



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño

TRABAJO FINAL DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL
Y MATERIAL DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL
TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA EN NIÑOS**

“STORIA” LAS FORMAS DEL AUTISMO

Tejada Riolfo Jimena del Mar

2024



FACULTAD DE ARQUITECTURA,
URBANISMO Y DISEÑO
Universidad Nacional De San Juan

Trabajo final de **DISEÑO GRÁFICO**

Año 2024

**Diseño de sistema de identidad
visual y material de sensibilización
sobre el Trastorno del Espectro
Autista en niños.**

“Storia” las formas del autismo.

Jimena del Mar, Tejada Riolfo

Cátedra

Profesor Titular: D.I. **Leonardo Ficcardi**

Profesor Adjunto: Esp. D.G. **Viviana Lillo**

Profesor Adjunto: D.G. **Sandra Pereyra**

A mi familia, quienes nunca dudan de mí

*A mi familia uruguaya, que a pesar de la distancia
la siento muy cerca*

A mi novio, el amor de mi vida

A mis amigos, por nunca dejarme caer

*A la cátedra Ficcardi y a la FAUD, por darme las
alas y enseñarme a volar*

ÍNDICE

1. DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN

- 1.1 Tema del proyecto
- 1.2 Título del proyecto
- 1.3 Planteamiento del problema / Necesidad
- 1.4 Justificación / Factibilidad
- 1.5 Marco teórico
- 1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatarios)
- 1.7 Recopilación y análisis de antecedentes

2. IDEA

- 2.1 Definición de objetivos
- 2.2 Estrategias

3. SOLUCIÓN

- 3.1 Referencias
- 3.2 Anteproyecto

4. REALIZACIÓN

- 4.1 Proyecto
- 4.2 Contextualización
- 4.3 Bibliografía

1. DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Diseño de sistema de identidad visual y material de sensibilización sobre el Trastorno del Espectro Autista en niños.

1.2 Título

“Storia” las formas del autismo.

1.3 Problema / Planteo de la necesidad

El diseño gráfico desempeña un papel crucial en la creación de material educativo. No se trata únicamente de estética superficial; es fundamental construir diseños basados en fundamentos pedagógicos sólidos que cumplan una función específica. En el caso del autismo, existe una notable falta de material gráfico que explique claramente este trastorno. La mayoría de los recursos disponibles se limitan a descripciones textuales, lo cual puede dificultar la comprensión. Incorporar elementos visuales no solo facilitaría la comprensión del autismo, mostrando de manera accesible cómo se manifiesta y afecta a quienes lo experimentan, sino que también promovería una mayor conciencia y empatía en la sociedad.

Imaginemos a un niño con autismo en su entorno escolar. Sus compañeros y maestros pueden tener un conocimiento limitado sobre su condición, lo que podría resultar en barreras de comunicación y falta de empatía. Este proyecto busca no solo informar, sino también sensibilizar a través del diseño gráfico, mejorando la calidad de aprendizaje tanto para las personas con autismo como para la sociedad en general.

1.4 Justificación / Factibilidad

La Fundación BRINCAR, cuenta con los recursos económicos necesarios para solventar gastos, ya que recibe un gran apoyo de la sociedad y de diferentes organizaciones, ya sea a través de donaciones, charlas, talleres, etc. Es una fundación en la que sus voluntarios disfrutan participando y contribuyendo a la sensibilización del autismo. Y tiene un gran reconocimiento a nivel nacional, lo que facilita la difusión y ejecución del proyecto en muchas provincias del país. Además, difunden mucha información gráfica, por lo que será factible comunicar el autismo a través de ilustraciones.

1.5 Marco Teórico

Autismo

La Organización Mundial de la Salud define al autismo como un conjunto de afecciones diversas relacionadas con el desarrollo del cerebro, y cito "Aunque las características pueden detectarse en la primera infancia, a menudo el autismo no se diagnostica hasta mucho más tarde.

El autismo se caracteriza por algún grado de dificultad en la interacción social y la comunicación. Otras características son unos patrones atípicos de actividad y comportamiento; por ejemplo, dificultad para pasar de una actividad a otra, una gran atención a los detalles y reacciones poco habituales a las sensaciones.

Las capacidades y las necesidades de las personas con autismo varían y pueden evolucionar con el tiempo. Aunque algunas personas con autismo pueden vivir de manera independiente, otras necesitan atención y apoyo constantes a lo largo de toda su vida. El autismo a menudo influye en la educación y las oportunidades de empleo. Además, puede imponer unas exigencias considerables a las familias que prestan atención y apoyo. Las actitudes sociales y el nivel de apoyo y los servicios que prestan las autoridades locales y nacionales son factores importantes que determinan la calidad de vida de las personas con autismo".

La Organización Mundial de la Salud afirma que los datos científicos parecen indicar que el autismo nace a partir de diversos factores, tanto genéticos como ambientales, que influyen en las primeras fases de desarrollo del cerebro.

"El Trastorno del Espectro Autista (TEA) es una condición que dura toda la vida y que altera la capacidad de una persona para comunicarse y relacionarse con otros."

- Fundación BRINCAR

El autismo suele influir en la educación de la persona y en las oportunidades de empleo que puede tener a lo largo de su vida. Además, impone mayores exigencias a las familias y las autoridades de las instituciones con las que se relacionan, ya que son factores importantes que influyen y determinan la calidad de vida de las personas con autismo, cuya vida en sociedad se ve afectada por sus limitaciones comunicacionales.

Características

- Especificidad: las características del TEA son únicas, aunque a menudo se presentan junto a otras condiciones como discapacidad intelectual, trastornos del lenguaje o problemas de salud mental.
- Causas y origen: el autismo tiene un origen genético, aunque no se ha identificado un solo gen responsable. Es el resultado de múltiples mutaciones genéticas en interacción con el entorno. Se cree que más de cien genes distintos pueden estar involucrados,

y factores ambientales también contribuyen significativamente al desarrollo del autismo.

- Discapacidad invisible: el TEA no presenta rasgos físicos diferenciadores; se manifiesta en las competencias cognitivas y del comportamiento de la persona.
- Variabilidad: no hay dos personas con TEA iguales; cada una tiene intereses, capacidades y necesidades propias, a pesar de compartir el mismo diagnóstico.
- Ciclo de vida: el TEA está presente a lo largo de toda la vida de la persona, aunque sus manifestaciones pueden variar dependiendo de la etapa de vida, experiencias y apoyos disponibles.
- Familias: las familias son el principal apoyo de la persona con TEA, y la condición afecta no solo a la persona diagnosticada sino también a sus seres cercanos.

El autismo en las escuelas

Los niños con TEA presentan en el aula los problemas inherentes a su condición, por lo tanto, requieren el uso de estrategias adecuadas para que puedan desenvolverse en el ambiente escolar. Es muy importante la cooperación activa entre los padres y maestros, para hacer frente a los problemas que puedan surgir en el aula. Suelen tener comportamientos muy diferentes entre sí, por esto es de vital importancia pensar en cada alumno como una sola persona para proporcionar el apoyo individualizado y ayudar en el crecimiento.

Soledad Zangroniz (presidenta de la Fundación BRINCAR) afirma que la inclusión educativa es un tema que siempre aparece en los encuentros con las familias y que para ellos es vivido como un gran desafío, como una batalla que hay que librar.

La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad garantiza la educación inclusiva a nivel mundial, estableciendo que ningún estudiante debe ser excluido del sistema general de educación debido a su condición. Los Estados están obligados a asegurar sistemas educativos inclusivos en todos los niveles, proporcionando los apoyos y ajustes necesarios para aquellos que los requieran. Ratificada por Argentina en 2008 y con jerarquía constitucional desde 2014, este tratado asegura la plena inclusión de niños en la escuela. Dependiendo del grado de autismo y los apoyos necesarios, pueden asistir a escuelas regulares con la ayuda de maestros integradores, o bien a escuelas especiales o Centros Educativos Terapéuticos (CET).

Sin embargo, Soledad Zangroniz manifiesta que la ley no se cumple en todos los casos, y cito "En Brincar tenemos familias que llegan a transitar entre 25 a 30 escuelas hasta que consiguen una vacante. Y el hecho de conseguirla no implica necesariamente que tu hijo vaya a ser incluido en el trayecto educativo. Muchas veces la escuela recibe a los chicos, pero no tiene docentes formados para poder acompañar su trayecto educativo. O te dicen que tienen vacante, pero cuando llega el momento de entrar, resulta que en esa misma sala tenés tres o cuatro chicos integrados con diferentes condiciones o diagnósticos".

Una vez que las familias logran que el niño ingrese a la escuela, el siguiente paso es asegurar la presencia de la maestra integradora. Sin embargo, en muchas ocasiones, puede llevar meses obtener el certificado y asignar un apoyo integrador. Además, algunas escuelas exigen la presencia de la maestra integradora para admitir al estudiante, aunque esto no esté respaldado legalmente.

Para lograr una verdadera inclusión educativa, es necesario adoptar una perspectiva integral. La inclusión no puede depender únicamente del director de la escuela, del docente a cargo o de las familias, y mucho menos de la persona con autismo. Se necesita todo el apoyo de la comunidad, y tener una mayor empatía, así como un mayor entendimiento sobre qué es el autismo.

Comunicación visual

El diseñador hace un uso continuo de los medios de comunicación para expresarse y transmitir sus ideas hacia sus receptores. A través de estos medios, comunica sus pensamientos, ideas, saberes, de una forma fugaz; esto le da cierta ventaja a la hora de captar la atención del receptor. Los destinatarios tienen una gran importancia también en el proceso comunicativo, ya que es necesario que se dé una relación funcional; provocando algo que llame su atención y que, a su vez, construya significados.

No se puede comunicar para todo el mundo, pero tampoco se puede comunicar para nadie. Además, no necesariamente necesitamos palabras para comunicar, nos podemos ayudar de signos, imágenes, sensaciones; todo nuestro cuerpo comunica. Esto es a lo que más recurre el diseñador gráfico, ya que su mensaje tiene cierta percepción que puede involucrar a más de un sentido. Al fin y al cabo, el diseño gráfico es comunicación visual, todo lo que nos rodea nos dice algo.

Toda pieza de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico; en otras palabras, se crea porque alguien quiere comunicar algo a alguien. Esta es una de las razones por las que no es posible juzgar a una pieza de diseño gráfico sólo sobre la

base de su sofisticación visual. Las funciones secundarias de ciertas piezas de diseño gráfico que con el tiempo se transforman en elementos ornamentales, [...] no deben distorsionar la percepción de la razón de ser del diseño gráfico. (Frascara Jorge, 1988)

Según Joan Costa, comunicar, que es poner en común, compartir, es una cuestión de dos polos humanos, uno que concibe, codifica y emite un mensaje para que otro haga el mismo recorrido, pero a la inversa: lo recibe, lo decodifica y lo interpreta.

"Quizás se trata de reunir, una vez más, el arte de las imágenes, las voces de los relatos y las promesas de los proyectos."

- Enrique Longinotti

Bruno Munari afirma que cualquier comunicación visual intencional es portadora de información práctica y estética. Puesto que la estética está presente en el mensaje visual, hay que procurar la inclusión de elementos que mejoren el aspecto formal del mensaje, lo que a su vez puede favorecer el proceso comunicativo, si así se logra captar la atención del destinatario.

En el caso de los niños con autismo, la comunicación visual es crucial en la sensibilización y educación sobre el Trastorno del Espectro Autista, ya que facilita la comprensión de información compleja sobre el autismo mediante el uso de imágenes, gráficos y símbolos, lo que es especialmente útil para personas con dificultades en la comunicación verbal y escrita.

También, las representaciones visuales ayudan a proporcionar una referencia clara y concreta, reduciendo la posibilidad de malentendidos y ambigüedades en la información escrita. Además, las herramientas visuales suelen ser más impactantes y memorables, lo que aumenta la retención de la información y promueve una mayor concienciación y empatía hacia el autismo.

A las personas con autismo les resulta difícil expresar sus emociones y entender las emociones de los demás. Es necesario que cuenten con medios alternativos para comunicarse y expresarse.

Diseño para la educación

El diseño para la educación, si bien participa del diseño de información y de persuasión, tiene también elementos originales que merecen atención especial. La educación no es reducible a la transmisión de información. (...). Al preparar material educativo es indispensable considerar que el aprendizaje es mejor y más duradero cuando se adquiere en forma activa. En función de implementar este principio, el diseñador, más que diseñar material didáctico, diseña situaciones didácticas, en las cuales maestros y alumnos completan el plan del material propuesto. (Frascara Jorge, 2006)

En su obra "Diseño gráfico publicitario", Manuel Vozmediano y Ricardo Vizcaíno-Laorga delimitan y definen en palabras el actuar

"El diseño no es un asunto intelectual ni material, sino sencillamente, una parte integral de la sustancia de la vida."

- Walter Gropius

y las implicancias del diseño en la comunicación visual, y cito "El diseñador gráfico debe tener como principal misión la correcta transmisión del contenido del mensaje por encima de otros fines. A diferencia de los trabajos artísticos, el principal objetivo del comunicador visual es transmitir un mensaje concreto".

Diseño editorial

Según la Universidad Europea, el diseño editorial va más allá de la simple estética visual, y cito "Es un proceso creativo que consiste en organizar y estructurar la información para que el contenido sea comprensible de cara al lector y destaque el mensaje principal. Este implica la creación de una narrativa visual que fusiona la estética con la funcionalidad. Desde la elección de tipografías hasta la disposición de imágenes y gráficos, cada elemento se selecciona cuidadosamente para transmitir un mensaje claro".

En cuanto a su utilidad, el diseño editorial actúa como un medio para comunicar información de manera que permanezca en la memoria. Al utilizar técnicas de diseño apropiadas, se consigue captar y mantener la atención del lector a lo largo del contenido.

Además, juega un papel fundamental en la retención de información, ya que un diseño atractivo y bien estructurado facilita la asimilación del mensaje, mejorando la experiencia del usuario y generando un impacto duradero.

El diseño editorial es una herramienta estratégica para transmitir mensajes en diversos medios. Desde revistas impresas hasta páginas web y aplicaciones móviles, se adapta a diferentes formatos y plataformas, alcanzando así a una amplia audiencia.

Se emplea en diversas áreas, tales como:

- Medios impresos: Desde la maquetación de revistas hasta la creación de diseños llamativos para periódicos, el diseño editorial garantiza una presentación visual impactante y atractiva en los medios impresos.
- Libros y publicaciones literarias: En el ámbito editorial, el diseño es crucial para libros y otras publicaciones literarias. La elección de tipografías, el diseño de portadas y la disposición del contenido contribuyen a una experiencia de lectura agradable y atractiva.
- Publicaciones digitales: Con la llegada de la digitalización, el diseño editorial se ha adaptado al entorno online, asegurando una presentación visual efectiva y una óptima experiencia de usuario en blogs, sitios web y otras publicaciones digitales.

- Redes sociales y contenido digital: Desde gráficos llamativos hasta la maquetación de publicaciones, el diseño editorial ayuda a captar la atención en entornos digitales.
- Branding y materiales corporativos: En el ámbito empresarial, el diseño editorial se extiende a la creación de materiales corporativos, como folletos, informes anuales y presentaciones, fortaleciendo la identidad visual y comunicativa de las marcas.
- Packaging: Influye en la presentación de productos a través del embalaje. La disposición de elementos gráficos, colores y tipografías es fundamental para destacar un producto en los estantes de una tienda.
- Publicidad impresa y digital: Tanto en anuncios impresos como en campañas digitales, el diseño editorial ayuda a transmitir mensajes de manera efectiva y lograr un impacto en la audiencia.
- Educación online y e-learning: En el sector educativo, el diseño editorial contribuye a la presentación visual de contenidos en plataformas de educación online y e-learning, facilitando la comprensión y retención del material.
- Eventos y exposiciones: En la promoción de eventos y exposiciones, el diseño editorial se utiliza para crear material promocional visualmente atractivo, desde folletos hasta banners, capturando la atención de los participantes.

Funcionalidades del color

El color es un componente fundamental en todo diseño, por lo que ha sido ampliamente estudiado en el campo de la comunicación visual. En el contexto editorial, la creciente adopción del color lo ha convertido en un elemento comúnmente utilizado.

En su obra "Fundamentos de la teoría de los colores", Küppers expone sobre los estudios del color, y cito "el color no es un fenómeno físico, sino fisiológico. El color es única y exclusivamente la sensación de color. En consecuencia, la ley fundamental de la teoría de los colores es la que rige el funcionamiento del órgano de la vista".

Según Manuel Vozmediano y Ricardo Vizcaíno-Laorga, el aporte del color al mensaje visual es muy variado. Un incorrecto uso del factor cromático perjudica notablemente la comunicación a la par que desaprovecha su potencial comunicativo.

Se pueden clasificar las principales funcionalidades comunicativas del color de la siguiente manera:



Película Intensa-mente de Disney (2015)



- Informativa: el color se manifiesta como un componente de las imágenes para que éstas reflejen el hecho natural de la presencia del color en la realidad u objeto de referencia. Se puede definir como color denotativo, es decir, cuando el color es utilizado en su capacidad de representación figurativa, esto es, incorporado a las imágenes realistas de la fotografía o la ilustración. (Joan Costa, 1992)

- Compositiva: se considera que el color desempeña una función compositiva cuando condiciona o favorece la lectura del mensaje visual. El color en la comunicación visual desempeña múltiples funciones claves: atrae la atención y se convierte en un punto focal, facilita la comprensión del mensaje al hacer más clara su decodificación, asocia elementos relacionados o de distintas tipologías, organiza y estructura la información, previene la monotonía visual, y crea ritmos que evocan sensaciones específicas.

- Connotativa: el color es portador de un significado adicional a su capacidad representativa, ya que un mismo color puede connotar diferentes cosas según el contexto en el que se lo analice.

- Simbólica: es una asociación cromática y de un significado, pero con una diferencia sustancial y es que dicho significado es producto de una convención y suele tener carácter arbitrario. Tiene un carácter universal.

Forma

Los textos, dibujos, pinturas, decoraciones, diseños y garabatos creados por humanos exhiben contornos y colores que se perciben como formas bidimensionales. Estas formas, al ser bidimensionales, se componen de puntos, líneas y planos que se encuentran sobre superficies planas.

Una forma representa un espacio positivo, es decir, un espacio que está ocupado. El espacio vacío que rodea a una forma se denomina espacio negativo.

Para visualizar una forma, es necesario emplear puntos, líneas y planos que delineen sus contornos, características de superficie y otros detalles. Cada método o enfoque utilizado produce un efecto visual distinto, aunque el contorno general de la forma se mantenga siempre constante.

Según Wincius Wong, todo lo visible tiene forma. La forma es todo lo que se puede ver, todo lo que tiene contorno, tamaño, color y textura, ocupa espacio, señala una posición e indica una dirección. Una forma creada, puede basarse en la realidad -reconocible- o ser abstracta -irreconocible-. Una forma puede haberse creado para transmitir un significado o mensaje, también puede ser meramente

decorativa. Puede ser simple o compleja, armónica o discordante. En sentido estricto, las formas son contornos compactos y positivos que ocupan un espacio y se diferencian del fondo.

Wincius Wong afirma que las formas pueden clasificarse de manera genérica según su contenido específico.

- **Figurativas:** una forma figurativa puede ser ejecutada con realismo fotográfico o con un cierto grado de abstracción. Si el tema no se puede identificar, la forma es no figurativa. La forma presenta una realidad transformada, que sugiere volumen y espacio.

"La ilustración es un sinónimo de comunicación, y tiene su base en el texto verbal."

- Daniel Roldán

- **Naturales:** derivan de las figurativas pero el tema es algo relacionado a la naturaleza, la forma se define de esta manera. Estas formas entienden los organismos vivientes y objetos inanimados que existen en la tierra, tanto en la superficie tierra como en océanos o aire.

- **Artificiales:** son formas figurativas que derivan de objetos y entornos creados por el hombre, algunos ejemplos son: edificios, muebles, vehículos, máquinas, etc.

- **Verbales:** son las formas basadas en elementos del lenguaje escrito, como los caracteres, letras, palabras y cifras, estos posibilitan comunicaciones visuales precisas. Son formas figurativas ya que describen una idea identificable, en lugar de algo que existe en un sentido material.

- **Abstractas:** son formas que carecen de tema identificable, que no represente algo en particular. Estas formas expresan la sensibilidad del diseñador para con el contorno, color y composición sin basarse en elementos identificables. Pueden nacer a partir de una forma que está basada en un tema que ha perdido sus señas de identidad debido a una transformación excesiva, o que resulta de la experimentación con materiales y genera resultados inesperados.

Ilustración

La ilustración ha cambiado de lugar. De ser la tarea colateral de un artista -quizás necesitado económicamente- se transformó en una actividad reconocida en sí misma. Ha dejado de ser un campo menor del arte y se ubica como actor principal en un nuevo escenario. (Palabra de ilustrador - Daniel Roldán, 2021)

Los ilustradores nos desenvolvemos en el ámbito de las interpretaciones, creando formas icónicas que pueden contener significados para el espectador. Para lograr esto, utilizamos signos y símbolos que resultan eficaces para organizar elementos que surgen en nuestra mente.



Libro Los lunes, autismo - Fundación Orange (2017)

Según Norberto Chaves, en la esencia de la ilustración están su carácter transitivo y su servicio al lenguaje; ilustrar es ilustrar algo, y ese algo es siempre de naturaleza verbal: un texto, una frase, una idea. Tal compromiso, que en el arte puro representa una opción entre tantas, en la ilustración es su condición de existencia: sin referente verbal, no hay ilustración en sentido estricto.

Hay una horizontalidad entre el texto y la ilustración. La ilustración no se encuentra subordinada al texto, sino que ambos están subordinados al tema. Siempre se acompaña la ilustración con un texto, formando una asociación, cuya combinación produce un mensaje donde ambos tienen igual nivel de importancia.

Daniel Roldán instaaura algunas funciones de la ilustración:

- Conectar: establece la necesidad de producir un mensaje vinculado con un receptor, por eso se entiende dentro del área de la comunicación y se pone mucho énfasis en la transmisión de conceptos y construcción de un lenguaje personal. Una ilustración funciona porque logra comunicar.
- Interpelar al lector: el receptor es atrapado por lo que ve, ya que se lee mucho más rápido de lo que se tarda en leer un texto, luego la imagen se resignificará a partir de lo que se conoce si tiene, por ejemplo, un texto que la acompañe.
- Identidad: se la da el desempeño en el campo visual y agrega su dimensión estética.
- Persuadir: la ilustración puede convertirse en una herramienta para manipular o hacernos elegir entre ciertas opciones, como ocurre con las ilustraciones publicitarias y políticas, por ejemplo.
- Informar: esto ocurre en el caso de publicaciones didácticas, infografías, manuales escolares, enciclopedias o en muchos textos de carácter científico.
- Actualizar: como es el caso de textos tradicionales donde se pueden alterar las coordenadas de espacio y tiempo, conservando la estructura de la historia y llevándolos a un lenguaje o interpretación contemporáneos.

- Describir: desliga al emisor de ciertas explicaciones contextuales, la ilustración es más efectiva, precisa y, en cierto punto, esa función le es inevitable.

También, Daniel Roldán establece algunas características de la ilustración:

- Eficacia: para comunicar aquello que se propone, de manera eficiente y segura. Debe tener la capacidad de producir el efecto deseado en el receptor, como generarle expectativa.

- Síntesis: representa algo limitándose a sus rasgos esenciales. Es también una función en el diseño.
- Novedad: es muy importante el cómo, es decir, la forma que se le dé a esa idea para que lo que se ilustre se separe del resto de representaciones gráficas y merezca que alguien se detenga a mirarlo.
- Jerarquías: a los elementos que lo componen. Es un discurso visual que está compuesto por varios signos y símbolos. Construir una ilustración implica dar jerarquías a esos elementos elegidos para poder captar la naturaleza del tema.
- Elementos narrativos: que componen la ilustración, provenientes de nuestro universo simbólico. Un buen ilustrador trabaja enriqueciendo la significación de los símbolos y signos, desplazando, recombinaando elementos, generando nuevos discursos o afirmando los existentes.
- Contexto: en el que aparecen las ilustraciones, ya que la significación dependerá del lugar y el momento definido para cada figura.

El dibujo como una herramienta de diseño

El mundo del cómic (dibujo de historietas) y el del diseño se encuentran estrechamente unidos; el diseñador puede manejar este lenguaje gráfico debido al potencial comunicativo y representativo que le proporciona, tanto por parte del dibujo como de la propia estructura narrativa por la descripción de situaciones y entornos, tratándose de una importante herramienta creativa. (El proceso creativo en un proyecto de diseño: una experiencia en viñetas - Urquía Mosquera, A. y López Forniés, I. 2020)

Algunos beneficios de los cómics pueden ser:

- Fomentan la autonomía lectora: al ser historias narradas principalmente a través de viñetas secuenciadas, resulta muy sencillo para los niños seguir el argumento, independientemente de su habilidad como lectores. Incluso existen cómics para niños que aún no saben leer, donde, sin ningún texto, pueden entender la historia solo con las ilustraciones.
- Estimulan la imaginación y creatividad de los niños: tienen poco texto porque las imágenes ya narran gran parte de la historia, lo que obliga a los niños a observar e imaginar lo que está sucediendo.
- Son muy motivadores: ya que los cómics se perciben como algo lúdico, debido a su similitud con el cine o los dibujos animados. Y lo lúdico es divertido, y lo que es divertido motiva. Además, la motivación es la base del aprendizaje, así que se puede decir que los cómics fomentan el deseo de aprender a leer.

- Añaden variedad a la biblioteca infantil, lo cual siempre es positivo para fomentar la lectura.
- Son un recurso excelente cuando hay problemas de comprensión lectora, gracias a la secuenciación y el apoyo visual.
- Ayudan a reconocer emociones a través de las expresiones: una boca muy abierta indica sorpresa, el pelo erizado sugiere miedo, etc.
- Muchos cómics son series, lo que invita a los lectores a seguir las aventuras de personajes ya conocidos, promoviendo así la lectura continua. Además, es bien conocida la faceta coleccionista de muchos niños.
- Debido a su lectura ágil, mantienen el interés y el placer por los libros en esa difícil etapa en la que los niños pueden empezar a leer libros más largos, pero algunos se sienten abrumados o fatigados por tanto texto.

Personajes

El personaje suele ser el protagonista de la narrativa, pero también puede serlo el entorno, por ejemplo, puede asumir ese papel, dependiendo del punto de vista desde el que se quiera contar la historia. Sin embargo, si se centra en el personaje, se pueden descubrir varios aspectos a analizar en las narrativas. Entre estos aspectos se encuentran:

Personalidad

Cuando se diseña o crea un personaje, es esencial definir ciertos criterios que se deben mantener a lo largo de la obra. En animación, por ejemplo, es crucial construir una imagen clara y consistente del personaje que todos los animadores seguirán para asegurar continuidad y coherencia. Un personaje no puede cambiar de apariencia de un cuadro a otro sin una razón narrativa específica. Es fundamental entender que no se puede abarcar todo al elegir las características del personaje; es necesario saber qué mostrar y qué se omite.

Movimiento

Un personaje no es estático, se mueve, realiza acciones y genera situaciones. Un personaje adquiere mayor complejidad cuando se le añade acción y movimiento. Las líneas de movimiento anticipan cómo se moverá el personaje, haciéndolo mucho más dinámico en la escena. Este tipo de movimiento enriquece el lenguaje del personaje. Una persona parada transmite una cosa, pero al moverse, se transforma automáticamente. Lo mismo ocurre con el personaje: en estado estático es una cosa, pero en movimiento es otra.



Estudio del movimiento de un personaje.
Ilustración de Daniela Kantor.

La línea de acción es un trazo imaginario que define la acción del personaje en el espacio. Es fundamental para construir movimiento, ritmo, naturalidad y eficacia expresiva. Indica dirección y potencia, y se utiliza para lograr dibujos dinámicos y evitar rigidez. Se puede complementar con líneas cinéticas para mayor realismo. Entonces, se comienza trazando las líneas de acción, luego se dibujan las formas básicas del esqueleto, la columna vertebral del personaje, se viste y así se completa el dibujo.

Lenguaje corporal

El lenguaje corporal es una forma de expresarse, mostrar y contar. Aunque el personaje esté estático, su línea de acción representa su estado de ánimo. Incluso sin hacer nada, el cuerpo comunica. Un personaje puede parecer inmóvil, pero siempre está ocurriendo algo en su interior. Según el enfoque del ilustrador, algunos personajes pueden tener mayor o menor capacidad de expresión. Esto también dice mucho sobre el personaje: reducir o limitar sus expresiones revela su personalidad, al igual que sumar o multiplicar gestos y movimientos, contrastando diferentes personalidades.

Es crucial que el lenguaje corporal transmita lo que el personaje siente. Si no podemos descifrar una expresión, parte de la comunicación se pierde, y como ilustradores, se debe transmitir algo claro. Interpretar las formas de expresión es una excelente manera de comunicar a través del personaje.

Las manos del personaje son otro ejemplo: aunque son difíciles de dibujar, son extremadamente expresivas. Incluso un personaje con pocas palabras puede comunicar mucho a través de sus manos y reforzar su mensaje.

Rasgos distintivos

La sociedad se representa mediante un lenguaje visual familiar que nos hace creer en la historia que se cuenta. Se construye un universo nuevo e inexistente utilizando elementos referenciales de la cultura existente, creando así un nuevo universo visual. Esta es la riqueza de combinar varios elementos existentes para crear nuevos universos, personajes, entornos y lenguajes.

Cada persona aporta su propio bagaje cultural y de información y, al enfrentarse a formas que no reconoce de inmediato, su cerebro comienza a recomponer con lo que ya conoce. Empieza a identificar o a intentar identificar formas y elementos comunes. Cada uno observa una imagen y la reconstruye según su propia impronta, siempre distinta de la de los demás. Es fundamental entender que toda la polisemia de una imagen se activa en la medida en que cada persona hace contacto con lo que conoce o reconoce.

Vestuario

Los personajes pueden presentarse desnudos o vestidos. Se puede adoptar una postura activa de documentación para investigar el contexto histórico y social en el que esos personajes vivieron o viven y cómo se vestían en la época representada. Por un lado, los modelos pueden ser muy simples para asegurar una animación fluida. Por otro lado, se puede diseñar un vestuario más complejo para aportar un toque distintivo de personalidad a cada uno.

Materialidad

La materialidad es otra forma de añadir un elemento adicional a la narrativa del personaje. Aunque la materialidad no necesariamente construye un perfil psicológico del personaje, sí puede situarlo mejor en su contexto, proporcionando más información sobre él. Sin contarle desde el texto, la materialidad da a entender algo más del personaje, cuenta otro aspecto suyo y da otros puntos de vista.

1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatarios)

Fundación BRINCAR

Fundación BRINCAR trabaja por la calidad de vida de las personas con autismo desde la detección temprana hasta la vida adulta. Lo hace acompañando a las familias, brindando formación profesional y generando espacios, actividades y oportunidades amigables de inclusión social. Su visión es ser una organización modelo referente del autismo en Latinoamérica. Esta fundación es ideal para el proyecto porque ya han realizado actividades o talleres en escuelas, y tienen un gran reconocimiento a nivel nacional, lo cual les permite financiar sus proyectos a través de donaciones y eventos, además de la promoción de materiales de trabajo (libros, folletos, trípticos, afiches).



Entrevista a Laura Marrone, madre de una niña con autismo

Para entender mejor a quienes se dirige este proyecto, se realizaron unas preguntas a una madre de una niña autista, con el fin de comprender mejor su experiencia y cómo vive el autismo de cerca:

1. ¿Cómo fue el proceso de diagnóstico de tu hija? ¿Hubo señales tempranas que te hicieron sospechar que algo estaba pasando?

Desde temprana edad sospechaba que algo pasaba. Demoraba en hablar (no se le entendía lo que decía), demoró en caminar. Tenía rabietas muy grandes, y conductas extrañas en el juego, y a diario, que eran repetitivas. Pero cuando le consultaba a su pediatra me decía que no me preocupara.

También comparaba su comportamiento con la de mi hijo mayor a su edad. Y cuando empezó el jardín con 2 años y poquito la maestra me dijo que la veía inmadura. Ahí otra vez volví a la pediatra, pero a otra, y sin darle opción le dije que quería hacerle a mi hija estudios y salir de dudas de si tenía algo. Me dieron pase a neuropediatra y ahí le hicieron un electroencefalograma, y resonancia magnética. Ambos le dieron bien porque no había lesión. Pero la diagnosticaron con trastorno generalizado en el desarrollo (TEA), así le llamaban antes.

2. ¿Qué desafíos has enfrentado como madre de una niña autista? ¿Cómo ha afectado el autismo la vida diaria de tu familia?

Desafíos desde el día 1 muchos, desde la inclusión tanto en el ámbito escolar, como a nivel de la sociedad. No existe la verdadera inclusión se los sigue viendo como "raros" dado que es un trastorno no visible. Y sigue habiendo mucha desinformación, a pesar de que se está mejor que hace muchos años atrás. Los mismos médicos me decían que no hiciera mucha cosa o buscara tratamientos raros. Y yo me propuse desde el día 1 que de alguna forma iba a sacar a mi hija adelante. No tenía idea de lo que era el autismo. Ni conocía ningún padre que estuviera en la misma situación. Lo que me llevo mucho trabajo el ir investigando y ver qué tratamientos había y que podía hacer.

Sobre afectación diaria en los primeros años todo era un desafío, el peinarse, el cambiar de ropa (tenía prendas repetidas) las comidas que aceptaba o bebidas eran pocas. Muchas texturas en ropa o en sabores eran un desafío. Los ruidos hasta lo simple de llamar "ya está la comida" en casa era que mi hija se asustara y se escondiera abajo de una mesa. Ir al súper o yo poder bañarme implicaba que alguien se quedara a su cuidado y yo poder hacer eso. Entre otras. Y lo más difícil era el manejo de las rabietas, que son crisis y duraban a veces 40 minutos. Ella tirada en el suelo llorando o gritando o pegándose.

3. ¿Qué apoyo y recursos has encontrado útiles para ayudar a tu hija a prosperar y desarrollarse de la mejor manera posible?

Apoyo casi ninguno. Salvo en los últimos años que di con un grupo de madres en la misma situación y bueno, poder intercambiar experiencias o conseguir información de nuevos tratamientos.

4. ¿Cómo es un día típico en la vida de tu hija y tu familia? ¿Hay rutinas específicas que sigan para ayudarla a sentirse cómoda y segura consigo misma?

Las rutinas son súper importantes. Ahora es más leve pero años atrás si se salía de los horarios o rutinas de costumbre, tenía como

resultado una crisis o rabieta y que se desestabilizara. Hoy en día, mantenemos las rutinas y por ejemplo, a la mañana le aviso lo que vamos a hacer en el día, ejemplo a tal hora toca baño. Y si vamos a salir, o tiene tratamiento, le recuerdo la hora. Es como programarle el día y a veces la semana. Eso le da seguridad y me evita que el factor sorpresa pueda ser un disparador de que se bloquee o de alguna crisis.

5. ¿Cómo ha sido la experiencia de tu hija con la escuela y la interacción social? ¿Qué desafíos ha enfrentado y cómo los han abordado juntas?

Bueno a nivel escolar la verdad es un poco triste. Durante los primeros años de jardín y los primeros años de escuela, los niños al ser más pequeños la integraban más y no se notaba tanto las diferencias. Pero luego, que fue creciendo, la integración fue más difícil. Las diferencias eran más notorias, las niñas tienden a ser más crueles y discriminar.

Mi hija no iba a los cumpleaños, salvo que a mí me invitaran y pudiera acompañarla. Eran contados los casos de las niñas que la integraban. Y ya en primer año de escuela, la hicieron repetir el año y eso complico más. Porque los referentes cambiaron. Y también los padres que la conocían desde el jardín. Y eso complicó más la integración. También, le exigieron que fuera con Acompañante Terapéutico, sino no podía ingresar al centro de estudio.

6. ¿Cómo manejas el estrés y el cuidado personal mientras cuidas de tu hija y gestionas las demandas del autismo en tu vida diaria?

Eso es todo un tema para las mamás que tenemos un hijo con estas características. En mi caso, siempre estuve sola al cuidado de ella. Mi prioridad siempre han sido mis dos hijos, pero en el caso de ella, depende al 100% de mí. No tiene autonomía, aunque hoy en día está mejor. Pero para bañarse, peinarse, lavarse los dientes, cortar la comida, etc., depende de mí. El estrés a lo largo de los años ha sido mucho. Y también los momentos de angustia.

Sobre todo, porque como mamá quiero que mi hija sea feliz. Y verla que no puede llevar una vida similar a la que otros chicos de su edad tienen duele. Verla llorar porque se siente excluida duele. Ver situaciones en la que se burlan de ella o no la incluyen y que ella se angustie y otras que ella no entiende, pero yo si me doy cuenta de que se burlan o la excluyen. Y es muy doloroso.

Pensar en su futuro el día que yo no esté y que puede pasar con ella es como una espina clavada que está ahí, me preocupa y me duele. Momentos difíciles ante crisis en público, ejemplo en un shopping y que la gente la mire y sentir la mirada del entorno mirando como

que es un bicho raro. Y bueno, me ha pasado muchísimas veces de volver en el auto manejando, y ella atrás llorando o en un grito en crisis, y yo manejar llorando.

Muchas veces llorar sin que nadie me vea. Y tragarme sola todo eso. Pero saber que tengo que estar bien para ella y para mi otro hijo. Estar entera y de pie. Nunca fui a un psicólogo porque la prioridad en tratamientos ha sido para ella. Y en los gastos la prioridad siempre son mis hijos, y ha sido así siempre.

Por lo que contención en mi caso o control de estrés, es todo propio. No me permito caer. He aprendido a tener mucha, pero mucha, paciencia y tolerancia. Aprendí a hacerme de una coraza y de una voluntad enorme. De donde sale del amor hacia un hijo. También, suelo hablar de vez en cuando con alguna mamá en la misma situación, pero generalmente me gusta más el ayudar a otras mamás que pasan por lo mismo, pero que están en un proceso inicial. Porque el ayudar a otros para mí es terapéutico.

Y tengo una amiga, mi mejor amiga, que es la madrina de mi hija, que te diría que es la única persona que a lo largo de los años me ha contenido y entiende la situación y a mi hija. Y fue la que me acompañó cuando me dio el diagnóstico la neuropediatra.

7. ¿Qué logros o momentos de alegría has experimentado junto a tu hija en su viaje con el autismo?

Bueno con el autismo aprendes mucho a valorar hasta los más pequeños detalles cotidianos. Valoras cada pequeño logro, desde una palabra que se dice (porque antes no se le entendía nada), que pueda ir a la playa y pise la arena. Que pueda decirte si le duele algo, que logre ser más flexible a los cambios, valoras que hoy en día, por ejemplo, elija su ropa sola, que sepa expresar sus emociones o decirte qué siente o qué la hace sentir mal o incómoda. Cosas que para otros puede ser una simpleza, para ellos significa un gran camino andado.

En el caso de mi hija, desde los 2 años y medio, va a terapias distintas, desde fonoaudiólogo, terapia ocupacional, psicomotricista, neuropediatra, psicóloga, psiquiatra infantil, psicopedagoga. A lo largo de los años, y hasta el año pasado, tenía todo eso que fue cambiando de acuerdo a sus necesidades de momento. Fue siempre a clínicas privadas. Y llegó a ir 3 veces por semana.

También pasó por 3 intervenciones quirúrgicas, que son trasplantes de células madres en el cerebro. Todo eso ha hecho que ella avance. Y cada uno de esos pasitos fue un festejo.

8. ¿Qué has aprendido a lo largo de este camino que te gustaría compartir para aquellos que desconocen sobre el autismo?

Aprendí a valorar la vida y la salud mucho más. A no bajar los brazos y sentir que, con constancia, con amor y dedicación nuestros niños pueden mejorar. Si bien es una condición que los va a acompañar toda su vida, ellos pueden mejorar. Aprendí a ser más tolerante. A tener más paciencia de la que ya tenía. A ser más empática, que es algo que a esta sociedad a veces le falta. Ellos son amor puro, son más inocentes y no tienen eso que nos impone la sociedad muchas veces. Son 100% sinceros y sin maldad. Se brindan al otro y sólo buscan que los acepten y los quieran, y los incluyan de verdad.

Definición del público objetivo Estudio del cliente y destinatarios

Para definir mejor el target, se decidió usar la técnica "buyer persona". Es una representación semi-ficticia del cliente ideal, basada en datos reales y características demográficas, comportamientos, necesidades y motivaciones. Esta representación se crea a través de la recopilación de información sobre la audiencia objetivo, como sus hábitos de compra, preferencias, desafíos y aspiraciones.

Datos demográficos

Nombre: Lucas

Edad: 8 años

Nivel educativo: segundo grado, nivel primario

Descripción:

Lucas es un niño alegre y curioso que disfruta aprendiendo en la escuela. Le gusta participar en actividades grupales y socializar con sus compañeros. Sin embargo, últimamente ha notado que uno de sus compañeros, Benja, quien tiene autismo, no es incluido completamente en el aula y tiende a estar solo durante la clase.

Características principales:

- Intereses: Lucas disfruta de las clases de arte y matemáticas, le encanta jugar fútbol en el recreo y es curioso por aprender sobre diferentes temas.
- Personalidad: es amigable, compasivo y le gusta ayudar a los demás. Tiene una actitud positiva hacia la escuela y se esfuerza por ser un buen estudiante.
- Relación con el autismo: aunque Lucas no tiene experiencia previa con personas autistas, y tampoco cuenta con información sobre este Trastorno, muestra interés en entender mejor a su compañero Benja y desea ayudarlo a integrarse en el aula de manera positiva.

Desafíos:

- Falta de integración: Lucas se preocupa por la falta de integración de su compañero autista en el aula y quiere encontrar formas de apoyarlo y hacer que se sienta incluido.
- Comprender el autismo: aunque tiene buena voluntad, Lucas necesita más información y orientación sobre cómo interactuar y apoyar a personas con autismo de manera efectiva, sin ofenderlo o provocar que se aisle aún más.

Objetivos:

- Ayudar a Benja: Lucas quiere encontrar maneras de apoyar a su compañero autista para que se sienta incluido y pueda participar activamente en las actividades escolares.
- Aprender sobre el autismo: Lucas está interesado en aprender más sobre el autismo para comprender mejor las necesidades y desafíos de su compañero y de otras personas con autismo.

Estrategias:

- Sensibilización y educación: Lucas busca aprender sobre el autismo a través de talleres, charlas o materiales educativos proporcionados por la escuela o profesionales especializados.
- Apoyo y amistad: Lucas quiere establecer una amistad con Benja y encontrar formas creativas de incluirlo en las actividades grupales y en la interacción con otros compañeros.

Canales o redes sociales frecuentadas:

- Instagram, YouTube, Spotify

Dispositivos que utiliza:

- Celular: dispositivo más usado por su posibilidad de comunicarse, jugar, ver videos, leer libros electrónicos y usar aplicaciones educativas diseñadas para niños. Prefiere el celular por ser un dispositivo intuitivo y fácil de usar.
- Computadoras: no es tan utilizado como el dispositivo anterior, pero muestra interés para realizar tareas escolares, explorar la web y jugar.
- Dispositivos de lectura electrónica: disfruta de la lectura, y cuando no puede leer de forma analógica opta por esta opción para acceder a libros electrónicos, en caso de no poder usar el celular.

1.7 Recopilación y análisis de antecedentes

Antecedentes Directos

En San Juan | MARATÓN AZUL PARTICIPATIVA DEL AUTISMO

El objetivo principal de este evento que fue organizado por el Instituto de Recuperación Integral del Niño Aislado (IRINA), con el apoyo de la Secretaría de Estado de Deportes, fue fomentar la inclusión social de las personas con esa discapacidad en el marco de las conmemoraciones por el Día Mundial de la Concientización sobre el Autismo, el cual tiene lugar cada año el día 2 de abril.

Se realizó el evento con inscripción gratuita y para toda la comunidad. Se solicitaba que el participante llevara una prenda azul, ya que este color simboliza el trastorno. Para alentar la participación, a los 80 primeros inscriptos recibieron una remera de regalo.

Recursos sintácticos

Se utiliza principalmente el color azul para destacar frente a otros colores que generan un gran nivel de contraste. Destacan mucho las ilustraciones infantiles.

Recursos semánticos

Se busca fomentar la inclusión en todos los sentidos, e invitar de una forma amigable a que la gente participe, en especial, los más pequeños. Se comunica la importancia de concientizar al público en general sobre el autismo y cómo podemos ayudar su inclusión en la sociedad.



La marca es un isologotipo que cuenta con una tipografía gestual y el iso se compone de piezas de un rompecabezas, formando dos huellas.



En Argentina | TEM ONLINE (Martínez, Buenos Aires)

La organización sin fines de lucro PANAACEA (su misión es mejorar la calidad de vida de las personas con condiciones del espectro autista y de sus familias) creó una serie de talleres gratuitos online destinado a familiares de niños menores a 6 años con diagnóstico dentro del espectro autista.

Los principios fundamentales de este proyecto son transmitir a los padres o familiares cómo intervenir mediante el juego de forma fácil y divertida, brindando algunas herramientas para estimular la comunicación.

TEM son las siglas del concepto en inglés “Transforming Everyday Moments”, que en su traducción al español significa: transformando los momentos de cada día, y se trata de un taller que desde hace años brinda a nivel nacional la ONG PANAACEA de manera totalmente gratuita. En muchas oportunidades, se ha dictado en forma presencial, pero actualmente se presencia de manera virtual.

En estos talleres, se les pide a las familias que compartan 2 videos de 5 minutos en donde se los pueda ver jugando con el niño, antes de comenzar el taller y otro video justo después de finalizarlo. Es una técnica que utiliza la fundación para medir la efectividad del taller. Tiene una plataforma web en donde se pueden crear cuentas para acceder y tener acceso a todo el contenido online.

Recursos sintácticos

Se utiliza el color blanco como principal para destacarlo frente a colores oscuros, en tonos púrpuras y celestes. Se utiliza la fotografía como elemento principal para la difusión de las piezas.

Recursos semánticos

Se está hablando de un taller online, el logotipo se compone de esta manera para ilustrar el monitor de una computadora, y así dar a entender la modalidad virtual. Además, los colores ayudan a resaltar el mundo virtual con el gran uso de degradé y elementos que asociamos a este.



Se trata de un logotipo que se compone de una tipografía san-serif geométrica, y con una bajada que acompaña. La miscelánea añadida une ambas partes.



En el mundo | LOS LUNES, AUTISMO (Madrid, España)

La Fundación Orange ha publicado el libro "Los lunes, autismo", es una recopilación de algunas de las viñetas que durante dos años se han ido publicando puntualmente cada lunes en sus redes sociales para sensibilizar sobre los Trastornos del Espectro del Autismo.

Estas viñetas han capturado historias reales enviadas por personas con autismo, sus familias, y profesionales, ofreciendo una visión amena del autismo. Ilustradas por Martín Tognola, Miguel Gallardo, Oriol Malet y Roger Zanni, las viñetas han destacado la singular y enriquecedora forma en que las personas con autismo perciben el mundo y la realidad, a menudo revelando pequeñas contradicciones sociales.

Ahora, en el libro, disponible gratuitamente en la web de la Fundación Orange, se reúnen varias ilustraciones que reflejan algunas de las características y comportamientos de las personas con TEA.

Recursos sintácticos

La ilustración es el recurso principal. El dibujo se caracteriza por ser bi-dimensional, con una línea de contorno bien definida. Y se diagrama el texto con el recurso de "burbujas", muy usado en las historietas. Hay fondos ilustrados o planos de colores.

Recursos semánticos

Se transmite y comunica cómo viven el día a día las personas con autismo dentro de la sociedad. Se cuentan casos reales y se relata con gran nivel de detalle cada situación.



Tanto la identidad del proyecto y el libro presentan un diseño infantil de caricaturas, en donde el color destaca mucho por los grandes contrastes generados.

Antecedentes Indirectos

En San Juan | EDUCACIÓN INCLUSIVA

El proyecto nace como una herramienta pedagógica para la planificación de las tareas en el aula tendientes a desarrollar y estimular las habilidades y capacidades de los alumnos con discapacidad. Se trata de un libro para el nivel primario, que surge como resultado del trabajo ministerial vinculado a la inclusión educativa que se implementó desde el 2016 con el Plan Provincial de Actualización y Capacitación Docente 2016- 2023. El libro tiene 152 páginas, con ilustraciones. Su contenido es de secuencias didácticas realizadas por 28 docentes de Educación Especial, con la colaboración de directivos, supervisores y profesionales de los Gabinetes Técnicos Interdisciplinarios de gestión estatal y privada.

El objetivo principal de esto es desarrollar y estimular las habilidades y capacidades de los alumnos con discapacidad. Se trabajan todas las áreas de Nivel Primario: Matemática, Lengua, Formación Ética y Ciudadana, Ciencias, Sociales, Ciencias Naturales, Tecnología, entre otras. Se desarrollan estrategias para la resolución de problemas con un trabajo colaborativo, incentivando la responsabilidad, confianza y compromiso, la comunicación, etc.

Recursos sintácticos

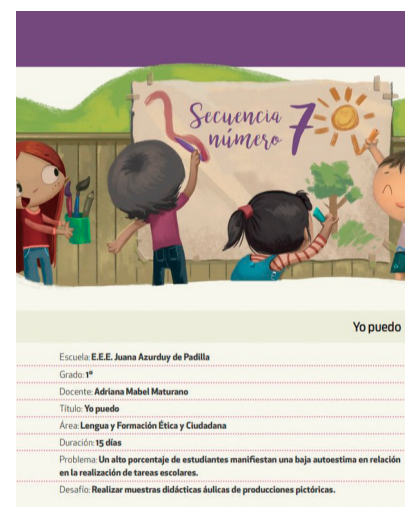
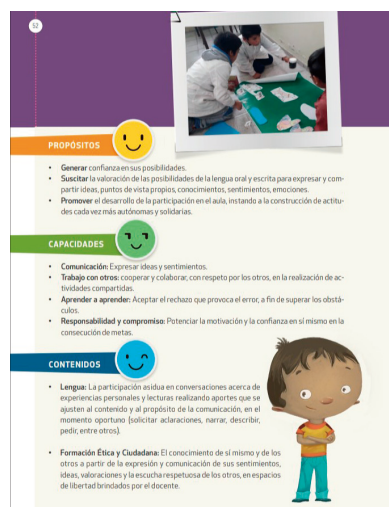
Se utiliza la ilustración como elemento gráfico principal, y se elige una amplia paleta de colores, además del recurso fotográfico.

Recursos semánticos

Se comunica la diversidad desde un punto de vista más infantil, en donde la gran cantidad de colores ilustra la diversidad que existe en la sociedad. Se busca transmitir conocimientos de una forma más lúdica y amigable.



La marca del libro se compone de una tipografía serif de estilo egipcia. Tanto la identidad del proyecto como el libro presentan un diseño infantil con un tratamiento de luces y sombra que da la impresión de un dibujo tri-dimensional.



En Argentina | FANGIO TE ENSEÑA SEGURIDAD VIAL (Balcarce, Buenos Aires)

La Subsecretaría de Transporte de la Provincia, en colaboración con la Fundación Museo del Automovilismo Juan Manuel Fangio, lanzó el programa “Fangio te enseña seguridad vial” el 24 de junio desde Balcarce, en honor al 110° aniversario del nacimiento del quintuple campeón mundial de Fórmula Uno.

El objetivo fue sensibilizar a los niños y jóvenes en materia de seguridad vial y fomentar la adopción de hábitos seguros de movilidad. Con ese fin, se han creado cinco libros didácticos dirigidos a niños, niñas y adolescentes, los cuales contienen lecturas y actividades relacionadas con la seguridad vial. La figura y el mensaje de Juan Manuel Fangio sirven como hilo conductor en todo el material.

Se imprimieron tres millones de ejemplares para distribuir en toda la Provincia, además de estar disponibles para descarga gratuita en la página web de la entidad provincial. Cada libro está adaptado a diferentes edades, abarcando desde los 3 hasta los 17 años, de acuerdo con los distintos diseños curriculares de la Provincia de Buenos Aires.

Las actividades propuestas en los libros pueden llevarse a cabo tanto en el hogar como en entornos educativos, considerando las características específicas de los destinatarios, como su inmersión en la cultura, habilidades de lectura y escritura, y capacidad para participar en reflexiones.



La identidad del proyecto y el libro presentan un diseño infantil con ilustraciones que toman mucho protagonismo y fotografías que acompañan.

Recursos sintácticos

Se utiliza una gama cromática en las portadas y contra-portadas de tonalidades azul y celeste. Se utilizan tipografías san-serif y de tipo gestual, en color blanco para contrastar con el fondo.

Recursos semánticos

Se está comunicando información y educando desde un punto de vista más didáctico. Se presentan actividades para que el público pueda aprender de una forma más divertida e interesante. Cada librito tiene diferentes ilustraciones según el rango etario al que está destinado.



En el mundo | JUNT@S SOMOS MÁS (Madrid, España)

Es una guía que tiene como objetivo mostrarte la realidad que enfrentan muchas personas en el mundo. Conocer su situación es el primer paso para entender y respetar a los demás como se merecen. En la guía, se proponen 6 objetivos, cada uno acompañado de actividades, propuestas, recomendaciones y argumentos que buscan hacerte reflexionar sobre cómo puedes mejorar cada día y contribuir a un mundo mejor.

Cada uno de los seis objetivos tiene un propósito específico, pero todos persiguen una única meta: erradicar el racismo y la xenofobia. Esta guía es parte de la campaña de sensibilización «MÉZCLATE», enmarcada en el proyecto Junt@s somos más, coordinado por la Fundación Senara y subvencionado por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones y los Fondos de Asilo, Migración e Integración.

El objetivo principal de esta pieza es inspirar y motivar para cuidar a las personas que comparten el mismo espacio y tiempo, comprendiendo que nuestras diferencias nos enriquecen y hacen que valga la pena conocernos y aceptarnos. Esta guía se ha elaborado con el fin de ser compartida y accesible para aquellos/as interesados/as en la prevención, desde el ámbito educativo, de todo tipo de odio originado por cuestiones racistas y xenófobas.

Recursos sintácticos

Se utilizan colores vibrantes, y la ilustración toma un gran protagonismo. Se componen textos que acompañan al dibujo generando historietas a través de diálogos.

Recursos semánticos

Se comunica información de una forma didáctica que permite sensibilizar con lo que se está contando. En la marca, se busca ilustrar la diversidad. También, el título de la obra nos remite a la inclusión, de una forma lúdica.



El logotipo se compone de una tipografía san-serif con una composición que combina caracteres en caja alta y baja, y con una paleta de colores muy amplia.



2. IDEA

2.1 Definición de objetivos

Objetivo general

Diseñar un sistema complejo de comunicación visual para la Fundación BRINCAR.

Objetivos específicos

- Diseñar la identidad visual, promoción y difusión del material de sensibilización para que pueda tener un buen reconocimiento a nivel nacional.
- Diseñar un sistema gráfico adaptado a niños de 8-9 años en donde se ilustre cómo puede afectar el autismo a un compañero.
- Redactar historias cortas a partir de testimonios contados por padres de niños con autismo.
- Lograr a través de las piezas diseñadas que los alumnos, docentes y padres puedan empatizar con las personas con autismo y puedan establecer una conexión emocional.

2.2 Estrategias

Estrategia comunicacional

Explorando el autismo

El concepto elegido para el sistema complejo es "historias que conectan". A través de la narración visual, este proyecto resalta cómo las historias de los niños con autismo conectan a las personas y enriquecen nuestra percepción de la diversidad. Además, el material gráfico permite una mayor comprensión del autismo como trastorno.

El enfoque del proyecto es descubrir y apreciar las perspectivas únicas de los niños con autismo, utilizando el diseño visual para sensibilizar y educar sobre sus experiencias y sus diferentes realidades. Además, este proyecto utiliza el color y el diseño para explorar y explicar el autismo, mostrando cómo cada niño aporta un matiz único al espectro. Se enfoca en la visualización clara y atractiva para facilitar la sensibilización.

ESTRATEGIA CREATIVA

Personajes que comunican

Con el fin de relatar historias o testimonios de personas con autismo, se han diseñado personajes que responden a algunos de los síntomas del autismo, manteniendo la esencia de un niño. Esto se desarrolla para graficar cómo se comporta un individuo con autismo y cuáles son algunos de los síntomas que más se repiten. Quienes tienen este trastorno son diferentes, y a lo largo de su vida pueden desarrollar más o menos síntomas.

La paleta cromática utilizada es de poca saturación, debido a que los niños con autismo se alteran ante los impactos visuales, como lo son los colores saturados.

Relatos como cuentos

Las historias que se cuentan en las piezas están compuestas con textos cortos. Además, los diálogos y las narraciones están escritos en mayúsculas, ya que los niños alrededor de los 8 años aún están aprendiendo a leer. Las historias son de autoría propia y están basadas en testimonios de padres y niños con autismo que se han recolectado a lo largo de la etapa de investigación.

Acercamiento

El proyecto se plantea como el diseño de material de sensibilización para lograr una mayor aceptación y empatía hacia los niños que tienen autismo, y que quieren y merecen estudiar en una escuela como todos los demás.

Para reunir la información necesaria para escribir e ilustrar las historias, se llevan a cabo charlas con padres y madres que tienen hijos autistas. A partir de sus relatos de experiencias vividas, se plantean historias con los personajes diseñados. Esto quiere decir que todo lo que se muestra gráficamente está basado en hechos reales, lo cual ayuda a empatizar mucho con las personas que tienen autismo.

Técnicas digitales

Se utilizó una ilustración digital a través del programa Photoshop para la creación de bocetos y de las piezas finales, se intentó mantener un estilo infantil con una gran variedad de colores, pero focalizando siempre en el color característico de cada personaje con su historia. Se utilizan dibujos con líneas de contorno y un alto nivel de detalle en las ilustraciones.

Estrategia de medios

Medios físicos

1. Afiches

Se plantean una serie de 5 afiches destinados a ser expuestos en las paredes de escuelas, en las aulas, y así se pueda visibilizar que en dicha institución se fomenta la inclusión aceptando a niños autistas sin hacer diferenciación. Los afiches serán entregados por la fundación en las escuelas donde se lleve a cabo el proyecto.

2. Charlas informativas en escuelas

El proyecto se llevará a cabo a partir de la Fundación BRINCAR, quienes se encargarán de las actividades planteadas, como repartir las cajas a los niños, en donde encontrarán: los trípticos, pines, stickers en relación a los personajes y sus emociones, hoja para colorear y escribir una reflexión, y crayones.

Primero, los voluntarios darán una charla acerca del proyecto y hablarán un poco sobre el autismo. Se darán a conocer a los personajes de Storia.

Las remeras y gorras para niños serán entregadas al finalizar la jornada, mediante un juego de verdad o mito (con referencias sobre el autismo a partir de la charla).

Los voluntarios del proyecto recibirán una gorra con uno de los personajes y una remera que los identifique.

Medios digitales

1. Aplicación móvil

Se propone el desarrollo de una app móvil que permita conocer más en profundidad a los personajes de las historias y que a su vez, cuente con información acerca del proyecto. También, en esta app se podrán encontrar las historias digitalizadas, para que se puedan leer de esta manera y no sólo analógicamente.

2. Redes Sociales

Plan de tiempos | Campaña de lanzamiento

Se plantea el diseño de 24 posteos en la red social Instagram. Cada uno de ellos se hará día por medio y tendrán la tarea de transmitir la identidad del proyecto a través de dos enfoques de contenido: conocer a los personajes e información sobre el autismo.

Los posteos se comenzarán a realizar seis semanas antes del día internacional del autismo (2 de abril), así se presentará todo el proyecto y se dará inicio el día citado.

3. SOLUCIÓN

3.1 Referencias

Steven Thompson

Steven Thompson es un artista y uno de los principales diseñadores en Disney. Asistió al Instituto de Artes de California en el programa de Animación de Personajes. En 1994 fue contratado por la Compañía Walt Disney y ha trabajado allí desde entonces.

Steven pasó la primera mitad de su carrera trabajando para Disney Animation Studios en películas como "El Jorobado de Notre Dame", "Hércules", "Tarzán" y "Las locuras del Emperador". Actualmente se desempeña como Diseñador Principal para las Tiendas Disney.

Trabaja en proyectos que van desde personajes clásicos de películas hasta los últimos estrenos del estudio. Todo lo que Steven trabaja comienza con un dibujo, ayudando a dar vida a los personajes de formas divertidas y sorprendentes.



Adam Larkum

Adam Larkum es un ilustrador y animador inglés. Tiene una habilidad única para crear personajes y escenarios atractivos ha llevado a más de 50 comisiones de libros ilustrados, además de editoriales, empaques y producciones animadas.

Adam estudió ilustración y animación, obteniendo una licenciatura y posteriormente una maestría en el Edinburgh College of Art. Como estudiante, ganó un concurso para crear un cortometraje para MOMI y Channel 4. Una vez que su carrera en la producción de comerciales animados despegó, también se convirtió en ilustrador, manteniendo columnas regulares en el Reino Unido y USA.

Adam dibuja de manera instintiva, siempre buscando mejorar su técnica y probar cosas nuevas. Disfruta trabajar con tinta sobre papel y luego usar Photoshop para finalizar la pieza. Los personajes con un diseño encantador y una auténtica curiosidad son el eje central de su trabajo, el cual es dinámico y activo, con una paleta de colores con tonalidades pasteles.



Roger Zanni

Roger Zanni es un ilustrador español, su público objetivo es infantil y juvenil. A pesar de que empezó su carrera en el campo de la publicidad rápidamente pasó hacia la ilustración para un público joven.

Podemos encontrar sus dibujos en libros de texto, comics, revistas y novelas juveniles. Colaboró con editoriales como RBA, Penguin Random House, Anaya, Animallibres, Larousse en España, y nivel internacional en Scholastic en Estados Unidos, Bayard Presse, Yo Editions en Francia, etc.

Roger participó el proyecto "Los lunes, Autismo" ilustrando, y afirma que poder dibujar sobre el autismo es una bonita oportunidad de aproximarme a estas personas y a su entorno, ayudándoles a construir puentes que permitan entendernos mejor, los unos a los otros, de una forma positiva y vital.



3.2 Anteproyecto

Naming

Se plantea en primera instancia la unión de dos palabras: KID (que significa niño en inglés) y TEA (Trastorno del Espectro Autista). La idea de este nombre es que refiera directamente al tema del que se está hablando y comunicando.

Marca

Para el desarrollo del logotipo se exploraron, en diversas instancias del anteproyecto, diferentes tipografías y estilos que se integren con el estilo gráfico planteado. Se plantean tres bocetos de marca.

Primer boceto: en primera instancia, se busca acercarse cromáticamente a los personajes diseñados, explorando una tipografía que tenga trazos no muy estructurados, y con cierta inclinación.



KIDTEA
integración

Segundo boceto: descartando la simplicidad del primer boceto, se busca otra tipografía, de trazos más gruesos. Se descarta momentáneamente una bajada y se agregan misceláneas para dibujar una pieza de rompecabezas, símbolo que caracteriza el TEA.



Kid
tea

Propuesta final: se ajustan los trazos de algunas letras para que correspondan a una pieza de rompecabezas. Se eliminan los trazos complementarios para formar dicha pieza solo con la tipografía, la cual queda totalmente intervenida. Se agrega una nueva bajada.



Kid
tea

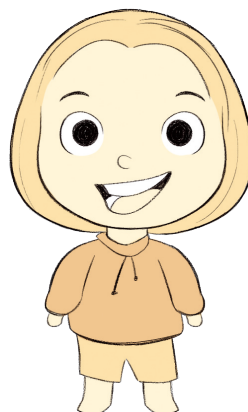
Las formas del autismo

Personajes

Se proponen 5 personajes como parte del sistema de identidad, quienes representarán las formas en las que se manifiesta el autismo, es decir, sus síntomas. Existen una gran variedad de síntomas que puede presentar una persona a lo largo de su vida, pero para este proyecto, se seleccionaron algunos de los más conocidos por el público en general. La técnica utilizada fue dibujo a mano alzada en tableta gráfica. Se utilizaron diferentes tonalidades para cada personaje, pero respetando una monocromaticidad que caracteriza a cada uno. Se pueden apreciar las líneas de contorno negro, ya que no se busca un nivel de realismo en el dibujo, sino una bidimensional propio de un dibujo caricatura.

Síntoma: acciones repetitivas.

Significación: la base de este diseño es un círculo, el cual puede representar el movimiento, y puede simbolizar un equilibrio dinámico y armonioso. Este movimiento constante hace referencia a las acciones repetitivas que tienen algunas personas autistas. Y a la vez, con esta forma podemos simbolizar la forma dinámica, haciendo referencia a la hiperactividad.



Síntoma: evita el contacto visual.

Significación: el diseño nace a partir de la forma de un corazón. Se busca expresar sentimientos de cariño y afecto hacia otra persona, ya que representa a una niña que se quiere relacionar con sus compañeros a pesar de sus limitaciones.



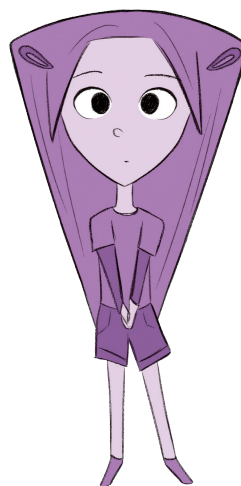
Síntoma: resistencia a los cambios.

Significación: el diseño nace a partir de la forma de un cuadrado, ya que esta figura se asocia con la organización, la precisión y la planificación cuidadosa. Estas cualidades son algo que se presentan en algunas personas que están muy sujetas a una rutina, y pueden sufrir una "crisis" o alteración por algún cambio inesperado en sus horarios. Esta resistencia al cambio es un síntoma muy común dentro del autismo.



Síntoma: dificultades para comunicarse y expresarse verbalmente.

Significación: la base del diseño es un triángulo, ya que podría sugerir limitación o confinamiento, y esto se asocia a que una persona que no puede hablar tiende a encerrarse a sí misma y aislarse del resto del mundo.



Síntoma: hipersensibilidad auditiva.

Significación: se buscó comunicar visualmente la sensación de incomodidad auditiva. La parte superior de la cabeza ilustra las ondas del sonido y la expresión "pelos de punta" por tanto ruido, ya que muchas personas con autismo tienen muchas crisis a causa del ruido.



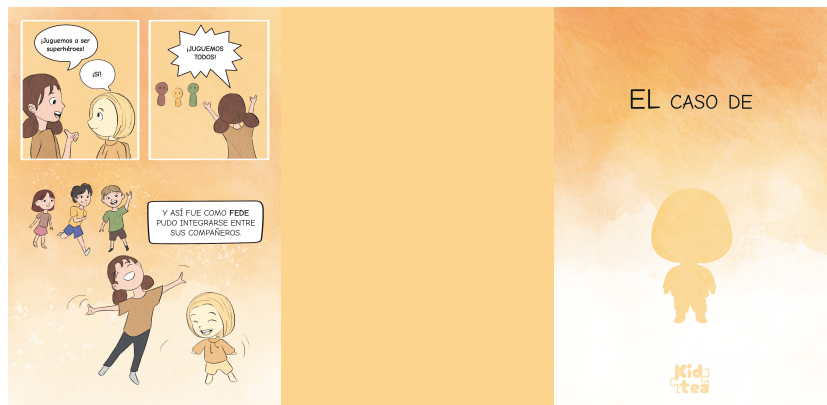
Identidad | Trípticos

Se proponen 5 historias distribuidas en 5 trípticos, en las que cada uno tiene como protagonista a uno de los personajes diseñados. Las historias que se cuentan tienen que ver con la vida en la escuela, y están basadas en relatos recolectados a partir de charlas con padres de niños autistas. El objetivo de esto es comunicar visualmente cómo se sienten los niños con autismo frente a la poca inclusión que existe en estos ámbitos, y lograr que el público objetivo empatice con su situación, y que a la vez pueda informarse sobre qué es el autismo y cómo actúan las personas con este trastorno.

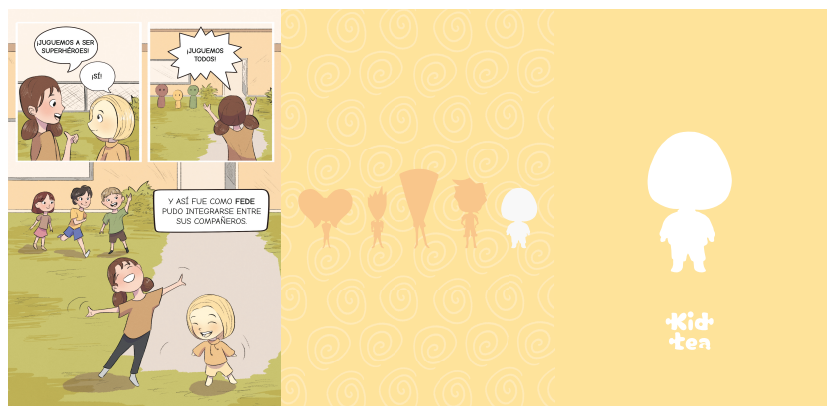
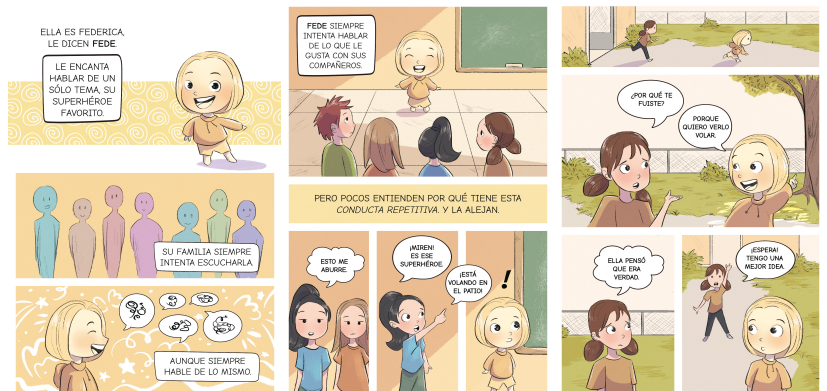
Bocetos: realizados a mano alzada en digital a través del programa Photoshop.



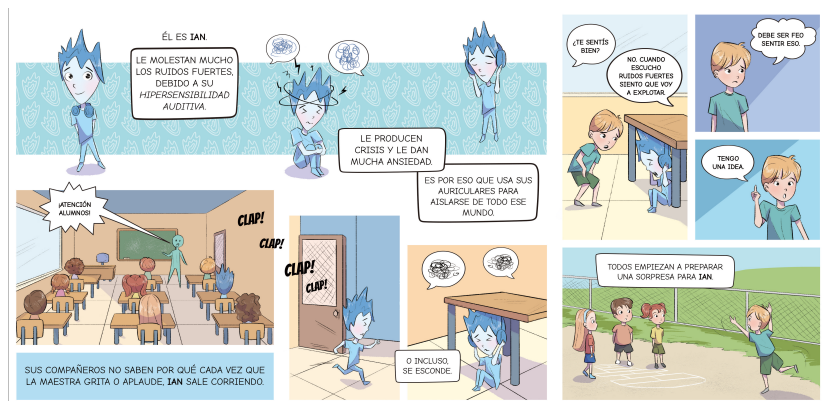
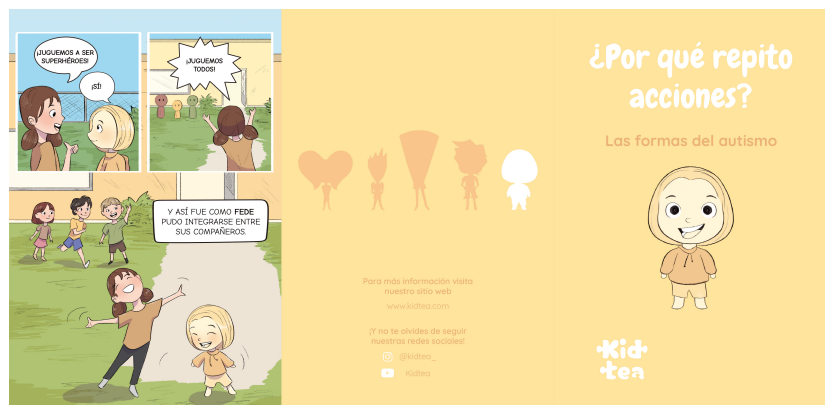
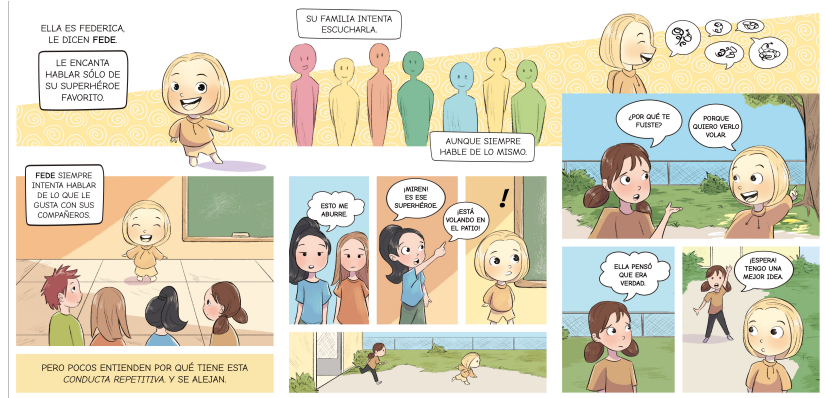
Primer boceto: se realiza una ilustración simple y se elige un tono representativo para cada personaje, por lo que se emplea una paleta monocromática, con fondos sin ilustración.



Segundo boceto: se trabaja en el fondo: se ilustran entornos que nos hacen alusión de que la historia se desarrolla en el ámbito escolar. La paleta de colores mantiene una tonalidad en concordancia al color principal.



Propuesta final: se define la composición de página y se utilizan diferentes recursos para establecer un sentido de lectura. Se agrega la ilustración de cada personaje en la portada, en lugar de utilizar sólo su silueta. Se plantea el diseño de otro tríptico para empezar a plantear la identidad visual.



Afiches

Como estrategia gráfica se decide utilizar a los personajes acompañados de una frase que caracterice su historia. Se decide que la escritura sea en primera persona del singular, esto refuerza la idea de que cada persona está contando su relato. Se utilizan los colores propios de cada personaje, en una gama monocromática.



Recursos sintácticos: ilustración como elemento gráfico principal de la pieza, paleta monocromática, composición de texto centrada con tipografía acorde al estilo de dibujo.

Recursos semánticos: generar empatía por cómo vive una persona con autismo, y entender cómo se siente, aunque no lo muestre.

Remeras



Pines



Gorras



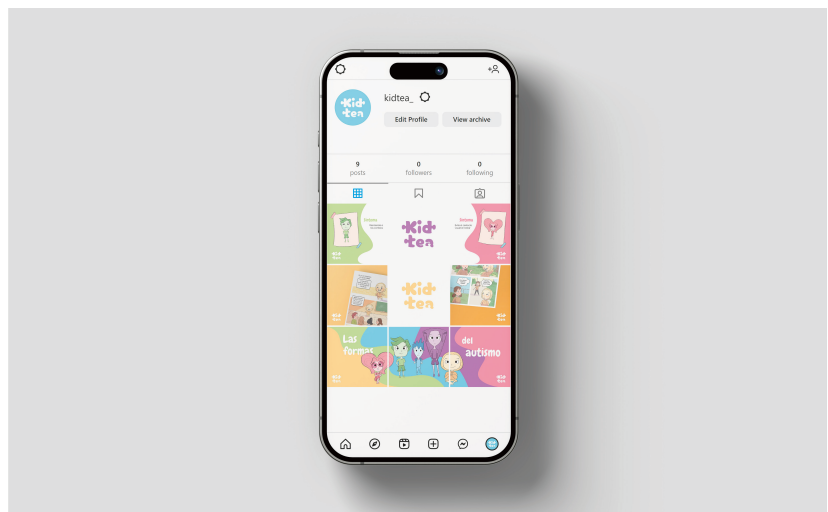
Elementos promocionales | Tote-Bags



Libretas y stickers



Promoción digital | Redes sociales



Conclusiones del anteproyecto

Tras completar la investigación necesaria y explorar diversas opciones gráficas, se ha descubierto lo siguiente:

- El naming elegido no funciona ni aporta a la identidad del proyecto, ya que hace referencia directamente a un niño con autismo, y a no a su historia que tiene para contar. A su vez, el nombre puede dar lugar a confusión, ya que no se reconoce a qué hace referencia la marca.
- Desde el principio, se estableció la técnica de ilustración como el eje central del desarrollo gráfico. Esta elección dio lugar a la creación de un sistema iconográfico y un estilo visual específico, el cual puede enriquecerse aún más. Esta decisión ha posibilitado la diversificación de la cantidad de piezas que conforman el sistema, permitiendo que este sea abierto y flexible en su implementación.
- Basándonos en el brief final, se tomó la decisión de sumar al proyecto una aplicación móvil, ya que el público objetivo se caracteriza por el gran uso del celular. Las historias serán digitalizadas, además de ser analógicas, para posibilitar un mayor alcance de lectura por contar con varias opciones.
- Los afiches en su concepto concuerdan con la identidad del proyecto, pero no se logra un transmitir un mensaje ni comunicar la identidad, así como su objetivo. Además, los personajes carecen de "vida" por estar todos en la misma posición y no tener un poco más de detalle en la línea de contorno y en los colores de relleno.
- Las demás piezas promocionales respetan la identidad, pero algunas simplemente no funcionan en el proyecto. Por lo cual, es necesario descartarlas, y agregar unas nuevas que ayuden a la resolución del mismo.

4. REALIZACIÓN

Plan de diseño

Al elaborar el plan de acción para establecer el sistema gráfico definitivo, se sigue una estructura que se apoya en dos fundamentos principales: en primer lugar, se aborda la identidad visual, y luego se analizan las estrategias de promoción, asegurando que estas estén alineadas y sean coherentes con la identidad establecida.

Identidad

En el aspecto de identidad del proyecto, se trabajó en la definición del sistema, comenzando por establecer ciertos elementos gráficos constantes y variables:

- Elementos constantes: diseño de los 5 personajes distintivos del proyecto, utilización de 5 colores principales que caracterizan a los personajes, ilustraciones que se destacan por línea de contorno, estética infantil, ilustraciones pixelares, predominio de figuras que representan las formas características de cada personaje, y frases representativas del autismo.
- Elementos variables: expresiones y poses de los personajes, elección de paleta cromática: colores de poca saturación (rosa, celeste, verde, lila y amarillo) y colores complementarios dentro de las mismas tonalidades, pero con menos o más luminosidad, frases pensadas específicamente para cada pieza.

Luego, se especificó cuáles serán las piezas específicas que se desarrollarían para la identidad, las cuales están descritas en el programa de diseño.

Promoción

En cuanto a la dimensión promocional del proyecto, se procedió a definir los ámbitos de actuación de la campaña, tomando como referencia el análisis previamente efectuado, que incluyó la realización del briefing, una entrevista con una madre de una niña autista, la creación del "persona buyer", entre otros. A partir de este análisis, se determinaron las piezas que se debían diseñar y se estableció el plan de tiempos correspondiente.

Programa de diseño

Identidad

- Logotipo.
- 5 trípticos de cada historia.
- Ilustraciones pixelares.
- Misceláneas.
- App móvil.

Indumentaria para los voluntarios

- remeras con cada personaje.
- Gorras con cada personaje.

Promoción

Promoción analógica:
instituciones escolares

- Afiches.
- Plantilla para colorear.
- Packaging contenedor de trípticos y elementos promocionales.
- remeras para padres y alumnos.

Promoción digital:
charlas en escuelas

- Campaña de lanzamiento en RRSS.
- Animaciones de los personajes.

Piezas promocionales

- Pines.
- Crayones.
- Stickers.

Identidad

Logotipo | Últimos ajustes

A partir de las conclusiones del anteproyecto, se decide cambiar el naming y la selección tipográfica por otra que funcione mejor en el estilo infantil. Se usa como base la tipografía SA LongBeach. Se le realizan ajustes ópticos y morfológicos para concluir en el logotipo final. Se agrega una bajada para que no se cree confusión.

Tipografía base, sin modificaciones.

STORIA

Se realizan los ajustes ópticos y morfológicos necesarios, teniendo en cuenta el peso visual de cada carácter, y también, su direccionalidad y modulación.

STORIA

Logotipo con bajada.

STORIA

Las formas del autismo

Sistematización

Se crea una cuadrícula de tipo modular utilizando como medida la letra "S", escalada en la mitad de su tamaño original. La zona de protección se define con un margen de una S en cada lado. A continuación, se presentan los esquemas gráficos elaborados para cada una de las variantes de la marca.

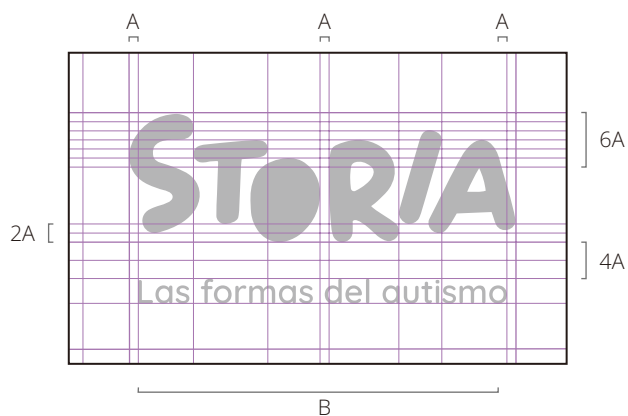
La zona de protección permite aislar y diferenciar el logotipo del resto de elementos gráficos que puedan competir con el mismo, como otras marcas, o fotografías que puedan desviar la atención.



En este caso, la separación entre la marca y la bajada, es equivalente al módulo de separación entre caracteres.



Grilla constructiva del logotipo con bajada.



Reducciones mínimas

Las dimensiones mínimas especificadas garantizan la integridad y la legibilidad de la marca.



Las formas del autismo

3,5 cm | 100 px



1,5 cm | 42,84 px

Aplicación

Marca en positivo y negativo.



Las formas del autismo



Las formas del autismo

Variaciones cromáticas del logotipo según cada personaje.



Paleta Cromática | Versión final

Se seleccionaron colores representativos que identifiquen a cada personaje y que, a su vez, permita cierta amplitud cromática para ilustrar la gran diversidad de síntomas dentro del espectro autista. También, se seleccionaron colores secundarios para generar un nivel de contraste en las diferentes piezas gráficas.



El color rosa claro, en particular, puede evocar sentimientos de inocencia, ternura y juventud.



Se elige el color azul ya que este se asocia frecuentemente con la calma, la tranquilidad y la serenidad. Esto es algo que necesitan las personas que no pueden soportar los ruidos muy fuertes.



El color violeta o lila a menudo se asocian con el misterio, esto refiere a que una persona que no puede hablar con los demás puede parecer misteriosa o intrigante para los ojos del resto.

HEX: BCCF84
RGB: 188 | 207 | 132
CMYK: 35% | 5% | 60%



Se puede asociar el color verde a la armonía y el equilibrio, de esta forma, se refuerza ese concepto de orden y organización, en una estructura bien definida.

HEX: F1D890
RGB: 241 | 216 | 144
CMYK: 20% | 50%



El color amarillo evoca una sensación de actividad y dinamismo, se utiliza para reforzar el concepto de energía y entusiasmo.

Colores secundarios



HEX: C6C1DE
RGB: 198 | 193 | 222
CMYK: 25% | 25%



HEX: EED2E2
RGB: 238 | 210 | 226
CMYK: 25%



HEX: C9DBEF
RGB: 201 | 219 | 239
CMYK: 30% | 10%



HEX: C3DBDC
RGB: 195 | 219 | 220
CMYK: 30% | 5% | 15%



HEX: 322D2C
RGB: 50 | 45 | 44
CMYK: 95%

Selección Tipográfica | Institucional primaria



Se elige como tipografía base SA Long Beach regular para el diseño del logotipo, a la cual se le realizan los ajustes necesarios para responder a las necesidades de la marca. Es una tipografía de tipo gestual, que da un estilo delicado y estético por sus trazos casuales y las terminaciones redondeadas de los caracteres. Se utiliza únicamente en el logotipo.

El autor de esa fuente es Artcoast Studio, un mercado digital de productos relacionados al diseño gráfico. Ayudan a los diseñadores en su proceso creativo con sus herramientas digitales, ya que facilitan el proceso de crear diseños digitales ofreciendo tipografías, mock ups, diseños de texturas, fotografías, etc.

SA LONG BEACH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

'?'"!("%[#{@}/ε\~+*=\$€£¥:;.,*



Institucional complementaria

Se buscó una tipografía que complemente y acompañe el estilo del proyecto, con trazos más gruesos para generar contraste. La tipografía Chewy es de tipo display, con terminaciones redondeadas y aspecto un poco más infantil.

El autor de esta fuente es Stuart Sandler, quien ha inspirado muchas generaciones de diseñadores con tipografías retro influenciadas por la cultura popular de los años 50. Ha creado más de 400 tipografías originales para la industria del diseño gráfico.

CHEWY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

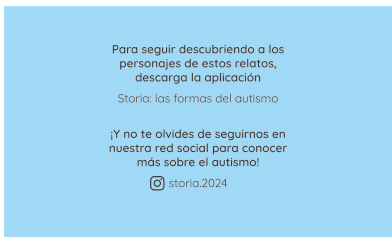
1234567890

'?'"!("%)[#{@}/&\<-+÷x=>®©\$€£¥¢:;.,*





Las formas del autismo



Institucional complementaria

Se buscó una tipografía que tenga el mismo estilo de las anteriores, y que, a su vez, genere un buen nivel de contraste, para utilizarla en textos más largos. Quicksand es una tipografía con terminaciones redondeadas y con formas geométricas.

El autor de esta fuente es Andrew Paglinawan, un diseñador de tipografías auto-didácta nacido en Filipinas. Creó esta tipografía en el año 2008.

Quicksand

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ‘?’“!”(%)[#]{@}/&\<-+÷x=>©\$€£¥¢::,*

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ‘?’“!”(%)[#]{@}/&\<-+÷x=>©\$€£¥¢::,*

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ‘?’“!”(%)[#]{@}/&\<-+÷x=>©\$€£¥¢::,*

SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ‘?’“!”(%)[#]{@}/&\<-+÷x=>©\$€£¥¢::,*

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ‘?’“!”(%)[#]{@}/&\<-+÷x=>©\$€£¥¢::,*



Institucional complementaria

Se buscó una tipografía para utilizar en los textos de los trípticos, ya que se necesitaba una tipografía muy clara para que el público (niños que están empezando a leer textos) puedan entender sin problemas de legibilidad. Poppins es una tipografía san-serif geométrica, con una estética limpia y minimalista. También, se hace uso de esta tipo en la aplicación móvil.

El autor de esta fuente es Indian Type Foundry, creador de varias tipografías personalizadas y multilingües destinadas a impresiones y para los medios digitales. Trabajan con diseñadores de todo el mundo, y sus tipografías son usadas por grandes corporaciones y marcas internacionales como Apple, Google y Sony.

Poppins

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 '?!"(%)[#]{}@]/&\ <-+÷x=>®©\$€£¥¢;:,.*

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 '?!"(%)[#]{}@]/&\ <-+÷x=>®©\$€£¥¢;:,.*

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 '?!"(%)[#]{}@]/&\ <-+÷x=>®©\$€£¥¢;:,.*

SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 '?!"(%)[#]{}@]/&\ <-+÷x=>®©\$€£¥¢;:,.*

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 '?!"(%)[#]{}@]/&\ <-+÷x=>®©\$€£¥¢;:,.*

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 '?!"(%)[#]{}@]/&\ <-+÷x=>®©\$€£¥¢;:,.*

Iconografía | Personajes

Se terminan de definir los personajes. Se re-dibujan para darle un mayor nivel de detalle a la línea de contorno y se ilustran en una pose diferente. De esta forma, podemos personalizarlos aún más según su síntoma y cómo se comportan en las historias. También, se definen sus nombres a partir de los colores representativos.

Nombre
Rosa

Síntoma
Evita el contacto visual

Paleta representativa



Nombre
Índigo

Síntoma
Hipersensibilidad auditiva

Paleta representativa



Nombre
Sol

Síntoma
Acciones repetitivas

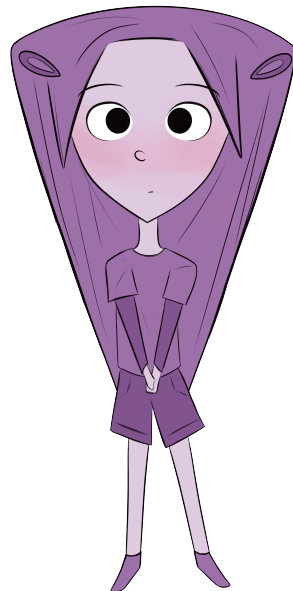
Paleta representativa



Nombre
Lila

Síntoma
Dificultades para comunicarse y expresarse verbalmente

Paleta representativa



Nombre
Verdi

Síntoma
Resistencia a los cambios

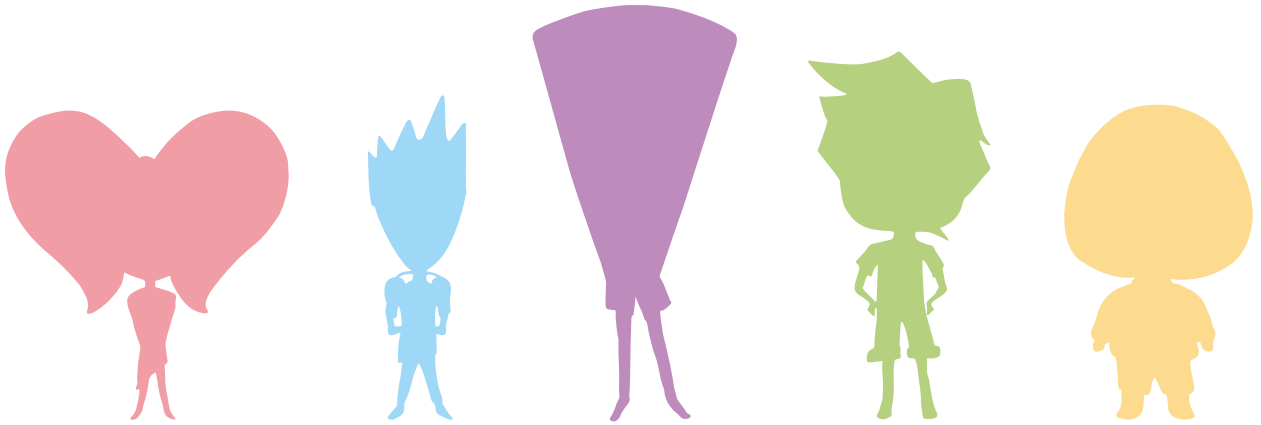
Paleta representativa



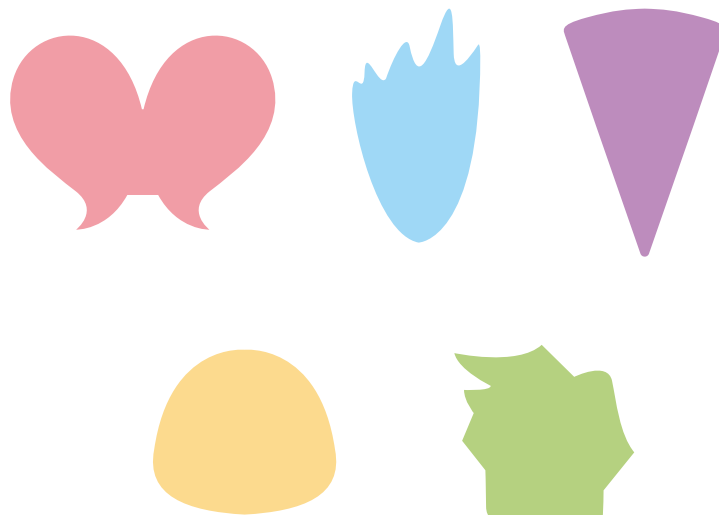
Formas de los personajes

Se utilizan las formas características de cada personaje para generar sus siluetas. Esto permite usar dichas formas en diversas aplicaciones y reconocerlos fácilmente.

Formas completas de personajes.



Formas simplificadas de personajes.



Composiciones finales

Se terminan de definir cómo se distribuirán los elementos gráficos de cada pieza, y cómo se desarrollará cada historia. Se revisan los textos con ayuda de una maestra y se modifican tamaños de títulos y subtítulos, además de colores en la tipografía.

Sistema de impresión: Impresión Offset.

Papel obra de 300 gr.

Dimensiones: 42 x 21 cm



ELLA ES ROSA

ES UN POCO TÍMIDA, PERO LE GUSTA CHARLAR CON LOS DEMÁS.



SUS COMPAÑEROS NO ENTIENDEN POR QUÉ NO LOS MIRA CUANDO ESTÁN HABLANDO.

NO NOS MIRA

¿DE VERDAD NOS ESTARÁ ESCUCHANDO?



PIENSAN QUE NO PRESTA ATENCIÓN O QUE NO LE INTERESA LA CONVERSACIÓN.

SOLO TIENE UN PROBLEMA: NO PUEDE MANTENER EL CONTACTO VISUAL CUANDO HABLA.



NO LO SÉ, PERO ES EXTRAÑA. HABLEMOS CON ALGUIEN MÁS.

ROSA, ¿POR QUÉ NO NOS MIRAS?



UN COMPAÑERO QUIERE AYUDARLA A QUE SE INTEGRE Y PUEDA CHARLAR CON LOS DEMÁS.

NO LO HACE A PROPÓSITO, SIMPLEMENTE EVITA MIRAR A LOS OJOS.



ME ESTRESA MIRAR A LOS OJOS DE LAS PERSONAS.

PARA MÍ EL CONTACTO VISUAL NO ES IMPORTANTE.



ROSA USA LENTES PARA DESVIAR LA ATENCIÓN DE SUS OJOS, Y ASÍ PODER HABLAR CON LOS DEMÁS.

¡TENGO QUE EXPLICARLE A LOS DEMÁS!



HACEN UNA RONDA EN EL RECREO EN DONDE TODOS SE ESTÁN VIENDO ENTRE SÍ.

ROSA NO NOS PUEDE MIRAR A LOS OJOS, PERO SÍ QUIERE CHARLAR CON NOSOTROS.



ROSA EMPIEZA A CONVERSAR NORMALMENTE CON LOS DEMÁS.



Y ASÍ LOGRA INTEGRARSE GRACIAS A QUE SUS COMPAÑEROS SUPIERON ENTENDERLA.



Para seguir descubriendo a los personajes de estos relatos, descarga la aplicación


Storia: las formas del autismo


¡Y no te olvides de seguirnos en nuestra red social para conocer más sobre el autismo!

 storia.2024

¿Por qué no te miro a los ojos?

Las formas del autismo



STORIA 



¿Por qué no puedo hablar?

Las formas del autismo

Para seguir descubriendo a los personajes de estos relatos, descarga la aplicación

Storia: las formas del autismo

¡Y no te olvides de seguirnos en nuestra red social para conocer más sobre el autismo!

[@storia.2024](#)

STORIA



VERDÍ NECESITA AYUDA PARA SABER CÓMO PUEDE ORGANIZARSE EN LOS PRÓXIMOS DÍAS.

SU COMPAÑERA DECIDE CREAR ALGO PARA AYUDAR A VERDÍ A ORGANIZARSE EN LA ESCUELA.



¿Por qué necesito una rutina?

Las formas del autismo

Para seguir descubriendo a los personajes de estos relatos, descarga la aplicación

Storia: las formas del autismo

¡Y no te olvides de seguirnos en nuestra red social para conocer más sobre el autismo!

storia.2024

STORIA b

ELLA ES SOL.

LE ENCANTA HABLAR SÓLO DE SU SUPERHÉROE FAVORITO.



SOL SIEMPRE INTENTA HABLAR DE LO QUE LE GUSTA CON SUS COMPAÑEROS.



PERO POCOS ENTIENDEN POR QUÉ TIENE ESTA CONDUCTA REPETITIVA. Y SE ALEJAN.

SU FAMILIA INTENTA ESCUCHARLA.



AUNQUE SIEMPRE HABLE DE LO MISMO.



¡ESTÁ VOLANDO EN EL PATIO!




¿POR QUÉ TE FUISTE?

PORQUE QUIERO VERLO VOLAR.



ELLA PENSÓ QUE ERA VERDAD.

¡ESPERA! TENGO UNA MEJOR IDEA.



¡JUGUEMOS A SER SUPERHÉROES!

¡SÍ!

¡JUGUEMOS TODOS!

Y ASÍ FUE COMO SOL PUDO INTEGRARSE ENTRE SUS COMPAÑEROS.




Para seguir descubriendo a los personajes de estos relatos, descarga la aplicación

Storia: las formas del autismo


¡Y no te olvides de seguirnos en nuestra red social para conocer más sobre el autismo!

 storia.2024

¿Por qué repito acciones?

Las formas del autismo



STORIA 

Aplicación móvil | Pantallas

Se presenta el prototipo de la app con sus pantallas principales, para leer las historias y conocer a los personajes de Storia, diseñado y desarrollado en el programa Figma.

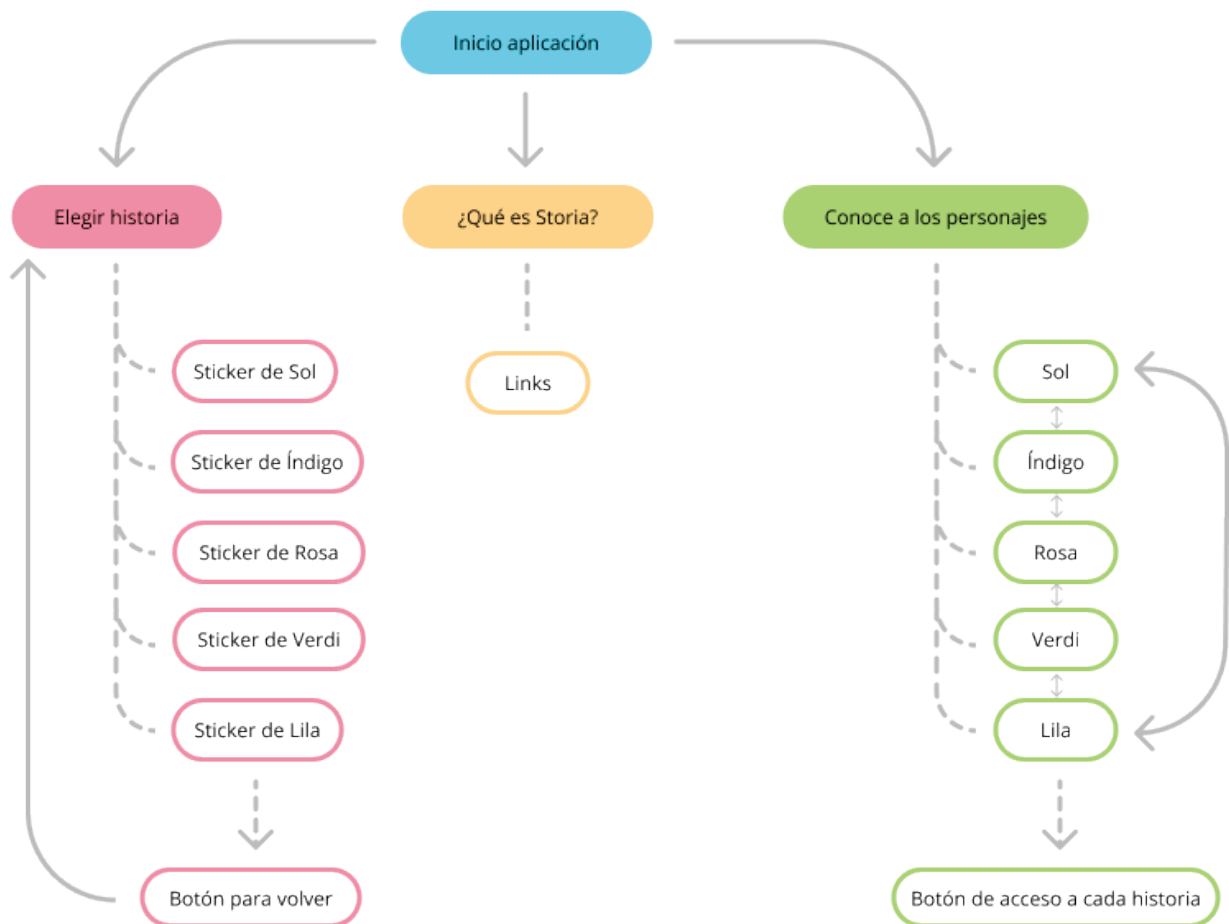






Flujo de la aplicación

Se presenta el flujo del prototipo, el cual es una representación visual o descriptiva del proceso y las etapas que el usuario seguirá al interactuar con la aplicación.





Material para voluntarios | Remeras

A continuación, se proponen distintos elementos personalizados para los voluntarios de la fundación, con ilustraciones de cada personaje y una frase en el dorso. Esto ayuda a que los demás puedan conocer a los personajes de Storia.

Remeras de poliéster
Sistema de impresión: sublimación
Dimensiones: talle M



Gorras con cada personaje

Gorras de algodón

Sistema de impresión: sublimación



Promoción analógica | Remeras para adultos

También, se proponen remeras para niños y adultos que participarán del proyecto, las cuales se podrán obtener a partir de un juego de "verdad o mito"; con referencias sobre el autismo a partir de la charla que den los voluntarios y las historias de los trípticos.

Remeras de poliéster
Sistema de impresión: sublimación
Dimensiones: talle M







Remeras para niños

Remeras de poliéster

Sistema de impresión: sublimación

Dimensiones: talles 10-12





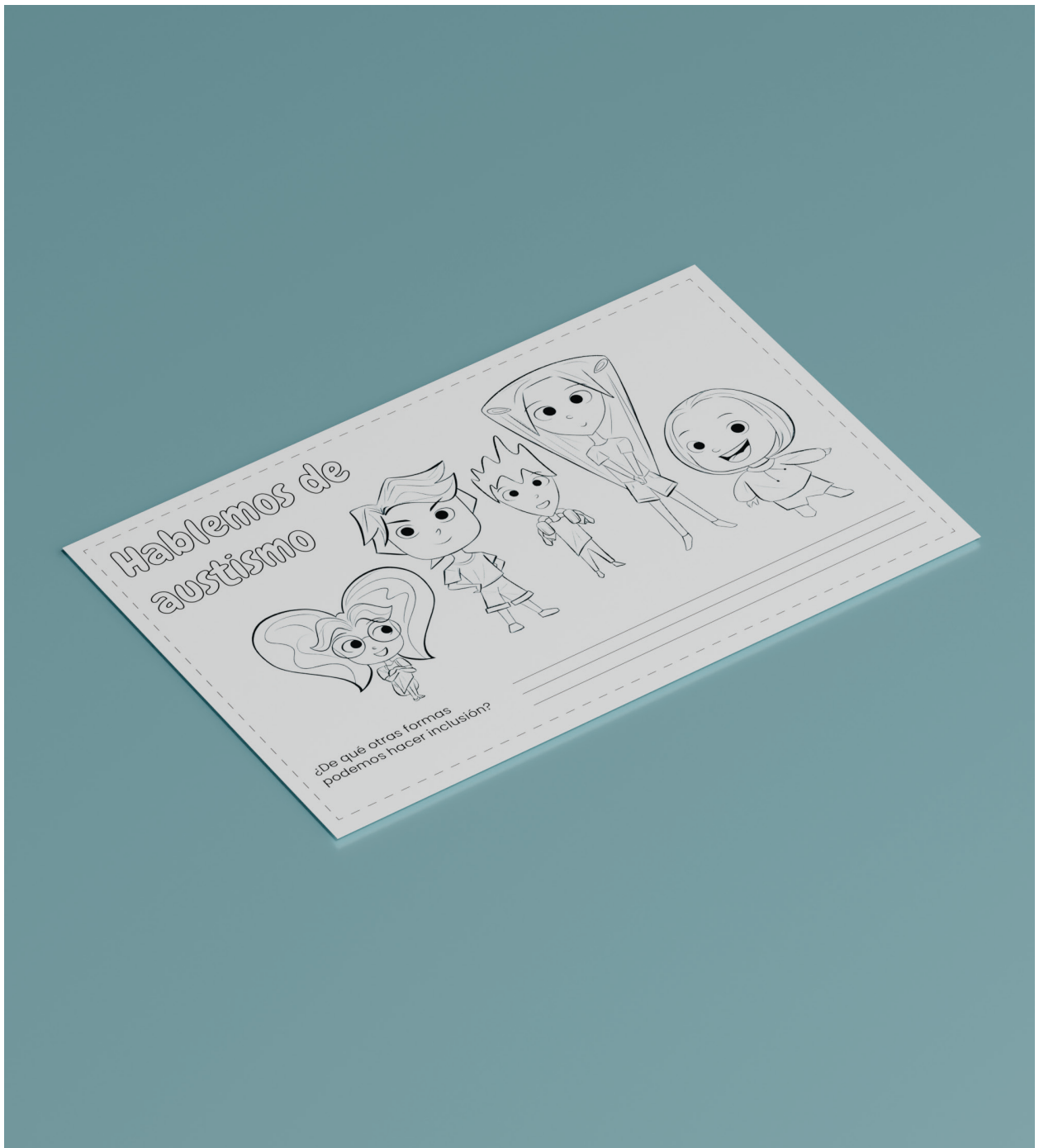
Hoja para colorear

Se propone una hoja para colorear a los personajes de Stória, y en donde también se puede escribir una reflexión o idea acerca de lo leído en los relatos.

Sistema de impresión: Impresión Offset

- papel obra de 80 gr.

Dimensiones: 13 x 20 cm



Packaging

Sistema de impresión: Impresión Uv -
Vinilo sobre cartulina forrada





Afiches

Los afiches están destinados para ser expuestos en las paredes de escuelas, en las aulas, y así se pueda visibilizar que en dicha institución se fomenta la inclusión aceptando a niños autistas sin hacer diferenciación. Los afiches serán entregados por la fundación Brincar en las escuelas donde se lleve a cabo el proyecto.

Afiches tamaños A1 y A2

Sistema de impresión: UV - Vinilo

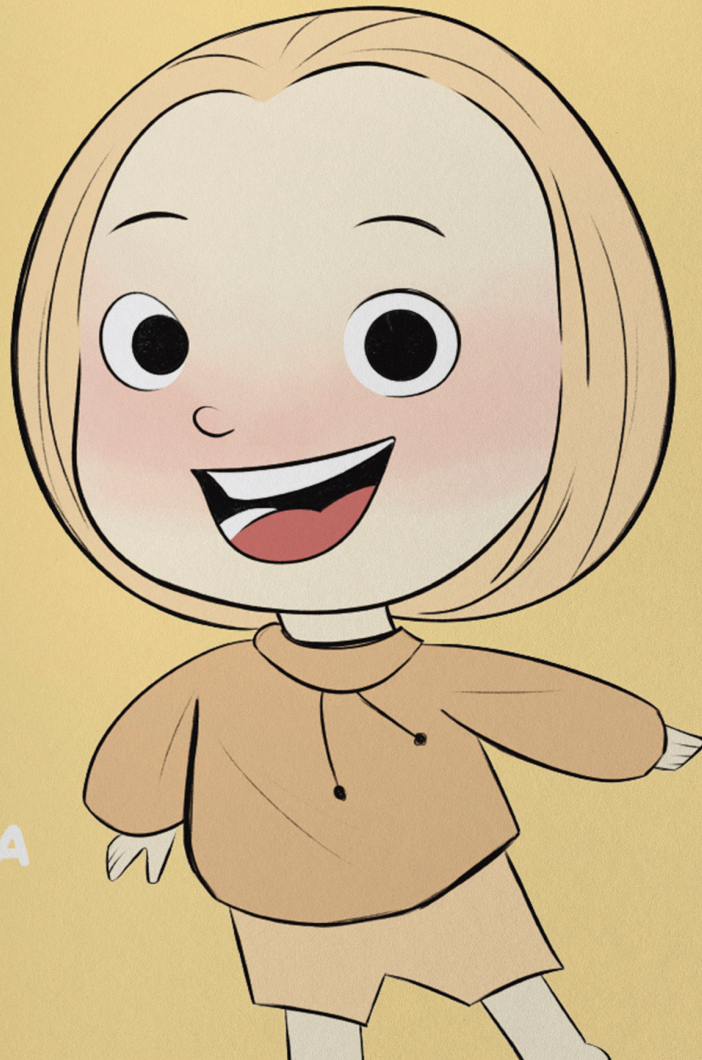
Soporte: PVC



Las formas del autismo

Soy tu amiga

y estoy aprendiendo a entender las bromas



STORIA
b

Las formas del autismo

Soy tu compañero

y necesito saber con anticipación qué vamos a hacer

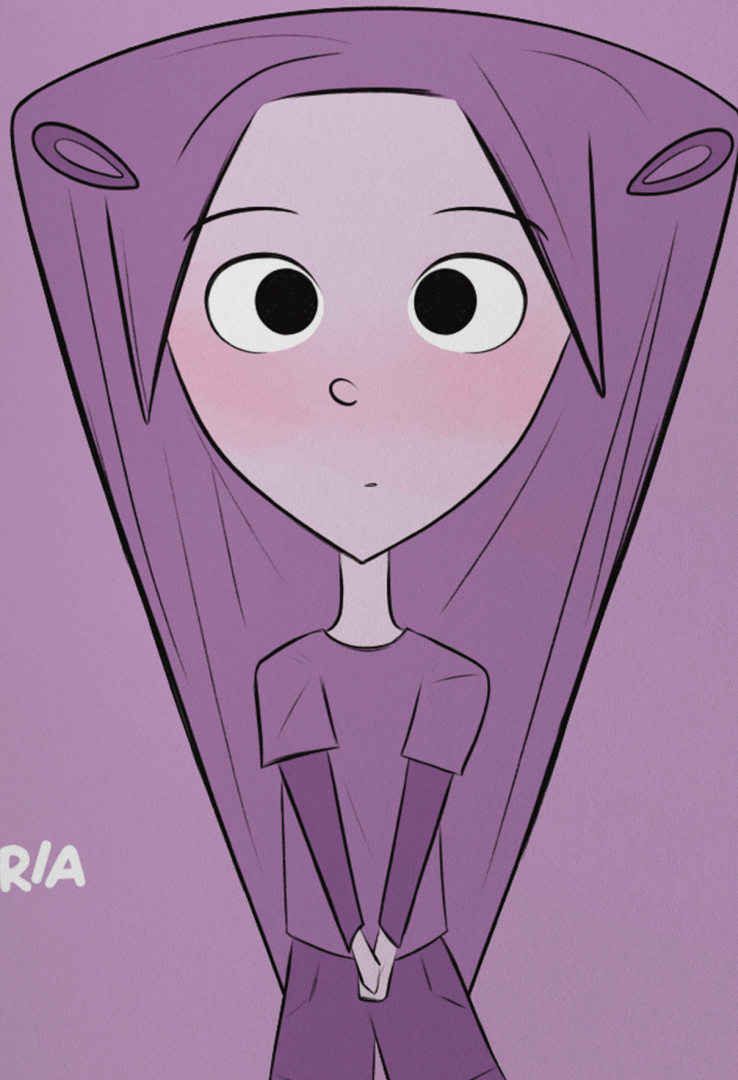


STORIA
b

Las formas del autismo

Soy tu amiga

y aprecio que nos podamos comunicar por escrito



STORIA
b

Promoción digital | Campaña en RRSS

Plan de tiempos | Campaña de lanzamiento

Duración de la campaña: 6 semanas

De 3 a 5 posteos semanales + posteos en stories.

Canales: Redes Sociales (Instagram).

Objetivos de la campaña:

- Dar a conocer el proyecto y generar anticipación.
- Alentar a los docentes a que sean voluntarios en el proyecto, y promoverlo así en las escuelas.
- Enseñar sobre el autismo y cómo afecta a la persona.
- Incentivar a que las familias descubran el proyecto y se interesen por el mismo.
- Dar a conocer a los personajes.

Ejes de contenido | Feed de Instagram

Educacional

Información sobre el autismo.

Conocer cómo se puede manifestar el autismo.

Sus síntomas: personajes que los ilustran.

Promocional

¿Qué es Storia?

El autismo en la escuela.

Personajes de Storia.

Algunos de los síntomas elegidos.

Interactuar con los personajes.

Feed de Instagram

Semana 5-6

Objetivo: piezas de diseño

- Lanzamiento del proyecto.
- Se podrán ver parte de los trípticos para generar expectativas y alentar su lectura.
- Se brindará un poco de información acerca del autismo, para empezar a informar sobre el trastorno, logrando una mayor acercación al público.

Semana 3-4

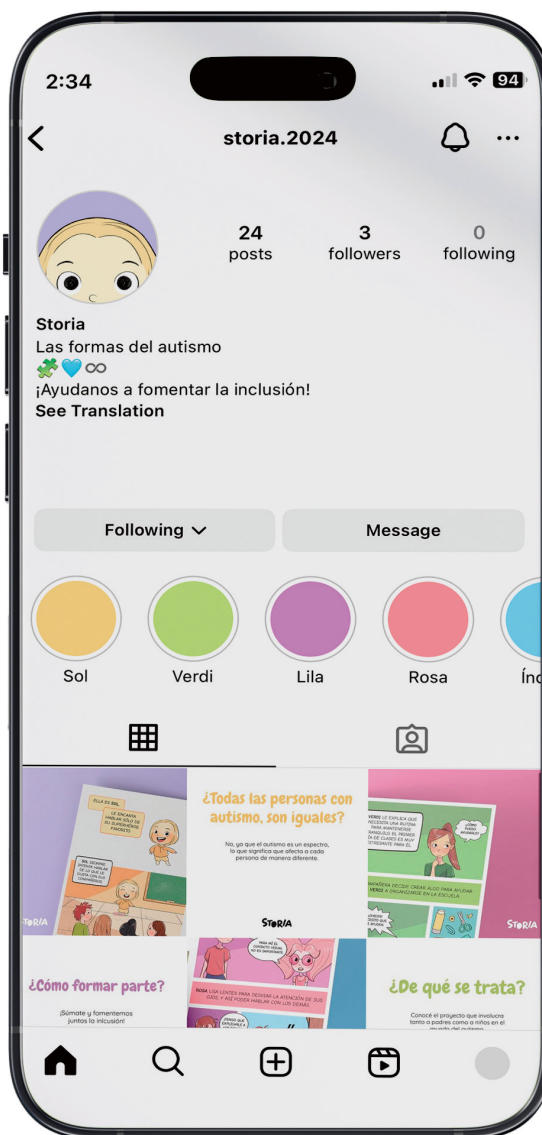
Objetivo: personificación de los síntomas del autismo

- Terminar de presentar a todos los personajes de las historias.
- Dar más información acerca de los síntomas y las distintas formas en las que se puede manifestar el autismo.

Semana 1-2

Objetivo: dar a conocer Storia

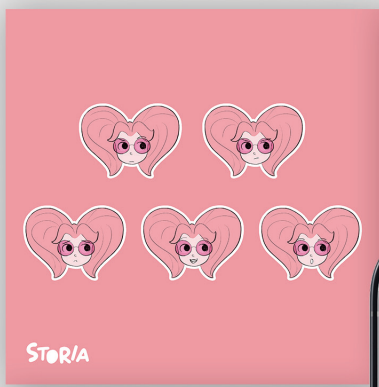
- Anuncio del lanzamiento redes sociales con las animaciones en historia.
- Primeros posteos: presentación de los cinco personajes.



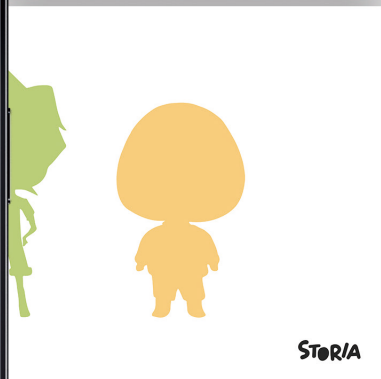
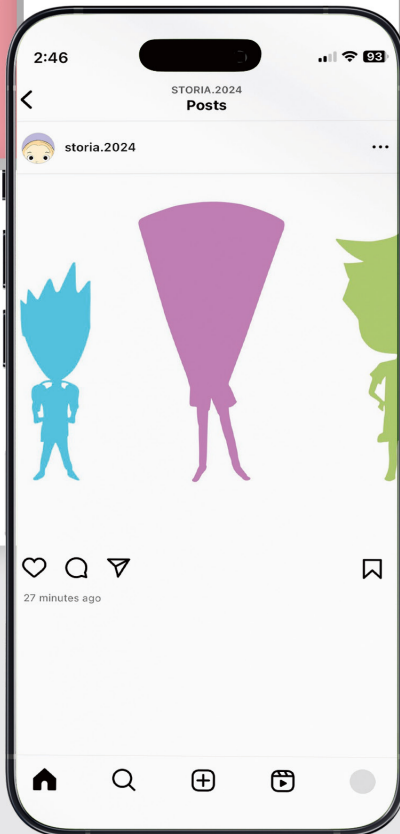
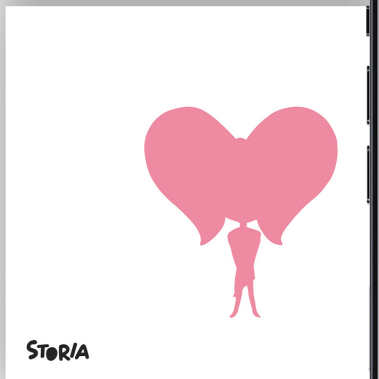
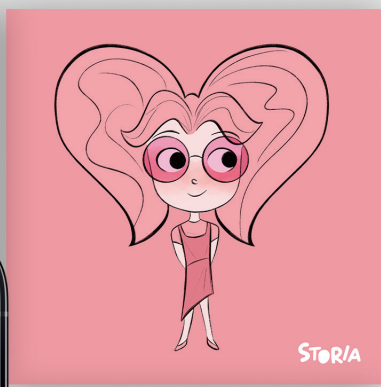


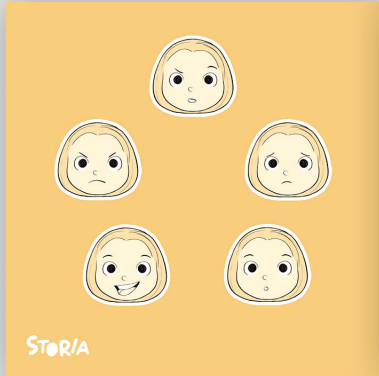
¿Quién es
ÍNDIGO?

STOR/A



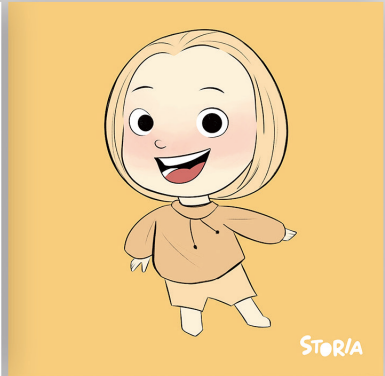
¿Quién es
ROSA?





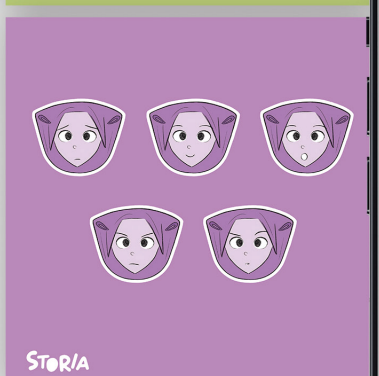
¿Quién es
SOL?

STORIA



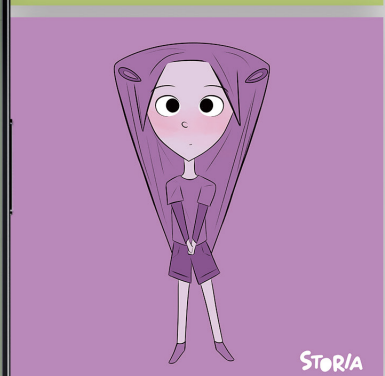
¿Quién es
VERDI?

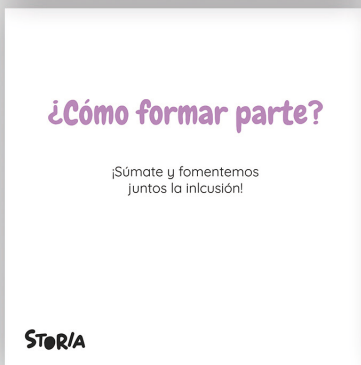
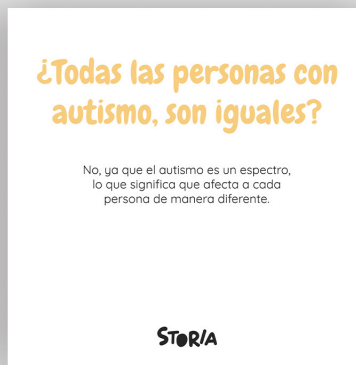
STORIA



¿Quién es
LILA?

STORIA





Merchandising | Pines

Pines de metal con prendedor

Sistema de impresión: Inkjet

Dimensiones: diámetros de 3,5 y 2,5 cm







Crayones



Stickers



4.2 CONTEXTUALIZACIÓN

























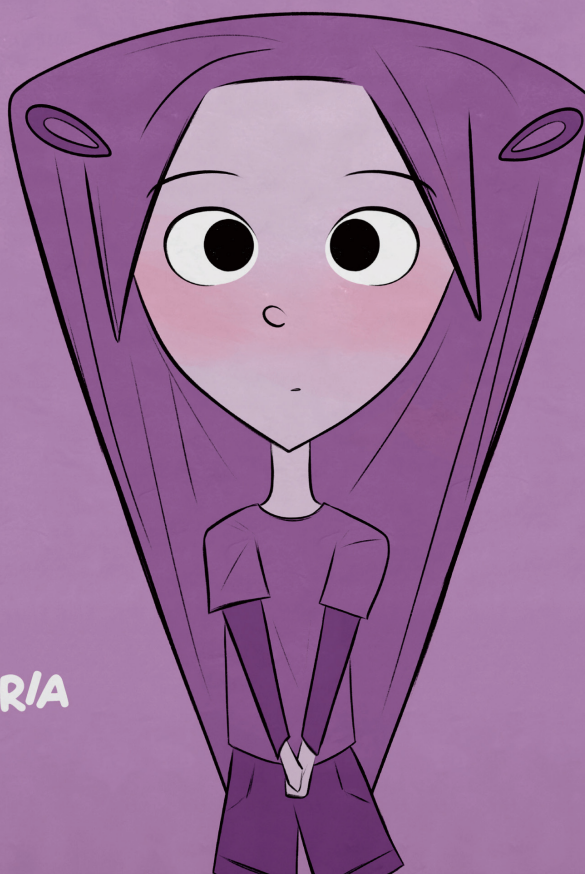




Las formas del autismo

Soy tu amiga

y aprecio que nos podamos comunicar por escrito



STORIA

b

4.3 BIBLIOGRAFÍA

IMPRESA

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito.

González Ruiz, G. (1994). *Estudio de diseño*. Buenos Aires, Argentina. Emecé Editores.

Jones, C. (1978). *Métodos de diseño*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, S.L.

Chaves, N. Belluccia, R. (2003). *La marca corporativa*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Paidós.

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, S.A.

Vozmediano, M., Vizcaíno-Laorga, R. (2015). *Diseño gráfico publicitario*. Madrid, España. Editorial Ommpress.

Frascara, J. (1988). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito.

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz, Bolivia. Grupo Editorial Design.

Roldán, D. (2021). *Palabra de ilustrador*. Buenos Aires, Argentina. Editorial EUDEBA.

Olivares, E., Vilahur, L. (2012). *Dibujo para Diseñadores gráficos*. Barcelona, España. Editorial Parramon.

Mazzeo, C. (2021). *El perfume del diseño: estilo gráfico*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito.

Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Paidós.

WEB

Fundación Brincar. (s.f.). *Fundación Brincar por un Autismo Feliz*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://www.brincar.org.ar/>

Ministerio de Educación de San Juan. (s.f.). *Por primera vez, San Juan tiene su libro de educación inclusiva para docentes*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://sisanjuan.gob.ar/educacion/2019-09->

23/17529-por-primera-vez-san-juan-tiene-su-libro-de-educacion-inclusiva-para-docentes

Infobae. (2021, 24 de junio). *Con Fangio como emblema, la Provincia lanza libros didácticos de educación vial para niños y adolescentes*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://www.infobae.com/sociedad/2021/06/24/con-fangio-como-emblema-la-provincia-lanza-libros-didacticos-de-educacion-vial-para-ninos-y-adolescentes/>

Federación Autismo Madrid. (2017, 7 de abril). *Los lunes, Autismo*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://autismomadrid.es/libros-federacion-autismo-madrid-blog/los-lunes-autismo/>

Espacio Autismo. (2023, 2 de abril). *Los símbolos del autismo: Del color azul a la pieza de puzle*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://www.espacioautismo.com/los-simbolos-del-autismo-del-color-azul-a-la-pieza-de-puzle/>

Página 12. (2024, 17 de marzo). *La inclusión educativa de los chicos con TEA, un desafío pendiente*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://www.pagina12.com.ar/721532-la-inclusion-educativa-de-los-chicos-con-tea-un-desafio-pend>

Confederación Autismo España. (s.f.). *¿Qué es el autismo?*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://autismo.org.es/el-autismo/que-es-el-autismo/>

Organización Mundial de la Salud. (2022, 30 de marzo). *Autism spectrum disorders (ASD)*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de [https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/autism-spectrum-disorders-\(asd\)](https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/autism-spectrum-disorders-(asd))

Fundación Senara. (2021, 26 de marzo). *Guía de sensibilización para la prevención del odio, racismo y xenofobia*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://fundacionsenara.org/es/2021/03/26/guia-sensibilizacion-prevencion-odio-racismo-y-xenofobia/>

Larkum, A. (s.f.). *Adam Larkum*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <http://adamlarkum.com/>

Club Peques Lectores. (2016, 6 de junio). *Mejores cómics infantiles*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <http://www.clubpequeslectores.com/2016/06/mejores-comics-infantiles.html>

Universidad Europea. (s.f.). *Diseño editorial*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/disenio-editorial/>