



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO**

**“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA MULTIMEDIA SOBRE
EDUCACIÓN SEXUAL UTILIZANDO PARÁMETROS DE CALIDAD.**

**CASO PRÁCTICO: GUÍA MULTIMEDIA PARA EL PRIMER AÑO DE
BACHILLERATO DEL INSTITUTO SUPERIOR RIOBAMBA”**

TESIS DE GRADO

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:

LOURDES ALEXANDRA LEMA MELENDRES

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

Agradezco a Dios, por ser la fuerza de mi vida y por no desmayar en la culminación del presente trabajo.

A la ESPOCH y la Escuela de Diseño Gráfico por la formación académica y humana que me otorgaron en el aprendizaje de nuevos conocimientos a su vez formándome como profesional para mi país.

Y especialmente, al **INSTITUTO SUPERIOR RIOBAMBA**, por la oportunidad de desarrollar la tesis en tan noble institución.

Para todos ellos mis más sinceros agradecimientos.

Dedicado a mis padres, por ser el más claro ejemplo de trabajo y esfuerzo diario que siempre me enseñaron que el sacrificio hacia la superación.

A mis amigos, que me ayudaron y colaboraron en toda medida posible.

FIRMA DE RESPONSABLES

NOMBRE	FIRMA	FECHA
ING. IVÁN MÉNES DECANO DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ARQ. XIMENA IDROBO DIRECTORA DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
LIC. LUIS VIÑAN DIRECTOR DE TESIS
ING. MIGUEL DUQUE MIEMBRO DEL TRIBUNAL
LIC. Carlos Rodríguez Carpio DIRECTOR DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN
NOTA DE LA TESIS	

AUTORÍA

“Yo, **Lourdes Alexandra Lema Melendres**, soy el responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis; y, el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO”.

LOURDES ALEXANDRA LEMA MELENDRES

INDICE

GENERALIDADES

ANTECEDENTES

JUSTIFICACIÓN

OBJETIVOS

HIPÓTESIS

CAPITULO I

PROYECTO DE EDUCACIÓN SEXUAL Y REPRODUCTIVA.	21
1.1 PREÁMBULO DEL INSTITUTO SUPERIOR RIOBAMBA.....	21
1.2 IDENTIDAD INSTITUCIONAL.....	21
1.3 PERFIL INSTITUCIONAL.....	22
1.4 VISIÓN.....	22
1.5 MISIÓN.....	23
1.6 OBJETIVOS.....	23
1.7 PROYECTOS DE EDUCACIÓN SEXUAL Y REPRODUCTIVA.	23
1.8 ADOLESCENCIA.....	24
1.8.1 IDENTIDAD PERSONAL.....	25
1.8.2 SEXUALIDAD.....	26
1.8.3 EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA.....	27
1.8.4 RIESGOS DE UN EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA.....	28

1.8.5 ASERTIVIDAD EN LA ADOLESCENCIA.....	29
1.8.5.1 ASERTIVIDAD POSITIVA.....	29
1.8.6.2 ASERTVIDAD NEGATIVA.....	30

CAPITULO II

2.1 DISEÑO GRÁFICO	31
2.2 PSICOLOGÍA DEL COLOR	32
2.3 COLORES LLAMATIVOS PARA ADOLESCENTES.....	32
2.4 ICONOGRAFÍA.....	34
2.5 FORMAS ABSTRACTAS Y ORGÁNICAS.....	35
2.5.1 FORMAS BSTRACTAS.....	35
2.5.2 FORMAS ORGÁNICAS.	35
2.6 TIPOGRAFÍA.....	36
2.6.1 ANATOMÍA TIPOGRÁFICA.....	36
2.6.2 CLASIFICACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA.....	37
2.6.3 TIPOGRAFÍAS SERIF (CON SERIF O ROMÁN).....	39
2.6.4 TIPOGRAFÍAS SERIF (SANS SERIF).....	40
2.7 IDENTIDAD CORPORATIVA.....	42
2.7.1 SIGNOS DE LA IDENTIDAD.....	42
2.7.1.1 LOGOTIPO.....	42
2.7.1.2 IMAGOTIPO.....	42
2.7.1.3 ISOLOGO.....	43
2.7.2 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA.....	43

2.8 DISEÑO MULTIMEDIA.....	44
2.8.1 MULTIMEDIA.....	44
2.8.2 TEXTO MULTIMEDIA.	44
2.8.3 LA IMAGEN MULTIMEDIA.	45
2.8.4 SONIDO MULTIMEDIA.	45
2.8.5 ANIMACIÓN MULTIMEDIA.....	45
2.9 PARÁMETROS DE CALIDAD.....	47
2.9.1 PARÁMETROS DE LA INFORMACIÓN.....	47
2.9.1.1 ELEMENTOS MULTIMEDIA.....	47
2.9.2 PARÁMETROS DE CALIDAD EN FUNCIÓN DE LA USABILIDAD.....	49
2.9.2.1 USABILIDAD.....	49
2.9.2.2 ACCESIBILIDAD.....	50
2.9.2.3 NAVEGACIÓN MULTIMEDIA.....	51
CAPITULO III	
3. PROCESO DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA.....	52
3.1 INTRODUCCIÓN	52
3.2 ELABORACIÓN DE SOFTWARE MULTIMEDIA.....	54
3.2.1 PROCESO DE PLANIFICACIÓN.	54

3.2.1.1 DETERMINACIÓN DEL TEMA A TRABAJAR Y LOS OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN LOGRAR.....	54
3.2.1.2 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE LAS FUENTES DE CONSULTA.....	55
3.2.1.3 DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO Y SUBDIVISIÓN DEL GUÍA MULTIMEDIA.....	55
3.2.1.4 DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO Y SUBDIVISIÓN DEL GUÍA MULTIMEDIA.....	54
3.2.1.5 FINALIDADES.....	55
3.2.1.6 AUDIENCIA.....	55
3.2.1.7 RECURSOS	56
3.2.1.8 PRESUPUESTO TOTAL	56
3.2.1.9 SOFTWARE	56
3.3 PROCESO DE DISEÑO.....	56
3.3.1 ANÁLISIS.....	56
3.3.2 DISEÑO PEDAGÓGICO.....	56
3.3.3. DISEÑO MULTIMEDIA.....	57
3.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	57
3.4.1 EL GUION MULTIMEDIA.....	57
3.4.1.1 CREACIÓN DEL GUION.....	57

3.5 PROCESO DE DOCUMENTACIÓN.....	58
3.5.1 PROCESO DE FORMATO DE DATOS.....	58
3.6 PROCESO DE MONTAJE DE LA APLICACIÓN.....	59
3.7 EVALUACIÓN DEL SOFTWARE EDUCATIVO.....	59
CAPITULO IV	
4. MARKETING.....	60
4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	60
4.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	63
4.2.1 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.....	63
4.2.2 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.....	63
4.2.3 SEGMENTACIÓN PSICOLÓGICA.....	63
4.3 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.....	64
4.3.1 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	64
4.3.2 MARCO MUESTRAL.....	65
4.4 ANÁLISIS DE MULTIVARIABLES.....	65
4.5 BRIEF DEL CLIENTE.....	66
4.5.1 RECEPCIÓN DEL BRIEF.....	66
4.5.2 CARACTERIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.....	67
4.5.3 CUADRO DE MANDO INTEGRAL.....	67
4.6 BRIEF	
CREATIVO.....	68

4.6.1 BACKGROUND.....	68
4.6.2 OBJETIVO.....	68
4.6.3 PÚBLICO OBJETIVO.....	68
4.6.3.1 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICO.....	68
4.6.3.2 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.....	68
4.6.3.3 SEGMENTACIÓN PSICOLOGÍA.....	68
4.6.4 BENEFICIO BUSCADO.....	69
4.6.5 PROPUESTA O PROMESA.....	69
4.6.6 APOYO.....	69
4.6.7 TONO DE PUBLICIDAD.....	69

CAPITULO V

5. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA MULTIMEDIA SOBRE EDUCACIÓN SEXUAL UTILIZANDO PARÁMETROS DE CALIDAD.	70
5.1.1 ELABORACIÓN DE SOFTWARE MULTIMEDIA.....	70
5.2 PROCESO DE PLANIFICACIÓN.....	72
5.2.1 DETERMINACIÓN DEL TEMA A TRABAJAR Y LOS OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN LOGRAR.	73
5.2.2 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE LAS FUENTES DE CONSULTA.	73
5.2.3 DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO Y SUBDIVISIÓN DE ESTE EN BLOQUES DE ACUERDO AL TRATAMIENTO TEMA.....	74

5.2.4 DETERMINAR EL TÍTULO DEL PROGRAMA.	74
5.2.5 FINALIDADES.	76
5.2.6 AUDIENCIA.....	76
5.2.7 RECURSOS.....	76
5.2.7.1 RECURSOS DE COMPUTO.....	76
5.2.7.2 MATERIALES.....	76
5.2.8 PRESUPUESTO.....	77
5.2.9 SOFTWARE.	77
5.3 PROCESO DE DISEÑO.....	77
5.3.1 ANÁLISIS.....	77
5.3.2 DISEÑO DEL PRODUCTO.....	78
5.3.2.1 TEMA.....	78
5.3.2.2 DETERMINACIÓN DEL TEMA A TRATAR Y LA EXTENSIÓN DE SU ALCANCE.	78
5.3.2.3 CONTENIDOS DE ACUERDO CON EL ALCANCE.....	79
5.4. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	86
5.4.1 EL GUION MULTIMEDIA.....	86
5.4.1.7 GUION TÉCNICO.....	86
5.5 PROCESO DE DOCUMENTACIÓN.	89
5.6 PROCESO DE MONTAJE DE LA APLICACIÓN.....	89

5.6 DISEÑO DE PRODUCCIÓN DEL PACKAGIN.....	90
--	----

CAPÍTULO VI

6. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS Y PARÁMETROS DE CALIDAD.....	91
---	----

6.1 VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	91
--	-----------

6.1.1 OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN.....	92
--------------------------------------	----

6.1.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	92
------------------------------------	----

6.1.2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	92
--------------------------------------	----

6.1.2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	92
------------------------------------	----

6.1.2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	92
--	----

6.1.2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	93
--	----

6.1.2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	93
--	----

6.1.2.6 RESULTADO DE VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	96
---	----

6.2 VALIDACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE CALIDAD.	97
---	----

6.2.1 RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE CALIDAD	97
---	----

-

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

RESUMEN

SUMMARY

GLOSARIO

ANEXO

BIBLIOGRAFÍA

INDICE DE FIGURAS

Figura I.1: Desarrollo del taller	24
Figura I.2: Desarrollo del taller Recreativo.....	25
Figura I.3: Desarrollo del Taller.....	26
Figura I.4: Adolescentes embarazadas.....	28
Figura I.5: Feria de Salud.....	29
Figura II.6: Diseño Gráfico.....	31
Figura II.7: Colores llamativos para Adolescentes.....	34
Figura II.8: Colores llamativos para Adolescentes.....	34
Figura II.9: Formas Abstractas.....	35
Figura II.10: Formas Orgánicas.....	36
Figura II.11: Anatomía de la Tipografía.....	37
Figura II.12: Clasificación de la Tipografía Sans Serif.....	38
Figura II.13: Otra Clasificación de la Tipografía	38
Figura II.14: Estructura de la Tipografía Serif.....	39
Figura II .15: Estructura de la Tipografía Sans Serif.....	40
Figura II.16: Clasificación de la Tipografía Sans Serif.....	41
Figura II.17: Marca formada por solo Logotipo.....	42
Figura II.18: Marca formada por solo Imagotipo.....	42
Figura II.19: Isologo formado por Logotipo más Imagotipo.....	43
Figura II.20: Tipografía Corporativa (CatholickLike).....	44

Figura II.21: Animación Multimedia.....	42
Figura IV.28: Lista de Institutos educativos en la Ciudad de Riobamba.....	61
Figura IV.29: Registro De Embarazos En Adolescentes En Instituciones Educativas – Fiscales.....	62
Figura V. 30: Taller de Prevención de Embarazo en Adolescente.....	75
Figura V.31: Taller de Prevención de Embarazo en Adolescente.....	75

INDICE DE TABLAS

Tabla IV. I: Resultado si tienen materias de Educación Sexual.....	62
Tabla IV. II: Resultado de cuantas horas de clases tienen Educación Sexual.....	62
Tabla IV.III. Marco Muestral.....	65
Tabla IV. IV. Cuadro de Mando Integral.....	67
Tabla IV. V. Cronograma de Planificación Mensual.....	72
Tabla IV. VI. Estructura de Contenidos.....	74
Tabla IV.VII: Presupuesto.....	77
Tabla V. VIII: Guión Técnico.....	86
Tabla V. IX: Estructura de los fondos multimedia.....	87
Tabla V. X: Estructura de los Botones.....	87
Tabla V. XI: Estructura de Audios.....	88
Tabla IV. XII: Formato de Imágenes.....	88
Tabla IV. XIII: Formato de Textos.....	88
Tabla V. XIV: Detalle Del Proceso De Documentación.....	89
Tabla.VI. XV. Resultados previo de la Educación Sexual.....	96
Tabla.VI. XVI. Resultados de la Evaluación del aprendizaje aplicado la Guía Multimedia.....	97
Tabla.VI. XVII: Resultados de evaluación de los Parámetros de Calidad.....	98

ANTECEDENTES

En los últimos años se han desarrollado una serie de investigaciones con los y las adolescentes tomadas desde sus vivencias, dando como resultados circunstancias similares en el cual se asemejan entre sí, una de ellas es la falta de educación sexual desde los padres a hijas e hijos.

Una adolescente sexualmente activa que no utiliza anticonceptivos, tiene un 90% de probabilidades de quedar embarazada en un año, son innumerables las causas que explican el embarazo en la adolescencia están como la soledad, tristeza de una adolescente que se siente abandonada y no querida, o a la mujer que piensa que no responde a estereotipos sociales de una mujer que los jóvenes buscan y aman, sin tomar en cuenta los riesgos y sin evitarlos.

Este problema ha sido introducido como tema de Educación Sexual en escuelas y colegios por medio de estrategias de implementación como Política de Gobierno a la sociedad civil, pero no se ha generalizado a todas las instituciones educativas tanto en la zona urbana como a la zona rural, ya sea por ubicación geográfica o por falta de partidas presupuestarias.

Los embarazos en las adolescentes es una problemática en el Ecuador con alta evidencia en los colegios, ya que es considerado como un problema de salud pública muy latente por el alto porcentaje elevado, cabe mencionar que este tipo de problema social no es reciente, es decir, desde años anteriores existen y lo peor que se han realizado muchas investigaciones, pero ninguna han podido resolver el problema, y también se debe a la falta de información que sea veraz, científica y oportuna y sobre todo de prevención mas no de curación, por este motivo se ha visto la necesidad de realizar un material multimedia para adolescentes específicamente en Educación Sexual que contenga en un solo producto una información que permita a las adolescentes del Primer año de Bachillerato del Instituto Superior

Riobamba informarse sobre una educación sexual integral de prevención y para el disfrute y goce de sus derechos.

En este año se implementó una nueva metodología de enseñanza en el cual el Instituto Superior Riobamba es participe en esta nueva propuesta de campo de acción que es Educación para la Salud para los segundos y terceros años de bachillerato, una iniciativa en donde la Dirección de Educación, Salud y UNFPA han realizado alianzas estratégicas para el desarrollo de este campo de acción en donde uno de los instrumentos utilizados para el proceso es una guía específicamente para la utilización en temas de Género, Equidad e Igualdad, Métodos Anticonceptivos, Derechos Humanos, Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos, entre otros temas.

En la actualidad se sienten las adolescentes cautivadas por nuevas formas de presentación de información que sea de su interés, ya que las percepciones de las formas y figuras son innovadoras por su color y su impacto visual, presentando así un diseño de una interfaz innovador y exclusivo para presentar la información.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El diseño de este producto multimedia se basa en la necesidad de un material que contenga información sobre Educación Sexual para adolescentes.

En base a un estudio y análisis realizado en el Instituto Superior Riobamba como resultado se obtuvo un porcentaje de Embarazos que se evidencia entre los 12 a 19 años, por tal motivo se ha visto la necesidad de implementar un producto multimedia de Educación Sexual, en donde a las adolescentes de este colegio se ofrece una información veraz y oportuna en temas de Educación sexual, derechos, métodos de prevención mediante anticonceptivos y su utilización, por medio de audio, video, imágenes y animaciones, fomentando a las adolescentes una cultura de prevención.

OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el diseño e implementación de una guía multimedia sobre educación sexual utilizando parámetros de calidad y crear un caso práctico para el primer año de bachillerato del Instituto Superior Riobamba.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Valorar y entender la sexualidad como una cosa propia que podemos compartir libremente, que tiene implicaciones sociales en la adolescencia.
- Examinar datos sobre los temas a tratar en el Proyecto de Educación Sexual y Reproductiva.
 - Género y Sexualidad
 - Asertividad
 - Derechos
 - Embarazo Precoz
 - Métodos Anticonceptivos
- Investigar los procesos de educación sexual aplicados en la educación secundaria.
- Diseño del Guía multimedia Educativo utilizando parámetros de Calidad
- Aplicación y Verificación del Guía multimedia Educativo a Estudiantes del primer año de bachillerato del “I.T.S.R” en la ciudad de Riobamba.

1.4. HIPÓTESIS

La difusión de la guía multimedia sobre educación sexual en las adolescentes del primer año de bachillerato del Instituto Superior Riobamba permitirá incrementar su conocimiento acerca de las causas y efectos de una educación sexual responsable.

CAPITULO I

PROYECTO DE EDUCACIÓN SEXUAL Y REPRODUCTIVA.

1.1 PREÁMBULO DEL INSTITUTO SUPERIOR RIOBAMBA.

El 1 de diciembre de 1943 inicio la labor académica el Colegio Nacional de Señoritas Riobamba. El 9 de Agosto de 1986 mediante acuerdo ministerial N° 3561 se transforma en Colegio Experimental; luego el 9 de Junio de 1999 según Acuerdo 1197 se elevó a la categoría de Instituto Técnico Superior con la especialidad de Administración Turística y a la fecha está aprobado por el CONESUP como Instituto Superior Riobamba mediante Acuerdo 119 del 4 de Agosto de 1993 con las especialidades de Administración Turística, Ofimática y Servicios Asistenciales de Salud.

1.2 IDENTIDAD INSTITUCIONAL

El Instituto Superior Riobamba es una institución de educación media y superior de carácter privado, inspirada en los principios de una educación democrática, científica, laica y de desarrollo humano, regida por la Constitución, las leyes educativas y las practicas pedagógicas social cognitiva.

1.3 PERFIL INSTITUCIONAL

Perfil de Bachillerato: Los graduados, tendrán una sólida formación académica con alto sentido humano, comprometidos con el desarrollo y aplicación de valores morales y democráticos que le permita una constante actitud de cambio cuya repercusión influya en la creación de una sociedad crítica, propositiva y con amor a la naturaleza.

PERFIL DEL SUPERIOR: será un profesional con conocimientos científicos – técnicos y principios éticos que tendrá la capacidad de identificar los problemas del entorno para plantear soluciones acordes al nivel de formación tecnológicas y requerimientos del entorno.

PERFIL DEL DOCENTE: el docente será un profesional conocedor crítico, para desempeñar responsablemente y creativamente facilitando la articulación entre los conocimientos y actitudes previsores con los que requiere el nivel educativo del estudiante, integrando a su trabajo diario una investigación – acción aceptando emocionalmente que el saber es cambiante y dinámico lo que exige su constante actualización en los campos científicos.

1.4 VISIÓN

El ITR es un instituto donde se haga cotidiano el cultivo y práctica de los valores personales e institucionales, pionera en el desarrollo sostenible y sustentable, consiente de la responsabilidad que implica la pedagogía y tecnología del siglo XXI; existe un sólido criterio positivo del plantel por su ambiente motivante, abierto e integrador con respeto a las individualidades y alto compromiso colectivo para alcanzar el éxito. Aspiramos egresados del bachillerato y tecnologías formando con un currículo equilibrado en lo axiológico y científico, pilares de transformación social, así como padres de familia participativos en la ayuda comunitaria.

1.5 MISIÓN

Es una institución educativa fiscal en los niveles de Educación Básica, Bachillerato, Tecnología abierta a los Clientes de todos los estratos sociales y niveles económicos, propicia la formación humana, técnica y científica para desempeñarse con efectividad en sus actividades particulares y/o estudios superiores.

1.6 OBJETIVOS

- Implementar metodologías activas de aprendizaje.
- Crear las condiciones adecuadas para desarrollar la axiología y praxis de los valores éticos, estéticos.
- Desarrollar una planificación integral institucional que permita el desarrollo sustentable y sostenible del plantel.
- Integrar a los actores educativos en acciones coordinadas.
- Potencializar las características de liderazgo a todo nivel.
- Evaluar las acciones institucionales continuamente para innovar, mejorar y proyectar a futuro.

1.7 PROYECTOS DE EDUCACIÓN SEXUAL Y REPRODUCTIVA.

En el Instituto Superior Riobamba desde el año 2010, inicio con un proceso de formación a adolescentes de los segundos y terceros años de bachilleratos formando un proceso de promotoras de salud, bajo la coordinación de la Dirección de Educación Hispana y con el apoyo de una Agencia de Cooperación Internacional como es Fondo de Población de Naciones Unidas UNFPA.

Se denominó como Campo de Acción “Educación para la Salud” con la duración de seis meses, al término del campo de Acción las estudiantes inician un proceso de réplica en los cursos inferiores. La modalidad de los talleres se realiza los días sábados con la duración de horas.

¹ Libro de Historia del Instituto superior Riobamba (1990)

1.8 ADOLESCENCIA

La adolescencia es un proceso, una etapa de transición con límites temporales fijos. Ahora bien, los cambios que ocurren en este momento son tan significativos que resulta útil hablar de la adolescencia como un periodo diferenciado del ciclo vital humano.

La adolescencia comienza con la pubertad, es decir, con una serie de cambios fisiológicos que desembocan en plena maduración de los órganos sexuales, y la capacidad para reproducirse y relacionarse sexualmente.

El intervalo temporal en que transcurre comenzaría a los 11-12 años y se extendería hasta los 18-20. Sin embargo no podemos equiparar a un chico de 13 con uno de 18 años; por ello hablaremos de “adolescencia temprana” entre los 11-14 años (que coincide con la pubertad), y luego de un segundo periodo de “juventud” entre los 15-20 años; su prolongación hasta llegar a la adultez, dependerá de factores sociales, culturales, ambientales, así como de la adaptación personal.



Figura I.1: Desarrollo del taller

Fotografía: Lourdes Lema

1.8.1LA IDENTIDAD PERSONAL

La adolescencia es un momento de búsqueda y consecución de la identidad personal. Esta identidad es de naturaleza psicosocial y contiene importantes ingredientes de naturaleza cognitiva: El adolescente se juzga a sí mismo a la luz de cómo es percibido por los otros, y se compara con ellos. Esos juicios pueden ser conscientes o inconscientes, con inevitables connotaciones afectivas, que dan lugar a una conciencia de identidad exaltada o dolorosa, pero nunca afectivamente neutra.

El auto concepto es el elemento central de la identidad personal, pero integra en sí mismo elementos corporales, psíquicos, sociales y morales.

Los cambios fisiológicos obligan a revisar y rehacer la imagen del propio cuerpo: La preocupación por el propio físico pasa a primer plano. Pero no sólo la imagen del propio físico, sino la representación de sí mismo pasa a constituir un tema fundamental. El adolescente tiene una enorme necesidad de reconocimiento por parte de los otros, necesita ver reconocida y aceptada su identidad por las personas (adultos, compañeros) que son significativas para él. Es este reconocimiento y aceptación lo que asegura un concepto positivo de sí mismo.



Figura I.2: Desarrollo del taller Recreativo

Fotografía: Lourdes Lema

1.8.2SEXUALIDAD

Es más fácil determinar cuándo empieza la adolescencia que cuando termina los cambios en las proporciones del cuerpo y en el logro de la madurez sexual. En nuestra cultura, la adolescencia es la etapa intermedia entre la niñez y la juventud.

En la mujer desarrolla redondez y fuerza de las caderas por aumento de tejido adiposo y ensanchamiento de éstas, acompañado de un total desarrollo de los senos o mamas; además, existe un aumento en su capacidad de fertilidad.

En el hombre se genera el ensanchamiento de los hombros, que hacen ver las caderas más estrechas y un aumento del desarrollo de la musculatura que permite el desarrollo de aptitudes motoras gruesas.

Sexualmente se considera que la mujer presenta madurez por el comienzo de la menstruación, y en los hombres por la producción de semen; aunque el concepto de madurez es sólo biológico. En los hombres aparece el vello facial, corporal y púbico, mientras que la voz se hace más grave. En las mujeres aparece el vello corporal y púbico, los senos aumentan y las caderas se ensanchan.



Figura I.3: Desarrollo del Taller

Fotografía: Lourdes Lema

1.8.3 EMBARAZOS EN ADOLESCENTES

La maternidad adolescente tiene una estrecha relación hacia la consecución ya que en primer lugar porque se da en familias más pobres y es uno de los factores que tiende a profundizar el círculo de pobreza y la falta de oportunidades, en segundo lugar porque se relaciona con mayor riesgo de mortalidad y morbilidad materno infantil, y en tercer lugar porque se vincula con la deserción escolar de las adolescentes.

Es un indicador de la no realización de los derechos sexuales y reproductivos, porque implica falta de acceso a servicios de educación y salud, falta de información, falta de empoderamiento de las adolescentes, y lo que es más grave en muchos casos los embarazos son producto de violencia sexual.

El embarazo en adolescentes coloca a las madres adolescentes en una perspectiva de exclusión a lo largo de su vida; es un grave problema social en la región que nos desconcierta, nos preocupa y nos desafía.

Es importante trabajar en el nivel personal con los y las adolescentes con enfoques de derechos, de género y sensibilidad cultural para promover la toma de decisiones seguras frente a su sexualidad con asertividad y responsabilidad frente a la prevención de ITS VIH SIDA, embarazos y violencia sexual. Promover el trabajo con los adolescentes varones para que asuman su responsabilidad frente al cuidado de su salud SSR y de su pareja.

Los embarazos en las y los adolescentes pueden carecer de información y conocimientos suficientes sobre los métodos anticonceptivos o también no tener un fácil acceso a su adquisición. También pueden sentirse avergonzados tanto para preguntar como para comprar anticonceptivos.

En muchos casos se usan métodos anticonceptivos pero de modo inadecuado. Muchos adolescentes sin experiencia puede usar el condón incorrectamente y las adolescentes se

olvidan tomar con cierta frecuencia los anticonceptivos orales. Las tasas de fracaso anticonceptivo son mayores en las adolescentes, por el cual presentan embarazos precoces de alto riesgo



Figura I.4: Adolescentes embarazadas

Foto: Diario Los Andes (Edición Salud).

1.8.4RIESGOS DE UN EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA

Un embarazo en la adolescencia es traumático en la mayoría de los casos, porque genera un conflicto que se establece entre ser madre o padre y al mismo tiempo continuar siendo adolescente, casi siempre menor de edad, que necesita ser educado y controlado por los padres.

El embarazo en la adolescencia también provoca el abandono de los estudios, ya que cuando las adolescentes quedan embarazadas deben asumir responsabilidades muy tempranas de madres que, por lo general, no pueden compartir con el estudio, o se les dificulta notablemente por lo que optan por tener a sus bebés y abandonar la escuela. La decisión hipoteca la vida de la joven para siempre, condenada a un presente de niña madre y un futuro con pocas expectativas profesionales y económicas.

Otro agravante es que el padre adolescente en general no asume la responsabilidad paterna y los bebés al final se quedan con la madre.

1.8.5 ASERTIVIDAD EN LA ADOLESCENCIA

1.8.5.1 ASERTIVIDAD POSITIVA

Según La asertividad la entendemos como un estilo de comunicación adecuado, que permite a las personas expresar sus sentimientos, ideas y opiniones de una manera honesta, directa, firme.

La asertividad implica hacer respetar los derechos de las personas de tal forma que no atente contra los derechos de otras personas.

La clave de la asertividad es el ser honesto con uno mismo, es el decir lo que uno piensa, siente o quiere sin dominar, humillar o degradar a los demás. Tampoco es el ser sumiso o deferente a la otra persona cuando uno se comunica.

La comunicación Asertiva en la adolescencia es otro de los factores protectores personales que contribuyen a que los jóvenes refuercen su autoestima y disminuyan las conductas de riesgo. Estimular y promover en el joven la asertividad, le ayuda a decir **“NO” O “SI”, NO QUIERO, NO ESTOY DISPUESTO, NO ME GUSTA.”**



Figura I.5: Feria de Salud

Fotografía: Lourdes Lema

1.8.5.2 ASERTIVIDAD NEGATIVA

Las personas tienden a no ser asertivas debido a las siguientes creencias erróneas:

- Por miedo a perder la aprobación de los demás.
- Sin embargo en las relaciones sociales se tiende a desvalorizar a las personas que actúan de manera no asertiva.
- Porque creen que ser asertivo es ser agresivo.
- Se ha inculcado que decir lo que se piensa es ser agresivo o violento.
- Porque creen que al no ser asertivos son considerados y cordiales con los demás. Sin embargo de esta manera, está negando sus propias necesidades.²

²<http://html.rincondelvago.com/adolescencia-y-sociedad.html>

CAPITULO II

2. 1 DISEÑO GRÁFICO



Figura II.6: Diseño Gráfico

Foto: <http://www.dflandoli.com/>

La palabra "diseño" se usa para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores. y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales, se usa también en relación con los objetos creados por esa actividad. El verbo "diseñar" se usa en relación con el proceso mencionado y no como sinónimo de dibujar, aunque esta acción pueda a veces ser parte de ese proceso. La palabra "gráfico" califica a la palabra "diseño", y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos.³

³[html//:www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=718&categoria=1\)](http://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=718&categoria=1)

Entonces, "gráfico" no significa dibujos, grabados, figuras, grafismos ni ornamentos, como puede ser el caso en otros contextos.

Entonces, en función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad

2.2 PSICOLOGÍA DEL COLOR

El color es una parte del espectro lumínico, y, al fin, es energía vibratoria.

Esta energía afecta de diferente forma al ser humano, dependiendo de su longitud de onda (del color en concreto) produciendo diferentes sensaciones de las que normalmente no somos conscientes.

Pero la gente que trabaja en agencias de marketing y publicidad, los asesores de imagen de empresa, los diseñadores industriales y de moda, etc., son bien conscientes de ello, y utilizan los colores para asociarlos coherentemente al tipo de producto que quieren hacer llegar.

Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.

2.3 COLORES LLAMATIVOS PARA ADOLESCENTES

Blanco: En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad.

Amarillo: EL amarillo claro representa inteligencia, originalidad y alegría, es recomendable utilizar amarillo para provocar sensaciones agradables, alegres. Es muy para adecuado para promocionar productos para los adolescentes. Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una página.

Naranja: El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de una página multimedia.

Rojo: Atrae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en un sitio multimedia.

En publicidad se utiliza el rojo para provocar sentimientos eróticos. Símbolos como labios o uñas rojas, zapatos, vestidos, etc., son arquetipos en la comunicación visual sugerente.

Púrpura: púrpura brillante es un color ideal para diseños dirigidos a la mujer. También es muy adecuado para promoción. El púrpura brillante es un color ideal para diseños dirigidos a la mujer. También es muy adecuado para promocionar artículos dirigidos a los adolescentes.

Azul: Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. El azul es un color típicamente masculino, muy bien aceptado por los hombres, por lo que en general será un buen color para asociar a productos para estos.

Verde: El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

Negro: En una página multimedia puede dar imagen de elegancia, y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. Sin embargo, no es recomendable utilizarlo como fondo ya que disminuye la legibilidad.⁴



Figura II.7: Colores llamativos para Adolescentes

Foto: <http://artgraphicsrevistadigital.blogspot.com>

2.4 ICONOGRAFÍA

La palabra iconografía proviene del griego eikóngráphein, que significa descripción de las imágenes. Este término designa un método y la evolución de los temas y significado de las imágenes. Permite la representación visual de elementos de una manera más simple que al consumidor identificar de manera más fácil producto mediante elementos como el color y el texto.

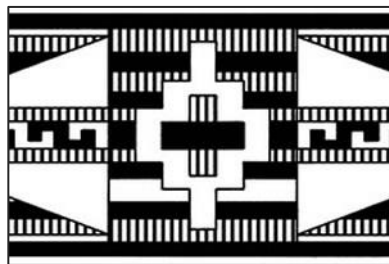


Figura II.8: Colores llamativos para Adolescentes

Foto: <http://artgraphicsrevistadigital.blogspot.com>

⁴ <http://artgraphicsrevistadigital.blogspot.com>

2.5 FORMAS ABSTRACTAS Y ORGÁNICAS

2.5.1 FORMAS ABSTRACTAS

Son líneas inspiradas por la naturaleza sin significado. No son representativas y son independientes del mundo real, sin embargo, en su resultado material se observan determinadas imágenes.

Las formas abstractas son formas puras, sin posible identificación con imágenes ya existentes, son creadas por la imaginación y la fantasía del artista, también se les llama no figurativas.

La representación de estas obras es libre ya que no representan algún elemento del mundo natural o artificial.



Figura II.9: Formas Abstractas

Foto: <http://www.google.com/imgurl=http://static.freepik.com/foto/24-formas-abstractas>

2.5.2 FORMAS ORGÁNICAS.

Las formas orgánicas están delimitadas por líneas sensibles relacionadas entre sí por alguna ley natural. Suelen ser formas naturales, pero también las encontramos como formas artificiales, sobre todo en el arte.⁵

⁵<http://recursostic.educacion.es/artes/plastic/web/cms/index.php?id=1938>

Su contorno es imprevisible lo que hace que exista una gran variedad de formas orgánicas: son únicas e irrepetibles. La línea que la dibuja se caracteriza por su expresividad e irregularidad y se denomina trazo. Puede aparecer o desaparecer, hacerse gruesa o muy delgada. Todo depende del estado de ánimo del creador o de la orientación del objeto con respecto a la fuente de luz.



Figura II.10: Formas Orgánicas

Foto:<http://www.google.com/imgurl=http://static.freepik.com/foto/24-formas-organicas>

2.6 TIPOGRAFÍA

Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

2.6.1 ANATOMÍA TIPOGRÁFICA

Para afrontar con reales posibilidades un intento de clasificación es necesario tener en cuenta algunos elementos referentes a la anatomía de la letra. Las partes de la letra, como su nomenclatura permitirán realizar el análisis formal de los elementos que determinan la

aparición de la misma, y por lo tanto posibilitará establecer su ubicación en la clasificación de grupos y estilos.



Figura II.11: Anatomía de la Tipografía

Foto:<http://www.manuelrivas.com/wp-content/uploads/2011/03/anatomia-tipografia.gif&imgrefurl>

2.6.2 CLASIFICACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA

Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que la hace únicas y le da personalidad al texto. Esa personalidad se magnifica cuando una fuente se usa a través de una presentación digital.

Antes de hablar sobre las características y usos de la tipografía presentamos una serie de tablas que nos permitirán conocer las categorías básicas de cómo se organizan. Para ello nos apoyaremos de algunos sitios en la red que se dedican a la venta y distribución de las mismas, aunque queremos aclarar que existen diversas maneras de clasificarlas.

Para hacer la mejor selección ayuda entender las diferencias básicas entre las familias tipográficas. La tipografía se puede dividir en amplias categorías: Serif, Sans Serif, Manuscritas, de Exhibición y Símbolos.

Clasificación básica general por familia tipográfica	
Categoría	Ejemplo
Serif, romanas antiguas, garridas, modernas mecanas, o incisas.	Serif
Sans Serif, palo seco, lineales sin rotulación o grotescas.	Sans Serif
Manuscrita, rotuladas, caligráficas, o cursivas.	Manuscrita
De exhibición, decorativa, adorno, fantasía, o de época.	EXHIBICIÓN
Símbolos e imágenes	★IMB000S

Fuente: Flourens Lata (2000-2006), García Torres, Mito (2000-2006), fontgeneral.com, Tallas FR (2000), Fontdeck.com y MyFont.com

Figura II.12: Clasificación de la Tipografía San Serif
Foto: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com>

Las más populares		
Giovanni Martini		
Estilos sin enlace ABCDEFGHI abcdefg ABCD abcd ABCDEFGHI abcdef ABCD abcd ABC abcde	Inglés antiguo ABCDE abcde ABCDEFGHI abcde ABCDEFGHI abcde ABCDEFGHI abcde ABCDEFGHI abcde	Viejos estilos ABCDE abcde ABCDE abcde ABCDE abcde ABCDE abcde
Educativas ABC abc ABC abc ABC abc ABC abc	Estilos radicalizados ABC abc ABC abc ABC abc ABC abc	Enlaces tipográficos ABC abc ABC abc ABC abc ABC abc
Científico & Matemático A B X a b g h A B C D e f g h + + + + + C o o o o H i j k l H i j k l	Especiales A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z	Signos y símbolos ♀ ♂ ♀ ♂ ♫ ♪ ♩ ♣ ♠ ♡ ♢ ♣ ♠ ♡ ♢

Figura II.13: Otra Clasificación de la Tipografía
Foto: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com>

2.6.3 TIPOGRAFÍAS SERIF (CON SERIF O ROMAN)

Una clasificación de las familias de fuentes mucho más general que la DIN 16518-AtypI, pero muy utilizada en medios digitales, es la que divide las familias tipográficas en Serif y Sans Serif.

Las fuentes serif o serifas tienen origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.



Figura II.14: Estructura de la Tipografía Serif

Foto: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com>

Otra particularidad común de las fuentes serif, derivada del hecho de que las tipografías romanas se basaban en círculos perfectos y formas lineales equilibradas, es que las letras redondas como la o, c, p, b, etc, tienen que ser un poco más grandes porque ópticamente parecen más pequeñas cuando se agrupan en una palabra junto a otras formas de letras.

El grosor de las líneas de las fuentes serif modernas también tiene su origen en la historia. Las primeras se realizaron a mano implementando un cálamo, permitiendo la punta plana

de la pluma distinta grosores de trazado. Esta característica se ha conservado por la belleza y estilo natural que aporta a las letras.

Las fuentes serif incluyen todas las romanas. Son muy apropiadas para la lectura seguida de largos textos, ya que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando la monotonía.

Como ejemplos de fuentes serif podemos citar Book Antiqua, Bookman Old Style, Courier, Courier New, Century Schoolbook, Garamond, Georgia, MS Serif, New York, Times, Times New Roman y Palatino

2.6.4 TIPOGRAFÍAS SERIF (SANS SERIF)

Las fuentes sans serif o etruscas hacen su aparición en Inglaterra durante los años 1820 a 1830. No tienen remates en sus extremos (sin serif), entre sus trazos gruesos y delgados no existe apenas contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ópticamente ajustados en sus empalmes. Representan la forma natural de una letra que ha sido realizada por alguien que escribe con otra herramienta que no sea un lápiz o un pincel.



Figura II.15:Estructura de la Tipografía San Serif

Foto: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com>

Asociados desde su inicio a la tipografía comercial, su legibilidad y durabilidad los hacían perfectos para impresiones de etiquetas, embalajes, envolturas y demás propósitos

comerciales. Aunque este uso motivó que fueran despreciados por aquellos que se preocupaban por los tipos bellos y la impresión de calidad.

Las fuentes sans serif incluyen todas las Palo Seco, resultando especialmente indicadas para su visualización en la pantalla de un ordenador, resultando muy legibles a pequeños tamaños y bellas y limpias a tamaños grandes. Sin embargo, no están aconsejadas para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir.

Entre las fuentes sans serif se encuentran Arial, Arial Narrow, Arial Rounded MT Bold, Century Gothic, Chicago, Helvetica, Geneva, Impact, Monaco, MS Sans Serif, Tahoma, Trebuchet MS y Verdana.

Sans Serif grotesca	Grotesca
Sans Serif geométrica	Geométrica
Sans Serif humanística	Humanística
Sans Serif de contraste	Contraste
Sans Serif informal	Informal
Sans Serif híbrida	Híbrida
Sans Serif terminación redonda	Terminación Redonda
Sans Serif Bauhaus	Bauhaus
Sans Serif ajustada	Ajustada

Figura II.16: Clasificación de la Tipografía San Serif

Foto: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com>

⁶ <http://www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm>

2.7 IDENTIDAD CORPORATIVA

2.7.1 SIGNOS DE LA IDENTIDAD

2.7.1.1 LOGOTIPO

El logotipo aparece como un segundo plano de individualización institucional, análogo a lo que en el individuo es la firma autógrafa respecto al nombre.

El logotipo se puede definir entonces como la versión gráfica que establece el nombre de la marca, es decir, el logotipo es un identificador visual compuesto únicamente por texto con características específicas



Figura II.17: Marca formada por solo Logotipo

Foto <http://www.google.com.ec/imgres?um=bih=667&tbm=isch&tbnid=a6ooWxz0gnfccM>

2.7.1.2 IMAGOTIPO

Conocido también como el “isotipo” es el identificador que está formado solamente por ícono o símbolo, este logo es posible solamente como el resultado de evolución y de pregnancia de un isologo.



Figura II.18: Marca formada por solo Imagotipo

Foto <http://www.google.com.ec/imgres?um=bih=667&tbm=isch&tbnid=a6ooWxz0gnfccM>

2.7.1.3 ISOLOGO

Es un logo resultado de la suma del logotipo y un signo no verbal que posee la función de mejora las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables que permiten una identificación que no requiera la lectura en el sentido estrictamente verbal del término.⁷



Figura II.19: Isologo formado por Logotipo más Imagotipo

Foto <http://www.google.com.ec/imgres?um=bih=667&tbn=isch&tbnid=a6ooWxz0gnfccM>

2.7.2 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa es un elemento importante en la identidad visual de este multimedia, por tal motivo la familia tipográfica seleccionada se aplicará únicamente al signo básico ya que reúne las condiciones necesarias para representar los atributos específicos del multimedia.

El objetivo de la tipografía corporativa es aplicar las mismas normas de diseño tipográfico y la creación de texto en toda la comunicación escrita de la empresa. Debe aplicarse en la comunicación exterior y también en la ofimática: cartas, albaranes, facturas, presupuestos, presentaciones PowerPoint... Con la correcta integración de la tipografía corporativa y las plantillas correspondientes en cada puesto de trabajo, conseguiremos una correcta gestión de la imagen corporativa además de un ahorro en costes y una mayor eficiencia evitando pérdidas de tiempo en creaciones de presentaciones Power-Point, cartas, faxes

⁷ Manual de Identidad Corporativa de Mónica Sandoval (2007).



Figura II.20: Tipografía Corporativa (CatholickLike)

Foto: Lourdes Lema

2.8 DISEÑO MULTIMEDIA

2.8.1 MULTIMEDIA

Es la combinación o utilización de dos o más medios de forma concurrente. El término multimedia sigue siendo confuso pues todavía no ha sido bien definido y sus límites resultan difusos. Si a finales de la década de los 70, multimedia era la integración de voz, texto, datos y gráficos, en los 90 a estos elementos se suman los gráficos interactivos, las imágenes en movimiento, las secuencias de audio y vídeo, las imágenes en tres dimensiones, la composición de documentos digitales y la realidad virtual. En principio, la cualidad multimedia no está restringida a la informática: un libro acompañado de una casete de audio es una obra multimedia, sin embargo, poco a poco, el término multimedia se ha ido generalizando para referirse a la informática y al mundo digital.

2.8.2 TEXTO MULTIMEDIA.

El texto normalmente se presenta en formato ANSI (estándar de Windows), cuyo uso está muy extendido, por lo que el intercambio de la información suele ser de lo más fácil (comúnmente se usa el portapapeles para transferir texto de una aplicación o fichero a otros. Los textos multimedia se van a utilizar en el guía

⁸ <http://cesareraozodmidgep.blogspot.com/2008/07/definicin.html>

2.8.3 LA IMAGEN MULTIMEDIA.

Generalmente la imagen fija en multimedia está en formato mapa de bits o bitmap. Un bitmap se compone de los puntos de color en pantalla que pueblan su extensión formando así una imagen. Los formatos de archivos de imágenes de bitmap más comunes son Windows Bitmap (BMP), y GIF. El formato comprimido más común sobre todo en Web es el JPEG, con extensión .jpg.

2.8.4 SONIDO MULTIMEDIA.

El sonido de forma de onda consiste en la digitalización de la onda del sonido original introducido por micrófono u otro medio, que se guarda en un archivo como un formato determinado generalmente WAV.

SONIDO WAVE: Los computadores deben estar equipados con una tarjeta de sonido, que tenga conectado un micrófono y unos altavoces de salida. A través del micrófono, se capturan los sonidos y se convierten en formato digital para que se puedan guardar en ficheros del disco. También existe hardware para el proceso contrario, recuperar los ficheros de sonido digital y reproducirlos como un sonido. Grabados con extensión WAV.

SONIDO MP3: Los formatos más actuales que incluyen música principalmente son los MP3. También hay ficheros de sonido en MPEG sin imágenes de video.

2.8.5 ANIMACIÓN MULTIMEDIA

La animación es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos o a otro tipo de objetos inanimados (figuras de plastilina, por ejemplo). Existen numerosas técnicas para realizar animación que van más allá de los familiares dibujos animados. Los cuadros se pueden generar dibujando, pintando o fotografiando los minúsculos cambios hechos repetidamente a un modelo de la realidad o a un modelo

tridimensional virtual; también es posible animar objetos de la realidad y actores. Entre los formatos de animación (o que soportan animación) se encuentran el GIF, el SWF (animación flash), etc. Las animaciones en GIF son guardadas imagen por imagen, pero existen animaciones que no se logran así, sino que son interpretadas y "armadas" en tiempo real al ejecutarse (como las de formato SWF).



Figura II.21: Animación Multimedia

Foto: /www.webmaster.com.pe/animacion-3d/images/animacion-3d.

⁹ <http://www.mariapinto.es/alfamedia/cultura/elementos.htm>

2.9 PARÁMETROS DE CALIDAD

2.9.1 PARÁMETROS DE LA INFORMACIÓN

2.9.1.1 ELEMENTOS MULTIMEDIA

Cualquier aplicación, documento o sistema multimedia está constituido por elementos informativos de diferente naturaleza, que coinciden en una misma intencionalidad comunicativa; recrear una experiencia de percepción integral, a la que, cada uno de ellos, aporta sus capacidades expresivas características:

Los **textos** son mensajes lingüísticos codificados mediante signos procedentes de distintos sistemas de escritura. A pesar de ser uno de los medios de comunicación más clásicos y tradicionales, sobre ellos descansa la estructura conceptual y argumental básica de buena parte de los productos multimedia, gracias, a su potencia abstractiva y a que constituyen un método muy rápido, preciso y sistemático de transmisión de información. Los textos pueden presentarse en secuencia lineal o asociados dinámicamente mediante enlaces hipertextuales.

Los gráficos son representaciones visuales figurativas que mantienen algún tipo de relación de analogía o semejanza con los conceptos u objetos que describen. Pueden tener forma bidimensional –diagramas, esquemas, planos, cuadros, tablas– o tridimensional –figuras y dibujos que mediante el uso de la perspectiva y/o gradaciones cromáticas expresan tanto la anchura y la altura, como la profundidad–. Facilitan la expresión y la comprensión de ideas abstractas proponiendo representaciones más concretas y accesibles.

Se usan sobre todo para diseñar interfaces que simplifican a los usuarios el uso de las aplicaciones informáticas, proponiendo iconos –como el botón sobre el que se pulsa –que resuelven la necesidad de recordar secuencias de órdenes para realizar determinadas tareas, o metáforas que ayudan a desarrollar aplicaciones a comunidades de usuarios muy diversas. Una de las más famosas es la “metáfora del escritorio” desarrollada por Macintosh y popularizada más tarde por Microsoft en su sistema operativo Windows para representar gráficamente el área y las posibilidades de trabajo de un ordenador.

Las animaciones son presentaciones muy rápidas de una secuencia de gráficos tridimensionales, en un intervalo de tiempo tan pequeño que genera en el observador la sensación de movimiento. Aportan a las aplicaciones multimedia apariencia de veracidad y grandes dosis de expresividad, pues les permiten reconstruir seres del pasado, como los dinosaurios; fenómenos de naturaleza científica, como el comportamiento de los cometas

en el sistema solar o el retroceso de los glaciares en la corteza terrestre; hechos históricos pretéritos, como la batalla de Trafalgar; situaciones reales, como el crecimiento de una planta, o simplemente, realidades culturales como los dioses y héroes mitológicos. Otro de sus grandes campos de aplicación es la creación de los efectos especiales en cine.

Las imágenes son representaciones visuales estáticas, generadas por copia o reproducción del entorno (escaneado de imágenes analógicas, fotografías digitales, etc.). Son digitales; están codificadas y almacenadas como mapas de bits y compuestas por conjuntos de píxeles, por lo que tienden a ocupar ficheros muy voluminosos. Junto con los textos, son el medio más utilizado en las aplicaciones multimedia para transmitir información. Dicha transmisión se facilita cuando las imágenes son nítidas (poseen alta definición o resolución), estables (están ausentes los parpadeos u oscilaciones) y su contemplación no se ve dificultada por reflejos o deslumbramientos.

Los vídeos son secuencias de imágenes estáticas –sintetizadas o captadas– codificadas en formato digital y presentado en intervalos tan pequeños de tiempo que generan en el espectador la sensación de movimiento.

En las aplicaciones multimedia, los vídeos convierten las pantallas del ordenador en terminales de televisión y resultan un medio óptimo para mostrar los atributos dinámicos de un concepto, de un proceso o de un acontecimiento, gracias a su secuencialidad y su capacidad para desarrollar líneas argumentales. Están desarrolladas de manera tal, que permiten al usuario interrumpir, reiniciar y volver a visionar las secuencias tantas veces como desee. Las aplicaciones denominadas **audio** son mensajes de naturaleza acústica de distinto tipo –música, sonidos ambientales, voces humanas, sonidos sintetizados, etc.– que aportan sonoridad.

Elementos organizativos. Todas las aplicaciones multimedia necesitan disponer de un entorno en el que sea posible para el usuario interactuar con todos los elementos, de manera que pueda acceder a la información y procesarla. Entre estos elementos interactivos se encuentran:

- Los **menús desplegables** son lista de instrucciones o elementos multimedia que se extienden en la pantalla para facilitar la elección del usuario.
- Las **barras de desplazamiento** son opciones que permiten al usuario recorrer vertical o horizontalmente textos o imágenes extensas mediante barras dispuestas en los laterales o en la parte inferior de la pantalla.

- **Hipervínculos** son enlaces que conectan entre sí diferentes elementos de una presentación multimedia. Se activan pulsando los signos que visualizan las asociaciones (pequeños iconos y textos subrayados o destacados mediante colores).

2.9.2 PARÁMETROS DE CALIDAD EN FUNCIÓN DE LA USABILIDAD

Gómez M., León A. & Tabares L. (2008)[10] menciona dentro de los Parámetros de Calidad que uno de los factores más importantes a considerar es la “Usabilidad: misma que debe ser más interactiva, fácil de entender, clara, y segura.

La navegación tiene que ser sencilla, evidente, sin quebraderos de cabeza para el usuario, ya que al fin y al cabo es a él a quién va dirigida, por lo que debe centrar todos los esfuerzos en facilitarle al máximo toda la información que ofrece en el Multimedia.

2.9.2.1 USABILIDAD:

Existen una serie de principios básicos aplicables a la usabilidad en la web: accesibilidad, navegabilidad, optimización y productividad.

El estudio de la usabilidad aplicada a la web es algo todavía relativamente nuevo. La investigación en este campo es algo necesario, es estudiar cómo los usuarios interactúan con la interfase.

- La funcionalidad del sistema interactivo provee las operaciones necesarias
- Usabilidad
- Grado de facilidad en el uso del sistema interactivo
- Decremento los costos
- Previene cambios en el software antes de su uso
- Elimina parte del entrenamiento necesario
- Incrementa la productividad
- Menores tiempos para realizar las tareas
- Menos errores Determinada por:
- Facilidad de aprendizaje
- El usuario puede comenzar rápidamente su trabajo

- Eficiencia
- Alta productividad
- Facilidad de memorización
- No requiere re-aprendizaje
- Errores
- Pocos errores, y subsanables
- Satisfacción subjetiva
- Agradable para el usuario

2.9.2.2 ACCESIBILIDAD

Se entiende por Accesibilidad web la facilidad con que las personas pueden acceder a la web, independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, cultura, localización geográfica y capacidades o minusvalías de los usuarios (ya sean deficiencias visuales, auditivas, motoras o cognitivas).

El medio para que pueda identificar cada uno de los elementos que conforman el interfaz de navegación. Como norma básica, se debe diseñar una interfaz lo sencilla y lógica, con el menor número de botones y elementos posibles, de modo que su manejo necesite un mínimo de "instrucciones". Todos los botones o áreas sensibles deben llevar un nombre descriptivo que, al ser interpretado por el lector de pantalla o navegador especial, proporcione al usuario la información que necesita para conocer la función exacta de ese botón dentro del marco en que se encuentra.

De no proporcionar estos nombres a los elementos del interfaz, el lector de pantalla anunciará la presencia de botones utilizando un nombre genérico, como 'botón', 'button', o 'enlace', haciendo incomprensible el funcionamiento del interfaz.

En el caso de que los botones lleven una etiqueta de texto visible asociada, se podría crear confusión al leer el navegador ambos nombres, la etiqueta visible y el nombre especificado para la accesibilidad. En estos casos se puede hacer que el lector de pantalla omita la lectura de la etiqueta de texto visible.

Todas estas operaciones se realizan en el panel 'Accesibilidad' (tecla F9) de Flash, seleccionando el objeto al que queremos aplicar la accesibilidad y actuando sobre los controles 'Permitir acceso a la película', 'Hacer los objetos secundarios accesibles' y 'Nombre'. La primera descripción de accesibilidad se realizará sobre el propio fichero contenedor del resto de las animaciones o clips de película, describiendo brevemente los contenidos que vamos a ver y que opciones de navegación existen.

2.9.2.3 NAVEGACIÓN MULTIMEDIA

El sistemas de navegación que son estructuras básicas de un producto multimedia educativo, los cuales permiten que el contenido sea interpretado y distribuido adecuadamente, cumpliendo los conceptos de navegabilidad e interactividad usuario-producto.

La estructura de la facilidad debe encontrar la información mediante buscadores o navegación; la consistencia de todos los elementos que lo componen; facilitar múltiples maneras y vías de encontrar la misma información; son elementos importantes.

Independientemente del objetivo de nuestro sitio, debemos intentar minimizar el trabajo del usuario. La arquitectura y el diseño tienen que estar pensados para que el usuario realice el menor número de tareas repetitivas, anticipando además los posibles errores que pueda cometer. Si decidimos hacer un sitio objeto, no importa si los links son visibles o no a primera vista. Es probable que a un navegante diseñador no le guste que todo sea claro y explícito (al menos a nosotras no) y prefiera esperar más tiempo para VER el sitio. Por el contrario, a un usuario tipo, le importan en primer lugar el contenido, y luego la rapidez, la accesibilidad y la navegabilidad.

¹⁰Gómez M., León A. &Tabares L. (2008)

CAPITULO III

PROCESO DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

3.1 INTRODUCCIÓN

Elaborar un software multimedia requiere que metodológicamente se sigan ciertas fases. Aquí se hace referencia a las de planificación, diseño y producción, las cuales fueron consideradas en la producción de un multimedia sobre el Proyecto Educativo Integral que lo plantea José Gustavo Cárdenas Rivera del Instituto Pedagógico de Estudios de Posgrado En Celaya, Guanajuato (2010).¹¹

El software educativo, en particular, es un recurso que por sí solo llama la atención de los alumnos al utilizarlo, de ahí la importancia de realizar diseños llamativos y acordes al grado escolar y con contenidos apegados a los Planes y Programas vigentes en el sector educativo.

¹¹ Proceso multimedia. Recuperado de <http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/somece/17.pdf>)

De acuerdo a la experiencia de trabajo, se hace una propuesta de cómo realizar un diseño para elaborar un software educativo, considerando los Planes y Programas de Estudios (sin perder de vista los Enfoques y Propósitos), Actividades Lúdicas (juegos sencillos para enmarcar un reto hacia el usuario) y Estrategias para lograr un mejor aprovechamiento de este recurso; y resaltando la necesidad de formar un Equipo de Trabajo Multidisciplinario.

El software educativo se caracteriza por ser un medio que apoya el proceso enseñanza-aprendizaje, además de constituir un apoyo didáctico que eleve la calidad de dicho proceso; sirve como auxiliar didáctico adaptable a las características de los alumnos y las necesidades de los docentes, como guía para el desarrollo de los temas objeto de estudio; representa un eficaz recurso que motiva al alumno, despertando su interés ante nuevos conocimientos e imprime un mayor dinamismo a las clases, enriqueciéndolas y elevando así la calidad de la educación.

Nuevas formas en el sentido de dotar a este tipo de materiales de mayor interactividad, navegabilidad y con manejos de contenido más dinámicos pero siempre con la idea de mantenerlos acordes a los planes y programas de estudio a fin de que el profesor pueda utilizarlos como apoyo de sus clases.

Pensamos que el contemplar estos planes y programas permite que el software se encuentre más a la medida de las posibilidades de uso del profesor sin embargo esto no significa que el software por si solo llevará el curso de la clase, pues entonces caeríamos en uno de los errores más comunes en el uso de estos medios, “verlos como un fin en si mismos y no como una herramienta de apoyo “, por lo que consideramos importante reiterar en todo momento la labor del profesor para el mejor uso y aprovechamiento de estos programas.

Ahora que, si el tema elegido no coincide con la cuestión antes señalada entonces significa que el tema tendrá que diseñarse en una estructura diferente, es decir, seguir el otro camino de diseño, pues el contenido que se manejará será específico y no variará; por lo que el profesor no podrá adecuar los datos de origen.

Es importante resaltar que el hecho de que el profesor no tenga dominio sobre los datos contenidos en el software no le limita su parte creativa al hacer la planeación de una clase en la que se apoye en un recurso de este tipo. Este segundo camino se asemeja a la manera en que una mayoría hemos estado desarrollando software educativo, sin embargo creemos que vale la pena seguir considerando este modo de diseño pero contemplando aspectos como los siguientes: Tener una visión holística, es decir ver el tema a desarrollar como una parte que se integra a todo un conjunto de saberes, de manera que se tenga la posibilidad de conjugar no solo una asignatura sino aquellas con la que se relaciona. Considerar el nivel a quien se está dirigiendo de manera que se tome en cuenta las capacidades del usuario en sus diferentes edades, estadios como lo señala Piaget en su teoría Psicogenética.

3.2. ELABORACIÓN DE SOFTWARE MULTIMEDIA

Elaborar un software multimedia requiere que metodológicamente se sigan procesos. Aquí se hace referencia a las de planificación, diseño y producción, las cuales fueron consideradas en la producción de un multimedia sobre el Proyecto Educativo Integral Comunitario .¹²

3.2.1 PROCESO DE PLANIFICACIÓN.

En primera instancia el análisis debe basar en necesidades de un público objetivo vigentes, que impliquen en tema de lagunas educativas en donde emergen situaciones de riesgo, tomando en cuenta parámetros de accesibilidad en cuanto a la educación, acceso a la tecnología, uso de elementos virtuales (Computadores).

3.2.1.1 DETERMINACIÓN DEL TEMA A TRABAJAR Y LOS OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN LOGRAR.

Se elige por su carácter de importancia y aprendizaje un tema que usted considere que puede tener una enseñanza significativa en los alumnos, tomando en cuenta la su factibilidad para desarrollarlo, su complejidad, medios de usabilidad del elemento educativo, etc.

3.2.1.2 RECOPLILACIÓN DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE LAS FUENTES DE CONSULTA.

Esta etapa consiste en la investigación tanto de campo como documental para lograr el acopio de la información en relación con el tema y los objetivos seleccionados, estableciendo cuales son las necesidades a resolver y que permita al estudiante, docente mejorar la calidad educativa utilizando materiales alternativos a los tradicionales.

3.2.1.3 DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO Y SUBDIVISIÓN DEL GUIA MULTIMEDIA.

Para planear la distribución del contenido y poder visualizar su secuencia lógica es necesario elaborar un esquema general del programa de aplicación o mapa conceptual (diagrama de flujo), es decir, diseñar la distribución del tema en las diferentes etapas del guion multimedia.

3.2.1.4 DETERMINAR EL TÍTULO DEL PROGRAMA.

Este proceso debe ser establecido de tal manera que encierre la esencia y el contenido del software educativo, que sea concreto, fácil de recordar y de visualizar.

3.2.1.5 FINALIDADES.

Establecer objetivos generales y específicos cual va hacer el valor real y el propósito de software educativo en torno a un público objetivo, estos objetivos deben estar de acuerdo a la investigación de campo.

3.2.1.6 AUDIENCIA.

Establecer o determinar a base de la información recolectada aspectos importantes como por ejemplo cual va hacer los beneficiarios directos e indirectos, la accesibilidad, el manejo, determinar el sector poblacional, rango de edad, género.

3.2.1.7 RECURSOS

Estipular los recursos que se utilizara para la realización, ejecución y producción del software educativo y también los recursos que se utilizaran para su utilización y evolución

3.2.1.8PRESUPUESTO TOTAL

Se estable una descripción de los recursos económicos que se invertirán en el proceso de creación del Guía Multimedia Educativa.

3.2.1.9 SOFTWARE.

Establecer las características del Software para la realización, ejecución y evaluación.

Duración: de las fases de diseño didáctico, técnico y de producción.

Control de recursos.

3.3PROCESO DE DISEÑO

3.3.1ANÁLISIS

Se estudia la situación educativa para identificar necesidades yproponer soluciones específicas a los problemas detectados, en base a la investigación de campo y establecer patrones educativos de más bajo y alto nivel para diagnosticar y establecer el contenido del software multimedia.

3.3.2DISEÑO PEDAGÓGICO:

- Se determina el tema a tratar y la extensión de su alcance,
- Se hace la selección del título a utilizar,
- Se plantean los objetivos,
- Se seleccionan los contenidos de acuerdo con el alcance,
- Se determinan las secuencias de aprendizaje;
- Se clasifican y organizan los contenidos.

3.3.3 DISEÑO MULTIMEDIA

1. El diseño de la información comprende el bosquejo de la estructura y la elaboración de un mapa de navegación.
2. El diseño de la comunicación se refiere al esbozo de la interfaz, la determinación de los controles de navegación (botones, opciones de menú, zonas activas de pantalla o hipertexto), el establecimiento de los tipos de acción, y el croquis de los tipos de pantalla.

3.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Todo software debe ser sometido a una prueba y por lo tanto está sujeto a cambios dependientes de la validación lo que será realizado, delineamos a continuación los pasos a seguir:

3.4.1 EL GUIÓN MULTIMEDIA

Es un documento escrito que contiene una descripción detallada de todas y cada una de las escenas del producto audiovisual.

Un guion, por lo tanto, no es otra cosa que una historia contada en imágenes.

Es una estructura altamente útil para desarrollar una aplicación de forma óptica ya que permite estimar recursos técnicos y humanos.

Es un documento o documentos que orquestan, organizan y dirigen la estructura y los contenidos de una aplicación interactiva multimedia con la finalidad de llevar a buen fin el desarrollo de esta aplicación.

3.4.1.1 CREACIÓN DEL GUIÓN

Si vamos a escribir un guion multimedia debemos realizar:

El guion técnico: Es el que se va a detallar la ambientación de la multimedia.

El guion literario: En este se escriben la introducción, objetivos, justificación, contenidos

que se traten, una breve descripción de lo que se va a mostrar, enfoque, destinatario, programas que se utilizarán, bibliografías.

Storyboard: Aquí se muestra por imágenes o dibujos como debe quedar cada pantallazo.

En esta primera muestra se enseñará como se realiza el GUIÓN TÉCNICO.

3.5 PROCESO DE DOCUMENTACIÓN.

Es el que consigue los datos, es decir, las fotos, las imágenes, sonidos y cualquier elemento externo que vaya a ser incluido en la aplicación. Es también responsable de vigilar los derechos intelectuales de cada elemento.

También realiza labores de investigación sobre los elementos que se van a incluir en la aplicación y propone alternativas que consulta con el equipo de guion. Por ejemplo, en el caso de que el guionista solicite "la foto de una casa centroamericana de estilo colonial del siglo XVIII ", este equipo proporcionará varias imágenes que se ajusten a la descripción para que se elija la que más se adecuó a la escena.

El equipo de documentación responde de la entrega física de cada elemento de la escena. Asimismo, garantiza a los demás equipos que la inclusión de dichos elementos no atenta contra los derechos intelectuales de cualquier persona o entidad.

3.5.1 PROCESO DE FORMATO DE DATOS

Es el que hace de puente entre la documentación y el montaje de la aplicación. De acuerdo con el equipo de montaje, se encarga de establecer los formatos y especificaciones que se utilizarán en la aplicación.

Por ejemplo, se puede haber convenido que "todas las fotografías de paisajes medirán 580 x 400 pixels, usarán la paleta de 256 colores de Windows y se montarán en formato PCX".

Ello obliga a este equipo a transformar a estas especificaciones todo el material que suministra el equipo de documentación.

El equipo de formato de datos responde de la entrega de cada elemento de la escena según las pautas establecidas. Realiza una labor de homogeneización de datos según los patrones.

3.6 PROCESODE MONTAJE DE LA APLICACIÓN.

Es el que conjuga los elementos y monta la aplicación definitiva. Antes de iniciar la aplicación expone al equipo de guion las posibilidades que ofrece cada una de las herramientas que se pueden utilizar para montar la aplicación Es su trabajo el hacer que todo "se mueva y esté enlazado". Por ello su lema es que "Los elementos multimedia nacen en la cabeza del guionista, se concretan en el equipo de documentación y se limpian en el de formato de datos, nosotros sólo montamos".

El equipo de montaje de la aplicación responde de la apariencia y de las cualidades de la aplicación definitiva (velocidad de acceso a los datos, interactividad ágil, comportamiento de la aplicación según establece el guion, etc.).

3.7 EVALUACIÓN DEL SOFTWARE EDUCATIVO

Para aplicar el instrumento es necesario llenar los espacios en blanco respondiendo a cada pregunta de dos formas: (a) mediante la expresión de la opinión en forma escrita y, (b) marcando una X debajo del criterio que mejor se adecue a la apreciación de quien hace la evaluación.

La evaluación que se realizara en la aplicación del Guía Multimedia se realizara a dos grupos mediante la aplicación de encuestas para medir los parámetros de calidad.

¹²Rada, D. y Peñalver, L.E. (2007). Diseño Didáctico del Multimedia “El Proyecto Educativo Integral Comunitario”. Recuperado de: [http://materialinstruccional.
http://groups.google.co.ve/group/telematica-equipo-m5._](http://materialinstruccional.http://groups.google.co.ve/group/telematica-equipo-m5._)

CAPITULO IV

4 .MARKETING

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El embarazo en las adolescentes que existe en las instituciones educativas secundarias se da una Educación Sexual y Reproductiva pero el cuestionamiento es qué clase de educación Sexual y Reproductiva están recibiendo las adolescentes, y que lenguaje se está utilizando para dar una información y qué tipo de información se está ofreciendo.

El Ministerio de Salud Publica en la Provincia de Chimborazo registra 2658 partos prematuros en el cual el 24% promedio que corresponde a los 12 – 14 años de edad y el 44.1% promedio que corresponde a los 15 – 19 años de edad. (Anexo N° 6).

Pero no se asocia una educación sexual y reproductiva con embarazos en las adolescentes sino se evalúa el nivel de información que tienen las mismas para evitar esas consecuencias, a su vez también de algo que no se habla entre las adolescentes hacia adultos o médicos son los abortos de manera insegura, exponiendo sus vidas a situaciones de vulnerabilidad y violación de derechos, con pleno desconocimiento del mismo.

MUESTREO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS SECUNDARIAS FISCALES.

El tipo de Muestreo a utilizarse es Muestreo Probabilístico simple, ya que nos permite tener datos exactos con un factor en común como es el embarazo precoz, que consiste en seleccionar varios centros educativos secundarios , en este caso se seleccionó 7 institutos educativos secundarios fiscales, para la obtención de datos.

En la investigación de mercado se realizó en el mes de julio del 2012, un estudio de los centros educativos secundarios fiscales de la ciudad de Riobamba, entre ellos esta:

INSTITUTOS EDUCATIVOS SECUNDARIOS FISCALES	
■	Instituto Tecnológico Riobamba
■	Colegio Camilo Gallegos
■	Colegio Nacional Experimental Pedro Vicente Maldonado
■	Instituto Superior Técnico Tecnológico Isabel de Godín
■	Colegio Camilo Gallegos
■	Colegio Experimental Capitán Edmundo Chiriboga
■	Colegio Amelia Gallegos Días.
■	Colegio Milton Reyes.

Figura III.28: Lista de Institutos educativos en la Ciudad de Riobamba

Realizado por: Lourdes Lema

Los resultados de la investigación de mercado en los Institutos Educativos Secundarios Fiscales donde que se realizó una encuesta piloto con diferentes parámetros para obtener algunos factores con respecto a los Embarazos en Adolescentes como es si tienen materias de Educación Sexual y reproductiva, y cuántas horas reciben a la Semana y un Reporte específico de embarazos registrados en el año 2011 y 2012.

INSTITUTOS EDUCATIVOS	RECIBEN MATERIA DE EDUCACIÓN SEXUAL
Instituto Superior Riobamba	Si
Colegio Camilo Gallegos	Si
Colegio Nacional Experimental Pedro Vicente Maldonado	Si
Instituto Superior Tecnológico Isabel de Godín	Si
Colegio Experimental Capitán Edmundo Chiriboga	Si
Colegio Amelia Gallegos Días	Si
Colegio Milton Reyes.	Si

Tabla IV. I: Resultado si tienen materias de Educación Sexual

INSTITUTOS EDUCATIVOS	HORAS DE CLASES SEMANALES
Instituto Superior Riobamba	2
Colegio Camilo Gallegos	2
Colegio Nacional Experimental Pedro Vicente Maldonado	2
Instituto Superior Tecnológico Isabel de Godín	2
Colegio Experimental Capitán Edmundo Chiriboga	1
Colegio Amelia Gallegos Días	2
Colegio Milton Reyes.	2

Tabla IV. II: Resultado de cuantas horas de clases tienen Educación Sexual

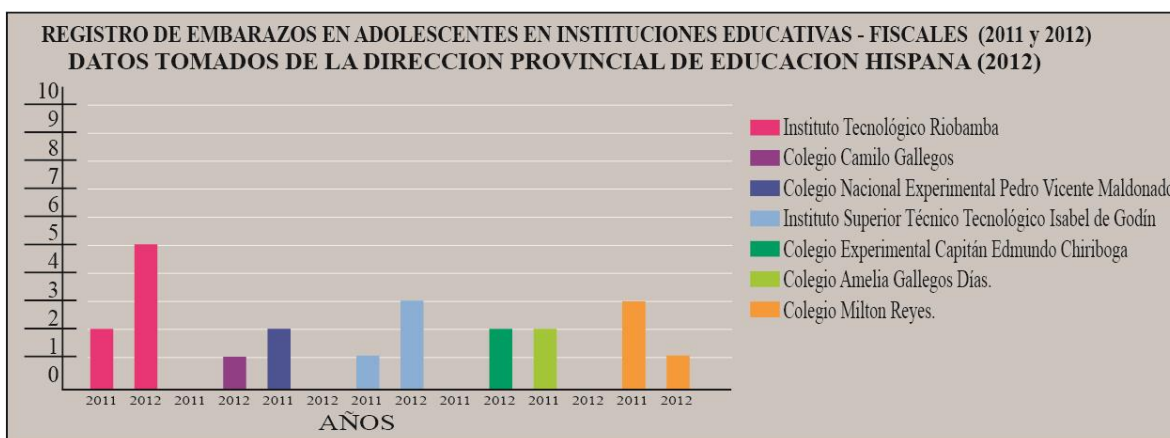


Figura IV.29: Registro De Embarazos En Adolescentes En Instituciones Educativas - Fiscales

Realizado por: Lourdes Lema

Se eligió el Instituto Superior Riobamba para la aplicación de una guía multimedia educativa en temas de educación Sexual y reproductiva al primer año de bachillerato por su alto índice de embarazo en comparación de otros institutos, el rango de edad establecido es de 15 y 16 años, porque según datos tomados de INEN y registros de Embarazos tomados en el Área de Salud N°3 (Riobamba- Chambo) han comenzado su vida sexual como consecuencia se presenta un embarazo no deseado (**Anexo 4**).

4.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

4.2.1 SEGMENTACIÓN DEMOGRAFICA. (ANEXO N° 2)

Género: Mujeres

Edad: 15 años

Clase Social: media, media baja

Estado Civil: Solteras

4.2.2 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.

Estilo de Vida

Actividad: estudio, deportes, entretenimiento

Interés: Diversión, moda, deportes, Familia

Opinión: Diversión, Música, autoestima

4.2.3 SEGMENTACIÓN PSICOLOGICA

Motivación: satisfacer la necesidad social (mejorar la relaciones interpersonales entre amigas y amigos)

Personalidad: mujeres con personalidad alegre

Autoestima: baja, alta, muy seguras de sí mismas.

4.3 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

Población Instituto Superior Riobamba: 413 alumnas

Población de 15 años a 16 años primer año de bachillerato

4.3.1 CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la elaboración del muestreo, se tiene en cuenta el número de las adolescentes que estudian en el Instituto Superior Riobamba.

SIGNIFICADO DE LA SIMBOLOGÍA

n : es el tamaño de la muestra;

Z: es el nivel de confianza;

p: es la variabilidad positiva;

q: es la variabilidad negativa;

N: es el tamaño de la población;

E: es la precisión o el error.

Para la obtención de la muestra se aplica los siguientes valores:

P=0,5

1-p= 0,5

Nc= 90%

E= 10 %

Z= 1,65

N= 413

FÓRMULA APLICADA:

$$n: \frac{P(1-P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

$$n: 0,25/0,004278$$

$$n: \frac{0,5 (0,5)}{\frac{0,0100}{2,7224} + \frac{0,25}{413}}$$

$$n:58$$

$$n: \frac{0,0025}{0,00367309 + 0,00060533}$$

TOTAL: 58 PERSONAS

En la aplicación multimedia se va a realizar la aplicación multimedia a una muestra de 58 estudiantes que conforman el primer año de bachillerato unificado del Instituto Superior Riobamba.

4.3.2 MARCO MUESTRAL.

DETALLE	PARALELOS	ESTUDIANTES
Descripción de las estudiantes del Primer año de Bachillerato Unificado	A	36
	B	38
	C	36
	D	39
	E	37
	F	38
	G	38
	H	37
	I	39
	J	37
	K	38
TOTAL		413

Tabla IV.III. Marco Muestral

Realizado por: Lourdes Lema

Total de estudiantes del Primer Año de Bachillerato del ITR es de 413.

4.4 ANÁLISIS DE MULTIVARIABLES (ANEXO N° 3).

Las multivARIABLES se obtuvieron después de haber aplicado a nuestro público objetivo una encuesta mediante la Escala de Likert; teniendo como resultado las siguientes variables:

- Información Oportuna y veraz.

BENEFICIOS BUSCADOS

- Educación Sexual libre de mitos.
- Acceso rápido a las necesidades de la alumna

- Creativo
- Simple de manejar

4.5 BRIEF DEL CLIENTE

El cliente es el Instituto Superior Riobamba, a través del departamento de Orientación Vocacional, se ha desarrollado el brief conjuntamente con Coordinador General del Departamento de Orientación Vocacional Estudiantil (D.O.B.E) con el Licenciado Gustavo Brucel.

4.5.1 RECEPCIÓN DEL BRIEF

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre: Instituto Superior Riobamba.

Dirección: Avenida Manuel Elicio Flor y La Prensa

Tipo de acción que realiza: Actividad Académica

Representante Legal:

Cargo: Rectora de la Institución

Sitio Web: <http://www.tecnologicoriobamba.edu.ec/riobamba/login.php>

REUNIÓN DE TRABAJO CON CLIENTE Y LA DISEÑADORA GRÁFICA.

La reunión de trabajo con el Cliente en este caso es el Instituto Superior Riobamba, se ha desarrollado un total de 10 reuniones, elaborando el proyecto desde su inicio, desde el proceso de investigación del público objetivo, presentaciones de avances gráficos con sus respectivas justificaciones, sugerencias y anexos que justifiquen la información, hasta llegar a la selección de las propuesta multimedia.

4.5.2 CARACTERIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

EL servicio que ofrece el cliente en este caso es el Instituto Superior Riobamba se caracteriza por ofrecer *Servicios Educativos* dirigido a las y los adolescentes, su objetivo es impulsar una calidad de educación desarrollando capacidades técnicas y científicas en los y las estudiantes del instituto basados en el *crecimiento personal y social*.

Brindar una educación integral que garantice el desarrollo cualitativo de los procesos previa identificación de las necesidades de aprendizaje y de formación de los y las estudiantes

4.5.3 CUADRO DE MANDO INTEGRAL

CUADRO DE MANDO INTEGRAL		
Categoría del Producto: GUÍA MULTIMEDIA SOBRE EDUCACION SEXUAL		
Marca: Sexualidad con Educación		
Objetivo: crear conciencia social Sobre las problemáticas que afectan a las adolescentes del ITR. En la ciudad de Riobamba, incrementar el conocimiento de prevención en temáticas de salud.	Opiniones de las personas	
	<table border="1"> <tr> <td>Fortalezas : Información Oportuna Creativo</td> <td>Debilidades : Acceso a las Alumnas Educación llena de Mitos.</td> </tr> </table>	Fortalezas : Información Oportuna Creativo
Fortalezas : Información Oportuna Creativo	Debilidades : Acceso a las Alumnas Educación llena de Mitos.	
Promesa: ofrecer una información oportuna y veraz con creatividad.		
Apoyo: Contar con un lenguaje incluyente y asertivo	Público Objetivo: SEGMENTACIÓN DEMOGRAFICA. Género: Mujeres Edad: 15 años Clase Social: media SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA. Estilo de Vida Actividad: estudio. Interés: Diversión, moda, Opinión: Diversión, Música, autoestima	
Planificador: Lourdes Lema.		
Condiciones: Utilizar una imagen y colores corporativos en el diseño del Guía Multimedia		

Tabla IV. IV. CUADRO DE MANDO INTEGRAL

Realizado por: Lourdes Lema

4.6 BRIEF CREATIVO

4.6.1 BACKGROUND

El Background está construido a partir de las debilidades del público objetivo y son:

- Escaso acceso por las estudiantes al guía multimedia ya que el Guía Multimedia se encuentra en los laboratorios.
- La educación sexual que es impartida en el instituto está construida desde mitos impartidos por los docentes con conceptos religiosos.(**anexo**)

4.6.2 OBJETIVO

Nuestro objetivo se enfoca en:

Incrementar la información en temas de educación Sexual y Reproductiva en un 10% durante 15 de Febrero al 28 de Febrero del 2013.

4.6.3 PÚBLICO OBJETIVO (ANEXO N° 2)

Público Objetivo:

3.6.3.1 Demográfico:

Género: Femenino

Edad: 15 a 16 años

Clase social: media

Ocupación: estudiantes

4.6.3.2 Psicográfica:

Actividades: estudio.

Intereses: diversión, moda.

Opiniones: música, autoestima, círculo sociales.

4.6.3.3 Psicología:

Motivación: Emocional y racional.

Personalidad:

Rasgos del carácter: Sociable (Extrovertido) – Dominantes –
Objetivos (Fríos) – Impulsivas.

4.6.4 Beneficio Buscado: El beneficio que el público objetivo alcanzará será conocimiento como modos de prevención y reflexión sobre sus actos que realiza durante su etapa de adolescencia, utilizando en Guía Multimedia Educativo que incentive a la reflexión - emoción, mediante imágenes, textos que evoquen interés por parte del público por conocer sobre Educación Sexual y Reproductiva

4.6.5 Propuesta o promesa: Ofrecer una información oportuna y veraz con creatividad.

4.6.6 Apoyo: Los elementos que apoyara para hacer creíble esta promesa son:

- Información Veras, comprobada
- Elementos Humanizantes para provocar una actitud conductual

4.6.7 Tono de Publicidad:

Los tonos que serán utilizados en el guía multimedia son el tono **INFORMATIVO** en donde será aplicado en la inserción de la información, y el tono de **TESTIMONIAL** en que será utilizado en la elaboración de cuñas y video.

CAPITULO V

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUIA MULTIMEDIA SOBRE EDUCACIÓN SEXUAL UTILIZANDO PARÁMETROS DE CALIDAD

5.1.1 ELABORACIÓN DE SOFTWARE MULTIMEDIA

La propuesta de elaboración del guía multimedia como un software educativo, considerando el déficit y las ausencias de información en las estudiantes del Primer año de bachillerato unificado del Instituto Superior Riobamba en temas de Educación Sexual y Reproductiva. Las clases y talleres se han enfocado a ese tema específico como son el uso de métodos anticonceptivos pero es notorio que no es suficiente, los embarazos en adolescentes van en aumento además es considerado como un problema de salud pública, es decir que la información de métodos anticonceptivos no es suficiente y se ha tomado como un incentivo a tener relaciones sexuales a tan temprana edad, pero con protección en

algunos casos, está claro que en temas de Derechos Humanos (Derechos Sexuales y Reproductivos) se Garantiza el Derecho a gozar de la Sexualidad y libre de decisión de tener o no relaciones Sexuales, independientemente del coito y la reproducción, pero pese a esta garantía no se ha cumplido en su totalidad ya que se ha entendido de diversas maneras, según el entorno y el público joven y adulto, recordando así que los métodos anticonceptivos no son 100% seguros.

La **GUÍA MULTIMEDIA EDUCATIVA** tiene como objetivo Ofrecer a las Adolescentes del primer año de Bachillerato en el Instituto Superior Riobamba información en temas de Educación Sexual y Reproductiva utilizando parámetros de calidad que se aplicará antes, durante y después de la aplicación para garantizar una información veraz, científica y oportuna que contribuya a la Prevención de Embarazos en Adolescentes incentivando a la concientización y sensibilización de una sexualidad más responsable y plena en las adolescentes.

5.2 PROCESO DE PLANIFICACIÓN.

CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÓN MENSUAL.

ACTIVIDADES	PROGRAMA																											
	AGT - 2012				SEP- 2012				OCT. -2012				NOV.-2012				DIC.- 2012				ENERO 2013							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Analizar proyectos de diseño multimedia y de la interfaz gráfica de temas relacionados a la educación y educación sexual y reproductiva.	x	x	x	x																								
Recopilación de información de embarazos en Adolescentes en instituciones Educativas Secundarias Fiscales en la ciudad de Riobamba				x	x	X																						
Investigar parámetros de calidad para software educativo.							x	x																				
Definir los parámetros de calidad para la producción del guía multimedia educativo								x	x	X																		
Investigación de Segmento de Mercado del Publico Objctico											x	x	X															
Diseño de la Identidad corporativa del Guía Multimedia Educativo															x													
Diseño e implementación de una guía multimedia sobre educación sexual utilizando parámetros de calidad.															x	x	x	x										
Aplicación del Guía Multimedia educativo en el ITR																			x									
Validación de la hipótesis																			x	X								
Revisión de la información																				x		x	x					
Defensa de tesis.																											x	x

Tabla IV.V. CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÓN MENSUAL.

Realizado por: Lourdes Lema

5.2.1 DETERMINACIÓN DEL TEMA A TRABAJAR Y LOS OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN LOGRAR.

El tema que se ha escogido en base a la necesidad de solución de problemas de índole social y público, el tema determinado a trabajar es la **PREVENCIÓN DE EMBARAZOS EN ADOLESCENTES** del primer año de bachillerato del Instituto Superior Riobamba cuyo objetivo es Incrementar el conocimiento de información en un 10% durante 15 de Febrero al 28 de Febrero en temas de Educación Sexual y Reproductiva de una manera integral a través de un guía multimedia que tiene cinco aspectos específicos a tratarse como son: Género y Sexualidad, Asertividad, Derechos Sexuales y Reproductivos, Métodos anticonceptivos y Embarazos no planificados y/o deseado

5.2.2 RECOPLILACIÓN DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE LAS FUENTES DE CONSULTA.

PÚBLICO OBJETIVO:

Las Fuentes de recopilación de información fueron determinadas por datos estadísticos tomados del **Ministerio de Salud Pública y de INEC**, cuyo análisis se determinó el público objetivo de 15 a 16 años por el alto índice de embarazos registrados en el año 2010 (INEC) y en el 2012 (MSP), (Anexo N° 6 y 7)

INFORMACIÓN

La información se determinó a través de una investigación de mercado realizando una encuestas de tipo abiertas y cerradas, determinando en la educación sexual existen lagunas educativas en donde emergen situaciones de riesgo, tomando en cuenta parámetros de accesibilidad en cuanto a la educación, información sobre sexualidad, acceso a la tecnología, uso de elementos educativos que son implementados en el ámbito de aprendizaje escolar y el autoaprendizaje.

5.2.3 DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO Y SUBDIVISIÓN EN BLOQUES DE ACUERDO AL TRATAMIENTO DEL TEMA.

En la distribución de contenidos de los temas centrales se describe de la siguiente manera:

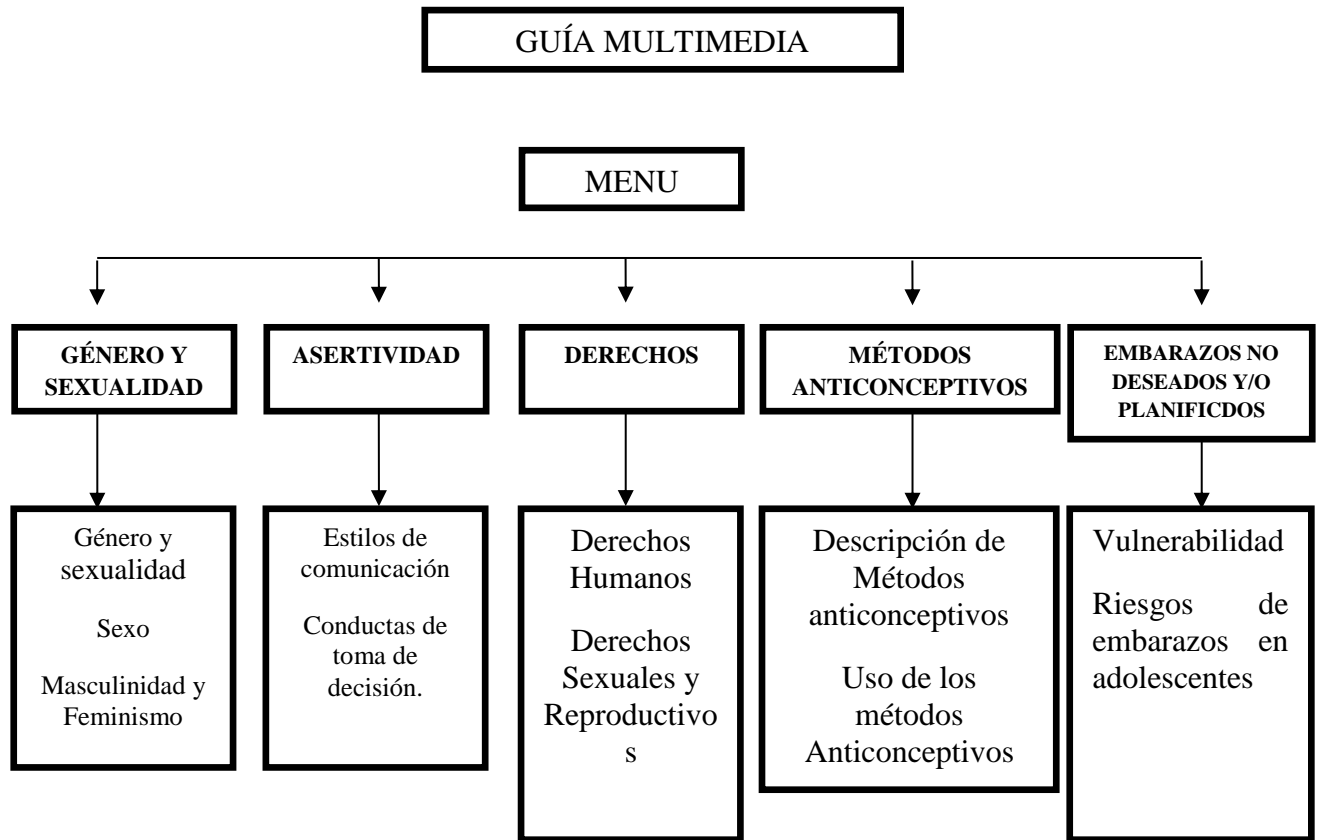


Tabla IV. VI. Estructura de Contenidos.

5.2.4 DETERMINAR EL TÍTULO DEL PROGRAMA.

El tema principal está establecido en base al objetivo que es la prevención de embarazos no deseado y/o planificado y se determinó el concepto del multimedia: **PREVENCIÓN CON EDUCACIÓN.**

El tema de **PREVENCIÓN CON EDUCACIÓN** parte desde la concepción mediante la reflexión de prevenir patologías sociales en la vida de una adolescente ya que se puede evitar las mismas mediante una educación de calidad e integral, ya que es un análisis de un taller con un grupo focal seleccionado en forma aleatoria de 30 estudiantes del Primer Año de Bachillerato Unificado del Instituto Superior Riobamba en el cual se construyó el nombre en forma colectiva.



FiguraV. 30: Taller de Prevención de Embarazo en Adolescente

Fotografía: Lourdes Lema



FiguraV.31: Taller de Prevención de Embarazo en Adolescente

Fotografía: Lourdes Lema

5.2.5FINALIDADES.

Realizar un guía multimedia educativo mediante la utilización de parámetros de Calidad en donde permitirá realizar de una manera más organizada los procesos de diseño y de aplicación en donde se efectivicen los recursos.

5.2.6AUDIENCIA

El guía multimedia educativo está dirigido a nuestro público objetivo que es adolescentes mujeres de 15 a 16 años, estudiantes del Instituto Superior Riobamba.

5.2.7 RECURSOS

Los recursos que se van a utilizar son los siguientes:

5.2.7.1 RECURSOS DE CÓMPUTO

Equipos.

- Computadora Laptop Características: Sony Vaio (Pentium Dual CoreInside, 1.60 GHs, 1.99 GB de RAM, 200 GB en Disco Duro)
- Impresora Epson Stylus 5600
- Cámara Fotográfica Digital + tarjeta de memoria + Cargador + pilas.
- Cámara Filmadora Sony Company+ Casette + batería y cargador
- Trípode

5.2.7.2 MATERIALES.

- Resma de hojas de 75 gm.
- CDS y DVDS

5.2.8 PRESUPUESTO

Recursos Materiales	Costo
Equipos	436,49
Materiales	10.50
Transporte	50.00
Internet	150.00
TOTAL	646,99

Tabla IV.VII: Presupuesto

Realizado por: Lourdes Lema

5.2.9 SOFTWARE.

Los requerimientos del software para la realización, ejecución y evaluación del Guía Multimedia se realizó mediante la utilización de los programas de diseño Adobe Master Collection CS5.(Licencia Educativa)

La duración de elaboración del Diseño técnico y de producción es aproximadamente de 4 meses.

5.3 PROCESO DE DISEÑO

5.3.1 ANÁLISIS

En el análisis se estableció parámetros de investigación para identificar necesidades y proponer soluciones específicas a los problemas detectados, en base a la investigación de campo que se desarrolló con el público objetivo en el primer año bajo encuestas mediante una muestra de 58 personas seleccionadas del Primer Año de Bachillerato Unificado el Instituto Superior Riobamba (ANEXO N°3), que permite identificar patrones educativos de más bajo y alto nivel para diagnosticar y establecer el contenido del software

multimedia, basados en las debilidades y fortalezas educativas que tiene el público objetivo seleccionado.

La metodología que se ha utilizado es de José Gustavo Cárdenas Rivera del Instituto Pedagógico de Estudios de Posgrado en Celaya, Guanajuato (2010), ya que en esta metodología plantea Estrategias para lograr un mejor aprovechamiento de este recurso; y resaltando la necesidad de formar un Proceso Trabajo Multidisciplinario que permita elevar la calidad del multimedia que motiva al alumno, despertando su interés ante nuevos conocimientos e imprime un mayor dinamismo a las clases, enriqueciéndolas y elevando así la calidad de la educación.

5.3.2 DISEÑO DEL PRODUCTO

5.3.2.1 TEMA

“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA MULTIMEDIA SOBRE EDUCACIÓN SEXUAL UTILIZANDO PARÁMETROS DE CALIDAD.

Caso Práctico: Guía Multimedia para el primer año de bachillerato del Instituto Superior Riobamba”

5.3.2.2 DETERMINACIÓN DEL TEMA A TRATAR Y LA EXTENSIÓN DE SU ALCANCE.

El diseño e implementación del Guía Multimedia Educativo en Sexualidad está enfocado a adolescentes de 15 años en adelante.

SELECCIÓN DEL TÍTULO A UTILIZAR

El concepto del guía multimedia se enfatiza en la prevención de Embarazos no deseados y/o planificados, sin embargo una de las estrategias comunicacionales para lograr este objetivo es por medio de la educación sobre sexualidad desde un enfoque de derechos,

utilizando una información veraz y oportuna en cual dominamos el título
“PREVENCIÓN CON EDUCACIÓN”

PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS

- Valorar y entender la sexualidad como una cosa propia que podemos compartir libremente, que tiene implicaciones sociales en la adolescencia.
- Examinar datos sobre los temas a tratar en el Proyecto de Educación Sexual y Reproductiva.
 - Género y Sexualidad
 - Asertividad
 - Derechos
 - Embarazo Precoz
 - Métodos Anticonceptivos
- Investigar los procesos de educación sexual aplicados en la educación secundaria.
- Diseño del Guía multimedia Educativo utilizando parámetros de Calidad
- Aplicación y Verificación del Guía multimedia Educativo a Estudiantes del primer año de bachillerato del “I.T.S.R” en la ciudad de Riobamba.

5.3.2.3 CONTENIDOS DE ACUERDO CON EL ALCANCE

INTRODUCCIÓN

Este Multimedia de Educación Sexual está dirigido a las adolescentes de 15 años, ya que esta es una etapa en la que se experimentan nuevos descubrimientos, cambios físicos y emocionales, y los intereses y motivaciones relacionados que van a tomar una enorme importancia.

Buscando converger en un solo producto interactivo, elementos esenciales que intervienen en la Educación Sexual no tan evidenciados en la educación tradicional, pasándoles por alto conceptos que generen debate y construcción de nuevas formas de reflexión y de sostenibilidad generado desde ese espacio adolescente tan vulnerabilizados por criterios adulto céntricos y llenos de mitos y tabús.

El siguiente multimedia tiene como objetivo proporcionar a las adolescentes aspectos concretos que permita incrementar conceptos básicos sobre Educación Sexual y Reproductiva.

GÉNERO

Género: El género es una construcción social de ideas que define los papeles, sistemas de creencia y actitudes, valores y expectativas de los hombres y de las mujeres. Contribuye de una manera muy poderosa a las relaciones de poder, no sólo entre hombres y mujeres, sino dentro de cada colectivo; lo que deriva en muchas características sociales.

Cada cultura tiene sus propias ideas sobre el género, sobre lo que es propio de hombres y de mujeres. El género no cambia sólo con la cultura sino a través del tiempo e incluso puede variar en una misma cultura en una situación de crisis.

GÉNERO Y SEXUALIDAD

Género: El género es una construcción social de ideas que define los papeles, sistemas de creencia y actitudes, valores y expectativas de los hombres y de las mujeres. Contribuye de una manera muy poderosa a las relaciones de poder, no sólo entre hombres y mujeres, sino dentro de cada colectivo; lo que deriva en muchas características sociales.

Sexualidad: La sexualidad es un aspecto de la vida de todos los seres humanos y está relacionada con la capacidad de sentir placer, nace con nosotros y se muere con nosotros e involucra aspectos físicos, sentimentales y emocionales. Esto quiere decir, que la

sexualidad está relacionada con nuestra forma de ser, de pensar, de sentir, de actuar y de relacionarnos con otras personas y con nosotros(as) mismos(as).

SEXO

Es el conjunto de características biológicas que diferencian al hombre de la mujer y que al complementarse tienen la posibilidad de la reproducción, sin embargo el sexo atribuye características propias únicas como el órgano genital y cambios físicos al alcanzar la etapa de la adolescencia.

MASCULINIDADES Y FEMINISMO

Feminismo: es una construcción política que promueven las mujeres en defensa de los derechos como mujeres frente a las desigualdades sociales, plantea una igualdad de oportunidades para hombres y mujeres utilizando como plataforma social los Derechos Humanos.

Masculinidades: es la construcción cultural de género que designa el rol de los varones en la sociedad.

Se entiende por «masculinidad» un conjunto de características asociadas al rol tradicional del hombre. Algunos ejemplos de esas características son la fuerza, la valentía, la virilidad, el triunfo, la competición, la seguridad, el no mostrar afectividad etc. De manera que a lo largo de la historia, y todavía hoy día, los hombres han sufrido una gran presión social para responder con comportamientos asociados a esos atributos.

Las masculinidades y feminidades plantean una construcción cultural de género que reasigna el rol de hombres y mujeres en la sociedad.

En donde se contribuye a la reconstrucción de nuevos patrones socio cultural donde se garantiza una calidad de vida más digna, con igualdad de oportunidades y garantizando el libre ejercicio de los derechos para todos y todas.

ASERTIVIDAD

Es la capacidad de expresar tus sentimientos, ideas y opiniones, de manera libre, clara y sencilla, comunicándolos en el momento justo y a la persona indicada.

Asertividad es tener la capacidad necesaria para desenvolverse eficazmente en un medio social y laboral normalizado

Asertividad es respetarse a sí mismo, respetar a los demás Ser directo, honesto y apropiado. Mantener el equilibrio emocional. Saber decir y saber escuchar. Ser muy positivo y usar correctamente el lenguaje no verbal.

ESTILOS DE COMUNICACIÓN

- Prevención
- Salud con Educación
- Congruencia
- Honestidad
- Sinceridad con una misma
- Decisiones Propias

CONDUCTAS ASERTIVAS

ASERTIVIDAD NEGATIVA

- Abortos
- Consumo de sustancias estupefacientes.
- Abandono de los estudios por conductas erróneas
- Tener relaciones sexuales a temprana edad. Tomar decisiones equivocadas que afecten a su ruta de vida.

ASERTIVIDAD POSITIVA

- Vivir una vida digna.
- Utilizar su tiempo libre en Actividades Recreativas.
- Profesionalización (Estudios)
- Vivir su Sexualidad de manera responsable.
- Tomar decisiones que ayude a realizar su ruta de vida.

DERECHOS HUMANOS

Los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición. Todos tenemos los mismos derechos humanos, sin discriminación alguna. Estos derechos son interrelacionados, interdependientes e indivisibles.

CARACTERISTICAS DE LOS DERECHOS

- Universales: Aplican a todos los seres humanos sin importar la nacionalidad.
- Irreversibles y progresivos: no excluye ni desestima por ningún concepto.
- Indivisibles: No puede hablarse de división de D.H.
- No negociables: son bienes pertenecientes, de manera absoluta, a cada ser humano, por ello ninguna autoridad puede negociarlos.
- Inviolables: Nadie puede atentar, lesionar o destruirlos.
- Obligatorios: Imponen una obligación concreta a las personas y al Estado de respetarlos.
- Indivisibles, interdependientes, complementarios y No Jerarquizarles: no se debe hacer ninguna separación ni pensar que unos son más importantes que otros.

DERECHOS SEXUALES Y DERECHOS REPRODUCTIVOS

- Derecho a vivir la sexualidad de manera placentera, libre de violencia, prejuicios y culpas.
- Derecho al libre ejercicio de autoerotismo. Derecho a la información y al acceso médico para el tratamiento de infecciones de transmisión sexual.
- Derecho a una información veraz, oportuna, científica, libre de prejuicios, sin discriminación alguna, que permita prevenir la infección por VIH-SIDA.
- Derecho a la autonomía y a la aplicación consentida e informada de los exámenes de detección del VIH y/o embarazo y a la confidencialidad de sus resultados.
- Derecho a ejercer la sexualidad plena e independiente del estado civil, la edad, etnia, género, la orientación sexual y la discapacidad.
- Derecho a gozar de la sexualidad y la libre decisión de tener o no relaciones sexuales, independientemente del coito y la reproducción.

MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS

La manera de prevención adecuada es la Abstinencia que es una opción de vida, no impuesta sino por convicción de las personas y de parejas, bajo acuerdo mutuo, ejerciendo sus derechos sexuales y reproductivos de manera libre y responsable. Los métodos Anticonceptivos son método capaz de prevenir un embarazo, mediante la utilización de recursos: físicos, bioquímicos, fisiológicos o quirúrgicos. Toda persona o pareja que tiene relaciones sexuales, a su vez previene un embarazo, no deseado y/o planificado, adquirir una infección de transmisión sexual, independientemente del método que utilice, está practicando la anticoncepción.

Recordemos que los métodos anticonceptivos no son 100% seguros, siempre mantiene un bajo porcentaje de error, cuando los métodos son mal utilizados tienen un alto riesgo de un embarazo no deseado y/o planificado, adquirir una infección de transmisión sexual, o peor de los casos VIH-Sida.

USO DE LOS MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS

CONDÓN

Recubrir totalmente el pene, único método anticonceptivo que ayuda a prevenir el SIDA y otras enfermedades de transmisión sexual y un embarazo no deseado y/o planificado.

PÍLDORAS ORALES

Pueden ser de 21 ó 28 píldoras.

Las de 21 se toman diariamente durante 21 días, seguidos de un periodo de 7 días en los que no se toman píldoras, para comenzar nuevamente el ciclo. Las de 28 tabletas tienen unas píldoras inactivas, que se toman luego de los primeros 21 días de píldoras activas.

PAE: Se toma cuando dentro las 72 horas de haber tenido una relación sexual de riesgo mientras más pronto se toma más probabilidades de prevenir un embarazo.

5.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

5.4.1. CREACIÓN DEL GUIÓN

GUIÓN TÉCNICO

Descripción de cada escena.

ESCENAS	DETALLES	CONTENIDOS
Escena 1	Introducción	El Intro está realizado por objetos en transición, en diferentes fotogramas de manera coordinada, tiene seis presentaciones.
Escena 2	Presentación del Guía Multimedia educativo.	<i>Es esta escena es una introducción del multimedia a quien va dirigido y el propósito de su elaboración.</i>
Escena 3	Tema: Género	Concepto que es Género
Escena 4	Tema: Género y Sexualidad	Concepto: Como influye el Género en la Sexualidad como eje transversal-
Escena 5	Tema: Sexo	Concepto: Sexo como condición biológica mas no como relaciones sexuales coitales
Escena 6	Tema: Masculinidades y feminismo	Concepto: Masculinidades, Feminismo y una relación de entre los dos temas.
Escena 7	Tema: Asertividad	Concepto: Asertividad en la Vida de una Adolescente
Escena 8	Tema: Estilos de comunicación	Concepto: Estilos de comunicación que están presente en la vida de la adolescente.
Escena 9	Tema: Conductas en la Toma de Decisiones	Conceptos: Características de la Asertividad Positiva y Negativa.
Escena 10	Tema: Derechos Humanos	Concepto: Derechos humanos enfocados a las Adolescentes y Características de DH como sujetas de derecho
Escena 11	Tema : Derechos sexuales y Derechos Reproductivos	Conceptos: Derechos sexuales y Derechos Reproductivos determinados según las necesidades de las adolescentes en pleno goce de su Sexualidad.
Escena 12	Tema: Embarazo Precoz.	Concepto: Embarazo Precoz en la adolescente que es tomado como un problema de Salud Publica
Escena 13	Tema: Vulnerabilidad y Riesgos en Adolescentes	Concepto: Riesgos que tiene un embarazo en la Adolescencia y a la vulneración de sus Derechos sexuales y Reproductivos
Escena 14	Tema: Métodos anticonceptivos.	Concepto: Descripción de los Métodos Anticonceptivos y su implicación al momento de utilizarlo.
Escena 15	Tema: Utilización de Métodos Anticonceptivos	Concepto: Métodos Anticonceptivos que utilizan los Adolescentes ya que estos métodos son los mas accesibles para ellos.
Escena 16	Tema: Galería	Concepto: Cuñas de Prevención de embarazo en adolescente Video de Testimonios de Embarazo en Adolescente.

Tabla V.VIII: GUIÓN TÉCNICO

Realizado por: Lourdes Lema

FONDO: Los Fondos que se utilizara son los siguientes:

FONDO (COLOR O IMAGEN)	COLOR UTILIZADO				ESCENA A UTILIZARSE
El fondo que se va a utilizar es de Color Violeta en un 30%					De la escena 2 hasta la escena 16
	C 47%	M 94%	Y 0%	K 0%	
El fondo que se va a utilizar es de Color Blanco en un 60%					De la escena 2 hasta la escena 16
	C 0%	M 0%	Y 0%	K 0%	
El fondo que se va a utilizar es de Color Blanco en un 60%					De la escena 2 hasta la escena 16
	C 0%	M 0%	Y 0%	K 0%	

Tabla V. IX: Estructura de los fondos multimedia.

Realizado por: Lourdes Lema

BOTONES: Los botones que se utilizara son los siguientes:







Nombre del BOTÓN	ESTRUCTURA DEL BÓTON									BOTÓN EN REPOSO	BOTÓN SOBRE	BOTÓN PRESIONADO
	C	M	Y	K	C	M	Y	K				
 Menú	47	94	0	0	83	84	72	78	Se mantiene en tamaño original 100%	Se reduce el tamaño total un 5%	Se mantiene en tamaño original 100%	
 Género y Sexualidad	47	94	0	0	83	84	72	78	Se mantiene en tamaño original 100%	Se reduce el tamaño total un 5%	Se mantiene en tamaño original 100%	
 Actividad	47	94	0	0	83	84	72	78	Se mantiene en tamaño original 100%	Se reduce el tamaño total un 5%	Se mantiene en tamaño original 100%	
 Derechos	47	94	0	0	83	84	72	78	Se mantiene en tamaño original 100%	Se reduce el tamaño total un 5%	Se mantiene en tamaño original 100%	
 Embarazo Precoz	47	94	0	0	83	84	72	78	Se mantiene en tamaño original 100%	Se reduce el tamaño total un 5%	Se mantiene en tamaño original 100%	
 Métodos	47	94	0	0	83	84	72	78	Se mantiene en tamaño original 100%	Se reduce el tamaño total un 5%	Se mantiene en tamaño original 100%	

Tabla V. X: Estructura de los Botones.

Realizado por: Lourdes Lema

SONIDOS: Los sonidos que se utilizara son los siguientes:

Nombre del Archivo del Audio	Extensión del archivo	Escena a Utilizarse	Elemento donde fue utilizado
Juanes	MP3	16	Video.
Música Instrumental Electrónica 1	MP3	1	Intro.
Música Instrumental Electrónica 2	MP3	2 a la 16	Escenas.

**Tabla V.XI: Estructura de Audios
Realizado por: Lourdes Lema**

IMÁGENES: Las imágenes que se utilizara son los siguientes:

Nombre del Archivo de la Imagen / Autor/ Fuente adquirida (propia - internet)	Extensión del archivo	Escena a Utilizarse	Concepto
Imagen para animación.(PROPIA)	Jpg	2 a la 16	Adolescentes utilizando su tiempo adecuadamente.
PIC 00234.(PROPIA)	Jpg	4	dos adolescentes Conversando
PIC 00738 .(PROPIA)	Jpg	5	Una Mujer y Hombre compartiendo experiencias
PIC 00739 .(PROPIA)	Jpg	5	Hombres Consultando en una Computadora
PIC 00946 .(PROPIA)	Jpg	5	Mujeres Leyendo módulos.
PIC 001839 .(PROPIA)	Jpg	14	Una adolescente leyendo un informativo

**Tabla IV.XII: Formato de Imágenes.
Realizado por: Lourdes Lema**

TEXTOS: Las fuentes tipográficas que se utilizara son los siguientes:

NOMBRE DE LA FUENTE	UTILIZACION	TAMAÑO DE LA FUENTE	TIPOGRAFÍA PRINCIPAL/ SECUNDARIA /TERCIARIA	ESCENA
Catholic s School Girls BB	Logotipo	16	Tipografía Principal	2 a la 16
Arial	Slogan	10	Tipografía Secundaria	2 a la 16
MsUi Gothic	Textos	12	Tipografía Terciaria	2 a la 16

**Tabla IV. XIII: Formato de Textos
Realizado por: Lourdes Lema**

5.5 PROCESO DE DOCUMENTACIÓN.

En este proceso de documentación se establece las especificaciones que se utilizarán para el montaje para la aplicación.

CONCEPTO	DETALLE
FOTOGRAFÍAS :	Todas las fotografías de paisajes medirán 580 x 400 píxeles, usarán la paleta de 256 colores de Windows y se montarán en formato. "FLA"
PROGRAMAS	Para elaboración de las imágenes vectoriales se utiliza el programa Adobe Illustrator (.Ai) Para la edición de las imágenes externas se utiliza el programa Adobe Photoshop. Psd Para la producción de videos se utiliza el programa de Adobe Premier. Para el montaje final del producto se utiliza el programa Adobe Flash
FORMATO DE LA IMAGEN	Las imágenes que se aplicaran en el montaje son con la extensión JPG por el alto nivel y nitidez que proporciona.
FORMATO DE AUDIO	Los audios que se utilizan son formatos de extensión MP3 porque proporciona archivos de comprensión eliminando sonidos innecesarios.
FORMATO DE VIDEO	Los videos que se utilizan son formatos de extensión AVI porque nos proporciona calidad.

Tabla V. XIV: Detalle Del Proceso De Documentación

Realizado por: Lourdes Lema

5.6 PROCESO DE MONTAJE DE LA APLICACIÓN.

Es el que conjuga los elementos y monta la aplicación definitiva. Antes de iniciar la aplicación se revisó de guion y las posibilidades que ofrece cada una de las herramientas que se van a utilizar para montar la aplicación. El trabajo es hacer que todo "se mueva y esté enlazado". Por ello que "Los elementos multimedia nacen a partir del tema central, se concretan en el equipo de documentación, y después se arma en el programa Adobe Flash Profesional CS5".

El montaje de la aplicación responde de la apariencia y de las cualidades de la aplicación definitiva (velocidad de acceso a los datos, interactividad ágil, comportamiento de la aplicación según establece el guion, con un lenguaje sencillo, etc.).

El Proceso de montaje será primero en el retoque de las imágenes en Adobe Photoshop, el diseño de imágenes vectoriales en Adobe Illustrator, la producción de audio en Adobe Audition, la producción de video en Adobe Premier, después de tener todos estos elementos se van ir aplicando en Adobe Flash Profesional CS5, después de haber realizado el producto final se exportara como archivo ejecutable para su aplicación en archivo .swf.

5.6 DISEÑO DE PRODUCCION DEL PACKAGING

La presentación de un Guía Multimedia estará representada mediante un packaging. Dentro del PACKAGIN está la portada y en el interior está un CD interactivo en un bolsillo y a lado un manual de Apoyo como utilizar el guía y una descripción de temas que trata el documento.

CAPITULO VI

6. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS Y PARÁMETROS DE CALIDAD

6.1 VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La Validación de la hipótesis se realizó mediante la utilización de una técnica de investigación con la finalidad de evaluar el incremento del conocimiento acerca de las causas y efectos de una educación sexual responsable, se aplicó una encuesta al público objetivo mediante una muestra de 58 adolescentes del primer Año de Bachillerato del instituto Superior Riobamba en la ciudad de Riobamba.

Para obtener el número de estudiantes a realizar la recolección de información se aplicó una fórmula para obtener una Muestra tomando en cuenta que 413 adolescentes del Primer Año de bachillerato del Instituto Superior Riobamba y es el tamaño de la población y el tamaño de la muestra que se obtuvo después de aplicar la fórmula es 58 adolescentes.

6.1.1 OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

Evaluar el incremento del conocimiento de las adolescentes y la usabilidad del multimedia
Mediante el multimedia de educación sexual.

6.1.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN (Anexo 5)

6.1.2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN: Mediante la utilización del Método Deductivo permitió partir del problema de la inexistencia de multimedia educativos realizados con parámetros de calidad.

Después de la recolección de información sobre Parámetros de Calidad de varios autores se recopiló datos para obtener un concepto posible para el diseño de multimedia educativo accesible a las estudiantes.

6.1.2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN: El tipo de investigación Descriptiva permitió basarse en hechos observados sobre la inexistencia multimedia educativos diseñados con Parámetros de Calidad y de varias definiciones establecer un concepto unificado.

A su vez la Investigación Cuantitativa fue aplicada porque se necesitó obtener datos específicos para determinar calidad que se basa en la Usabilidad, Navegabilidad y Accesibilidad en el multimedia educativo.

6.1.2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: La técnica de observación permitió analizar opciones sobre la utilización de Parámetros de Calidad de varios autores y determinar cuál sería la más adecuada para su utilización. Otra técnica como es la Encuesta permitió obtener datos cuantitativos desde el inicio y culminación de la investigación, facilitando datos para determinar resultados.

6.1.2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN: El objetivo de realizar las encuestas es evaluar el Conocimientos a adolescentes y Observar errores de funcionamiento.

La primera encuesta fue aplicada para determinar el conocimiento previo de la sexualidad con 8 preguntas, y la segunda ejecutada después de la aplicación de la Guía Multimedia.

Conceptos de Evaluación entorno al conocimiento:

- Género y sexualidad
- Asertividad
- Derechos
- Métodos anticonceptivos
- Embarazos no deseados y/o planificados

Conceptos de Evaluación entorno a los Parámetros de Calidad multimedia:

- Usabilidad,
- Accesibilidad y
- Productividad

6.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

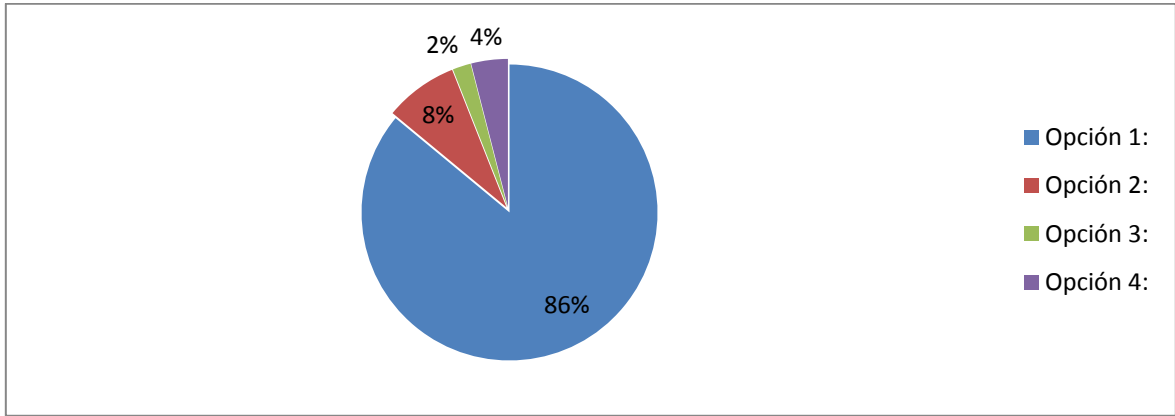
TEMA 1. SEXUALIDAD

PREGUNTA: *Marque según su criterio con una (x) los siguientes enunciados*

- La interrelación entre los demás sin distinción de edad, género, sexo y clase social ()
Son relaciones sexuales con la pareja independiente del coito y la reproducción. ()
Es la condición biológica que nacen las personas siendo hombres y mujeres. ()
Es la interacción con otras personas que no tienen que ver con el cuidado del cuerpo ()

RESULTADO:

Gráfico #1



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

ANÁLISIS: en esta pregunta sobre qué es la Sexualidad, el 86% de encuestadas respondieron afirmativamente la respuesta correcta es *“La interrelación entre los demás sin distinción de edad, género, sexo y clase social”*. Se obtuvo un resultado favorable ya que en el guía multimedia se utilizó conceptos sobre que es sexualidad, género, sexo utilizando definiciones cortas, concretas mediante un lenguaje que permitió a la adolescente establecer de manera integral y fácil una concepción sobre Sexualidad además sensibilizando en el libre ejercicio de sus derechos.

TEMA 2: LA ASERTIVIDAD

PREGUNTA: Marque según su criterio con una (x) los siguientes enunciados

Ser asertivo es decir lo que pienso o siento o necesito, sin importarme lo que el otro piense o sienta. ()

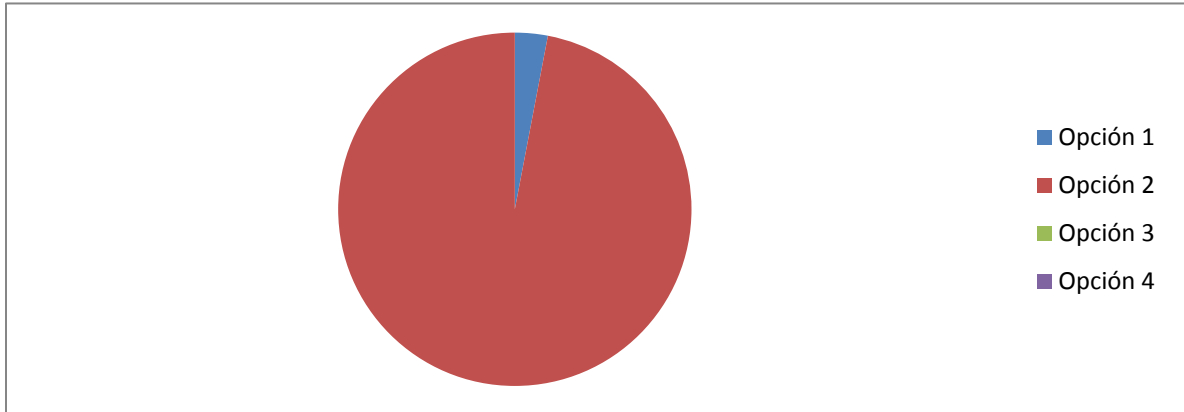
Ser asertiva es tomar decisiones en mi vida que afecten positivamente sin dañar la integridad de otras personas ()

Ser asertiva es siempre decir “NO”, independientemente cual sea la propuesta. ()

Ser asertiva es siempre decir “SI”, independientemente cual sea la propuesta. ()

RESULTADO:

Gráfico # 2



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

ANÁLISIS: En este tema sobre la Asertividad se obtuvo un resultado del 97% respondieron afirmativamente ya que la respuesta correcta es *“Tomar decisiones en mi vida que afecten positivamente sin dañar la integridad de otras personas”* ya que en el guía multimedia se utilizó información enfocada los estilos de comunicación que permite establecer conductas responsables en las adolescentes y a las conductas asertivas, ya que el tema era completamente desconocido para las estudiantes en donde se enfocaba en la toma de decisiones propias que afecten positivamente en sus vidas. La información fue presentada mediante animaciones con el uso de textos dinámicos e imágenes y un audio utilizando conceptos cortos, concretos, mediante la utilización de un lenguaje simple.

TEMA 3: DERECHOS HUMANOS Y DERECHOS SEXUALES

PREGUNTA: *Citar 3 Derechos Humanos y 3 Derechos Sexuales.*

ANÁLISIS: En esta pregunta que consistió en la descripción de Derechos Humanos y Derechos Sexuales y Reproductivos, las adolescentes respondieron satisfactoriamente ya que los contenidos utilizados en la guía multimedia fueron temas de Derechos Humanos y Derechos Sexuales enfocados al pleno y libre ejercicio de sus derechos. La información fue presentada mediante animaciones con el uso de textos dinámicos e imágenes y un audio; utilizando mensajes cortos, concretos, mediante la utilización de un

lenguaje simple que permitió a la adolescente saber cuáles son sus derechos y practicarlos en la vida diaria de una manera libre y responsable.

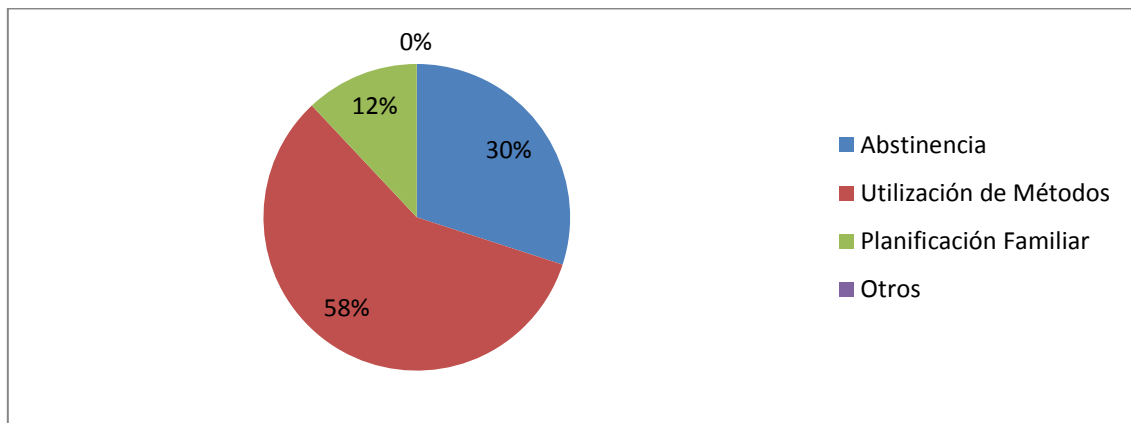
TEMA 4: EVITAR UN EMBARAZO NO PLANIFICADO Y NO DESEADO.

PREGUNTA: Qué propones para evitar un embarazos no planificado y no deseado?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Abstinencia | <input type="checkbox"/> Utilizar Métodos Anticonceptivos. |
| <input type="checkbox"/> Planificación Familiar | <input type="checkbox"/> Otros..... |

RESULTADOS:

Gráfico #3



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

ANÁLISIS: en esta pregunta cómo evitar un embarazo no planificado y no deseado se obtuvo varias respuestas como son: la utilización de métodos de anticoncepción, planificación familiar, abstinencia, ya que en el multimedia se utilizó conceptos como sencillos y concretos que facilito la comprensión en las adolescentes enfocándose a las consecuencias de estar embarazada.

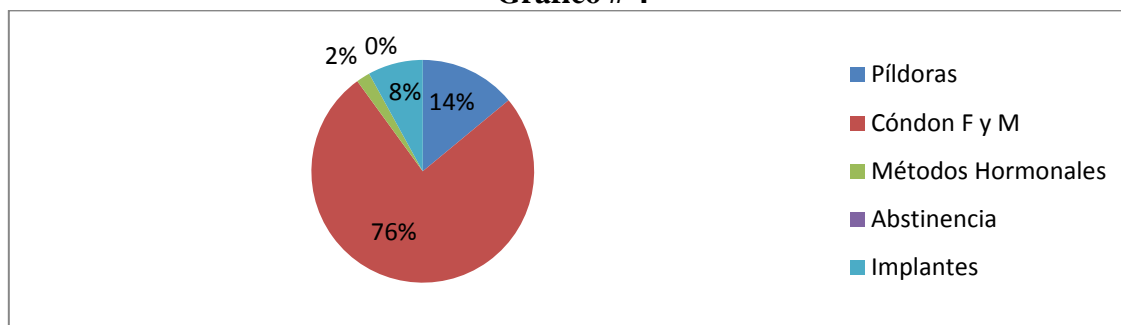
TEMA 5: MÉTODOS CONOCIDOS POR LA ADOLESCENTE

PREGUNTA: Señala métodos anticonceptivos que conoces?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Píldoras | <input type="checkbox"/> Condón Masculino y Femenino. |
| <input type="checkbox"/> Métodos Hormonales. | <input type="checkbox"/> Abstinencia. |
| <input type="checkbox"/> Implantes. | |

RESULTADOS:

Gráfico # 4



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

ANÁLISIS: En la pregunta de conocimiento de métodos anticonceptivos en adolescentes, las adolescentes respondieron con un 76% el condón (Masculino y Femenino), que corresponde al porcentaje más alto en el conocimiento de métodos de anticoncepción ya que en el guía multimedia se utilizó conceptos sobre algunos métodos los más accesibles para las adolescentes para la prevención de embarazos y el contraer alguna infección sexual.

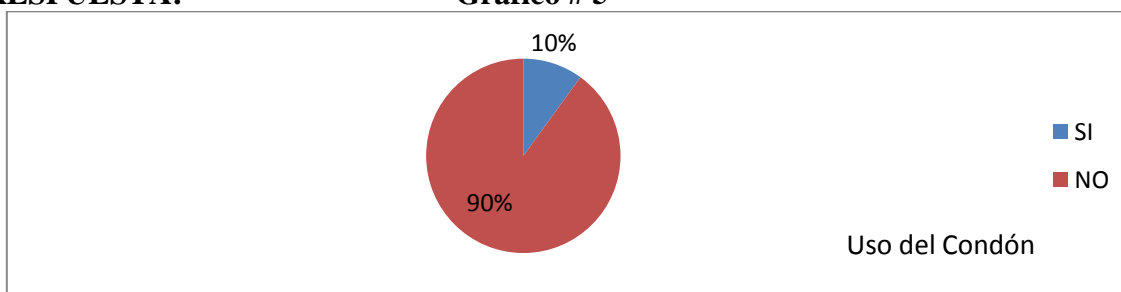
La información fue presentada mediante animaciones con el uso de textos dinámicos e imágenes utilizando conceptos cortos, concretos, mediante la utilización de un lenguaje simple que permitió a la adolescente saber cómo pueden prevenir posibles problemas.

TEMA 6: MÉTODO UTILIZADO POR ADOLESCENTE.

PREGUNTA: De los anteriores enunciados indique qué método que ha utilizado?

RESPUESTA:

Gráfico # 5



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

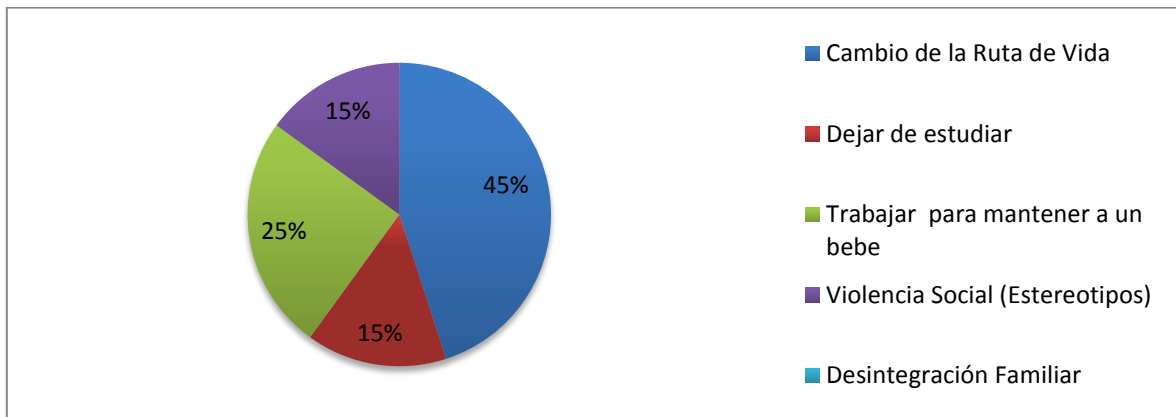
ANÁLISIS: En este tema de la utilización de métodos anticonceptivos seis (10%) de cincuenta y ocho (90%) estudiantes afirmaron haber utilizado el condón.

TEMA 7: DESCRIPCIONES SOBRE EMBARAZO EN ADOLESCENTES

PREGUNTA: ¿Para ti que significa un embarazo en Adolescente?

RESPUESTA:

Gráfico # 6



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

ANÁLISIS: Las respuestas más comunes, sobre los embarazos en la adolescencia encontradas en la encuesta son:

- Cambio de la ruta de Vida
- Dejar de estudiar
- Trabajar para mantener a un bebe
- Violencia Social (Estereotipos)
- Desintegración Familiar

Los Conceptos utilizados dentro del guía Multimedia fueron enfocados a las consecuencias de un embarazo precoz y reflejan las limitaciones que tiene la adolescente tiene antes y después del parto.

6.1.2.6 RESULTADO DE VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

TABLA.VI. XV. RESULTADO PREVIO DE LA EDUCACIÓN SEXUAL

TEMAS	PORCENTAJE	OBSERVACIONES
Sexualidad	10%	Conocimiento sobre Sexualidad
Asertividad	0 %	Conocimiento sobre Asertividad
Derechos Humanos y Derechos Sexuales	0 %	Conocimiento en Derechos
Prevención de Embarazo en Adolescente	58 %	Conocimientos de Prevención
Conocimiento en Métodos Anticonceptivos	60%	Conocimientos Métodos Anticonceptivos
Total	25.7%	

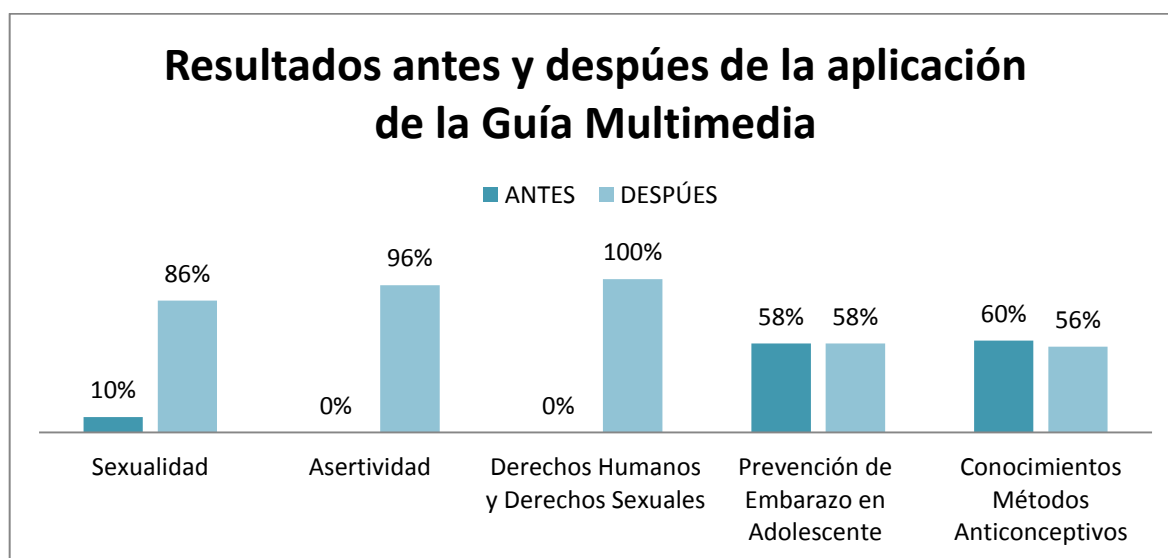
Fuente: Propia

TABLA.VI. XVI. RESULTADO DE LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE APLICADO LA GUÍA MULTIMEDIA

TEMAS	PORCENTAJE	OBSERVACIONES
Sexualidad	86 %	Conocimiento sobre Sexualidad
Asertividad	96 %	Conocimiento sobre Asertividad
Derechos Humanos y Derechos Sexuales	100 %	Conocimiento en Derechos
Prevención de Embarazo en Adolescente	58 %	Conocimientos de Prevención
Conocimiento en Métodos Anticonceptivos	56 %	Utilización de Condones
Total de Aceptabilidad	79,2%	

Fuente: Propia

Gráfico #7



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

Los resultados que se obtuvo al inicio de la investigación sobre conocimientos previos de la sexualidad se obtuvieron un 26 %, ya que existe muchas fuentes de información pero de la misma manera como existe muchas fuentes no todas se manejan el mismo concepto provocando una confusión en cuanto al conocimiento así observando la desinformación, y la decadencia de conceptos en algunas temáticas.

Después de la aplicación de la Guía Multimedia diseñada con parámetros de calidad el resultado alcanzado fue el 79%, a su vez se logró el incremento del conocimiento en un 53%, ya que está enfocado en temas de Sexualidad, Derechos Humanos, asertividad, Prevención de Embarazos en adolescentes, a su vez utilizando recursos visuales como son un refuerzo se elaboró un video y 4 audios.

6.2 VALIDACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE CALIDAD.

6.2.1 RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE CALIDAD

(Anexo 6)

La encuesta que se aplicaron para evaluar los parámetros de calidad que se categorizaron **en parámetros de información y parámetros en función de la usabilidad.**

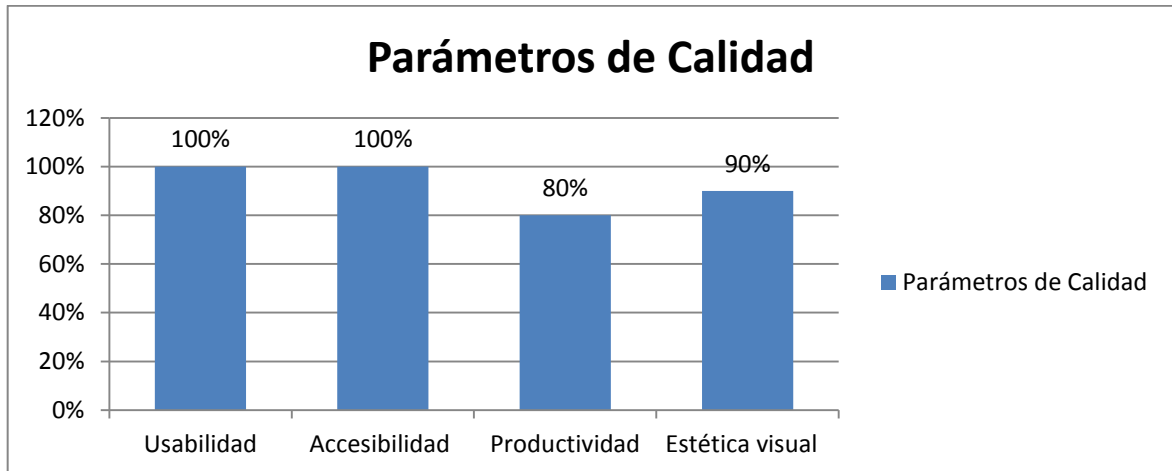
Los aspectos que se aplicaron para evaluar los parámetros de la calidad son: Usabilidad, Navegabilidad, Accesibilidad y Estética Visual aplicados en el Guía Multimedia.

TABLA.VI. XVII: RESULTADO DE EVALUACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE CALIDAD

	PARÁMETROS DE CALIDAD	PORCENTAJE
Utilidad	Usabilidad	100 %
Facilidad de uso	Accesibilidad	100%
Facilidad de navegar	Navegabilidad	80 %
Aprobación	Productividad	90 %
TOTAL		93 %

Fuente: Propia

Gráfico # 8



Fuente: Encuesta aplicada a 58 estudiantes del ITSR.

Realizado por: Lourdes Lema.

ANÁLISIS

En la evaluación de los parámetros de calidad aplicada una encuesta al público objetivo se obtuvo el 93% de aceptabilidad, ya que permitirá la mejorar la navegabilidad, usabilidad y accesibilidad del Guía Multimedia.

La aplicación de los parámetros de Calidad permitió diseñar un guía Multimedia que facilitó la interacción con el usuario disminuyendo tareas innecesarias, optimizando recursos visuales, a la guía multimedia proporcionándoles los siguientes atributos como son:

- **Legibilidad:** Proporciono facilidad a las estudiantes al leer, ver o escuchar los contenidos que aparecen en la pantalla.
- **Navegabilidad:** Las estudiantes se desplazaron fácilmente por la interfaz.
- **Accesibilidad.** Las páginas fueron accesibles sin importar la tecnología empleada por la estudiante (sistema operativo).
- **Reversibilidad.** Permitió la posibilidad de que la estudiante vuelva a la pantalla anterior.
- **Uso de los colores:** Se utilizó colores acordes al tema y a la estudiante.
- **Eficiencia de la estudiante:** La interfaz promovió que la estudiante sea eficiente.
- **Interactividad:** permitió la interacción entre la interfaz y la estudiante y el sistema
- **El diseño:** se elaboró de una forma simple y estética utilizando rasgos propios de las adolescentes

CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Mediante el análisis inicial sobre la producción de elementos multimedia referentes a educación sexual en el nivel secundario, se vio la necesidad de investigar acerca del tema y proponer parámetros de calidad para mejorar el aprendizaje y usabilidad.
- Con la intención de facilitar a las adolescentes el incremento de la información sobre educación sexual responsable se creó una guía Multimedia Educativa enfocada en la usabilidad, accesibilidad, navegabilidad y productividad.
- La utilización de parámetros de calidad en la creación del presente multimedia garantizó que el mismo cumpla con las expectativas de los usuarios finales y que pueda ser medida su usabilidad por parte de los expertos
- Se evaluó el conocimiento previo de las estudiantes y posteriormente se evaluó el conocimiento adquirido al utilizar la Guía Multimedia de Educación Sexual y con la aplicación de encuestas se constató el incremento de la comprensión acerca de la Educación Sexual, permitiendo concientizar a las estudiantes sobre una sexualidad responsable.
- La implementación de Parámetros de Calidad en la Guía Multimedia Educativa efectivo recursos visuales en donde apporto a un aprendizaje más sencillo y concreto

RECOMENDACIONES

- Es importante resaltar y profundizar el estudio del desarrollo de los Guías multimedia Educativas mediante la aplicación de parámetros de calidad, debido a que esto garantiza la correcta funcionalidad del mismo y ayuda a conseguir resultados satisfactorios de aprendizaje por parte de los usuarios.
- Es recomendable establecer medidas de aplicación del Guía Multimedia Educativa, teniendo en cuenta el equipo de cómputo y las aplicaciones para su ejecución para que sea efectiva.
- Motivar a los docentes del Instituto Superior Riobamba para que utilicen el Guía Multimedia como una herramienta de trabajo en Clases de Educación Sexual en las horas que propone el Departamento de Orientación Vocacional Estudiantil.
- Se recomienda la difusión del presente trabajo, para poder llegar a las y los adolescentes de las diferentes instituciones educativas de la ciudad de Riobamba con un medio interactivo y acorde a sus exigencias, que permita capacitar, informar y difundir los derechos y obligaciones que tiene la adolescentes al ejercer su sexualidad.

RESUMEN

Se diseñó e implementó una Guía Multimedia sobre educación Sexual utilizando Parámetros de Calidad, desarrollada en el primer año de bachillerato del Instituto Superior Riobamba en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, para incrementar el conocimiento acerca de las causas y efectos de una educación sexual responsable en el sector femenino.

Para el desarrollo de la investigación se partió de la información obtenida, mediante encuestas, fichas de observación a las estudiantes y docentes y se determinó la inexistencia de un guía multimedia utilizando Parámetros de Calidad.

Partiendo de este problema se desarrolló una Guía Multimedia aplicando una identidad corporativa, un video, cuatro audios, animaciones aplicadas en las imágenes y textos, utilizando contenidos cortos, concretos adaptados a un lenguaje que las adolescentes se identifican.

Como resultado se obtuvo una Guía Multimedia Educativa utilizando Parámetros de Calidad, que tuvo la aceptación un 90% en las estudiantes del I.T.S.R. y con un 95% de incremento del conocimiento, parámetros que ayudaran a las adolescentes a ejercer su sexualidad de forma responsable.

En conclusión se diseñó e implemento una Guía Multimedia enfocada en la usabilidad, navegabilidad, y accesibilidad en la formación educativa bajo parámetros de calidad.

Se recomienda la aplicación de la Guía Multimedia en Instituciones de educación Media en el sector Femenino.

SUMMARY

A Multimedia Guide about sexual education was designed and implemented by means of using quality parameters; the guide was developed in first year at Riobamba Higher Technological Institute in the city of Riobamba, Province of Chimborazo.

The purpose of this investigation is to increase knowledge concerning causes and effects of answerable sexual education in the female sector. For development research, it was necessary to start from information collecting conducted through surveys and students and teachers' observation forms which established that there was a lack of a multimedia guide that use quality parameters. Starting from this problem, a multimedia guide was developed by means of applying the following elements: a corporate identity, a video four audios, and a set of applied animations for images and texts; for this purpose, specific short content texts were used and adapted to adolescents' language through which the students identify.

As a result, an Educating Multimedia Guide was reached by utilizing quality parameters; this provided 90% of the students' acceptance at I.T.S.R. (Riobamba Higher Technological Institute) and 95% of increased knowledge. These parameters will help the adolescents conduct their sexuality in a responsible manner. As a way of conclusion, a multimedia guide was designed and implemented focusing on navigability and accessibility towards quality parameters of educative formation. Therefore, this multimedia guide is recommended, applying in high school, in the female sector.

GLOSARIO

Brief: Un documento, simplificado en lo más posible, que sirve como punto de partida y referencia, para iniciar el proceso creativo de una campaña de publicidad, porque en él se resume la información necesaria, para fijar las estrategias que permitirán conseguir un objetivo de publicidad planteado.

Brief del Cliente: El Brief del cliente es un documento confidencial y solo será visualizado, analizado y debatido entre la empresa cliente y la agencia publicitaria.

Cálculo de Muestra: Establecer una proporción de la Población

Iconico: Pertenece o relativo al icono (representación).

Iconografía: Descripción de imágenes, retratos, cuadros, estatuas o monumentos, y especialmente de los antiguos. Tratado descriptivo, o colección de imágenes o retratos.

Muestra.- La muestra es un subconjunto de la población.

Segmento de Mercado: Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

Población: Llamado también universo o colectivo, es el conjunto de todos los elementos que tienen una característica común.

BIBLIOGRAFÍA

- 1. CASTRO, A.,** Sistemas Multimedia: Análisis, Diseño Y Evaluación
Diseño Y Desarrollo Multimedia: Sistemas, Imagen, Sonido Y
Vídeo., México D.F – México., RAMA., 2009., pp.12-20.
- 2. CUEVA, L.,** “Calidad de Software”. Editado por departamento de
Informática - Universidad de Oviedo., Barcelona – España., s. ed.,
2008., pp. 13-40.
- 3. GÓMEZ, M., LEÓN, A.,** Parámetros de Calidad., 2a. ed., Guadalajara
México., s. ed., 2009., pp. 42-45.
- 4. SANDOVAL, M.,** Diseño Gráfico Básico., Riobamba- Ecuador.,
s. ed., 2007., pp. 1-48.
- 5. ECUADOR, INSTITUTO SUPERIOR RIOBAMBA.,** Reseña Histórica.,
Riobamba – Ecuador., Vicerrectorado Académico I. T.S.R., s.ed., 1990., pp.25-29.

BIBLIOGRAFÍA DE INTERNET

6. ASERTIVIDAD EN ADOLESCENTES, A/A

<http://www.fundacite-merida.gob.ve/portalcc/salud/asertividad.html>

2012-05-18.

7. COLORES LLAMATIVOS PARA ADOLESCENTES

<http://artgraphicsrevistadigital.blogspot.com>

2012-06-017.

8. DESARROLLO MULTIMEDIA.

<http://www.ligaturesoft.com/spanish/multimedia/proceso>

2012-06-14.

9. DISEÑO GRÁFICO

[html://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.](html://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios)

2012-06-09.

10. DISEÑO MUTIMEDIA

<http://cesarerazodmdigep.blogspot.com/2008/07/definicin.html>

2012-07-09.

11. ELEMENTOS MULTIMEDIA

<http://www.mariapinto.es/alfamedia/cultura/elementos.htm>

2012-06-25.

12. ENSAYOS SOBRE EDUCACIÓN SEXUAL Y REPRODUCTIVA PARA ADOLESCENTES.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Proyecto-De-EducacionSexual>.

2012-05-18.

13. FORMAS ORGÁNICAS Y ABASTRACTAS.

<http://recursostic.educacion.es/artes/plastic/web/cms/index>.

2012-06-14.

14. FUNDAMENTOS DE DISEÑO, PSICOLOGÍA DEL COLOR.

<http://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm>

2012-06-03.

15. FUNDAMENTOS DE DISEÑO, TEORÍA DEL COLOR.

<http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

2012-06-09.

17. MANUAL DE ADOLESCENCIA Y SOCIEDAD.

<http://apuntes.rincondelvago.com/adolescencia-y-sociedad.html>

2012-03-16.

**16. MONOGRAFÍA DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTOS AFECTIVOS
ENTRE ADOLESCENTES.**

http://www.umm.edu/esp_ency/article/001950.htm

2009-03-19.

17. SEXUALIDAD EN LA ADOLESCENCIA.

<http://html.rincondelvago.com/adolescencia-y-sociedad.html>

2012-06-05.

18. TIPOGRAFÍA Y SU CLASIFICACIÓN.

<http://www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm>

2012-06-26.

ANEXOS

ANEXO N° 1

MODELO ENCUESTA:



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMATICA Y ELECTRÓNICA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

CUESTIONARIO

Qué actividades hacer usted con más frecuencia?

Qué deporte practica con más frecuencia?

Qué intereses usted tiene en este tiempo?

Cuántos miembros existe en su familia?

Cuál es el trabajo de sus Padres?

De quién depende económicamente?

Sus Ingresos Económicos semanales están entre:

- 1 a 5 Dólares Semanales.
- 5 a 10 Dólares Semanales.
- 10 a 15 Dólares Semanales.

Su dinero de qué manera lo invierte:

- Moda
- Música
- Deporte
- Entretenimiento

Otros: _____

RESULTADOS DEL ANEXO 1

La encuesta fue aplicada a un focus group de 30 personas al Instituto Superior Riobamba.

El objetivo de la Encuesta es para determinar las actividades, estilo de vida, intereses y e nivel adquisitivo que tiene nuestro público objetivo.

SEGMENTACIÓN DEMOGRAFICA

GÉNERO: Mujeres

EDAD: 15 a 16 años

ETNIA: Por auto denominación es Mestiza }

TENDENCIA ECONOMICA:

CLASE SOCIAL: **MEDIA**; porque dependen directamente de sus padres.

La ocupación de sus padres son profesores, agricultores, comerciantes.

El promedio de miembros en la familia es de 5 personas.

Su nivel adquisitivo del público objetivo (adolescentes) es un promedio esta entre los 5 a 10 dólares semanales.

Género: nos dirigimos al segmento mujeres, porque nuestro producto está relacionado con la búsqueda de información, esto es espe este segmento y por ende de este género.

Edad: para la edad a la que nuestro producto va a estar dirigido es de 15 a 16 años, por ser una edad en la que nuestro target tiene un 64% de incremento de Embarazos no deseados y /o planificados

Clase Social: para nuestro producto nos orientamos a la clase media, porque en esta clase las personas dependen económicamente de los padres para cubrir sus necesidades, también es por el acceso que tienen a una educación secundaria.

Ocupación: nuestro target son estudiantes, cuyo ritmo de vida es muy activo y están en constante relación inter personal.

Estado Civil: nos vamos a enfocar en mujeres adolescentes solteras.

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Actividad: Las actividades que hacen comúnmente es Estudiar y relaciones interpersonales.

Interés: Les gusta estar a la moda, divertirse entre amigas.

Opinión: Les gusta Salir a Bailar en grupos de amigas o con su pareja.

Actividad: Nuestro target basa actividades de estudio, deporte ya que sus necesidades son de carácter social.

Interés: Nuestro target prioriza sus intereses en la moda y entretenimiento, porque ya que son adolescentes estudiantes sus gastos están orientados a verse y sentirse bien en cuanto a sus relaciones interpersonales, puesto que buscan su propia identidad.

Opiniones: Para nuestro target sus opiniones y temas de conversación están centrados en la diversión, como ir de compras, y mantener su buena imagen.

SEGMENTACIÓN PSICOLÓGICA

Motivación: satisfacer la necesidad social (mejorar la relaciones interpersonales entre amigas y amigos)

Personalidad: mujeres con personalidad alegre

Autoestima: baja, alta, muy seguras de sí mismas.

Motivación: La principal motivación de nuestro target es el de alcanzar sus metas. Por ende su motivación va siendo muy positiva manteniendo así buenas relaciones interpersonales y con nuestro producto las va a mejorar.

Personalidad: En nuestro target se presenta una personalidad complaciente, alegre, y nuestro producto fue hecho para satisfacer sus necesidades ya que no les gusta leer mucho, sino la interacción que permita tener un aprendizaje más dinámico

PROCESO INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. Alcance: Matriz Segmentación Demográfica
2. Trabajo: Investigación del Público Objetivo
3. Área Geográfica: Riobamba

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Género: Mujeres

Edad: 15 a 16 años

Clase Social: media

Etnia: Mestiza

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Actividad: Estudio

Interés: Diversión

Opinión: Diversión

TAMAÑO

Población total de estudiantes: 413 estudiantes

Población del Primer Año de Bachillerato Unificado del ITR, es de 413 estudiantes

Fuente: Secretaria del Instituto Superior Riobamba.

CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la elaboración del muestreo, se tiene en cuenta el número de las estudiantes que integran el Primer Año de Bachillerato unificado en el Instituto Superior Riobamba, con una edad comprendida entre 15 y 16 años que es de 413 estudiantes.

SIGNIFICADO DE LA SIMBOLOGÍA

n : es el tamaño de la muestra;

Z: es el nivel de confianza;

p: es la variabilidad positiva;

q: es la variabilidad negativa;

N: es el tamaño de la población;

E: es la precisión o el error.

Para la obtención de la muestra se aplica los siguientes valores:

P=0,5

1-p= 0,5

Nc= 90%

E= 10 %

Z= 1,65

N= 413

FÓRMULA APLICADA:

$$n: \frac{P(1 - P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

$$n: \frac{0,5 (0,5)}{\frac{0,0100}{2,7225} + \frac{0,25}{413}}$$

$$n: \frac{0,25}{0,00367309 + 0,00060533}$$

$$n: 0,25/0,004278$$

$$n= 58$$

TOTAL: 58 personas

ANEXO N° 3



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

OBJETIVO: Realizar un estudio sobre la Educación Sexual en el Instituto Superior Riobamba

Edad:

CUESTIONARIO

1. Qué significa para ti la Sexualidad?

2. Tienen asignatura de Educación Sexual y Reproductiva y que conceptos les proporcionan?

3. Qué significa para ti un embarazo?

4. Conoces planes, Proyectos para la Prevención de embarazos en Adolescentes?

5. Qué propones para evitar un embarazos no planificado y/o deseado?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> No tener relaciones Sexuales | <input type="checkbox"/> Utilizar Métodos Anticonceptivos. |
| <input type="checkbox"/> Planificación Familiar | <input type="checkbox"/> Aborto |
| <input type="checkbox"/> Abstinencia | <input type="checkbox"/> Otros..... |

6. Señala métodos anticonceptivos que conoces y cuales as utilizado?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Píldoras | <input type="checkbox"/> Condón Masculino y Femenino |
| <input type="checkbox"/> Métodos Hormonales | <input type="checkbox"/> Aborto |
| <input type="checkbox"/> Abstinencia | <input type="checkbox"/> Implantes. |

7. Cual as utilizado?.....

8. Qué son Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos?

9. Como te gustaría que te informen acerca de Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos?

- Talleres
- Cines Foros
- Materiales Educativos (Mensajes)
- Guía multimedia (Interactivo)
- Otros.....

10. Qué opinas sobre el Aborto?

11. De que te gustaría que te hablen en clases de Educación Sexual y reproductiva!!!

12. Señale los atributos que usted considera importantes en un Guía Multimedia en Educación Sexual y reproductiva

Atributos	Sin Importancia	No muy importante	Algo Importante	Muy importante	Extremadamente importante
Información Oportuna y veras	1	2	3	4	5
Educación Sexual libre de mitos	1	2	3	4	5
Acceso rápido a las necesidades de la alumna	1	2	3	4	5
Creativo	1	2	3	4	5
Simple de manejar	1	2	4	4	5

RESULTADOS DEL ANEXO N° 3

1. Qué significa para ti la Sexualidad?

Relaciones sexuales
Contacto con el enamorado

2. Tienen asignatura de Educación Sexual y Reproductiva y que conceptos les proporcionan?

Orientación Vocacional una vez a la semana pero tratan temas de utilización de métodos anticonceptivos.

3. Qué significa para ti un embarazo?

Dejar de estudiar
Destruir los proyectos de Vida.
Discriminada por estar embarazada

4. Conoces planes, Proyectos para la Prevención de embarazos en Adolescentes?

Todas responden No

5. Qué propones para evitar un embarazos no planificado y/o deseado?

No tener relaciones Sexuales (12%)	Utilizar Métodos Anticonceptivos. (15%)
Planificación Familiar (12%)	Aborto (3%)
Abstinencia (4%)	Otros (0%)

6. Señala métodos anticonceptivos que conoces?

Píldoras	Condón Masculino y Femenino
Métodos Hormonales	Aborto
Abstinencia	Implantes.

7. UTILIZADO.

Condón, (10%)
Implantes, (6%)
Píldoras Anticonceptivas de Emergencia (23%)

8. Qué son Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos?

No saben.

9. Como te gustaría que te informen acerca de Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos?

- Talleres (x)
- Cines Foros ()
- Materiales Educativos (material Impreso) (x)
- Guía multimedia (Interactivo) (x)

10. Qué opinas sobre el Aborto?

Un asesinato

11. De que te gustaría que te hablen en clases de Educación Sexual y reproductiva!!!

- Derechos Sexuales y reproductivos
- Abstinencia.
- Embarazos no planificados y/o deseados

12. ATRIBUTOS BUSCADOS

Atributos	Sin Importancia	No muy importante	Algo Importante	Muy importante	Extrem. importante
Información Oportuna y veras	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Educación Sexual libre de mitos	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Acceso rápido a las necesidades de la alumna	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
Creativo	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Simple de manejar	1	2	4	<input checked="" type="checkbox"/>	5



ANEXO N° 4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

OBJETIVO: Seleccionar el Identificador Visual del Guía Multimedia Educativo.
INDICACIONES: Describa las imágenes que significa para usted y cual le agrado más y por qué?

Diseño N°1



Diseño N°2



Diseño N°3



ANEXO N°5

MODELO DE ENCUESTA PARA EVALUAR LA HIPÓTESIS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

OBJETIVO: *Evaluar los conocimientos adquiridos después de la aplicación del Guía Multimedia.*

CUESTIONARIO

1. Marque según su criterio con una (x) los siguientes enunciados

A. La sexualidad es:

- La interrelación entre los demás sin distinción de edad, género, sexo y clase social. ()
- Son relaciones sexuales con la pareja independiente del coito y la reproducción. ()
- Es la condición biológica que nacen las personas siendo hombres y mujeres. ()
- Es la interacción con otras personas que no tienen que ver con el cuidado del cuerpo. ()

B. La asertividad es:

- Ser asertivo es decir lo que pienso o siento o necesito, sin importarme lo que el otro piense o sienta. ()
- Ser asertiva es tomar decisiones en mi vida que afecten positivamente sin dañar la integridad de otras personas ()
- Ser asertiva es siempre decir “NO”, independientemente cual sea la propuesta. ()
- Ser asertiva es siempre decir “SI”, independientemente cual sea la propuesta. ()

2. Citar 3 Derechos Humanos y 3 Derechos Sexuales.

.....
.....

3. Qué propones para evitar un embarazos no planificado y no deseado?

- Abstinencia Utilizar Métodos Anticonceptivos.
- Planificación Familiar Otros.....

4. Señala métodos anticonceptivos que conoces?

- Píldoras Condón Masculino y Femenino.
- Métodos Hormonales. Abstinencia.
- Implantes.

5. De los anteriores enunciados indique qué método ha utilizado?

.....

6. Para ti que significa un embarazo en Adolescente?

.....

ANEXO N° 6



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO


OBJETIVO: *Evaluar los Parámetros de Usabilidad (Utilidad, Navegabilidad, Accesibilidad, Apreciación)*

Instrucción: Marque con una (X) los siguientes enunciados, proporcionando un valor del 1 a 5; siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta.

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
Puede ver los botones de navegación que se distingue fácilmente en cada pagina					
Existen elementos dentro de las páginas, que le permitan saber exactamente dónde se encuentra dentro del sitio Guía Multimedia.					
Tras una primera mirada, le queda claro cuál es el objetivo del Guía Multimedia					
Cree que los contenidos que se ofrecen en este Guía Multimedia son de utilidad para su vida personal.					
El video del inicio le ayudo a entender más claramente de que se trata el Guía Multimedia.					
Usted se relaciona con los colores predominantes en el Guía Multimedia.					
Distingue alguna imagen que represente (logotipo) el Guía Multimedia.					
Al ver la portada del Guía Multimedia, pudo distinguir cuál era el contenido más relevante que se ofrecía.					
La información utilizada en los contenidos son suficientemente descriptivos y de fácil entendimiento.					
Le pareció adecuada la forma en que se muestran las imágenes en el Guía Multimedia					
Las imágenes son adecuadas para representar el contenido del que trata.					
Considera que gráficamente las páginas del Guía Multimedia son simples o agradables.					
Existe una correcta combinación de colores y se evitan los fondos complicados para la lectura					

ANEXO N° 7

DATOS TOMADOS DEL CENSO DEL AÑO 2010.



www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com

Características de las madres en el Ecuador

ECUADOR CUENTA CON EL INEC

Antecedentes

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presenta un perfil de las madres en Ecuador, con una serie de datos de varias fuentes información de nuestros estudios como Censo de Población y Vivienda, Encuesta Nacional de Relaciones Familiares.

Más información la puede encontrar en: www.inec.gob.ec
Pedidos: inec@inec.gob.ec

Ficha Técnica

Madres

- Mujeres de 12 años y más que tuvieron al menos 1 hijo/a nacido vivo/a, al momento de la investigación.

Fuentes de información

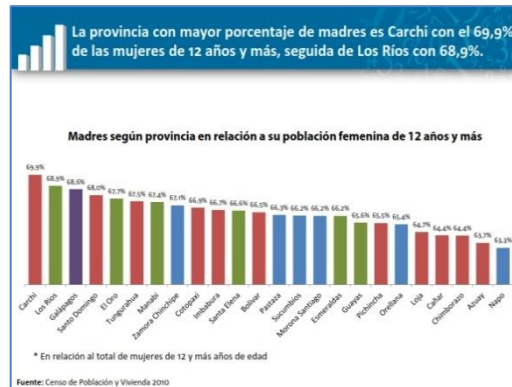
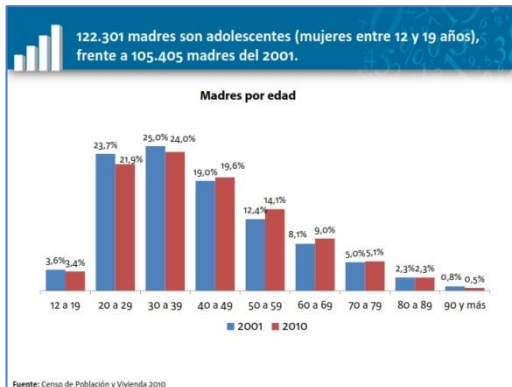
- Censo de Población 1990, 2001, 2010
- Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las mujeres 2011



www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com

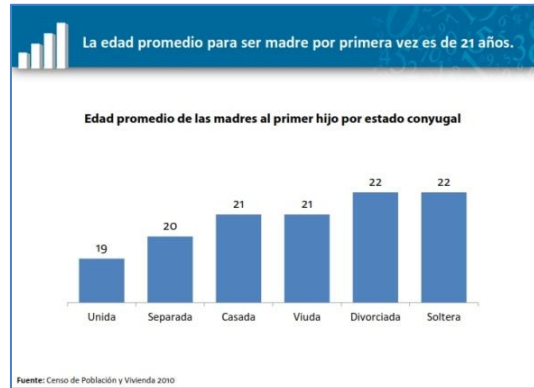
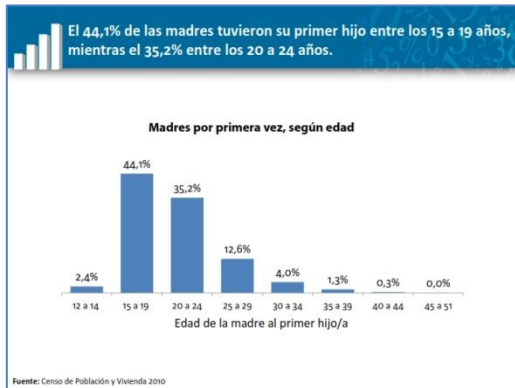
Perfil de las madres en Ecuador

ECUADOR CUENTA CON EL INEC



ANEXO N° 7

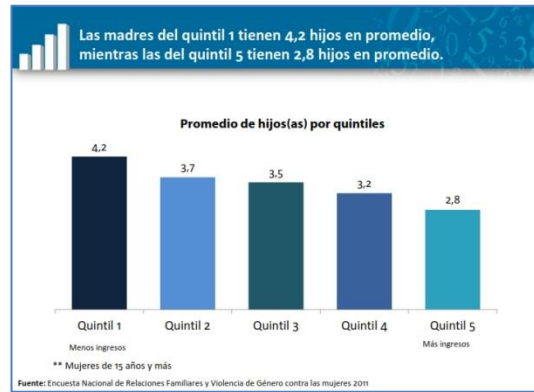
DATOS TOMADOS DEL CENSO DEL AÑO 2010. (MADRES DEL ECUADOR).



INEC
Instituto Nacional de Estadística y Censos
www.inec.gov.ec
www.ecuadorencifras.com

Características económicas de las madres

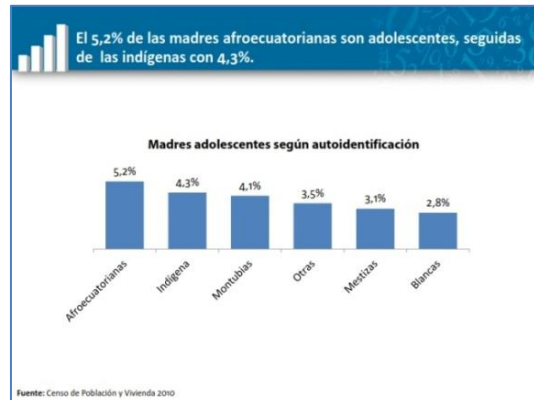
Ecuador cuenta con el INEC



INEC
Instituto Nacional de Estadística y Censos
www.inec.gov.ec
www.ecuadorencifras.com

Madres Adolescentes

Ecuador cuenta con el INEC



ANEXO N° 8

DATOS PROPORCIONADOS DE LA DIRECCIÓN DE SALUD DE CHIMBORAZO POR EL DOCTOR PABLO ALARCÓN, ENCARGADO DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR – PREVENCIÓN DE EMBARAZO EN ADOLESCENTES. (2012)



ANEXO N° 8

DATOS PROPORCIONADOS DE LA DIRECCIÓN DE SALUD DE CHIMBORAZO POR EL DOCTOR PABLO ALARCÓN, ENCARGADO DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR – PREVENCIÓN DE EMBARAZO EN ADOLESCENTES. (2012)

