

PROYECTO DE TITULO DISEÑO GRAFICO 2014
Para establecimientos educacionales pertenecientes a la
Corporación Municipal de Viña del Mar.

Antonia Salas Venegas
Andrea Díaz Schiappacasse
Profesro Guía Xavier Adaros



COLOFÓN

La edición corresponde al Proyecto de Título de las alumnas Antonia Salas Venegas y Andrea Díaz Schiappacasse, de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Universidad Viña del Mar, guiadas por el profesor Xavier Adaros.

Este proyecto consta de 12 afiches, 5 folletos plegables, una edición, un video y una plataforma web.

Materiales utilizados :

Contenedor del Proyecto : Cartón forrado duplex grueso.

Afiches: Papel Couché Mate de 270 gr.

Folletos plegables: Papel Bond 90 gr.

Edición: para las tapas Papel Couché Mate de 200 gr. con un acabado termolaminado mate, y para las paginas interiores Papel Bond 90 gr.

Adhesivos: Impresión y troquelado en papel adhesivo 110 gr.

Chapas: 32 mm, impresión interior Láser.

La tipografía utilizada en esta edición es Helvetica en sus versiones normal, oblicue y bold.

Realización de piezas originales en los Software de la Suite Adobe : Indesign, Photoshop, Illustrator, Lightroom y Premiere.

Este Proyecto fue realizado en la Escuela Humberto Vilches Alzamora de la ciudad de Viña del Mar, siendo esta visitada recurrentemente para la obtención de material tanto fotográfico como audiovisual.

Se terminó de imprimir en Agosto de 2014.

.....

Tristan Tzara



Campaña interna para la difusión de los buenos tratos

Escuela Humberto Vilches Alzamora
Viña del Mar



ÍNDICE

7	Prólogo
9	Diseñar para CMVM
10	Introducción
15	Antecedentes
21	El concepto
24	Valores a representar
31	La acción cotidiana
35	Medios de difusión
39	Algunos referentes
51	Estética fotográfica
57	Imagen de la campaña
67	Registro fotográfico
76	Piezas gráficas
118	Formato y diagramación
124	Aspectos técnicos
129	Conclusión
130	Bibliografía
132	Texto anexo

PRÓLOGO



En momentos que la Educación es tema de debate en nuestro país, este Taller de Título II se pregunta acerca del rol social del Diseño en estas materias, particularmente en la Educación Pública de nuestra ciudad, estableciendo un diálogo con algunas Escuelas cuya administración está a cargo de la Corporación Municipal de Viña del Mar como un mandante que interactúa desde sus competencias profesionales orientando el trabajo del diseñador para la creación de interfaces de diseño que aporten a la interacción en el aula y fuera de ella.

Los proyectos presentes tienen por objetivo inicial potenciar los limitados recursos de que se dispone en las Escuelas Públicas a través de respuestas de Diseño adecuadas a los requerimientos específicos. De este modo los proyectos arriban a soluciones de carácter lúdico en el aprendizaje y reforzamiento de valores, de identidad corporativa y unidad del material de diseño institucional, de ilustración como recurso de apoyo para la lectoescritura, de información sobre la oferta académica y de comunicación a través de campañas para la buena convivencia.

En lo particular, el Proyecto de Título editado en esta memoria responde en el ámbito de la convivencia y como, a través de ella, se puede fomentar el buen trato entre todos los miembros

de la comunidad escolar, a partir de una Campaña interna basada en fotografías asociadas a valores específicos planteados desde la Ley de Convivencia Escolar estipulada por el Ministerio de Educación, en conjunto con los directivos y miembros de la comunidad que se hicieron parte de este proyecto.

El Taller de Título II recoge la experiencia de su Taller de Título I, que lo precede y le da piso conceptual a través de la experiencia y la observación que hacen los alumnos mediante pruebas de campo, el registro "in situ" y la evaluación de la realidad en la educación pública, lo que trae a mano el hacerse cargo del papel de nuestro oficio en el mundo real en sintonía con nuestros objetivos institucionales en lo disciplinar y como una vuelta de mano a la sociedad desde nuestro ser universitarios.

Este Taller ha cumplido a cabalidad con las metas planteadas, siendo validado y reconocido en cada caso por el mandante asociado durante el desarrollo de los proyectos, dando respuesta cierta y concreta a la pregunta inicial, lo que se hace reconocer como un buen ejercicio proyectual y del valor del Diseño en contextos de carencia.

Xavier Adaros M.
Profesor Guía Taller de Título II
Agosto de 2014



DISEÑAR PARA CMVM

El Rol social del diseño



Descubrir el rol social del diseño es una tarea que nos planteamos como premisa del Taller para desarrollar proyectos que fueran capaces de aportar en el ámbito de la educación en Viña del Mar.

Es así como trabajamos en conjunto con la Corporación Municipal de Viña del Mar, fundada el 3 de septiembre de 1981. La corporación es una entidad que administra los servicios en el ámbito de la Educación Pública, Salud Primaria y Cementerio, de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar.

Desde ella abordamos, junto con los directivos y psicólogas de 4 establecimientos educacionales de la ciudad, la idea del rol social del diseño, proponiendo en conjunto una serie de proyectos que permiten, de una u otra manera, ser un aporte al desarrollo de la educación.

“Tengamos en cuenta que no diseñamos para nosotros mismos, sino para un grupo social. Por lo

tanto, para generar empatía entre lo que hacemos y lo que los otros observan, debemos comprender que cada grupo cuenta con una identidad, memoria colectiva, histórica, política además de memoria visual. No se pueden retomar elementos o imágenes estereotipadas sobre todo si se pretende propiciar una respuesta: demanda, denuncia, reflexión, intervención o acción a través del diseño realizado. Joan Farrer, expresa: «los estudiantes entienden lo visual, no lo ideológico» por lo tanto, nuestra labor actual obliga a, antes de diseñar, indagar sobre el entorno y grupo social, en virtud de que muchas veces diseñamos para grupos humanos a los cuales ni pertenecemos ni conocemos.” Barthes, 1982

Es nuestra responsabilidad como futuros profesionales, aportar al desarrollo de nuestro país desde la profesión.

INTRODUCCIÓN

Como premisa del taller, consideramos que a partir del diseño podemos aportar al desarrollo de temáticas al interior de escuelas vulnerables de Viña del Mar, que de otra forma no podrían desarrollar por si mismos al carecer de recursos. Privandose de lo que el rol del diseño puede otorgar en la mejora de diversas interfases de comunicación, dependiendo el caso.

En la V región existen numerosas escuelas que poseen un alto índice de vulnerabilidad, siendo esta misma la que en la mayoría de los casos impide o dificulta el desarrollo de una buena convivencia escolar.

Por esto mismo es que la escuela Humberto Vilches Alzamora en particular, se esmera en fomentar, promover y cultivar este buen trato, y buena convivencia entre los integrantes de la comunidad escolar, como algo fundamental y necesario para el desarrollo óptimo del aprendizaje y la educación.

Presentamos el tema de la convivencia escolar y como fomentar los buenos tratos al interior de la Escuela antes nombrada, basandonos en sus propios intereses y en La Ley de Convivencia Escolar.

Esta ley es promulgada por el Ministerio de Educación y tiene 3 ejes principales, el primero es que **se enseña y se aprende a vivir con otros**, luego **el compromiso y participación de toda la comunidad educativa**, y por último consiste en que **todos los actores de la comunidad tienen derechos y responsabilidades**. Junto con esta ley, la Escuela está asociada a la ley SEP (Subvención escolar preferencial), la cual aporta desde el Mineduc con recursos para el plan de mejoramiento educativo, junto con eximir de cobros de financiamiento compartido a estudiantes prioritarios.

A través del diseño de una campaña fotográfica al interior de la escuela, se buscará potenciar e incentivar la buena convivencia entre los integrantes de la comunidad escolar, especialmente desde los niños y su reflejo cotidiano en sus instancias recreativas.

Funcionando así la campaña como un reflejo de los propios integrantes de la escuela, para motivar el reconocimiento y la comprensión de lo que significa el buen trato a través de ellos mismos, y sus propias acciones.

Encargo

El encargo fue crear, desde el rol social del diseño, una respuesta a la problemática particular de la escuela asignada. En el taller, se preguntó ¿cómo se puede mejorar la educación desde el diseño?.

Para lograr concretar la interface entre la respuesta netamente del diseño como producto, a satisfacer alguna necesidad identificada.

Lo primero que había que hacer dentro de la escuela era identificar una necesidad para resolver desde el diseño, y que fuese significativo para los encargantes. En conversación con la Psicóloga SEP de la escuela, fue nombrado el tema de la Ley Convivencia Escolar impulsada por el Ministerio de Educación, como un pilar fundamental para el establecimiento, ya que se promueve mediante un “comité de convivencia,” en el cual participan : Inspectora general, psicóloga, representante de los profesores y un representante de los asistentes de la educación.

Dentro de esta arista, y su relevancia para la generación de un clima mayormente óptimo para el desarrollo de la educación, surgió la idea de presentar como proyecto de título el diseño de una campaña que promueva los buenos tratos al interior de la escuela Humberto Vilches Alzamora.

Auto - Encargo

Como auto-encargo nos planteamos el tema de crear una Campaña para promover los buenos tratos, a modo interno, con los propios integrantes de la comunidad escolar. Para ello se solicitó la pertinencia del proyecto a la dirección y a la psicóloga del establecimiento, para así tener claro cual era el norte del proyecto, teniendo en consideración que su fin máximo era responder a la interface del diseño, es decir, que la Campaña promoviera e incentivara el buen trato, y como a partir de ello se puede mejorar la convivencia escolar.



Visitas a la Escuela

Para lograr captar todas las situaciones que nos permitieran generar una Campaña Interna que reflejara lo cotidiano que allí ocurre, realizamos una serie de visitas a la Escuela Humberto Vilches Alzamora de la ciudad de Viña del Mar.

Se realizaron reuniones previas para la planificación inicial del proyecto en conjunto con la Directora del establecimiento, Sra. Marianela Leiva, quien nos facilitó poder posicionarnos de manera efectiva al interior de la escuela para comenzar las numerosas jornadas fotográficas.

Las jornadas de fotografías fueron realizadas tanto en el patio como en los pasillos de la escuela, mientras que el material audiovisual fue captado en la biblioteca, salas de clases y de profesores.



entrevista

Psicóloga SEP Alejandra Andrade

Escuela Humberto Vilches, Viña del Mar



El Buen Trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia.

1. ¿Cuál es la importancia del buen trato?

La importancia del buen trato está relacionada y asociada a una forma positiva de relacionarnos de comunicarnos, el buen trato nos permite mantener una relación sana y de cuidado en función de valores como el respeto, valoración, tolerancia, empatía entre otros que nos llevan a mantener una comunicación efectiva entre las personas a fin de compartir y resolver conflictos y lograr una sana convivencia al interior de la Escuela.

2. ¿Qué te parece la iniciativa de fomentar el buen trato a través de una campaña al interior de la Escuela?

Es fundamental, el buen trato da cuenta de un modo distinto de relación entre los adultos, niños y niñas, donde se pone al centro la satisfacción de sus necesidades de cuidado y bienestar, de modo de asegurar el desarrollo de sus máximas potencialidades en ambientes cariñosos, respetuosos y seguros afectivamente.

El Buen Trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia. Y uno de los caminos claves para que los adultos educadores puedan desarrollar comportamientos de buen trato es el adecuado ejercicio de la autoridad en la educación de los niños y niñas.

Es importante saber que es posible ejercer un estilo de disciplina basado en el uso de normas y límites que ayude a los niños y adolescentes a vivir en sociedad y, al mismo tiempo, respete su integridad psicológica y emocional. Es necesario comprender por fin, que para educar no se requiere un uso desmedido de la autoridad, sino un adecuado equilibrio entre la firmeza para poder normar, y sobre todo el cariño de los padres, madres y/o adultos para educar y desde el amor y el respeto.

Sin embargo
es importante
utilizar diversas
estrategias que
logre impactar,
captar la atención
y compromiso
de las personas
en un aspecto en
común



3. ¿Cuál es la relación entre el proyecto educativo de la escuela y el fomento a la Convivencia Escolar?

Uno de los objetivos educativos del programa y plan de desarrollo educativo es la promoción y gestión de la Convivencia Escolar, que nos permite generar ambientes sanos y propicios para el aprendizaje.

4. ¿Existe alguna actividad durante el año donde se hable de la Buena Convivencia Escolar?

A lo largo del año escolar existen diversas actividades en pro de la sana convivencia y fortalecimiento de la comunicación entre los agentes de la Comunidad Educativa. Constantemente se invita y promueve en el alumnado los objetivos transversales de la educación, los cuales se enmarcan en el desarrollo integral y valórico, existen instancias específicas donde se invita a la Comunidad en su totalidad a reflexionar en torno a la semana de la Convivencia Escolar, así también se recuerdan efemérides como día de NO VIOLENCIA, ABUSO, SOLIDARIDAD entre otros. Existen actividades dirigidas a padres y apoderados y funcionarios del Establecimiento como espacio para fortalecer los lazos y alianzas familia – escuela.

5. ¿Crees que es una buena forma de presentar el tema de los buenos tratos a través de una campaña interna?

Pienso que como educadores se debe estar constantemente reforzando y promoviendo la sana convivencia y buenos tratos, sin embargo es importante utilizar diversas estrategias que logre impactar, captar la atención y compromiso de las personas en un aspecto en común, así como vemos hoy en día que se utilizan y perfeccionan cada vez más los medios para promover y estimular a la población en conductas y comportamientos agresivos y violentos, se puede a través de una campaña atraer, informar, fomentar y reforzar los buenos tratos y la sana convivencia al interior de los establecimientos.



ANTECEDENTES

Escuela Humberto Vilches Alzamora

11 Norte N° 946 Viña del Mar

La Escuela Humberto Vilches Alzamora esta incorporada a la Ley SEP (Subvención Escolar Preferencial determinada por el Ministerio de Educación) es decir, recibe recursos adicionales para elaborar e implementar un Plan de Mejoramiento Educativo, y debe eximir de cobros de financiamiento compartido a los alumnos prioritarios. Al mismo tiempo, aplica la Ley de Convivencia Escolar para mejorar el ambiente educativo en el aula, junto con entregar herramientas para que los alumnos desarrollen todas sus competencias tanto académicas como emocionales.

Las características socio-culturales de los alumnos corresponden a un nivel socio económico medio y medio bajo. En un alto porcentaje de las familias; las madres asumen el rol de jefe de hogar, siendo esto un inconveniente para el apoyo de sus hijos en los deberes escolares.

Siendo las condiciones socio cultural y económico poco favorables para el desarrollo pleno del niño, la unidad educativa orienta el proceso pedagógicos y emocional para obtener logros en el desarrollo intelectual , de competencias y habilidades para la proyección de sus futuros estudios, apoyándose en un red de profesionales multidisciplinarios como son : Educadoras Diferenciales , Psicólogas , Asistentes Social , Neurólogos , Orientadores , etc.



"La Escuela debe ser una comunidad educativa que avance con un rumbo certero hacia niveles de desarrollo integral , que les facilite a nuestros alumnos una vida llena de oportunidades en las dimensiones personal, familiar y social."
Misión de la Escuela

Ley de convivencia escolar

“Aprender a vivir juntos”¹ ha sido planteado por la UNESCO como uno de los pilares de la educación para el siglo XXI. Aprender a vivir juntos constituye la base de la Convivencia Escolar y es, a la vez, el sustento de la construcción de una ciudadanía inclusiva, en paz, participativa y solidaria, fundamentos del entendimiento entre las personas y entre los pueblos.

La educación en convivencia adquiere especial relevancia en la institución escolar, porque se trata de niños, niñas y jóvenes que deben desarrollar las competencias ciudadanas necesarias para desenvolverse y participar activamente en la sociedad, ser agentes de cambio y de transformación, establecer relaciones interpersonales respetuosas y

contribuir a la construcción de una sociedad mas justa, equitativa y tolerante.

Entendemos por convivencia la interrelación que se produce entre las personas, sustentada en la capacidad que tienen los seres humanos de vivir con otros en un marco de respeto mutuo y de solidaridad reciproca. En la institución escolar esta capacidad se expresa en la interrelación armoniosa y sin violencia entre los diferentes actores y estamentos de la Comunidad Educativa. La Ley sobre Violencia Escolar, la define como “la coexistencia pacífica de los miembros de la comunidad educativa, ya que supone una interrelación positiva entre ellos², y permite el adecuado cumplimiento de los objetivos educativos en un clima que propicia el desarrollo integral de los estudiantes”³.

OBJETIVOS FUNDAMENTALES TRANSVERSALES DE LA LEY DE CONVIVENCIA ESCOLAR:

- Aprender a interactuar: intercambiar acciones con otros(as)
- A interrelacionarse: establece vínculos que implican reciprocidad
- A dialogar fundamentalmente
- A escuchar activamente y hablar con otros
- A participar: actuar con otros(as)
- A comprometerse: asumir responsablemente las acciones con otros (as)
- A compartir propuestas
- A discutir e intercambiar ideas y opiniones con otros (as)
- A disentir: aceptar que mis ideas o las del otro(a) u otros(as) pueden ser diferentes
- A consensuar: encontrar aspectos comunes, lo que implica perdida y/o ganancia
- A reflexionar: repensar sobre lo actuado, lo sucedido, objetivar y observar críticamente las acciones e ideas.

Se enseña y se aprende a vivir con otros

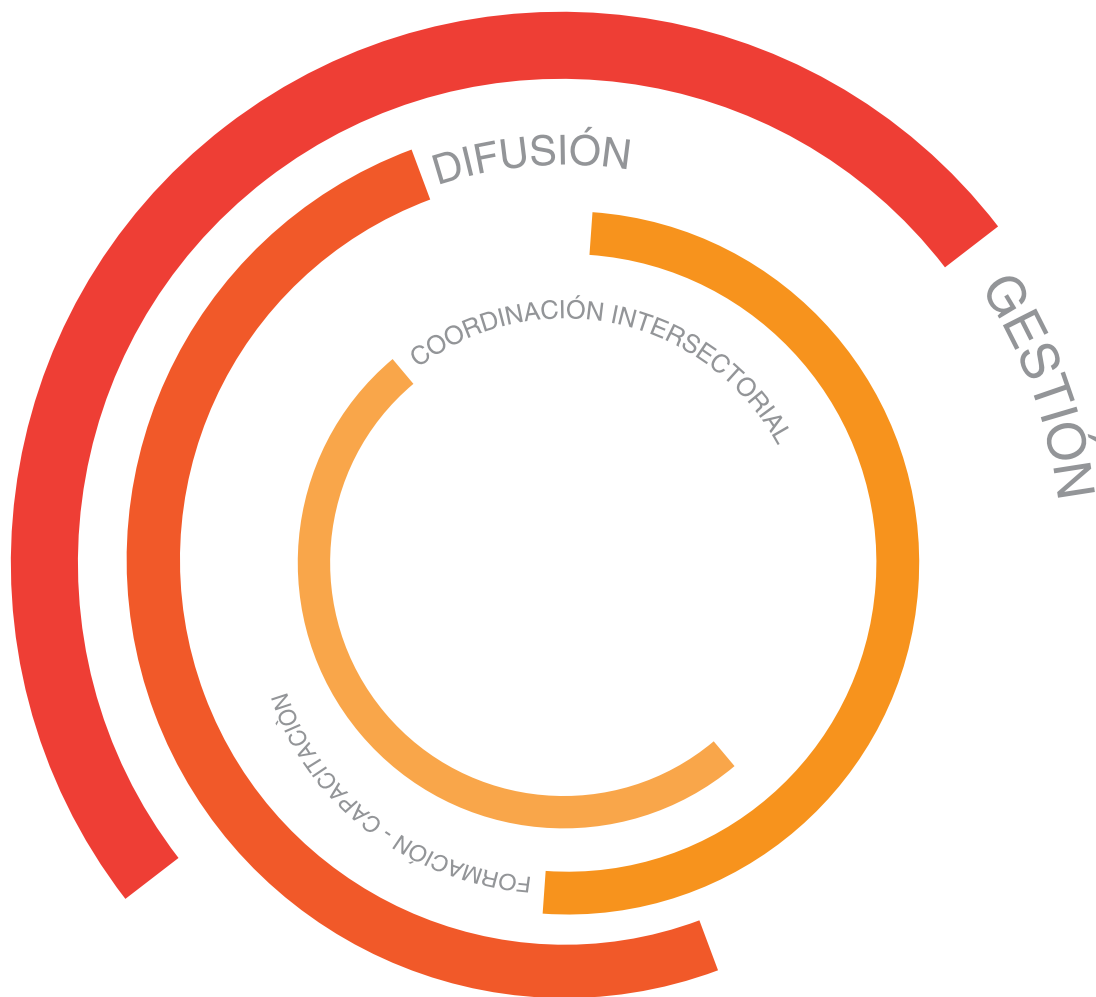
Participación y compromiso de toda la comunidad educativa

Todos los actores de la comunidad educativa tienen derechos y responsabilidades

¹ Jaques Delors, “La Educación Encierra un Tesoro, Informe de la Comisión de la UNESCO para la educación del siglo XXI” Santillana. UNESCO, 1997.

² Es decir, “que tiene armonía o corresponde entre sus partes” RAE

³ Ley 20.536 sobre Violencia Escolar.



LÍNEAS DE ACCIÓN ESTRATÉGICAS DE LA CONVIVENCIA ESCOLAR

Gestión

Promover la articulación y orientación de los instrumentos, las prácticas, estrategias e indicadores que permitan la implementación de una convivencia escolar participativa, con enfoque formativo y un marco de derechos.

Difusión

Promover la difusión de orientaciones, investigaciones, estrategias, experiencias y buenas prácticas de convivencia escolar, en los diferentes organismos, instituciones y actores del sistema educativo.

Formación y Capacitación

Promover la formación, investigación y capacitación en relación al enfoque formativo de la convivencia escolar como diferentes organismos, instituciones y actores del sistema educativo.

Coordinación intersectorial

Promover espacios e instancias de participación, articulación y compromiso intersectorial para la implementación de acciones orientadas a mejorar la calidad de la convivencia escolar en los establecimientos educacionales.

Ley de Subvención Escolar Preferencial

El fundamento de la Subvención Escolar Preferencial es el mejoramiento de la calidad y equidad de la educación subvencionada del país. Por primera vez, el sistema de financiamiento no sólo se asocia a la entrega de recursos por prestación del servicio educativo, sino también a los resultados que alcanzan las y los estudiantes.

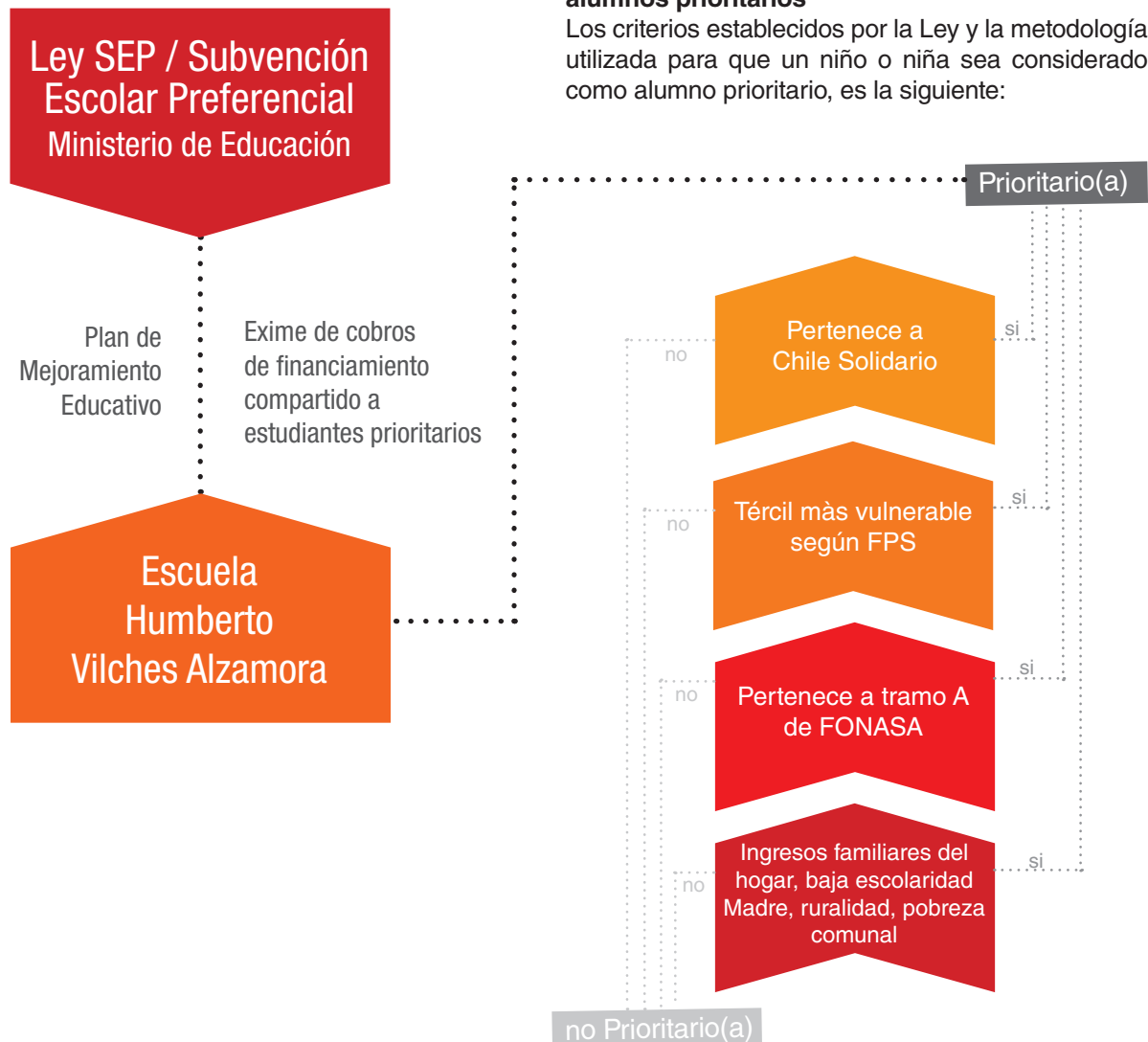
Para ello exige compromisos que involucren y comprometen a toda la comunidad escolar.

Tal como establece la propia ley, el espíritu de la Subvención Escolar Preferencial es “compensar

las desigualdades sociales de origen que afectan a los niños y niñas de los sectores más modestos, entregando un aporte adicional a los establecimientos que los acogen y comprometiendo con ellos una estrategia de mejoramiento educativo”. La SEP tiene el propósito de mejorar los niveles de equidad del sistema escolar (con un foco prioritario en los estudiantes de enseñanza básica y parvularia), entregando mayores recursos a las escuelas que atienden a esos niños.

Metodología de identificación de alumnas y alumnos prioritarios

Los criterios establecidos por la Ley y la metodología utilizada para que un niño o niña sea considerado como alumno prioritario, es la siguiente:



OBJETIVOS DE LA LEY DE SUBVENCIÓN ESCOLAR PREFERENCIAL

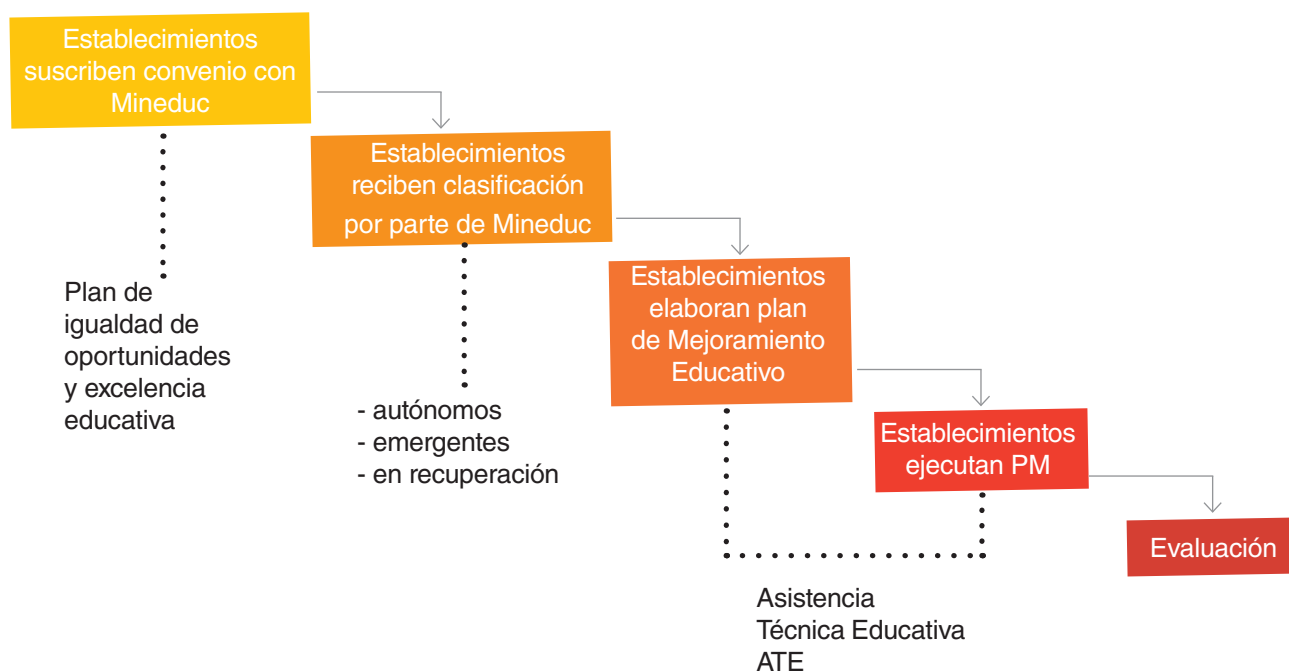
Asignar más recursos por Subvención a los estudiantes más vulnerables

La asignación de recursos se realiza mediante la Subvención Escolar Preferencial, que se entrega por cada uno de las y los alumnos prioritarios, matriculados en los establecimientos educacionales. La Ley reconoce que el costo de la enseñanza es mayor, a medida que aumenta la vulnerabilidad socioeconómica de las y los estudiantes.

Establecer compromisos, por parte de las y los actores educativos, para mejorar la calidad de la enseñanza.

El sostenedor firma un único Convenio por el conjunto de escuelas bajo su administración que adscriba a la Subvención Escolar Preferencial. El Convenio contiene compromisos con las y los estudiantes, en especial los más vulnerables, compromisos institucionales, pedagógicos y compromisos de información a la familia y autoridades ministeriales.

¿COMO OPERA LA LEY SEP?



EL CONCEPTO

“El niño aprende lo que vive”

Si un niño vive criticado, aprende a condenar
Si el niño vive en un ambiente donde lo ridiculizan, aprende a ser tímido
Si un niño vive con tolerancia, aprende a ser paciente
Si un niño vive con estímulo, aprende a confiar
Si un niño vive compadecido, aprende a tener lástima
Si un niño vive en un ambiente en donde lo elogian, aprende a apreciar
Si un niño vive con seguridad, aprende a tener fe
Si un niño vive con aprobación, aprende a quererse
Si un niño vive con equidad, aprende a ser justo
Si un niño vive engañado, aprende a mentir
Si un niño vive avergonzado, aprende a sentirse culpable
Si un niño vive con hostilidad, aprende a pelear
Si un niño vive con reconocimiento, aprende a tener buena meta.
Si un niño vive en un ambiente de honradez, aprende a ser honrado y a conocer la verdad
Si un niño vive amado, aprende a amar a los que lo rodean.
Si un niño vive con aceptación y amistad, aprende a hallar amor en el mundo.

Dorot Law Nolte

Cuál es la importancia de tratarse bien?

La educación proporciona capacidad de decidir, de hacer y pensar. Es ella quien proporciona a los estudiantes la oportunidad de aprender a identificarse consigo mismos, de forma tal que la conciencia de ser personas libres venga acompañada de la conciencia de ser ciudadanos investidos de derechos y responsables de deberes. Seres humanos social y moralmente éticos comprometidos con la sociedad en la que vivimos, por muy compleja y difícil que se presente.

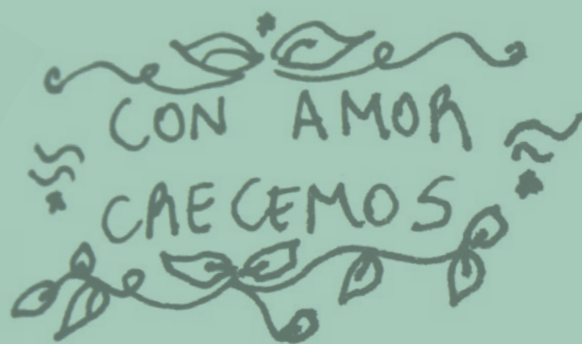
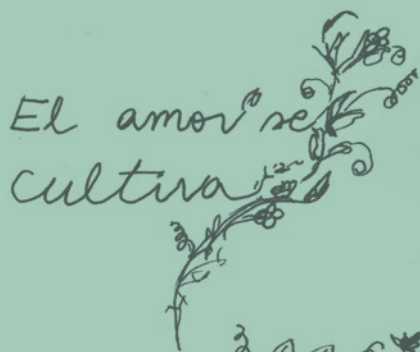
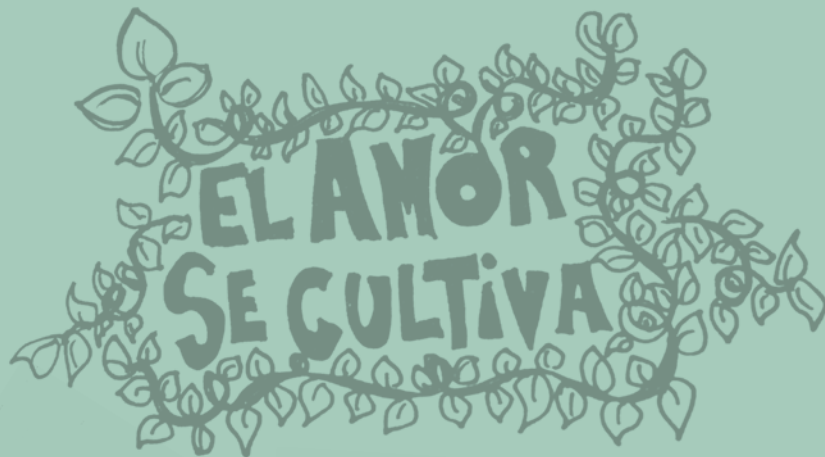
Es la educación la que nos proporciona la conciencia de ser ciudadano/a históricamente comprometido con el tiempo en el que vivimos. Es la educación la que nos permite sentir que la aportación individual, desde la solidaridad con valores universales, tiene una potencialidad de cambio que nos ayuda a transformar la desesperanza en motivación para el progreso. Pero, a su vez, sólo teniendo este objetivo como referente, se conseguirá convertir las prácticas educativas en el elemento clave para el desarrollo de las personas, de las comunidades y de los ciudadanos dispuestos a poner lo mejor de sí

misimos para construir el mundo en el que quieren vivir. ¹

Es así como se plantea el tema de la Convivencia Escolar como un compromiso con la educación integral de todos los niños y niñas de Chile, es decir, es desde la educación donde se puede aportar a un real cambio en la estructura emocional de la comunidad escolar, desde pretender un buen clima para el aprendizaje y crecimiento, mediante una campaña que potencie valores que son parte de lo planteado por la Ley de Convivencia Escolar del Ministerio de Educación.

Para ello se presenta la importancia de tratarse bien como la base para la realización de la Campaña interna, “Un buen trato”, la cual posee un valor semántico otorgado por la doble lectura que tiene la frase, que hace referencia a un buen acuerdo, como un acto contractual, y al hecho más importante que es tratarse bien, como la base de la buena convivencia.

¹ Aprendiendo a vivir juntos, Propuestas de expertos nacionales y extranjeros en Seminario Internacional: “¿Cómo promover una convivencia escolar sin violencia?”, Comisión Nacional Chilena de Cooperación con UNESCO - Oficina de Relaciones Internacionales - Ministerio de Educación.



TRATARSE
BIEN

TRATARSE
BIEN

Hagamos un trato

UN BUEN TRATO.

De que estamos hablando

Como respuesta a esta necesidad de incentivar los buenos tratos al interior de la escuela, se decide crear una campaña interna que potenciará dichos buenos tratos a partir de la cercanía de sus miembros, es decir, trabajar con el propio capital humano, de manera amable y desde un enfoque positivo.

Se destaca el ámbito positivo, ya que se quiere lograr un ambiente de auto-reconocimiento en la

Campaña, es decir, que la propia comunidad escolar se vea reflejada, para lograr una mayor cercanía.

De esta respuesta surge el concepto central creativo, “la importancia de tratarse bien”, cuyo objetivo es reflejar la importancia de los buenos tratos dentro de la escuela por medio de la opinión y reflejo de sus integrantes en su propia cotidianeidad, para dar a conocer, por medio de la interfaz diseñada, el valor de la buena convivencia.



Primeras maquetas



Esta maqueta se realizó con fotografías que dijeran de la estética fotográfica de lo azaroso, propio del lenguaje de lo instantáneo e infantil.

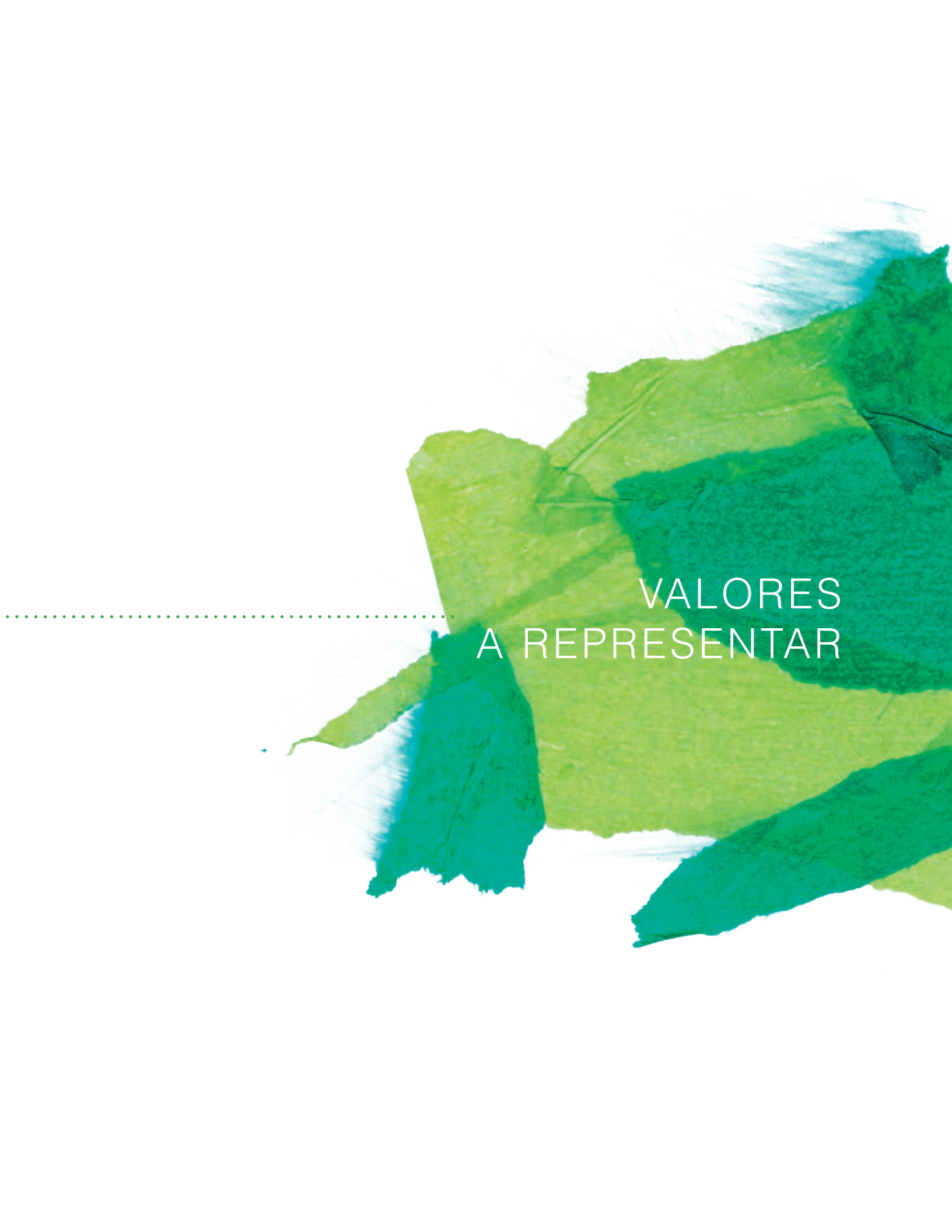


Primera maqueta, usando modelos reales, se captó el movimiento para realzar el lenguaje de lo cotidiano.



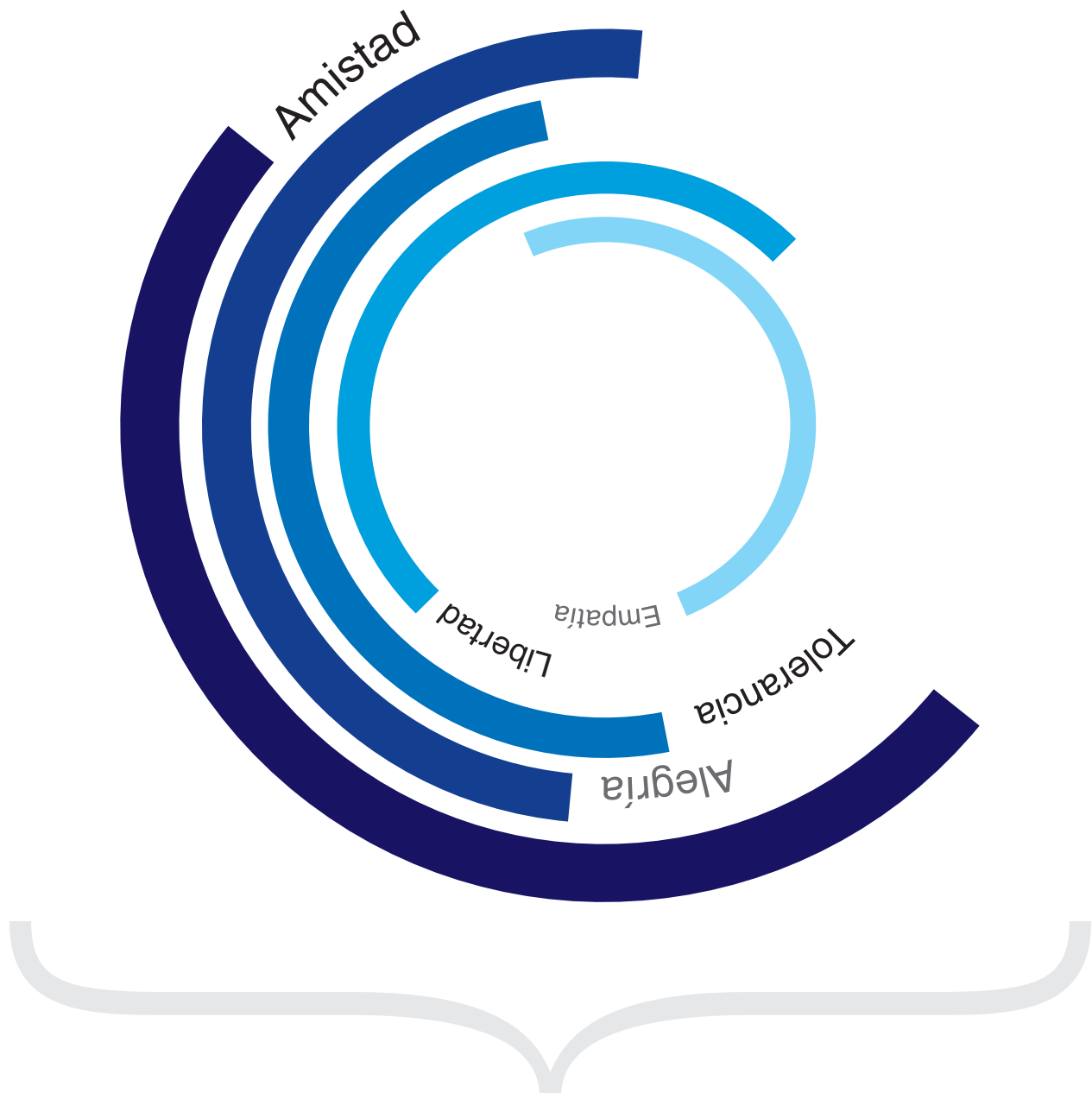
Primeras maquetas, aparecen diferentes diagramaciones que hablan del concepto que se quiere reflejar, “un buen trato”



The background features several pieces of torn paper in shades of green and blue, layered on a white surface. A horizontal dotted line in a light green color spans the width of the page, passing behind the text.

VALORES A REPRESENTAR

Valores que se quieren **promover**



Valores a promover en la campaña, con el fin de fortalecer la buena convivencia escolar en el establecimiento. La acción cotidiana se ve reflejada en estos valores, a su vez, se asocia con una fotografía que de cuenta de cada uno de ellos.

amistad

La palabra amistad está formada con raíces latinas y significa “cualidad de amigo”. Afecto personal, puro y desinteresado, compartido con otra persona, que nace y se fortalece con el trato.

En relación al otro, como me relaciono con mis pares.

alegría

La palabra alegría viene del latín alacer, alacris: rápido, vivaz, animado. **Sentimiento grato** o vivo que suele manifestarse con signos exteriores. Palabras, gestos o actos con que se expresa el júbilo.

Relación con uno mismo y lo que me rodea, mi entorno social.

tolerancia

La palabra tolerancia viene del latín tolerantia y significa “cualidad del que puede aguantar”. Respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

En relación a los otros, como me muestro frente al entorno en el que habito

libertad

La palabra libertad viene del latín libertas y significa “cualidad de libre”. Facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra y de no obrar, por lo que es responsable de sus actos.

Como reconocimiento de mis propios actos y sus consecuencias

empatía

La palabra empatía viene del griego empátheia que en principio significaba pasión. Que se apasiona internamente. Comprensión íntima de la situación vital e intelectual de otra persona.

Reconocer lo que vive el otro en relación al entorno.



LA ACCIÓN COTIDIANA

Acción Cotidiana

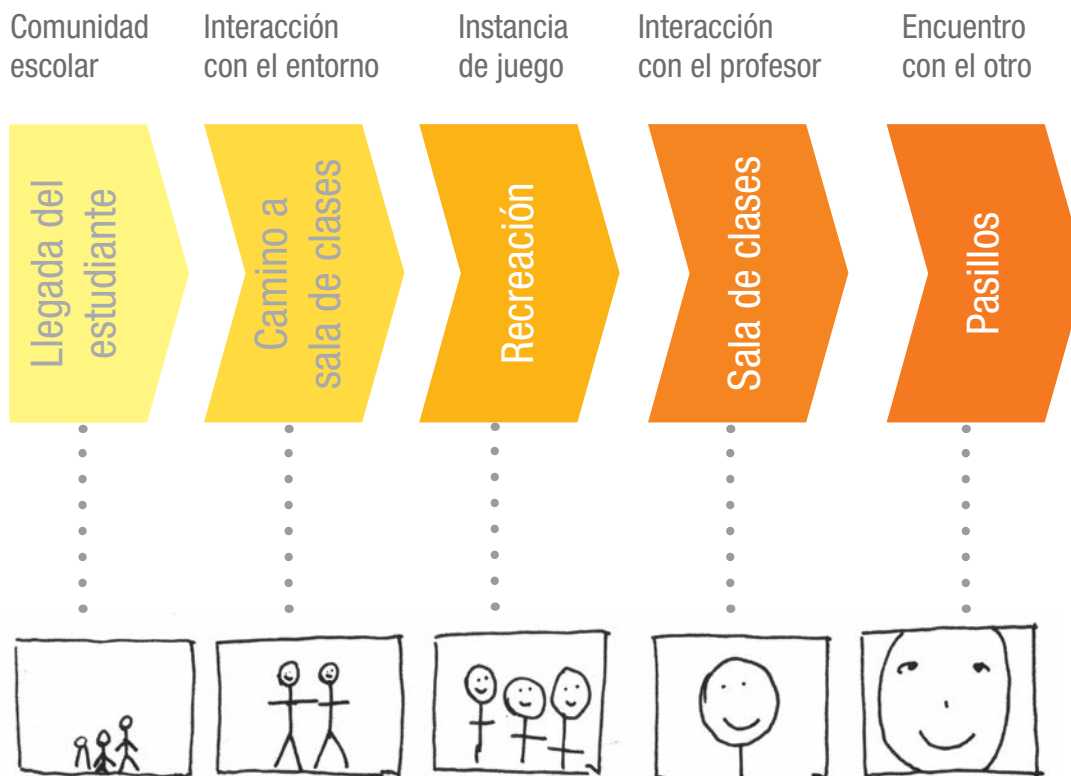
La rutina del estudiante comienza con su llegada al establecimiento, el cual lo recibe con sus propios pares, y junto con la comunidad escolar, forman una interacción reconocible, y a su vez replicable.

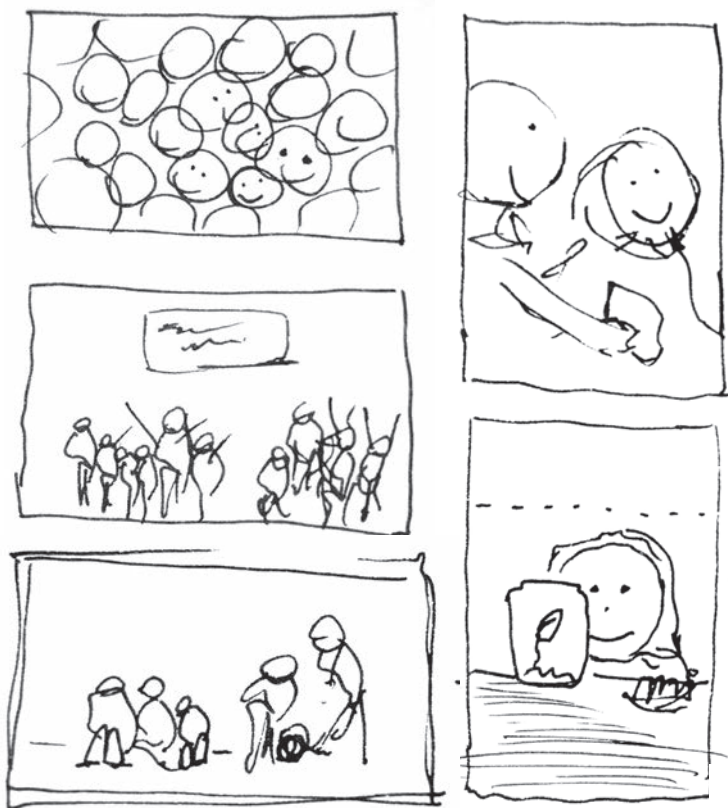
Para esto, se asociaron los diferentes planos fotográficos con el ciclo del estudiante, para representar, desde una manera cercana, un modo de conocer al estudiante en su propio entorno.

Al mismo tiempo que se reconoce a sí mismo el estudiante en el ámbito de la fotografía presencial

en la escuela, se tomaron instancias concretas para ser asociadas con un plano fotográfico, es decir, desde un plano general al momento de la llegada del estudiante a la Escuela, luego la interacción con el entorno, como plano general hasta un plano medio en la instancia de juego, hasta las relaciones más cercanas como es el caso de la interacción en la sala de clases y el encuentro con el otro, como una concreción de planos fotográficos, es decir, la máxima cercanía con sus pares.

CICLO DEL ESTUDIANTE





Elaboración de una propuesta que asocie de manera coherente el tema de la acción cotidiana de los estudiantes en la Escuela y el conjunto de planos fotográficos.



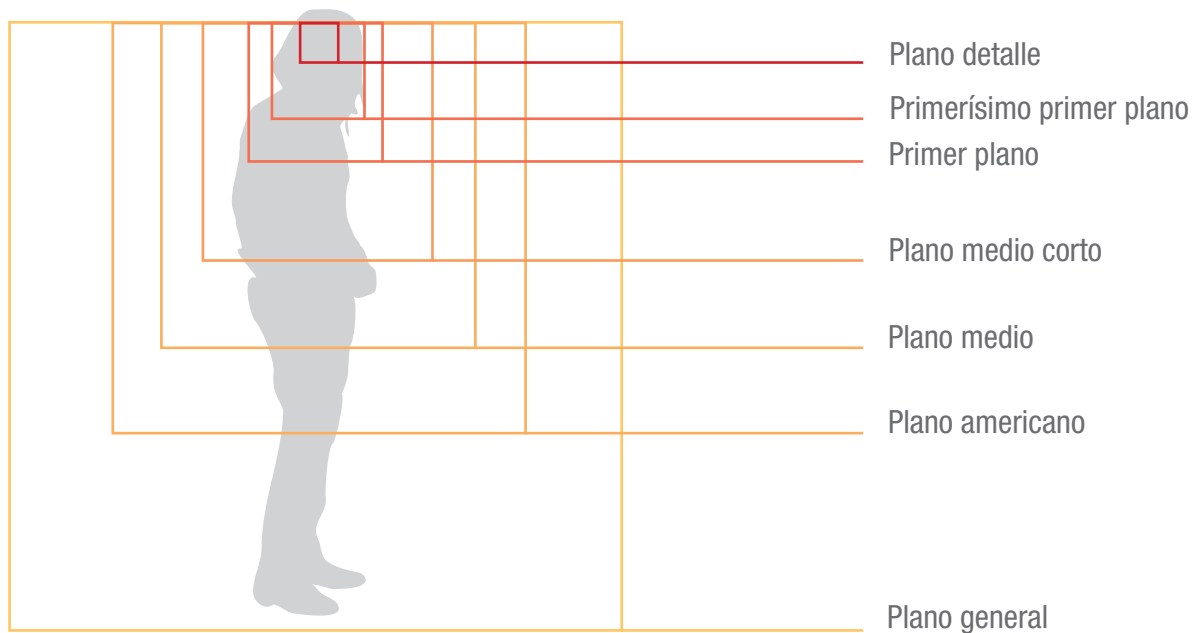
Propuestas de encuadres que hablan de como se presenta el plano a partir de como abordar desde el interior de la Escuela, el enfoque de la Campaña.



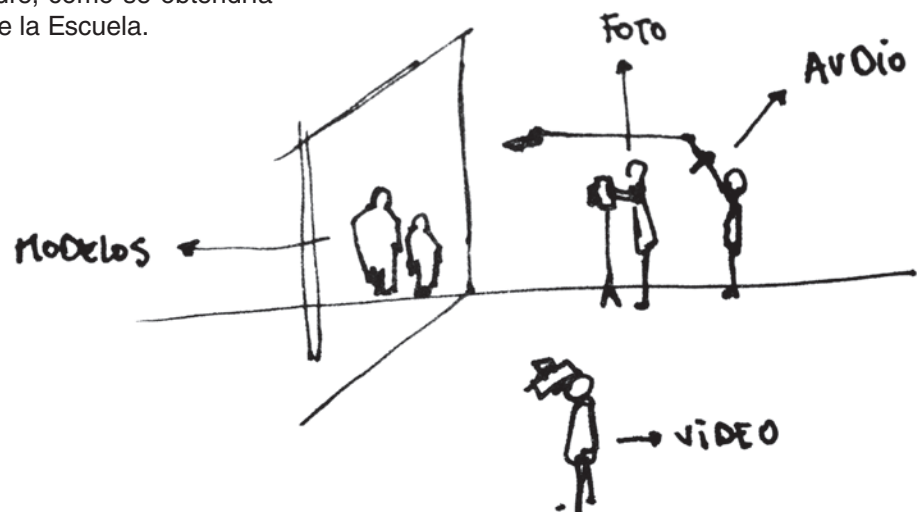
PLANOS FOTOGRÁFICOS

Los planos fotográficos fueron abordados a partir de la asociación que se plantea entre la rutina diaria del estudiante y la capacidad de poder conocerla a partir de el acercarse a ella mediante encuadres cada vez más cercanos, es decir, una directa

relación entre conocer a través de la fotografía una realidad capturada en el momento preciso, otorgándole espontaneidad y elementos lúdicos que conformarán posteriormente toda la imagen de la Campaña para la Escuela.



Esquematización del encuadre, como se obtendría la fotografía en el contexto de la Escuela.



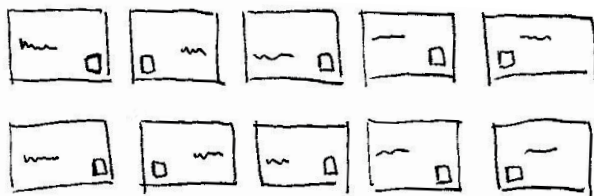


MEDIOS DE DIFUSIÓN

medios de difusión



público



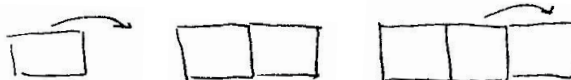
Lo público, se exponen los afiches en un sector en el cual se puedan apreciar en su totalidad de manera abierta.

individual



Afiche con contenido informativo acerca de la campaña, tamaño se pliega para convertirlo en un elemento capaz de ser transportado en la mano del receptor.

atemporal



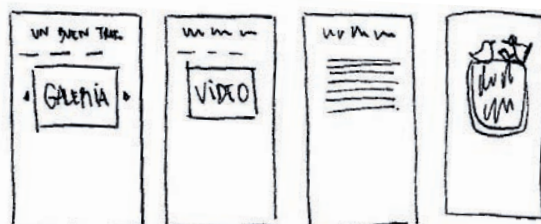
Compendio de la Campaña, es acá donde se resume el total de la campaña, consta de información, fotografías y definiciones. Se conserva para futuras consultas sobre el tema dentro de la escuela.

donde ocurre el reflejo



Instancia digital de la campaña, se presenta un video con entrevistas de la propia comunidad escolar, la cual es un reflejo de ello.

difusión



Plataforma a modo de compendio tanto fotográfico como de video, es acá donde permanece de manera atemporal la campaña en su totalidad, para su consulta.



An abstract graphic design featuring a white background with a large, irregular shape on the right side. This shape is composed of various shades of blue, created with thick, expressive brushstrokes. The colors range from a light, airy blue to a deep, saturated navy blue. The strokes are layered and textured, giving the shape a sense of depth and movement. A horizontal dotted line in a light blue color extends from the left edge of the page towards the center, ending just before the main blue shape.

ALGUNOS REFERENTES

SERGIO LARRAÍN

Sergio Larraín (1931-2012) Fotógrafo chileno, retrata lo real, lo tangible, sin disfraces.

Larraín trabajó con el formato de fotografía en blanco y negro. En su obra se reconoce una fotografía documental, que busca capturar de modo muy

personal y con gran intensidad escenas simples de la vida cotidiana. Se interesó fundamentalmente por la figura humana en contextos habituales, donde destacan los retratos de niños.





Su máxima sobre la fotografía, según sus palabras: “ solo se consiguen buenas fotos cuando uno hace lo que de verdad le interesa, o sea, escoger uno mismo sus temas ... dibujar con lápiz y un bloc es la mejor manera de entrar en un tema ... trabajar sin tiempo, durante meses, años, hasta sentir que uno lo ha logrado ... es lo que da fotos que se sostienen

... en general los trabajos de encargo no dan fotos buenas realmente ... es como la poesía, uno debe hacer su gusto, nada más ...”

(Extracto de la presentación de Josep Vicent Monzó para la exposición de Sergio Larraín llevada a cabo en Valencia - España en 1999).

JESSICA HILLTOUT

Jessica Hilltout (1977-) Fotógrafa belga.
Las siguientes fotografías corresponden al registro
"Amén", paralelo al Mundial de Fútbol de Sudáfrica
2010, en el cual se muestra el amor que se tiene por

el balón en todas partes de África, en las cuales se
presenta la realidad sin concesiones, al igual que la
estética fotográfica de Sergio Larrain, se aprecia lo
cotidiano, lo real.





“El brillo de una sonrisa en un rostro gastado, una espalda arqueada sosteniendo un martillo en alto, una silla orgullosamente abandonada: estas son las cosas de la existencia humana. Esto es lo que llamamos ordinario. Sin embargo deberíamos encontrar lo bello no en la banalidad, sino en los

gestos fugaces y ritmos repetitivos de la vida diaria que se desvanece en el fondo de lo que ellos ven a diario, infeliz, en un mundo imperfecto. Tendemos a pensar que la belleza es constitucionalmente perfecta. Sin embargo, la belleza idéntica es plana.” Jessica Hilltout, para el libro “Amén”

TOMÁS MUNITA

Tomàs Munita (1975 -) es un Fotógrafo chileno que se especializa en fotografía documental independiente. Su mayor interés es el tema ambiental y social, lo que se ha registrado a lo largo de toda su carrera. recorrido diversas partes del mundo, como Oriente Medio, India, Centroamérica y Sudamérica, registrando guerras, conflictos bélicos, lugares

espirituales, paisajes únicos, rostros, miserias y alegrías.

Sus trabajos han aparecido en el New York Times, la revista Time, la Agencia AP, la revista GEO, entre otros numerosos medios internacionales. En la actualidad, Tomás trabaja como freelance para el New York Times.





“Trabajar para un diario es la mejor escuela, ya que día a día enfrentas situaciones distintas, que te van probando y enseñando.

A mis fotos trato de darles fuerte contenido humano, poner atención a detalles y a la luz, que juega un rol muy importante en mi fotografía. Espero que mi trabajo sea sensible y sencillo, que a todos pueda

decir algo, que no esté dirigido a fotógrafos o editores si no a la gente común, de manera tal que despierte emociones. Mi compromiso es ser un puente que acerque y comprometa a las personas con lo que se está fotografiando, hacer sentir al lector la magnitud de la tragedia, por ejemplo.”

Tomás Munita

CAMPAÑAS



"1D + OD" Campaña contra el bullying

La banda "One direction" se ha asociado con Office Depot para diseñar diferentes productos, incluyendo cuadernos, bolígrafos y pegatinas, destinados a recaudar fondos para un programa de educación en las escuelas de todo EE.UU. para acabar con el acoso escolar.



“Cuando hay respeto la discriminación se queda abajo”, MOVILH y METRO de Santiago

La campaña contra la homofobia, la transfobia y otras formas de discriminación tiene como objetivo promover el respeto a la diversidad social entre los usuarios y trabajadores de dicho medio de transporte. Esta campaña contempla gigantografías en vitrinas y vagones de todas las líneas del Metro, así como siluetas de parejas gays y lesbianas en tamaño real.



Diferentes campañas de Benetton con fotografías de Oliverio Toscani.

Toscani mostró al mundo cientos de imágenes que generaron polémica por su aparente mensaje de crítica social. Pero realmente estas campañas sólo pretendían despertar la conciencia y responsabilidad colectiva ante temas tabú que, a menudo, son ignorados.

OTRAS FOTOGRAFÍAS



Galería y tienda Lomography

Collage de fotografías en las paredes de la Tienda y Galería Lomography de Nueva York y Londres.



The image features a white background with a diagonal strip of torn, layered paper in shades of orange, red, and purple on the right side. A horizontal dotted line in a reddish-orange color extends from the left edge towards the center, passing behind the text.

ESTÉTICA
FOTOGRAFICA

Estética fotográfica

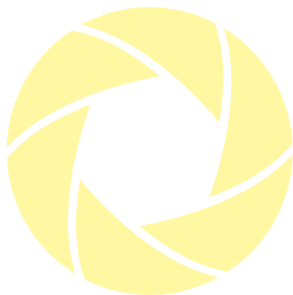
La estética fotográfica de la Campaña se construye en base a 4 aspectos, luz natural, acentuación del color, enfoque (plano cerrado en la acción) y movimiento propio de la escena fotográfica. La fotografía pretende ser el eje principal de la campaña. La profundidad de campo se sitúa sobre la acción y quienes la componen, indicando por medio del enfoque la zona de atención, que es la acción cotidiana en relevancia.

luz natural

color

enfoque

movimiento



intensidad del color para resaltar elementos del encuadre

movimiento para realzar la idea de inmediatez

intencionar la imperfección como un recurso fotográfico



LUZ NATURAL

La intención del uso de la luz natural responde a la espontaneidad de una toma fotográfica, es una captura del momento cotidiano, de una realidad.



ACENTUACIÓN DEL COLOR

La acentuación de los tonos de la fotografía corresponde a obtener una calidez visual que se compone tanto de la luz natural como del realce en la intención de mostrar una realidad de manera positiva, en destacar situaciones diarias.



ENFOQUE

Dentro de la instantánea fotográfica se toma el tema del enfoque como un elemento que condensa la idea de imperfección como un recurso propio de lo inmediato, teniéndolo en cuenta como recurso que aporta también en el ámbito del movimiento.



MOVIMIENTO

Lo inmediato, el movimiento habla de una naturalidad espontánea, que es propio de los niños, al rescatarlo en la toma fotográfica, se transfiere al espectador la idea de que lo azaroso y lo imperfecto es parte del mundo infantil.

An abstract collage of torn, overlapping pieces of paper in various colors including red, yellow, orange, purple, and green, arranged in a triangular shape on the right side of the page.

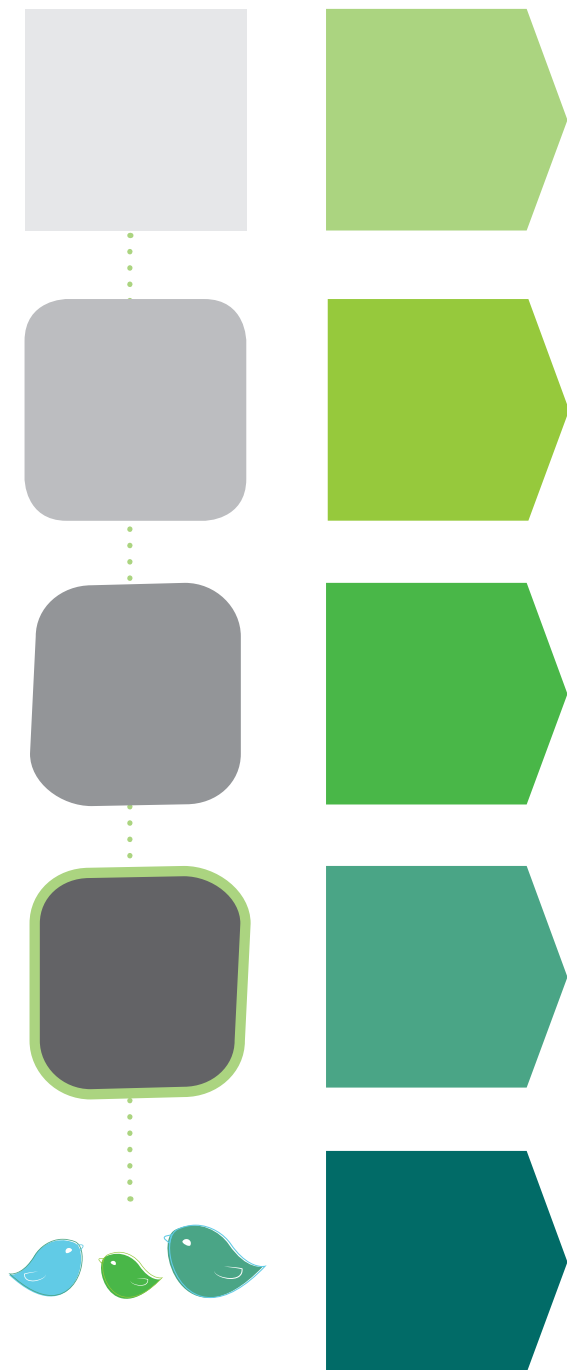
IMAGEN DE LA CAMPAÑA



Evolución de la marca, se comenzó a elaborar a partir de un soporte a la tipografía, para luego probar bajo diferentes tonos y bordes hasta llegar a una zona común entre ellos, capaz de diferenciarse de cualquier fondo en el que se colocara, junto con otorgarle una imagen a modo de síntesis conceptual a la Campaña.



Desarrollo marca



Desarrollo geométrico, desde lo cuadrado hacia lo imperfecto, entendiendo que el lenguaje infantil pictórico contiene todas estas cualidades.

De la imperfección a lo azaroso.
El azar en la creación responde a lo casual, lo propio de lo infantil.

El azar como concepto de construcción del logotipo, el cual responde a las cualidades anteriormente enunciadas.

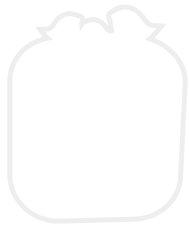
Borde para rematar el contenido, y a su vez, para dar una separación entre el fondo donde está posicionada la marca.

Representación de la comunidad escolar mediante 3 pájaros, los cuales aparecen en la parte superior del logotipo.

Desarrollo logotipo



Bloque base, donde se ubica la tipografía.
Se le otorga el color Pantone 7719 C.



Contorno del logotipo, de color blanco, otorga una separación entre el fondo donde esta inserto el logotipo y el mismo, apareciendo niveles de observación que hacen distanciarse uno del otro



Ubicación y orientación de la tipografía, se ubica de manera ascendente,

UN BUEN
TRATO

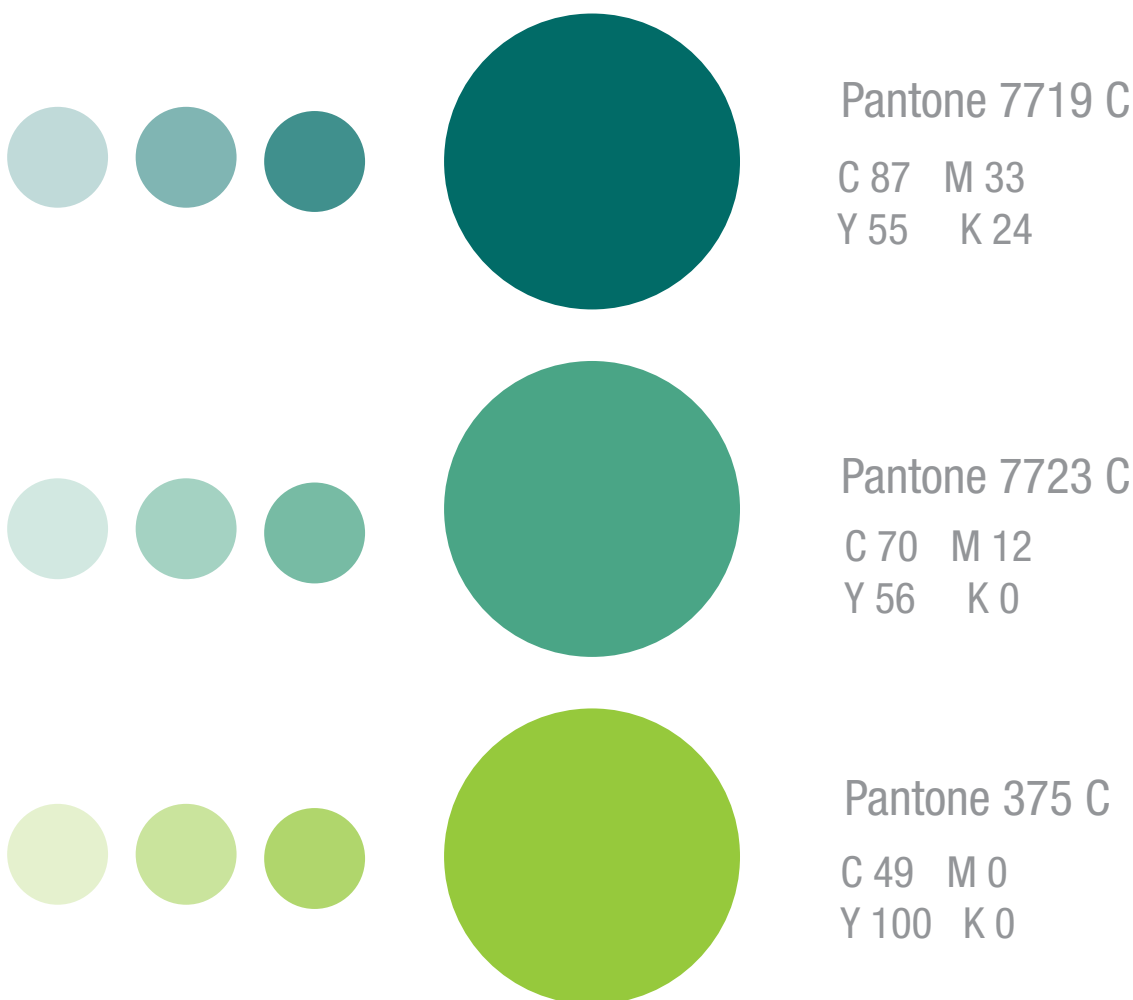
Tipografía Amatic SC, posee una similitud con el concepto de lo infantil, la cual responde a lo azaroso.



Recurso gráfico, éste siempre se ubica en la parte superior del bloque base, el que le otorga un "techo" y sirve de referencia hacia el intangible de comunidad.

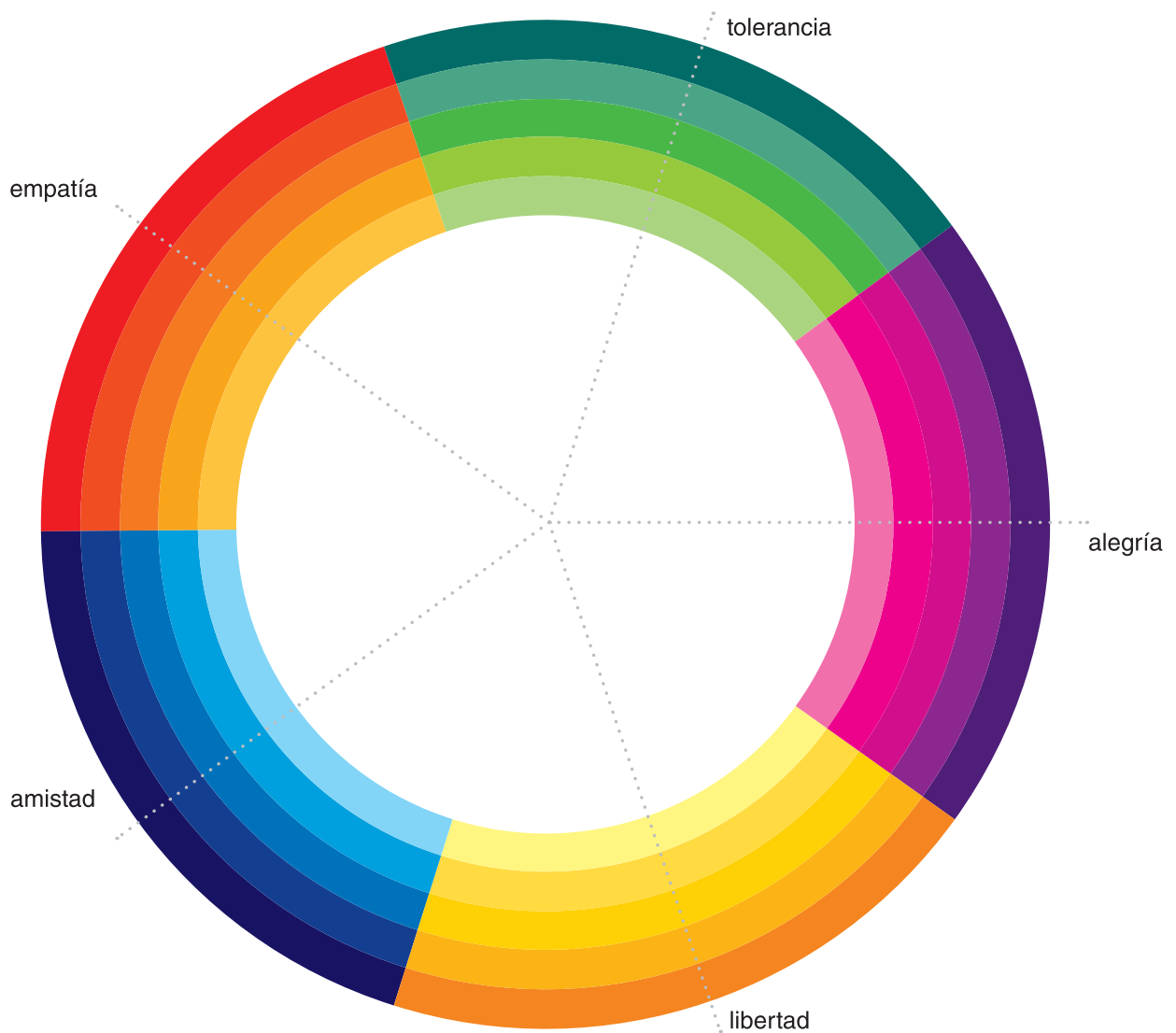
Desarrollo color

Las características del color son : tono, matiz y saturación. Juntas describen la identidad, brillo y pureza del color. En el caso de la tonalidad verde-azul , se presenta al ojo como un color que trae paz, seguridad y esperanza. Simboliza la fecundidad, es curativo y renovador. Es el color más fácil de visualizar por el ojo humano. El tono verde presenta tanto confianza como crecimiento, por lo que lo asociamos al tema de crecer dentro de la escuela.



color valor

Se decide otorgar a cada valor una gama de color entre dos tonos, para generar diferenciación entre cada uno de ellos; ya que al basar la campaña y el registro fotográfico en 5 valores, lo que se busca es transmitir sus significados e importancia para lograr un clima de buen trato.

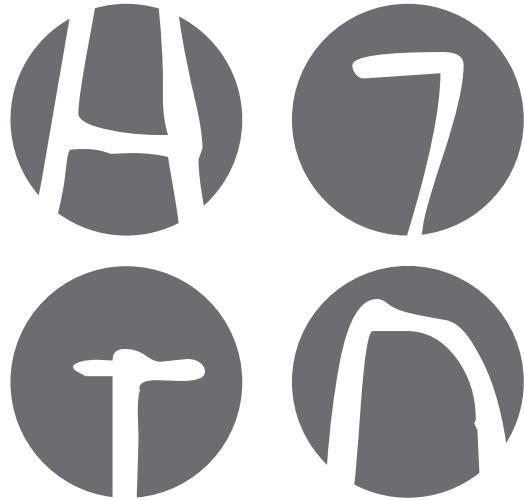


Desarrollo tipográfico

Amatic SC

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ

Para el desarrollo de logotipo, tomamos una tipografía que diga de la escritura manual, para potenciar la singularidad de lo infantil, sin perder la orientación de la lectura. Lo azaroso se presenta a partir del trazo irregular.



Helvetica

abcdefgh
ijklmnpqr
stuvwxyz



Helvetica
Neue

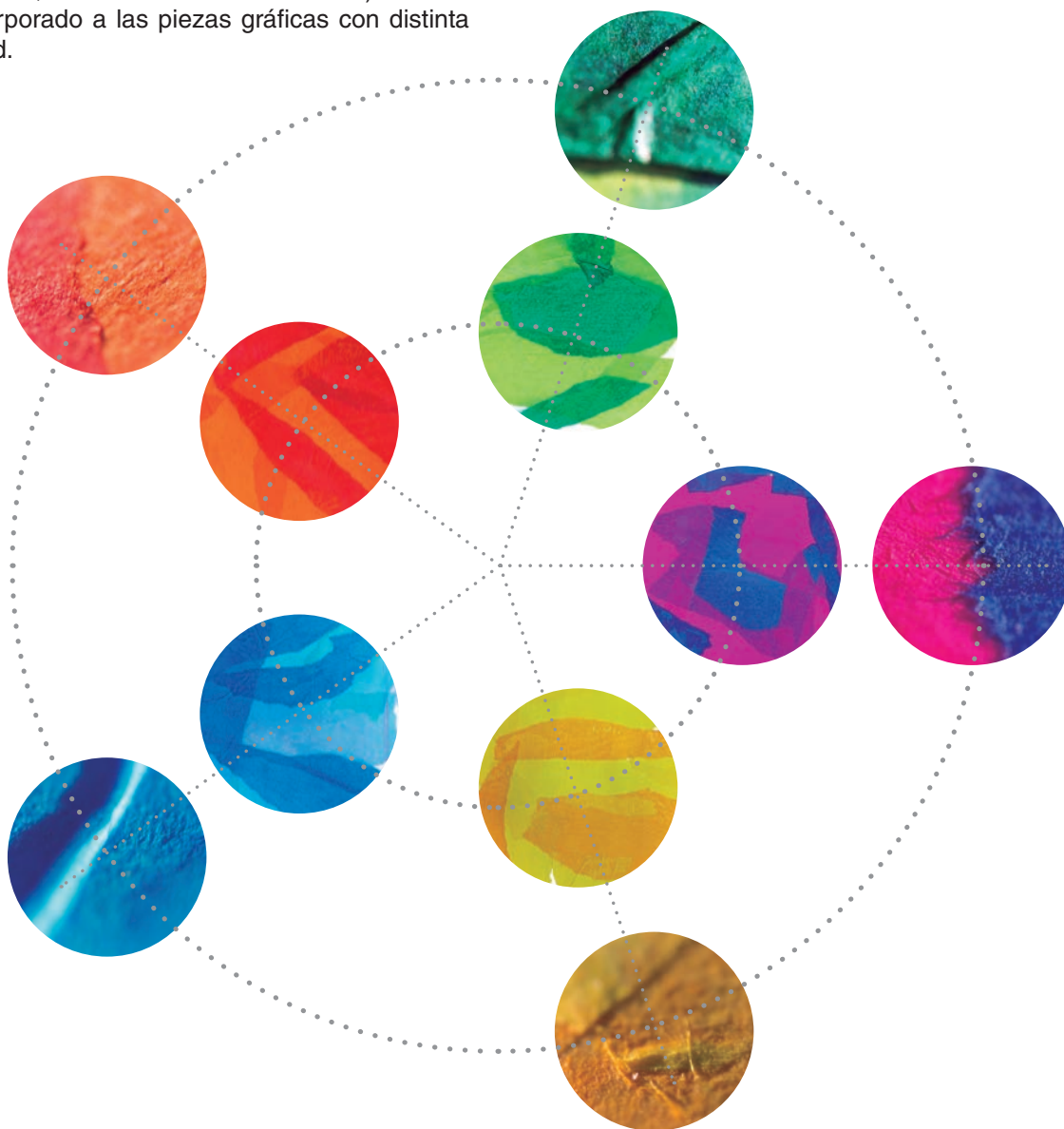
abcdefgh
ijklmnpqr
stuvwxyz



Tipografía que aporta limpieza, orden y neutralidad al proyecto. Fue utilizada para los bloques de texto, se eligió por su fácil lectura y entendimiento. De trazo regular, permite una lectura continua y direccionada.

recursos gráficos

Recursos gráficos que acompañan el uso de la marca bajo diferentes soportes, éstos se basan en la forma azarosa en que los niños hacen trabajos plásticos o manuales, otorgándole un lenguaje propio a la campaña, desde y para los niños. El papel volantín de colores, se usó para potenciar la imagen con viveza (brillo, luminosidad de los colores). Siendo este incorporado a las piezas gráficas con distinta intensidad.

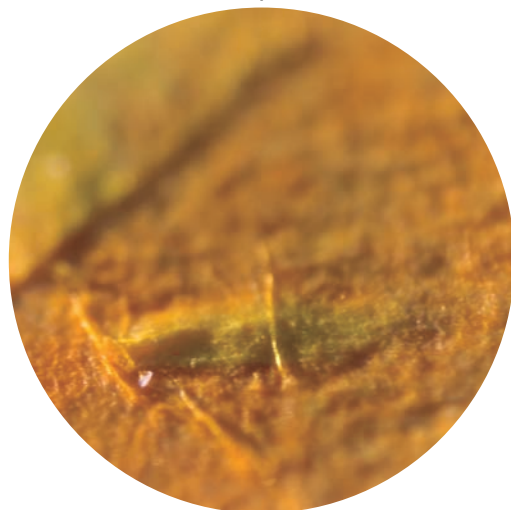


recurso Acercamiento

La internación de la cámara fotográfica hacia el recurso gráfico responde nuevamente al concepto de acción cotidiana, es decir, conocer a través del acercamiento de los planos fotográficos.

Recurso de lo manual, viene a proponer una reiteración del lenguaje infantil, de lo azaroso e impredecible, lo espontáneo.

Acercamiento máximo hacia el recurso. Éste se logró al sacar el lente de la cámara, invertirlo y volver a calzarlo, para obtener un efecto de lente macro. Aparecen detalles que a simple vista desaparecen en el total.





An abstract composition of overlapping, torn-edge geometric shapes in vibrant colors including red, orange, yellow, green, blue, and purple, located in the bottom right corner of the page.

REGISTRO FOTOGRAFICO















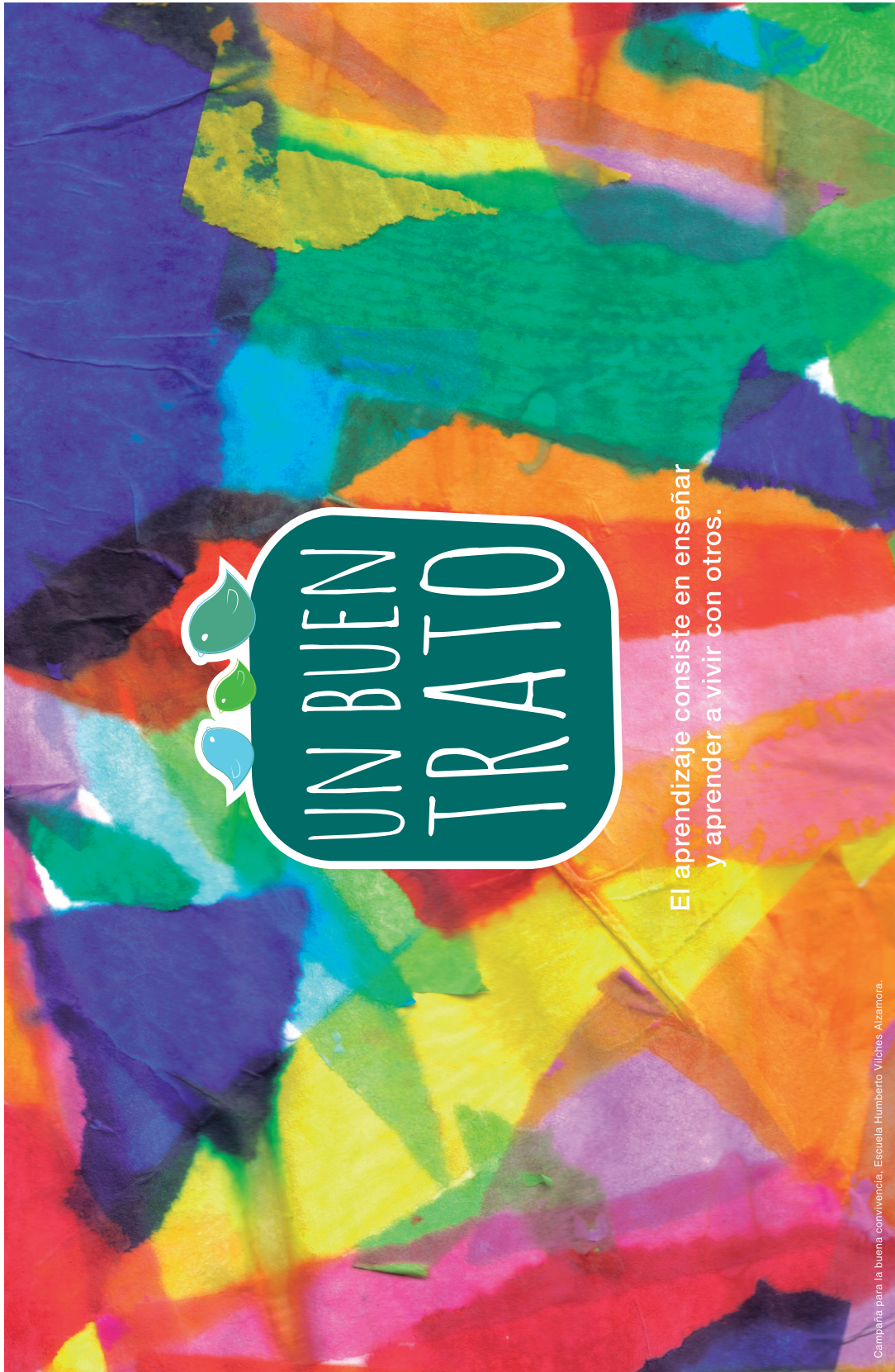


An abstract, colorful graphic element in the bottom right corner of the page. It consists of overlapping, torn-edge shapes in various colors: red, orange, yellow, green, blue, and purple. The colors are layered, creating a sense of depth and movement. The overall shape is roughly triangular, pointing towards the bottom right corner.

PIEZAS GRÁFICAS



afiches







Campana para la buena convivencia, Escuela Humberto Vlleres Alzamora.



Campaña para la buena convivencia, Escuela Humberto Viches Alzamora.



campaña para la buena convivencia, Escuela Humberto Vilches Alzamora.

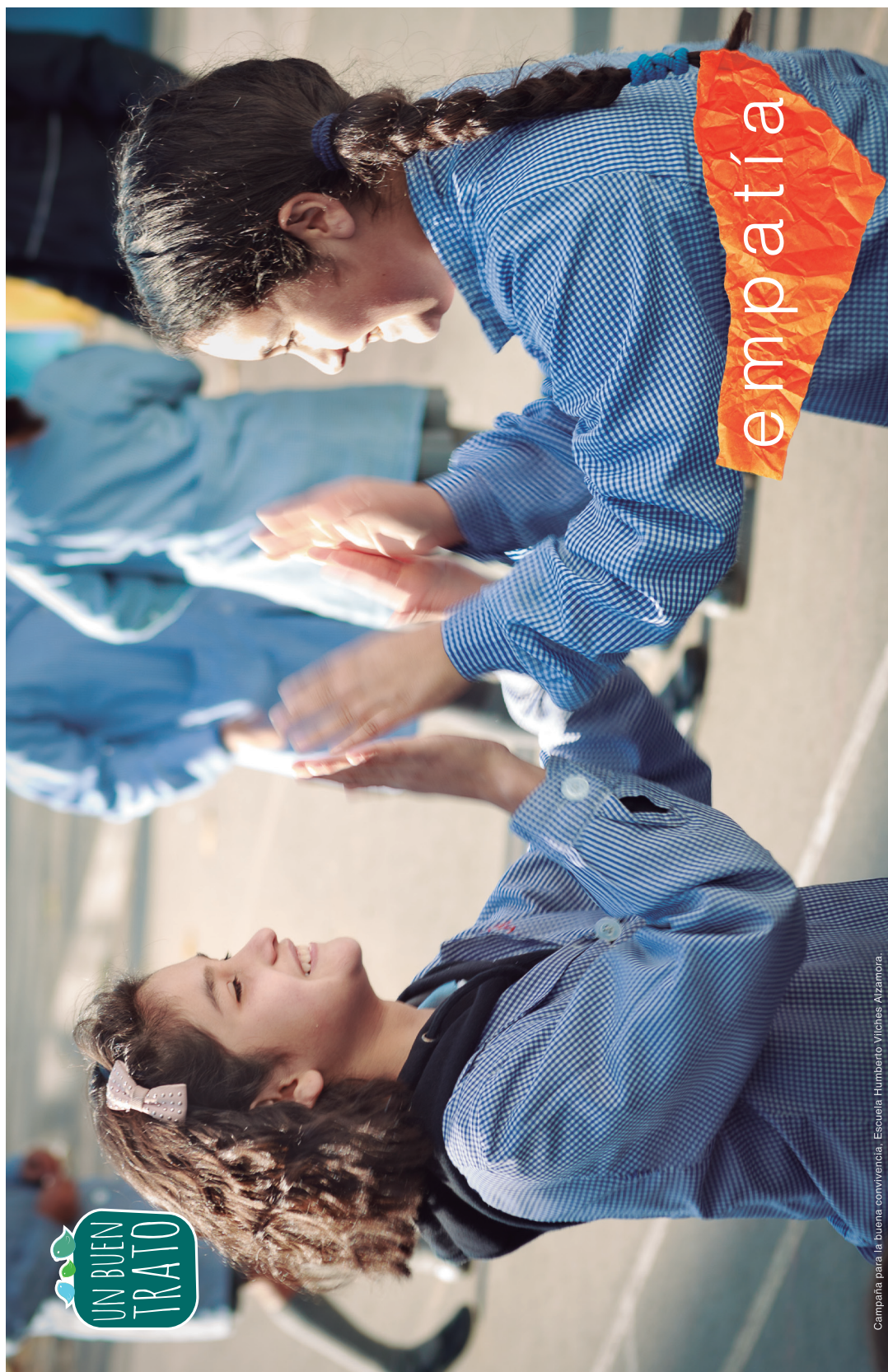


Campaña para la buena convivencia, Escuela Humberto Vilelos Alzamora.





Campana para la buena convivencia, Escuela Humberto Viches Alzamora.





Campana para la buena convivencia, Escuela Humberto Viche Alzamora



Campaña para la buena convivencia, Escuela Humberto Viches Alzamora.

plegables



alegría

La palabra alegría viene del latín alacer, alacris: rápido, vivaz, animado. Sentimiento grato o vivo que suele manifestarse con signos exteriores. Palabras, gestos o actos con que se expresa el júbilo.



Plegable “alegría”

Se enseña y se aprende a vivir con otros

Participación y compromiso de toda la comunidad educativa

Todos los actores de la comunidad educativa tienen derechos y responsabilidades

CONVIVENCIA ESCOLAR

Objetivo de la Campaña

incentivar a la comunidad

respeto a la importancia

y necesidad de cultivar

buenos tratos en la escuela

Los valores que se fomentan en la campaña son los que se consideran como fundamentales al momento de trabajar con la convivencia, entre ellos está la tolerancia, empatía y libertad.

El buen trato es fundamental en el desarrollo del ser humano. Aprender a vivir con otros es aprender a convivir.

LA IMPORTANCIA DE TRATARSE BIEN



Psicóloga SEP Alejandra Andrade, Escuela Humberto Vileches, Villa del Mar.

¿Cuál es la importancia del buen trato?

La importancia del buen trato está relacionada y asociada a una forma positiva de relacionarnos, de comunicarnos. El buen trato nos permite mantener una relación sana y de cuidado en función de valores como el respeto, valoración, tolerancia, empatía entre otros que nos lleva a mantener una comunicación efectiva entre las personas. Así como compartir y resolver conflictos y lograr una sana convivencia a interior de la Escuela.

El Buen Trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia. Y uno de los caminos claves para que los adultos educadores puedan desarrollar comportamientos de buen trato es el adecuado ejercicio de la autoridad en la educación de los niños y niñas.

Es importante saber que es posible ejercer un estilo de disciplina basado en el uso de normas y límites que ayude a los niños y adolescentes a vivir en sociedad y al mismo tiempo, respete su integridad psicológica y emocional.

Es necesario comprender por fin, que para educar no se requiere un uso desmedido de la fuerza. Los niños y niñas aprenden a través de la experiencia y de la observación sobre todo el comportamiento de los adultos que los rodean. Por lo tanto, es importante que como educadores se debe estar constantemente reforzando y promoviendo la sana convivencia y buenos tratos, sin embargo es importante utilizar diversas estrategias que ayuden a captar la atención y compromiso de los niños y niñas. Por ejemplo, se puede utilizar la dramatización, el juego, la música, la poesía, la lectura, la utilización de materiales educativos, entre otros. Los medios para promover y estimular a la población en conductas y comportamientos, agresivos y violentos, se puede a través de una campaña aimed a informar, fomentar y reforzar los buenos tratos y la sana convivencia a interior de los establecimientos.

El tema de la convivencia es fundamental, ya que es acá donde los estudiantes deben generar lazos que promuevan su buen desempeño emocional en el futuro.





amistad

La palabra amistad está formada con raíces latinas y significa “cualidad de amigo”. Afecto personal, puro y desinteresado, compartido con otra persona, que nace y se fortalece con el trato.

CONVIVENCIA ESCOLAR

- Objetivo de la Campaña
- incentivar a la comunidad
- respeto a la importancia
- y necesidad de cultivar
- buenos tratos en la escuela

Se enseña y se aprende a vivir con otros

Participación y compromiso de toda la comunidad educativa

Todos los actores de la comunidad educativa tienen derechos y responsabilidades

Los valores que se fomentan en la campaña son los que se consideran como fundamentales al momento de trabajar con la convivencia, entre ellos está la tolerancia, empatía y libertad.

LA IMPORTANCIA DE TRATARSE BIEN



Psicóloga SEP Alejandra Andrade, Escuela Humberto Viches, Villa del Mar.

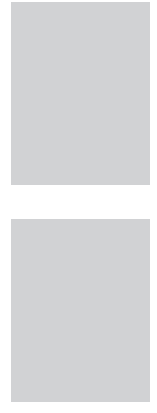
¿Cuál es la importancia del buen trato?

La importancia del buen trato está relacionada y asociada a una forma positiva de relacionarnos, de comunicarnos. El buen trato nos permite mantener una relación sana y de calidad en función de valores como el respeto, valoración, tolerancia, empatía entre otros que nos llevan a mantener una comunicación efectiva entre las personas. El buen trato implica el compartir y resolver conflictos y lograr una sana convivencia al interior de la Escuela.

El buen trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia. Y uno de los caminos claves para que los adultos educadores puedan desarrollar comportamientos de buen trato es el fortalecimiento de la autoridad de los niños y niñas.

Es importante saber que se puede ejercer un estilo de disciplina basado en el uso de normas y límites que ayude a los niños y adolescentes a vivir en sociedad y al mismo tiempo, respete su integridad psicológica y emocional. Es necesario comprender por fin, que para educar no se requiere un uso desmedido de la fuerza, sino que se requiere un uso responsable de la autoridad que se ejerce sobre todo el cuerpo de los padres, madres y/o adultos para educar y desde el amor y el respeto. Pienso que como educadores se debe estar constantemente reforzando y promoviendo la sana convivencia y buenos tratos, sin embargo es importante tener presente que la convivencia y el buen trato no son solo un tema de los docentes de las escuelas en un aspecto puntual, así como tampoco es algo que se utilicen y perfeccionen cada vez más los padres para promover y estimular a la población en conductas y comportamientos agresivos y violentos, se puede a través de una campaña atacar, informar, fomentar y elevar los buenos tratos y la sana convivencia al interior de los establecimientos.

El tema de la convivencia es fundamental, ya que es acá donde los estudiantes deben generar lazos que promuevan su buen desempeño emocional en el futuro



Plegable “amistad”



em patía

La palabra empatía viene del griego empátheia que en principio significaba pasión. Que se apasiona internamente. Comprensión íntima de la situación vital e intelectual de otro. Identificación.



CONVIVENCIA ESCOLAR

Objetivo de la Campaña

Incentivar a la comunidad

respeto a la importancia

y necesidad de cultivar

buenos tratos en la escuela

Se enseña y se aprende a vivir con otros

Participación y compromiso de toda la comunidad educativa

Todos los actores de la comunidad educativa tienen derechos y responsabilidades

LA IMPORTANCIA DE TRATARSE BIEN

Los valores que se fomentan en la campaña son los que se consideran como fundamentales al momento de trabajar con la convivencia, entre ellos está la tolerancia, empatía y libertad.

El buen trato es fundamental en el desarrollo del ser humano. Aprender a vivir con otros es aprender a convivir.



El tema de la convivencia es fundamental, ya que es acá donde los estudiantes deben generar lazos que permitan su buen desempeño emocional en el futuro.

Psicóloga SEP Alejandra Andrade, Escuela Humberto Viches, Vía del Mar.

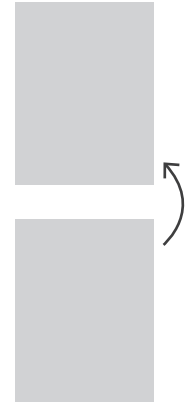
¿Cuál es la importancia del buen trato?

La importancia del buen trato está relacionada y asociada a una buena práctica de relaciones, de comunicación. El buen trato nos permite mantener una relación sana y de cuidado en función de valores como el respeto, valoración, tolerancia, empatía entre otros que nos llevan a mantener una comunicación efectiva entre las personas. El buen trato es un pilar fundamental para la convivencia y la paz en la escuela.

El Buen Trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia. Y uno de los caminos claves para que los adultos educadores puedan desarrollar comportamientos de buen trato es el adecuado ejercicio de la autoridad en la educación de los niños y niñas.

Es importante saber que se puede ejercer un estilo de disciplina basado en el uso de normas y límites que ayude a los niños y adolescentes a vivir en sociedad y, al mismo tiempo, respete su integridad psicológica y emocional.

Es necesario comprender por fin, que para educar no se requiere un uso desmedido de la fuerza. Los niños y niñas necesitan sentirse seguros y protegidos. Los adultos deben saber todo el cariño de los padres, madres y/o adultos para educar y desde el amor y el respeto. Pienso que como educadores se debe estar constantemente reforzando y promoviendo la sana convivencia y buenos tratos, sin embargo es importante tener presente que la convivencia escolar es un proceso que requiere de la participación de todos los actores involucrados. Los docentes deben estar preparados para utilizar y perfeccionar cada vez más los recursos para promover y estimular a la población en conductas y comportamientos agresivos y violentos, se puede a través de una campaña que informe, oriente y refuerce los buenos tratos y la sana convivencia en la familia y en los establecimientos.



Plegable “empatía”

Libertad

La palabra libertad viene del latín libertas y significa "cualidad de libre". Facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra, y de no obrar, por lo que es responsable de sus actos.

CONVIVENCIA ESCOLAR

Objetivo de la Campaña

Incentivar a la comunidad

respeto a la importancia

y necesidad de cuidar

buenos tratos en la escuela

Los valores que se fomentan en la campaña son los que se consideran como fundamentales al momento de trabajar con la convivencia, entre ellos está la tolerancia, empatía y libertad.

LA IMPORTANCIA DE TRATARSE BIEN

El buen trato es fundamental en el desarrollo del ser humano. Aprender a vivir con otros es aprender a convivir.

Se enseña y se aprende a vivir con otros

Participación y compromiso de toda la comunidad educativa

Todos los actores de la comunidad educativa tienen derechos y responsabilidades

El tema de la convivencia es fundamental, ya que es acá donde los estudiantes deben generar lazos que promuevan su buen desempeño emocional en el futuro.

El Buen Trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia. Y uno de los caminos claves para que los adultos educadores puedan desarrollar comportamientos de buen trato es el adecuado ejercicio de la autoridad en la educación de los niños y niñas.

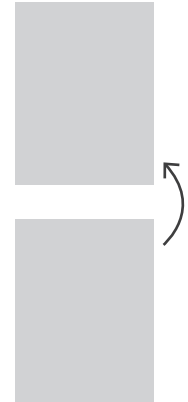
Es importante saber que se puede ejercer un estilo de disciplina basado en el uso de normas y límites que ayude a los niños y adolescentes a vivir en sociedad y, al mismo tiempo, respete su integridad psicológica y emocional.

Es necesario comprender por fin, que para educar no se requiere un uso desmedido de la fuerza. Los niños y niñas aprenden a través de la experiencia, de la interacción con todo el entorno de los padres, madres y/o adultos para educar y desde el amor y el respeto. Pienso que como educadores se debe estar constantemente reforzando y promoviendo la sana convivencia, buenos tratos, sin embargo es importante tener presente que el buen trato no se trata de un concepto abstracto, sino que se trata de las acciones en un momento dado, de comportamientos que se deben utilizar y perfeccionar cada vez más los medios para promover y estimular a la población en conductas y comportamientos ágiles y valientes, se puede a través de una campaña de mas: informar, orientar y reforzar los buenos tratos y la sana convivencia, a través de los educacionistas.

Psicóloga SEP Alejandra Andrade,
Escuela Humberto Viches, Vía del Mar.

¿Cuál es la importancia del buen trato?

La importancia del buen trato está relacionada y asociada a una buena práctica de relaciones, de comunicarnos. El buen trato nos permite mantener una relación sana y de cuidado en función de valores como el respeto, valoración, tolerancia, empatía entre otros, que nos llevan a mantener una comunicación efectiva entre las personas, a evitar conflictos y resolver conflictos y lograr una sana convivencia al interior de la Escuela.



Plegable “libertad”

tolerancia

La palabra tolerancia viene del latín tolerantia y significa “cualidad del que puede aguantar”. Respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

A group of students in school uniforms are performing a dance or play in front of a school building. The students are wearing dark blue tracksuits. Some are wearing costumes, including a girl in a white dress and a boy in a yellow hat. The building has blue and white walls and large windows. The scene is outdoors on a paved area.

```

graph LR
    A[Objetivo de la Campaña] --> B[incentivar a la comunidad]
    B --> C[respecto a la importancia]
    C --> D[y necesidad de cultivar]
    D --> E[buenos tratos en la escuela]
  
```

Objetivo de la Campaña

incentivar a la comunidad

respecto a la importancia

y necesidad de cultivar

buenos tratos en la escuela

Participación y compromiso de toda la comunidad educativa

Los valores que se fomentan en la campaña son los que se consideran como fundamentales al momento de trabajar con la convivencia, entre ellos está la tolerancia, empatía y libertad.

¿Cuál es la importancia del buen trato?

La importancia del buen trato está relacionada y asociada a una forma positiva de relacionarnos, de comunicarnos. El buen trato nos permite mantener una relación sana y de cuidado en función de valores como el respeto, valoración, tolerancia, empatía entre otros que nos llevan a mantener una comunicación efectiva entre las personas a fin de compartir y resolver conflictos y lograr una sana convivencia al interior de la Escuela.

El Buen Trato se desarrolla, se aprende y es un proceso que debe iniciarse en la primera infancia. Y uno de los caminos claves para que los adultos educadores puedan desarrollar comportamientos de buen trato es el adecuado ejercicio de la autoridad en la educación de los niños y niñas.

[illegible]

El tema de la convivencia es fundamental, ya que es acá donde los estudiantes deben generar lazos que promuevan su buen desempeño emocional en el futuro.



Plegable "tolerancia"

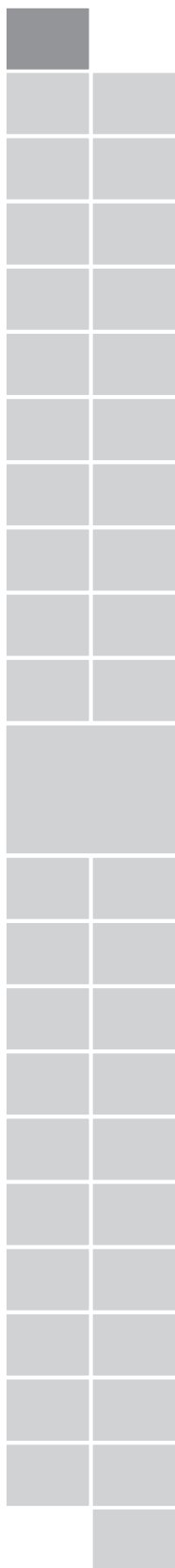


edición



Tapas

edición



Primera página
es parte de la
contra-tapa

Diagramación de
páginas interiores



Campaña interna para la difusión de los buenos tratos

Agosto de 2014 / Viña del Mar, Chile
Escuela Humberto Viches Alzamora



portada



contraportada





Proyecto de Título Diseño Gráfico Universidad Viña del Mar
"Un buen Trato" Campaña Interna para la Escuela Humberto Vilches Alzamora
Antonia Salas Venegas - Andrea Díaz Schiappacasse

El aprendizaje consiste en enseñar
y aprender a vivir con otros



El nombre de la campaña "Un buen trato" posee un valor semántico otorgado por la doble lectura que tiene la frase, que hace referencia a un buen acuerdo, como un acto contractual, y al hecho más importante que es tratarse bien.

El objetivo de la campaña "un buen trato" consiste en promover la buena convivencia escolar al interior de la escuela Humberto Vilches Alzamora.

Se toma como base para su realización, cinco valores que se consideran importantes a la hora de pretender un buen clima para el aprendizaje y crecimiento de las personas, de acuerdo a lo planteado por la Ley de Convivencia Escolar.



La ley sobre Violencia Escolar del Ministerio de Educación entiende la buena convivencia escolar como :

la coexistencia pacífica de los miembros de la comunidad educativa, que supone una interacción positiva entre ellos y permite el adecuado cumplimiento de los objetivos educativos en un clima que propicia el desarrollo integral de los estudiantes.



alegría

La palabra alegría viene del latín alacer, alacris: rápido, vivaz, animado. **Sentimiento grato** o vivo que suele manifestarse con signos exteriores. Palabras, gestos o actos con que se expresa el júbilo.



em patía

La palabra empatía viene del griego *empathia* que en principio significaba pasión. Que se apasiona internamente. **Comprensión íntima** de la situación vital e intelectual de otra persona.



amistad

La palabra amistad está formada con raíces latinas y significa "cualidad de amigo". Afecto personal, puro y desinteresado, **compartido con otra persona**, que nace y se fortalece con el **trato**.



libertad

La palabra libertad viene del latín *libertas* y significa “cualidad de libre.” Facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra y de no obrar, por lo que es **responsable de sus actos**.



tolerancia

La palabra tolerancia viene del latín *tolerantia* y significa “cualidad del que puede aguantar.” **Respeto a las ideas**, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.





Diagramación de
páginas interiores

.....
página central
desplegable



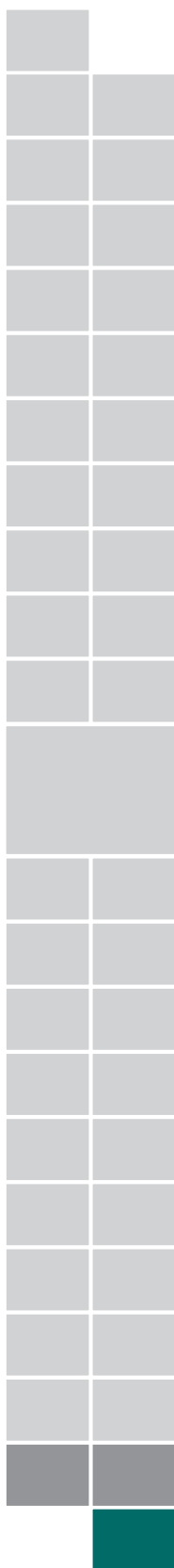












Diagramación de páginas finales

Última página
es parte de la
contra-tapa

Colofón

La edición corresponde al Proyecto de Título de las alumnas Antonia Salas Venegas y Andrea Díaz Schiappacasse, de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Universidad Viña del Mar, guiadas por el profesor Xavier Adaros.

Este proyecto consta de 12 afiches, 5 folletos plegables, una edición, un video y una plataforma web.

Materiales utilizados :

Contenedor del Proyecto :

Afiches: Papel Couché Mate de 200 gr.

Folletos plegables: Papel Bond 90 gr.

Edición: para las tapas Papel Couché Mate de 200 gr.

Para un acabado termolaminado mate, y para las páginas

interiores Papel Bond 90 gr.

La tipografía utilizada en esta edición es Helvetica en sus versiones normal, oblicue y bold.

Realización de piezas originales en los Software de la Suite Adobe : Indesign, Photoshop, Illustrator, Lightroom y Premiere.

Este Proyecto fue realizado en la Escuela Humberto Viches Alzamora de la ciudad de Viña del Mar, siendo esta visitada recurrentemente para la obtención de material tanto fotográfico como audiovisual.

Se terminó de imprimir en Agosto de 2014.

Reservados todos los derechos de esta edición, por motivo del resguardo de los niños en ella fotografiados.

Catálogo selección fotográfica, editado con motivo de la campaña interna Un Buen Trato, realizada en la Escuela Humberto Viches A. para dejar su registro en un formato palpable y permanente, agosto 2014, Viña del Mar, Chile.





postales

Estas piezas gráficas corresponden a un obsequio único para los estudiantes de la Escuela que aparecen en la fotografía. Estas postales tienen dos fines, el primero es solicitar la autorización de los padres para poder hacer uso de las imágenes donde aparezcan sus hijos, y también para regalar su propia imagen y hacerlos parte activa de la Campaña.



AFICHE ALEGRÍA

Thyare Pizarro, Catalina Muñoz, María Paz Muñoz y
María Yaanez, gracias por su participación.

El objetivo de la campaña **un buen trato**”
consiste en promover la buena convivencia escolar
al interior de la escuela Humberto Vilches Alzamora.
Proyecto de Título - Diseño Gráfico U.V.M.





AFICHE ALEGRÍA
 Thyare Pizarro, Catalina Muñoz, María Paz Muñoz y
 María Yanez, gracias por su participación.

El objetivo de la campaña **un buen trato** consiste en promover la buena convivencia escolar al interior de la escuela Humberto Viches Alzamora.
 Proyecto de Título - Diseño Gráfico U.V.M.

Convivir es aprender a vivir con otros.

UN BUEN TRATO



varios



adhesivos

Adhesivo con el logotipo de la Campaña para su difusión.



chapitas

Chapita de 32 mm para difundir la Campaña de manera viral.

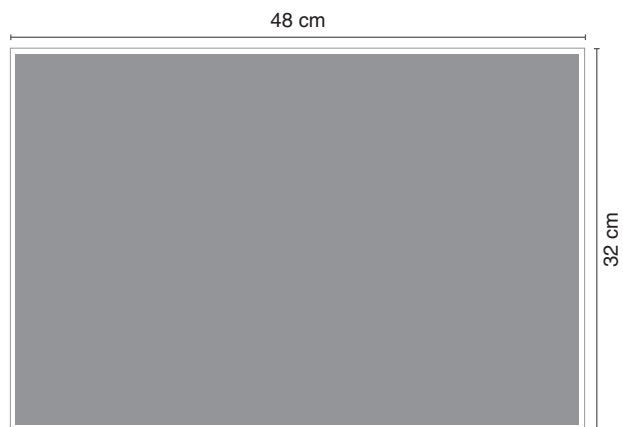


An abstract collage of torn, overlapping pieces of paper in various colors including red, yellow, green, blue, and purple, arranged in a triangular shape on the right side of the page.

FORMATO Y DIAGRAMACIÓN

afiches

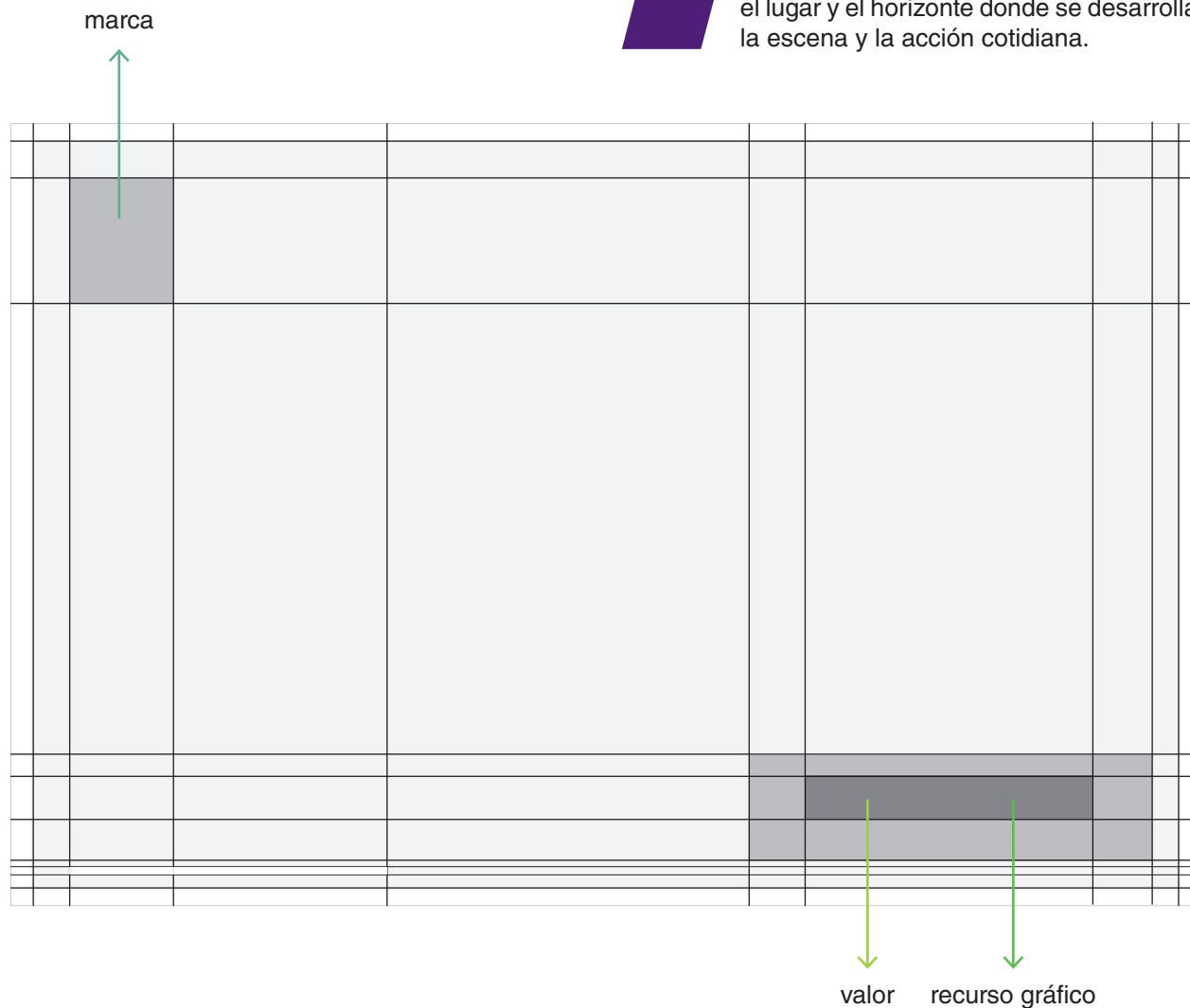
Para la diagramación, se definió que la marca va siempre en la parte superior del afiche, a la izquierda o derecha, según la fotografía lo permita. La ubicación del valor va también en una zona donde la fotografía lo permita, siempre en algún extremo inferior sobre un recorte de papel de color fotografiado, generando un vínculo con las otras piezas gráficas en las que se utiliza este mismo recurso.



FORMATO

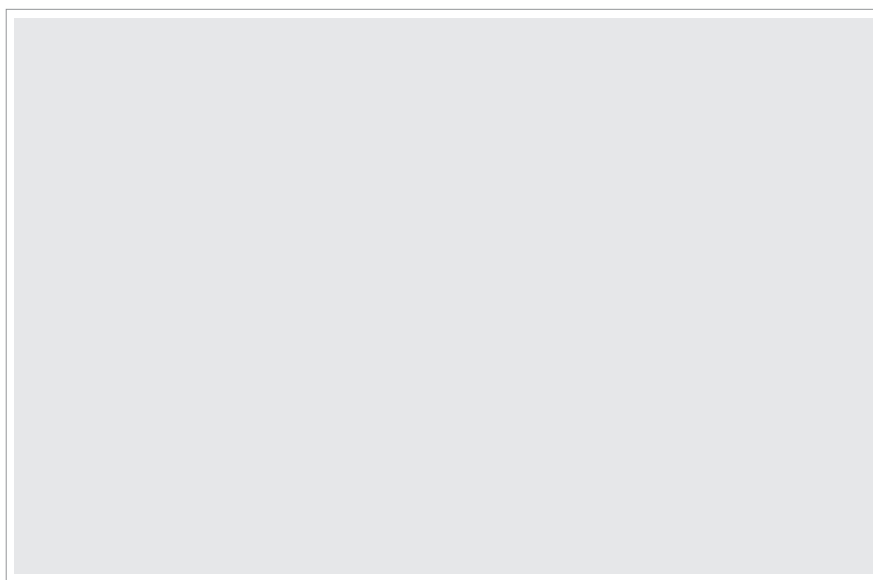
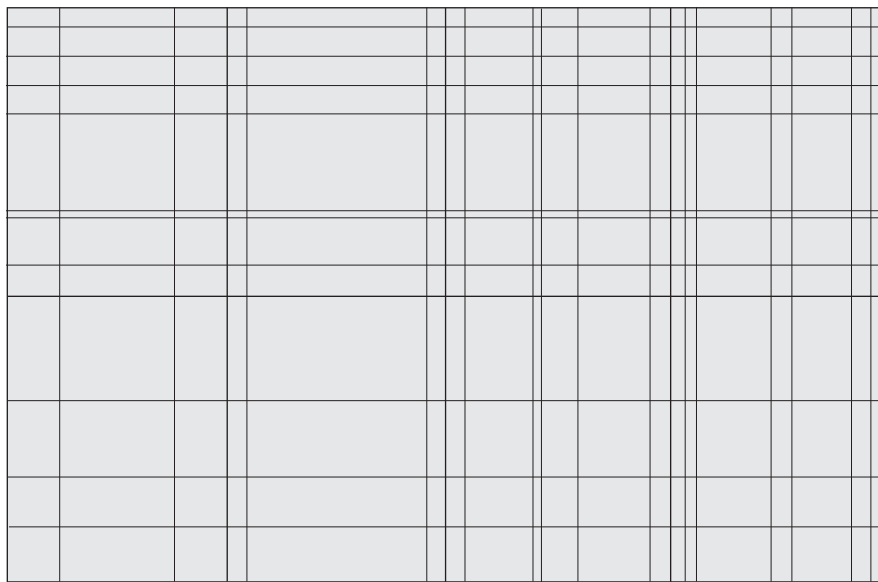
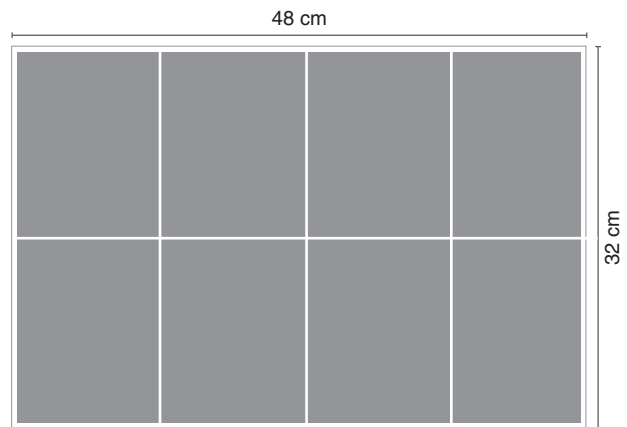


Posee un formato apaisado, producto de la toma fotográfica, que tiene relación con el lugar y el horizonte donde se desarrolla la escena y la acción cotidiana.



afiches plegables

El plegable posee un orden de lectura otorgado por el mismo despliegue, lo primero que se ve es la imagen de la campaña sobre el recurso gráfico utilizado de los papeles de colores, luego el significado del valor y contenido informativo referente a la buena convivencia, y como última lectura en el retiro vemos nuevamente un afiche.

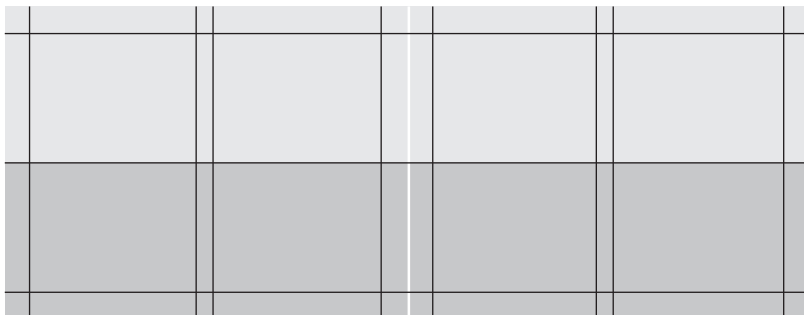
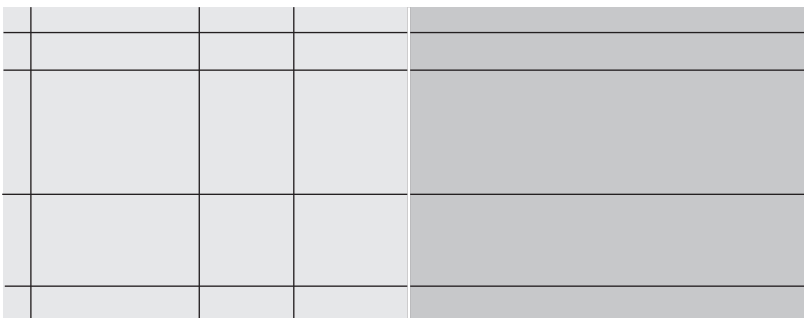
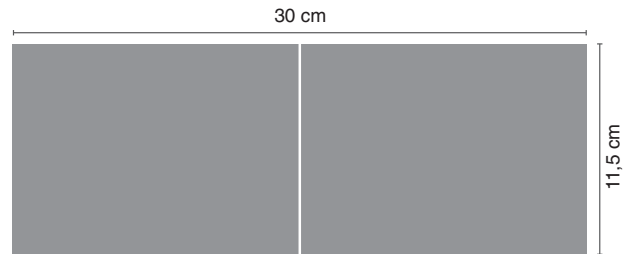


FORMATO

El sentido del afiche plegado es otorgar mayor información acerca de la campaña, define el valor, contiene una entrevista a la psicóloga de la escuela, además de esquemas e imágenes que simplifican la comprensión de la importancia del buen trato.

edición

La diagramación de la edición presenta un orden de lectura pausado y reflexivo respecto a la intención de la campaña y al registro fotográfico realizado. Se presenta la imagen, recursos utilizados a través de fotografías, objetivos y explicaciones de la campaña y la ley de convivencia, los valores asociados a la campaña y sus respectivos significados siempre en paralelo a una fotografía que muestre una acción en consecuencia del valor, en el centro de la edición se presenta una infografía que es posible desplegar para mostrar una fotografía mayor poniendo así nuevamente en relevancia la foto, dando inicio a la lectura de la segunda parte de la edición que es solo fotográfica a modo de archivo, para finalizar con los créditos de la campaña.



FORMATO



Es el compendio de la campaña, está compuesto por la definición de todos los valores, pretende ser una edición mayormente fotográfica, para dar cuenta del registro fotográfico y su asociación con los valores.

video

Se muestran el contexto cotidiano del patio en la escuela, como reflejo de la convivencia actual. Se compone de entrevistas a los miembros de la comunidad, donde responden solo una pregunta ¿Cuál es la importancia de tratarse bien?, para generar desde los mismos integrantes de la comunidad escolar, el sentido del mensaje que la campaña quiere transmitir. Respecto al guión, se intercalan las entrevistas con escenas del cotidiano de la escuela. En relación al audio, en el caso de las entrevistas, se apoya en música clásica, por potenciar ésta el desarrollo intelectual, y el audio propio de la escuela y su contexto.



FORMATO



Video realizado en el programa Adobe Premiere, en el cual se puede trabajar desde una línea de tiempo, para editar todas las pistas de video que fueron grabadas en el transcurso de cuatro meses de trabajo.

plataforma web

Es un espacio de fácil accesibilidad, que permite la difusión total de la campaña, en un estado permanente. La plataforma fue pensada para tener la información permanente y abierta a toda la comunidad escolar, de manera atemporal.



FORMATO

Web a modo de compendio online de todo el material de la campaña. Se realizó en el programa Adobe Dreamweaver , el cual facilita la obtención de atributos gráficos replicados en todas las instancias virtuales.



An abstract collage of torn, layered paper in various colors including red, yellow, orange, purple, and green, positioned in the bottom right corner of the page. The text is overlaid on this collage.

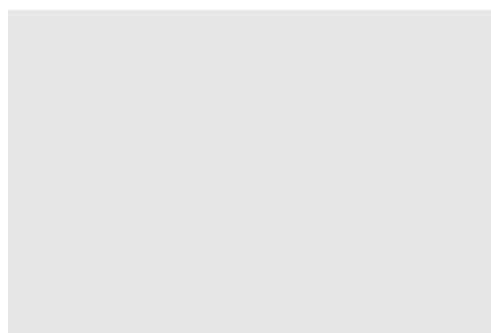
ASPECTOS TÉCNICOS

Uso del pliego

El formato de todas las piezas gráficas se basan en el tamaño 33 cm x 48 cm, formato dado para la impresión en Offset digital.

afiches

Formato extendido horizontal.
Papel Couché opaco 270 gr
12 unidades.



afiches plegables

Formato extendido horizontal.
Plegado a 1/8 del formato
Papel Bond 80 gr.
5 unidades.

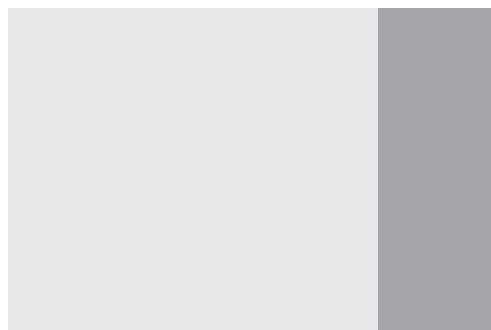


edición

Formato : 1/4 pliego extendido, 1/8 cerrado
12 cuartillas.

Tapas:
11,5 cm x 45 cm. extendido.
Papel Couché opaco 200 gr. con
Terminación termolaminado mate
1 unidad.

Páginas interiores :
Papel Bond 80 gr.
11,5 x 30 cm Cuartilla extendida.



Sistema de impresión

La utilización de la impresión en Offset digital responde a la baja cantidad de impresiones que se necesitan para la realización del material de la campaña. Este sistema no utiliza planchas metálicas, pues tienen unidades de imagen fotoreceptoras e imprimen directamente del computador a la máquina. En este sentido, la cantidad de impresión mínima es de 1 unidad, a diferencia de la Offset tradicional, a un menor costo.



Plegado

Los soportes plegados corresponden a dos piezas gráficas del proyecto, afiches y edición.

Afiches plegados :
poseen 4 plisados en total, 3 verticales y 1 horizontal.

Edición:
posee 1 plisado vertical por cuartilla, al centro 2 plisados, uno horizontal y otro vertical para generar el despliegue entre dos cuartillas y, por ultimo, 1 en la contratapa vertical, para construir una fotografía panorámica.



Softwares utilizados



Adobe Photoshop CS6

En este software se trabajan los colores tinta de la fotografía para su posterior impresión, se ajustan al modo CMYK y se revisa color por color para tener una impresión optima.



Adobe Illustrator CS5

Trabajo de vectores. Diseño de la marca, patrones gráficos e infografía.



Adobe Indesign CS5

Diagramación y edición del afiche plegado y la edición. Utilización de un sangrado de 3 mm.



Adobe Premiere CS6

Edición del video de la campaña.



Adobe Audition CS6

Edición del audio de los videos de la campaña.



Adobe Dreamweaver CS5

Se utilizó para la elaboración de la plataforma, en el formato web HTML 5, el que permite una mayor interacción con el usuario que la versión HTML.



Adobe Ps Lightroom 5.3

En este software se retocan las fotografías a partir de sus colores luz (RGB).

Se calibra la cámara fotográfica para generar ajustes preestablecidos que se pueden aplicar a más de una fotografía, lo que permite una automatización de parte del trabajo.

Se utilizan filtros graduados y radiales para trabajar zonas específicas de las fotografías

También permite organizar y previsualizar las fotografías desde la creación de un catálogo que favorece el orden, ya que de un registro de aproximadamente 1000 fotos tomadas, se escogen 10 para el caso de los afiches, 29 en la edición, y 10 para los plegables.

Esta previsualización constante también facilita el retorno a la fotografía original, que permite reconocer y comparar los cambios realizados en el retoque.



Prezi

Software de uso gratuito online para la elaboración de la presentación oral del proyecto.

CONCLUSIÓN

La campaña funciona como una interfaz de comunicación entre los integrantes de la comunidad educativa, que desde el diseño aborda la temática de la buena convivencia en las escuelas, y la importancia de su reconocimiento para que cada persona pueda aportar a la construcción de un buen clima para un mejor desarrollo de la educación, ya que está probado que en un ambiente en el que existe un clima de buena convivencia el niño aprende mejor.

Esta campaña se pensó como una instancia interna para la Escuela Humberto Vilches, pero es replicable a cualquier otra escuela, considerando que la temática es transversal a todos los espacios educativos. Su incidencia es sobre niños y adultos de la misma comunidad educativa, y ocurre en el momento en que toman contacto con los distintos soportes que componen la campaña. Desde los afiches públicos de pared, hasta su menor expresión, adhesivos y chapitas que cumplen como un obsequio que viraliza el nombre de la campaña, “un buen trato” y recuerda el concepto central creativo, “la importancia de tratarse bien”. Es desde el diseño que se construye el lenguaje

de la campaña, se capturan acciones de buen trato cotidianas en el interior de la escuela. De este modo, se recoge desde la mirada del diseñador lo propio del lugar y sus actores, para poner en relevancia los valores que se buscan representar, que son fundamentales para la buena convivencia, y que por lo observado y expresado en la campaña, se hayan implícitos entre las personas.

La experiencia de visitar variadas veces la escuela Humberto Vilches, y trabajar en conjunto con la directiva, y hacernos parte del cotidiano de los alumnos, nos recuerda una frase del texto “Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social” de Roland Barthes que nos acompaña en el proceso de taller:

“Tendremos que valernos de la interdisciplina y, en consecuencia del pensamiento complejo, ya que el diseñador como ente autónomo no será capaz de sobrevivir en un mundo social”.

Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social .
Roland Barthes, 1982

bibliografía



“Historia del Diseño Gráfico en Chile”
Pedro Álvarez Caselli
Editorial Ocholibros



“La imagen corporativa”
Norberto Chaves
Editorial GG Diseño



“Imagen corporativa en el siglo XXI”
Joan Costa
Editorial: La crujía



“La Educación Encierra un Tesoro,
Informe de la Comisión de la UNESCO
para la educación del siglo XXI”
Jaques Delors
Editorial Santillana



Aprendiendo a vivir juntos, Propuestas
de expertos nacionales y extranjeros
en Seminario Internacional.
Comisión Nacional Chilena de Cooperación
con UNESCO. Oficina de Relaciones
Internacionales
Ministerio de Educación.



“Política Nacional de
Convivencia escolar”
Unidad transversal educativa
Ministerio de Educación



“Conviviendo mejor en la
Escuela y en el Liceo”
Unidad transversal educativa
Ministerio de Educación

artículos



“Reflexiones básicas al diseñar para
el entorno social”
Claudia Mena González para FOROALFA



“La marca: vestimenta o disfraz?”
Norberto Chaves para FOROALFA



“El símbolo de una comunidad”
Norberto Chaves para FOROALFA

web consultadas

- » www.convivenciaescolar.cl
- » www.mineduc.cl
- » www.educarchile.cl
- » www.unicef.cl
- » www.exposicionsergiolarrain.cl
- » www.tomasmunita.com
- » www.jessicahilltout.com
- » www.cosasvisuales.com
- » kuler.adobe.com/es
- » www.foroalfa.org

Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social

Un diseño se muestra contextualmente para inducir, informar o motivar acciones e impacta un grupo social con características propias, lo que hace necesaria la investigación.

Si consideramos que el entorno es todo lo que rodea a algo o a alguien, entonces, al diseñar un comunicado visual, éste se inserta en un espacio con circunstancias y características específicas que muchas veces pueden pasarse por alto. Sin embargo no podemos omitir aspectos relevantes tales como el contexto social, el capital económico, el capital cultural; lo cual nos llevaría a un proceso de investigación a través de diferentes disciplinas como la sociología, la antropología y la psicología, entre otras, y en consecuencia al sustento teórico de nuestros diseños.

Tengamos en cuenta que no diseñamos para nosotros mismos, sino para un grupo social. Por lo tanto, para generar empatía entre lo que hacemos y lo que los otros observan, debemos comprender que cada grupo cuenta con una identidad, memoria colectiva, histórica, política además de memoria visual. No se pueden retomar elementos o imágenes estereotipadas sobre todo si se pretende propiciar una respuesta: demanda, denuncia, reflexión, intervención o acción a través del diseño realizado. Joan Farrer, expresa: «los estudiantes entienden lo visual, no lo ideológico» por lo tanto, nuestra labor actual obliga a, antes de diseñar, indagar sobre el entorno y grupo social, en virtud de que muchas veces diseñamos para grupos humanos a los cuales ni pertenecemos ni conocemos.

«La representación realista de la acción humana es la condición primera de un conocimiento científico del mundo social; por lo tanto el análisis sociológico constituye uno de los instrumentos más poderosos de conocimiento de uno mismo como ser social, es decir como ser singular».

Generalmente le atribuimos al receptor de nuestro comunicado visual un rol pasivo, de consumidor o cliente. Desarrollamos el discurso visual adecuado a las necesidades y deseos que arrojan los estudios de mercado, la moda, el contexto histórico, la globalización, además de nuestro bagaje cultural. Somos los propios diseñadores quienes conocemos, aplicamos la metodología y recursos de la sintaxis visual y diseñamos; olvidando, muchas de las veces, que nuestra labor incluye la participación activa

en el entorno, primordialmente al comunicar e inducir a la reflexión o acción como situación secundaria.

Baldwin y Roberts (2007) aclaran que todo diseño impacta y debe propiciar alguna contribución al mundo; su base no es solo visual sino comunicativa, sustento de relaciones. El diseño gráfico se mezcla con la política, el medio ambiente, la educación, fomenta la cohesión social y si no se tienen en cuenta todas las áreas de acción y participación, entonces resulta una disciplina irrelevante. No se trata solo de diseñar en el soporte, es necesario comprender que somos constructores y deconstructores de ideas y de individuos. Con las imágenes enriquecemos el espacio social, al diseñar para el prójimo ponemos en juego mecanismos sociales y psicológicos que alteran la individualidad; ejemplo de ello es la reproducción de valoraciones simbólicas y culturales de género de las cuales todos somos parte por el simple hecho de ser entes sociales.

La comunicación ha dejado de ser vertical, actualmente establece relaciones horizontales en las que la «cultura de la comunicación es rica y compleja». Por eso se hace necesaria una cultura de la investigación que ayude no solo a entender los nuevos nexos, sino a instrumentarlos al momento de diseñar.

Como planteamiento elemental al momento de recibir la encomienda de un diseño, debemos partir de la pregunta: ¿quién es el emisor?, investigando y considerando sus antecedentes históricos y visuales. Posteriormente entra en juego nuestra creatividad para integrar inteligentemente: el mensaje: «qué» se va a comunicar; «a quién», es decir, a qué grupo social; «cómo» y «dónde» a través de propuestas, soportes y análisis del medio ambiente, así como espacios en los que el diseño gráfico pueda ser exhibido: entornos urbanos, naturales, rurales o virtuales. Tendremos que valernos de la interdisciplina y en consecuencia del pensamiento complejo, ya que el diseñador como ente autónomo no será capaz de sobrevivir en un mundo social.

«La emisión y la recepción del mensaje, necesitan de la sociología: hay que estudiar los grupos humanos, definir sus móviles, sus actitudes y tratar de relacionar el comportamiento de esos grupos con la totalidad de la sociedad de la que forman parte». Barthes, 1982 (FOROALFA)

