diferentes”. (Portellano, 2005)

Estudia la relación entre las estructuras cerebrales, las funciones cognitivas y los procesos emocionales y de la conducta. Abarca todas aquellas patologías que afectan al cerebro: alteraciones y disfunciones del neurodesarrollo, enfermedades neurodegenerativas, entre otros.

6.3.1.7 Pedagogía. Es una ciencia social enfocada en la investigación y reflexión sobre la educación que ofrece múltiples opciones laborales más allá de la educación formal.

Puede definirse como una ciencia social enfocada en la investigación y reflexión sobre la educación. Esta ciencia sirve para de sistematizar y optimizar los procesos educativos, para lo cual trata de recopilar datos sobre el hecho educativo, clasificarlos, estudiarlos, sistematizarlos y concluir una serie de principios normativos. (Blasco & Giner, 2020)

6.3.1.8 Ludología. Se dedica al estudio del juego desde la unión de diferentes disciplinas o ciencias que permiten explicar el impacto que tiene este tipo de pasatiempo a nivel cultural en la sociedad.

Para facilitar su comprensión, “La palabra ludología nace de la combinación de dos términos uno proveniente del latín y otro del griego. Por una parte, está la palabra ludus, que significa juego en latín, y por otro está el vocablo *logos* que en griego quiere decir conocimiento”. (Lifeder, 2019)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Artes tipográficas. Es el arte de dibujar, realizar y organizar el espacio de las letras bajo los parámetros de forma y diseño, lo cual permite que cumplan su labor de transmitir mensajes y facilitar la vista del lector. Cada letra debe poseer personalidad propia, contar historias, formas y procesos.

Al ser aplicadas las técnicas de diseño de tipografía al arte y a una determinada composición, se debe tomar en cuenta el esquema y estructura en que serán aplicadas y mantener la coherencia tipográfica con el resto del diseño. (Kane, 2020)

6.3.2.2 Ilustración digital. Es la realización de imágenes artísticas por medio de herramientas tecnológicas. El artista puede crear una amplia gama de imágenes a partir del uso de programas que simulan técnicas tradicionales en un ambiente digital.

Se combina muchas veces con la ilustración tradicional, para llegar a resultados muy personales y estilos únicos que están marcados por la personalidad gráfica del artista. (Academia de diseño, 2020)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Se utiliza para explicar cómo se generan los colores que conocemos. Podemos encontrar dos teorías al respecto, estas son la de la síntesis aditiva y la de la síntesis sustractiva.

Ahora bien, el motivo por el cual se distinguen los colores tiene su razón de ser debido a los rayos de luz que rechazan los objetos. Es decir, el ojo humano capta los rebotes de luz con diferentes longitudes de onda que no son absorbidas por el objeto. Estas son las que le dan color. Si el objeto fuera invisible, en ese caso, la luz lo atravesaría por completo y no veríamos nada. (Pawlik, 1996)

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. “Es una teoría muy utilizada actualmente en psicoterapia y resolución de problemas, pero también se ha popularizado por ser uno de los enfoques psicológicos más atractivos para aquellas personas que creen que la manera de ser, comportarse y sentir del ser humano no puede reducirse sólo a lo que es directamente observable o medible”. (Torres, 2015)

Poco tiempo después que se introdujo en la psicología, teóricos como Max Wertheimer, Wolfgang Kohler y Kurt Koffka aplicaron la Gestalt en el campo de la percepción visual, con la idea principal basada en que cuando percibimos el mundo, hay muchas señales distintas que nos llegan al mismo tiempo y para organizarlas.

6.3.3.3 Conceptualismo. Es una corriente que se encuentra a entre el nominalismo y el realismo. Mantiene que aunque los universales no tienen existencia en el mundo externo, existen sin embargo como ideas o conceptos en la mente y que allí implican algo más que palabras. “Se basó en la primacía de la idea o concepto por encima de la técnica o forma final del objeto” (Hernández, 2011)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo colorido. Es una tendencia que busca implementar la filosofía contraria al maximalismo, en donde se hace uso de la frase “menos es más” para hacer uso de cualquier textura, color, forma o detalle para generar un orden que mantenga una armonía.

Los elementos que recargan el diseño brillan por su ausencia en este estilo, lo que contribuye a trasladar el protagonismo a los objetos que aparecen en el elemento diseñado: un logotipo, un dibujo y otros elementos. En general, el diseño minimalista apuesta por lo esencial, y retira todos los elementos que rodean a lo básico. Busca comunicar muchas cosas con poco. (Pérez A. , 2020)

6.3.4.2 Geometría en el diseño gráfico. Se refiere a la ciencia de medir y tratar las relaciones espaciales. Se ha entendido siempre través de la experiencia y primordialmente, las relaciones de los objetos en el espacio.

La geometría simplemente toma esas relaciones espaciales, denominadas en esta rama de las matemáticas como axiomas, y los describe en términos de líneas rectas, puntos, curvas, superficies y sólidos. (Oca, 2017)

En el área del diseño gráfico, estos conceptos se aplican para mantener orden, simetría, ritmo y proporción en las distintas composiciones ya sea físicas o digitales.

6.3.4.3 Diseño a mano alzada. Se refiere al diseño que se realiza meramente a mano. Anteriormente, este se limitaba únicamente al dibujo que se plasmaba sobre el papel, sin embargo, con la aparición de medios digitales, en la actualidad se pueden realizar diseños “a mano” en hardwars de diseño como tabletas gráficas touch, esto gracias a lápices digitales y softwares de diseño. (Revista Atlante, 2015)



CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, partiendo del esquema realizado. Así como también las formas específicas de tipos de comunicación visual, siendo este material terapéutico, comunicación verbal al momento de realizar actividades específicas dentro de la terapia con el juego terapéutico y comunicación no verbal por medio de los elementos escritos que el mismo requiera.

7.1.2 Diseño. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de diseño, tales como investigación, bocetaje, diagramación, digitalización y utilización de métodos creativos, los cuales serán aplicados en la creación y desarrollo del juego terapéutico.

7.1.3 Semiología. En el proyecto se incluirá la semiología ya que serán utilizados distintos signos y símbolos dentro del juego terapéutico, de manera que tengan funciones relevantes, útiles y entendibles para los usuarios de este.

7.1.4 Diagramación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de diagramación, ya que el juego terapéutico y todos los elementos que lo conforman, quieren de un proceso de bocetaje y diagramación para no solamente ser utilizado sino para almacenarlo de manera segura para el material en que sea impreso.

7.1.5 Tipografía. En el proyecto, serán tomados en cuenta los conceptos relacionados con el uso de tipografías, su diseño, legibilidad y uso adecuado según el grupo objetivo.

7.1.6 Teoría de color. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la teoría del color por medio del uso de colores vivos, llamativos y contrastantes, a manera de atraer la atención y el interés del grupo objetivo.

7.1.7 Psicología. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la psicología ya que al ser un proyecto meramente de uso psicoterapéutico, es necesario realizar un profundo análisis de los temas que se lleguen a tratar y desarrollar dentro del juego terapéutico.

7.1.8 Psicología de la imagen. Serán tomados en cuenta los conceptos relacionados la psicología de la imagen, debido a que, al tratarse de un juego, los elementos visuales brindarán un sustento físico a los temas relacionados con la psicología que se lleguen a tratar al momento de utilizar el juego terapéutico.

7.1.9 Ludología. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la ludología, ya que esta ciencia brindará coherencia y aportará ideas en el desarrollo del juego, partiendo de actividades conocidas y transformadas en elementos útiles para realizar en una sesión de psicoterapia.

7.1.10 Diseño a mano alzada. En el proyecto se incluirán los conceptos principales del diseño a mano alzada, ya que se utilizarán recursos y elementos dibujados a mano alzada para mantener el estilo gráfico deseado dentro del juego terapéutico.

7.1.11 Teoría de la Gestalt. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la teoría de la Gestalt, ya que el proyecto como tal, utilizará recursos y elementos que apelen a la percepción del paciente, este interpretará esos elementos desde su punto de vista y emociones y esto servirá para trabajar de la mano con el psicólogo que lo acompañe en el proceso.

7.1.12 Tendencia de minimalismo colorido. En el proyecto se incluirán los fundamentos de las tendencias de minimalismo colorido, ya en el diseño del juego terapéutico y todas las partes que lo compongan, serán incluidos elementos gráficos que

se apeguen a dicha tendencia, utilizando colores vivos, gráficos entrecruzados, a mano alzada, pequeños y esparcidos, no siempre con mucho sentido en su uso, pero manteniendo un aspecto minimalista.

Gráfica 4.

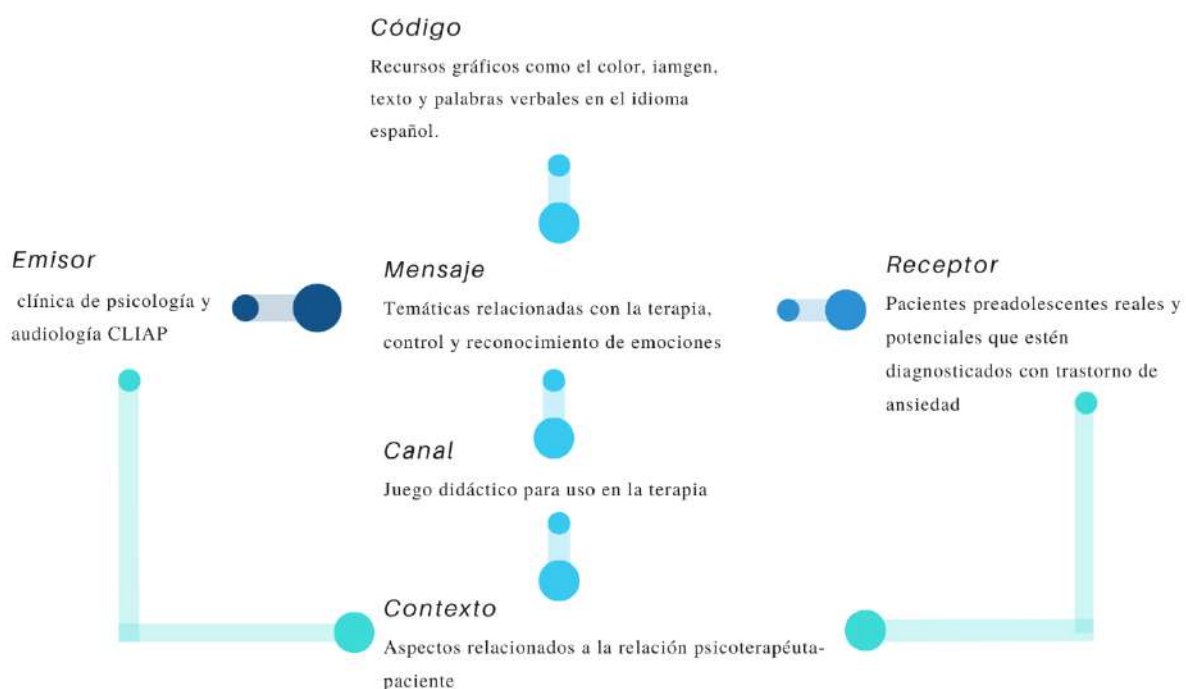


Tabla elaborada por la comunicadora diseñadora María José Sacbaja Alvarez

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método la brújula El método creativo “el porqué de las cosas o la brújula” fue creada por Arthur Van Goundy, y usada principalmente para orientar y dar un orden al objetivo creativo que se persiga.

El método de la brújula funciona de la siguiente forma: se debe establecer cuál es el objetivo creativo, planteando luego la pregunta “¿por qué?”, respondiendo a ese cuestionamiento y dando lugar nuevamente al “¿por qué?”. Se debe llevar el siguiente esquema:

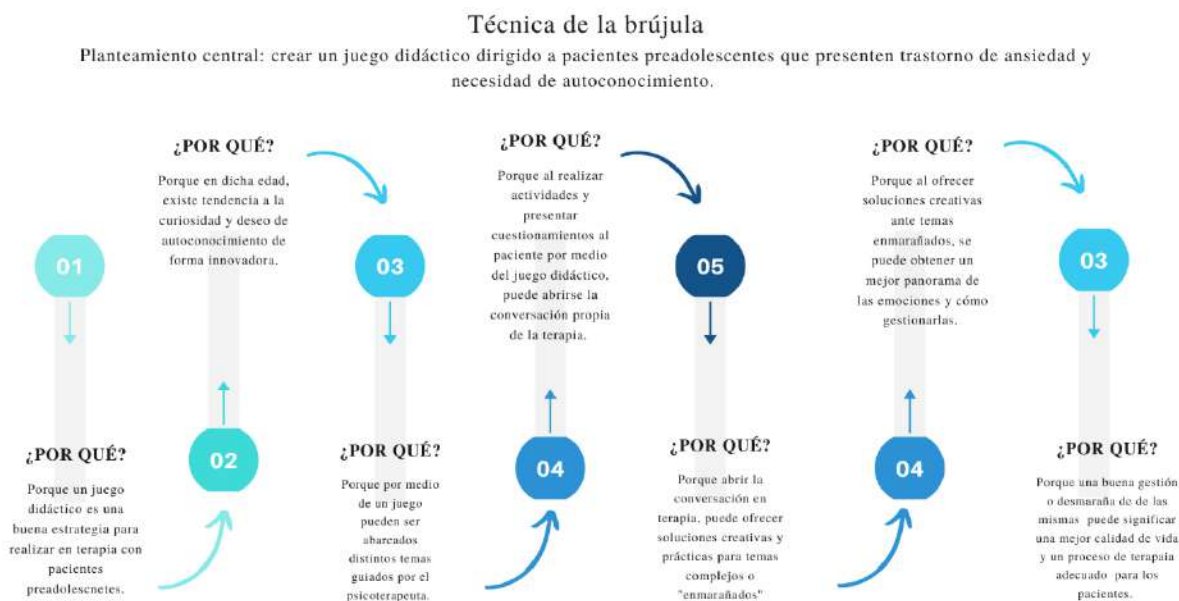
- Establecer claramente cuál es el objetivo creativo.
- Plantear la pregunta “¿por qué?” ante dicho objetivo.
- Responder a dicho cuestionamiento.
- Plantear la pregunta “¿por qué?” nuevamente las veces que sea necesario hasta dar lugar a una propuesta más orientada, ordenada y específica relacionada con el objetivo creativo.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

7.2.2 Definición del concepto. Para el proyecto Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, se aplicó la técnica de creatividad titulada método de la brújula. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Establecer el objetivo del juego terapéutico y su correcto uso.
- Plantear la pregunta “¿por qué?” ante el objetivo.
- Responder a la pregunta y dar lugar a nuevas interrogantes relacionadas con los elementos que incluirá el juego terapéutico, los temas que serán abordados y la manera en que serán tratados y específicamente el “¿por qué?” de cada cuestionamiento.
- Responder con criterio cada uno de los cuestionamientos planteados y establecer una idea más concreta y orientada con base en los resultados obtenidos de dichos planteamientos.
- Planificación del contenido del juego didáctico utilizando los resultados obtenidos en el paso anterior.

Gráfica 5.



Gráfica creado por María José Sacbaja Alvarez

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase *“Marañas y desmarañas”*. Esta frase, será utilizada como nombre para el juego terapéutico y hace referencia a lo compleja que puede ser la mente humana y la manera en que puede ser ordenada.

7.3 Bocetaje

Con base en la frase *“Marañas y desmarañas”* se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

7.3.1 Tabla de requisitos.

Tabla 2.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Generar interés visual en los pacientes por medio de colores llamativos.	Adobe Color: Elegir paleta de colores básica para aplicar en el juego didáctico.	Interés, curiosidad, emoción.
Tipografía	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar jerarquías de forma visual • Facilitar e incentivar la lectura de los textos dentro del juego didáctico. • Invitar a la lectura de todas las partes que lo componga • Crear un título llamativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dafont: descarga y uso de tipografías adecuadas. • Utilizar mayúsculas con kerning espaciado en los títulos. • Bocetaje de un título compuesto llamativo. 	Interés, curiosidad, emoción, empatía.
Diagramación	Generar interés visual en los pacientes y guiarlos para recorrer el camino propuesto en el juego didáctico.	Illustrator: Diseño del juego terapeutico así como los elementos que lo compongan y la caja para guardarlo. Tomando en cuenta los espacios de impresión y corte correspondientes.	Interés, curiosidad, emoción, empatía.
Elementos gráficos	Generar interés visual en los pacientes, mostrando un recorrido visual agradable y motivador. Cada elemento gráfico, representando una abstracción de distintos aspectos:	Illustrator: creación de los distintos elementos gráficos a utilizar en el juego didáctico.	Diversión, empatía, interés, curiosidad, emociones, situaciones de la vida cotidiana.






	 <p>Líneas curvas diversas en representación de las marañas y enredos de la mente.</p>  <p>Estrellas en representación de los sueños y metas de los pacientes.</p>  <p>Arcoíris en representación de las diversas emociones que se experimentan.</p>  <p>Corazones en representación de las relaciones interpersonales y el impacto que tienen en la vida.</p>  <p>Caritas en representación de los estados de ánimo.</p>		
--	--	--	--

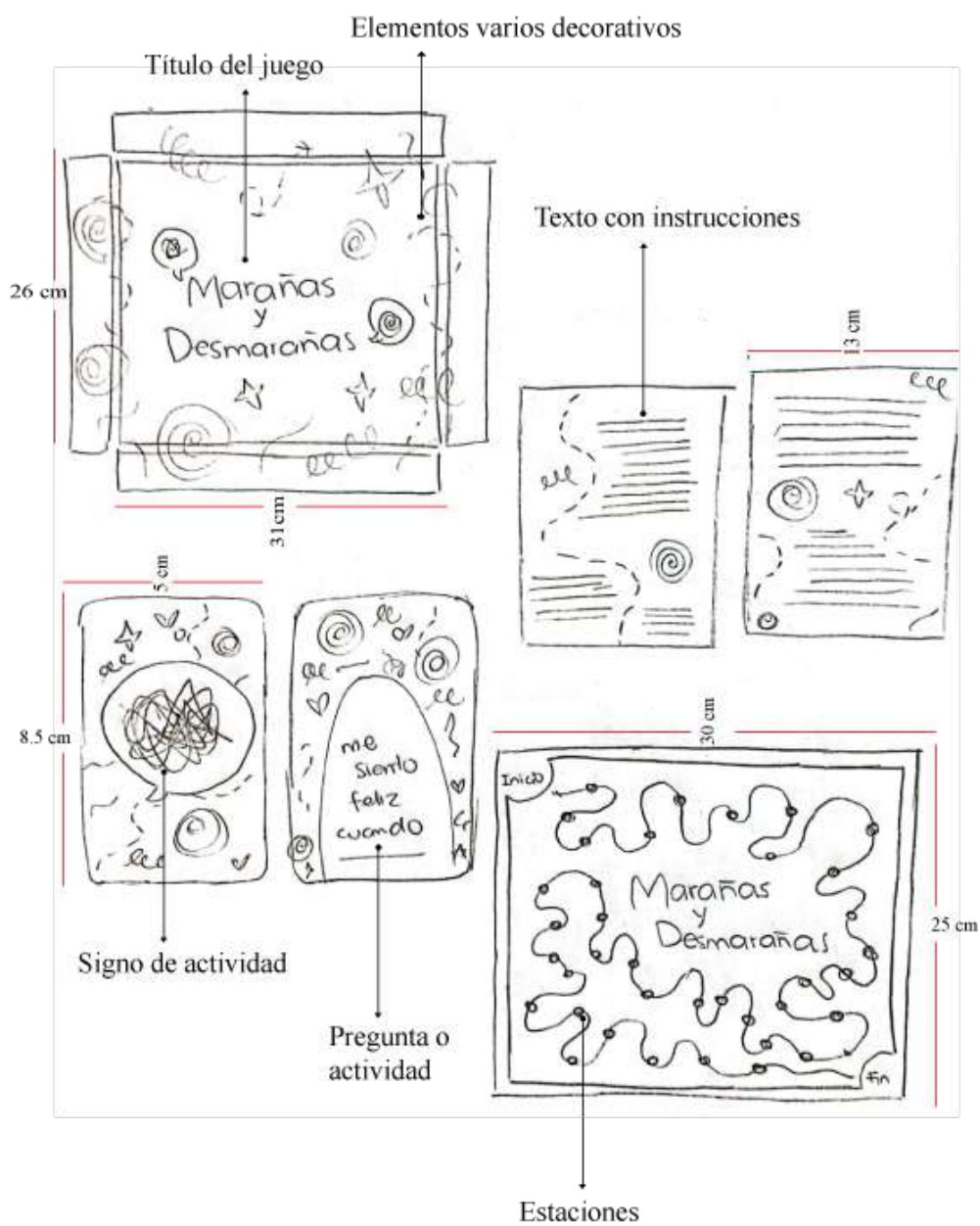
Tabla elaborada por María José Sacbaja Alvarez

7.3.2 Proceso de bocetaje.

Se realizan dos propuestas que constan de cuatro piezas.

Propuesta No. 1

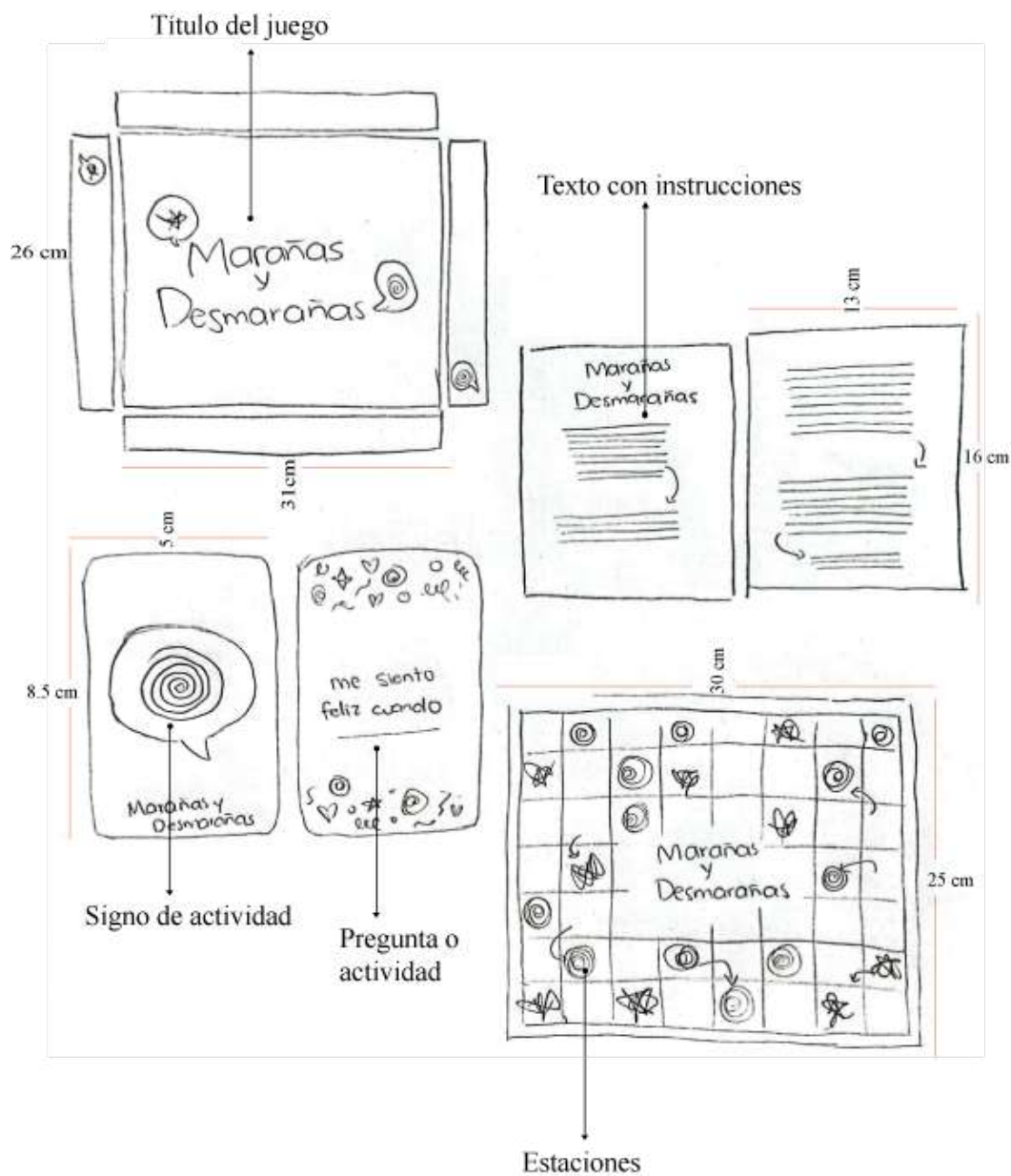
Boceto a lápiz 1.



Bocetaje para línea gráfica No. 1 de elementos del juego terapéutico: caja, ficha de instrucciones, cartas y tablero.

Propuesta No. 2

Boceto a lápiz 2 .



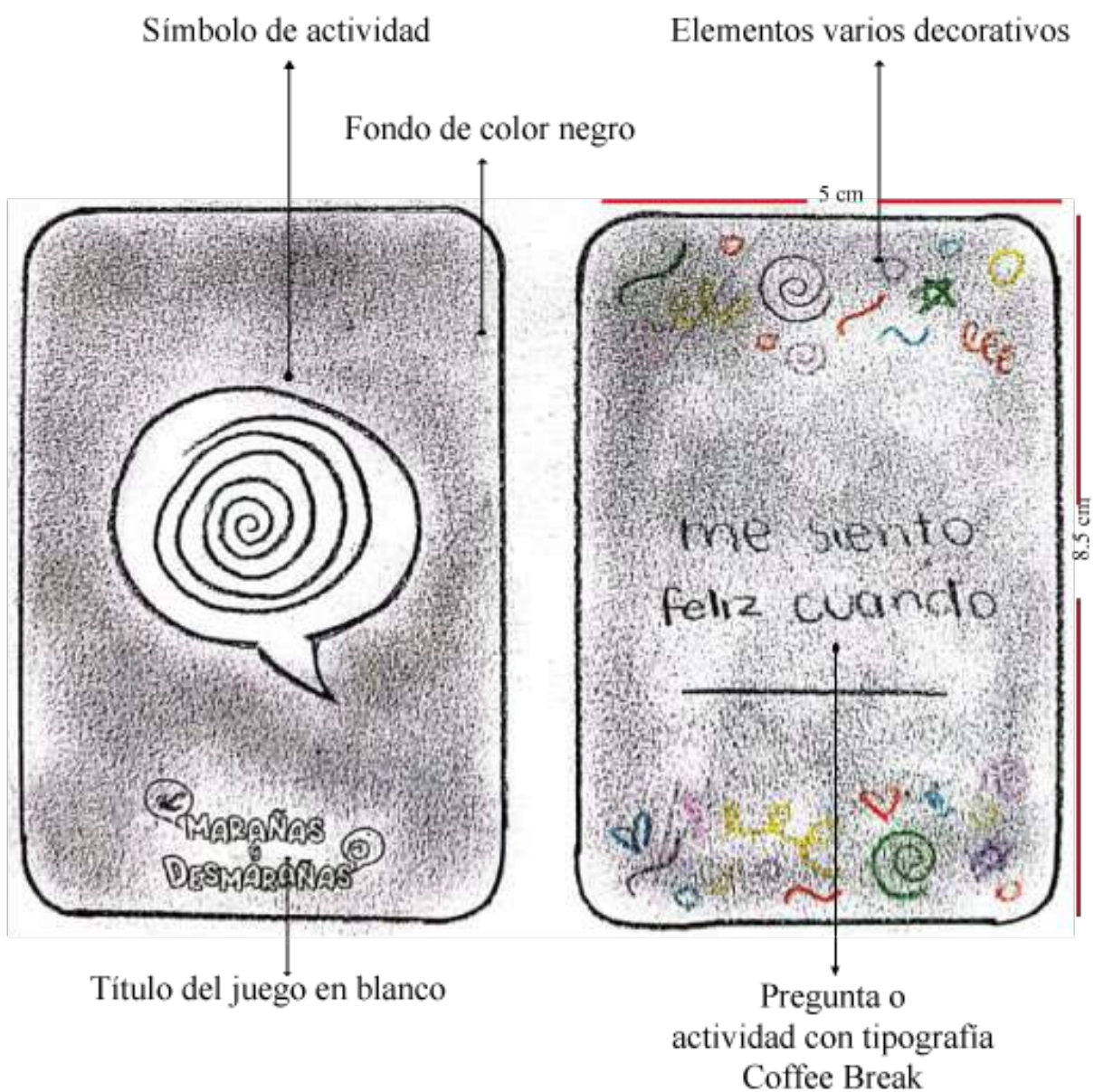
Bocetaje para línea gráfica No. 2 de elementos del juego terapéutico: caja, ficha de instrucciones, cartas y tablero.

7.3.3. Proceso de bocetaje a color.

Propuesta No. 1

Cartas.

Boceto a color de cartas 1.



Boceto de cartas elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

Fichas de instrucciones.

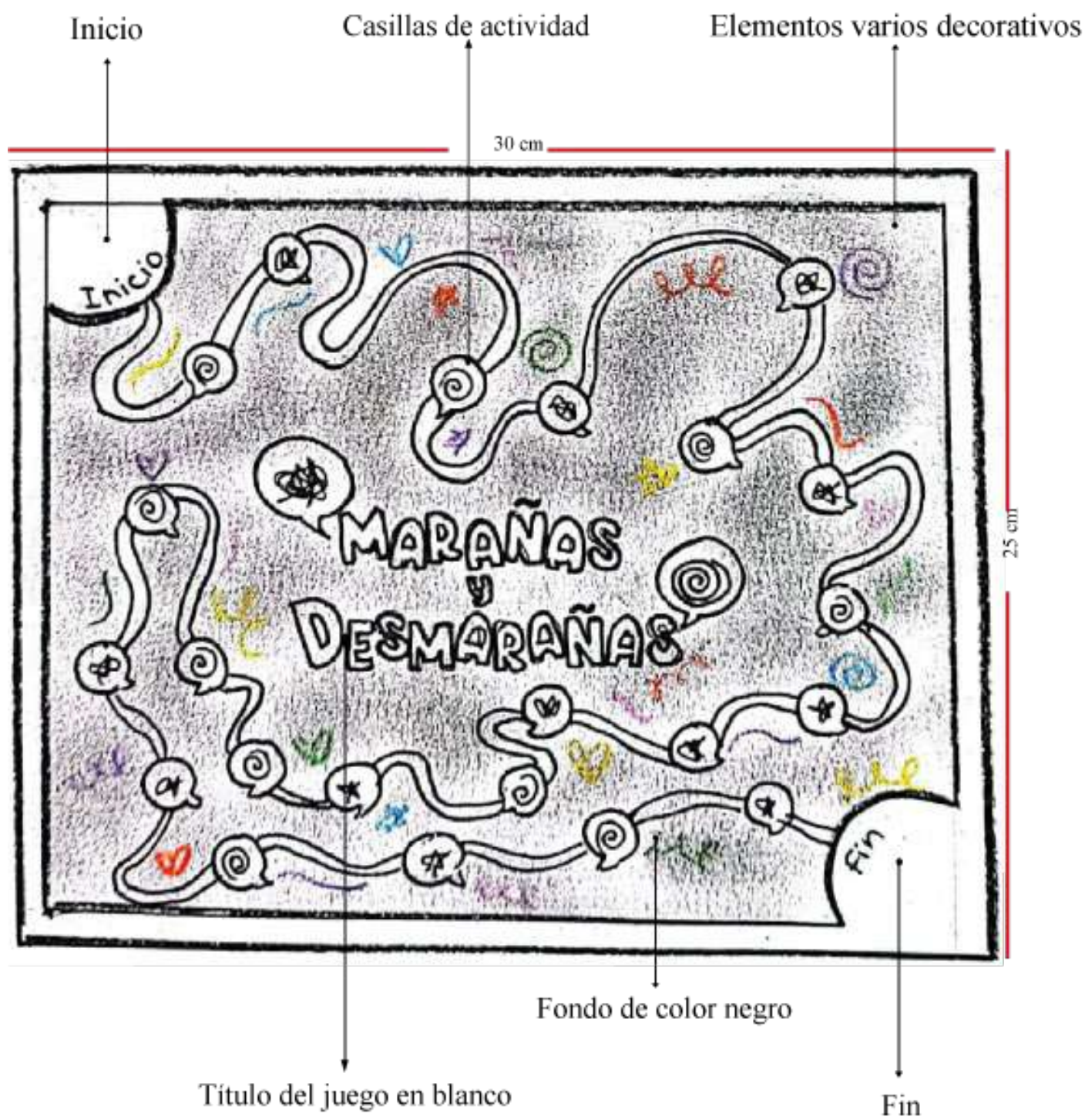
Boceto a color de ficha de instrucciones 1.



Boceto de ficha de instrucciones elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

Tablero.

Boceto a color de tablero 1.



Boceto de tablero elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

Caja.

Boceto a color de caja 1.

Título del juego en blanco

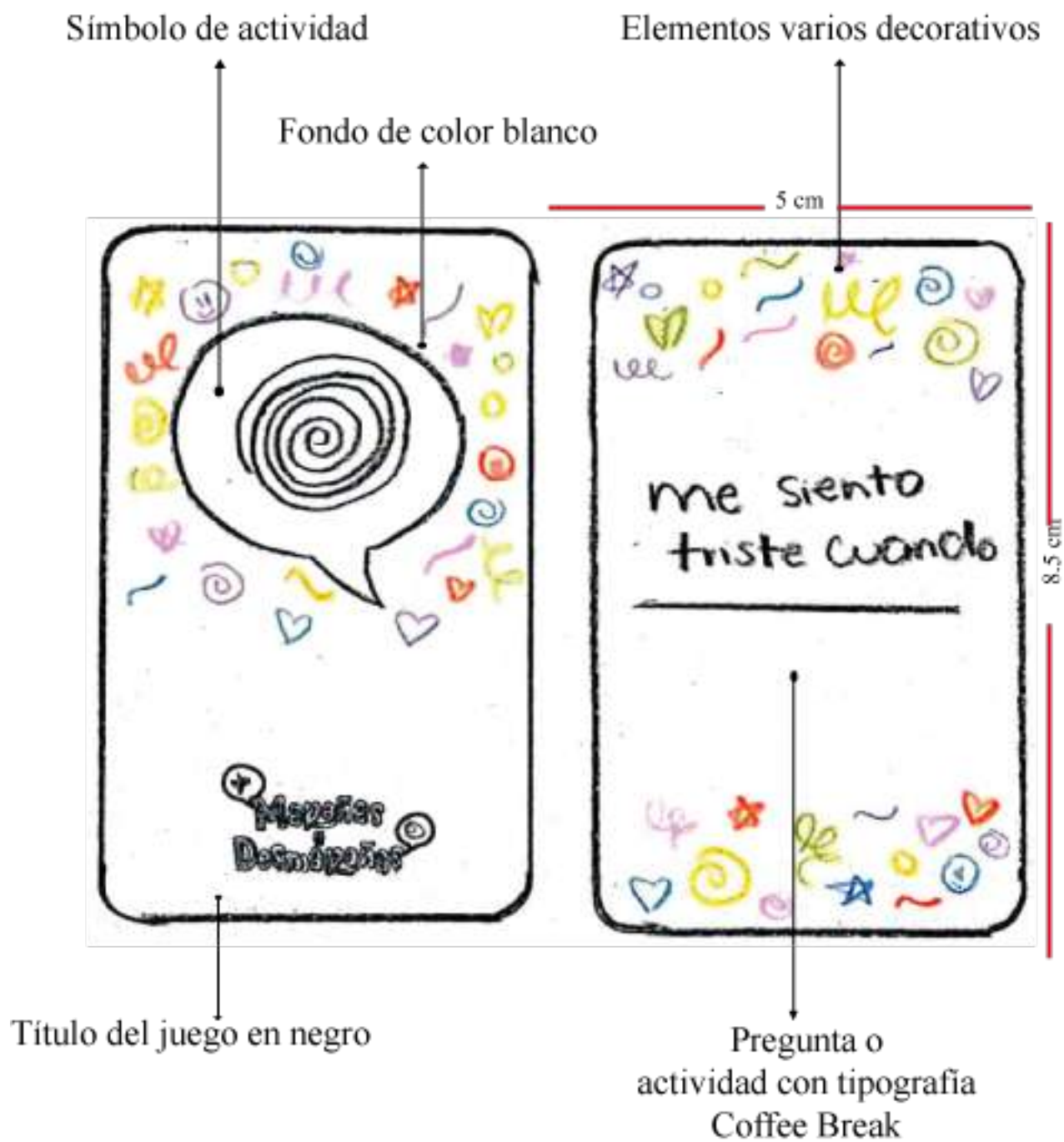


Boceto de caja elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

Propuesta No. 2

Cartas.

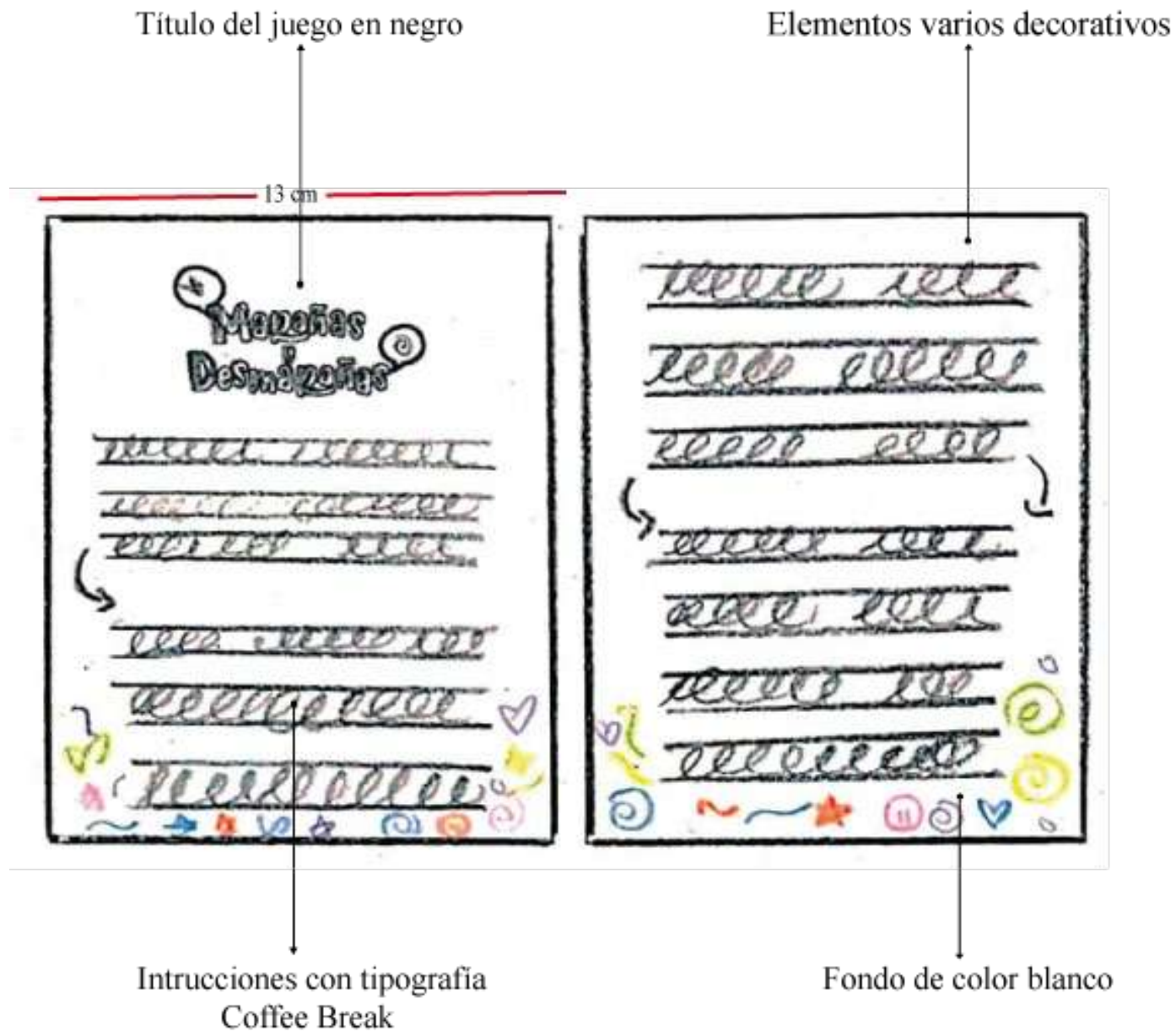
Boceto a color de cartas 2.



Boceto de cartas elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

Ficha de instrucciones.

Boceto a color de ficha de instrucciones 2.

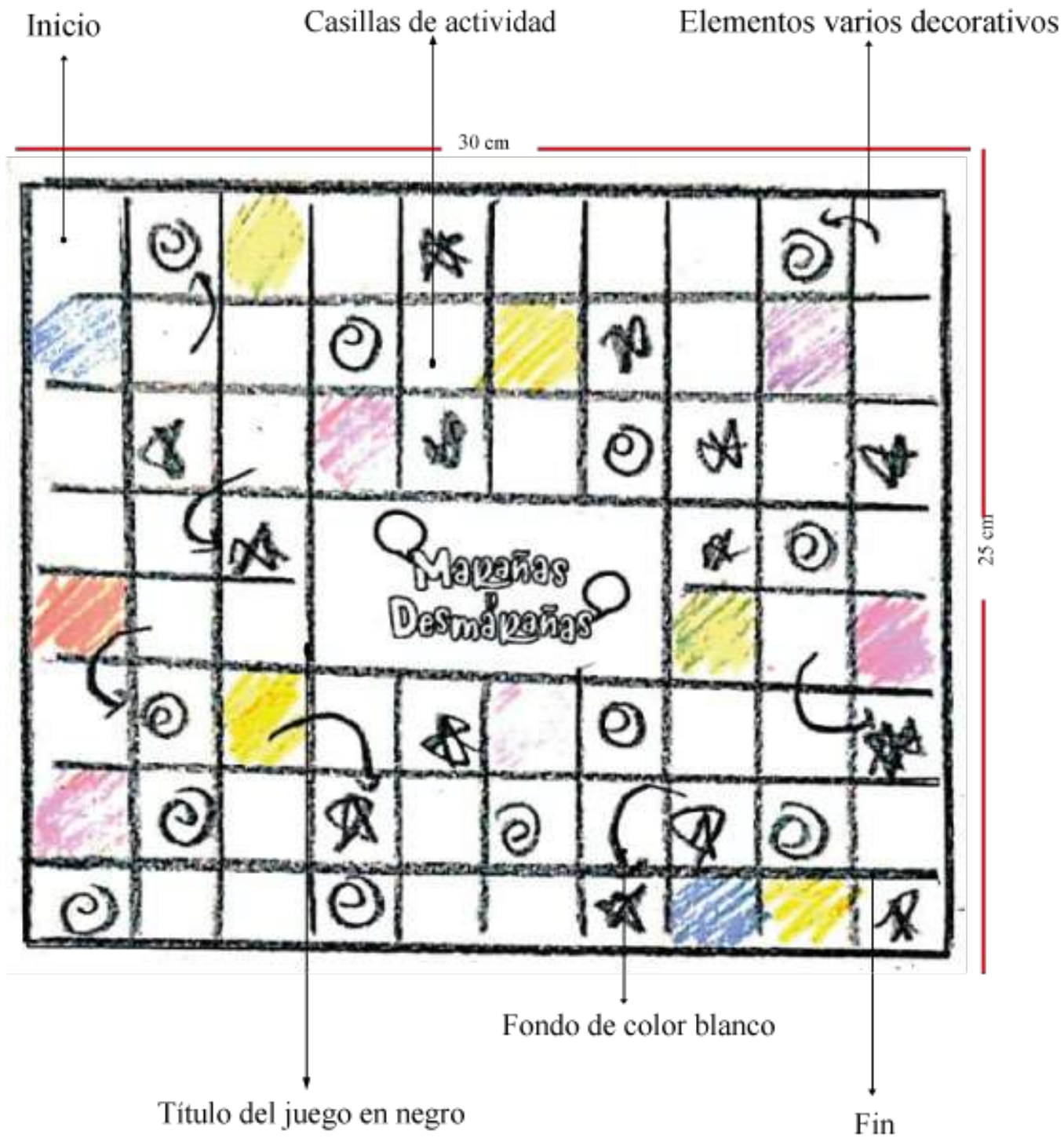


Boceto de ficha de instrucciones elaborado por la comunicadora y diseñadora María José

Sacbaja.

Tablero.

Boceto a color de tablero 2.



Boceto de tablero elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

Caja.

Boceto a color de caja 2.



Boceto de caja elaborado por la comunicadora y diseñadora María José Sacbaja.

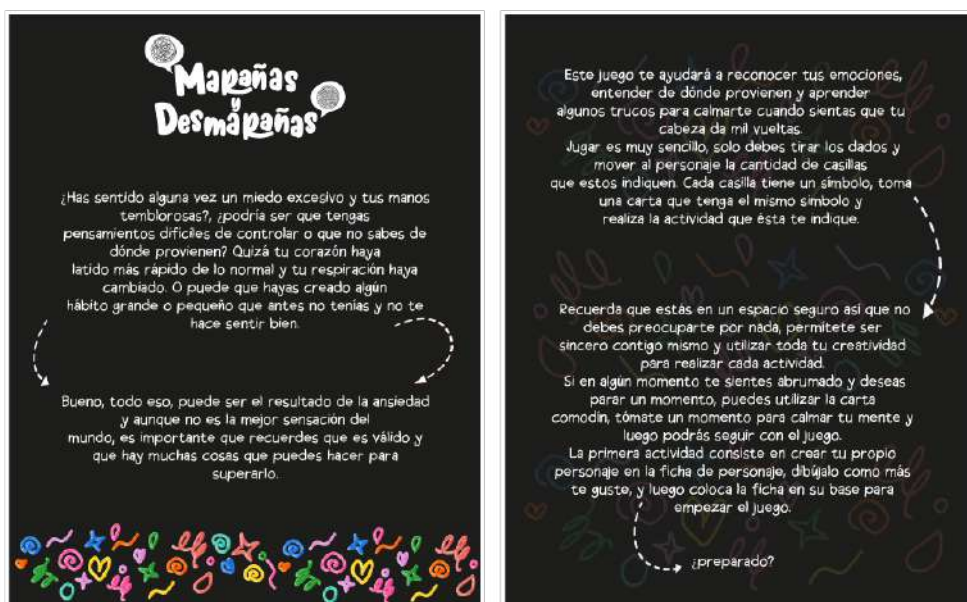
7.3.4. Bocetaje digital

Propuesta No. 1

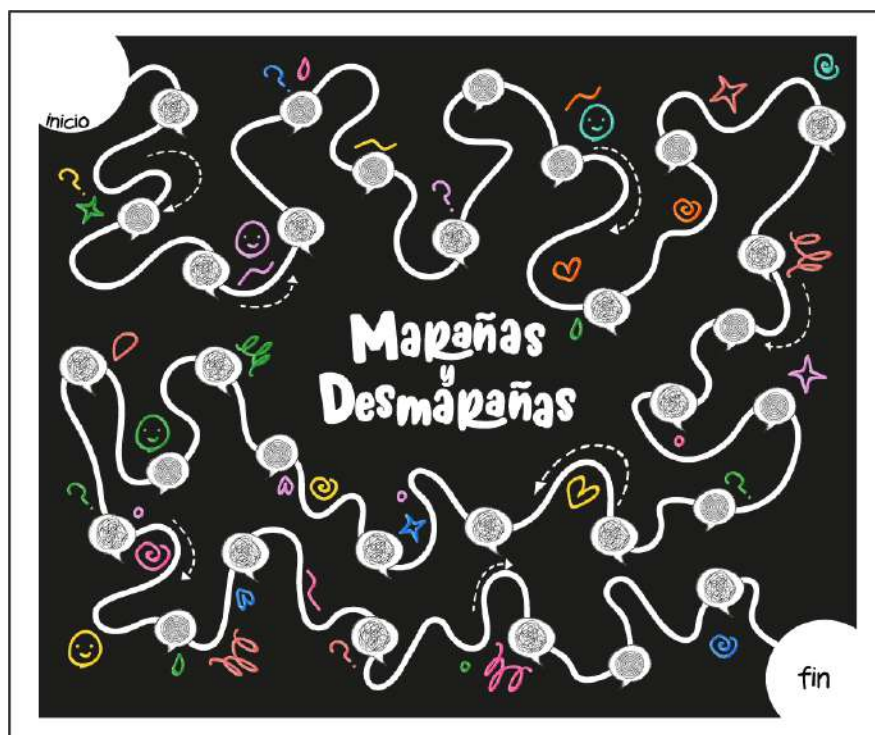
Boceto digital de cartas 1.



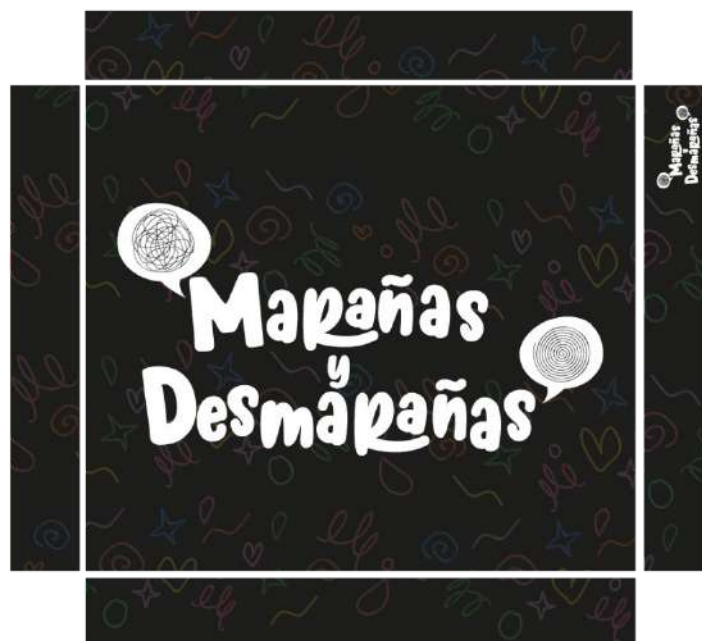
Boceto digital de ficha de instrucciones 1.



Boceto digital de tablero 1.



Boceto digital de caja 1.



Propuesta No. 2

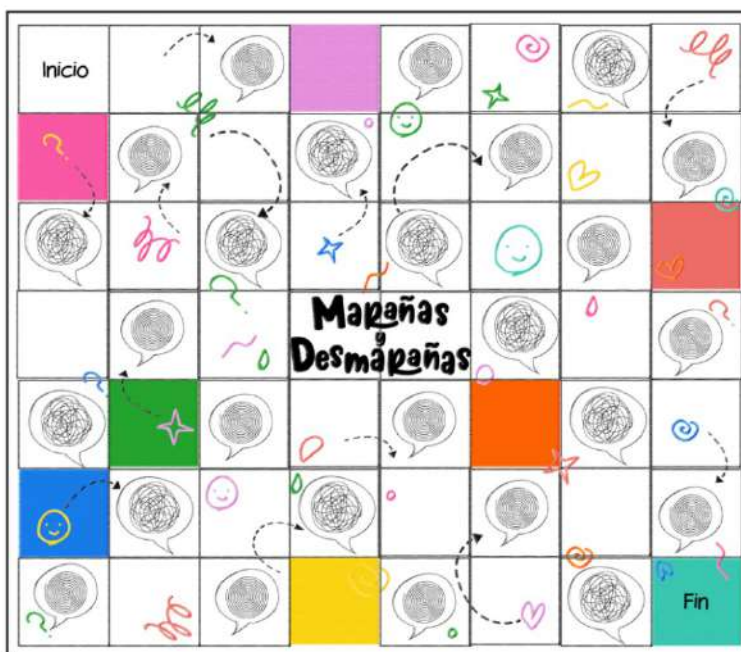
Boceto digital de cartas 2.



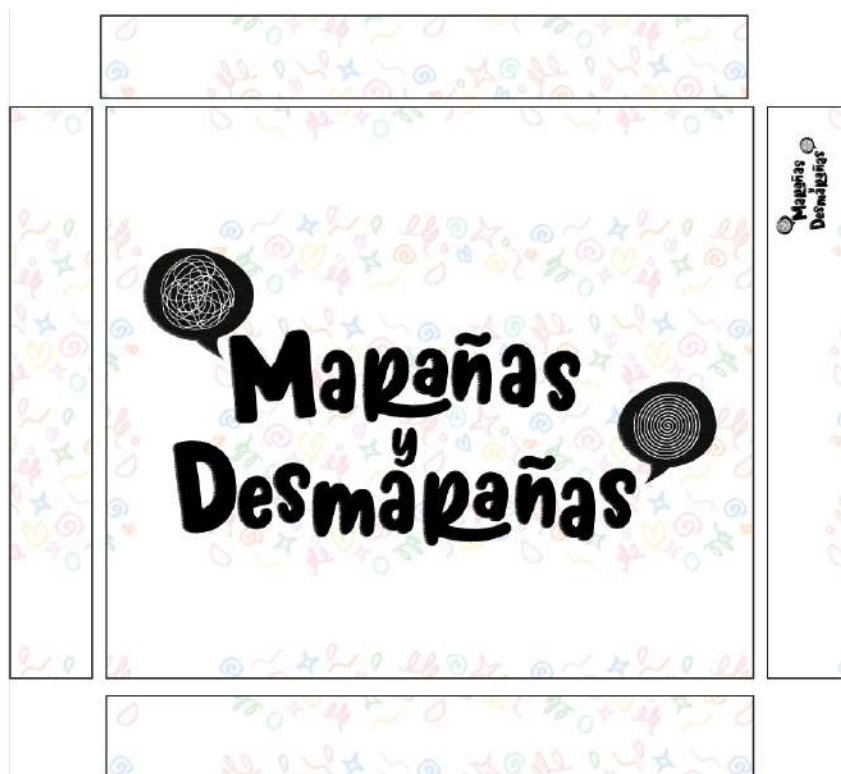
Boceto digital de ficha de instrucciones 2.



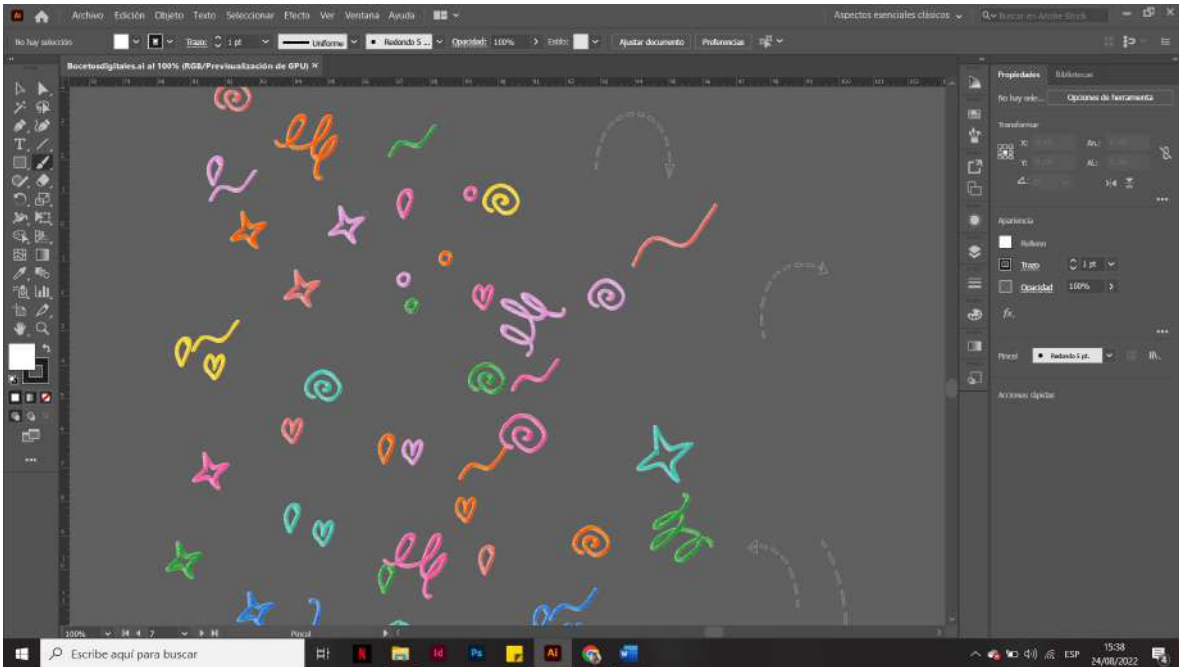
Boceto digital de tablero 2.



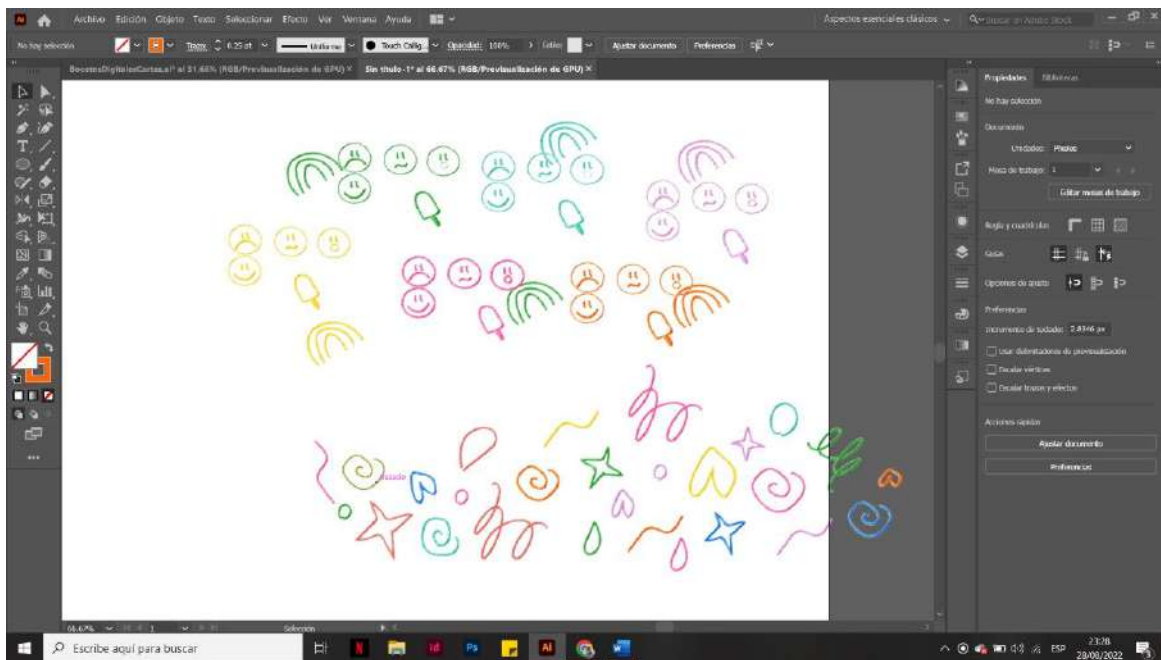
Boceto digital de caja 2.



7.3.5. Proceso de digitalización de los bocetos.

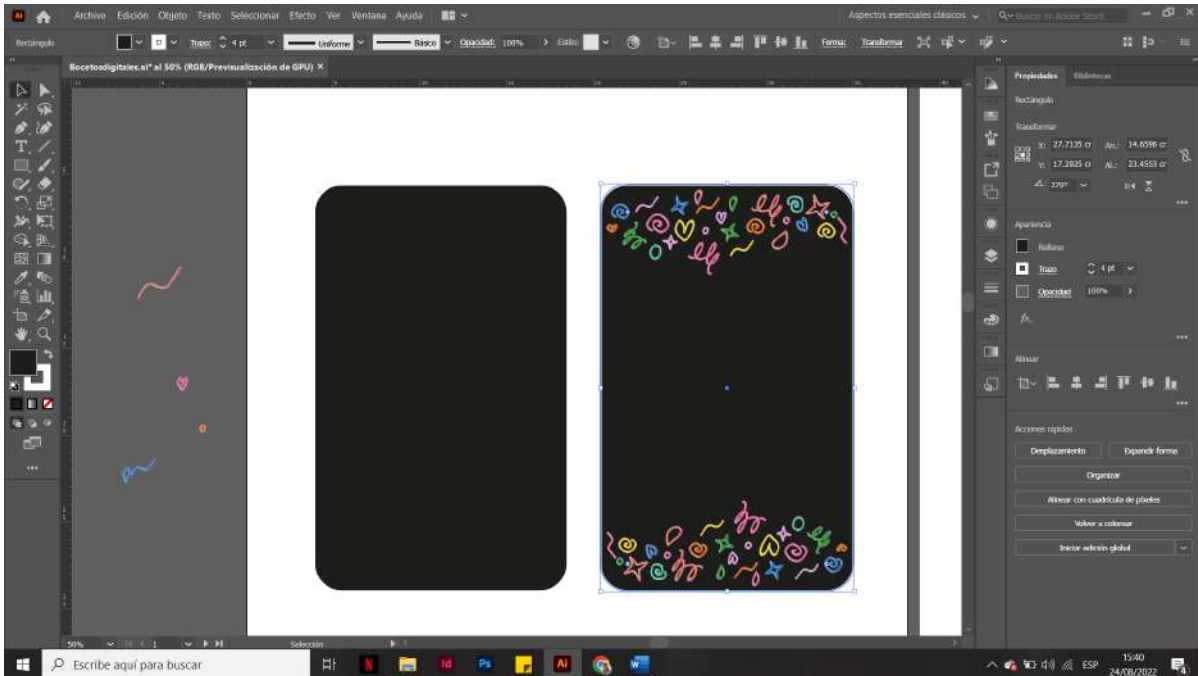


Captura de pantalla de digitalización 1.

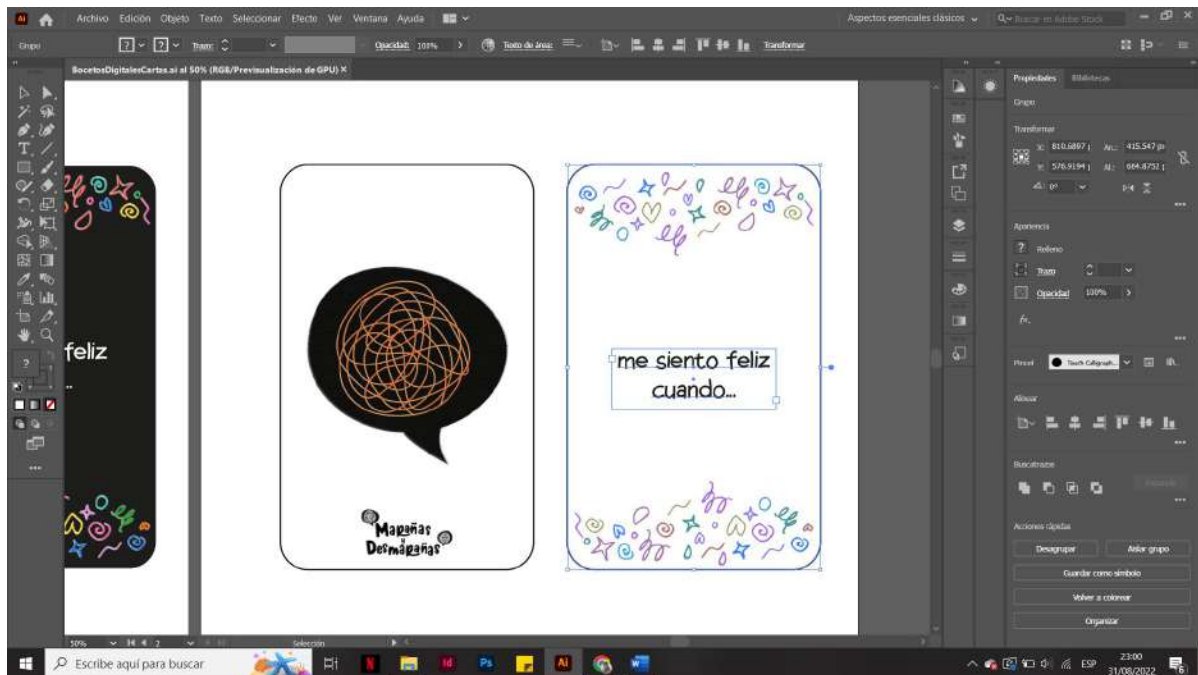


Captura de pantalla de digitalización 2.

Se dibujaron de manera digital a mano alzada los elementos decorativos con la paleta de colores seleccionada.



Captura de pantalla de digitalización 3.

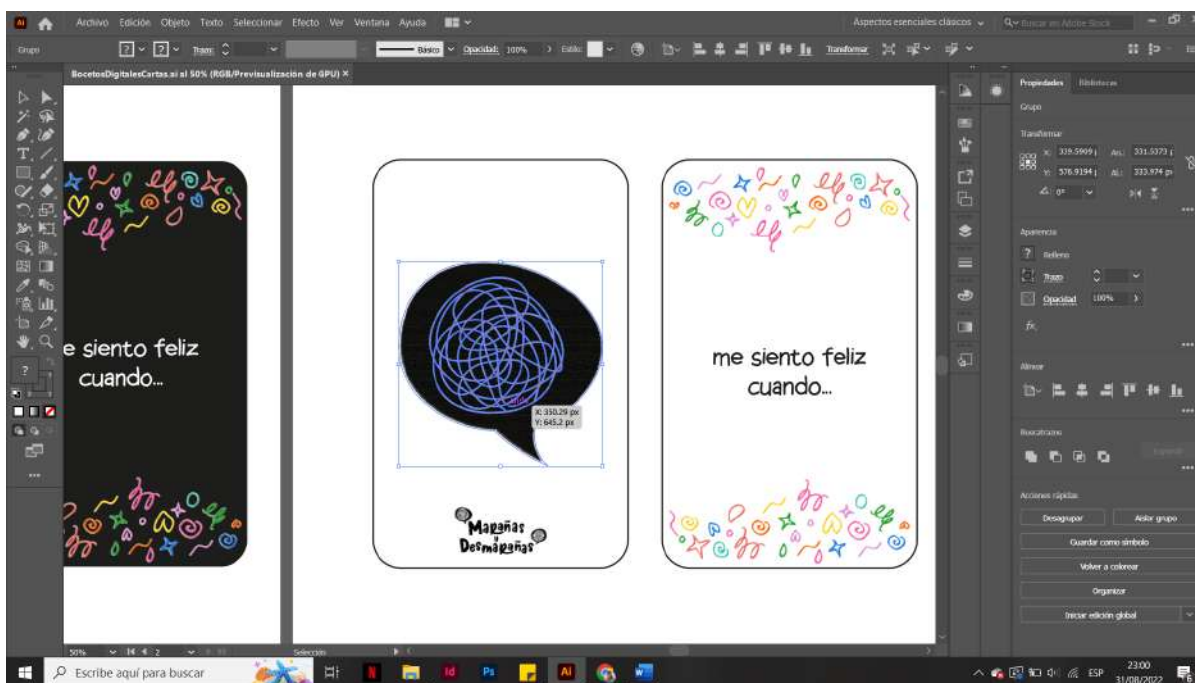


Captura de pantalla de digitalización 4.

Se crearon los rectángulos de formato de cartas con fondos blanco y negro e implementación de los elementos.

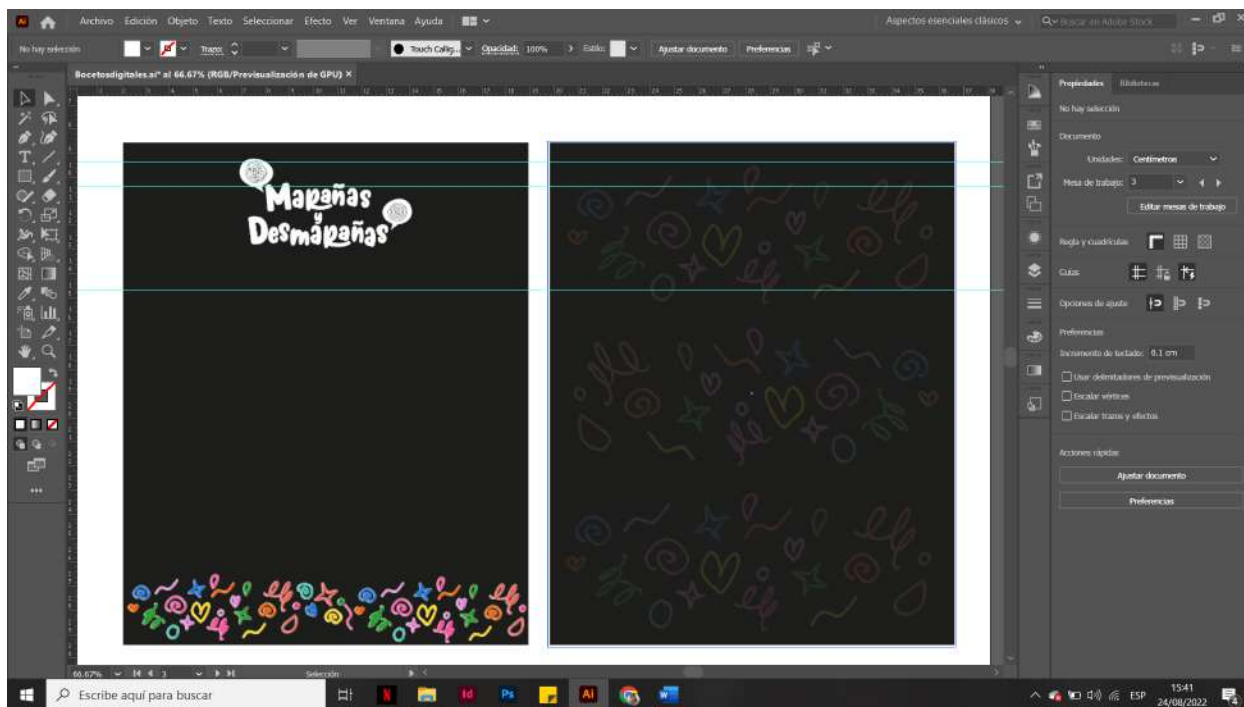


Captura de pantalla de digitalización 5.

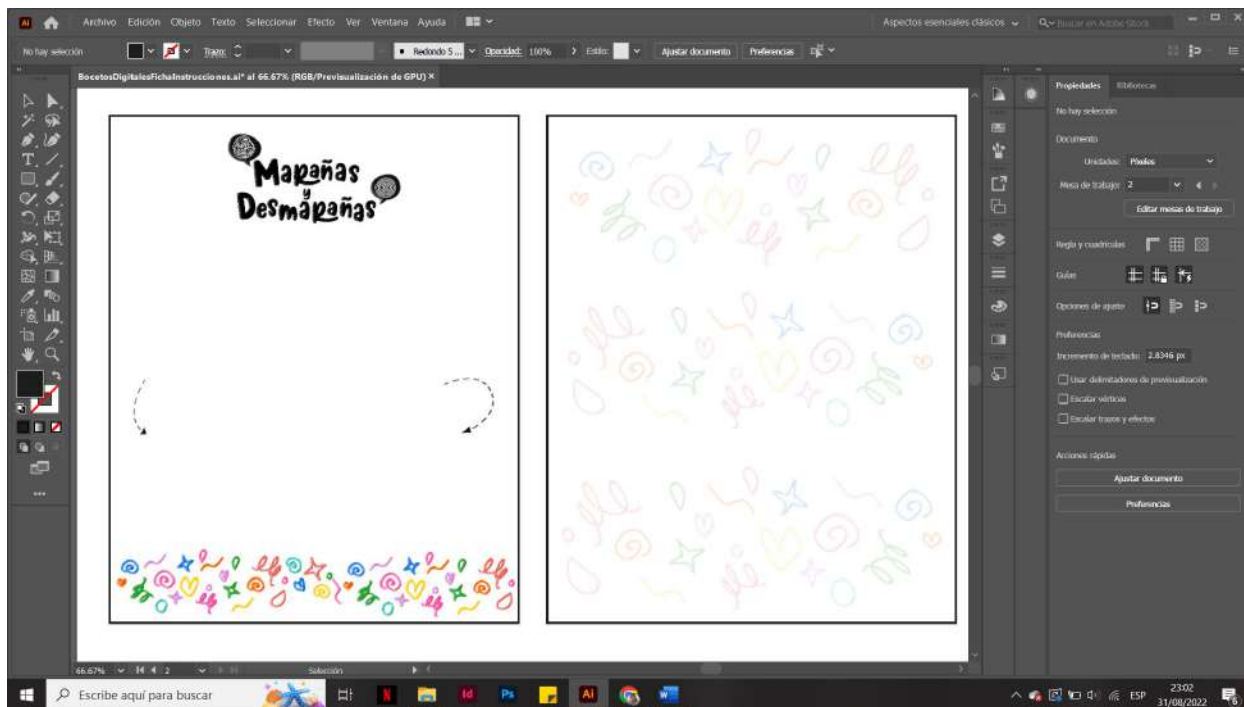


Captura de pantalla de digitalización 6.

Se colocó el logo y el gráfico seleccionado para determinar la actividad de cada carta y se colocaron los textos correspondientes a cada carta.

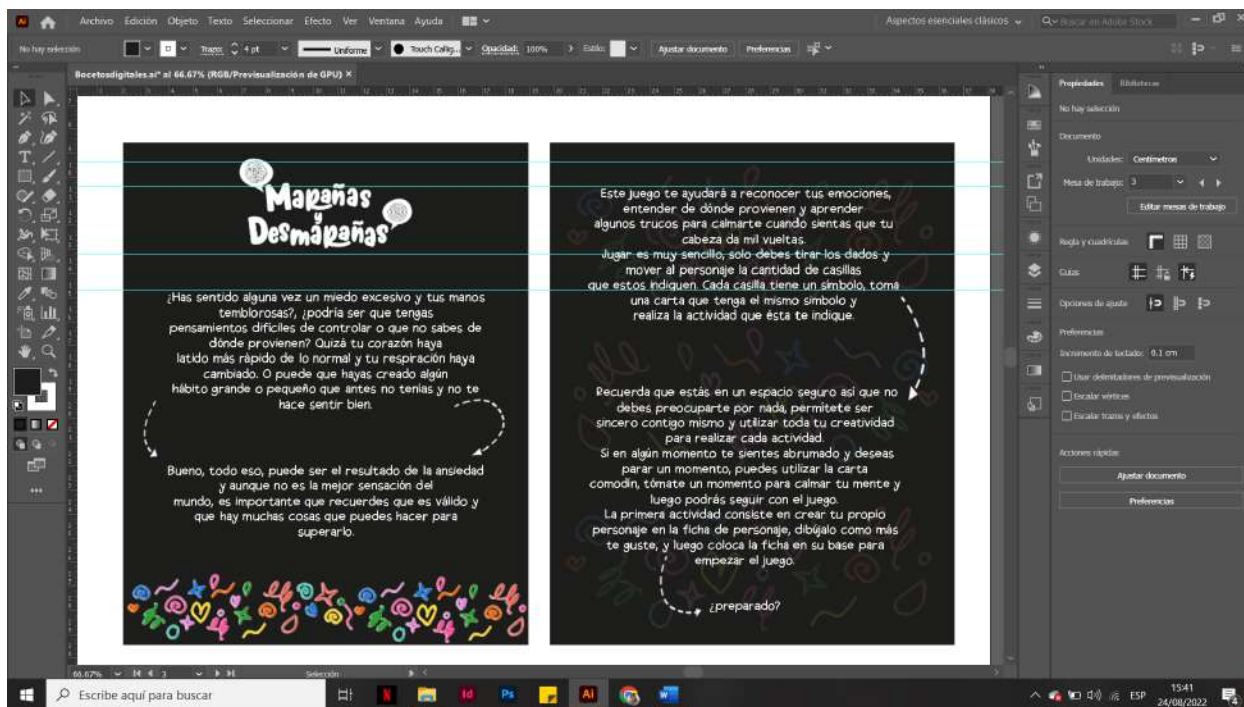


Captura de pantalla de digitalización 7.

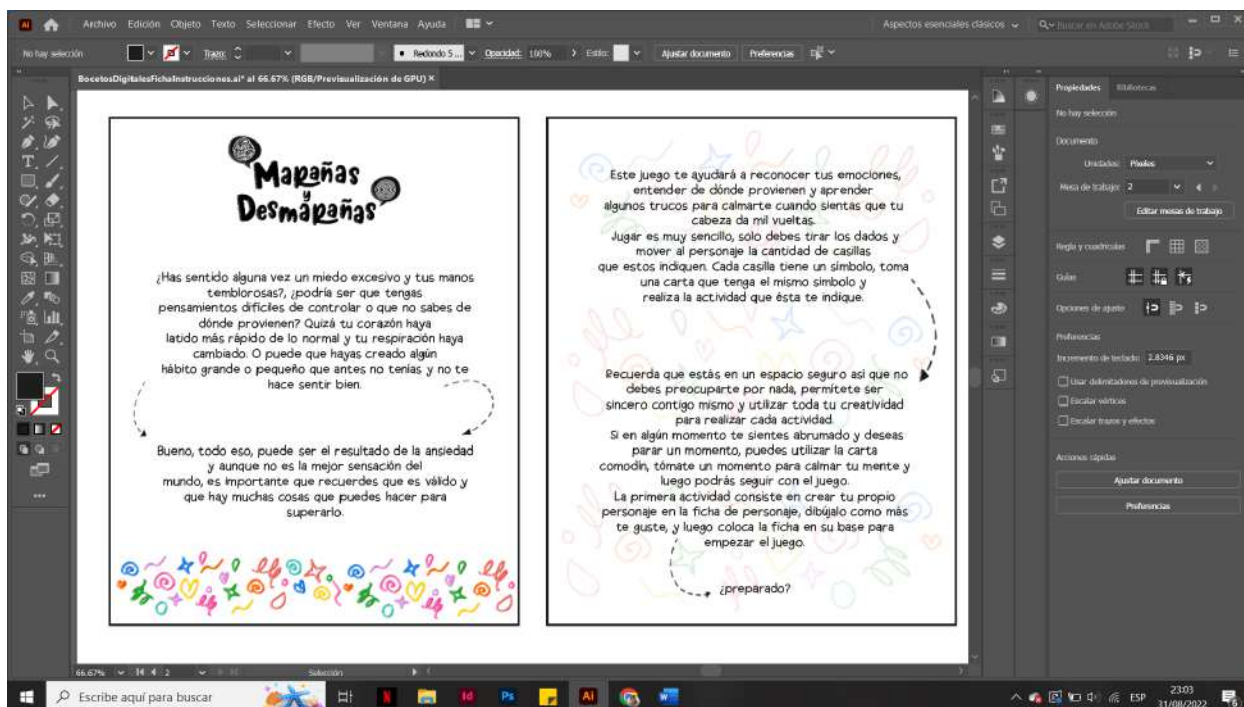


Captura de pantalla de digitalización 8.

Se dibujaron los rectángulos establecidos para la ficha de instrucciones, además del título del juego didáctico y los elementos seleccionados.

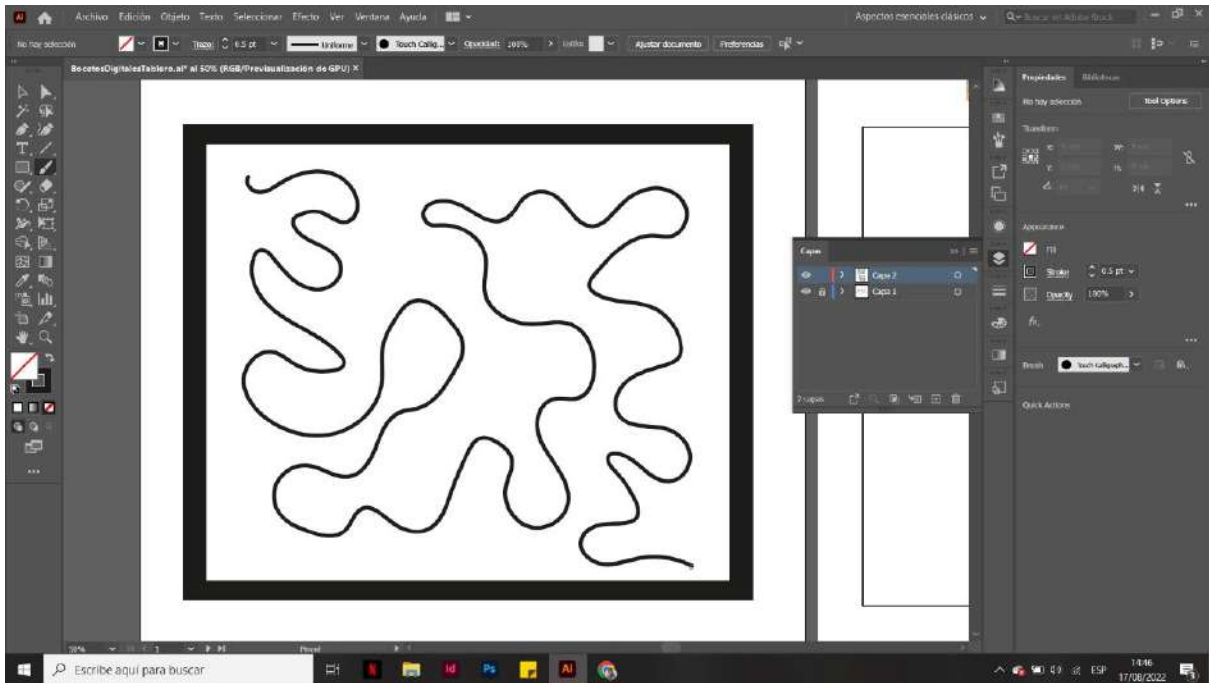


Captura de pantalla de digitalización 9.



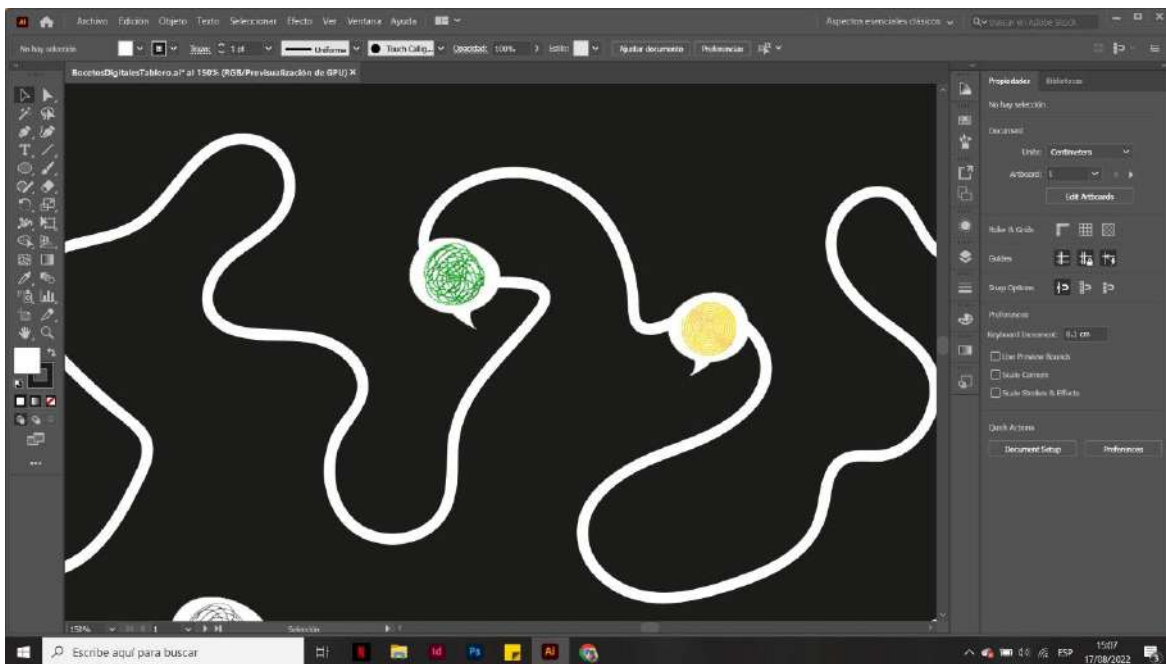
Captura de pantalla de digitalización 10.

Se colocaron los textos correspondientes en la ficha de instrucciones con la tipografía seleccionada.



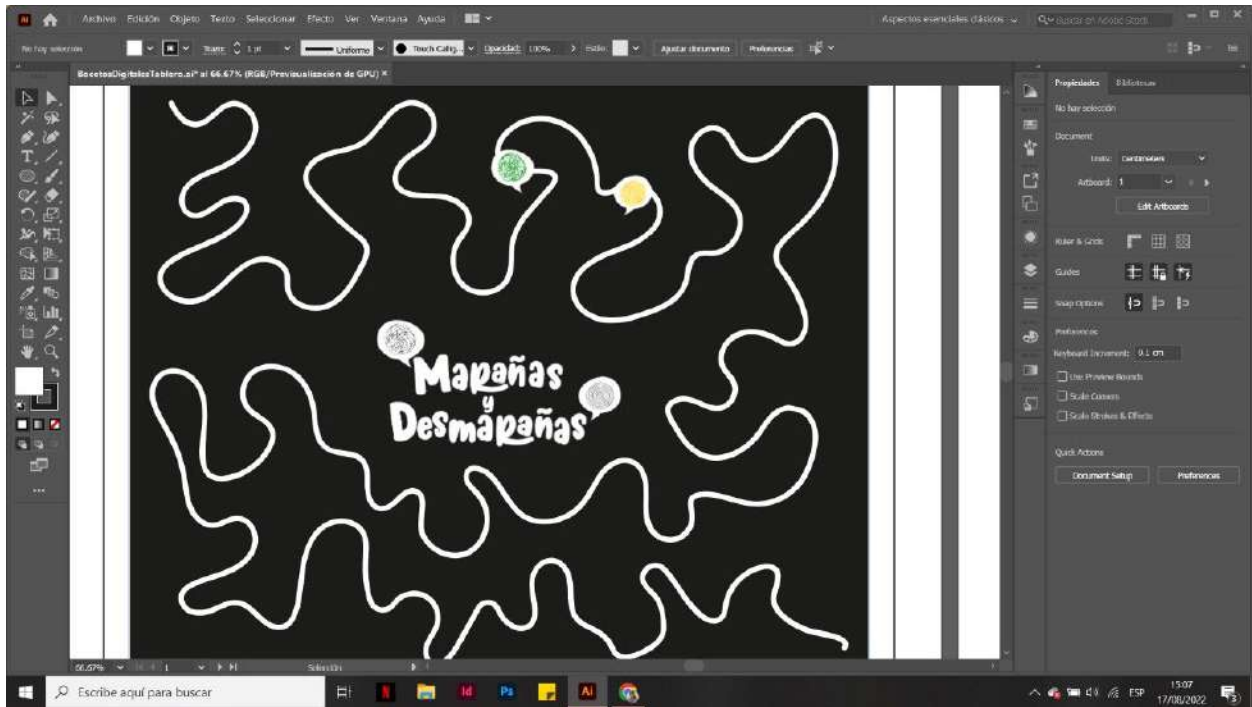
Captura de pantalla de digitalización 11.

Se dibujó una línea irregular para simular el camino enmarañado.



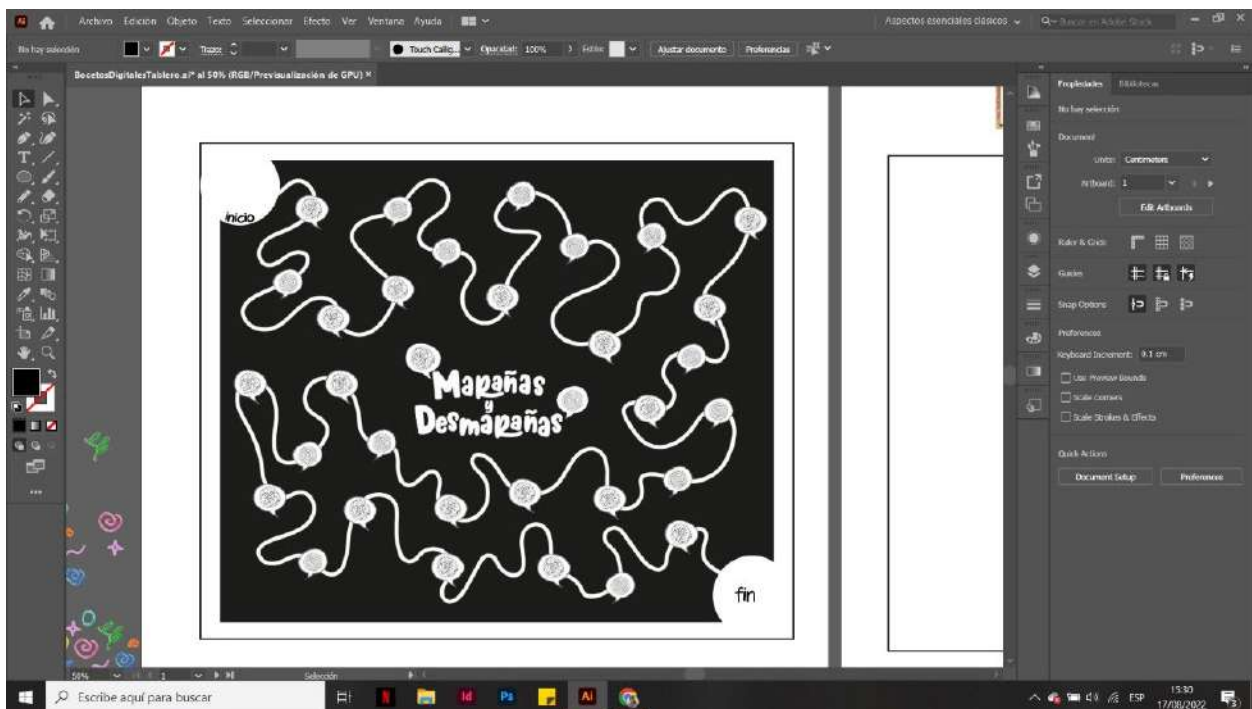
Captura de pantalla de digitalización 12.

Se colocó en negativo el diseño a manera de tener fondo negro y camino blanco, además de agregar los símbolos que corresponden a las casillas de actividades.



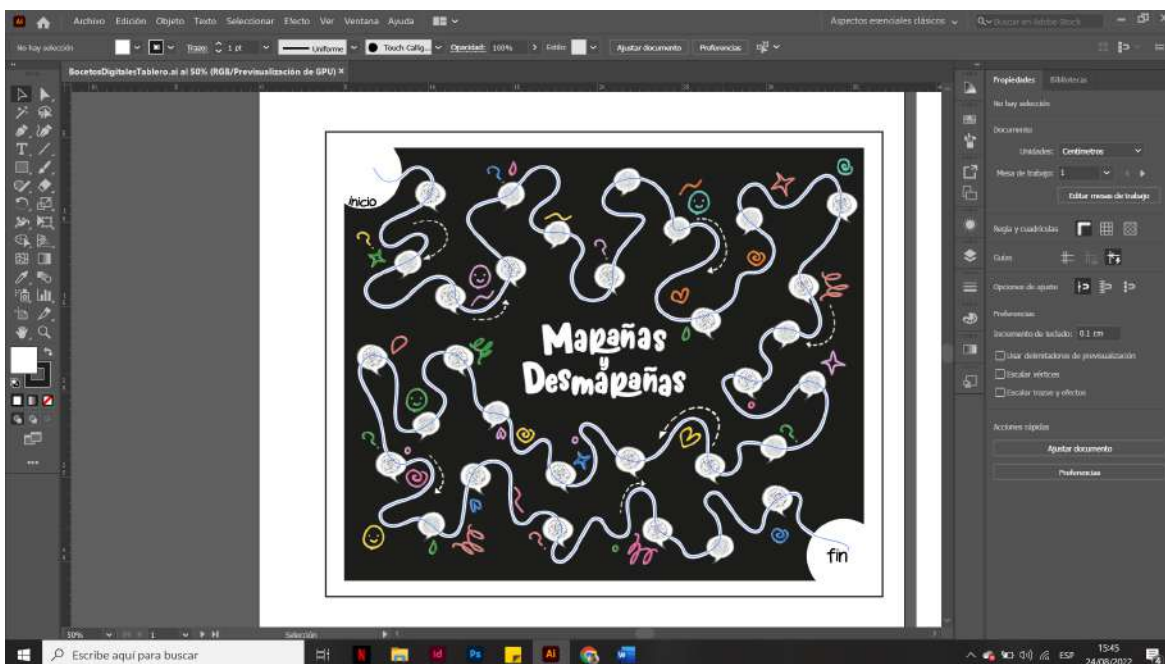
Captura de pantalla de digitalización 13.

Se colocaron todas las casillas dispersas en el camino.



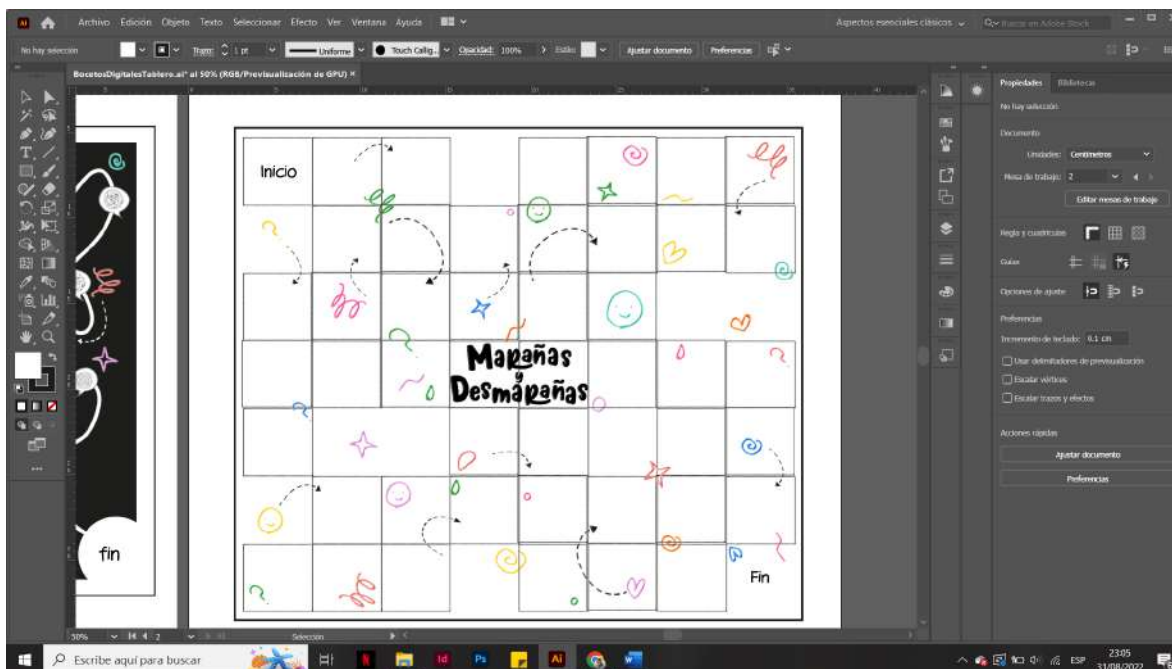
Captura de pantalla de digitalización 14.

Se agregó un espacio destinado al inicio y al final del juego.



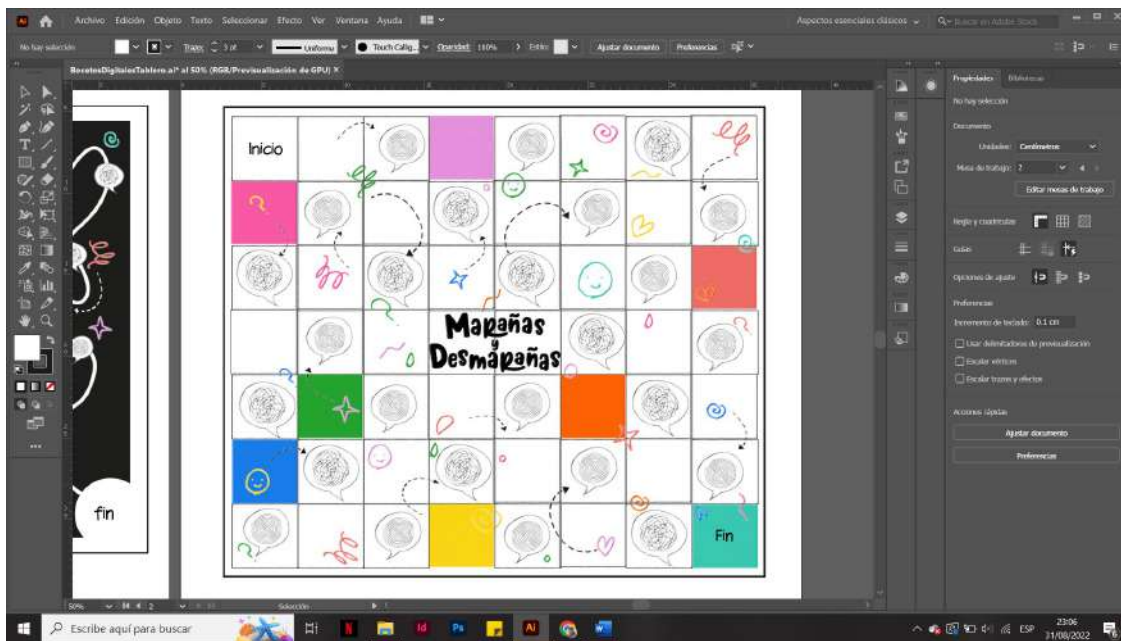
Captura de pantalla de digitalización 15.

Se colocaron en la composición los elementos varios a manera de decoración.



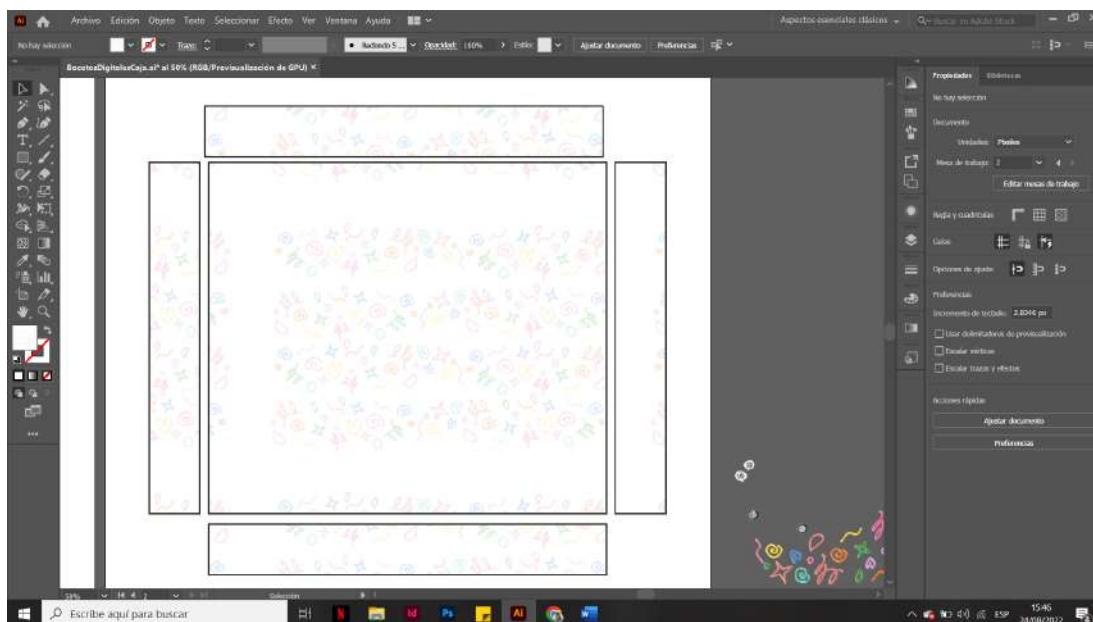
Captura de pantalla de digitalización 16.

Se creó la cuadrícula para la propuesta No. 2, agregando también el título y elementos varios que siguen la línea gráfica.



Captura de pantalla de digitalización 17.

Se colocaron los iconos de actividad en casillas al azar y se colorearon algunos cuadros con la paleta de colores seleccionada.



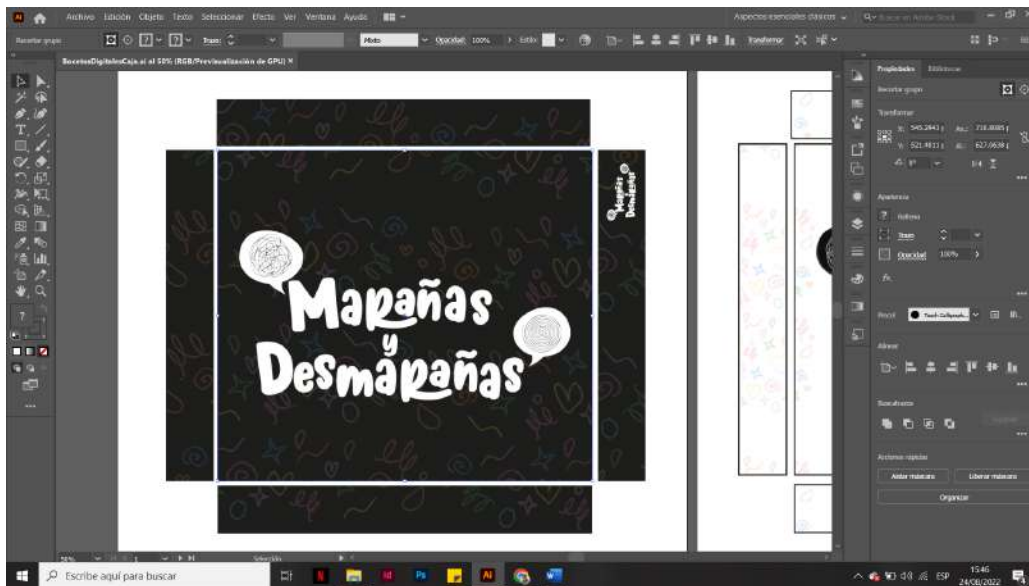
Captura de pantalla de digitalización 18.

Se dibujó un esquema de la caja con su cara frontal y laterales.



Captura de pantalla de digitalización 19.

Se colocó el título en el centro de la cara frontal y se agregaron los elementos varios con una opacidad baja, así como el logo en un lateral.



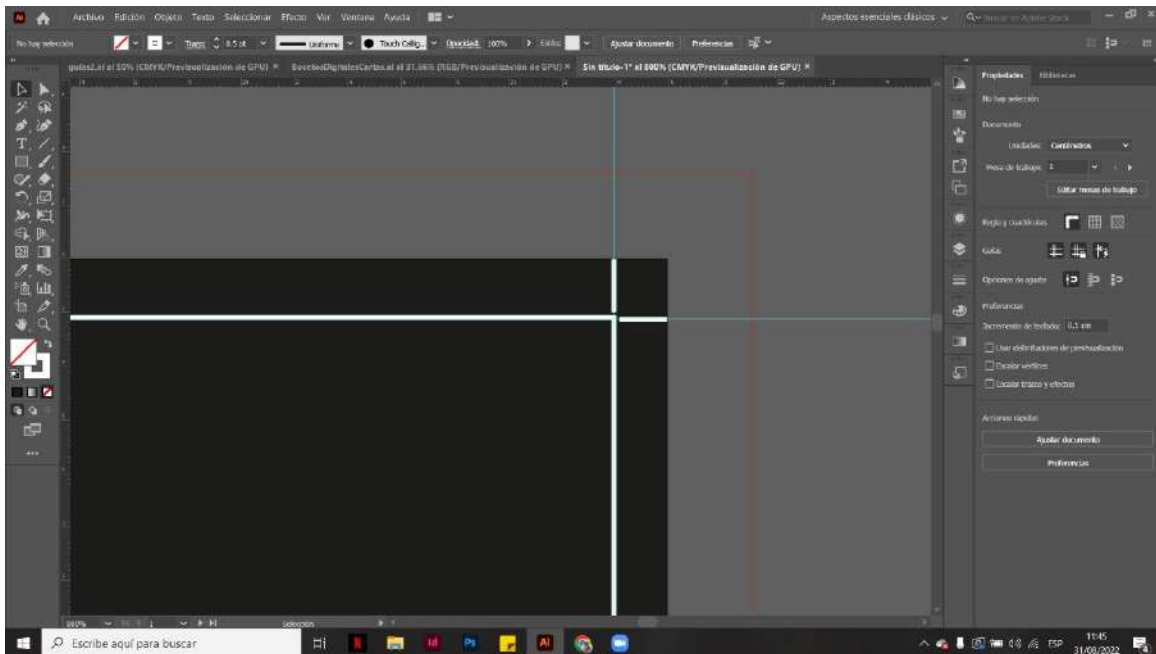
Captura de pantalla de digitalización 20.

Se convirtió a fondo negro y los títulos a fondo blanco, a manera de tener ambas propuestas de color con las mismas medidas.



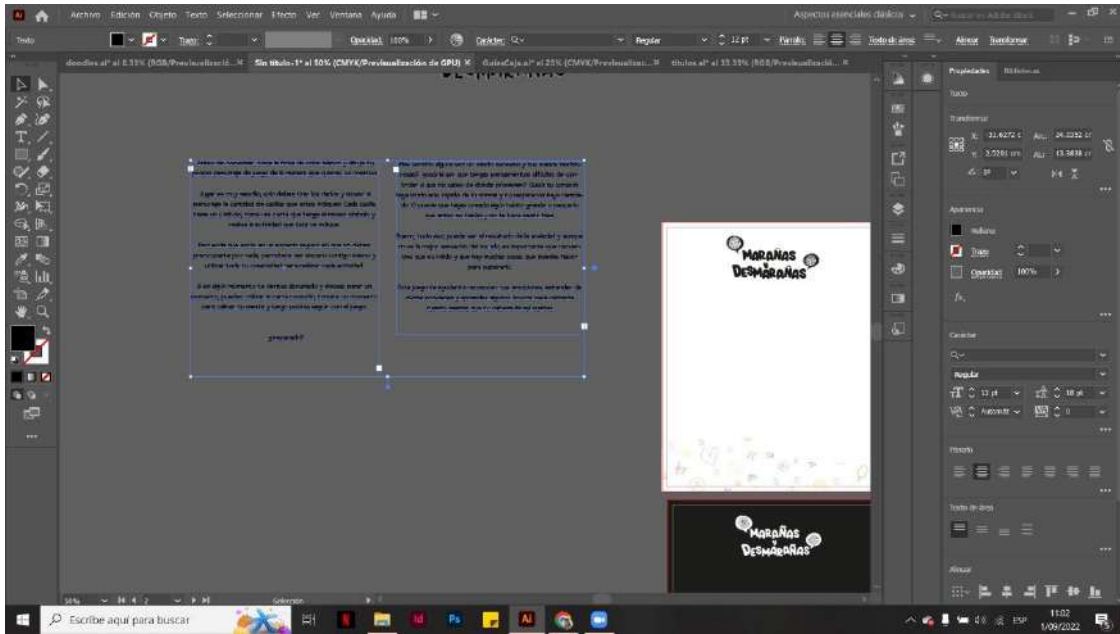
Captura de pantalla de digitalización 21.

Se realizaron guías para colocar las cartas en el canvas.



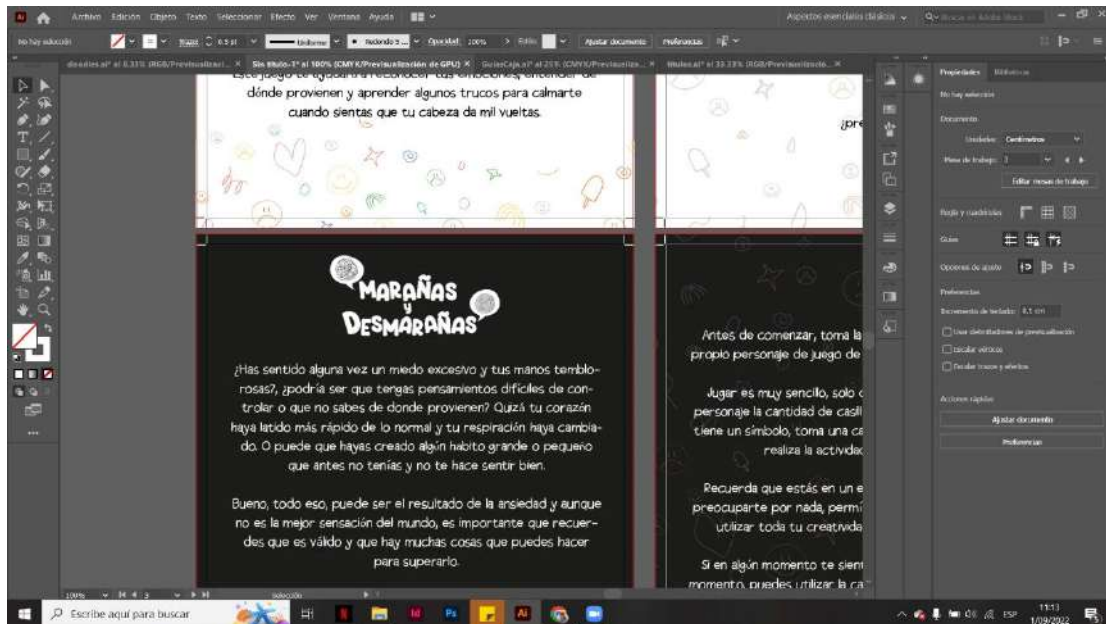
Captura de pantalla de digitalización 22.

Se colocaron marcas de corte en cada arte.



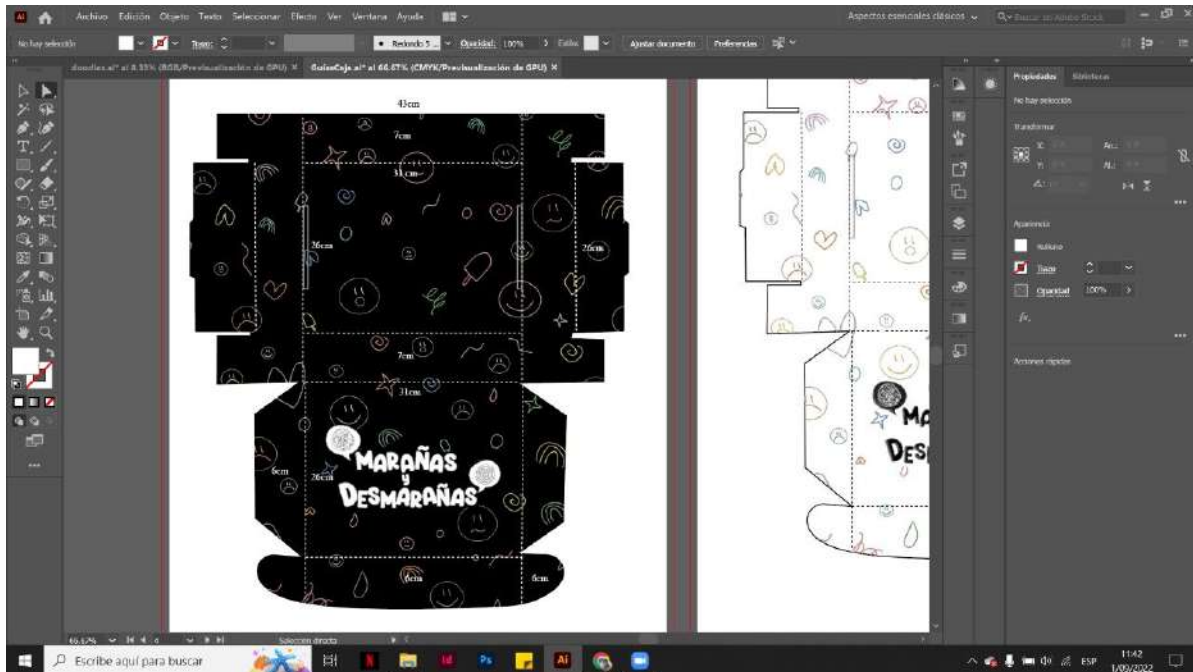
Captura de pantalla de digitalización 23.

Se ubicaron los textos previamente redactados con tipografía Coffe Break.



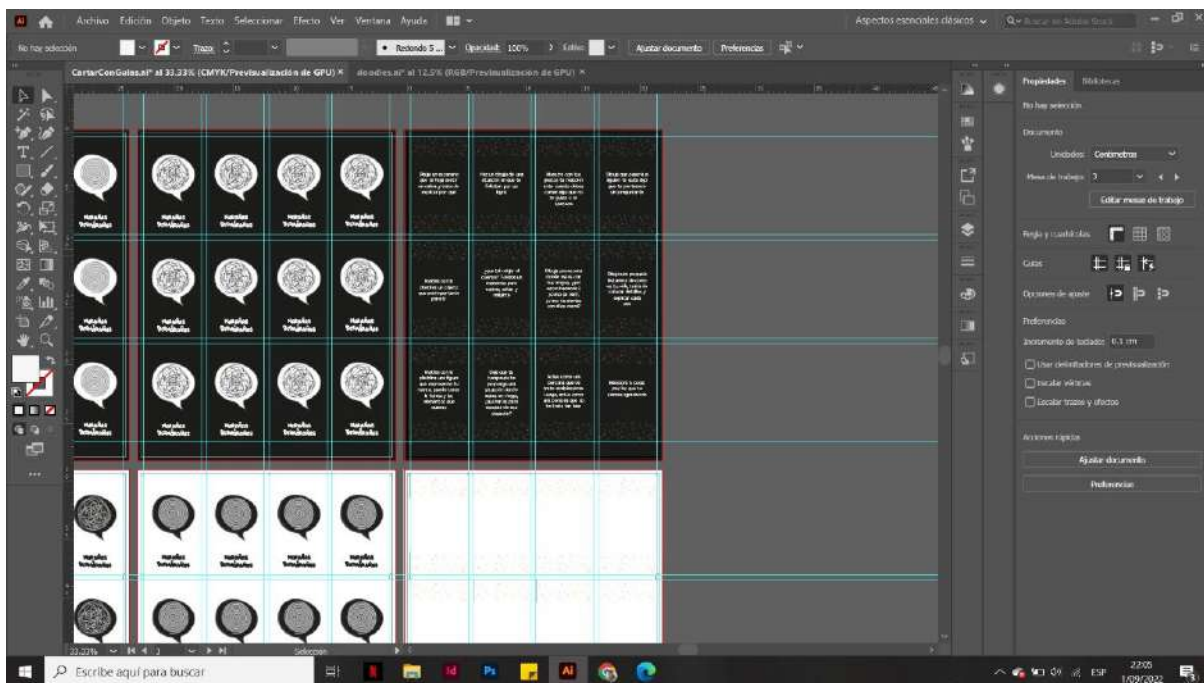
Captura de pantalla de digitalización 24.

Se ubicaron los logos según la diagramación prevista.



Captura de pantalla de digitalización 25.

Se realizó el troquel de la caja y se colocaron las medidas, así como el diseño seleccionado.



Captura de pantalla de digitalización 26.

Se reprodujeron todas las cartas requeridas para la propuesta.

Aprobado por el cliente. Ver anexo IV.

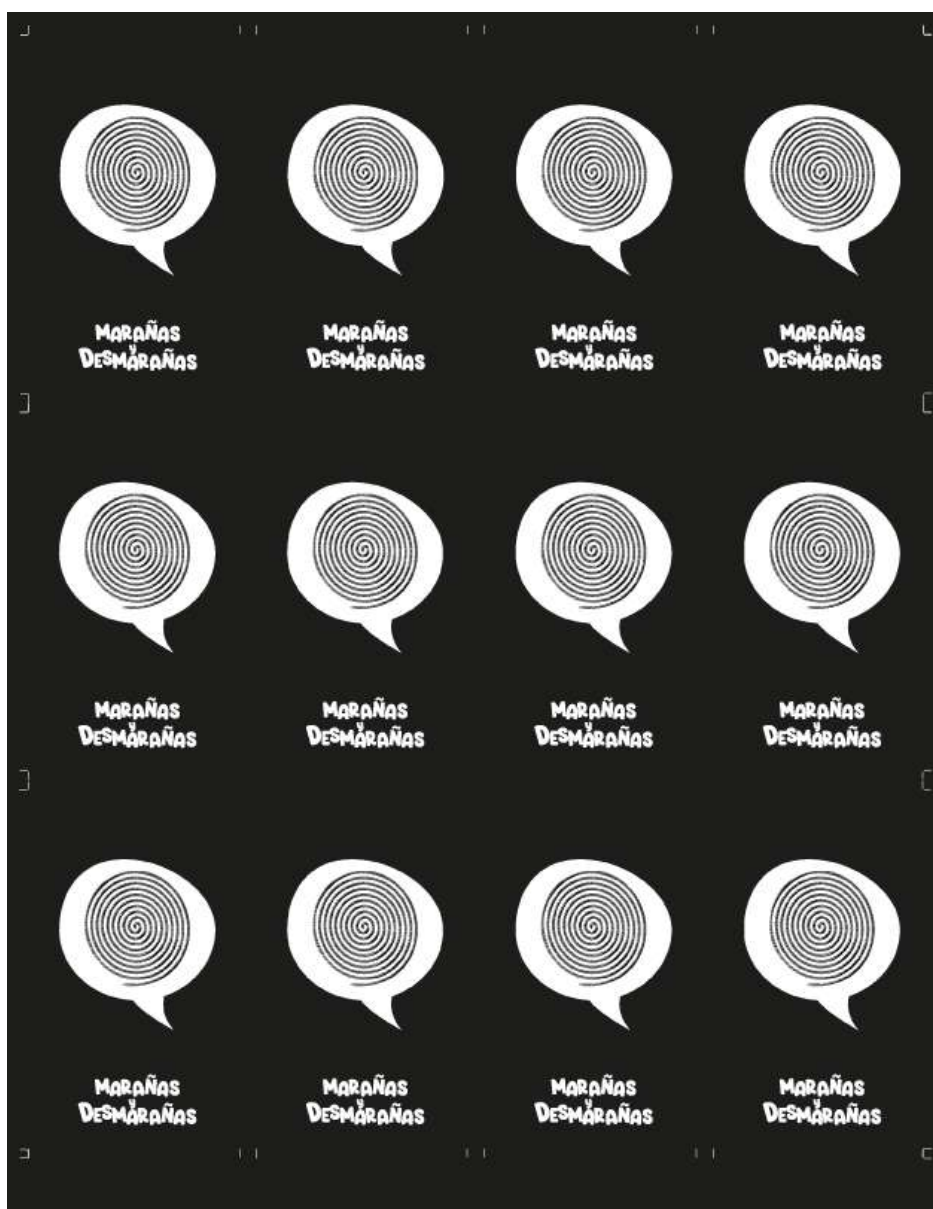
7.4. Propuesta preliminar.

El juego didáctico está compuesto por 4 elementos diseñados principales: cincuenta y siete cartas, una ficha de instrucciones, un tablero y una caja.

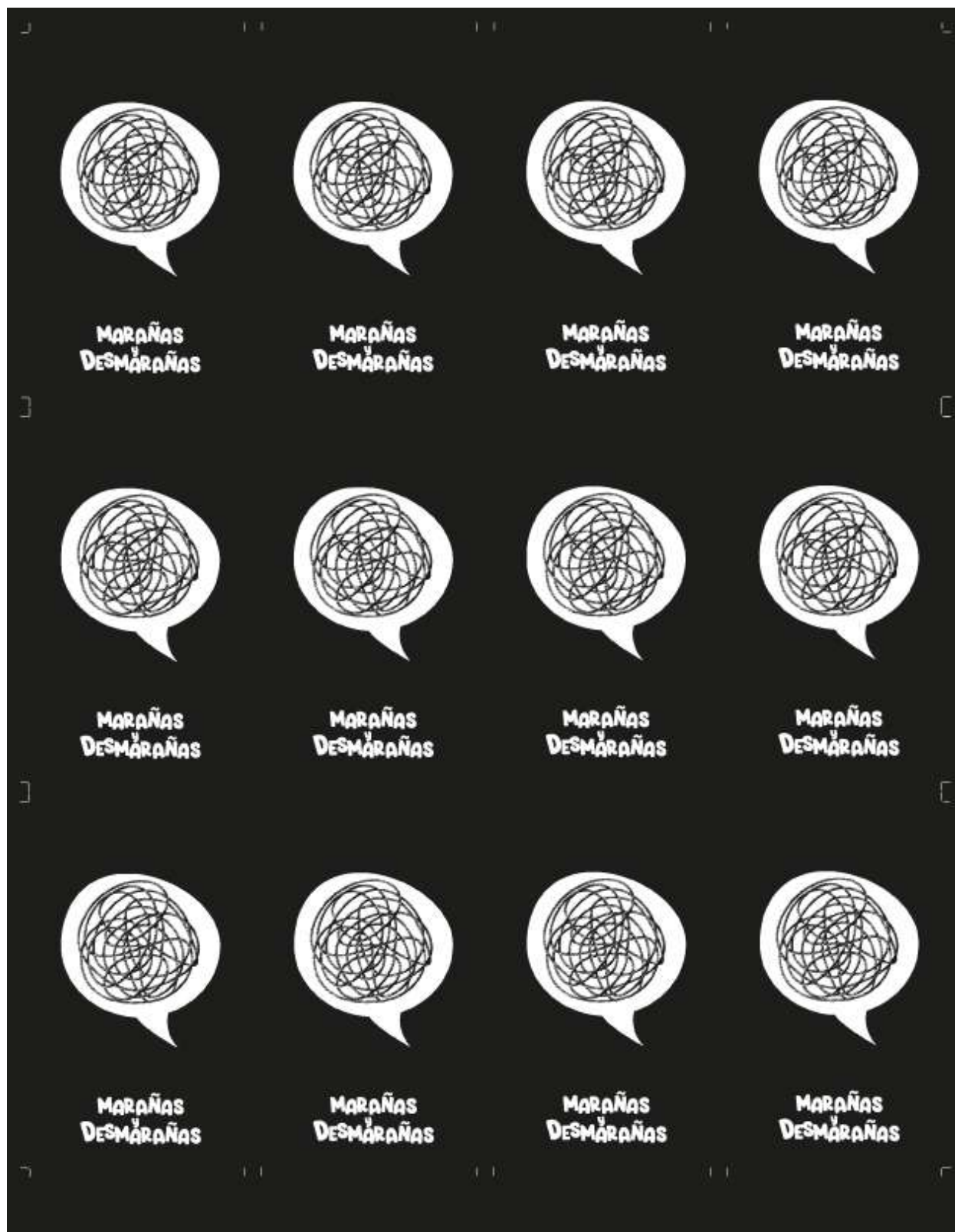
Pieza: cartas

Medidas: 8.5*5 cm

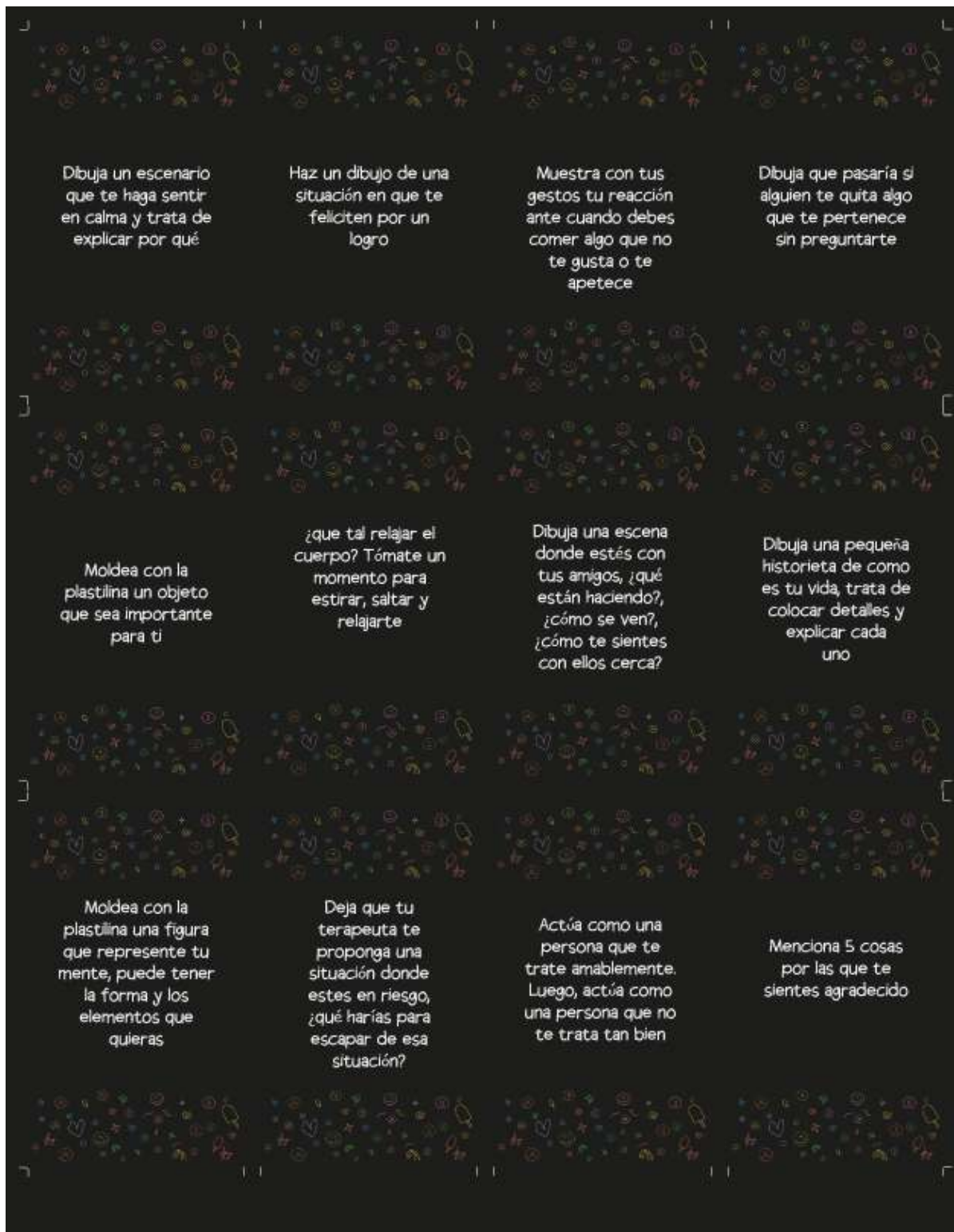
Propuesta preliminar de cartas 1.



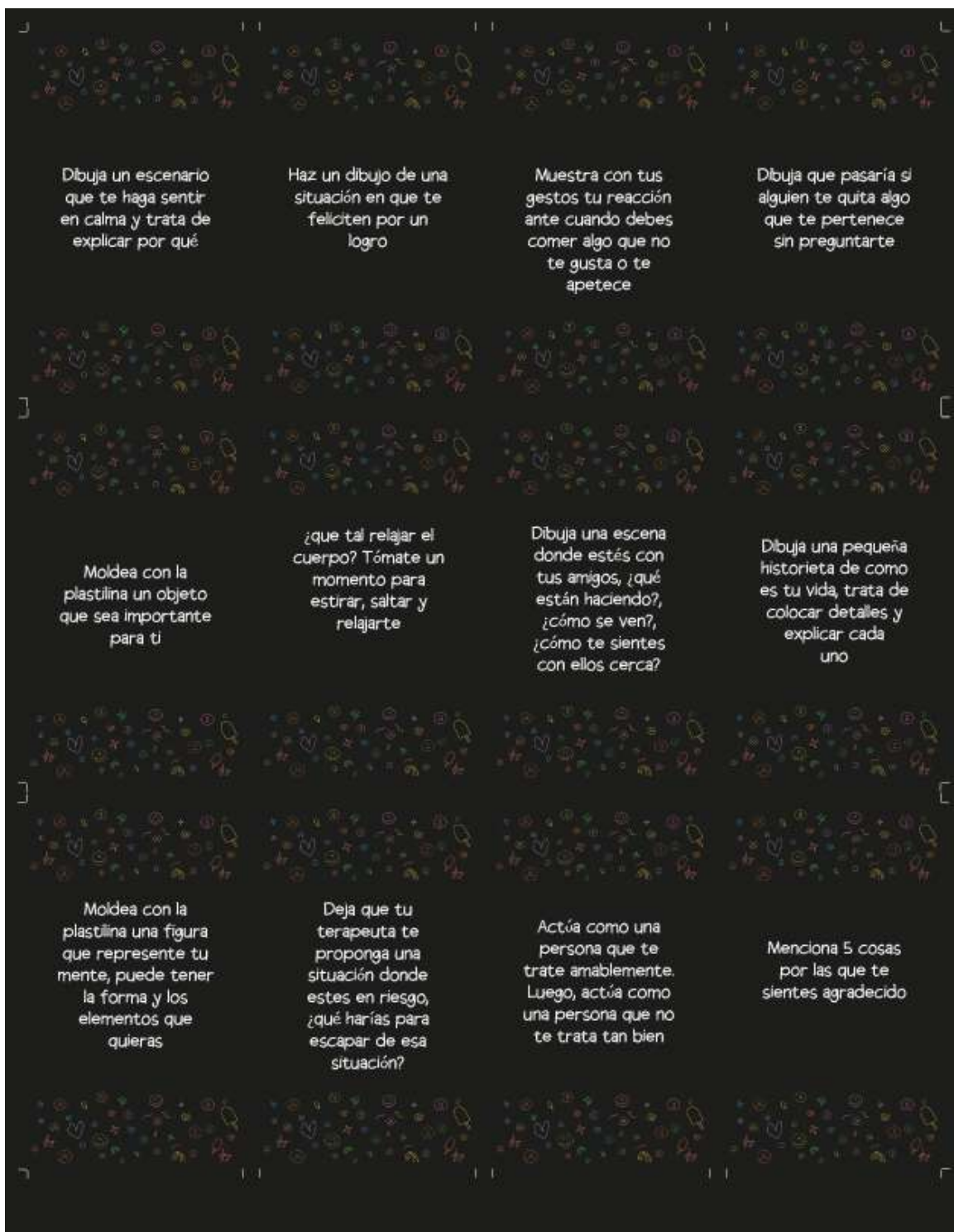
Propuesta preliminar de cartas 2.



Propuesta preliminar de cartas 3.



Propuesta preliminar de cartas 4.



Treinta carta de preguntas, treinta cartas de actividades y una carta de pausa, todas impresas con tiro y retiro.

Pieza: Ficha de instrucciones

Medidas: 13*16 cm

Propuesta preliminar de ficha de intrucciones 1.

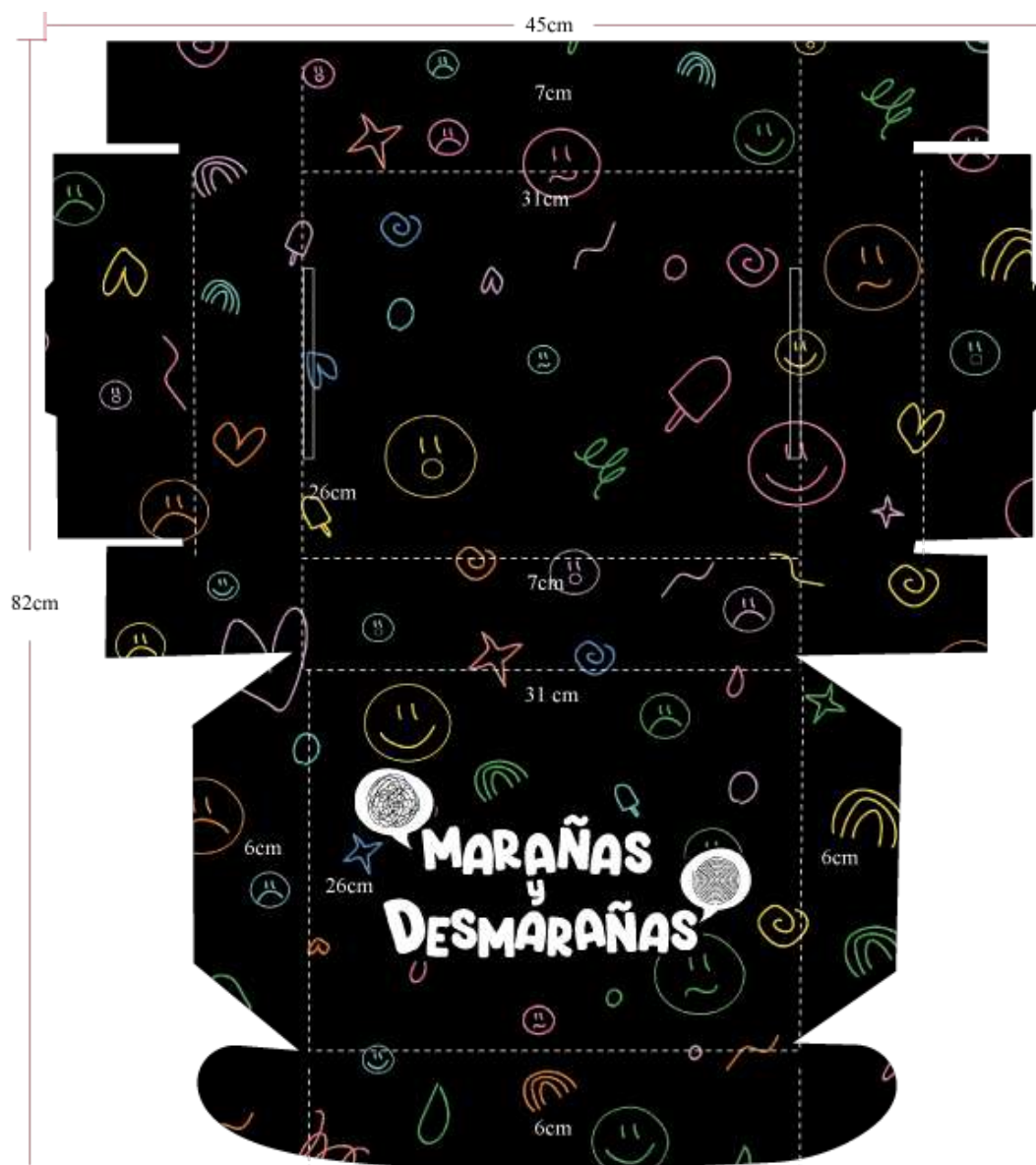


Una ficha con una breve explicación del juego e instrucciones de uso impreso con tiro y retiro.

Pieza: Caja

Troquel

Propuesta preliminar de caja 1.

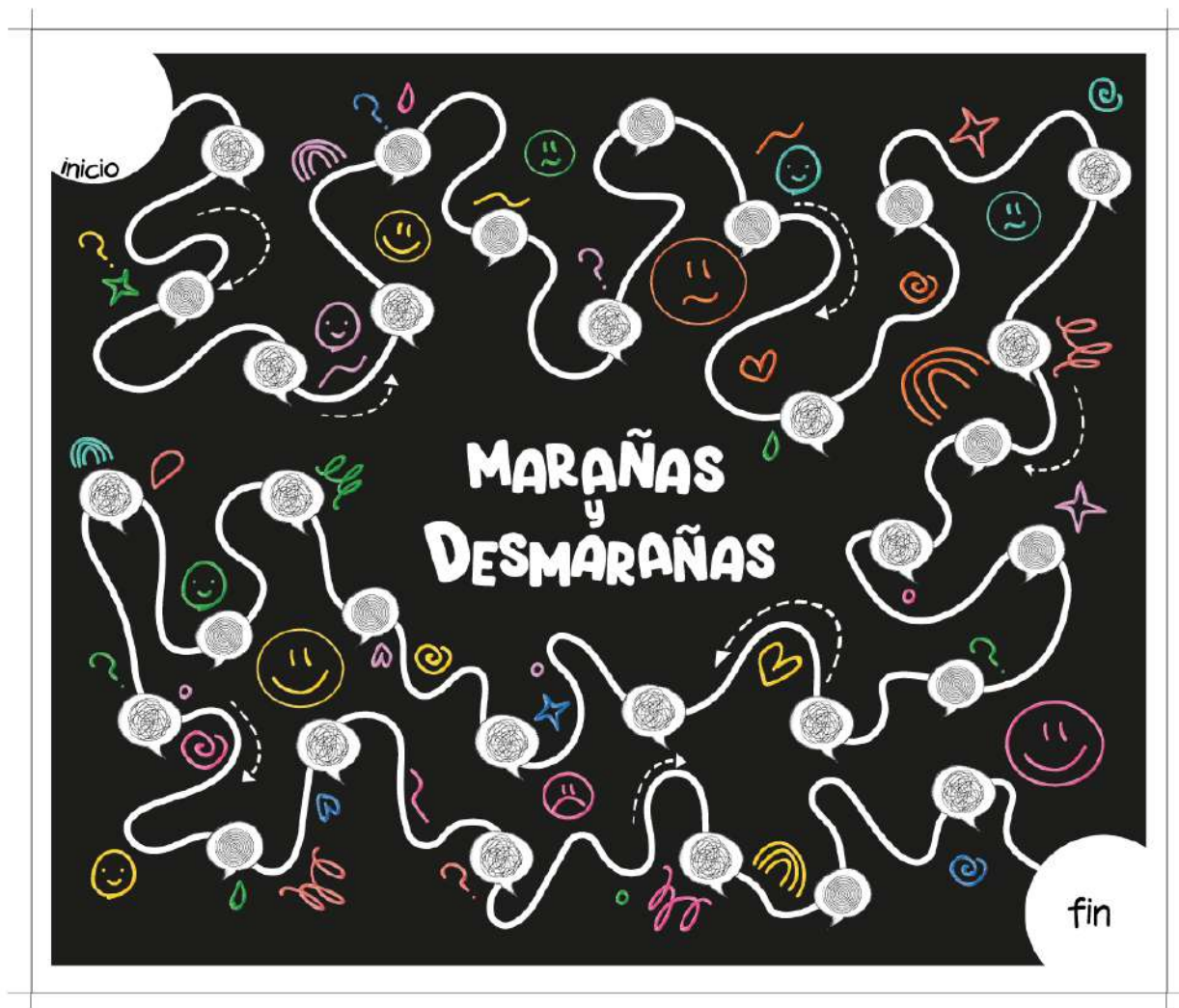


Una caja compuesta por un troquel con el diseño de fondo oscuro y elementos de colores con baja opacidad. Nombre del juego al frente.

Pieza: Tablero

Medidas: 25*30cm

Propuesta preliminar de tablero 1.



Un tablero de juego con el camino trazado y estaciones dispersas en él, cada una con un símbolo que corresponde a una actividad o pregunta.



CAPÍTULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de siguiente manera virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo y expertos.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, al grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 40 personas divididas en tres grupos:

Profesionales:

Licda. Jannette Guzmán

Licda. Ingrid Ordoñez

Licda. María José Martínez

Licda. Britney Ordoñez

Gabriela González

Licda. Andrea Urbina

Licda. Natalia Ruano

Licda. Guisella Marie Quiñonez Ruiz

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y la psicología.

Mgtr. Arnulfo Guzmán

Mgtr. Karla López de Ayala

Mgtr. Antonio Gutiérrez

Mgtr. Wendy Roxana Franco Higueros

Licda. María Eugenia Aguilar

Licda. Claudia Ruiz

Grupo objetivo: hombres y mujeres entre los 11 y 16 años, pacientes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, y estudiantes activos que cursan la carrera de Comunicación y Diseño.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y

posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas, en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según lo dicte el caso.

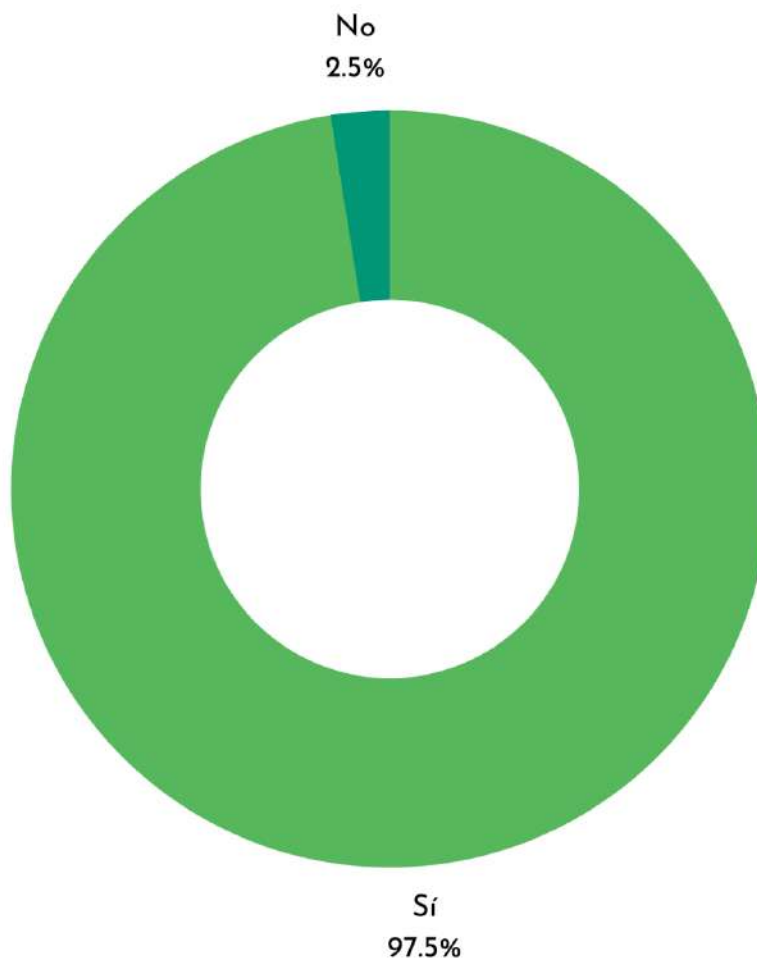
Modelo de la encuesta en el Anexo V.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

1

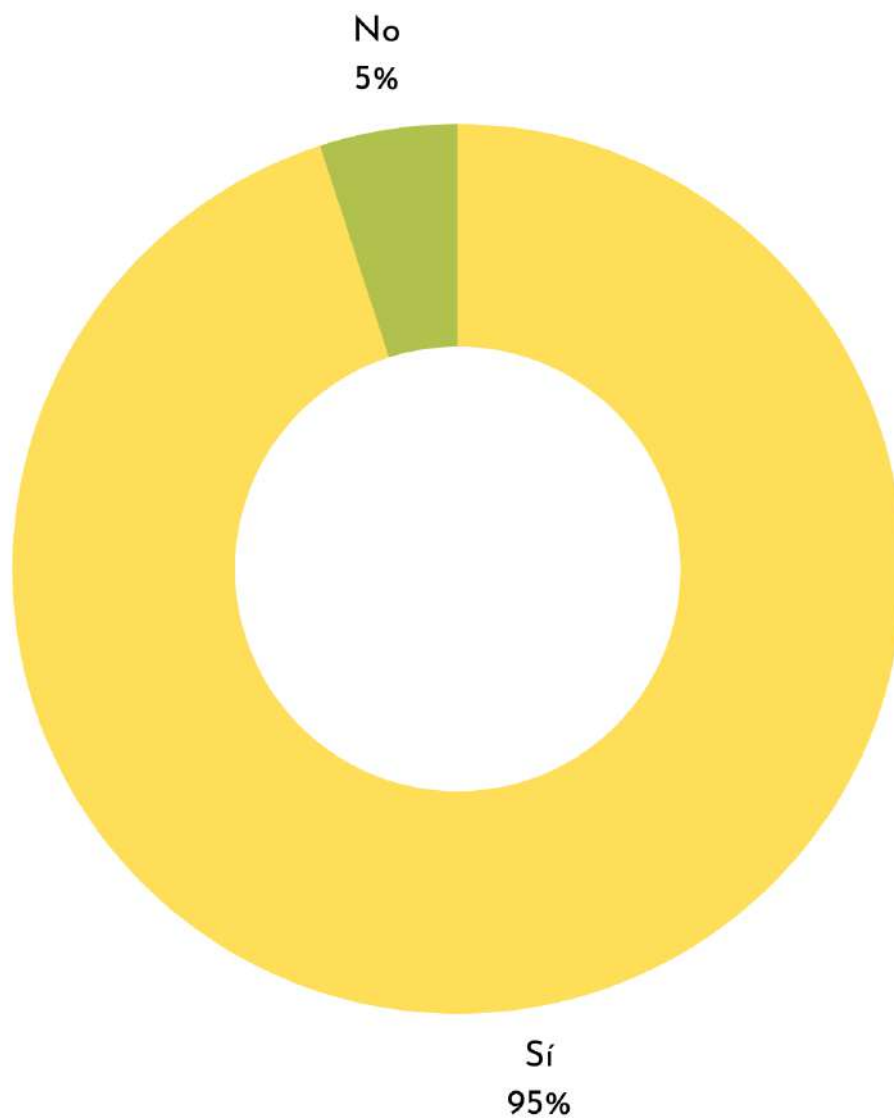
¿Considera usted necesario diseñar un juego terapéutico a cerca de: el reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-?



Interpretación. El 97.5% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar un juego didáctico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, mientras que el 2.5% no lo considera necesario. Por consiguiente, esto demuestra que es adecuado realizar el diseño de dicho material.

2

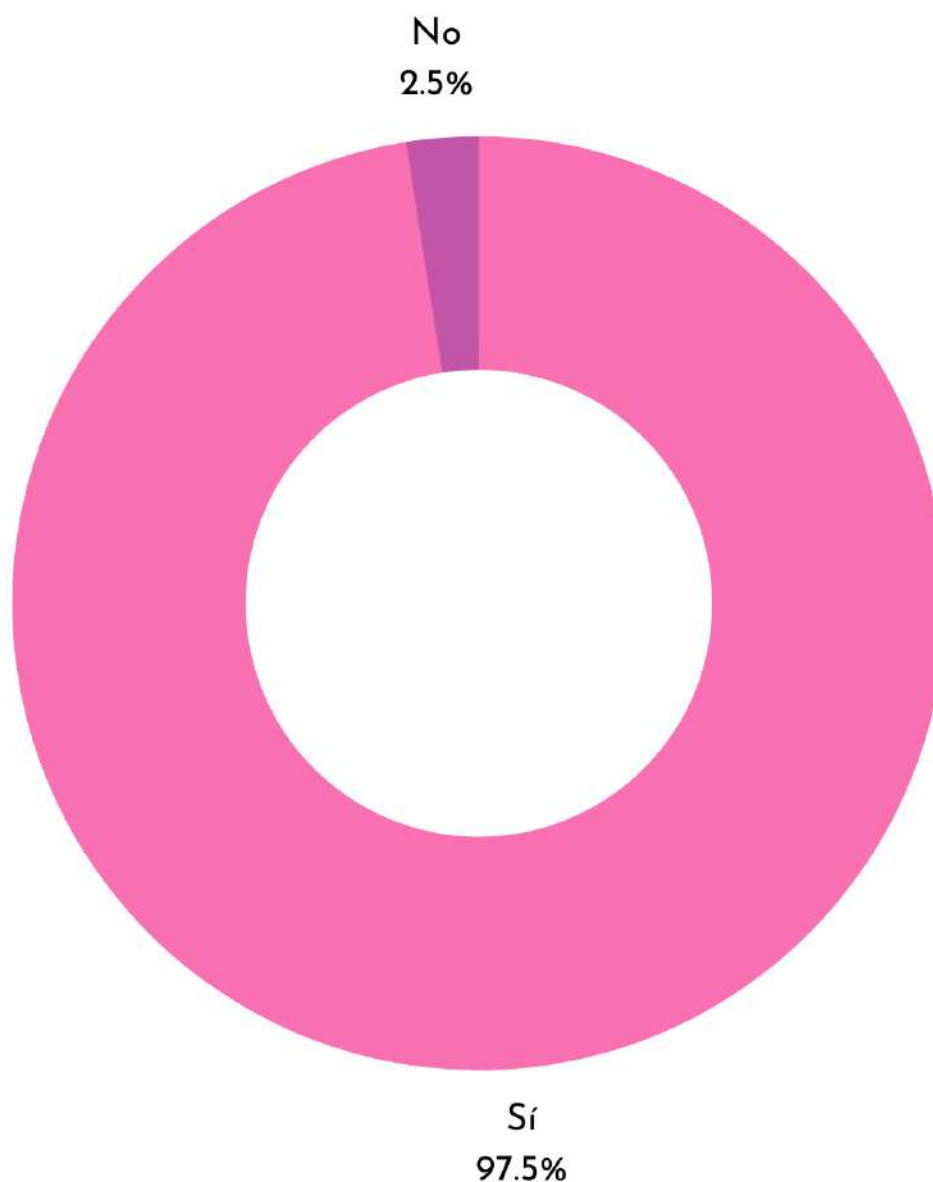
¿Considera importante recopilar toda la información relacionada con la clínica para la creación del juego didáctico dirigido para sus clientes reales y potenciales?



Interpretación. El 95% de los encuestados indicaron que es importante recopilar la información de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP- para el diseño del juego didáctico, mientras que el 5% no lo considera importante. Por consiguiente, esto demuestra que es adecuado recopilar la información mencionada para la ejecución del proyecto.

3

¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y sitios web relacionados con la ansiedad en preadolescentes para establecer un marco de referencia en la creación del juego para los clientes reales y potenciales de la clínica?



Interpretación. El 97.5% de los encuestados indicaron que es adecuado investigar referencias bibliográficas y sitios web relacionados con la ansiedad en preadolescentes para establecer un marco de referencia en la creación del juego didáctico, mientras que el 2.5% no lo considera adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que es adecuado investigar dicha información para la ejecución del proyecto.



¿Considera adecuado diseñar el juego terapéutico utilizando la información obtenida con el esquema planificado para crear un elemento interactivo funcional en la terapia de pacientes diagnosticados con ansiedad que se encuentren en la preadolescencia?

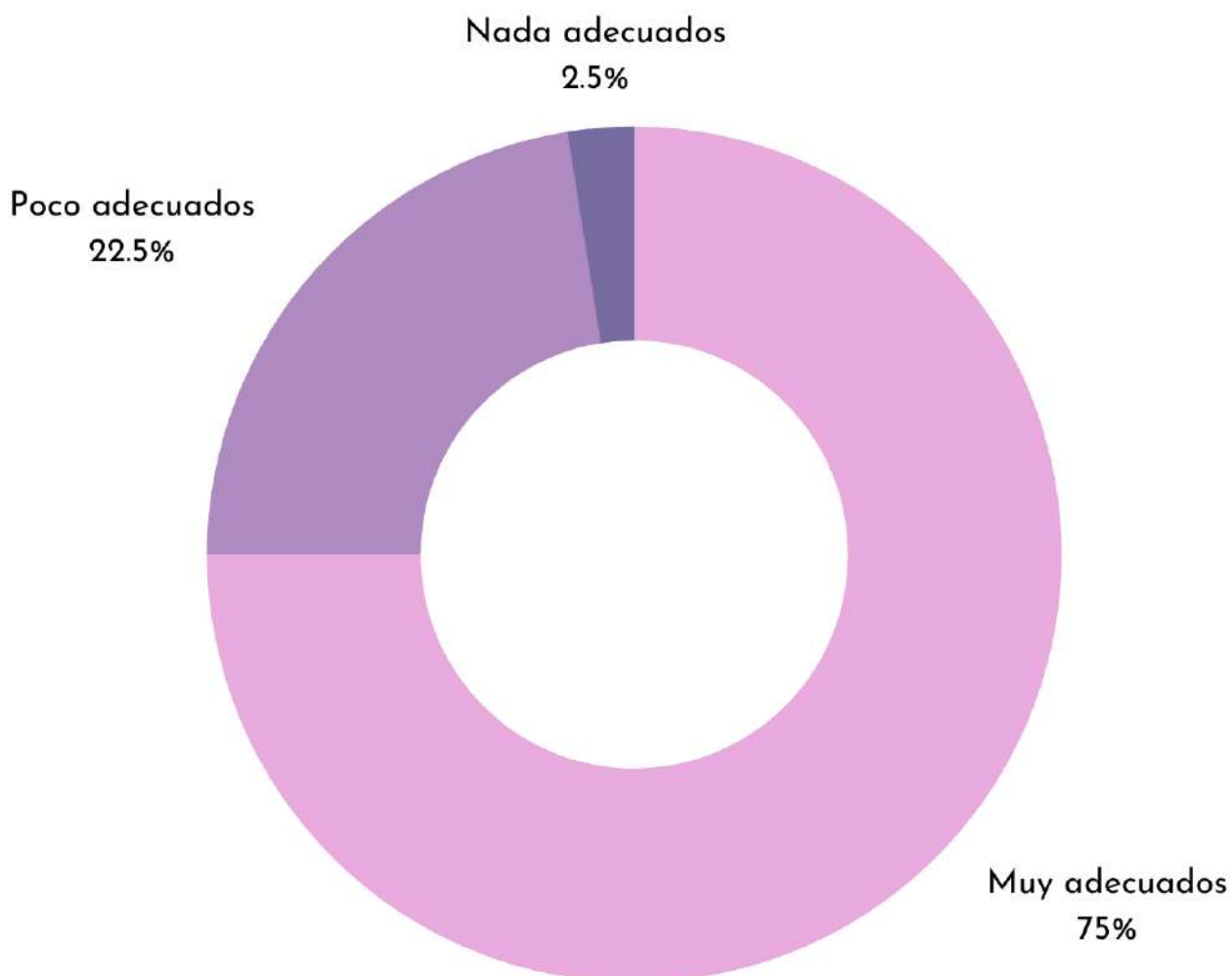


Interpretación. El 97.5% de los encuestados indicaron que es adecuado diseñar el juego didáctico utilizando la información obtenida con el esquema planificado para crear un elemento interactivo funcional en la terapia de pacientes preadolescentes diagnosticados con ansiedad, mientras que el 2.5% no lo considera adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que es adecuado crear el proyecto fundamentado en la información obtenida.

Parte Semiológica:



¿Considera que son adecuados los colores propuestos para un juego de manejo y reconocimiento de la ansiedad y emociones en preadolescentes?



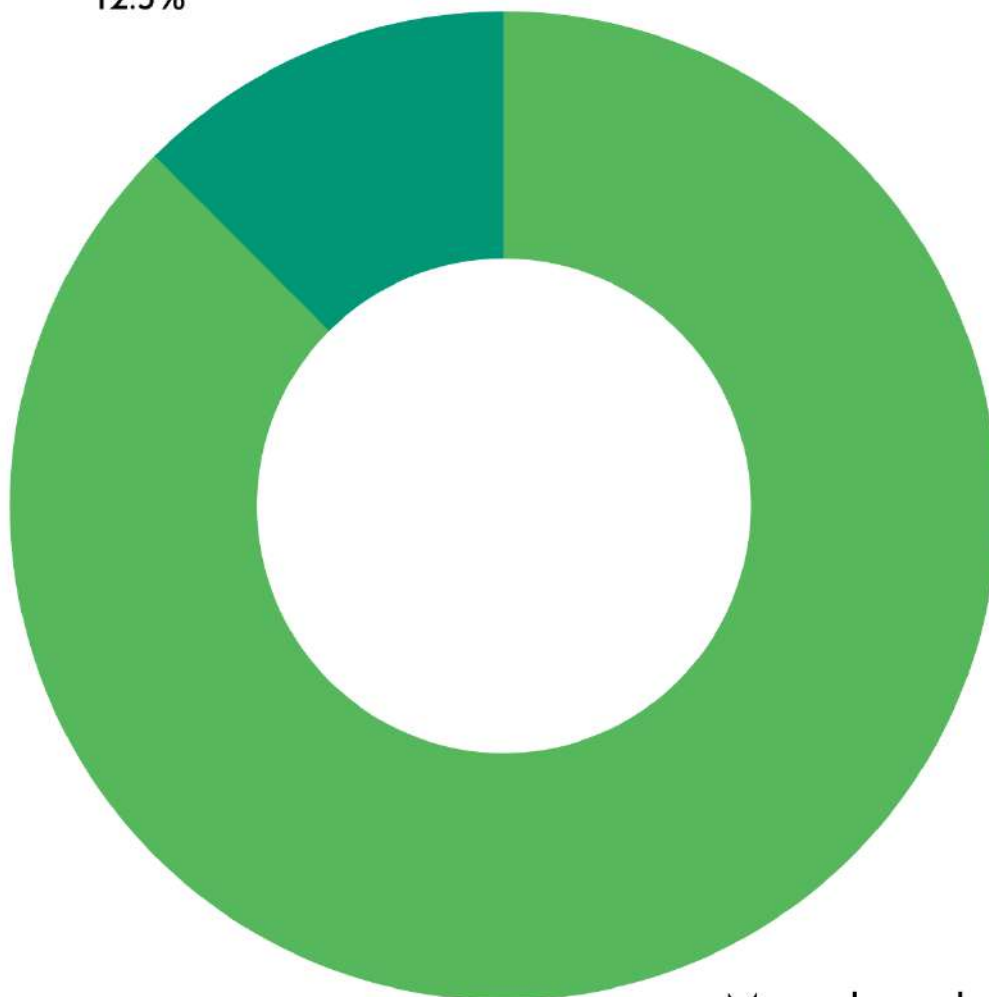
Interpretación. El 75% de los encuestados indicaron que son muy adecuados los colores propuestos para un juego de manejo y reconocimiento de la ansiedad y emociones en preadolescentes, el 22.5% los considera poco adecuados, mientras que el 2.5% los considera nada adecuados. Por consiguiente, esto demuestra que es necesario realizar un cambio en la paleta de colores propuesta para el proyecto.



¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de pacientes preadolescentes?

Poco adecuados

12.5%



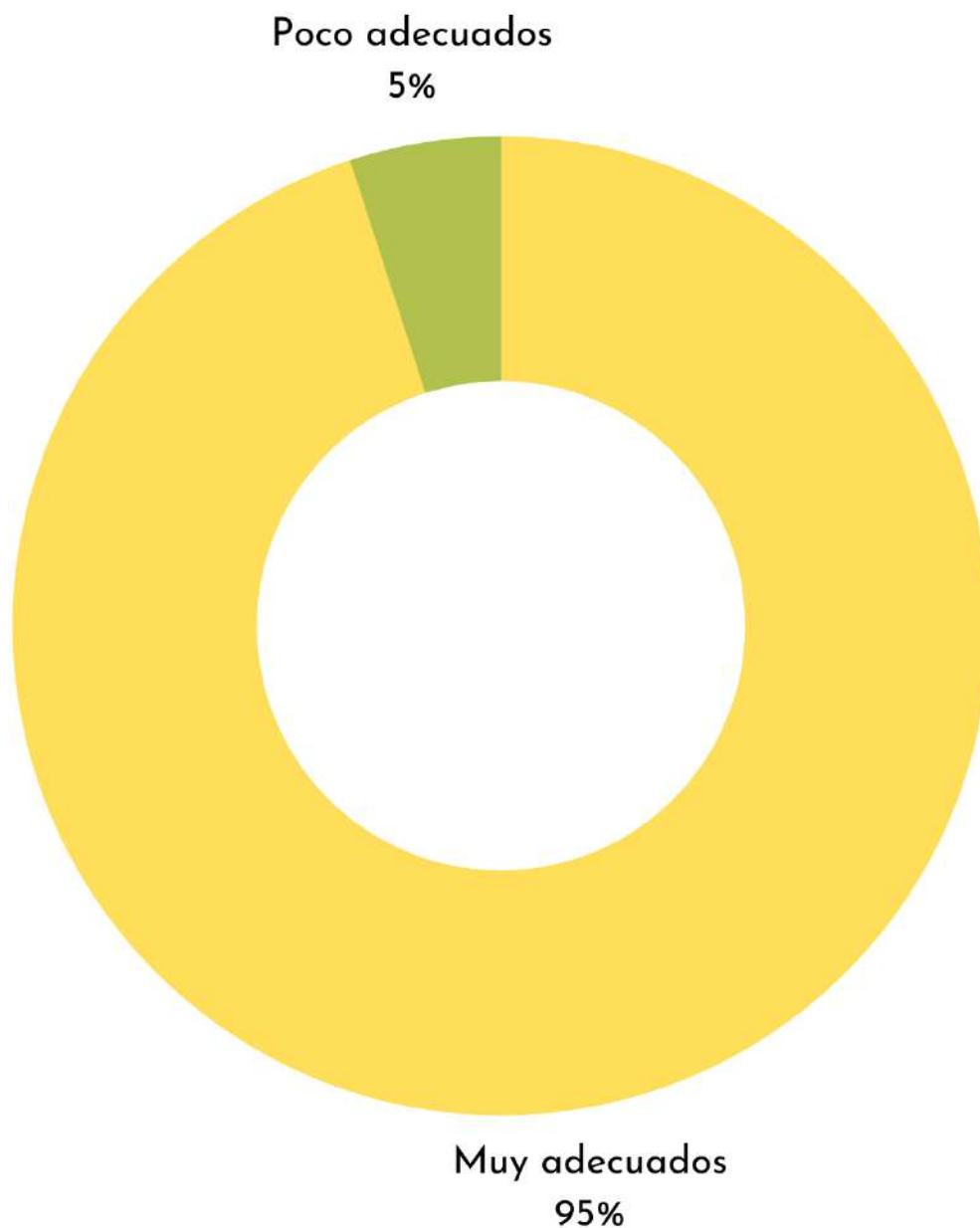
Muy adecuados

87.5%

Interpretación. El 87.5% de los encuestados indicaron que es muy adecuada la tipografía propuesta para un grupo objetivo conformado por preadolescentes, mientras que el 12.5% la considera poco adecuada. Por consiguiente, esto demuestra que es necesario realizar un cambio en la tipografía propuesta para el proyecto.

7

¿Los elementos gráficos, diseño, ilustraciones de la propuesta gráfica son adecuados como complementos para el diseño?



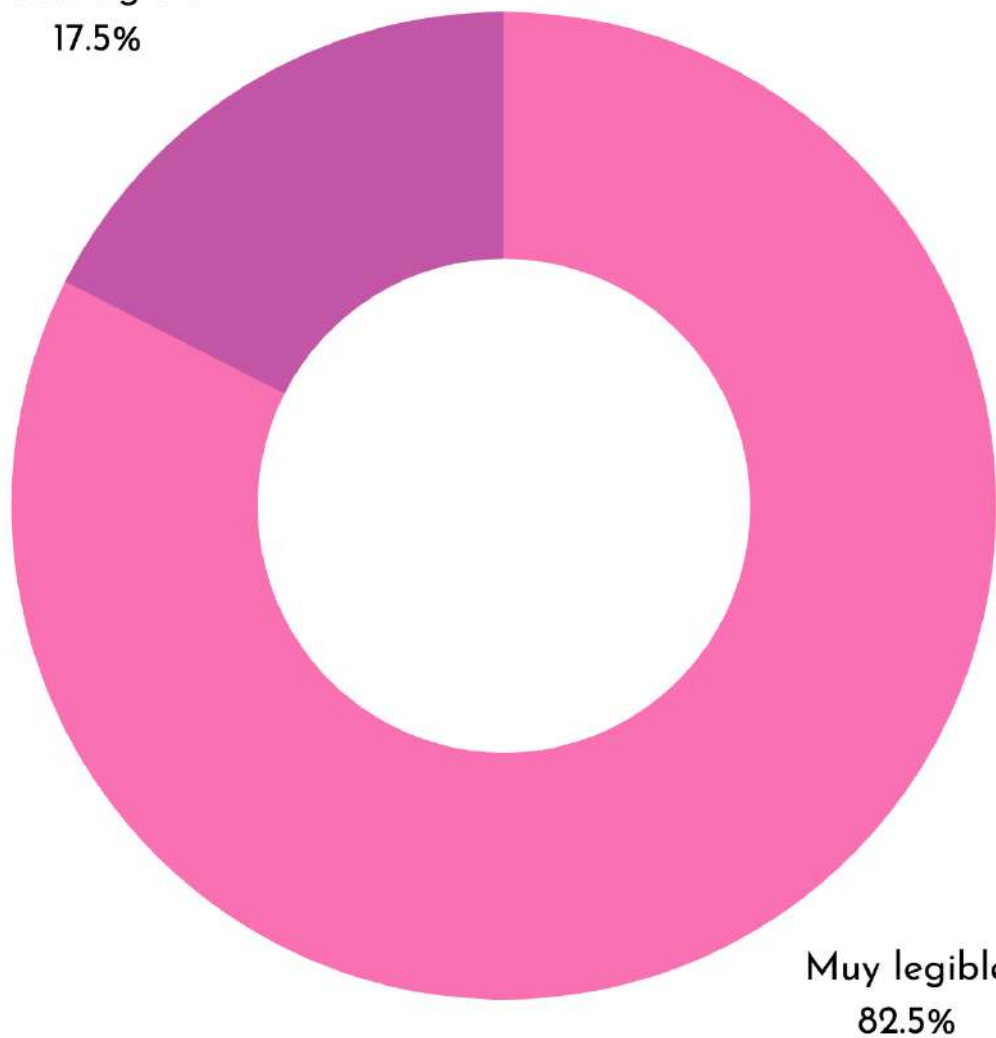
Interpretación. El 95% de los encuestados indicaron que son muy adecuados los elementos gráficos, diseño e ilustraciones en la propuesta gráfica del juego didáctico, mientras que el 5% los considera poco adecuados. Por consiguiente, esto demuestra que son adecuados los elementos de diseño propuestos para el proyecto.

Parte Operativa:



Considera que la tipografía utilizada en el diseño de señales es de forma:

Poco legible
17.5%

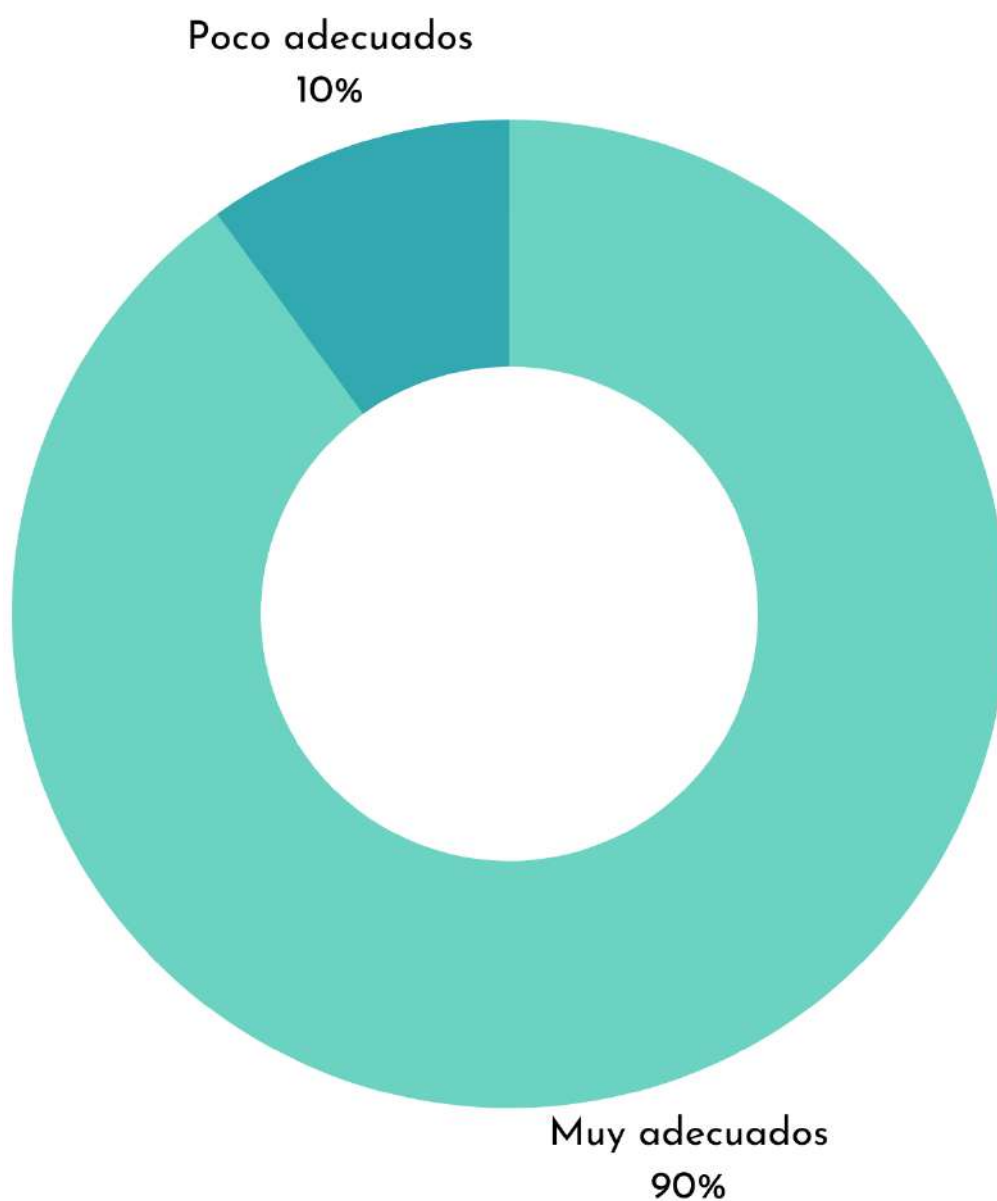


Muy legible
82.5%

Interpretación. El 82.5% de los encuestados indicaron que es muy legible la tipografía utilizada en la propuesta preliminar, mientras que el 17.5% la considera poco legible. Por consiguiente, esto demuestra que es necesario realizar un cambio en la tipografía propuesta para el proyecto.



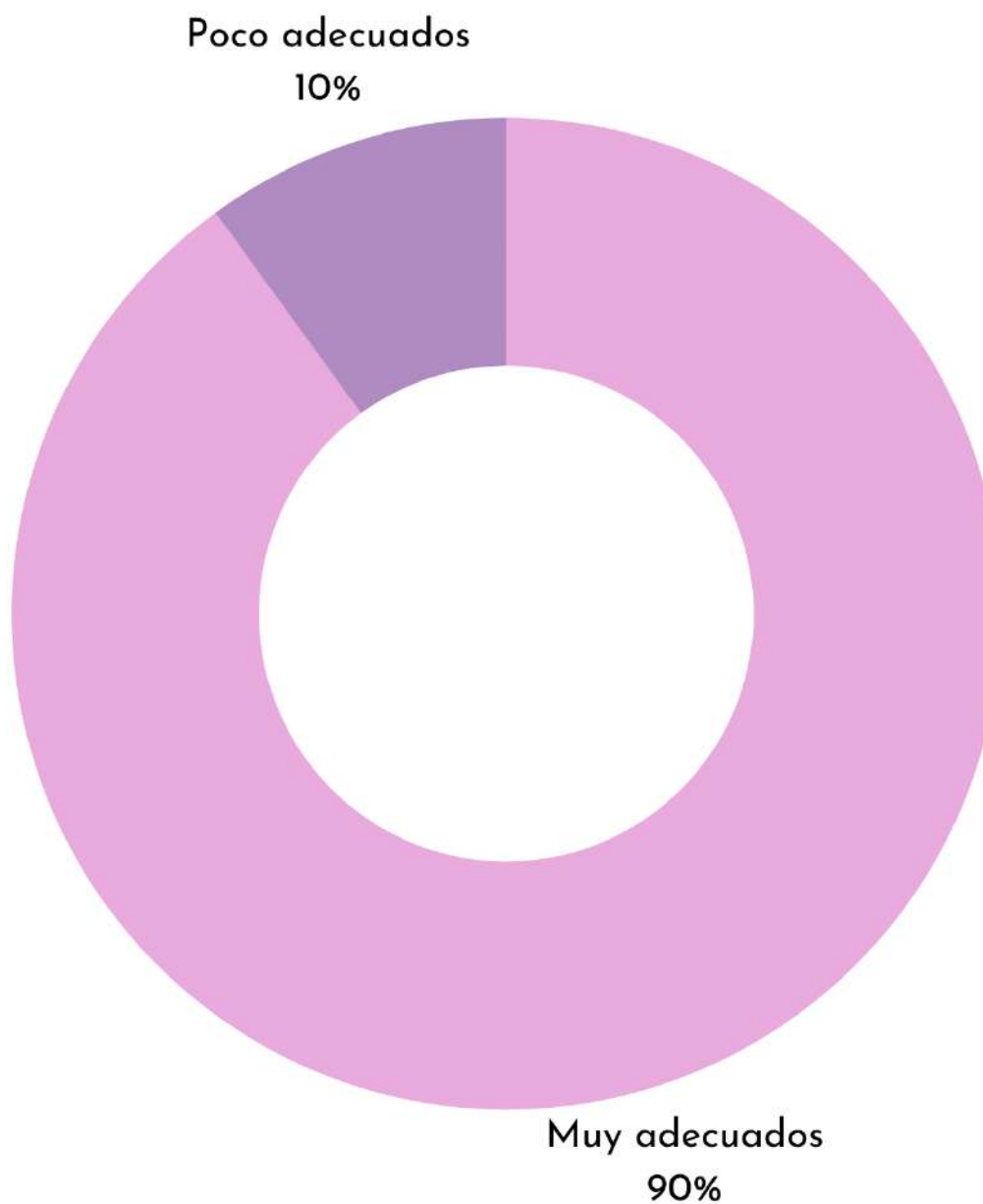
¿Cree visibles los símbolos de juego utilizados en la propuesta gráfica presentada?



Interpretación. El 90% de los encuestados indicaron que son muy visibles los símbolos de juego utilizados en la propuesta gráfica, mientras que el 10% los considera poco visibles. Por consiguiente, esto demuestra que es necesario aumentar el tamaño de los símbolos de juego propuestos.

10

Según su criterio ¿El tamaño virtual presentado de la propuesta es ideal para ser impreso?



Interpretación. El 90% de los encuestados indicaron que el tamaño de la propuesta es ideal para ser impreso, mientras que el 10% lo considera poco adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño de los distintos materiales propuestos es adecuado para llevar a impresión.

8.4. Cambios con base en los resultados

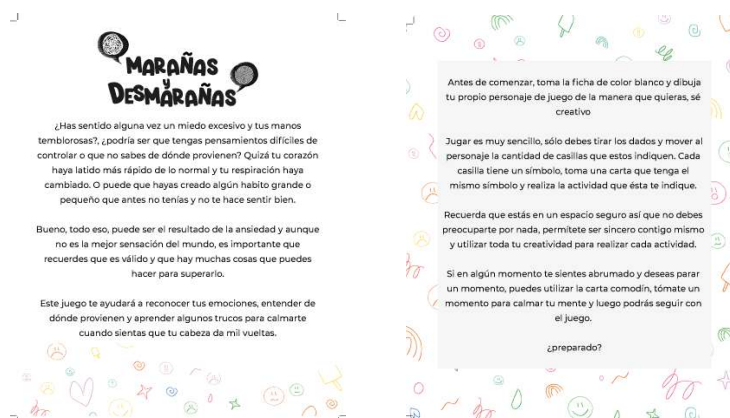
Con base en los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar el color utilizado como fondo en el juego didáctico.
- Es necesario cambiar la tipografía de contenido por una más legible.
- No se mencionaron cambios relevantes en el diseño propuesto.

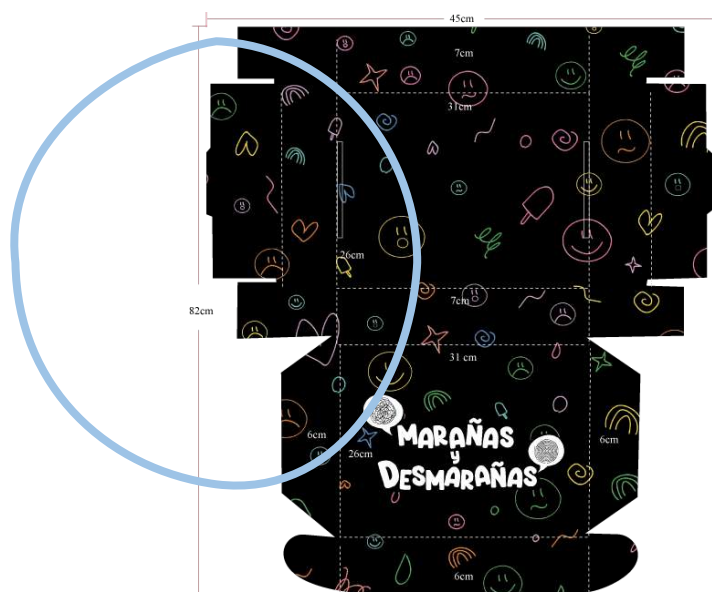
Antes.



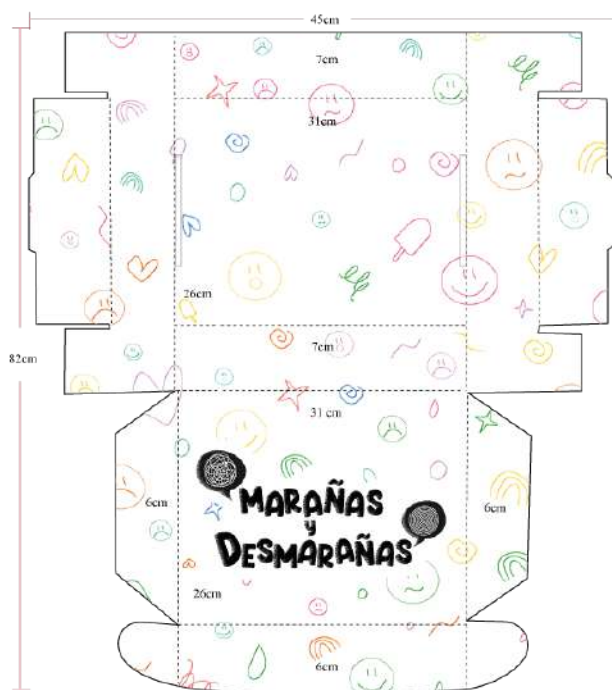
Después



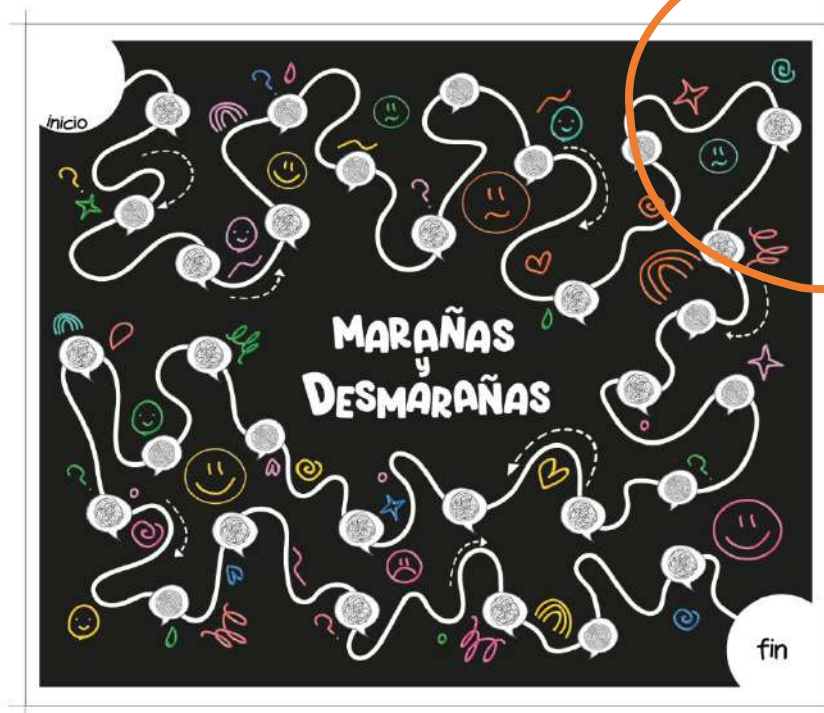
Antes.



Después.



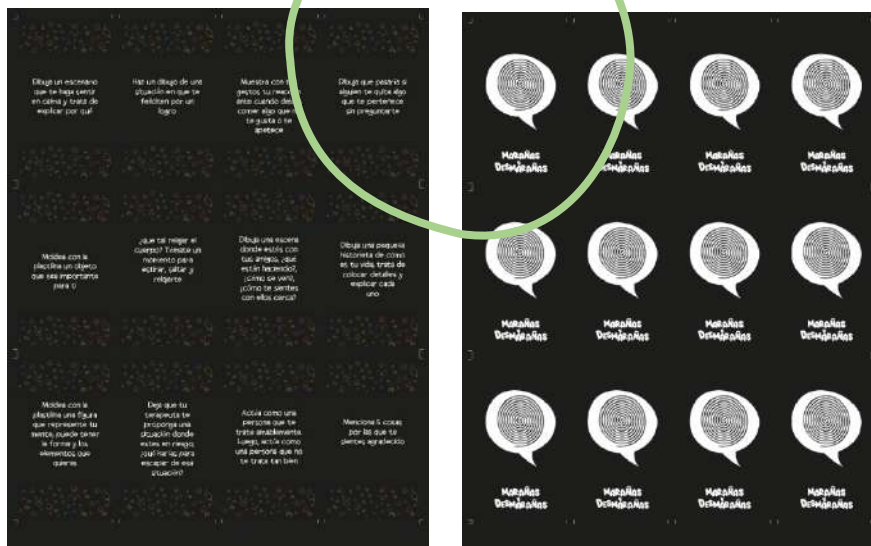
Tablero Antes.



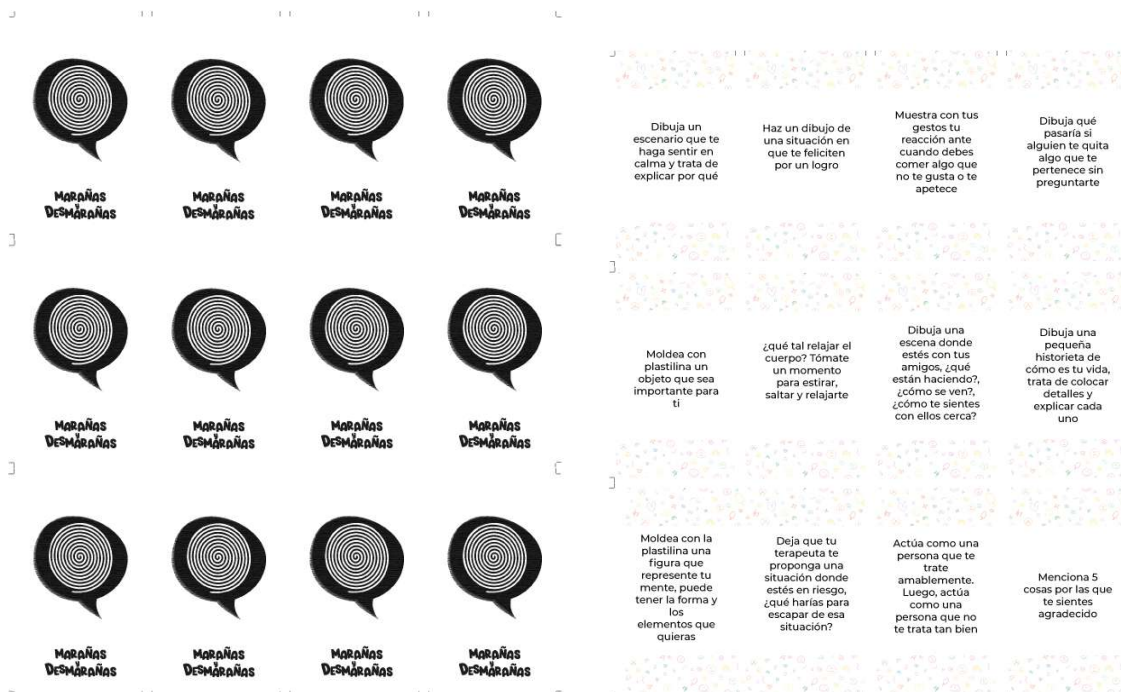
Tablero Después



Cartas Antes



Cartas Después.



8.4.1 Justificación.

Después de la validación, se determinó cambiar el color negro utilizado como fondo a color blanco. Además, se determinó cambiar la tipografía seleccionada por una más clara y legible.



CAPÍTULO IX

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

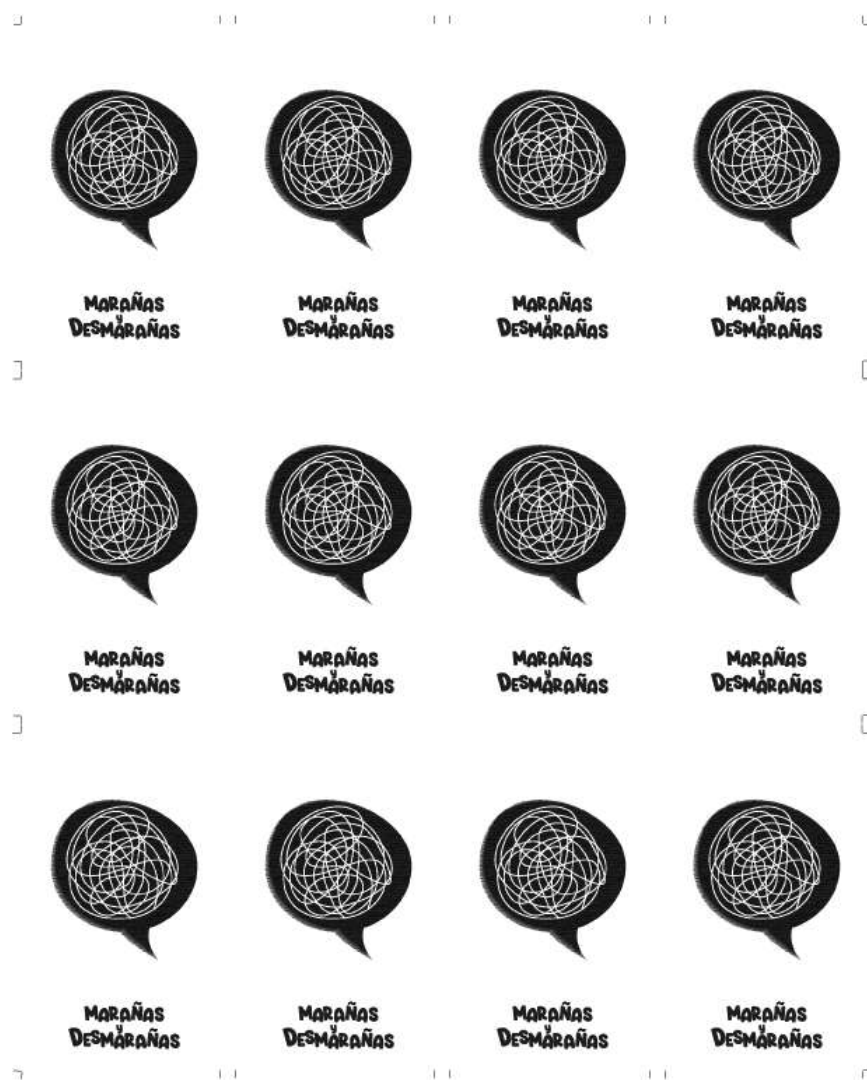
Capítulo IX Propuesta gráfica final

El juego didáctico está compuesto por 4 elementos diseñados principales: cincuenta y siete cartas, una ficha de instrucciones, un tablero y una caja.

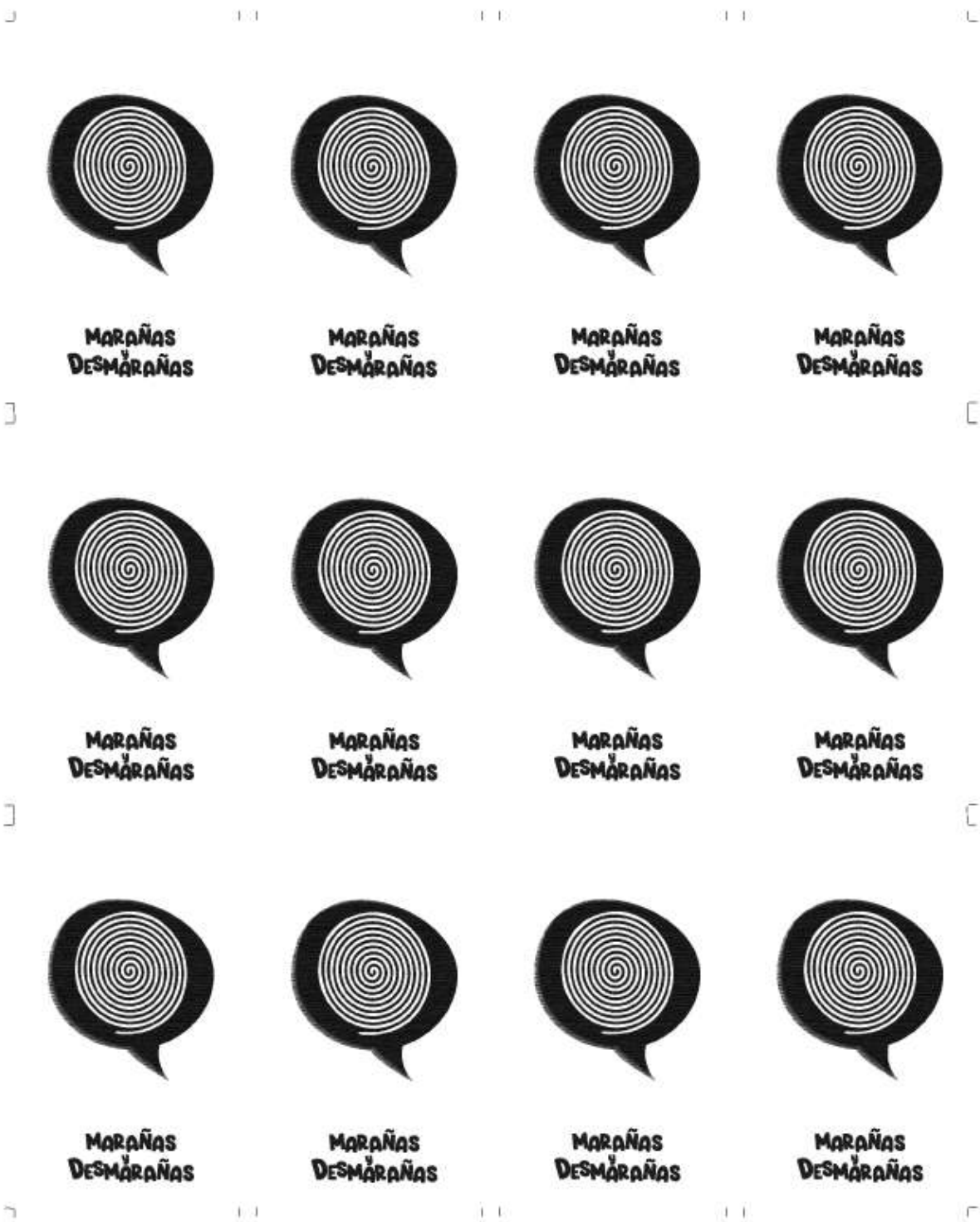
Pieza: cartas

Medidas: 8.5*5 cm

Propuesta final de cartas 1.



Propuesta final de cartas 2.



Propuesta final de cartas 3.



Cartas que contienen las actividades a realizar durante el juego.

Pieza: Ficha de instrucciones

Medidas: 13*16 cm

Propuesta final de ficha de intrucciones 1.

MARAÑAS y DESMARAÑAS

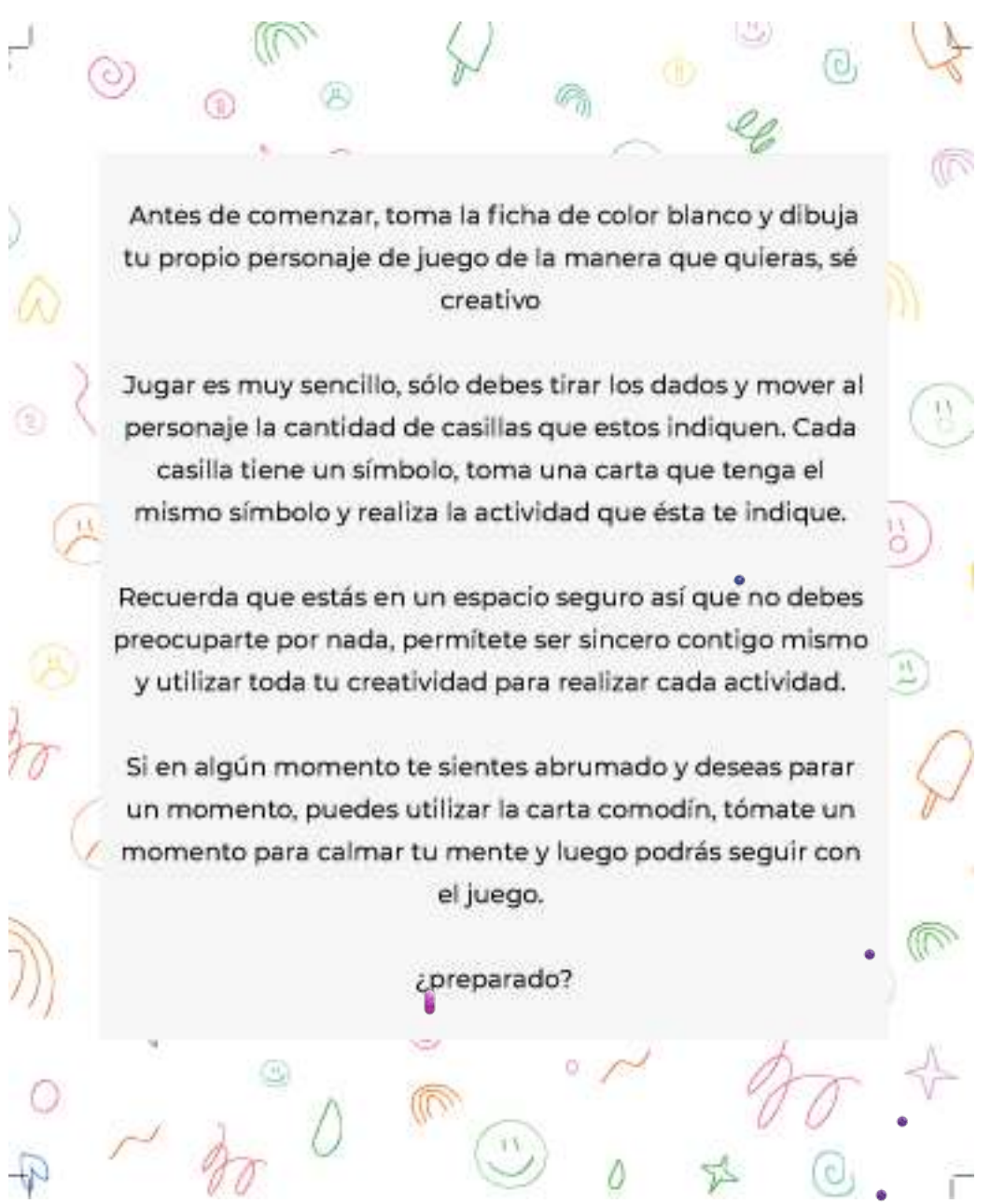
¿Has sentido alguna vez un miedo excesivo y tus manos temblorosas?, ¿podría ser que tengas pensamientos difíciles de controlar o que no sabes de dónde provienen? Quizá tu corazón haya latido más rápido de lo normal y tu respiración haya cambiado. O puede que hayas creado algún habito grande o pequeño que antes no tenías y no te hace sentir bien.

Bueno, todo eso, puede ser el resultado de la ansiedad y aunque no es la mejor sensación del mundo, es importante que recuerdes que es válido y que hay muchas cosas que puedes hacer para superarlo.

Este juego te ayudará a reconocer tus emociones, entender de dónde provienen y aprender algunos trucos para calmarte cuando sientas que tu cabeza da mil vueltas.



Propuesta final de ficha de instrucciones 2.



Antes de comenzar, toma la ficha de color blanco y dibuja tu propio personaje de juego de la manera que quieras, sé creativo

Jugar es muy sencillo, sólo debes tirar los dados y mover al personaje la cantidad de casillas que estos indiquen. Cada casilla tiene un símbolo, toma una carta que tenga el mismo símbolo y realiza la actividad que ésta te indique.

Recuerda que estás en un espacio seguro así que no debes preocuparte por nada, permítete ser sincero contigo mismo y utilizar toda tu creatividad para realizar cada actividad.

Si en algún momento te sientes abrumado y deseas parar un momento, puedes utilizar la carta comodín, tómate un momento para calmar tu mente y luego podrás seguir con el juego.

¿preparado?

Pieza: Caja

Troquel

Propuesta final de caja 1



Una caja compuesta por un troquel con el diseño de fondo oscuro y elementos de colores con baja opacidad. Nombre del juego al frente.

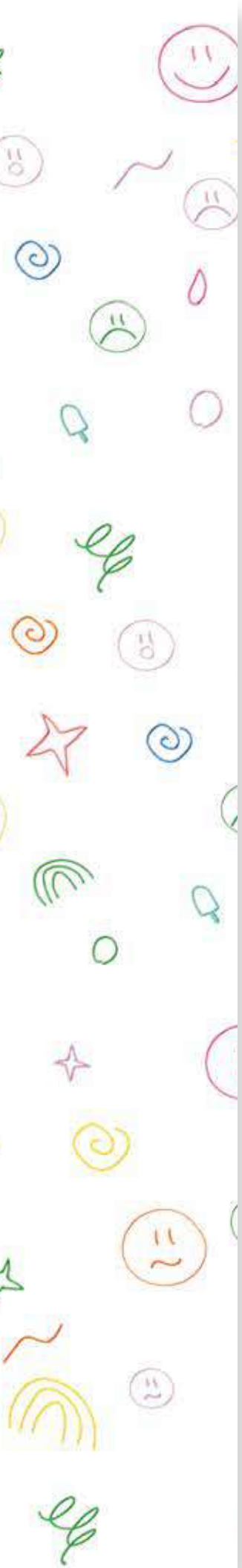
Pieza: Tablero

Medidas: 25*30cm

Propuesta final de tablero 1.



Un tablero de juego con el camino trazado y estaciones dispersas en él, cada una con un símbolo que corresponde a una actividad o pregunta.



CAPÍTULO X

**PRODUCCIÓN,
REPRODUCCIÓN
Y DISTRIBUCIÓN**

Capítulo X Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

10.1. Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

Tabla 6.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	2	Q50.00
Recopilación de información	1	3	Q75.00
Bocetaje	1	10	Q250.00
Total de costos de elaboración			Q375.00

10.2. Plan de costos de producción

Tabla 7.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	60	Q1,500.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q500.00
Artes finales de caja	1/2	8	Q200.00
Artes finales de tablero	1/2	8	Q200.00
Artes finales de cartas	1/2	8	Q200.00
Artes finales de ficha de instrucciones	1/2	8	Q200.00
Total de costos de elaboración			Q2,800.00

10.3. Plan de costos de reproducción

Tabla 8.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Tablero de juego 25*30 cm	6	Q30.00	Q180.00
Caja con troquel 82*45 cm	6	Q55.00	Q330.00
Cartas de juego 8*5 cm	324	Q90.00	Q540.00
Ficha de instrucciones 13*16 cm	6	Q15.00	Q90.00

Total	Q1,140.00
--------------	------------------

10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será ubicado en las instalaciones de la empresa.

10.5. Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 15% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q3,365.00

Utilidad 15% = Q504.75

10.6. Cuadro con resumen general de costos

Tabla 9.

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q375.00
Plan de costos de producción	Q2,800.00
Plan de costos de reproducción	Q1,140.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q4,315
Margen de utilidad 15%	Q647.15
Subtotal II	Q4,962.15
IVA 12%	Q595.46
TOTAL	Q5,557.61



CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

11.1.1. En conclusión, se puede afirmar que fue posible diseñar un juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-.

11.1.2. En este sentido, se puede afirmar que toda la información recopilada sobre la clínica a través de los datos que el cliente proporcionó por medio del brief fueron de utilidad para la creación del juego terapéutico dirigido a sus clientes reales y potenciales.

11.1.3. En cuanto a lo abordado con anterioridad, se puede concluir también que la información encontrada en referencias bibliográficas y sitios web relacionados con la ansiedad en preadolescentes sirvió para establecer un marco de referencia en la creación del juego terapéutico para los clientes reales y potenciales de la clínica.

11.1.4. Adicionalmente, se puede concluir que fue posible diagramar a través de los procesos de bocetaje y digitalización los elementos que componen el juego terapéutico para que el grupo objetivo pudiera comprender el funcionamiento del tablero, cartas, ficha de instrucciones y caja.

11.2. Recomendaciones

11.2.1. Se recomienda a la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-, colocar el juego terapéutico en área visible para los pacientes.

11.2.2. Se recomienda de igual forma utilizar el material terapéutico durante las sesiones de psicoterapia como acompañamiento para la misma.

11.2.3. Se recomienda conservar el juego terapéutico en un espacio seco para cuidar el material y los distintos elementos que lo conforman.

11.2.4. De igual manera, se sugiere a la clínica establecer tiempos adecuados según lo considere el terapeuta para realizar cada actividad planteada en el juego terapéutico.



CAPÍTULO XII

CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos

Gráfica 6.



Infografía elaborada por la comunicadora diseñadora María José Sacbaja Alvarez



CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII Referencias

Sitios y artículos Web

A

Academia de diseño. (06 de 09 de 2020). *¿Qué es la Ilustración Digital?* Obtenido de

<https://academiadedisenio.com/2020/09/06/que-es-la-ilustracion-digital/>

AprendeMX. (2022). *La teoría de Gestalt y los principios del diseño que originó.* Obtenido de

Canva: https://www.canva.com/es_mx/aprende/teoria-gestalt-principios-diseno/

Ausubel, Novak, J., & Hanesian, H. (1983). *Psicología educativa: un punto de vista*

cognoscitivo. Trillas. Obtenido de Universidad Veracruzana México:

<https://www.uv.mx/veracruz/psicologia/files/2012/11/PSICOLOGIA-EDUCATIVA-INFO.pdf>

B

Badia, A. (08 de 03 de 2019). *Qué es la psicología clínica.* Obtenido de Psicología Online:

<https://www.psicologia-online.com/que-es-la-psicologia-clinica-definicion-historia-objetivo-y-ejemplos-4387.html>

Blasco, P., & Giner, M. J. (02 de 2020). *Psicopedagogía.* Valencia: Publidisa. Obtenido de

<https://www.openuax.com/blog/educacion/que-es-la-psicopedagogia-y-funciones-de-un-psicopedagogo>

Bourdieu, P. (s.f.). *La fotografía: un arte intermedio.* Obtenido de <http://er> Blog Psicología del

nuevo humanismo (2020). Introducción a la Psicología de la Imagen. Obtenido de

Instituto para el Desarrollo de la Psicología de la Imagen:

https://psicologiadelnuevohumanismo.org/wp-content/uploads/2015/1ueda.info/PDF/Bourdieu_LaFotografia.pdf

C

CreativoNews. (12 de 12 de 2021). *Maximalismo en Diseño Gráfico*. Obtenido de Idea Kreativa:
<https://ideakreativa.net/maximalismo-en-diseno-grafico/>

E

Euroinnova (2019). *En qué consiste la pedagogía*. Obtenido de EuroInnova:
<https://www.euroinnova.edu.es/blog/en-que-consiste-la-pedagogia>

Euroinnova. (2020). *Psicología de la educación*. Obtenido de Euroinnova:
<https://www.euroinnova.gt/blog/que-es-la-psicologia-educativa>

Escuela de arte superior. (s.f.). *Psicología del color*. Obtenido de Escuela de arte superior
Disseny: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/iddi/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/Psicologia-del-color.pdf>

EcuRed. (2019). *Material didáctico*. Obtenido de EcuRed:
https://www.ecured.cu/Material_did%C3%A1ctico

Española, R. A. (s.f.). *Definición de fotografía*. Obtenido de Real Academia de la Lengua
Española: <https://dle.rae.es/fotograf%C3%ADa>

F

Flores, S. M. (2013). *La lúdica vs juego ¿estrategia didáctica?* Obtenido de Revista

Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo: <https://11.ride.org.mx/index.php/RIDSESECUNDARIO/article/viewFile/658/644>

G

González, L. (2019). *Teoría y manejo del color*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de México: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/31280/secme-20912.pdf?sequence=>

H

Hernández, O. (03 de 10 de 2011). *Conceptualismo*. Obtenido de Diseño Gráfico: <http://cbtis105pagweb3c.blogspot.com/2011/10/conceptualismo.html>

Humanipedia. (2020). *Psicología de la Imagen*. Obtenido de Humanipedia: https://es.humanipedia.org/index.php/Psicolog%C3%ADa_de_la_Imagen

I

Instituto Nacional de Estadística de Guatemala. (2020). *Habitantes de Guatemala*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística de Guatemala: <https://www.ine.gob.gt/ine/habitantes/>

Instituto Nacional de la Salud Mental. (2020). *Ansiedad*. Obtenido de MedlinePlus: <https://medlineplus.gov/spanish/anxiety.html>

L

La Ilustración Digital, un Arte emergente. Obtenido de ArteNeo: <https://www.arteneo.com/blog/la-ilustracion-digital-arte-emergente/>

Legg, T. (22 de 01 de 2021). *¿Qué es la psicología y en qué consiste?* Obtenido de Medical News Today: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/psicologia>

Lifeder. (08 de 10 de 2019). *Ludología: historia, principales juegos, objetivos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/ludologia/>

Litherland, N. (20 de 11 de 2021). *¿Cómo usan la geometría los diseñadores gráficos?* Obtenido de eHow: https://www.ehowenespanol.com/geometria-disenadores-graficos-como_55772/

M

Martínez, M. (2012). *Psicología de la comunicación*. Obtenido de Universitat de Barcelona: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nM Martinez_M.pdf

Ministerio de salud y protección social de Colombia. (2021). *Ciclo de vida*. Obtenido de MINSALUD: [https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/cicloVida.aspx#:~:text=6%20%2D%2011%20a%C3%B1os\)-,Adolescencia%20\(12%20%2D%2018%20a%C3%B1os\),o%20mas\)%20envejecimiento%20y%20vejez](https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/cicloVida.aspx#:~:text=6%20%2D%2011%20a%C3%B1os)-,Adolescencia%20(12%20%2D%2018%20a%C3%B1os),o%20mas)%20envejecimiento%20y%20vejez)

MTS School (31 de 01 de 2019). *¿Qué es y para qué sirve el diseño?* Obtenido de MST: <https://www.mtschool.mx/post/que-es-dise%C3%B1o>

O

Oca, D. H. (Noviembre de 2017). *La importancia de la geometría en el diseño gráfico*. Obtenido de Universidad Intercontinental:

<https://www.uic.mx/noticias/la-importancia-la-geometria-diseno-grafico/>

Ortiz, G. (2008). *Forma, color y significados*. México: Trillas.

P

Pérez Alvarez, M. (1991). *Medicina, Psicología de la Salud y Psicología Clínica*. Obtenido de Universidad de Alicante: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/94733>

Pérez, A. (07 de 01 de 2020). *¿Por qué el diseño gráfico minimalista está en auge?* Obtenido de EsDesing: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenogratico/por-que-el-disenogratico-minimalista-esta-en-auge>

Portal de arte. (2018). *Semiología*. Obtenido de Portal de arte:

<http://www.portaldearte.cl/terminos/semiolog.htm>

Psicología de la Comunicación. Obtenido de Universidad a distancia de Madrid:

<https://www.udima.es/es/psicologia-comunicacion.html>

Psicología y Pedagogía. (s.f.). Obtenido de Boletín Bibliográfico:

http://fragmenta.es/rese%C3%B1a-de-el-cerebro-espiritual-_566372.pdf

R

Reyes, K. (22 de 04 de 2022). *5 Conceptos básicos de la pedagogía*. Obtenido de Utel Blog

Universidad: <https://utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/5-conceptos-basicos-de-la-pedagogia/>

S

Salles, R. (2011). *NOMINALISMO, CONCEPTUALISMO Y REALISMO*. Obtenido de Instituto de Investigaciones Filosóficas: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rhfi/v43n128/0011-1503-rhfi-43-128-27.pdf>

Sánchez, G. (01 de 02 de 2022). *Paul Watzlawick y la teoría de la comunicación humana*. Obtenido de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/paul-watzlawick-y-la-teoria-de-la-comunicacion-humana/>

Schaefer, C. E. (1988). *Manual de terapia de juego*.

T

Thompson, I. (10 de 2008). *Definición de comunicación*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Torres, A. (10 de 09 de 2015). *Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

Torres, A. (10 de 05 de 2017). *La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick*. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/social/teoria-comunicacion-humana-paul-watzlawick>

Libros

C

Campi, I. (2012). *¿Qué es el diseño?* Obtenido de Inside:

https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425232947_inside.pdf

Cárdenas, M. (2010). *Guía clínica para los trastornos de ansiedad en niños y adolescentes*.

Obtenido de Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz:

http://132.247.16.20/guiasclinicas/trastornos_de_ansiedad.pdf

E

Elam, K. (2014). *La geometría del diseño: Estudios sobre la proporción y la composición*.

Barcelona: Gustavo Gili Barcelona.

F

F., E. (2020). *Diagnóstico y tratamiento de los trastornos de ansiedad*. Colombia: Asociación

Colombiana de Neurología .

Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente "Comunicaciones de masa y cambio social"*.

Buenos Aires: Ediciones Infinito. Obtenido de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hGTy0RXXRuGsC&oi=fnd&pg=PA19&dq=que+es+el+dise%C3%B1o+grafico&ots=z0u4tokddb&sig=kh_oAF0t8490xVcdgKmO2nkyWsA#v=onepage&q=que%20es%20el%20dise%C3%B1o%20grafico&f=false

H

Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: GG.

K

Kane, J. (06 de 08 de 2020). *Manual de tipografía*. GG: Barcelona. Obtenido de Bazar gráfico:

<https://bazargrafico.com/arte-tipografico/>

M

Morris, C. (1971). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Ediciones Paidós.

P

Pawlik, J. (1996). *Teoría del color*. Ediciones Paidós.

Portellano, J. A. (2005). *Intruducción a la neuropsicología*. Obtenido de Universidad

complutense de Madrid:

<https://ns1.clea.edu.mx/biblioteca/files/original/43a9d63fc649d7606bd928a7bdf87ca7.pdf>

[f](https://ns1.clea.edu.mx/biblioteca/files/original/43a9d63fc649d7606bd928a7bdf87ca7.pdf)

Q

Quintás, A. (2006). *Las etapas de la vida Quinta Edición*. Obtenido de Universidad

Complutense:

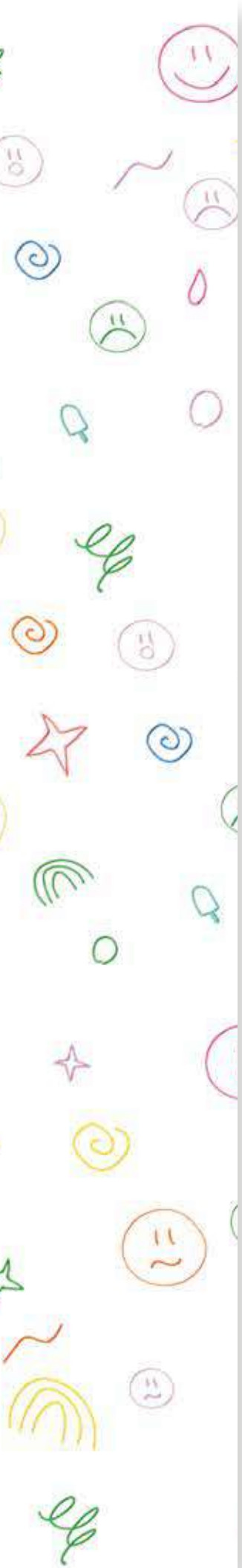
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nf3YwaVePAgC&oi=fnd&pg=PA21&dq=](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nf3YwaVePAgC&oi=fnd&pg=PA21&dq=etapas+de+la+vida&ots=Ff47JR2Fff&sig=5IOdxnNFAIMY6xG4uwtA1Mow084#v=one)

[etapas+de+la+vida&ots=Ff47JR2Fff&sig=5IOdxnNFAIMY6xG4uwtA1Mow084#v=one](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nf3YwaVePAgC&oi=fnd&pg=PA21&dq=etapas+de+la+vida&ots=Ff47JR2Fff&sig=5IOdxnNFAIMY6xG4uwtA1Mow084#v=one)

[page&q=etapas%20de%20la%20vida&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nf3YwaVePAgC&oi=fnd&pg=PA21&dq=etapas+de+la+vida&ots=Ff47JR2Fff&sig=5IOdxnNFAIMY6xG4uwtA1Mow084#v=one)

W

Winnicott, D. W. (1993). *Realidad y Juego*. Barcelona: Gedisa.



CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV Anexos

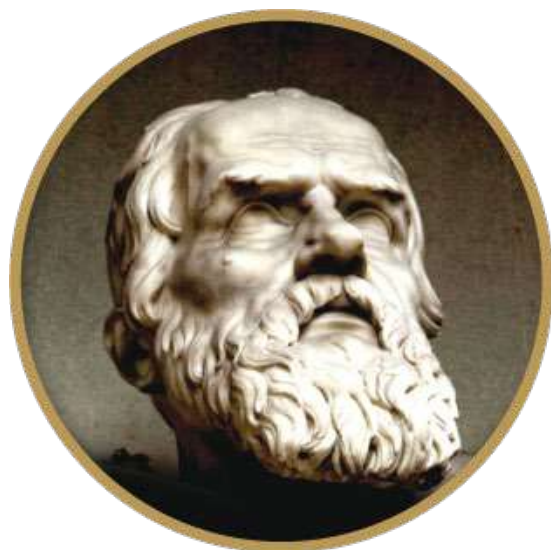
Anexo I

Tabla NSE Guatemala 2018

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q81,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo II

Investigación de tendencias



FACOM – Licenciatura en Comunicación y Diseño

Tesis

Investigación de tendencias

Sacbaja Álvarez, María José

19001487

Nueva Guatemala de la Asunción, enero, 2023

Minimalismo colorido

El término minimalista ha sido aplicado tanto a las artes plásticas como a otras disciplinas como la música, la danza, la arquitectura, la moda, etc. La DRAE da a distinguir dos definiciones sobre el término minimalismo.

1. Corriente artística contemporánea que juega con elementos limitados.
2. Tendencia estética e intelectual que busca la expresión de lo esencial eliminando lo superfluo».

Por otra parte, del diccionario de Oxford distingue un solo concepto en el cual destaca la simplicidad de las ideas y los pocos elementos según el área artística.

El minimalismo nació a consecuencia del movimiento expresionista abstracto que se dio en los años cincuenta y sesenta. Presentando características como la variedad de formas y patrones geométricos; dejando la menor cantidad de formas posibles, la utilización de materiales industriales o poco comunes, mono cromatismo y la falta de significado.

El minimalismo hoy en día es la referencia que utilizan para varias disciplinas o estilos de vida en donde se reduce el desorden y deja la interpretación abierta a las personas.

Ahora, el arte minimalista pudo haber comenzado como monocromático o utilizando la menor cantidad de colores, pero en la actualidad se logra admirar el concepto como algo colorido utilizando colores cuya combinación no se interponga con la falta de desorden que es característico del arte.

La frase más famosa atribuida al minimalismo es “menos es más” dado que el espectador es el que le entrega un significado propio a la falta de una gran cantidad de factores en el diseño. Se refiere a simplificar su diseño y reducirlo a una forma básica fácil de descifrar.

El diseño gráfico minimalista se crea para que la persona encuentre lo que necesita en un momento, por eso utiliza pocos elementos y carece de distractores para que el mensaje llegue a la audiencia de una forma inmediata.

Paleta minimalista para el diseño:

Para tener un diseño minimalista se deben utilizar pocos recursos y en cuanto a los colores deben aplicarse a través de una paleta monocromática las cuales son creadas a partir de un color y sus derivados además agregando el blanco o el negro. También se puede decidir trabajar el diseño con una paleta análoga; los colores que están al lado en la rueda cromática de una manera sutil.

¿Qué características tiene un diseño minimalista?

- Contiene pocos elementos.
- Cuenta con mucho espacio en blanco o sin complementar
- Tiene una paleta de colores sencilla
- Una o dos tipografías sencilla o neutras; si necesita de escritura.

Utilizar el espacio en blanco como un elemento clave para el diseño minimalista es importante para que se pueda observar un descanso visual y permite agrupar elementos o desagrupar otros, logrando el orden.

Geometría en el diseño

La geometría es la disciplina que estudia las figuras en un plano o espacio conteniendo la información sobre las longitudes, áreas y volúmenes que esta presenta. También estudia las relaciones que existen entre las figuras, los planos, los ángulos y las líneas.

En el diseño gráfico la geometría es de gran importancia ya que ayuda en el diseño de logotipos, símbolos, tipografías, imágenes o señalizaciones.

Por qué es importante la geometría en el diseño gráfico:

El diseño gráfico abarca una gran variedad de redes de publicidad, en donde la geometría da la calidad en la imagen o diseño que se está realizando, ya que da la impresión de armonía, limpieza y el claro conocimiento del diseñador, además llama la atención de una imagen profesional al mostrar una buena estética.

La geometría en el diseño lleva su origen en la observación del entorno natural “las figuras geométricas en la naturaleza están por todas partes”, el humano aprendió a interpretar y relacionar los patrones de la naturaleza desarrollando su sensibilidad artística y su percepción a la belleza al aplicar estas propiedades geométricas en sus obras.

La geometría permite comprender principios visuales al diseñar, comprendiendo las composiciones geométricas como una forma de visualizar las proporciones y justificar los diseños, ayudando también a establecer la relación entre los espacios y las formas logrando una armonía visual.

El propósito del diseñador gráfico es la creación de un diseño en un medio particular ya sea por animación o a computadora, el dibujo, la pintura o los planos por lo que el uso de la geometría y sus principios deben aplicarse para trazar y traducir las relaciones espaciales con el diseño que tiene en mente en su medio de elección, lo que quiere decir que el diseñador utiliza la geometría para ser más precisos y lograr un diseño profesional.

Como se aplica la geometría en el diseño:

Lo principal que puede aportar es la simetría la cual es un principio que unifica, sintetiza y le da orden al diseño.

La combinación de las formas con otros elementos visuales ayuda a reflejar el tema o mensaje que se requiere, pero la composición visual es la que debe tener un correcto uso de sus elementos y formas para la percepción de las personas. Por lo que es importante también que el diseñador guiarse de la psicología de las formas, la cual es una disciplina que estudia la influencia que tienen las formas sobre las personas.

Las formas son elementos visuales clave para el diseño, son los que relacionándose con otros elementos estructuran la información, para conseguir un diseño profesional y sofisticado se debe conocer los significados de las formas.

La funcionalidad de un diseño está conectada a la forma en que la gente percibe las formas, pero son varios factores que pueden influir en su percepción como lo son con las tipografías, los colores y el tamaño dentro del diseño.

Diseño a mano alzada

Se la llama diseño o dibujo a mano alzada al trazo que se realiza de forma directa obteniendo un boceto original y sin correcciones, es el diseño que se da utilizando únicamente un lápiz, lapicero o alguna herramienta para el trazo.

Para que el diseño sea exitoso se requiere de una habilidad con el lápiz o herramienta a utilizar, como también tener imaginación para el concepto que se le quiere dar al diseño.

El diseño a mano alzada requiere de distintos factores tales como la línea, la luz, la textura, las formas geométricas y los trazos reguladores que se complementan entre sí para darle forma al diseño.

Al diseñar a mano alzada se logra plasmar las primeras ideas visuales de lo que se busca en un diseño de forma inmediata. Las líneas son el origen de un dibujo o en este caso diseño artístico a mano alzada.

Los primeros pensamientos se registran en forma de un boceto o croquis ayudando al diseñador con la organización de sus ideas y a recordar la estructura más adelante al desarrollar el diseño.

El uso de esta técnica ayuda al diseñador al formular, expresar y registrar las ideas de su tema.

El diseñador usa el dibujo de la perspectiva para poder visualizar de forma más clara las tres dimensiones de los objetos si es que lo requiere el diseño, empleando bases de geometría para trazar el largo, ancho y alto para luego ser perfeccionado o “pasarle a limpio”.

Conclusiones

Minimalismo colorido

Contando con la frase de “menos es más” podemos concluir que en el diseño existen muchas alternativas para optar en cuanto al estilo de un diseño y el minimalismo se utiliza cuando se busca que los espectadores encuentren armonía visual con pocos elementos y una paleta de colores sutil para que el mensaje o arte sea entendido de una forma inmediata.

Geometría en el diseño

La geometría como herramienta en el diseño va de la mano con la psicología de las formas ya que a través de ambos el diseñador opta por utilizar las formas necesarias según en el mensaje que quiere dar a través de su diseño y a esquematizarlo de una forma profesional y ordenada.

Diseño a mano alzada

Según lo investigado el diseño a mano alzada sirve como una técnica que ayuda al diseñador a desarrollar sus ideas de forma inmediata con solo el trazo de sus manos en el material preferido ya sea digital o en papel para luego ser perfeccionado como un diseño final y profesional.

Referencias

1. Felipe, E. (n.d.). El concepto de minimalismo en Arte y Publicidad. Herramientas para la diferenciación conceptual. Retrieved from <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/18645/TFG-N.%20568.pdf>
2. Laura, A. Qué es el arte minimalista (minimalismo): origen y características. (2019, July 19). Retrieved from Moove Magazine website: <https://moovemag.com/2019/07/que-es-arte-minimalista-minimalismo-origen-y-caracteristicas/>
3. Importancia de la geometría en diseño web y gráfico. (2020, June 29). Retrieved from GMOL Solutions website: <https://gmolsolutions.com/blog/la-importancia-de-la-geometria-en-diseno-grafico/#:~:text=T%C3%A9nicas%20de%20geometr%C3%ADa%20en%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&text=Esta%20t%C3%A9cnica%20consiste%20en%20la>
4. Pedro. T (2020, August 25). La geometría en el diseño: matemáticas y barro. Retrieved December 29, 2022, from todobarro website: <https://todobarro.com/la-geometria-en-el-diseno/>
5. La importancia de la geometría en el diseño gráfico. (n.d.). Retrieved from uic.mx website: <https://www.uic.mx/noticias/la-importancia-la-geometria-diseno-grafico/>
6. Definición de dibujo a mano alzada — Definicion.de. (n.d.). Definición.de. <https://definicion.de/dibujo-a-mano-alzada/>
7. De Posgrado, U. (2022). COMPOSICIÓN DEL DIBUJO A MANO ALZADA DESDE EL ENFOQUE ARTÍSTICO Y LA EXPRESIÓN DEL DISEÑO Retrieved from https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10305/fl%C3%B3rez_rrr-desulovich_vg.pdf?sequence=1&isAllowed=y
8. (2015). Sistemas de Representación y Dibujo Técnico [Review of Sistemas de Representación y Dibujo Técnico]. Dibujo Tecnico Unlam. <https://dibujotecnicounlam.com/apuntes/09-Croquizado.pdf>
9. Latinoamérica, A. (n.d.). Diseño minimalista: Qué es y tipos | Blog Adobe Latinoamérica. Retrieved January 3, 2023, from Adobe Blog website: <https://blog.adobe.com/es/publish/2022/05/10/dise%C3%B1o-minimalista#:~:text=Dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20minimalista>
10. ¿Cómo usan la geometría los diseñadores gráficos? (n.d.). Retrieved January 4, 2023, from www.ehowenespanol.com website: https://www.ehowenespanol.com/geometria-disenadores-graficos-como_55772/
11. Jaime P. (2021, May 21). Psicología de la forma [Review of Psicología de la forma]. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/psicologia-de-la-forma/>

Anexo III

BRIEF del cliente



Brief

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	María José Sacbaja Alvarez
No de Carné	19001487
Teléfono	5308-6078
E-mail	Mariajose.sacbaja@galileo.edu
Proyecto	Diseño de juego terapéutico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología - CLIAP-, Guatemala, Guatemala, 2023

Datos del cliente



Empresa	Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-
Nombre del cliente	Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-
Teléfono	24728037
E-mail	cliapguatemala11@gmail.com
Antecedentes	CLIAP fue creada en 2001 como una clínica privada, con el objetivo de brindar salud auditiva y psicológica de calidad a precios accesibles para la población guatemalteca. Actualmente, somos un grupo de profesionales especializadas en psicología, psicopedagogía, audición y terapia del lenguaje, capacitadas para apoyar diferentes problemáticas en la niñez, adolescencia y adultez.
Oportunidad identificada	No cuenta con un juego terapéutico para el reconocimiento y manejo de la ansiedad para uso en la terapia con sus pacientes preadolescentes reales y potenciales.



Datos de la empresa

Misión	Brindar salud auditiva y atención psicológica oportuna y eficaz a niños, jóvenes y adultos, orientándolos a mejorar su calidad de vida y permitir a su vez, el desarrollo de competencias clave para su desenvolvimiento óptimo en la vida.
Visión	Ser un referente de calidad y confianza en la atención de salud mental y auditiva, capaces de dar respuesta a cualquier necesidad planteada por nuestros clientes.
Delimitación geográfica	Zona 11, ciudad capital
Grupo objetivo	Hombres y mujeres, padres de familia que tengan como prioridad la salud mental y auditiva de sus familias.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Métodos innovadores en psicoterapia.
Competencia	Clínicas de psicología ubicadas en la ciudad capital.
Factores de diferenciación	Métodos innovadores Atención personalizada
Objetivo de mercado	Posicionarse como la principal clínica psicológica y de audiología de su zona.
Objetivo de comunicación	Brindar información clara y pertinente a sus clientes por medios tradicionales y redes sociales.
Mensaje clave a comunicar	Tus mejores aliados.
Estrategia de comunicación	Uso de redes sociales y material P.O.P. en las calles aledañas a la clínica.
Reto del diseñador	Diseñar un elemento interactivo funcional para los terapeutas y pacientes.
Materiales a realizar	Distintos elementos que contenga el juego (caja, tablero, cartas y ficha)
Presupuesto	Q6,000.00



Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	No especificado.
Tipografía	No especificado.
Forma	No especificado.

VALORES:



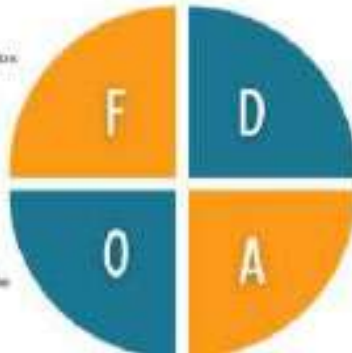
FODA:

FORTALEZAS

- Profesionales altamente capacitados
- Buen ambiente laboral
- Proactividad e innovación
- Atención personalizada

OPORTUNIDADES

- Alta atención del mercado
- Precios elevados en tratamientos de salud mental



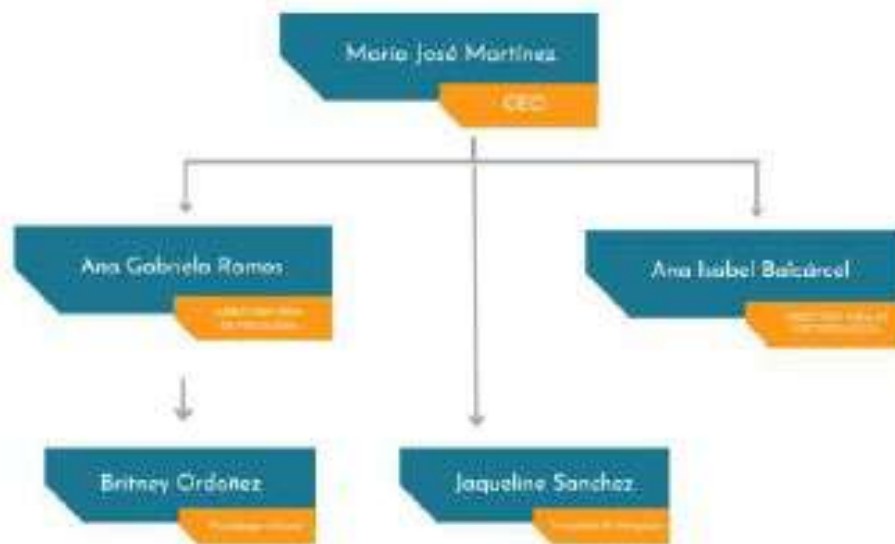
DEBILIDADES

- Falta de planeación estratégica
- Ubicación con poco tránsito de personas
- Disponibilidad de horario limitada

AMENAZAS

- Estrés hacia la salud mental
- Situación económica del país
- Competencia

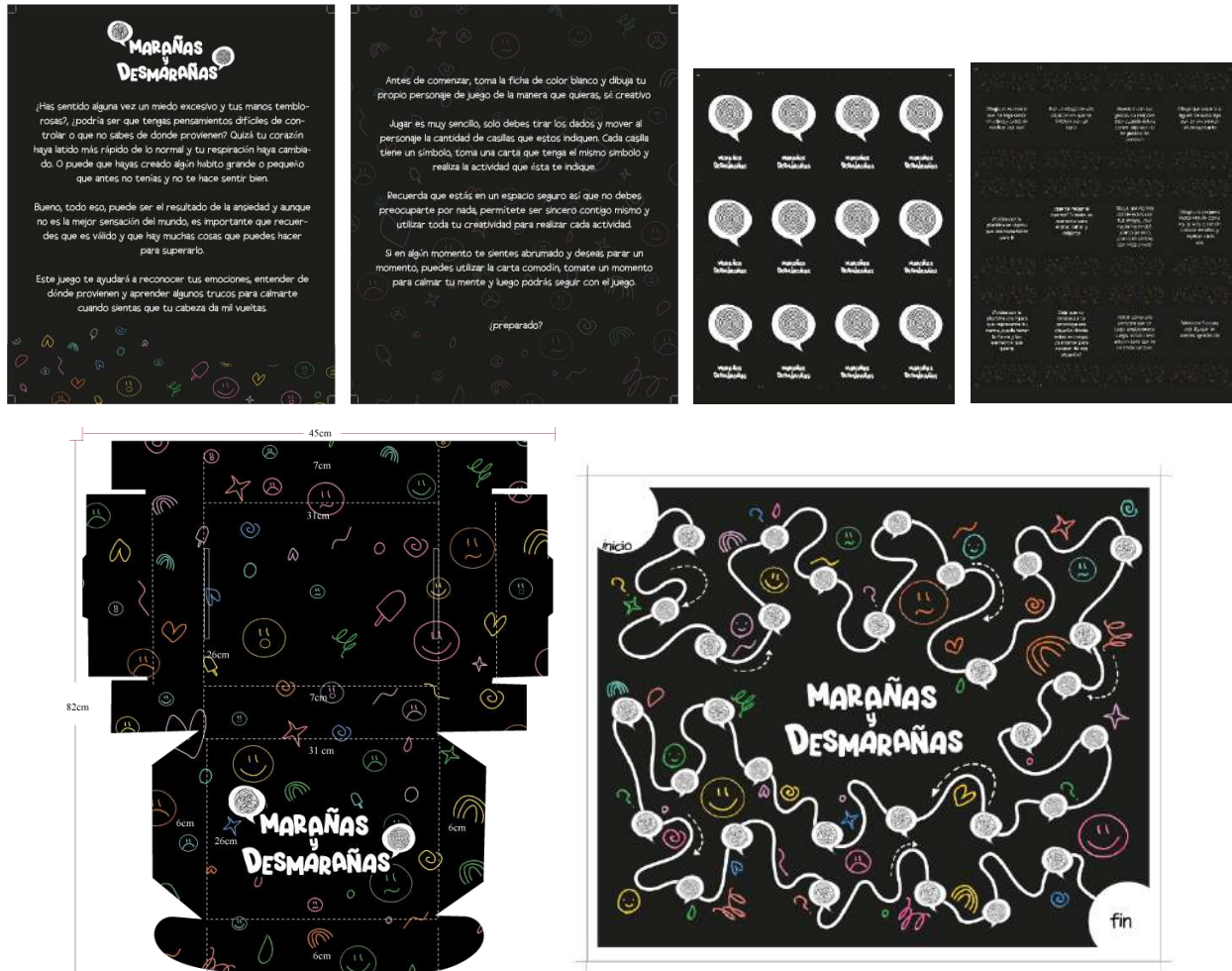
ORGANIGRAMA:



F. 
Vol Bo. Cliente

Anexo IV

Propuesta preliminar aprobada



El juego didáctico está compuesto por 4 elementos diseñados principales: cincuenta y siete cartas, una ficha de instrucciones, un tablero y una caja.

F. 
 Vol Bo. Cliente

Anexo V

Modelo de la encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de juego didáctico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología --CLIAP- -

Antecedentes:

La Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP- fue creada el año 2001 por un grupo de profesionales de la psicología. Se dedica a actividades como: psicología clínica, asesoramiento familiar, evaluaciones psicopedagógicas, terapia de audición, voz y lenguaje, evaluaciones auditivas.

Al visitar la organización se pudo observar que no cuenta con un juego didáctico para el reconocimiento y manejo de la ansiedad para uso dentro de la terapia con pacientes preadolescentes reales y potenciales de la clínica.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un juego didáctico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta del juego didáctico y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un juego didáctico acerca del reconocimiento y manejo de la ansiedad para pacientes preadolescentes reales y potenciales de la Clínica de Audiología y Psicología -CLIAP-?

SÍ ___ NO ___

2. ¿Considera importante recopilar toda la información relacionada con la clínica para la creación del juego didáctico dirigido para sus clientes reales y potenciales?

SÍ ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y sitios web relacionados con la ansiedad en preadolescentes para establecer un marco de referencia en la creación del juego para los clientes reales y potenciales de la clínica?

SÍ ___ NO ___

4. ¿Considera adecuado diseñar el juego didáctico utilizando la información obtenida con el esquema planificado para crear un elemento interactivo funcional en la terapia de pacientes diagnosticados con ansiedad que se encuentren en la preadolescencia?

SÍ ___ NO ___

Parte Semiológica:

5. ¿Considera los colores propuestos adecuados para aplicar una Clínica de Audiología y Psicología?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de pacientes preadolescentes?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

7. ¿Los elementos gráficos, diseño, ilustraciones de la propuesta gráfica son adecuados como complementos para el diseño?

Muy adecuados ___ Poco adecuados ___ Nada adecuados ___

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de señales es de forma:

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

9. ¿Cree visibles los símbolos de juego utilizados en la propuesta gráfica presentada?

Muy visibles ___ Poco visibles ___ Nada visibles ___

10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser impreso?

SÍ ___ NO ___

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

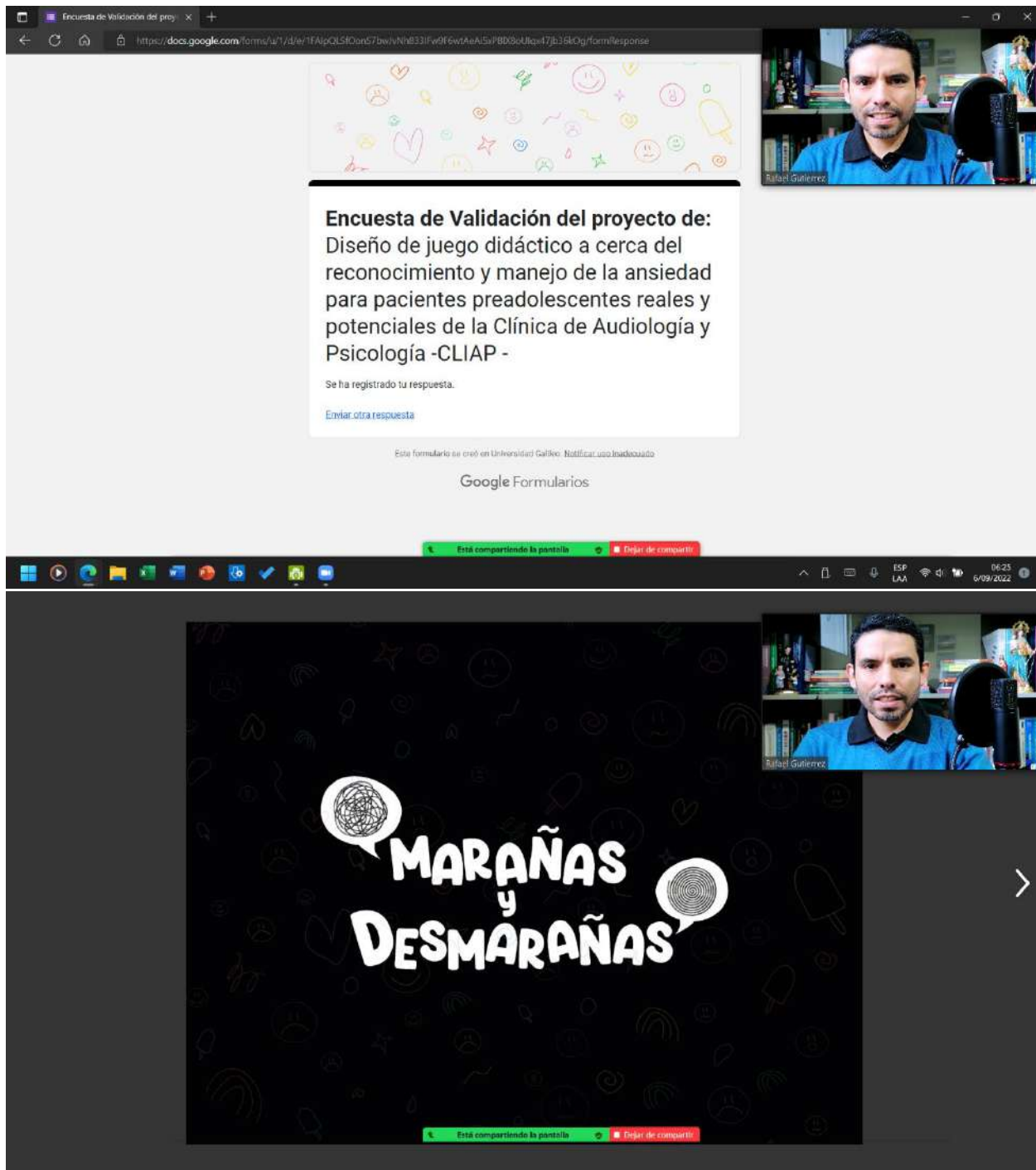
Anexo VI

Fotografía de evidencia de encuesta



Anexo VII

Fotografía de evidencia de encuesta



Anexo VIII

Captura de pantalla para evidencia de encuesta



5:16 [Icons] [VoLTE] [Signal] [52%]

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta del juego didáctico en este link: https://issuu.com/mariajosesa_cbajaalvarez/docs/issue_para_validacion

Luego, según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

vaniaximenamayen@gmail.com
[Cambiar cuenta](#)



***Obligatorio**

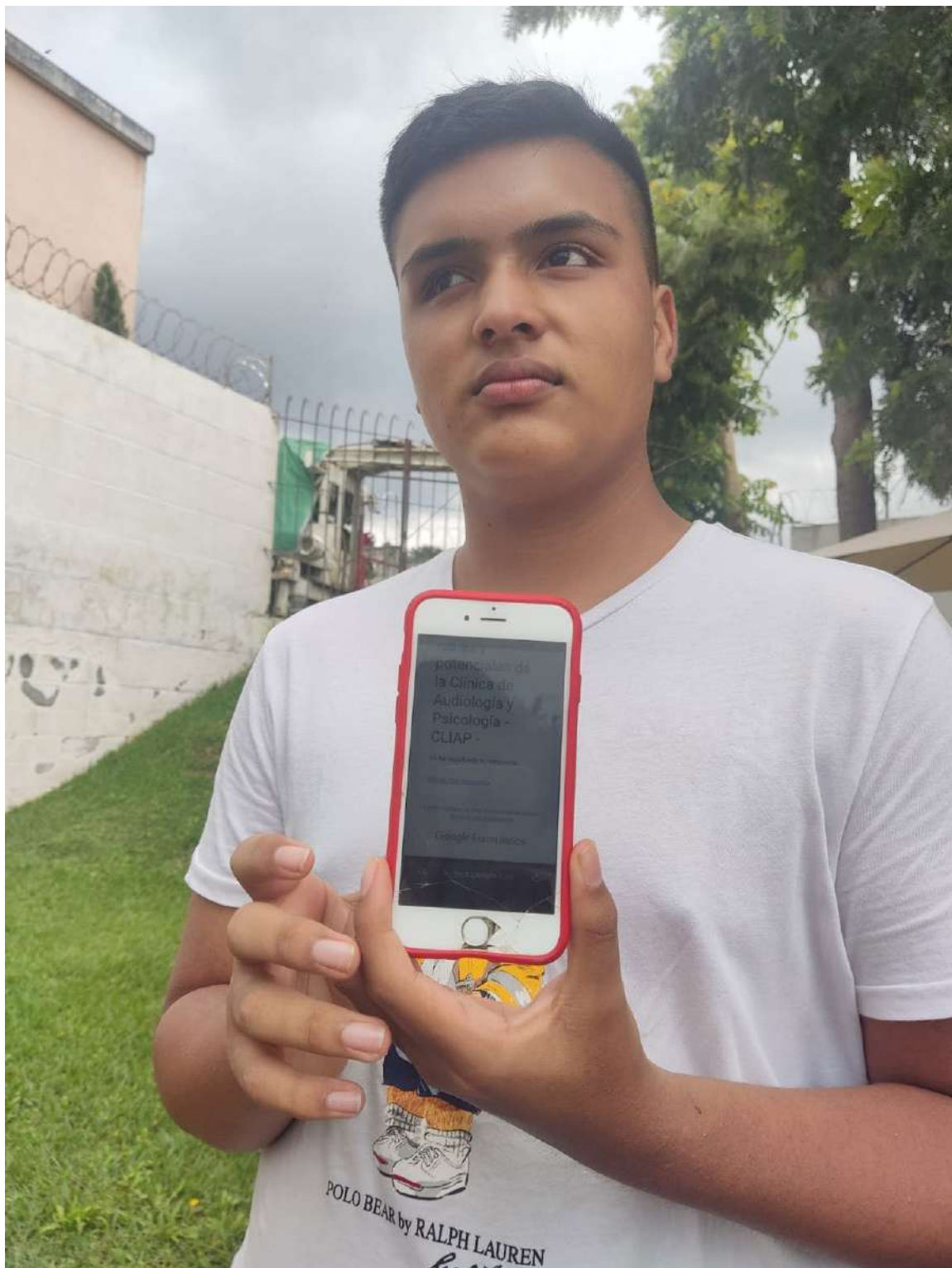
Correo electrónico *

 vaniamayen@gmail.com

[Home] [App] [Back]

Anexo IX

Fotografía de evidencia de encuesta



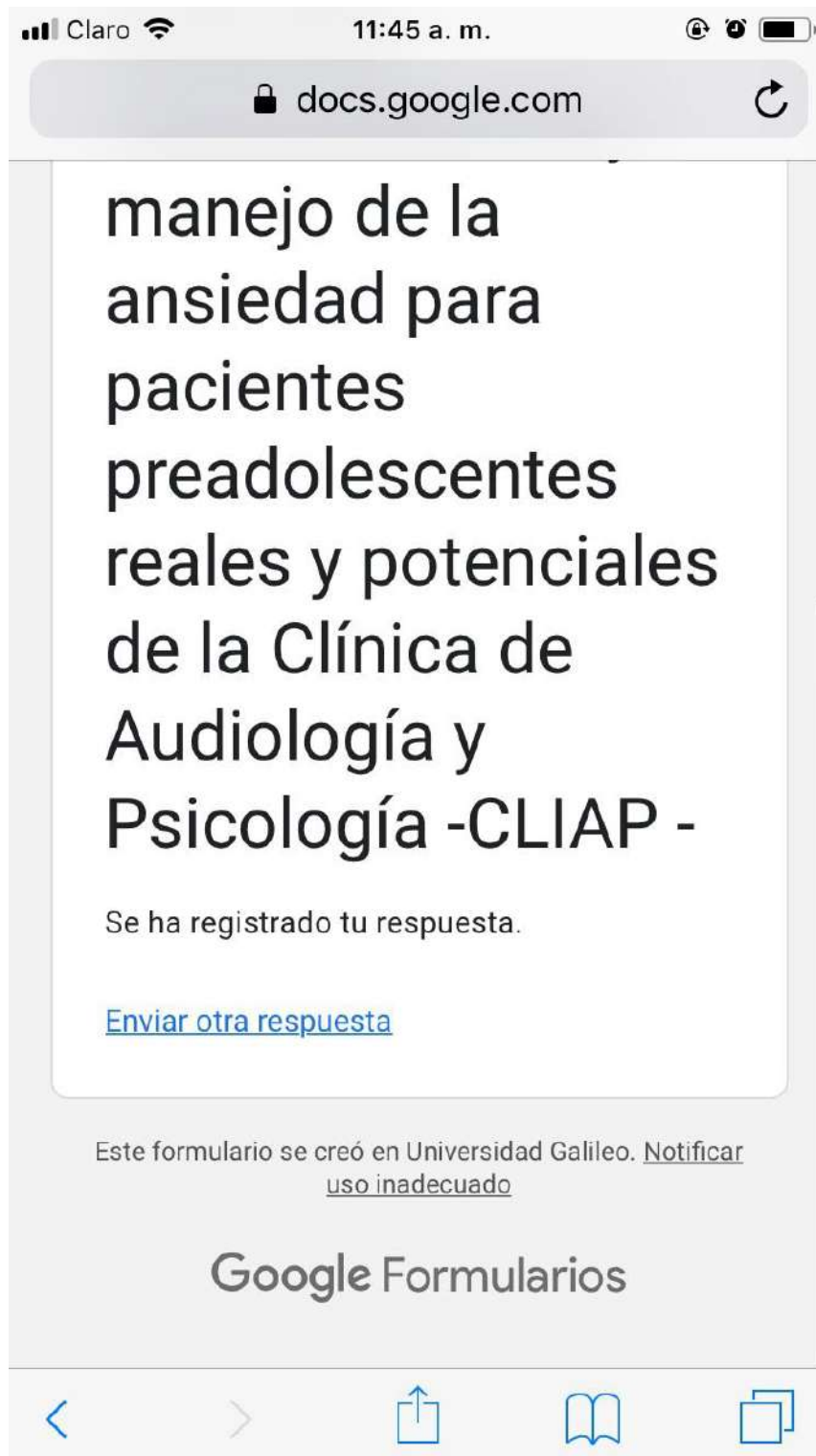
Anexo X

Fotografía de evidencia de encuesta



Anexo XI

Captura de pantalla para evidencia de encuesta



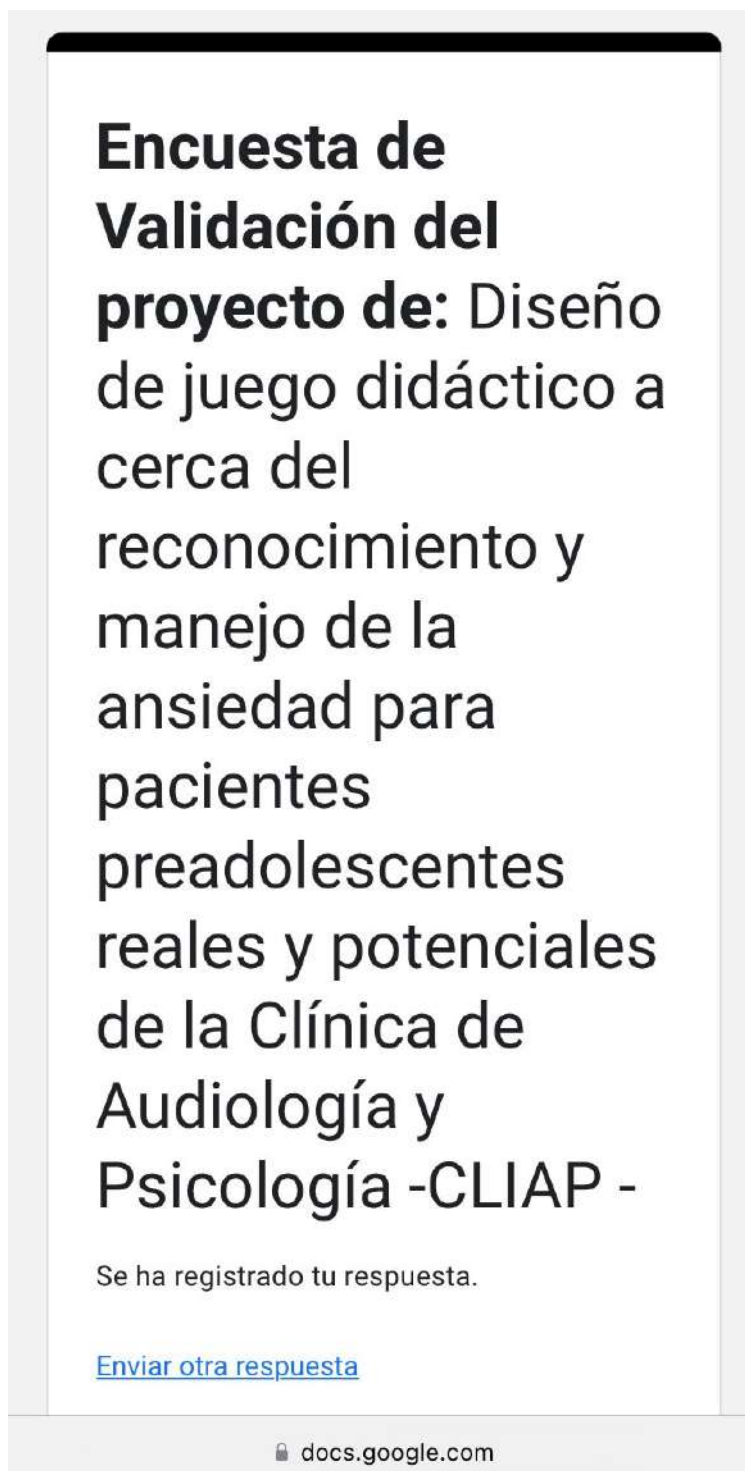
Anexo XII

Fotografía de evidencia de encuesta



Anexo XIII

Captura de pantalla para evidencia de encuesta



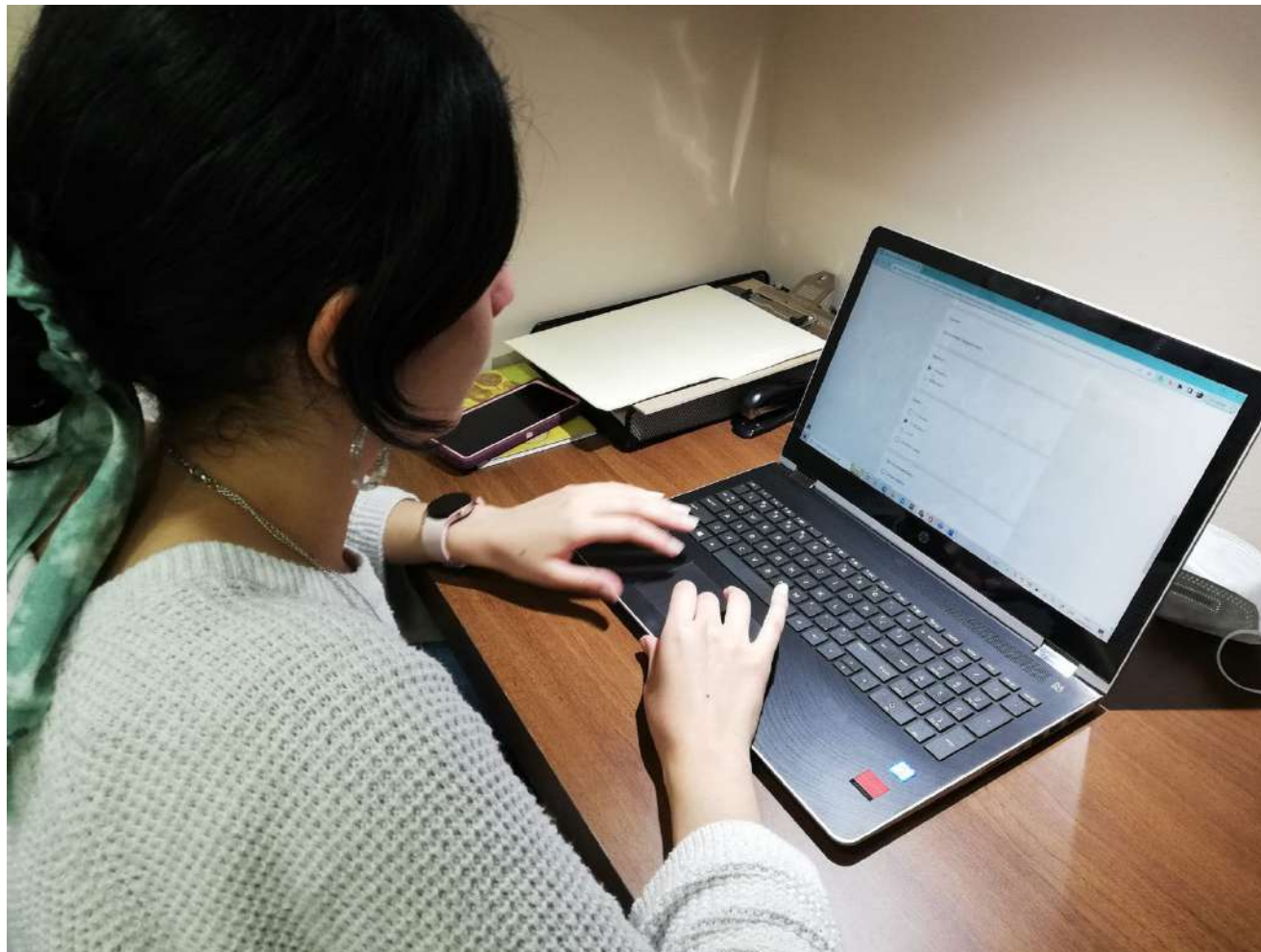
Anexo XIV

Fotografía de evidencia de encuesta



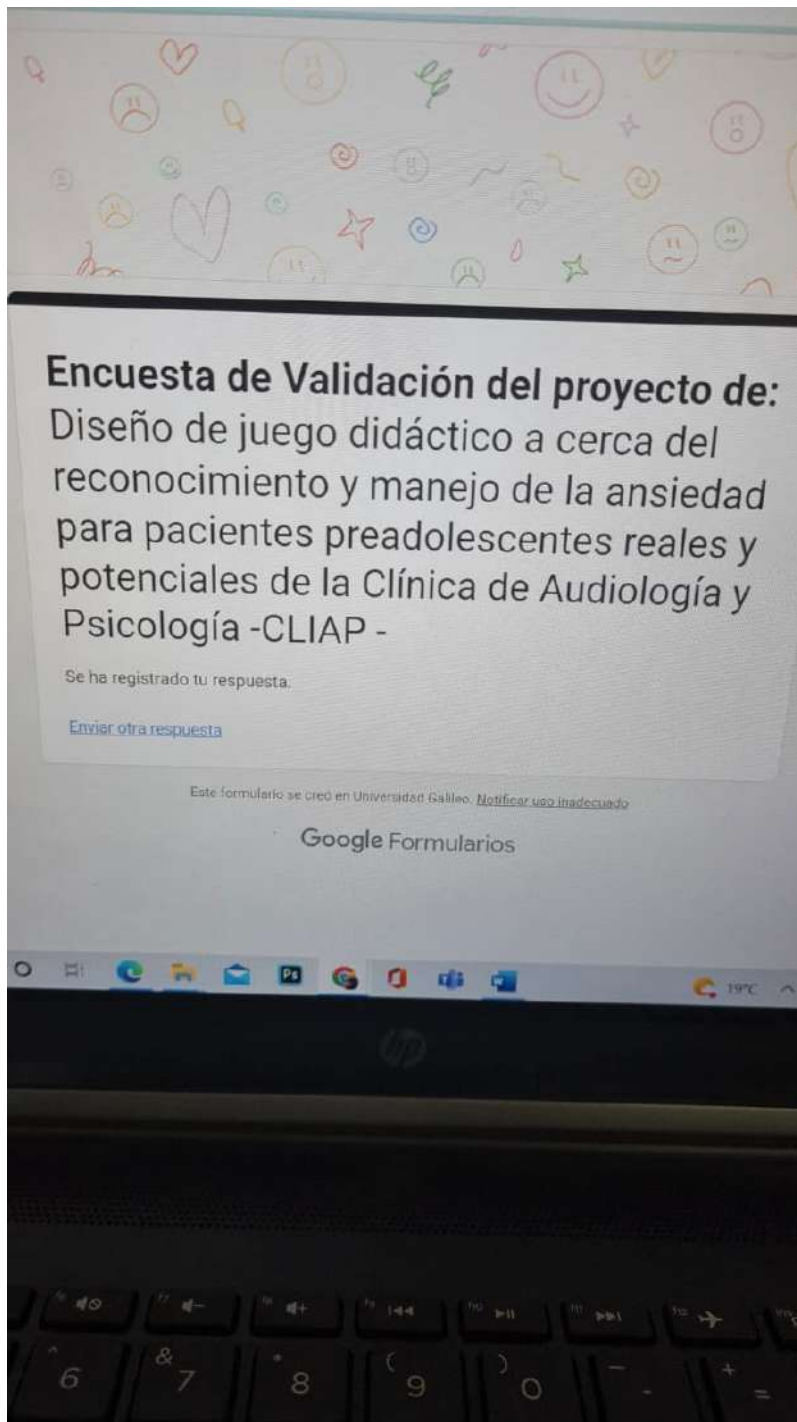
Anexo XV

Fotografía de evidencia de encuesta



Anexo XVI

Fotografía de evidencia de encuesta



Anexo XVII

Resumen de encuesta de validación

Ítem	Descripción del ítem	Validado	Comentarios
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Anexo XVIII

Cotización No. 1



TLJAX STUDIO CREATIVO / AREA E1

Km 32.5 Carretera a Antigua Guatemala Residenciales Villa de la Meseta
sector comercial, local 4 tercer nivel.

Asesor de venta: Gabriela Sacbajá
Teléfono: 45695497
Correo electrónico: tljaxstudiogt@gmail.com

COTIZACIÓN

FECHA	6/10/2022
COTIZACIÓN #	TJ 0185-22
CLIENTE ID	
VALIDO HASTA	25/10/2022

CLIENTE Y EMPRESA

CLIAP - CLINICA DE PSICOLOGIA Y AUDIOLOGIA

DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANT.	TOTAL
CAJA TROQUELADA DE MEDIDA 82X45CM EN TEXTCOTE IMPRESIÓN LASER	Q 55.00	1	Q 55.00
IMPRESIÓN DE CARTAS DE 8X5 CM IMPRESIÓN LASER CON DESPUNTE EN LAS 4 ESQUINAS CON LAMINADO BRILLANATE EN PAPEL HUSKY 12" (54 CARTAS)	Q 120.00	1	Q 120.00
IMPRESIÓN DE CARTAS DE 8X5 CM IMPRESIÓN LASER CON DESPUNTE EN LAS 4 ESQUINAS EN PAPEL HUSKY 12" (54 CARTAS)	Q 90.00		Q -
TABLERO EN PAPEL HUSKY 12 " IMPRESIÓN LASER LAMINADO	Q 30.00	1	Q 30.00
FICHA DE INSTRUCCIONES EN HUSKY 12" LAMINADO DE MEDIDA 13X16 CM	Q 15.00	1	Q 15.00
PIZARRA DE 5X6 CM SOBRE PVC DE 2MM LAMINADA	Q 15.00	1	Q 15.00
			Q -
			Q -
			Q -

TERMINOS Y CONDICIONES

1. Para iniciar el diseño y producción se solicita el 50% del valor total.
 2. Tiempo estimado de entrega 10 días hábiles.
 3. Los precios ya incluyen IVA.
- Favor de firmar a continuación si aprueba esta cotización

x _____
Nombre del cliente

Subtotal	Q	235.00
Otros		
TOTAL	Q	235.00

Si usted tiene alguna pregunta sobre esta cotización, por favor, póngase en contacto con nosotros
Anna Sacbajá, tel: 45695497, E-mail:tljaxstudiogt@gmail.com

Gracias por su preferencia

Anexo XIX

Cotización No. 2

IMPRESA Y LITOGRAFIA ENRIQUEZ5 Calle 13-20, Zona 1
Tel: 2220-3030 • 4568-8197

Cotización Número:

MJ-01-22

Codigo Cliente:

Fecha:

11/10/2022

Señores: CLINICA DE PSICOLOGIA Y AUDIOLOGIA CLIAP

Dirección:

Telefonos:

Fax:

Atención a: MARIA JOSE

Sometemos a su amable consideración la cotización por el (los)
siguiente (s) trabajo (s) :

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	CAJA EN TEXCOTE 14 TROQUELADA IMPRESA A FULL COLOR TIRO	Q 65.00
54	TARJETAS 1/2 CARTA IMPRESAS A FULL COLOR TIRO EN HOSKY 12 SIN LAMINAR	Q 300.00
1	TABLERO DOBLE CARTA IMPRESO A FULL COLOR TIRO SIN ENCAPSULADO	Q 25.00
1	FICHA DE INSTRUCCIONES TIRO Y RETIRO EN HOSKY 12 SIN LAMINAR	Q 20.00
	TOTAL Q.	Q 410.00
	ULTIMA LINEA	
	LUIS ENRIQUEZ	

Observaciones:*El precio incluye Impuestos**Esta cotización tiene 8 días de validez**Condiciones de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega**Tiempo de entrega a convenir*

Firma de Autorizado

Facturar a nombre de: _____

Nit: _____