



FACULTAD DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA LOS CONFERENCISTAS QUE IMPARTEN EL
CURSO DE LIDERAZGO TITULADO CONOCIMIENTO BÁSICO DE LA PALABRA
DE DIOS. MISIÓN

CRISTIANA CAMINO Y VERDAD. VILLA NUEVA, GUATEMALA 2017.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Suhelem Pamela Martínez García

12003547

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Índice

- Portada.
- i. Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante)
- ii. Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto
- iii. Carta de información de examen privado
- iv. Carta de corrector de estilo
- v. Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante)
- vi. Autoridades de la Universidad.
- vii. Resumen o sinopsis.
- viii. Hoja de autoría.

Capítulo I.

- 1.1 Introducción.....Pág. 1

Capítulo II: Problemática

- 2.1 Contexto.....Pág. 2
- 2.2 Requerimiento de Comunicación.....Pág. 2
- 2.3 Justificación.....Pág. 3
 - 2.3.1 Magnitud.....Pág. 3
 - 2.3.1.1 Gráfica de la Magnitud.....Pág. 4
 - 2.3.2 Vulnerabilidad.....Pág. 5
 - 2.3.3 Trascendencia.....Pág. 5
 - 2.3.4 Factibilidad.....Pág. 5
 - 2.3.4.1 Recursos Humanos.....Pág. 5

2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	Pág. 5
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	Pág. 6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	Pág. 6

Capítulo III. Objetivos de diseño

3.1 Obejtivo general.....	Pág. 7
3.2 Objetivos específicos.....	Pág. 7

Capítulo IV. Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	Pág. 8
--	--------

Capítulo V. Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	Pág. 14
5.2. Perfil demográfico.....	Pág. 14
5.3 Perfil Psicográfico.....	Pág. 15
5.4 Perfil Conductual.....	Pág. 16

Capítulo VI. Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	Pág. 17
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	Pág. 22
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	Pág. 30

Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	Pág. 45
7.2 Conceptualización.....	Pág. 46
7.2.1 Método.....	Pág. 46
7.3 Bocetaje.....	Pág. 50
7.4 Digitalización.....	Pág. 60
7.4.1 Hojas Capitulares.....	Pág. 62
7.4.2 Hojas de Contenido.....	Pág. 65

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y Muestreo.....	Pág. 73
8.2 Método e Instrumento.....	Pág. 73
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	Pág. 76
8.4 Cambios en base a los resultados.....	Pág. 82

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....Pág. 83

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de Costos de elaboración.....	Pág. 94
10.2 Plan de Costos de Producción.....	Pág. 94
10.3 Plan de Costos de Reproducción.....	Pág. 94
10.4 Margen de Utilidad.....	Pág. 95
10.5 Cuadro con Resumen General de Costos.....	Pág. 95

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....Pág. 96

11.2 Recomendaciones.....Pág. 96

Capítulo XII: Conocimiento general.....Pág. 97

Capítulo XIII: Referencias.....Pág. 98

Capítulo XIV: Anexos.....Pág. 101

Guatemala 28 de abril de 2016

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

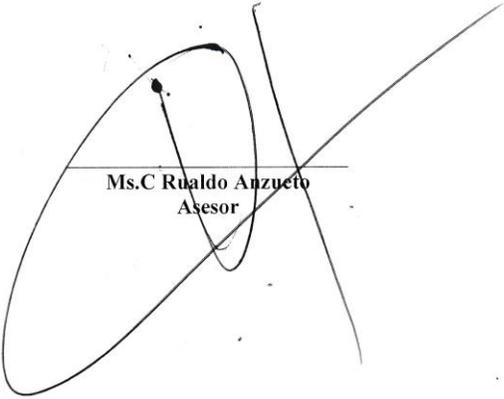
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA LOS CONFERENCISTAS QUE IMPARTEN EL CURSO DE LIDERAZGO TITULADO CONOCIMIENTO BÁSICO DE LA PALABRA DE DIOS. MISIÓN CRISTIANA CAMINO Y VERDAD. VILLA NUEVA, GUATEMALA 2017. Así mismo solicito que el Ms.C Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Suhelem Pamela Martínez García
12003547



Ms.C Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 04 de mayo de 2016

**Señorita:
Suhelem Pamela Martínez García
Presente**

Estimada Señorita Martínez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA LOS CONFERENCISTAS QUE IMPARTEN EL CURSO DE LIDERAZGO TITULADO CONOCIMIENTO BÁSICO DE LA PALABRA DE DIOS. MISIÓN CRISTIANA CAMINO Y VERDAD. VILLA NUEVA, GUATEMALA 2017.** Así mismo, se aprueba al Ms.C Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de marzo de 2017

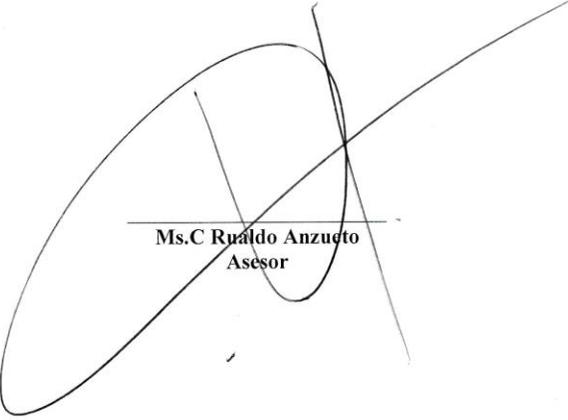
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA LOS CONFERENCISTAS QUE IMPARTEN EL CURSO DE LIDERAZGO TITULADO CONOCIMIENTO BÁSICO DE LA PALABRA DE DIOS. MISIÓN CRISTIANA CAMINO Y VERDAD. VILLA NUEVA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Suhelem Pamela Martínez García, con número de carné: 12003547, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms. C Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 29 de marzo de 2017

Señorita
Suhelem Pamela Martínez García
Presente

Estimada Señorita Martínez:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 8 de junio de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la Tesis: ***DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA LOS CONFERENCISTAS QUE IMPARTEN EL CURSO DE LIDERAZGO TITULADO CONOCIMIENTO BÁSICO DE LA PALABRA DE DIOS. MISIÓN CRISTIANA CAMINO Y VERDAD. VILLA NUEVA, GUATEMALA 2017***, de la estudiante Suhelem Pamela Martínez García, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de junio de 2017

Señorita:
Suhelem Pamela Martínez García
Presente

Estimada Señorita Martínez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA LOS CONFERENCISTAS QUE IMPARTEN EL CURSO DE LIDERAZGO TITULADO CONOCIMIENTO BÁSICO DE LA PALABRA DE DIOS. MISIÓN CRISTIANA CAMINO Y VERDAD. VILLA NUEVA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Suhelem Pamela Martínez García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, 2016

Autoridades

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora general:

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo:

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General:

Lic. Jorge Retolaza

Decano Facultad Ciencias de la comunicación:

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano Facultad Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto M.s.C

viii. Resumen.

Los conferencistas que imparten el curso de liderazgo en la Misión Cristiana Camino y Verdad “El Amor más Grande”, no contaba con una guía impresa para dar a conocer los temas que deben ser impartidos. Por lo tanto, se consideró necesaria la intervención del diseñador/comunicador para proveerles el material necesario dentro de la Entidad.

Por este motivo se planteó el siguiente objetivo general: Diseño de guía impresa a los conferencistas que imparten el curso de liderazgo “Conocimiento Básico de la Palabra de Dios. Misión Cristiana Camino y Verdad.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará un enfoque cuanti y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la escala Likert, aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de importancia de implementar la guía.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socioeconómico C- y D quienes poseen educación pre-primaria y primaria completa y media completa, y comprenden hombres y mujeres entre los 20 y 65 años de edad. Se validó también con el cliente, con expertos relacionados con el tema de diseño gráfico.

El Principal hallazgo, entre otros, es que el 90% del grupo objetivo encontró importante implementar una guía en la institución que permitiera que los conferencistas dentro de la Misión Cristiana Camino y Verdad impartan el curso.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Capítulo I. Introducción

El presente proyecto tiene como fin responder a una necesidad de comunicación y diseño para la Misión Cristiana Camino y Verdad “El Amor más Grande” en donde se imparte el curso de liderazgo titulado “Conocimiento Básico de la Palabra de Dios”.

La Misión Cristiana Camino y Verdad ha decidido implementar una guía que les ayude a los conferencistas a impartir dicho curso, ya que no cuenta con una, por lo que se debe implementar una guía que exprese modernidad en su tipografía, color y estructura.

Para la elaboración de este proyecto, se realiza una investigación científica que permite la recopilación de conceptos que contribuyen en el proceso del desarrollo creativo de conceptualización y bocetaje para llegar a la propuesta preliminar. Después, se procede a la validación de la propuesta por medio de la herramienta de encuesta al cliente, grupo objetivo y experto (licenciados especialistas en diseño y diagramación), para determinar la calidad de la propuesta preliminar y en base a estos datos realizar un análisis estadístico para definir si se requieren cambios en la propuesta.

En conclusión, se diseñó la guía completa con imagen moderna y tipografía actualizada para facilitar su lectura y comprensión para el uso de los conferencistas.

CAPÍTULO II. PROBLEMÁTICA

Capítulo II. Problemática

Durante la observación realizada dentro de la Misión Cristiana Camino y Verdad “El Amor más Grande” en el área de Liderazgo, se determinó que los conferencistas no cuentan con una guía impresa para enseñar el curso de liderazgo Conocimiento Básico de la Palabra de Dios impartido en la Misión, para que el curso se dirija correctamente.

2.1 Contexto.

Luego de la investigación realizada dentro de la entidad, se concluyó que los conferencistas no cuentan con una guía impresa que les permita enseñar con facilidad, lo que ha interferido a encontrar la dirección correcta que el curso debe llevar y provoca inestabilidad de contenido.

En el área de liderazgo de la Misión no se cuenta con materiales de apoyo para que los conferencistas enseñen con facilidad los cursos y les brinde acceso fácil de los temas a impartir y así continuar con la dirección requerida por las autoridades de la Misión. Al observar esta necesidad, se considera imperativa la creación de una guía impresa que ayude a los conferencistas a conocer los temas a impartir y facilite así su enseñanza y el aprendizaje del estudiante.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.

Los conferencistas que imparten el curso de liderazgo en la Misión Cristiana Camino y Verdad “El Amor más Grande” no cuenta con una guía impresa para dar a conocer los temas que deben ser impartidos, por lo tanto, se considera necesaria la intervención del diseñador/comunicador para proveerles el material necesario dentro de la Entidad.

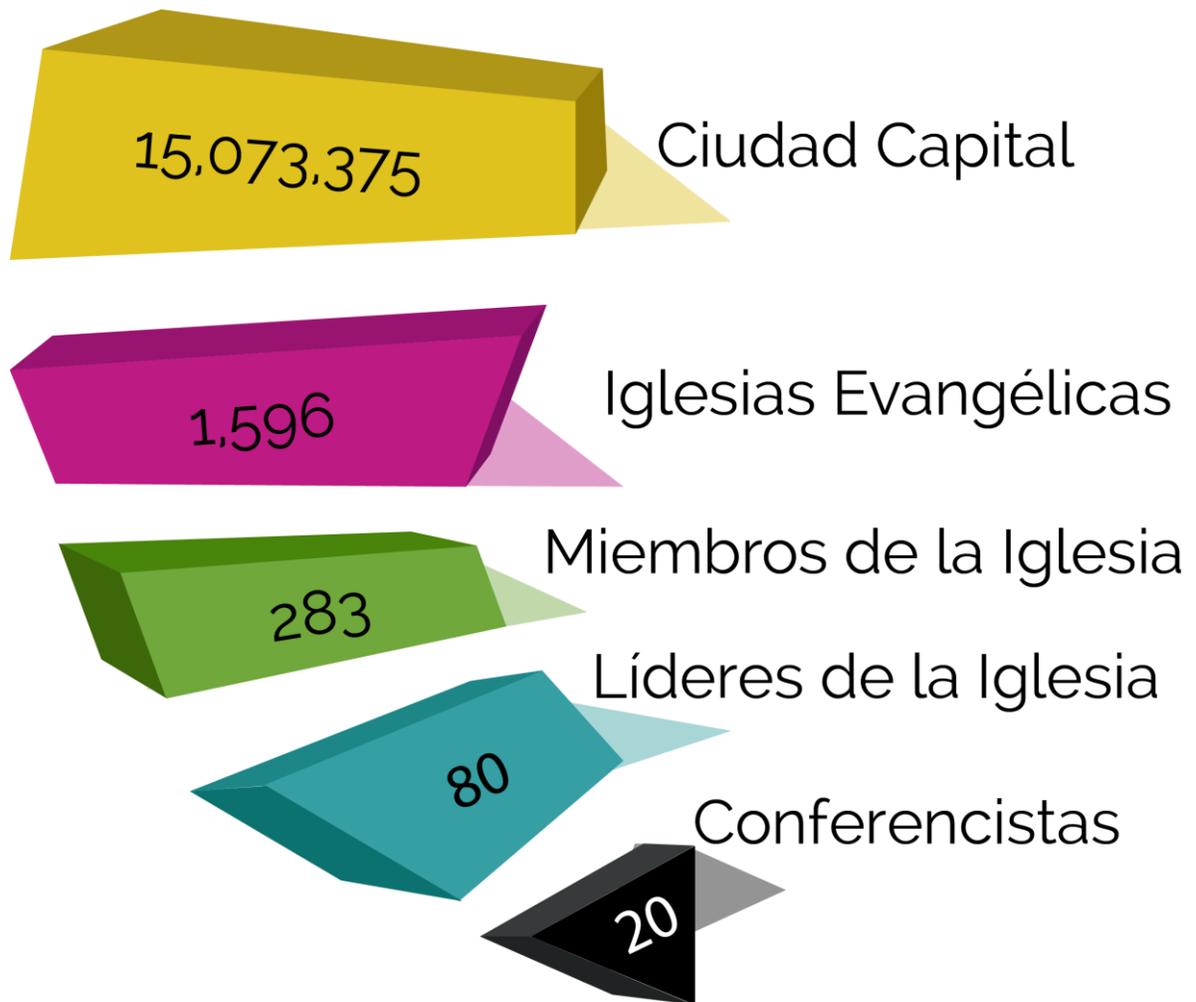
2.3 Justificación.

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad, las que se explican a continuación.

2.3.1 Magnitud.

Según el Instituto Nacional de Estadística INE, la población guatemalteca asciende a quince millones setenta y tres mil trescientos setenta y cinco habitantes (15,073,375). Dentro de la ciudad de Guatemala, la población asciende a cuatro millones doscientos sesenta y siete mil setecientos cincuenta y seis habitantes (4,267,756). Según la Alianza Evangélica de Guatemala, existen alrededor de mil quinientos noventa y seis (1,596) iglesias registradas. La Misión Cristiana Camino y Verdad cuenta con trescientos miembros activos (300) de los que ochenta (80) forman parte del grupo de líderes y veinte (20) los conferencistas que imparten el curso.

2.3.1.1 Gráfica de la Magnitud



2.3.2 Vulnerabilidad.

Una guía es fundamental para enseñar cualquier curso educativo y ayuda a despertar interés y seguridad en los estudiantes para permanecer constantes.

Si la iglesia cuenta con una guía, sería desaprovechar la oportunidad de contribuir en el crecimiento espiritual e intelectual de la congregación, asimismo, el crecimiento en miembros.

2.3.3 Trascendencia.

En general, las comunidades evangélicas poseen materiales impresos que utilizan dentro de sus diferentes cursos y al ser instituciones no tan generalizadas y con un grupo de personas específico, se facilita la creación de materiales de uso interno, lo que conlleva a la Misión Cristiana Camino y Verdad a adoptar estos beneficios.

Contar con una guía impresa permitirá facilitar la información a los conferencistas y ayudará a mejorar la comunicación interna de la institución y ayudar al crecimiento espiritual e intelectual de la congregación, asimismo, el crecimiento en miembros. Es una herramienta que no requiere mucha inversión financiera.

2.3.4 Factibilidad.

El desarrollo de la guía impresa para la Misión Cristiana Camino y Verdad es factible, pues cuenta con los siguientes recursos que lo hacen posible:

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Misión cuenta con el apoyo del Pastor General Otto Martínez, quien posee el conocimiento de la información y desarrollo de la iglesia, y fue el precursor de la realización de este proyecto y se pueda llevar a cabo eficientemente.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La organización cuenta con el personal adecuado y necesario para brindar la información interna necesaria para facilitar la comunicación en torno al proyecto y desarrollar una guía a satisfacción del cliente.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con las herramientas necesarias para el desarrollo, diseño e impresión de la guía que se requiere como computador adecuado para el diseño de la guía y softwares necesarios como: Ilustrador CC, Photoshop CC e InDesign CC.

CAPÍTULO III. OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III. Objetivos de diseño.

3.1 Objetivo general.

Diseñar una guía impresa para los conferencistas que imparten el curso de liderazgo titulado Conocimiento Básico de la Palabra de Dios, impartido en la Misión Cristiana Camino y Verdad. Villa Nueva, Guatemala 2017.

3.2 Objetivos específicos.

3.2. Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias del diseño relacionados con el diseño editorial a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta de la guía que será utilizada por los conferencistas.

3.2.2 Recopilar información acerca del diseño editorial y todo lo relacionado a colores y tipografía para sustentar la realización de este proyecto.

3.2.3 Diagramar el contenido para establecer la posición correcta de cada uno de los temas dentro de la guía y sea entendible.

3.2.4 Realizar una versión digital de la guía para enseñar el curso de liderazgo Conocimiento Básico de la Palabra de Dios a los conferencistas, impartido en la Misión Cristiana Camino y Verdad.

CAPÍTULO IV. MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV. Marco de referencia.

4.1 Información general del Cliente.

- Nombre: Misión Cristiana Camino y Verdad “El Amor más Grande”
- Ubicación:
- Contacto personal: Pastor Otto Martinez.
- Celular: 56838578

4.2 Antecedentes.

La iglesia inició con la conversión de nuestro pastor Otto Martínez a la edad de 15 años en la Iglesia central Camino y Verdad, casi inmediatamente él fue llamado a trabajar en diferentes áreas de la iglesia hasta ser llamado por una palabra profética para fundar una iglesia, sin saber en qué área territorial sería. Años más tarde, una familia en Villa Lobos 1 solicitó servicios familiares los días viernes siendo el encargado el pastor Otto Martínez iniciando así, una pequeña congregación con aproximadamente 10 niños que fue creciendo hasta llegar a alquilar un local pequeño donde se le puso por primera vez nombre a la iglesia. Dios fue agregando personas y familias a través de los años hasta llegar a adquirir el terreno en donde hoy se encuentra ubicada nuestra iglesia, siendo hoy aproximadamente de 200 miembros entre varones, mujeres, jóvenes y niños.

4.2.1 Oportunidad Identificada.

A falta de estabilidad de contenido en el curso de liderazgo impartido en la congregación y el crecimiento de miembros interesados en recibirlo, se vio la necesidad de diseñar una guía para facilitar el desarrollo del curso.

4.3 Misión.

Compartir el evangelio de la manera más práctica y sencilla, de tal manera que sea entendible para toda persona con fundamento en las Sagradas Escrituras.

4.4 Visión.

Ir y hacer discípulos, como Jesús mandó para que conozcan el verdadero camino, basado en el amor de Dios y no en dogmas humanos.

4.5 Delimitación Geográfica.

Colonia Villa Lobos I, zona 12 de Villa Nueva, Guatemala.

4.6 Grupo Objetivo.

La aplicación de la guía impresa está dirigida a los líderes, conferencistas, ancianos y pastores de la congregación Misión Cristiana Camino y Verdad, con un nivel socioeconómico C- y D, con edades comprendidas entre los 20 y 65 años quienes utilizan la guía.

4.7 Principal beneficio al grupo objetivo.

Su creación facilitará la obtención de los temas y a enseñar correctamente el curso de liderazgo impartido en la Misión.

4.8 Competencia.

Dentro del perímetro de Villa Lobos hay gran cantidad de Iglesias Cristiana Evangélicas y católicas, dentro de la que podemos mencionar:

- Asamblea Lirios de Saron (competencia directa)
- Asamblea Torre Fuerte.
- Iglesia Evangélica Eben-ezer.

4.9 Posicionamiento.

La Misión Cristiana Camino y Verdad posee sedes a nivel nacional y ha crecido en número de miembros desde su fundación.

4.10 Factores de diferenciación.

La iglesia cristiana Camino y Verdad como factor, para honra y gloria de Dios, desde un principio no ha contado con apoyo económico de ninguna índole externa a nuestra congregación. Al día de hoy tiene grupos de células familiares, grupos de visitación, reuniones juveniles, tres servicios a la semana, un academia de música, realización de campamentos juveniles, campamentos de niños, campamentos de damas, escuelitas bíblicas de vacaciones, todas estas actividades, sufragados los gastos, por los miembros de nuestra iglesia aún perteneciendo a un sector de nuestra población marginal.

4.11 Objetivo de mercadeo.

Lograr posicionamiento y mejorar el conocimiento de los líderes internos de la congregación para que puedan obtener mayor conocimiento y crecer espiritualmente.

4.12 Objetivo de comunicación.

Aumentar la comunicación interna en la congregación entre los líderes y los miembros para que los cursos sean impartidos con facilidad y evitar inestabilidad de contenido.

4.13 Mensajes claves a comunicar.

Comunicación, conocimiento, unidad y crecimiento espiritual.

4.14 Estrategia de comunicación.

Ser una iglesia que comunica fácilmente a sus miembros y líderes.

4.15 Reto del diseño y trascendencia.

Diseñar una guía impresa que contenga toda la información necesaria para su fácil utilización en los cursos impartidos y aumentar así el interés para recibir el curso en los miembros actuales y futuros.

4.16 Materiales a realizar.

Guía impresa que funcione como medio de comunicación interno entre los líderes y miembros de la congregación.

4.17 Presupuesto.

El costo de la guía impresa ascenderá a Q200 por la impresión y empastado.

4.18 Datos del Logotipo.



4.19 FODA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> * Pastor con 29 años de experiencia. * Estabilidad organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> * Falta de métodos de comunicación interna efectivos * No se cuenta con un departamento de diseño
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> * Capacidad para expandirse a nivel nacional * Distribución de material impresas a otras iglesias 	<ul style="list-style-type: none"> * Actualización y modernidad de otras iglesias * Iglesias con recursos ya establecidos

4.20 Esquema organizacional.



CAPÍTULO V.

DEFINICIÓN DEL GRUPO

OBJETIVO

Capítulo VI. Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.9 Dios. 1. La revelación de Dios. Ya a partir de su primer renglón, la Biblia habla de Dios (Gn. 1:1). De un extremo al otro, se presenta como la revelación que Él ha dado de Sí mismo, revelación sin la que nosotros no sabríamos nada suficiente acerca de Él.

Es cierto que antes de revelarse mediante la palabra escrita, Dios se manifestaba por la obra de la creación. Esta muestra la gloria, poder y deidad del Creador (Sal. 19:1; Ro. 1:20). También aquellos que no poseen las Escrituras son culpables de no buscar a Dios, de no glorificarle, y de no darle las gracias (Hch. 17:27; Ro. 1:20). Pero en ningún pasaje leemos que nadie entre los hombres llegue a conocer a Dios de una manera concreta mediante la contemplación de la naturaleza. (Ventura Villa & Escuin)

6.1.2 Congregación. Grupo de personas reunido para un propósito o actividad en particular. La palabra hebrea que suele traducirse “congregación” en la Traducción del Nuevo Mundo es qā·hāl, que viene de una raíz cuyo significado es “convocar; congregar”. (Nú 20:8; Dt 4:10.)

Se usa frecuentemente con relación a un cuerpo organizado, y se encuentra en las expresiones “congregación de Israel” (Le 16:17; Jos 8:35; 1Re 8:14), “congregación del Dios verdadero” (Ne 13:1) y “congregación de Jehová”. (Dt 23:2, 3; Miq 2:5.) Qā·hāl designa diferentes tipos de convocatorias humanas: con fines religiosos (Dt 9:10; 18:16; 1Re 8:65; Sl 22:25; 107:32), para tratar asuntos civiles (1Re 12:3) y para la guerra (1Sa 17:47; Eze 16:40). En el libro de Eclesiastés se identifica a Salomón como “el congregador” (heb. qā·hē·lēth). (Ec 1:1, 12.) En su calidad de rey, congregó o reunió al pueblo para la adoración de Jehová. Una ocasión notable fue cuando reunió a sus súbditos con motivo de la inauguración del templo de Jerusalén. (1Re 8:1-5; 2Cr 5:2-6.)

La palabra traducida “congregación” en las Escrituras Griegas Cristianas es ek·klē·sí·a, de la que se deriva el vocablo “iglesia”. Ek·klē·sí·a viene de dos raíces griegas: ek, que significa “fuera”, y ka·lé·ō, que significa “llamar”. Por lo tanto, designa a un grupo de personas a las que se ha ‘llamado hacia afuera’ o se ha convocado, sea oficial o extraoficialmente. Es la palabra que se usa con referencia a la congregación de Israel en Hechos 7:38 y también para aludir a la “asamblea” que el platero Demetrio levantó contra Pablo y sus compañeros en Éfeso. (Hch 19:23, 24, 29, 32, 41.)

Sin embargo, su uso más frecuente es con relación a la congregación cristiana. Se aplica a la congregación cristiana en general (1Co 12:28); a una congregación de una ciudad en particular, como Jerusalén (Hch 8:1), Antioquía (Hch 13:1) o Corinto (2Co 1:1), y a un grupo específico que se reúne en casa de alguien. (Ro 16:5; Flm 2.) También se mencionan congregaciones cristianas individuales o “congregaciones de Dios”. (Hch 15:41; 1Co 11:16.)

La mayoría de las versiones españolas utilizan la palabra “iglesia” en textos que hablan de la congregación cristiana, como en 1 Corintios 16:19, pero ya que muchas personas relacionan el término iglesia con un edificio para servicios religiosos, más bien que con una congregación reunida para adorar, esa traducción puede conducir a equívocos.

La palabra griega ek·klē·sí·a se emplea a veces en la Versión de los Setenta para traducir el vocablo hebreo qa·hál, como en el Salmo 22:22 (21:23, LXX). (Watchtower, s.f.)

6.1.3 Amor. Es un término en la Biblia que se traduce de varios otros. En hebreo, en el Antiguo Testamento, tenemos los siguientes: (1) ahabah, relacionado con el verbo aheb. Se del amor de Jacob por Raquel (Gn. 29:20); del amor de David hacia Jonatán (2S. 1:26); del amor de Amnón hacia Tamar; del amor hacia los semejantes, pagado con odio (Sal. 109:4,5); del amor del esposo hacia la esposa (Pr. 5:19); del efecto del amor en las relaciones humanas (Pr. 10:12); del amor de Jehová hacia su pueblo (Jer. 31:3; Os. 3:1; Sof. 3:17); (2) ohabim,

de actos de amor (Pr. 8:18); (3) dod, como el anterior (Pr. 7:18; Cnt. 1:2, 4; 4:10; Ez. 23:17). (Ventura Villa & Escuin)

6.1.5 Pastor. El que se cuida de un rebaño. Abel tenía un rebaño de ganado menor (Gn. 4:2). Desde Abraham a Jacob y sus hijos, los patriarcas fueron ganaderos y pastores (13:1-6). Jabal, Abraham y los recabitas fueron nómadas: moraban en tiendas y llevaban a sus rebaños y ganados de lugar a lugar para hallar pastos (Gn. 4:10; cfr. 13:2, 3, 18 y 20:1).

En las escrituras, Jehová es presentado como pastor de Israel, especialmente de los fieles (Gn. 49:24). Cristo es el Buen Pastor. El no ha entrado furtivamente en el redil, sino por la puerta. Sus ovejas responden con confianza al oír sus nombres y rehúsan seguir a otros.

Al sacrificar su vida por ellas, les ha demostrado su amor (Jn. 10:1-18). Todos los que tenían una posición en la teocracia: profetas, sacerdotes, reyes, eran considerados por el pueblo como pastores subalternos; su infidelidad a Jehová es frecuentemente mencionada (Is. 56:11). (Ventura Villa & Escuin)

6.1.6 Anciano. En el Antiguo Testamento, magistrado, a la vez civil y religioso, que, hasta ahí donde podemos saber, era nombrado en virtud de su derecho de edad, a la cabeza de una casa patriarcal, de una familia de la tribu, o de la misma tribu (1 R. 8:1-3; Jue. 8:14, 16). Al tener la posición de jefe de una tribu o de las familias mas grandes, el anciano tenía la autoridad de príncipe. Ordinariamente, sólo los hombres de edad madura accedían a estas funciones. Otros pueblos, como los madianitas y moabitas (Nm. 22:4, 7), organizados en tribus tenían ancianos. Este título designa generalmente a altos funcionarios (Gn. 50:7). Gobernaban al pueblo (Dt. 27:1; Esd 10:8); representaban a la nación en las transacciones que la concernían (Ex. 3:18; Jue. 11:5-11; 1 S. 8:4); cuando se tenía que honrar a un huésped (Ex. 18:12); celebrar una alianza (2 S. 5:3), o celebrar actos religiosos (Lv. 4:13-15; Jos. 7:6).

En el Nuevo Testamento los términos anciano y episcopos (que significaba supervisor u obispo) eran intercambiables (cp. Hch. 20:17, 28; Tit. 1:5, 7) pero no eran totalmente sinónimos. El término de anciano (presbítero) denota la dignidad de su función, en tanto que epíscopo denota aquellos deberes que ejercía. (Ventura Villa & Escuin)

6.1.7 Líder. Del inglés leader, es una persona que actúa como guía o jefe de un grupo. Para que su liderazgo sea efectivo, el resto de los integrantes debe reconocer sus capacidades. El líder tiene la facultad de influir en otros sujetos. Su conducta o sus palabras logran incentivar a los miembros de un grupo para que trabajen en conjunto por un objetivo común. De acuerdo a su forma de ejercer la conducción del equipo, el líder puede ser considerado autoritario (toma las decisiones sin dar explicaciones al respecto), democrático (permite que todos opinen y decide por consenso) o laissez faire (es el líder liberal, aquél con una conducta pasiva que delega el poder en los demás). (WordPress, 2008-2016)

6.1.8 Cristiano. Título primeramente aplicado a los discípulos en Antioquia (Hch. 11:26). Agripa lo utilizó al dirigirse a Pablo (26:28). Pedro lo acepta, diciendo que sufrir <<como cristiano>> es motivo de acción de gracias (1 P. 4:16).

No pasó mucho tiempo antes de que la profesión externa de Cristo quedara separada de la verdadera fe en Él en la gran masa que lleva el nombre de cristiana en el mundo, y en la práctica esta gran masa vino a ser cualquier cosa menos seguidora de Cristo, como lo evidencian las Escrituras y la historia. (Ventura Villa & Escuin).

6.1.9 Iglesia. Etimológicamente proviene del latín ecclesia, cuyo origen se remonta a un vocablo griego ekklesia que significa asamblea, permite nombrar al templo cristiano. Cabe resaltar que en sus inicios se utilizó para referirse a la asamblea de ciudadanos para tratar asuntos políticos (Hch. 19:32). Este término también se aplica a las diversas dimensiones en

que se fraccionó el cristianismo las cuales tomaron forma social debido a que subsisten con una autoridad. (SIGNIFICADOS, s.f.)

La iglesia es la comunidad de todos los creyentes del Nuevo Testamento que han sido unidos por el lazo de la fe y de acción regeneradora del Espíritu Santos, de una manera vital, a Jesucristo. Esta iglesia espiritual es el cuerpo místico del Señor, del que se llega a ser miembro por el bautismo del Espíritu, y en este sentido solo es discernida por los de la fe (1 Co 12.13). (Ventura Villa & Escuin).

6.1.10 Cursos. El término “curso” deriva del vocablo latino *cursus*, que puede traducirse al español como “carrera”. Se trata de una palabra que hace referencia al periodo de tiempo establecido de forma anual para el dictado de clases en una institución educativa. El estudio sobre una materia y al grupo de alumnos que asisten a un mismo grado o mismo nivel académico también es considerado curso. (Gardey, 2010)

6.1.11 Conferencia. (del lat. *Conferentiâ*, de *conferrere*, juntar, comunicar). Plática entre dos o más personas para tratar de algún punto o negocio. (Americana, 1953).

Es una exposición que se realiza por una o más personas, sobre un tema cualquiera, generalmente de interés general, ante un público, al que se le permite intervenir mediante preguntas. Si no se permite formular preguntas se trata de un monólogo llamado conferencia fija, o más acertadamente, discurso.

Las conferencias de prensa son las que dan personas reconocidas por lo general ante un tema que preocupa a la opinión pública, ante periodistas de distintos medios, que pueden preguntar al conferencista para aclarar o complementar el tema desarrollado, y llevar tranquilidad o información a la población. En la iglesia católica se denomina conferencia episcopal, a una institución permanente que reúne a los obispos de un determinado territorio para ejercer las funciones pastorales.

El avance tecnológico permitió incorporar dentro de las conferencias algunas atractivas modalidades como la tele conferencia, o conversación a distancia, entre dos o más personas por medio de teléfonos o computadoras. La video conferencia, incorpora además, imágenes, a través de videos o dibujos. Las conferencias pueden tratar de los temas más variados, y se sugiere que el que expone sea un experto en la materia. Hay conferencias para lanzar un nuevo producto al mercado, exponiendo sus beneficios, sobre algún avance científico, o sobre alguna enfermedad, sobre problemas de seguridad o en pro de la paz. Por supuesto, los temas podrían seguir enumerándose hasta el infinito.

El orador debe tener la suficiente empatía para captar la atención de sus interlocutores, y responder las preguntas con la mejor predisposición posible, para que no resulte tediosa. Pueden desarrollarse a nivel particular, barrial, escolar, universitario, local, provincial, nacional o internacional, dependiendo del interés del tema que se aborde. (2017, s.f.).

6.1.12 Conferencista. Persona que diserta en público sobre algún punto doctrinal. (Americana, 1953).

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. El concepto de comunicación es difícil de establecer. Existen, según citan DANCE y LARSON (1976), más de ciento veintiséis definiciones de comunicación. No existe ningún estudio comparativo de los diferentes conceptos en español, si bien el Diccionario de la Lengua Española (1992: I) incluye once acepciones del vocablo “comunicación”.

Han sido muchos los significados dados al término comunicación. Es en los años setenta cuando se produce una explosión de obras y estudios acerca del concepto, apoyada por el auge de los medios de comunicación de masas, que tanto han influido en la delimitación de

los elementos comunicativos y en la aparición de estudios ad hoc. Previamente el propio DANCE (1970), que es el primer autor que trata de aclarar los matices del concepto de comunicación, establece quince componentes distintos en las diversas definiciones estudiadas por él. (Ongallo C. , 2007)

Según puede deducirse de las anteriores bases conceptuales, la comunicación es, ante todo, un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo. Como muchos procesos, el de la comunicación puede ser interrumpido en cualquiera de sus fases, o suspendido, en función de una serie de factores desencadenantes de unas u otras reacciones. (Ongallo C. , 2007)

Según Saussure, la comunicación "Es la facultad que tiene todo el ser humano para comunicarse mediante signos fónicos-acústicos, es decir, signos que el emisor produce oralmente y el receptor recibe auditivamente" (Moreno, 2014).

Entre los principales autores están:

- Bernard Berelson.
- Roland Barthes.
- Ferdinand de Saussure.
- Charles Sanders Peirce.
- Harold Laswell.
- Umberto Eco.

En el modelo de comunicación de Harold Laswell es posible apreciar la presencia de las concepciones conductistas o behavioristas en el panorama científico de la época, las que pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

El modelo de Laswell es un modelo descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los que podían ser descriptos a partir de responder 5 interrogantes:

- ¿Quién dice? Que es la persona que se encarga de enviar el mensaje que comunmente conocemos como el emisor.

- ¿Qué dice? Es lo que se esta enviando, el mensaje, lo que el emisor quiere expresar.

- ¿Por qué canal? Medios de comunicación, el canal por el que se envia el mensaje.

- ¿A quién se dice? Son las personas a la que llega el mensaje o bien conocido como el receptor, es quién recibe el mensaje.

- ¿Con qué efecto? El impacto sobre la audiencia, el efecto que se quiere que el emisor capte o entienda.

Laswell considera que cuando se quiere llegar a gran cantidad de personas se debe considerar a quién va a codificarlo y con qué intenciones. (Mora, s.f.)

6.2.1.2. Comunicación Corporativa. Se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente. Según Joan Costa, la comunicación corporativa es el proceso que convierte la identidad corporativa en imagen corporativa. Se trata de una parte fundamental del proceso, pues la identidad corporativa solo tiene el valor si se comunica a empleados, accionistas y clientes.

6.2.1.3 Comunicación Organizacional. Fernández Collado define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”.

Según esta visión designa como herramientas:

- La comunicación interna: actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.
- La comunicación externa: actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.
- Las relaciones públicas: actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.
- La publicidad: mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.
- La publicidad institucional: actividad de las relaciones públicas, que evoca en los públicos una imagen favorable de la organización.

Por su parte, Trelles asevera que “la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes”. (Guerra, 2005).

6.2.1.4 Comunicación Intercultural. “El concepto de comunicación intercultural se refiere al proceso de la comunicación humana cuando ésta ocurre entre individuos o grupos que han vivido experiencias culturales diferentes”. (McEntee, 1998).

La comunicación intercultural tiene que ver con la comunicación entre diferentes culturas, es una interacción entre personas diferentes, que puede ser interpersonal o mediática. Tiene que ver con aspectos de intercambio de información entre personas o grupos que han experimentado experiencias culturales diferentes o diversas, las cuales influyen en la manera en que estamos y somos.

La comunicación intercultural, podemos decir también, es un nuevo campo de investigación: hay que investigar el apellido intercultural, concepto que está en discusión.

Hay muchas definiciones y conceptos acerca del multiculturalismo y la interculturalidad, hay diferentes maneras de verlos. Entre muchas cosas tenemos la oportunidad de investigar estas diferentes maneras de concebir a la interculturalidad; además de aspectos del lenguaje, que puede ser distinto. También las diferencias en las formas de expresión cultural, por mencionar algo.

Lo diferente se refiere a distintas culturas, pero también a los grupos minoritarios (homosexuales, discapacitados, grupos étnicos, etc.). La interculturalidad no se refiere necesariamente a la interacción entre personas de diferentes culturas, sino a la interacción entre las personas que podemos tener contacto con diferentes culturas, ya que con estos conocimientos vamos adquiriendo maneras distintas de pensar, significados diversos.

La comunicación en general y la comunicación intercultural en particular, nunca va a ser perfecta, sin embargo si pueden mencionarse algunos aspectos que podemos poner en práctica al acercarnos al otro y generar una comunicación intercultural.

- Para tener una buena, o más efectiva, comunicación intercultural debemos ser muy claros.
- Se deben tomar en cuenta varios elementos, como no cerrarse a conocer nuevas cosas, a los otros, y otras culturas; las similitudes y diferencias en las costumbres y los usos (por ejemplo las artesanías que hacemos diferentes en cada grupo social).
- Es primordial el contacto con las demás personas, no aislarnos en nuestro mundo. Interactuar, comprender a las otras etnias, culturas o grupos.
- Es importante el conocimiento e intercambios entre diferentes culturas, el conocimiento de los significados diversificados que puede haber. También debemos tomar en cuenta que aunque seamos o pertenezcamos a la misma cultura tenemos diferentes conceptos, diferentes maneras de ver las cosas y a veces tenemos que adaptarnos a esos significados distintos. Lo que se ve acentuado en la relación intercultural.

La comunicación alternativa, comunitaria y/o ciudadana podrían tomarse como parte del proceso de comunicación intercultural, donde se toman en cuenta las necesidades de las comunidades, quienes vivimos en una diversidad de pensamientos, necesidades y costumbres.

Hay experiencias de medios comunitarios como la radio o prensa alternativa, además de estrategias de comunicación como galerías y exposiciones comunitarias, los recuentos y recopilación de relatos comunitarios, como historias de los abuelos, leyendas, mitos. También tenemos los museos comunitarios, además del uso del video (por ejemplo, documentales sobre las fiestas y celebraciones), así como el teatro comunitario. Estos trabajos y esfuerzos comunitarios, pueden contener información en las lenguas originarias de la región donde se desarrollan, para una mejor difusión de estos trabajos.

A lo largo de nuestra experiencia en la UVI hemos tenido experiencias de comunicación intercultural. Un ejemplo pueden ser las experiencias que algunas de nosotras hemos tenido

al trabajar con los jóvenes, donde nos hemos encontrado con que la diferencia de edad también es parte de la interculturalidad; donde la diferencia generacional influye. En estos casos intentamos ponernos en su lugar pero las circunstancias son distintas. La manera de referirse a las personas cambia.

También hemos tenido experiencias con algunos grupos de artesanos, donde podemos ver que existen diferentes formas de comunicarse. En la parte de la gestión también podemos detectar diferencias, por ejemplo las maneras de referirse a las instituciones son diferentes, además en la comunidad nos portamos de forma distinta. Las formas de relación son diversas. Las maneras de acercarse a cada pueblo varían; cambian e influye en las personas.

En la comunicación intercultural también existen las diferentes variedades lingüísticas y con ellas nos hemos topado al no saber de la lengua que se habla en los lugares donde desarrollamos nuestra investigación, ya que de esta forma se rompe el diálogo que se tiene con la gente de la comunidad, que nosotras al querer saber la opinión de alguien que sólo habla en lengua materna y que en nuestro caso es la Totonaca, se corta la información.

Otro aspecto a tomar en cuenta son las diferentes cosmovisiones de las comunidades. Dentro de los procesos de gestión se ve reflejada dicha comunicación intercultural a cada momento en la interacción estudiante-comunidad o investigador-comunidad/actor(es) social(es). Las diferencias aparecen. No siempre la gente piensa lo que nosotros pensamos que creará o necesita lo que pensamos que necesita. Hay diferentes personalidades y por tanto maneras de relacionarse. Es difícil generar la autogestión en los grupos comunitarios. Siempre hay diferentes propuestas. No siempre se toma en cuenta la generación de los ingresos.

Los anteriores son aspectos que siempre se presentan, pero al desarrollarnos en contextos interculturales la cosa es más compleja, y es aquí donde destacamos la importancia de

estudiar los fenómenos y cuestiones que tienen que ver con la comunicación intercultural y las diferentes herramientas y medios para acercarnos al otro, a la comunidad. (Estudiantes, 2009).

6.2.1.5 Comunicación Social. Desde una perspectiva académica, se entiende la Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social. La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre Comunicación y Cambio Social es bidireccional, en la que tanto la comunicación afecta a la sociedad, como la sociedad a la comunicación, por lo que no se plantearía una visión reduccionista del cambio social.

Hemos elegido las palabras “Cambio Social” porque no están cargadas de significado moral. El cambio social puede ser hacia la opresión de los individuos o hacia la autonomía de estos. La moral aparece cuando se decide en qué dirección de cambio social se quiere trabajar. El compromiso con una de estas dos direcciones implicará, por tanto, no sólo una elección epistemológica, sino también de modo de vida. Quizás esta diferenciación no sea muy clara pero, por suerte, y esto representa una de las principales características de la Comunicación Social, esta disciplina tiene una vertiente aplicada: se obtienen datos de la práctica para la investigación pero, además, se traspasan los conocimientos académicos a la práctica. Por esto, lo mejor es ver mediante ejemplos concretos a qué nos referimos por Comunicación Social, la que trabaja para la autonomía de los individuos con ejemplos concretos. Destacamos tres iniciativas que persiguen el cambio social a través del uso de herramientas

de comunicación: radios comunitarias, alfabetización mediática y periodismo ciudadano. (Social, 2012).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. No existe un concepto fundamental de diseño pero podemos considerar el siguiente por Robert Gllam Scott, él establece que diseñar es una acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida lo que significa que en casi todo lo que realizamos tienen algo de diseño como lavar los platos. Ciertas acciones son no solo intencionales, sino que terminan por crear algo nuevo, es decir, son creadoras. Tomando en cuenta estas definiciones, podemos concluir que diseño es, según Robert Gllam Scott, toda acción creadora que cumple su finalidad. (Scott)

6.2.2.2 Diseño Editorial. Hoy en día, el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales y el diseño editorial es fundamental para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real. En el libro Diseño Editorial “Lo que deber saber” escrito por Diego Luis Álvarez Fernández establece que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. (Fernández, 2009)

6.2.2.3 Maquetación. Al realizar materiales de diseño editorial se debe lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación. La maquetación llamada también diagramación, consiste en componer gráficamente los elementos textuales y gráficos que componen el contenido de la publicación. (Eguaras, 2015)

6.2.2.4 Diseño Gráfico. Es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la

actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.

Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores. (Wucius Wong)

6.2.2.4 El color. Es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro. Se trata de un fenómeno físico-químico donde cada color depende de la longitud de onda. Al considerar el color se toman en cuenta tres dimensiones:

- Matiz. La experiencia de un determinado color cromático.
- El Brillo. La luminancia percibida de un color. Se establece una escala desde lo más luminoso hasta llegar a lo invisible.
- La Saturación. Es la proporción de blanco que tiene mezclado un color cromático.

(Casanova, s.f.)

6.2.2.4.1 Colores CMYK. Esta división de los colores se aplica a medios impresos. En el modos CMYK, a cada píxel se le asigna un valor de porcentaje para las cintas de cuatricomía. Los colores mas claros tienen un porcentaje pequeño de tinta, mientras que los más oscuros tienen mayores porcentajes de tinta. Los diferentes matices se darán por las variaciones de las cuatro tintas en diferentes porcentajes desde 0% al 100%. (Ivanovic, s.f.)

6.2.2.4.2 El Azul. Es uno de los colores primarios. Existen aproximadamente unas 110 tonalidades de éste. Es un color atemporal, razón por la que, las personas se visten de azul en cualquier época y para asistir a todo tipo de eventos. (Luna, 2014)

El azul es verdad, sabiduría, inteligencia, está asociado al recogimiento, al espacio, inmortalidad, cielo y agua como elementos representativos de paz y quietud.

Este color se relaciona con los introvertidos, los tímidos, pacientes y tolerantes; personalidades concentradas en sí mismas o de rica vida interior y está vinculado con la circunspección y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de la fantasía y simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. Mezclado con blanco es pureza, fe y cielo, y mezclado con negro, desesperación, fanatismo e intolerancia. (Peña J. A., 2010)

Autoridad, Calma, Confidencia, Dignidad, Consolidación, Lealtad, Poder, Éxito, Seguridad, Confianza.

Aunque el color azul representa la calma, también puede suscitar imágenes de autoridad, éxito y seguridad. La mayoría de las personas puede decir que les gusta al menos un tono de azul. Es probablemente el color más popular en el diseño de logos y puede ser visto de manera extensa en sectores gubernamentales, medicina, así como en la selección de Fortune 500 (Nota del Traductor: Fortune 500 es el ranking de las mayores corporaciones norteamericanas, publicado cada año por la revista Fortune. En este enlace pueden observar un compendio de los logos). (Dan, 2009).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia que estudia sistemas de signos: códigos, lenguas, señales, entre otras. Esto abarca todos los sistemas de signos: el alfabeto de los sordomudos, las señales de tráfico, los códigos, el alfabeto Morse, etc. El lenguaje se exceptúa de esta definición, debido a su carácter especial, y por ello, la semiología se puede definir como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

Para Ferdinand de Saussure, teórico suizo de principio del siglo 20, la semiología es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. El estudio de los signos es indispensable para nuestra comunicación, nuestra necesidad de expresión e interpretación de los complejos mensajes de nuestro entorno, vivimos en un mundo de signos, por ello la semiología es fundamental para establecer la diferencia entre términos que se usan indistintamente como signo, índice, ícono, señal. (Andrade, 2013)

6.3.1.2 Psicología de la comunicación. Definir un concepto como comunicación no es una tarea fácil, ya que la amplitud del mismo, ha dado lugar a conceptualizaciones muy diferentes. Tal vez, esta diversidad evidencia la dificultad de desligar la comunicación del propio hecho de existir y relacionarnos con los demás, por medio de diversos códigos, en función de la especie.

Códigos y pautas comunicativas que adquirimos, sin menospreciar el importante papel que juega la herencia y el substrato biológico, en las situaciones de intercambio social en las que vivimos.

La comunicación es tal vez una de las funciones psicológicas más evidente del ser humano. Éste comunica ideas, intenciones, deseos, afectos, actitudes, instrucciones, incluso de desarrollar un instrumento privilegiado de la comunicación humana: el lenguaje. (Torres, 2012)

6.3.1.3 Psicología de la Color. El lenguaje del color es importante en el uso del color. Los individuos desarrollan un lenguaje de color, conforme maduran, basándose en el uso común y cultural. Debido a este hecho el uso cultural del color se considera al diseñar.

Los colores despiertan respuestas emocionales específicas en las personas. El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan de las diferentes ambientes creados por el color.

Colores cálidos. Aquí se encuentra el rojo con la máxima saturación en el círculo cromático como color más ardiente en su estado más intenso. Los colores ardientes se proyectan hacia fuera y atraen la atención. Estos colores son fuertes y agresivos y afectan a la gente de muchas maneras como el aumento de la presión sanguínea y a la estimulación del sistema nervioso.

Colores fríos. El color remite en los fríos es el azul en su máxima saturación. En su estado más brillante es dominante y fuerte. Nos recuerdan al hielo y a la nieve y los sentimientos son los opuestos a los ardientes, aminora el metabolismo y aumenta la sensación de calma.

Colores claros. Estos son los colores más pálidos. Toman su claridad de una ausencia de color visible en su composición, son casi transparentes. Los colores claros oscurecen los alrededores y sugieren liviandad, descanso, suavidad y fluidez.

Colores oscuros. Estos son los que tienen negro en su composición y hacen los espacios más pequeños. Sugieren el otoño y el invierno y comúnmente se combinan con un color claro para representar los opuestos de la naturaleza como el día y la noche.

Colores brillantes. La claridad de estos se logra con la omisión del gris o del negro. Los colores brillantes son vívidos y atraen la atención. Son colores alegres, perfectos para ser utilizados en envases, moda y publicidad. (Peña J. A., 2010)

6.3.1.4 Andragogía. Es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto, proviene de la voz latina *adultus*, que puede interpretarse como "ha crecido" luego de la etapa de la adolescencia. El crecimiento biológico del ser humano llega en un momento determinado al alcanzarse su máximo desarrollo en sus aspectos fisiológicos, morfológicos y orgánicos; sin embargo desde el

punto de vista psico-social, el crecimiento del ser humano, a diferencia de otras especies, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente.

Educar al individuo en su etapa adulta y establecer la manera más efectiva de hacerlo, ha sido una permanente preocupación de varios investigadores y docentes, tales como Eduard Lindeman, Malcolm Knowles, Félix Adam, Adolfo Alcalá, quienes, a través de sus escritos e investigaciones, han formulado sus ideas, conceptos, propuestas y planteamientos relacionados tanto con la teoría, como con la praxis dentro del proceso educativo. (YTURRALDE, 2016)

6.3.1.5 Etnología.

El vocablo etnología está compuesto por voces griegas, erigida a partir de “ethnos” que quiere decir “pueblo” o “nación”, además de “logos” que significa “estudio” o “tratado” y por el sufijo “ia” de alude a una “cualidad”; por lo que se puede entender que se trata de una ciencia que se ocupa del estudio de las costumbres de los pueblos humanos. La RAE declara que la etnología es la “Ciencia que estudia las causas y razones de las costumbres y tradiciones de los pueblos”. Esta disciplina como parte de las ciencias sociales y de la diversidad cultural se apoya en el completo análisis de las producciones e invenciones de todo aquello concerniente a los diferentes grupos sociales humanos existentes.

De manera general la etnología busca estudiar e instaurar las diferentes relaciones entre las característica de los diversos grupos humanos partiendo de sus diferentes aspectos y elementos tales como la relación o parentesco que guardan las sociedades del mundo y su influencia en él; las religiones y expresiones de tipo simbólicas que trascienden en la historia; la subsistencia además de los sistemas económicos de las civilizaciones; comprende además las distintas organizaciones sociales, familiares y sistemas políticos; pero es en la diversidad

cultural en la cual la etnología se basa más donde se comprende la cultura como una pluralidad.

El misionero franciscano, Bernardino de Sahagún es considerado como el padre de la etnología, este personaje realizó grandes escritos sobre los grupos étnicos, uno de ellos llamado “Historia general de las cosas de la Nueva España”, que trataba de un análisis de los rasgos de los grupos étnicos con un criterio de tipo científico; también elaboró una obra bilingüe, dado a que fue escrita en español y en la lengua náhuatl.

Años atrás la etnología era considerada como la que se ocupaba del estudio de aquellas sociedades “sin escritura” o primitivas; pero dado a su gran controversia fue rechazado el término “primitivo” debido a que puede percibirse como algo salvaje o bárbaro; pues así lo veían los autores del siglo XIX, así que fue removida dicha acepción sobre esta ciencia humana. (Venemedia, 2015)

6.3.1.6 Deontología.

Kant define el deber como "la necesidad de una acción por respeto a la ley". (Cruz, s.f.)

El término deontología profesional hace referencia al conjunto de principios y reglas éticas que regulan y guían una actividad profesional. Estas normas determinan los deberes mínimamente exigibles a los profesionales en el desempeño de su actividad. Por este motivo, suele ser el propio colectivo profesional quién determina dichas normas y, a su vez, se encarga de recogerlas por escrito en los códigos deontológicos. A día de hoy, prácticamente todas las profesiones han desarrollado sus propios códigos y, en este sentido, puede hablarse de una deontología profesional periodística, de una deontología profesional médica, deontología profesional de los abogados, etc.

Es importante no confundir deontología profesional con ética profesional. Cabe distinguir que la ética profesional es la disciplina que estudia los contenidos normativos de un colectivo

profesional, es decir, su objeto de estudio es la deontología profesional, mientras que, tal como se apuntaba al comienzo del artículo, la deontología profesional es el conjunto de normas vinculantes para un colectivo profesional.

El término deontología procede del griego: *to deon* (lo conveniente, lo debido) y *logía* (conocimiento, estudio...); lo que significa, en términos generales, el estudio o la ciencia de lo debido. El objeto de estudio de la Deontología son los fundamentos del deber y las normas morales. El concepto de deontología fue acuñado por Jeremías Bentham en su obra *Deontología o ciencia de la moral*, donde ofrece una visión novedosa de esta disciplina. Para Bentham, la deontología se aplica fundamentalmente al ámbito de la moral; es decir, a aquellas conductas del hombre que no forman parte de las hipótesis normativas del derecho vigente, aquellas acciones que no están sometidas al control de la legislación pública. Esto sugiere una de las intenciones de la redacción de los códigos deontológicos: explicitar la dimensión estrictamente moral de una profesión, aquellos comportamientos exigibles a unos profesionales, aunque no estén delimitados jurídicamente, o quizá, por ello mismo.

La primera alusión al término deontología la hizo Bentham en su obra *Science de la Morale* (París, 1832). Con ella quería dotar de un enfoque algo más liberal al concepto ética y convertir en un concepto laico el término, hasta entonces religioso, moral. En otras palabras, pretendía lograr la fórmula kantiana, esquivando la carga de subjetividad de la moral y la ética. En "*Deontología o ciencia de la moral*" busca el racionalismo, con un mecanicismo casi matemático con el que valorar los comportamientos por su utilidad. Sin embargo, el intento de Bentham por cambiar el contenido de la moralidad por un concepto más "aséptico" y menos valorativo, no logró esa transformación por el mero hecho de acuñar un nuevo término. Es decir, aun hoy, cuando nos referimos al término deontología, seguimos relacionando está con la ética y/o la moral.

Bentham considera que la base de la deontología es el utilitarismo, lo que significa que los actos de las personas se consideran buenos o malos en función de la felicidad global que puedan generar. Según este marco teórico, el fin de una acción debe ser conseguir la máxima felicidad para el mayor número de personas. De este modo, toda acción que conduzca a ese fin, será aceptada como moralmente correcta.

¿Qué es aquello a lo que podemos denominar bien en sí o bien incondicional? En nuestro contexto sociocultural actual, es la dignidad de cada persona, que debe ser admitida y garantizada jurídicamente y defendida políticamente. La dignidad es aquello que debe constituir el núcleo principal de toda ética filosófica y de toda deontología profesional que se precie.

Emmanuel Derieux sostuvo que, gracias a la deontología, la ética profesional adquiere un reconocimiento público; y es que la moral individual se hace trascendente en el campo de la profesión. La deontología surge como una disciplina que se ocupa de concretar normas en el ámbito profesional para alcanzar unos fines.

Como dice P.Barroso en el Diccionario de Ciencias y Técnicas de Comunicación, “Ética es la ciencia filosófico-normativo y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona a tenor de la moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, teniendo siempre como fin el bien honesto, la honestidad”. A partir de esta definición se deduce su:

Objeto material: realidad que constituye el objeto de estudio. En ética es la persona, el ser y la configuración virtuosa o viciosa que se dé a sí o cada uno a través de las acciones. Son susceptibles de calificarse como éticas pues, las acciones humanas que son libres (dependen de la voluntad de la persona). Formal. Punto de vista según el cual las acciones son calificadas como buenas o malas. Se denomina moralidad y se basa en valores y normas.

Conocimiento (Ciencia): Aquello que se sabe de manera cierta y sus causas. Doctrina ordenada que constituye una rama particular del saber humano. Disciplina filosófica. La ética como disciplina filosófica intenta a través de métodos de análisis y experiencia propios de la filosofía, elaborar los conceptos y argumentos para comprender la dimensión moral de la persona.

La moral se puede justificar desde tres perspectivas: la Metaética (viendo qué son los juicios morales como juicios de valor), la Ética normativa y mediante la propuesta de unas reglas prácticas para la discusión, escapando del "todo vale".

Metaética: Con este término se designa al estudio sobre la significación, el sentido y la evolución histórica de los conceptos éticos. En un principio se distinguen dos grandes grupos de teorías: Las Cognoscitivistas o Descriptivistas (dicen que podemos conocer la ética o moral en términos de conocimiento verdadero) y las No cognoscitivistas o no descriptivas (en las que no cabe conocimiento propiamente dicho). Dentro de las Descriptivistas, distinguimos las naturalistas (sostienen que los términos éticos describen propiedades observables de las cosas); con el utilitarismo como ejemplo. Y, por otro lado, las teorías no naturalistas (creen que los juicios de valor son verdaderos o falsos, pero las características de las cosas no son observables por la experiencia); con el intuicionismo como ejemplo. Dentro de las teorías No Descriptivistas, podemos encontrar el Emotivismo (que sostiene que con afirmaciones morales no expresamos conocimiento, sino emociones con las que intentamos influir o incidir en las emociones y comportamientos de los demás); y el Prescriptivismo (que enuncia que al hacer juicios morales no describimos las cosas "que son", sino "las que deberían ser"; es decir, expresamos imperativos, enunciamos normas).

Ética normativa: Distinguimos las teorías Deontológicas y Teleológicas; incluyendo un tercer grupo: la Ética de la virtud. A grandes rasgos, exponemos las principales diferencias.

Las Teorías Deontológicas que tienen como concepto principal el "deber previamente establecido", están inspiradas en Kant. Las Teorías Teleológicas se basan en las consecuencias, y su corriente principal es el utilitarismo. Y, la Ética de la virtud se basa en las actitudes de las personas, con la corriente de Aristóteles como base teórica.

Podemos señalar una serie de características que conforman la Ética de la Virtud según Aristóteles.

Para Aristóteles, el orden social en los modos de vida está directamente ligado con el orden natural de los mismos. Aristóteles considera que, lo bueno es hacia lo que tienden las cosas de forma natural. Dicho de otra forma, todo aquello que es natural es, según este autor, bueno. Sin embargo, esta teoría no está libre de crítica. Es, precisamente, la absolutización de su postura la que genera más desacuerdo, ya que no podemos probar, a ciencia cierta, que lo natural puro exista. Por otra parte, muchas cosas de las que consideramos "naturales", nos vienen dadas por la cultura. Además, no podemos olvidar el hecho de que la naturaleza evoluciona, no es estática, por lo que si ésta es susceptible de cambio, lo bueno también se vería afectado.

Propuesta intermedia: La vía intermedia se basaría en una idea prescriptivista y también en una perspectiva deontologista. Pero esto no significa que sea incompatible con otros puntos de vista. Es una propuesta teórica, a la par que práctica. Sus principales características serían: un punto de vista moral, el diálogo, la racionalidad práctica y la coherencia y universalidad (relacionadas con la idea de imparcialidad).

Podemos señalar una serie de características que conforman la deontología kantiana.

Kant, al definir la deontología, hace referencia al deber y a las obligaciones, no nos habla de una ética relacionada con el porvenir del hombre, de sus objetivos o de sus aspiraciones en

la vida, más bien, enfoca la ética a una ética del deber, la cual establece pautas de comportamiento que se deben seguir o leyes que regulan a los ciudadanos.

Se podría considerar como una ética independiente y formal si tenemos en cuenta que no ofrece contenidos, no establece pautas para llevar una vida que se pueda considerar “buena” o “mala”.

Mencionar por último, su implicación con el criterio de capacidad de universalización, que posibilita diferenciar entre máximas de tipo moral y las que no lo son.

Al igual que sucede con la teoría de Aristóteles, la teoría de Kant también es objeto de crítica: En primer lugar, a Kant se le puede criticar que, al relacionar la ética con cómo deben hacerse las cosas, está universalizando el concepto, porque presupone que todos debemos entenderla del mismo modo. No obstante, la ética está ligada a la moral, y ésta también es particular a cada persona. Por lo tanto, probablemente el deber, no es visto igual por todos.

En segundo lugar, Kant establece cómo hay que actuar, pero no nos dice si eso es bueno o no. La ética no se refiere sólo a la forma, sino también al fondo de las cosas.

Por último, Kant olvida por completo el sentimiento humano: según él tenemos que actuar en base al deber y no en base a lo que de verdad queremos hacer. En este sentido, actuar conforme al deber nos aleja de la felicidad.

Objetivos

Todo profesional está y debe estar sometido a controles sociales más o menos rigurosos que permitan exigirle responsabilidades de muy diversa índole en relación con sus actos, de ahí la necesidad de establecer unos principios éticos. Independientemente de la propia conciencia, que debiera ser quién más rigiera el cumplimiento de los códigos morales, existe la figura de los colegios profesionales para mantener, promover y defender la deontología.

Éstos vigilan el cumplimiento de determinados niveles de exigencia, de competencia y de calidad en el desempeño del trabajo de sus colegiados.

El Estado, al convertir a los colegios profesionales en corporaciones a través de mecanismos legales, propicia el modo de mantener la deontología profesional. Les encarga funciones públicas y les dota de la potestad de imponer una determinada disciplina a todos los profesionales pertenecientes a este colectivo.

Para que se pueda pedir responsabilidad por actuaciones profesionales se precisan dos requisitos: la independencia y la libertad. El profesional debe ser independiente en el momento de tomar decisiones y debe ser enteramente libre de ejecutarlas.

La deontología es de sumo interés para el mundo profesional, y en concreto, para profesiones que comportan una elevada responsabilidad social (médicos, abogados, docentes, psicólogos, periodistas...). Esa deontología busca un equilibrio entre un determinado estilo de vida moral (lo que antes denominábamos *êthos* o carácter moral) y un alto nivel de profesionalidad técnico-científica. Esta doble dimensión ha de tratarse con armonía y equilibrio para una mayor dignificación de cualquier actividad laboral.

Ética y moral

Estos dos términos proceden uno del griego, <*êthos*> (=carácter), y otro del latín, <*mos-moris*> (=costumbre). Ambos tienen la misma raíz semántica y por tanto la misma significación original. Por ello Ética y Moral, etimológicamente, se identifican y se definen como la "ciencia de las costumbres". Sin embargo, con el tiempo ambos vocablos han evolucionado hacia significaciones distintas.

El concepto de moral están sujetos a diferentes usos dependiendo de cada autor, época o corriente filosófica. Por este motivo es necesario identificar las características de ambos términos para poder establecer las distinciones y semejanzas pertinentes.

La moral hace referencia a todas aquellas normas de conducta que son impuestas por la sociedad, se transmiten de generación en generación, evolucionan a lo largo del tiempo y poseen fuertes diferencias con respecto a las normas de otra sociedad y de otra época histórica. El fin último que persiguen estas reglas morales es orientar la conducta de los integrantes de esa sociedad.

Por su parte, la ética es el hecho real que se da en la mentalidad de algunas personas, es un conjunto de normas, principio y razones que un sujeto ha realizado y establecido como una línea directriz de su propia conducta.

En ambos casos se tratan de normas, de percepciones, y de "deber ser". Por tanto, podemos afirmar que existen tres niveles de diferenciación:

1. El primer nivel reside en la Moral, es decir, en las normas de origen externo que condicionan la mentalidad del individuo.
2. El segundo nivel en la ética conceptual, entendida como el conjunto de normas de origen interno, personal y autónomo.
3. El tercer nivel es la Ética axiológica como conjunto de normas originadas en una persona dada una reflexión previa sobre ciertos valores. (Saco, 2014)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Tipografía. Se denomina tipografía a la disciplina que estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. La tipografía tiene una dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuenta con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. Pero tiene además una dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y

el desarrollo intelectual del hombre. Entendida como disciplina, la tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico. (Juarez)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Fue Isaac Newton (1641-1727) quien tuvo las primeras evidencias (1666) de que el color no existe. Encerrado en una pieza oscura, Newton dejó pasar un pequeño haz de luz blanca a través de un orificio. Interceptó esa luz con un pequeño cristal, un prisma de base triangular, y vio (percibió) que al pasar por el cristal el rayo de luz se descomponía y aparecían los 6 colores del espectro reflejados en la pared donde incidía el rayo de luz original: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta.

El color es pues un hecho de la visión que resulta de las diferencias de percepciones del ojo a distintas longitudes de onda que componen lo que se denomina el “espectro” de luz blanca reflejada en una hoja de papel. Estas ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 400 y los 700 nanómetros; más allá de estos límites siguen existiendo radiaciones, pero ya no son percibidos por nuestra vista. (Santos)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. “Menos es más”. Esta frase del arquitecto alemán Mies Van Der Rohe se ha convertido en la máxima definición del minimalismo.

El diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido.

Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza.

Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad -no simpleza- de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones. (Judith Febrer, 2010)

CAPÍTULO VI.

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI. Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.9 Dios. 1. La revelación de Dios. Ya a partir de su primer renglón, la Biblia habla de Dios (Gn. 1:1). De un extremo al otro, se presenta como la revelación que Él ha dado de Sí mismo, revelación sin la que nosotros no sabríamos nada suficiente acerca de Él.

Es cierto que antes de revelarse mediante la palabra escrita, Dios se manifestaba por la obra de la creación. Esta muestra la gloria, poder y deidad del Creador (Sal. 19:1; Ro. 1:20). También aquellos que no poseen las Escrituras son culpables de no buscar a Dios, de no glorificarle, y de no darle las gracias (Hch. 17:27; Ro. 1:20). Pero en ningún pasaje leemos que nadie entre los hombres llegue a conocer a Dios de una manera concreta mediante la contemplación de la naturaleza. (Ventura Villa & Escuin)

6.1.2 Congregación. Grupo de personas reunido para un propósito o actividad en particular. La palabra hebrea que suele traducirse “congregación” en la Traducción del Nuevo Mundo es qā·hāl, que viene de una raíz cuyo significado es “convocar; congregar”. (Nú 20:8; Dt 4:10.)

Se usa frecuentemente con relación a un cuerpo organizado, y se encuentra en las expresiones “congregación de Israel” (Le 16:17; Jos 8:35; 1Re 8:14), “congregación del Dios verdadero” (Ne 13:1) y “congregación de Jehová”. (Dt 23:2, 3; Miq 2:5.) Qā·hāl designa diferentes tipos de convocatorias humanas: con fines religiosos (Dt 9:10; 18:16; 1Re 8:65; Sl 22:25; 107:32), para tratar asuntos civiles (1Re 12:3) y para la guerra (1Sa 17:47; Eze 16:40). En el libro de Eclesiastés se identifica a Salomón como “el congregador” (heb. qā·hē·leth). (Ec 1:1, 12.) En su calidad de rey, congregó o reunió al pueblo para la adoración de Jehová. Una ocasión notable fue cuando reunió a sus súbditos con motivo de la inauguración del templo de Jerusalén. (1Re 8:1-5; 2Cr 5:2-6.)

La palabra traducida “congregación” en las Escrituras Griegas Cristianas es ek·klē·sí·a, de la que se deriva el vocablo “iglesia”. Ek·klē·sí·a viene de dos raíces griegas: ek, que significa “fuera”, y ka·lé·ō, que significa “llamar”. Por lo tanto, designa a un grupo de personas a las que se ha ‘llamado hacia afuera’ o se ha convocado, sea oficial o extraoficialmente. Es la palabra que se usa con referencia a la congregación de Israel en Hechos 7:38 y también para aludir a la “asamblea” que el platero Demetrio levantó contra Pablo y sus compañeros en Éfeso. (Hch 19:23, 24, 29, 32, 41.)

Sin embargo, su uso más frecuente es con relación a la congregación cristiana. Se aplica a la congregación cristiana en general (1Co 12:28); a una congregación de una ciudad en particular, como Jerusalén (Hch 8:1), Antioquía (Hch 13:1) o Corinto (2Co 1:1), y a un grupo específico que se reúne en casa de alguien. (Ro 16:5; Flm 2.) También se mencionan congregaciones cristianas individuales o “congregaciones de Dios”. (Hch 15:41; 1Co 11:16.)

La mayoría de las versiones españolas utilizan la palabra “iglesia” en textos que hablan de la congregación cristiana, como en 1 Corintios 16:19, pero ya que muchas personas relacionan el término iglesia con un edificio para servicios religiosos, más bien que con una congregación reunida para adorar, esa traducción puede conducir a equívocos.

La palabra griega ek·klē·sí·a se emplea a veces en la Versión de los Setenta para traducir el vocablo hebreo qa·hál, como en el Salmo 22:22 (21:23, LXX). (Watchtower, s.f.)

6.1.3 Amor. Es un término en la Biblia que se traduce de varios otros. En hebreo, en el Antiguo Testamento, tenemos los siguientes: (1) ahabah, relacionado con el verbo aheb. Se del amor de Jacob por Raquel (Gn. 29:20); del amor de David hacia Jonatán (2S. 1:26); del amor de Amnón hacia Tamar; del amor hacia los semejantes, pagado con odio (Sal. 109:4,5); del amor del esposo hacia la esposa (Pr. 5:19); del efecto del amor en las relaciones humanas (Pr. 10:12); del amor de Jehová hacia su pueblo (Jer. 31:3; Os. 3:1; Sof. 3:17); (2) ohabim,

de actos de amor (Pr. 8:18); (3) dod, como el anterior (Pr. 7:18; Cnt. 1:2, 4; 4:10; Ez. 23:17). (Ventura Villa & Escuin)

6.1.5 Pastor. El que se cuida de un rebaño. Abel tenía un rebaño de ganado menor (Gn. 4:2). Desde Abraham a Jacob y sus hijos, los patriarcas fueron ganaderos y pastores (13:1-6). Jabal, Abraham y los recabitas fueron nómadas: moraban en tiendas y llevaban a sus rebaños y ganados de lugar a lugar para hallar pastos (Gn. 4:10; cfr. 13:2, 3, 18 y 20:1).

En las escrituras, Jehová es presentado como pastor de Israel, especialmente de los fieles (Gn. 49:24). Cristo es el Buen Pastor. El no ha entrado furtivamente en el redil, sino por la puerta. Sus ovejas responden con confianza al oír sus nombres y rehúsan seguir a otros.

Al sacrificar su vida por ellas, les ha demostrado su amor (Jn. 10:1-18). Todos los que tenían una posición en la teocracia: profetas, sacerdotes, reyes, eran considerados por el pueblo como pastores subalternos; su infidelidad a Jehová es frecuentemente mencionada (Is. 56:11). (Ventura Villa & Escuin)

6.1.6 Anciano. En el Antiguo Testamento, magistrado, a la vez civil y religioso, que, hasta ahí donde podemos saber, era nombrado en virtud de su derecho de edad, a la cabeza de una casa patriarcal, de una familia de la tribu, o de la misma tribu (1 R. 8:1-3; Jue. 8:14, 16). Al tener la posición de jefe de una tribu o de las familias mas grandes, el anciano tenía la autoridad de príncipe. Ordinariamente, sólo los hombres de edad madura accedían a estas funciones. Otros pueblos, como los madianitas y moabitas (Nm. 22:4, 7), organizados en tribus tenían ancianos. Este título designa generalmente a altos funcionarios (Gn. 50:7). Gobernaban al pueblo (Dt. 27:1; Esd 10:8); representaban a la nación en las transacciones que la concernían (Ex. 3:18; Jue. 11:5-11; 1 S. 8:4); cuando se tenía que honrar a un huésped (Ex. 18:12); celebrar una alianza (2 S. 5:3), o celebrar actos religiosos (Lv. 4:13-15; Jos. 7:6).

En el Nuevo Testamento los términos anciano y episcopos (que significaba supervisor u obispo) eran intercambiables (cp. Hch. 20:17, 28; Tit. 1:5, 7) pero no eran totalmente sinónimos. El término de anciano (presbítero) denota la dignidad de su función, en tanto que epíscopo denota aquellos deberes que ejercía. (Ventura Villa & Escuin)

6.1.7 Líder. Del inglés leader, es una persona que actúa como guía o jefe de un grupo. Para que su liderazgo sea efectivo, el resto de los integrantes debe reconocer sus capacidades. El líder tiene la facultad de influir en otros sujetos. Su conducta o sus palabras logran incentivar a los miembros de un grupo para que trabajen en conjunto por un objetivo común. De acuerdo a su forma de ejercer la conducción del equipo, el líder puede ser considerado autoritario (toma las decisiones sin dar explicaciones al respecto), democrático (permite que todos opinen y decide por consenso) o laissez faire (es el líder liberal, aquél con una conducta pasiva que delega el poder en los demás). (WordPress, 2008-2016)

6.1.8 Cristiano. Título primeramente aplicado a los discípulos en Antioquia (Hch. 11:26). Agripa lo utilizó al dirigirse a Pablo (26:28). Pedro lo acepta, diciendo que sufrir <<como cristiano>> es motivo de acción de gracias (1 P. 4:16).

No pasó mucho tiempo antes de que la profesión externa de Cristo quedara separada de la verdadera fe en Él en la gran masa que lleva el nombre de cristiana en el mundo, y en la práctica esta gran masa vino a ser cualquier cosa menos seguidora de Cristo, como lo evidencian las Escrituras y la historia. (Ventura Villa & Escuin).

6.1.9 Iglesia. Etimológicamente proviene del latín ecclesia, cuyo origen se remonta a un vocablo griego ekklesia que significa asamblea, permite nombrar al templo cristiano. Cabe resaltar que en sus inicios se utilizó para referirse a la asamblea de ciudadanos para tratar asuntos políticos (Hch. 19:32). Este término también se aplica a las diversas dimensiones en

que se fraccionó el cristianismo las cuales tomaron forma social debido a que subsisten con una autoridad. (SIGNIFICADOS, s.f.)

La iglesia es la comunidad de todos los creyentes del Nuevo Testamento que han sido unidos por el lazo de la fe y de acción regeneradora del Espíritu Santos, de una manera vital, a Jesucristo. Esta iglesia espiritual es el cuerpo místico del Señor, del que se llega a ser miembro por el bautismo del Espíritu, y en este sentido solo es discernida por los de la fe (1 Co 12.13). (Ventura Villa & Escuin).

6.1.10 Cursos. El término “curso” deriva del vocablo latino *cursus*, que puede traducirse al español como “carrera”. Se trata de una palabra que hace referencia al periodo de tiempo establecido de forma anual para el dictado de clases en una institución educativa. El estudio sobre una materia y al grupo de alumnos que asisten a un mismo grado o mismo nivel académico también es considerado curso. (Gardey, 2010)

6.1.11 Conferencia. (del lat. *Conferentiâ*, de *conferrere*, juntar, comunicar). Plática entre dos o más personas para tratar de algún punto o negocio. (Americana, 1953).

Es una exposición que se realiza por una o más personas, sobre un tema cualquiera, generalmente de interés general, ante un público, al que se le permite intervenir mediante preguntas. Si no se permite formular preguntas se trata de un monólogo llamado conferencia fija, o más acertadamente, discurso.

Las conferencias de prensa son las que dan personas reconocidas por lo general ante un tema que preocupa a la opinión pública, ante periodistas de distintos medios, que pueden preguntar al conferencista para aclarar o complementar el tema desarrollado, y llevar tranquilidad o información a la población. En la iglesia católica se denomina conferencia episcopal, a una institución permanente que reúne a los obispos de un determinado territorio para ejercer las funciones pastorales.

El avance tecnológico permitió incorporar dentro de las conferencias algunas atractivas modalidades como la tele conferencia, o conversación a distancia, entre dos o más personas por medio de teléfonos o computadoras. La video conferencia, incorpora además, imágenes, a través de videos o dibujos. Las conferencias pueden tratar de los temas más variados, y se sugiere que el que expone sea un experto en la materia. Hay conferencias para lanzar un nuevo producto al mercado, exponiendo sus beneficios, sobre algún avance científico, o sobre alguna enfermedad, sobre problemas de seguridad o en pro de la paz. Por supuesto, los temas podrían seguir enumerándose hasta el infinito.

El orador debe tener la suficiente empatía para captar la atención de sus interlocutores, y responder las preguntas con la mejor predisposición posible, para que no resulte tediosa. Pueden desarrollarse a nivel particular, barrial, escolar, universitario, local, provincial, nacional o internacional, dependiendo del interés del tema que se aborde. (2017, s.f.).

6.1.12 Conferencista. Persona que diserta en público sobre algún punto doctrinal. (Americana, 1953).

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. El concepto de comunicación es difícil de establecer. Existen, según citan DANCE y LARSON (1976), más de ciento veintiséis definiciones de comunicación. No existe ningún estudio comparativo de los diferentes conceptos en español, si bien el Diccionario de la Lengua Española (1992: I) incluye once acepciones del vocablo “comunicación”.

Han sido muchos los significados dados al término comunicación. Es en los años setenta cuando se produce una explosión de obras y estudios acerca del concepto, apoyada por el auge de los medios de comunicación de masas, que tanto han influido en la delimitación de

los elementos comunicativos y en la aparición de estudios ad hoc. Previamente el propio DANCE (1970), que es el primer autor que trata de aclarar los matices del concepto de comunicación, establece quince componentes distintos en las diversas definiciones estudiadas por él. (Ongallo C. , 2007)

Según puede deducirse de las anteriores bases conceptuales, la comunicación es, ante todo, un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo. Como muchos procesos, el de la comunicación puede ser interrumpido en cualquiera de sus fases, o suspendido, en función de una serie de factores desencadenantes de unas u otras reacciones. (Ongallo C. , 2007)

Según Saussure, la comunicación "Es la facultad que tiene todo el ser humano para comunicarse mediante signos fónicos-acústicos, es decir, signos que el emisor produce oralmente y el receptor recibe auditivamente" (Moreno, 2014).

Entre los principales autores están:

- Bernard Berelson.
- Roland Barthes.
- Ferdinand de Saussure.
- Charles Sanders Peirce.
- Harold Laswell.
- Umberto Eco.

En el modelo de comunicación de Harold Laswell es posible apreciar la presencia de las concepciones conductistas o behavioristas en el panorama científico de la época, las que pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

El modelo de Laswell es un modelo descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los que podrían ser descriptos a partir de responder 5 interrogantes:

- ¿Quién dice? Que es la persona que se encarga de enviar el mensaje que comunmente conocemos como el emisor.

- ¿Qué dice? Es lo que se esta enviando, el mensaje, lo que el emisor quiere expresar.

- ¿Por qué canal? Medios de comunicación, el canal por el que se envia el mensaje.

- ¿A quién se dice? Son las personas a la que llega el mensaje o bien conocido como el receptor, es quién recibe el mensaje.

- ¿Con qué efecto? El impacto sobre la audiencia, el efecto que se quiere que el emisor capte o entienda.

Laswell considera que cuando se quiere llegar a gran cantidad de personas se debe considerar a quién va a codificarlo y con qué intenciones. (Mora, s.f.)

6.2.1.2. Comunicación Corporativa. Se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente. Según Joan Costa, la comunicación corporativa es el proceso que convierte la identidad corporativa en imagen corporativa. Se trata de una parte fundamental del proceso, pues la identidad corporativa solo tiene el valor si se comunica a empleados, accionistas y clientes.

6.2.1.3 Comunicación Organizacional. Fernández Collado define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”.

Según esta visión designa como herramientas:

- La comunicación interna: actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.
- La comunicación externa: actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.
- Las relaciones públicas: actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.
- La publicidad: mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.
- La publicidad institucional: actividad de las relaciones públicas, que evoca en los públicos una imagen favorable de la organización.

Por su parte, Trelles asevera que “la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes”. (Guerra, 2005).

6.2.1.4 Comunicación Intercultural. “El concepto de comunicación intercultural se refiere al proceso de la comunicación humana cuando ésta ocurre entre individuos o grupos que han vivido experiencias culturales diferentes”. (McEntee, 1998).

La comunicación intercultural tiene que ver con la comunicación entre diferentes culturas, es una interacción entre personas diferentes, que puede ser interpersonal o mediática. Tiene que ver con aspectos de intercambio de información entre personas o grupos que han experimentado experiencias culturales diferentes o diversas, las cuales influyen en la manera en que estamos y somos.

La comunicación intercultural, podemos decir también, es un nuevo campo de investigación: hay que investigar el apellido intercultural, concepto que está en discusión.

Hay muchas definiciones y conceptos acerca del multiculturalismo y la interculturalidad, hay diferentes maneras de verlos. Entre muchas cosas tenemos la oportunidad de investigar estas diferentes maneras de concebir a la interculturalidad; además de aspectos del lenguaje, que puede ser distinto. También las diferencias en las formas de expresión cultural, por mencionar algo.

Lo diferente se refiere a distintas culturas, pero también a los grupos minoritarios (homosexuales, discapacitados, grupos étnicos, etc.). La interculturalidad no se refiere necesariamente a la interacción entre personas de diferentes culturas, sino a la interacción entre las personas que podemos tener contacto con diferentes culturas, ya que con estos conocimientos vamos adquiriendo maneras distintas de pensar, significados diversos.

La comunicación en general y la comunicación intercultural en particular, nunca va a ser perfecta, sin embargo si pueden mencionarse algunos aspectos que podemos poner en práctica al acercarnos al otro y generar una comunicación intercultural.

- Para tener una buena, o más efectiva, comunicación intercultural debemos ser muy claros.
- Se deben tomar en cuenta varios elementos, como no cerrarse a conocer nuevas cosas, a los otros, y otras culturas; las similitudes y diferencias en las costumbres y los usos (por ejemplo las artesanías que hacemos diferentes en cada grupo social).
- Es primordial el contacto con las demás personas, no aislarnos en nuestro mundo. Interactuar, comprender a las otras etnias, culturas o grupos.
- Es importante el conocimiento e intercambios entre diferentes culturas, el conocimiento de los significados diversificados que puede haber. También debemos tomar en cuenta que aunque seamos o pertenezcamos a la misma cultura tenemos diferentes conceptos, diferentes maneras de ver las cosas y a veces tenemos que adaptarnos a esos significados distintos. Lo que se ve acentuado en la relación intercultural.

La comunicación alternativa, comunitaria y/o ciudadana podrían tomarse como parte del proceso de comunicación intercultural, donde se toman en cuenta las necesidades de las comunidades, quienes vivimos en una diversidad de pensamientos, necesidades y costumbres.

Hay experiencias de medios comunitarios como la radio o prensa alternativa, además de estrategias de comunicación como galerías y exposiciones comunitarias, los recuentos y recopilación de relatos comunitarios, como historias de los abuelos, leyendas, mitos. También tenemos los museos comunitarios, además del uso del video (por ejemplo, documentales sobre las fiestas y celebraciones), así como el teatro comunitario. Estos trabajos y esfuerzos comunitarios, pueden contener información en las lenguas originarias de la región donde se desarrollan, para una mejor difusión de estos trabajos.

A lo largo de nuestra experiencia en la UVI hemos tenido experiencias de comunicación intercultural. Un ejemplo pueden ser las experiencias que algunas de nosotras hemos tenido

al trabajar con los jóvenes, donde nos hemos encontrado con que la diferencia de edad también es parte de la interculturalidad; donde la diferencia generacional influye. En estos casos intentamos ponernos en su lugar pero las circunstancias son distintas. La manera de referirse a las personas cambia.

También hemos tenido experiencias con algunos grupos de artesanos, donde podemos ver que existen diferentes formas de comunicarse. En la parte de la gestión también podemos detectar diferencias, por ejemplo las maneras de referirse a las instituciones son diferentes, además en la comunidad nos portamos de forma distinta. Las formas de relación son diversas. Las maneras de acercarse a cada pueblo varían; cambian e influye en las personas.

En la comunicación intercultural también existen las diferentes variedades lingüísticas y con ellas nos hemos topado al no saber de la lengua que se habla en los lugares donde desarrollamos nuestra investigación, ya que de esta forma se rompe el diálogo que se tiene con la gente de la comunidad, que nosotras al querer saber la opinión de alguien que sólo habla en lengua materna y que en nuestro caso es la Totonaca, se corta la información.

Otro aspecto a tomar en cuenta son las diferentes cosmovisiones de las comunidades. Dentro de los procesos de gestión se ve reflejada dicha comunicación intercultural a cada momento en la interacción estudiante-comunidad o investigador-comunidad/actor(es) social(es). Las diferencias aparecen. No siempre la gente piensa lo que nosotros pensamos que creará o necesita lo que pensamos que necesita. Hay diferentes personalidades y por tanto maneras de relacionarse. Es difícil generar la autogestión en los grupos comunitarios. Siempre hay diferentes propuestas. No siempre se toma en cuenta la generación de los ingresos.

Los anteriores son aspectos que siempre se presentan, pero al desarrollarnos en contextos interculturales la cosa es más compleja, y es aquí donde destacamos la importancia de

estudiar los fenómenos y cuestiones que tienen que ver con la comunicación intercultural y las diferentes herramientas y medios para acercarnos al otro, a la comunidad. (Estudiantes, 2009).

6.2.1.5 Comunicación Social. Desde una perspectiva académica, se entiende la Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social. La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre Comunicación y Cambio Social es bidireccional, en la que tanto la comunicación afecta a la sociedad, como la sociedad a la comunicación, por lo que no se plantearía una visión reduccionista del cambio social.

Hemos elegido las palabras “Cambio Social” porque no están cargadas de significado moral. El cambio social puede ser hacia la opresión de los individuos o hacia la autonomía de estos. La moral aparece cuando se decide en qué dirección de cambio social se quiere trabajar. El compromiso con una de estas dos direcciones implicará, por tanto, no sólo una elección epistemológica, sino también de modo de vida. Quizás esta diferenciación no sea muy clara pero, por suerte, y esto representa una de las principales características de la Comunicación Social, esta disciplina tiene una vertiente aplicada: se obtienen datos de la práctica para la investigación pero, además, se traspasan los conocimientos académicos a la práctica. Por esto, lo mejor es ver mediante ejemplos concretos a qué nos referimos por Comunicación Social, la que trabaja para la autonomía de los individuos con ejemplos concretos. Destacamos tres iniciativas que persiguen el cambio social a través del uso de herramientas

de comunicación: radios comunitarias, alfabetización mediática y periodismo ciudadano. (Social, 2012).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. No existe un concepto fundamental de diseño pero podemos considerar el siguiente por Robert Gllam Scott, él establece que diseñar es una acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida lo que significa que en casi todo lo que realizamos tienen algo de diseño como lavar los platos. Ciertas acciones son no solo intencionales, sino que terminan por crear algo nuevo, es decir, son creadoras. Tomando en cuenta estas definiciones, podemos concluir que diseño es, según Robert Gllam Scott, toda acción creadora que cumple su finalidad. (Scott)

6.2.2.2 Diseño Editorial. Hoy en día, el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales y el diseño editorial es fundamental para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real. En el libro Diseño Editorial “Lo que deber saber” escrito por Diego Luis Álvarez Fernández establece que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. (Fernández, 2009)

6.2.2.3 Maquetación. Al realizar materiales de diseño editorial se debe lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación. La maquetación llamada también diagramación, consiste en componer gráficamente los elementos textuales y gráficos que componen el contenido de la publicación. (Eguaras, 2015)

6.2.2.4 Diseño Gráfico. Es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la

actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.

Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores. (Wucius Wong)

6.2.2.4 El color. Es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro. Se trata de un fenómeno físico-químico donde cada color depende de la longitud de onda. Al considerar el color se toman en cuenta tres dimensiones:

- Matiz. La experiencia de un determinado color cromático.
- El Brillo. La luminancia percibida de un color. Se establece una escala desde lo más luminoso hasta llegar a lo invisible.
- La Saturación. Es la proporción de blanco que tiene mezclado un color cromático.

(Casanova, s.f.)

6.2.2.4.1 Colores CMYK. Esta división de los colores se aplica a medios impresos. En el modos CMYK, a cada píxel se le asigna un valor de porcentaje para las cintas de cuatricomía. Los colores mas claros tienen un porcentaje pequeño de tinta, mientras que los más oscuros tienen mayores porcentajes de tinta. Los diferentes matices se darán por las variaciones de las cuatro tintas en diferentes porcentajes desde 0% al 100%. (Ivanovic, s.f.)

6.2.2.4.2 El Azul. Es uno de los colores primarios. Existen aproximadamente unas 110 tonalidades de éste. Es un color atemporal, razón por la que, las personas se visten de azul en cualquier época y para asistir a todo tipo de eventos. (Luna, 2014)

El azul es verdad, sabiduría, inteligencia, está asociado al recogimiento, al espacio, inmortalidad, cielo y agua como elementos representativos de paz y quietud.

Este color se relaciona con los introvertidos, los tímidos, pacientes y tolerantes; personalidades concentradas en sí mismas o de rica vida interior y está vinculado con la circunspección y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de la fantasía y simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. Mezclado con blanco es pureza, fe y cielo, y mezclado con negro, desesperación, fanatismo e intolerancia. (Peña J. A., 2010)

Autoridad, Calma, Confidencia, Dignidad, Consolidación, Lealtad, Poder, Éxito, Seguridad, Confianza.

Aunque el color azul representa la calma, también puede suscitar imágenes de autoridad, éxito y seguridad. La mayoría de las personas puede decir que les gusta al menos un tono de azul. Es probablemente el color más popular en el diseño de logos y puede ser visto de manera extensa en sectores gubernamentales, medicina, así como en la selección de Fortune 500 (Nota del Traductor: Fortune 500 es el ranking de las mayores corporaciones norteamericanas, publicado cada año por la revista Fortune. En este enlace pueden observar un compendio de los logos). (Dan, 2009).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia que estudia sistemas de signos: códigos, lenguas, señales, entre otras. Esto abarca todos los sistemas de signos: el alfabeto de los sordomudos, las señales de tráfico, los códigos, el alfabeto Morse, etc. El lenguaje se exceptúa de esta definición, debido a su carácter especial, y por ello, la semiología se puede definir como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

Para Ferdinand de Saussure, teórico suizo de principio del siglo 20, la semiología es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. El estudio de los signos es indispensable para nuestra comunicación, nuestra necesidad de expresión e interpretación de los complejos mensajes de nuestro entorno, vivimos en un mundo de signos, por ello la semiología es fundamental para establecer la diferencia entre términos que se usan indistintamente como signo, índice, ícono, señal. (Andrade, 2013)

6.3.1.2 Psicología de la comunicación. Definir un concepto como comunicación no es una tarea fácil, ya que la amplitud del mismo, ha dado lugar a conceptualizaciones muy diferentes. Tal vez, esta diversidad evidencia la dificultad de desligar la comunicación del propio hecho de existir y relacionarnos con los demás, por medio de diversos códigos, en función de la especie.

Códigos y pautas comunicativas que adquirimos, sin menospreciar el importante papel que juega la herencia y el substrato biológico, en las situaciones de intercambio social en las que vivimos.

La comunicación es tal vez una de las funciones psicológicas más evidente del ser humano. Éste comunica ideas, intenciones, deseos, afectos, actitudes, instrucciones, incluso de desarrollar un instrumento privilegiado de la comunicación humana: el lenguaje. (Torres, 2012)

6.3.1.3 Psicología de la Color. El lenguaje del color es importante en el uso del color. Los individuos desarrollan un lenguaje de color, conforme maduran, basándose en el uso común y cultural. Debido a este hecho el uso cultural del color se considera al diseñar.

Los colores despiertan respuestas emocionales específicas en las personas. El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan de las diferentes ambientes creados por el color.

Colores cálidos. Aquí se encuentra el rojo con la máxima saturación en el círculo cromático como color más ardiente en su estado más intenso. Los colores ardientes se proyectan hacia fuera y atraen la atención. Estos colores son fuertes y agresivos y afectan a la gente de muchas maneras como el aumento de la presión sanguínea y a la estimulación del sistema nervioso.

Colores fríos. El color remite en los fríos es el azul en su máxima saturación. En su estado más brillante es dominante y fuerte. Nos recuerdan al hielo y a la nieve y los sentimientos son los opuestos a los ardientes, aminora el metabolismo y aumenta la sensación de calma.

Colores claros. Estos son los colores más pálidos. Toman su claridad de una ausencia de color visible en su composición, son casi transparentes. Los colores claros oscurecen los alrededores y sugieren liviandad, descanso, suavidad y fluidez.

Colores oscuros. Estos son los que tienen negro en su composición y hacen los espacios más pequeños. Sugieren el otoño y el invierno y comúnmente se combinan con un color claro para representar los opuestos de la naturaleza como el día y la noche.

Colores brillantes. La claridad de estos se logra con la omisión del gris o del negro. Los colores brillantes son vívidos y atraen la atención. Son colores alegres, perfectos para ser utilizados en envases, moda y publicidad. (Peña J. A., 2010)

6.3.1.4 Andragogía. Es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto, proviene de la voz latina *adultus*, que puede interpretarse como "ha crecido" luego de la etapa de la adolescencia. El crecimiento biológico del ser humano llega en un momento determinado al alcanzarse su máximo desarrollo en sus aspectos fisiológicos, morfológicos y orgánicos; sin embargo desde el

punto de vista psico-social, el crecimiento del ser humano, a diferencia de otras especies, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente.

Educar al individuo en su etapa adulta y establecer la manera más efectiva de hacerlo, ha sido una permanente preocupación de varios investigadores y docentes, tales como Eduard Lindeman, Malcolm Knowles, Félix Adam, Adolfo Alcalá, quienes, a través de sus escritos e investigaciones, han formulado sus ideas, conceptos, propuestas y planteamientos relacionados tanto con la teoría, como con la praxis dentro del proceso educativo. (YTURRALDE, 2016)

6.3.1.5 Etnología.

El vocablo etnología está compuesto por voces griegas, erigida a partir de “ethnos” que quiere decir “pueblo” o “nación”, además de “logos” que significa “estudio” o “tratado” y por el sufijo “ia” de alude a una “cualidad”; por lo que se puede entender que se trata de una ciencia que se ocupa del estudio de las costumbres de los pueblos humanos. La RAE declara que la etnología es la “Ciencia que estudia las causas y razones de las costumbres y tradiciones de los pueblos”. Esta disciplina como parte de las ciencias sociales y de la diversidad cultural se apoya en el completo análisis de las producciones e invenciones de todo aquello concerniente a los diferentes grupos sociales humanos existentes.

De manera general la etnología busca estudiar e instaurar las diferentes relaciones entre las característica de los diversos grupos humanos partiendo de sus diferentes aspectos y elementos tales como la relación o parentesco que guardan las sociedades del mundo y su influencia en él; las religiones y expresiones de tipo simbólicas que trascienden en la historia; la subsistencia además de los sistemas económicos de las civilizaciones; comprende además las distintas organizaciones sociales, familiares y sistemas políticos; pero es en la diversidad

cultural en la cual la etnología se basa más donde se comprende la cultura como una pluralidad.

El misionero franciscano, Bernardino de Sahagún es considerado como el padre de la etnología, este personaje realizó grandes escritos sobre los grupos étnicos, uno de ellos llamado “Historia general de las cosas de la Nueva España”, que trataba de un análisis de los rasgos de los grupos étnicos con un criterio de tipo científico; también elaboró una obra bilingüe, dado a que fue escrita en español y en la lengua náhuatl.

Años atrás la etnología era considerada como la que se ocupaba del estudio de aquellas sociedades “sin escritura” o primitivas; pero dado a su gran controversia fue rechazado el término “primitivo” debido a que puede percibirse como algo salvaje o bárbaro; pues así lo veían los autores del siglo XIX, así que fue removida dicha acepción sobre esta ciencia humana. (Venemedia, 2015)

6.3.1.6 Deontología.

Kant define el deber como "la necesidad de una acción por respeto a la ley". (Cruz, s.f.)

El término deontología profesional hace referencia al conjunto de principios y reglas éticas que regulan y guían una actividad profesional. Estas normas determinan los deberes mínimamente exigibles a los profesionales en el desempeño de su actividad. Por este motivo, suele ser el propio colectivo profesional quién determina dichas normas y, a su vez, se encarga de recogerlas por escrito en los códigos deontológicos. A día de hoy, prácticamente todas las profesiones han desarrollado sus propios códigos y, en este sentido, puede hablarse de una deontología profesional periodística, de una deontología profesional médica, deontología profesional de los abogados, etc.

Es importante no confundir deontología profesional con ética profesional. Cabe distinguir que la ética profesional es la disciplina que estudia los contenidos normativos de un colectivo

profesional, es decir, su objeto de estudio es la deontología profesional, mientras que, tal como se apuntaba al comienzo del artículo, la deontología profesional es el conjunto de normas vinculantes para un colectivo profesional.

El término deontología procede del griego: *to deon* (lo conveniente, lo debido) y *logía* (conocimiento, estudio...); lo que significa, en términos generales, el estudio o la ciencia de lo debido. El objeto de estudio de la Deontología son los fundamentos del deber y las normas morales. El concepto de deontología fue acuñado por Jeremías Bentham en su obra *Deontología o ciencia de la moral*, donde ofrece una visión novedosa de esta disciplina. Para Bentham, la deontología se aplica fundamentalmente al ámbito de la moral; es decir, a aquellas conductas del hombre que no forman parte de las hipótesis normativas del derecho vigente, aquellas acciones que no están sometidas al control de la legislación pública. Esto sugiere una de las intenciones de la redacción de los códigos deontológicos: explicitar la dimensión estrictamente moral de una profesión, aquellos comportamientos exigibles a unos profesionales, aunque no estén delimitados jurídicamente, o quizá, por ello mismo.

La primera alusión al término deontología la hizo Bentham en su obra *Science de la Morale* (París, 1832). Con ella quería dotar de un enfoque algo más liberal al concepto ética y convertir en un concepto laico el término, hasta entonces religioso, moral. En otras palabras, pretendía lograr la fórmula kantiana, esquivando la carga de subjetividad de la moral y la ética. En "*Deontología o ciencia de la moral*" busca el racionalismo, con un mecanicismo casi matemático con el que valorar los comportamientos por su utilidad. Sin embargo, el intento de Bentham por cambiar el contenido de la moralidad por un concepto más "aséptico" y menos valorativo, no logró esa transformación por el mero hecho de acuñar un nuevo término. Es decir, aun hoy, cuando nos referimos al término deontología, seguimos relacionando está con la ética y/o la moral.

Bentham considera que la base de la deontología es el utilitarismo, lo que significa que los actos de las personas se consideran buenos o malos en función de la felicidad global que puedan generar. Según este marco teórico, el fin de una acción debe ser conseguir la máxima felicidad para el mayor número de personas. De este modo, toda acción que conduzca a ese fin, será aceptada como moralmente correcta.

¿Qué es aquello a lo que podemos denominar bien en sí o bien incondicional? En nuestro contexto sociocultural actual, es la dignidad de cada persona, que debe ser admitida y garantizada jurídicamente y defendida políticamente. La dignidad es aquello que debe constituir el núcleo principal de toda ética filosófica y de toda deontología profesional que se precie.

Emmanuel Derieux sostuvo que, gracias a la deontología, la ética profesional adquiere un reconocimiento público; y es que la moral individual se hace trascendente en el campo de la profesión. La deontología surge como una disciplina que se ocupa de concretar normas en el ámbito profesional para alcanzar unos fines.

Como dice P.Barroso en el Diccionario de Ciencias y Técnicas de Comunicación, “Ética es la ciencia filosófico-normativo y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona a tenor de la moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, teniendo siempre como fin el bien honesto, la honestidad”. A partir de esta definición se deduce su:

Objeto material: realidad que constituye el objeto de estudio. En ética es la persona, el ser y la configuración virtuosa o viciosa que se dé a sí o cada uno a través de las acciones. Son susceptibles de calificarse como éticas pues, las acciones humanas que son libres (dependen de la voluntad de la persona). Formal. Punto de vista según el cual las acciones son calificadas como buenas o malas. Se denomina moralidad y se basa en valores y normas.

Conocimiento (Ciencia): Aquello que se sabe de manera cierta y sus causas. Doctrina ordenada que constituye una rama particular del saber humano. Disciplina filosófica. La ética como disciplina filosófica intenta a través de métodos de análisis y experiencia propios de la filosofía, elaborar los conceptos y argumentos para comprender la dimensión moral de la persona.

La moral se puede justificar desde tres perspectivas: la Metaética (viendo qué son los juicios morales como juicios de valor), la Ética normativa y mediante la propuesta de unas reglas prácticas para la discusión, escapando del "todo vale".

Metaética: Con este término se designa al estudio sobre la significación, el sentido y la evolución histórica de los conceptos éticos. En un principio se distinguen dos grandes grupos de teorías: Las Cognoscitivistas o Descriptivistas (dicen que podemos conocer la ética o moral en términos de conocimiento verdadero) y las No cognoscitivistas o no descriptivas (en las que no cabe conocimiento propiamente dicho). Dentro de las Descriptivistas, distinguimos las naturalistas (sostienen que los términos éticos describen propiedades observables de las cosas); con el utilitarismo como ejemplo. Y, por otro lado, las teorías no naturalistas (creen que los juicios de valor son verdaderos o falsos, pero las características de las cosas no son observables por la experiencia); con el intuicionismo como ejemplo. Dentro de las teorías No Descriptivistas, podemos encontrar el Emotivismo (que sostiene que con afirmaciones morales no expresamos conocimiento, sino emociones con las que intentamos influir o incidir en las emociones y comportamientos de los demás); y el Prescriptivismo (que enuncia que al hacer juicios morales no describimos las cosas "que son", sino "las que deberían ser"; es decir, expresamos imperativos, enunciamos normas).

Ética normativa: Distinguimos las teorías Deontológicas y Teleológicas; incluyendo un tercer grupo: la Ética de la virtud. A grandes rasgos, exponemos las principales diferencias.

Las Teorías Deontológicas que tienen como concepto principal el "deber previamente establecido", están inspiradas en Kant. Las Teorías Teleológicas se basan en las consecuencias, y su corriente principal es el utilitarismo. Y, la Ética de la virtud se basa en las actitudes de las personas, con la corriente de Aristóteles como base teórica.

Podemos señalar una serie de características que conforman la Ética de la Virtud según Aristóteles.

Para Aristóteles, el orden social en los modos de vida está directamente ligado con el orden natural de los mismos. Aristóteles considera que, lo bueno es hacia lo que tienden las cosas de forma natural. Dicho de otra forma, todo aquello que es natural es, según este autor, bueno. Sin embargo, esta teoría no está libre de crítica. Es, precisamente, la absolutización de su postura la que genera más desacuerdo, ya que no podemos probar, a ciencia cierta, que lo natural puro exista. Por otra parte, muchas cosas de las que consideramos "naturales", nos vienen dadas por la cultura. Además, no podemos olvidar el hecho de que la naturaleza evoluciona, no es estática, por lo que si ésta es susceptible de cambio, lo bueno también se vería afectado.

Propuesta intermedia: La vía intermedia se basaría en una idea prescriptivista y también en una perspectiva deontologista. Pero esto no significa que sea incompatible con otros puntos de vista. Es una propuesta teórica, a la par que práctica. Sus principales características serían: un punto de vista moral, el diálogo, la racionalidad práctica y la coherencia y universalidad (relacionadas con la idea de imparcialidad).

Podemos señalar una serie de características que conforman la deontología kantiana.

Kant, al definir la deontología, hace referencia al deber y a las obligaciones, no nos habla de una ética relacionada con el porvenir del hombre, de sus objetivos o de sus aspiraciones en

la vida, más bien, enfoca la ética a una ética del deber, la cual establece pautas de comportamiento que se deben seguir o leyes que regulan a los ciudadanos.

Se podría considerar como una ética independiente y formal si tenemos en cuenta que no ofrece contenidos, no establece pautas para llevar una vida que se pueda considerar “buena” o “mala”.

Mencionar por último, su implicación con el criterio de capacidad de universalización, que posibilita diferenciar entre máximas de tipo moral y las que no lo son.

Al igual que sucede con la teoría de Aristóteles, la teoría de Kant también es objeto de crítica: En primer lugar, a Kant se le puede criticar que, al relacionar la ética con cómo deben hacerse las cosas, está universalizando el concepto, porque presupone que todos debemos entenderla del mismo modo. No obstante, la ética está ligada a la moral, y ésta también es particular a cada persona. Por lo tanto, probablemente el deber, no es visto igual por todos.

En segundo lugar, Kant establece cómo hay que actuar, pero no nos dice si eso es bueno o no. La ética no se refiere sólo a la forma, sino también al fondo de las cosas.

Por último, Kant olvida por completo el sentimiento humano: según él tenemos que actuar en base al deber y no en base a lo que de verdad queremos hacer. En este sentido, actuar conforme al deber nos aleja de la felicidad.

Objetivos

Todo profesional está y debe estar sometido a controles sociales más o menos rigurosos que permitan exigirle responsabilidades de muy diversa índole en relación con sus actos, de ahí la necesidad de establecer unos principios éticos. Independientemente de la propia conciencia, que debiera ser quién más rigiera el cumplimiento de los códigos morales, existe la figura de los colegios profesionales para mantener, promover y defender la deontología.

Éstos vigilan el cumplimiento de determinados niveles de exigencia, de competencia y de calidad en el desempeño del trabajo de sus colegiados.

El Estado, al convertir a los colegios profesionales en corporaciones a través de mecanismos legales, propicia el modo de mantener la deontología profesional. Les encarga funciones públicas y les dota de la potestad de imponer una determinada disciplina a todos los profesionales pertenecientes a este colectivo.

Para que se pueda pedir responsabilidad por actuaciones profesionales se precisan dos requisitos: la independencia y la libertad. El profesional debe ser independiente en el momento de tomar decisiones y debe ser enteramente libre de ejecutarlas.

La deontología es de sumo interés para el mundo profesional, y en concreto, para profesiones que comportan una elevada responsabilidad social (médicos, abogados, docentes, psicólogos, periodistas...). Esa deontología busca un equilibrio entre un determinado estilo de vida moral (lo que antes denominábamos *êthos* o carácter moral) y un alto nivel de profesionalidad técnico-científica. Esta doble dimensión ha de tratarse con armonía y equilibrio para una mayor dignificación de cualquier actividad laboral.

Ética y moral

Estos dos términos proceden uno del griego, <êthos> (=carácter), y otro del latín, <mos-moris> (=costumbre). Ambos tienen la misma raíz semántica y por tanto la misma significación original. Por ello Ética y Moral, etimológicamente, se identifican y se definen como la "ciencia de las costumbres". Sin embargo, con el tiempo ambos vocablos han evolucionado hacia significaciones distintas.

El concepto de moral están sujetos a diferentes usos dependiendo de cada autor, época o corriente filosófica. Por este motivo es necesario identificar las características de ambos términos para poder establecer las distinciones y semejanzas pertinentes.

La moral hace referencia a todas aquellas normas de conducta que son impuestas por la sociedad, se transmiten de generación en generación, evolucionan a lo largo del tiempo y poseen fuertes diferencias con respecto a las normas de otra sociedad y de otra época histórica. El fin último que persiguen estas reglas morales es orientar la conducta de los integrantes de esa sociedad.

Por su parte, la ética es el hecho real que se da en la mentalidad de algunas personas, es un conjunto de normas, principio y razones que un sujeto ha realizado y establecido como una línea directriz de su propia conducta.

En ambos casos se tratan de normas, de percepciones, y de "deber ser". Por tanto, podemos afirmar que existen tres niveles de diferenciación:

1. El primer nivel reside en la Moral, es decir, en las normas de origen externo que condicionan la mentalidad del individuo.
2. El segundo nivel en la ética conceptual, entendida como el conjunto de normas de origen interno, personal y autónomo.
3. El tercer nivel es la Ética axiológica como conjunto de normas originadas en una persona dada una reflexión previa sobre ciertos valores. (Saco, 2014)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Tipografía. Se denomina tipografía a la disciplina que estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. La tipografía tiene una dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuenta con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. Pero tiene además una dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y

el desarrollo intelectual del hombre. Entendida como disciplina, la tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico. (Juarez)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Fue Isaac Newton (1641-1727) quien tuvo las primeras evidencias (1666) de que el color no existe. Encerrado en una pieza oscura, Newton dejó pasar un pequeño haz de luz blanca a través de un orificio. Interceptó esa luz con un pequeño cristal, un prisma de base triangular, y vio (percibió) que al pasar por el cristal el rayo de luz se descomponía y aparecían los 6 colores del espectro reflejados en la pared donde incidía el rayo de luz original: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta.

El color es pues un hecho de la visión que resulta de las diferencias de percepciones del ojo a distintas longitudes de onda que componen lo que se denomina el “espectro” de luz blanca reflejada en una hoja de papel. Estas ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 400 y los 700 nanómetros; más allá de estos límites siguen existiendo radiaciones, pero ya no son percibidos por nuestra vista. (Santos)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. “Menos es más”. Esta frase del arquitecto alemán Mies Van Der Rohe se ha convertido en la máxima definición del minimalismo.

El diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido.

Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza.

Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad -no simpleza- de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones. (Judith Febrer, 2010)

CAPÍTULO VII. PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

CAPÍTULO VIII. VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII. Validación Técnica

8.1 Población y Muestreo.

Para la aprobación de este proyecto se deberá validar lo propuesta preliminar de la guía impresa, por lo que se tomó como referencia a 27 personas, hombres y mujeres. Estas personas se dividirán en distintas categorías: Profesional, Grupo Objetivo y Cliente.

8.2 Método e Instrumento.

La técnica de investigación que se utilizará para esta validación es la encuesta, se basará en el modelo de selección múltiple, para que su evaluación sea cuali y cuantitativamente. Dicha encuesta se dividirá en tres partes a evaluar: Parte Objetiva, Parte Semiológica y Parte Operativa.

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Género: Masculino _____ Femenino _____

La Misión Cristiana Camino y Verdad “El Amor mas Grande”, carece de una guía que los ayude a poder enseñar el curso de liderazgo que se imparte en la misión, como medio de comunicación entre pastores, líderes y miembros de la congregación.

Es entonces donde se propone:

Diseño de guía impresa para los conferencistas que impraten el curso de liderazgo titulado Conocimiento Básico de la Palabra de Dios. Misión Cristiana Camino y Verdad.

Instrucciones.

Responda las preguntas que se le presentan, marcando la opción que considere según su experiencia, criterio, gustos y preferencias.

Parte Objetiva.

1. ¿Considera importante la implementación de una guía impresa para enseñar cursos dentro de alguna institución?

Sí No

2. ¿Considera que la investigación previa ayuda a la implementación de una mejor guía y fundamentar este proyecto?

Sí No

3. ¿Cree importante un conocimiento fundamental en el curso de liderazgo impartido en la iglesia para ser aplicado en la guía?

Sí No

Parte Semiológica.

4. Según su opinión y conocimiento, los colores utilizados en la guía son:

Muy Apropriados Medianamente Apropriados Nada Apropriados

5. Considera que la diagramación utilizada dentro de la guía es:

Muy Apropriada Medianamente Apropriada Nada Apropriada

6. Según su criterio y conocimiento, la tipografía utilizada en la guía es:

Muy Apropriada Medianamente Apropriada Nada Apropriada

Parte Operativa.

7. Considera que la orientación vertical de la guía es:

Muy Apropriada Medianamente Apropriada Nada Apropriada

8. Considera que el tamaño físico de la guía es:

Muy Apropriada Medianamente Apropriada Nada Apropriada

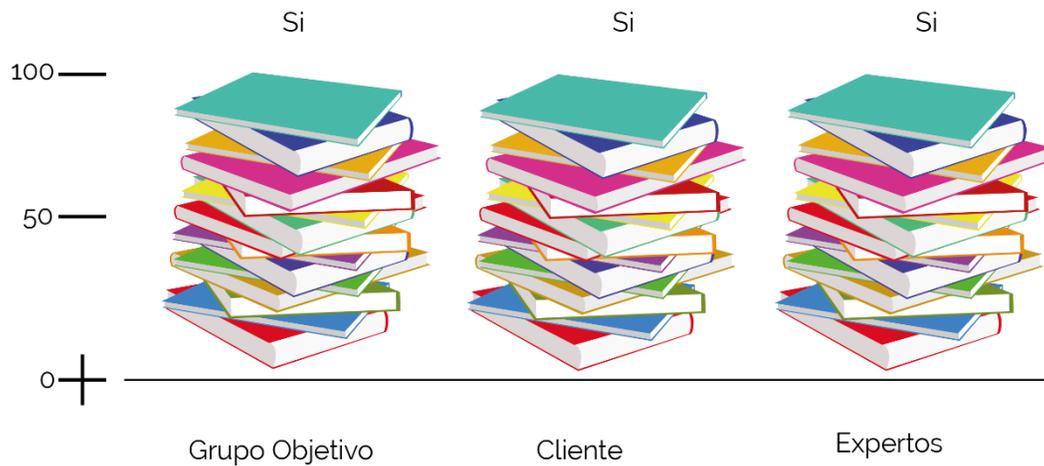
9. Considera que la forma de presentar la información dentro de la guía es:

Muy Apropriada Medianamente Apropriada Nada Apropriada

8.3 Resultados e interpretación de resultados.

8.3.1 Parte Objetiva

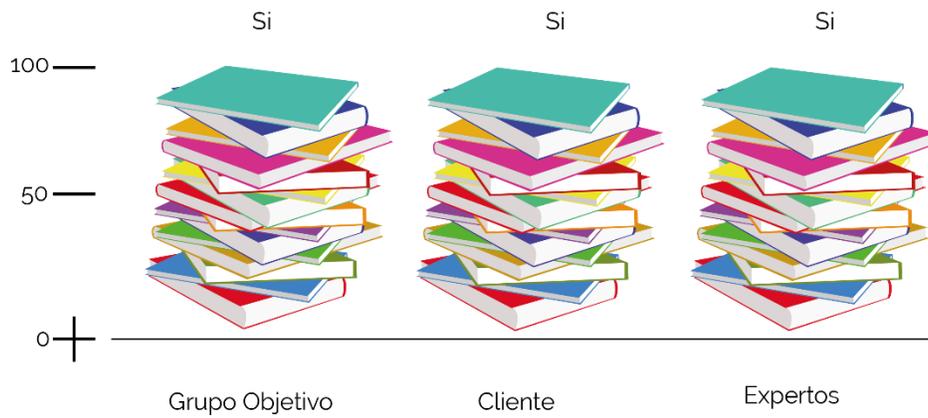
1. ¿Considera importante la implementación de una guía impresa para enseñar cursos dentro de alguna institución?



Interpretación.

El 100% de los encuestados considera importante la implementación de una guía impresa para enseñar cursos dentro de alguna institución.

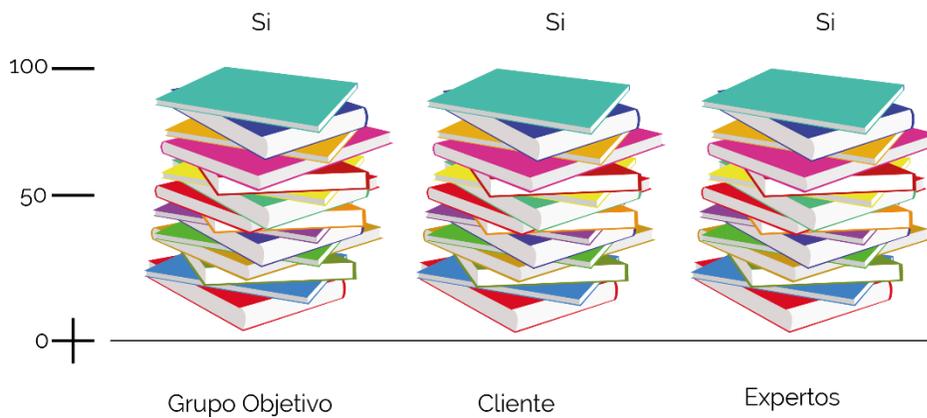
2. ¿Considera que la investigación previa ayuda a la implementación de una mejor guía?



Interpretación.

El 100% de los encuestados considera que la investigación previa ayuda a la implementación de una mejor guía.

3. ¿Cree importante un conocimiento fundamental en el curso impartido para ser aplicado en la guía?

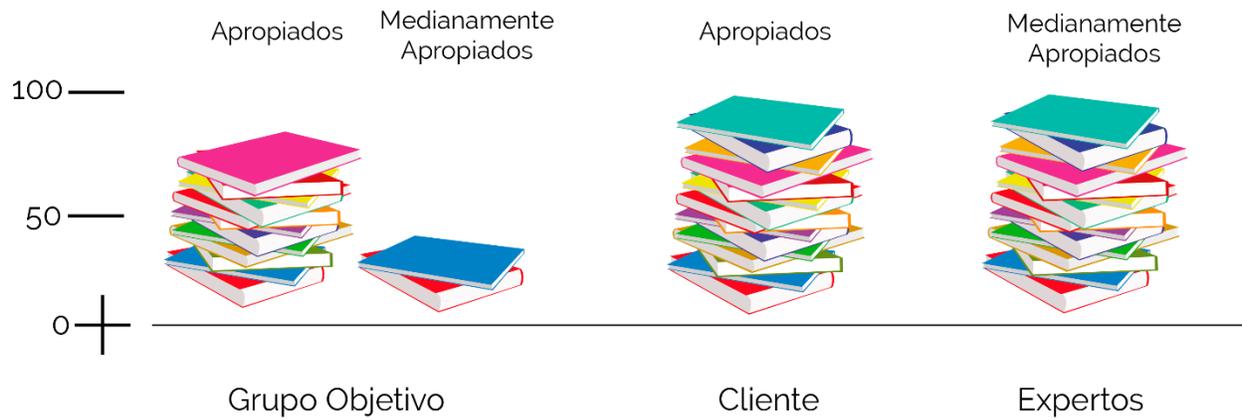


Interpretación.

El 100% de los encuestados considera importante tener un conocimiento fundamental en el curso impartido para ser aplicado en la guía.

8.3.2 Parte Semiológica.

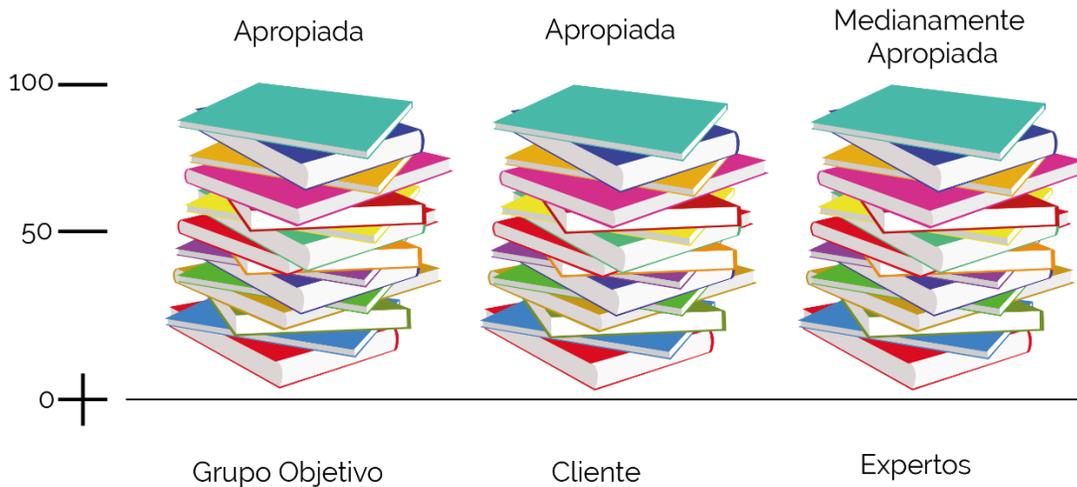
4. Según su opinión y conocimiento, los colores utilizados en la guía son:



Interpretación.

En el grupo objetivo, el 80% de los entrevistados encontró muy apropiados los colores y el 20% medianamente apropiados. El cliente encontró muy apropiados los colores. En el grupo de expertos el 100% encontró los colores medianamente apropiados.

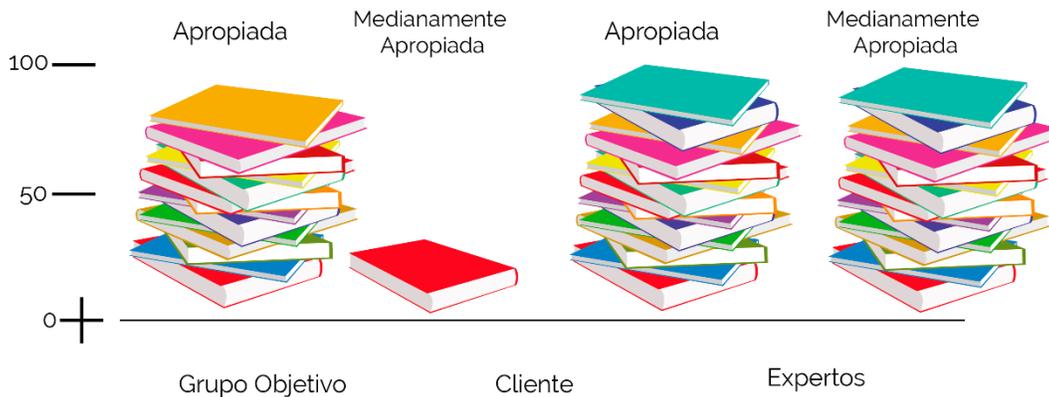
5. Considera que la diagramación utilizada dentro de la guía es.



Interpretación.

En el grupo objetivo y con el cliente, el 100% de los entrevistados encontró apropiada la colocación del texto. En el grupo de expertos, 100% encontró medianamente apropiada la colocación del texto dentro de la guía.

6. Según su criterio y conocimiento, la tipografía utilizada en la guía es:

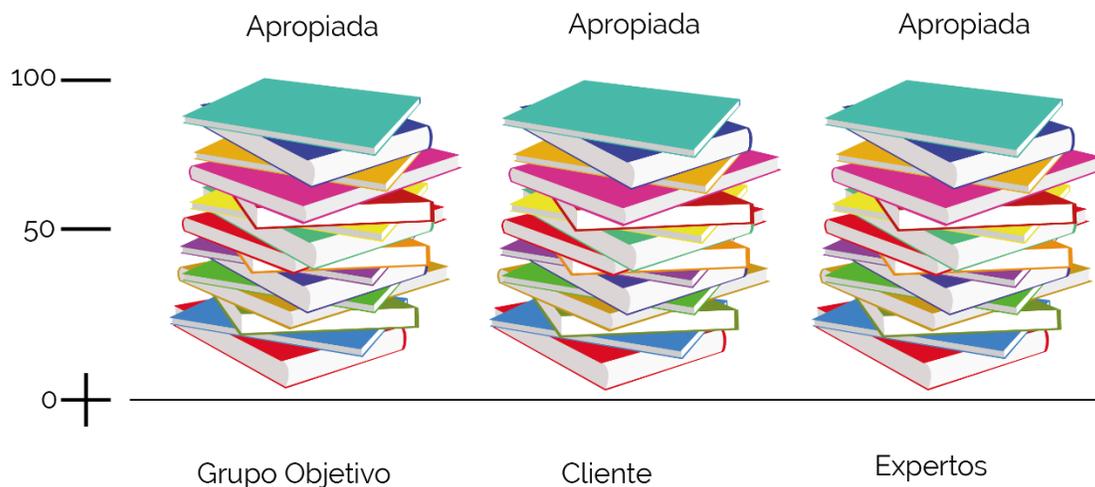


Interpretación.

En el grupo objetivo, el 95% encontró la tipografía apropiada, mientras que el 5% la encontró medianamente apropiada. El cliente encontró apropiada la tipografía, mientras que en el grupo de expertos, el 100% encontró la tipografía medianamente apropiada.

8.3.3. Parte Objetiva.

7. Considera que la orientación vertical de la guía es:



Interpretación.

El 100% de los encuestados encuentra apropiada la orientación vertical de la guía.

8. Considera que el tamaño físico de la guía es:



Interpretación.

En el grupo objetivo, el 90% encontró el tamaño físico de la guía apropiado y el 10% medianamente apropiada. El cliente y en el grupo de expertos, 100% encontró apropiado el tamaño físico de la guía.

9. Considera que la forma de presentar la información dentro de la guía es:



Interpretación.

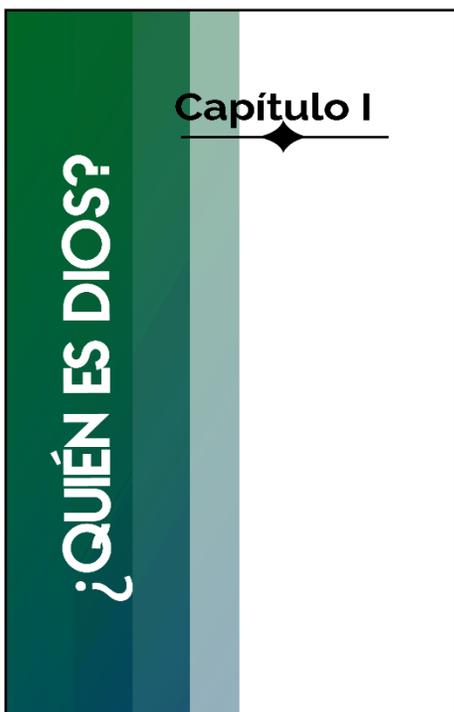
En el grupo objetivo, el 95% considera apropiada la forma de presentar la información dentro de la guía. El cliente lo encontró 100% apropiada.

8.4 Cambios en base a los resultados.

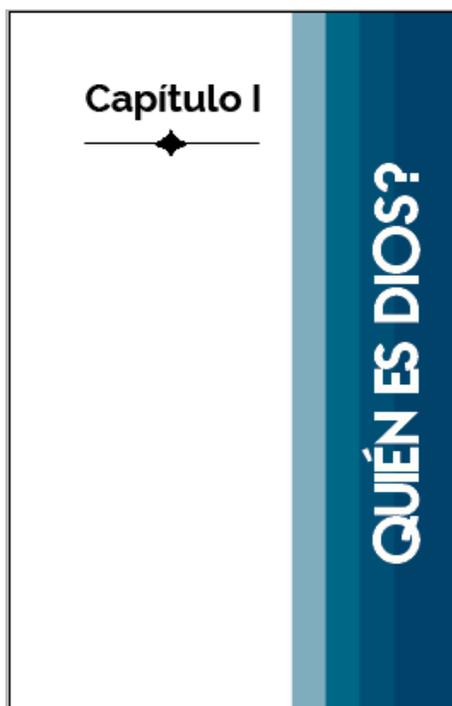
En base a a los comentarios y sugerencias recopiladas por medio de la tabulación de la herramienta de validación, se realizaron cambios en la guía con el objetivo de cumplir con los más altos estándares en profesionalismo.

Hoja Capitular

Antes.



Después.



Justificación.

Se encontró en la validación que los colores no cumplían con el objetivo, por lo tanto, se cambió el degradado de color del tema de dos colores a solo un color sólido azul. La posición del color se cambió del lado izquierdo al derecho para darle el enfoque necesario al tema del capítulo.

Título. Primera página de contenido.

Antes.

DIOS

¿Cómo poner un océano en un vaso de agua?

Querer entender la existencia de Dios con nuestra mente humana es tan imposible como poner un océano en un vaso de agua porque Él es tan grande y tan infinito.

Dios existe, para creer en Dios debemos primero creer que el existe, Dios si existe. Si Dios existe, ¿Por qué no hago lo que dice que debo de hacer?

Muchos, por no decir todos, decimos que creemos en la existencia de Dios, pero simple y sencillamente no hacemos lo que Él quiere.

Para creer en Dios no necesitamos tener una fe ciega. Tener una fe ciega significa creer en algo que nosotros mismos creemos y que no podemos demostrar su existencia, al contrario, si nosotros decimos que Dios existe entonces deberíamos de demostrar su existencia. ¿Cómo podría ser esto posible?

En el centro de un bosque encontramos un jardín lleno de flores preciosas y nos preguntamos ¿Quién planto ese jardín? ¿Quién lo cuida? ¿Quién lo riega?

9

Después.

DIOS

¿Cómo poner un océano en un vaso de agua?

Querer entender la existencia de Dios con nestrara mente humana es tan imposible como poner un océano en un vaso de agua porque Él es tan grande y tan infinito.

Dios existe, para creer en Dios debemos primero creer que el existe, Dios si existe. Si Dios existe, ¿Por qué no hago lo que dice que debo de hacer?

Muchos, por no decir todos, decimos que creemos en la existencia de Dios, pero simple y sencillamente no hacemos lo que Él quiere.

Para creer en Dios no necesitamos tener una fe ciega. Tener una fe ciega significa creer en algo que nosotros mismos creemos y que no podemos demostrar su existencia, al contrario, si nosotros decimos que Dios existe entonces deberíamos de demostrar su existencia. ¿Cómo podría ser esto posible?

En el centro de un bosque encontramos un jardín lleno de flores preciosas y nos preguntamos ¿Quién planto ese jardín? ¿Quién lo cuida? ¿Quién lo riega?

9

Justificación.

La validación demostró que los colores no eran los más adecuados, por lo tanto, se cambió la combinación de colores en degradado por un color sólido azul y se posicionó el subtema centrado para enfatizar y diferenciarlo del resto del contenido. Por último, se dividió el texto para evitar la pesadez visual.

Segunda página de contenido

Antes.

Ejemplo de un hombre que no es honesto consigo mismo:

EL hombre empezó por decir que estaba muerto y a todos los que encontraba les decía que estaba muerto, pero alguien quiso demostrarle que no estaba muerto. Ve a la morgue - le dijo - y mira allí los cadáveres y toma en tu mano un alfiler y clávalo en uno de los cuerpos allí inertes y veras que no sangran; el hombre lo hizo así y se cercioró por sí mismo que en verdad los cuerpos muertos no sangran.

◆

Si Dios existe, ¿Por qué no hago lo que dice que debo de hacer?

◆

Regresando donde la persona que lo había enviado le dijo lo que había pasado, el hombre tomo el alfiler y tomando la mano del hombre escéptico lo clavó en su mano, inmediatamente sangro, viste - le dijo - no estás muerto porque los muertos no sangran - le dijo - el hombre reconoció que esa prueba era contundente.

Regresando donde la persona que lo había enviado le dijo lo que había pasado, el hombre tomo el alfiler y tomando la mano del hombre escéptico lo clavó en su mano, inmediatamente sangro, viste - le dijo - no estás muerto porque los muertos no sangran - le dijo - el hombre reconoció que esa prueba era contundente.

Regresando donde la persona que lo había enviado le dijo lo que había pasado, el hombre tomo el alfiler y tomando la mano del hombre escéptico lo clavó en su mano, inmediatamente sangro, viste - le dijo - no estás muerto porque los muertos no sangran - le dijo - el hombre reconoció que

10

Después.

Ejemplo de un hombre que no es honesto consigo mismo:

EL hombre empezó por decir que estaba muerto y a todos los que encontraba les decía que estaba muerto, pero alguien quiso demostrarle que no estaba muerto. Ve a la morgue - le dijo - y mira allí los cadáveres y toma en tu mano un alfiler y clávalo en uno de los cuerpos allí inertes y veras que no sangran; el hombre lo hizo así y se cercioró por sí mismo que en verdad los cuerpos muertos no sangran.

◆

Si Dios existe, ¿Por qué no hago lo que dice que debo de hacer?

◆

Regresando donde la persona que lo había enviado le dijo lo que había pasado, el hombre tomo el alfiler y tomando la mano del hombre escéptico lo clavó en su mano, inmediatamente sangro, viste - le dijo - no estás muerto porque los muertos no sangran - le dijo - el hombre reconoció que esa prueba era contundente,

sin embargo, en los momentos siguientes siguió diciendo lo mismo, que estaba muerto.

Nosotros tenemos pruebas tan contundentes de la existencia de Dios, pero actuamos como este hombre, sin la mas mínima honestidad al no reconocer con pruebas tan reales de su existencia.

10

Justificación.

Después de la validación se encontró que mucho texto a una sola columna, provoca peso visual, por lo tanto se cambió el contenido a dos columnas para hacerlo mas atractivo a la vista. En base a esta se maquetó la página 16, 28, 32 y 38.

Índice.

Antes.

ÍNDICE	
Capítulo I ¿Quién es Dios?	Pág. 7
Capítulo II El Gran Misterio de Dios	Pág. 13
Capítulo III El Nuevo Testamento	Pág. 19
Capítulo IV Testigos Oculares	Pág. 25
Capítulo V La Trinidad	Pág. 29
Capítulo VI El Espíritu Santo es Dios	Pág. 35
Capítulo VII La Trinidad a la Luz de la Palabra	Pág. 39

5

Después.

ÍNDICE	
Capítulo I ¿Quién es Dios?	Pág. 7
Capítulo II El Gran Misterio de Dios	Pág. 13
Capítulo III El Nuevo Testamento	Pág. 19
Capítulo IV Testigos Oculares	Pág. 25
Capítulo V La Trinidad	Pág. 29
Capítulo VI El Espíritu Santo es Dios	Pág. 35
Capítulo VII La Trinidad a la Luz de la Palabra	Pág. 39

5

Justificación.

Anteriormente se indicó el cambio de colores en degradado a un solo color sólido azul, para su mayor atractivo. Se encontró que la alineación del título “índice” debía ir acoplado con el resto de títulos alineados al centro, por lo tanto, se cambió de su alineación hacia el margen izquierdo por alineado hacia el centro.

Contraportada

Antes.



Después.



Justificación.

Para la mayor parte de los encuestados los colores azul y verde en degradado no fue del todo agradable o apropiado, por lo tanto, se cambió del degradado a un solo color azul y así llevar una línea de diseño.

CAPÍTULO IX. PROPUESTA GRÁFICA FINAL

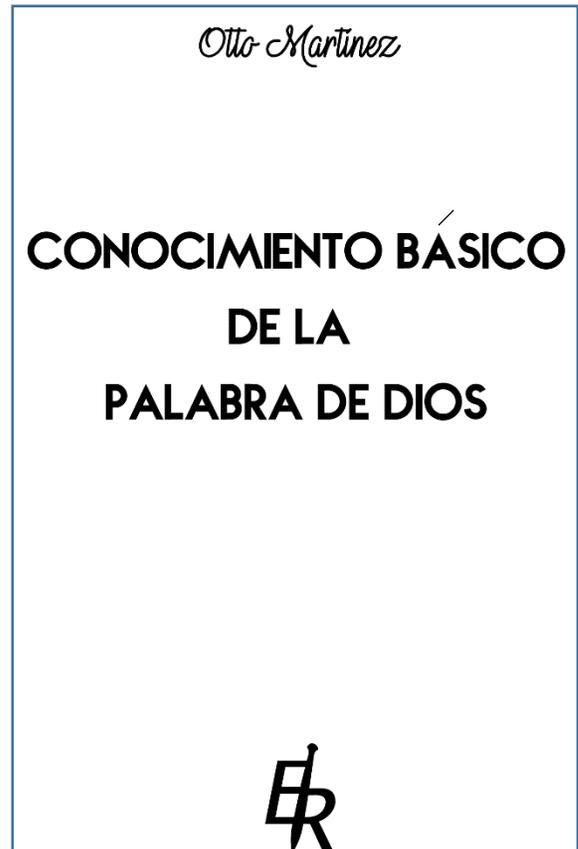
Capítulo IX. Propuesta Gráfica Final.

Con los cambios ya realizados, gracias a la validación técnica, se propone la guía finalizada con un total de 100 páginas, divididas en 6 capítulos (se muestra la portada, indice, introducción, primer capítulo y contraportada, entendiendo que el resto de páginas se basa en el primer capítulo).

Portada.



Carátula.

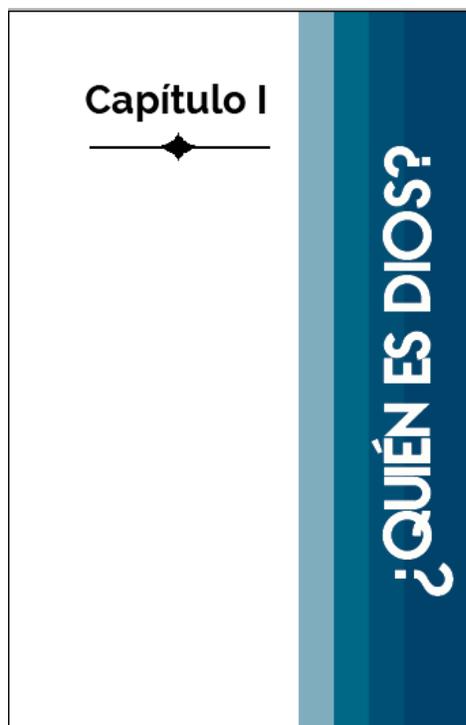


Índice.

ÍNDICE	
Capítulo I ¿Quién es Dios?	Pág. 7
Capítulo II El Gran Misterio de Dios	Pág. 13
Capítulo III El Nuevo Testamento	Pág. 19
Capítulo IV Testigos Oculares	Pág. 25
Capítulo V La Trinidad	Pág. 29
Capítulo VI El Espíritu Santo es Dios	Pág. 35
Capítulo VII La Trinidad a la Luz de la Palabra	Pág. 39

5

Hoja Capitular. Página 7



DIOS

¿Cómo poner un océano en un vaso de agua?

Querer entender la existencia de Dios con nestrara mente humana es tan imposible como poner un océano en un vaso de agua porque Él es tan grande y tan infinito.

Dios existe, para creer en Dios debemos primero creer que el existe, Dios si existe. Si Dios existe, ¿Por qué no hago lo que dice que debo de hacer?

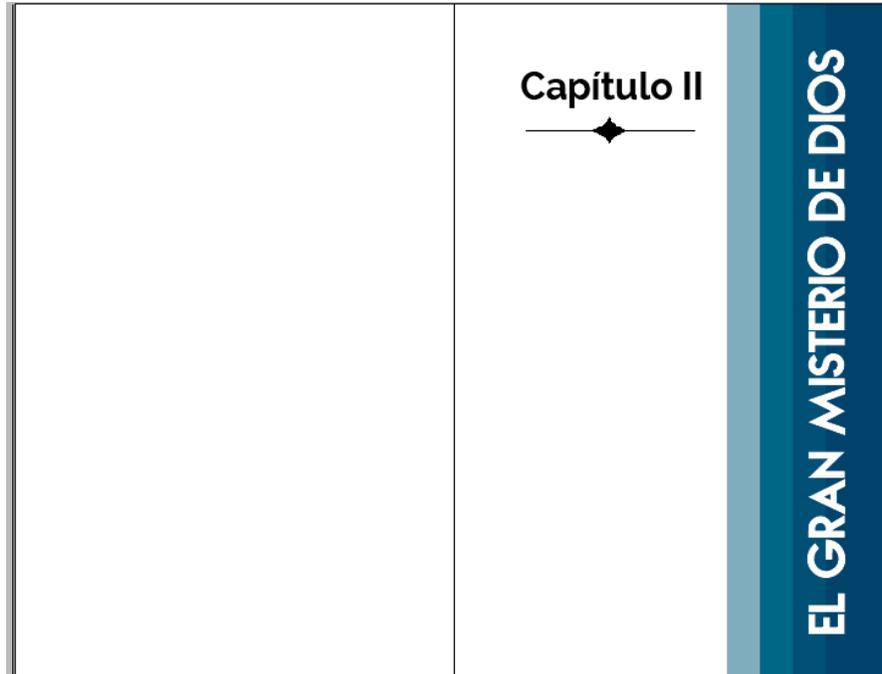
Muchos, por no decir todos, decimos que creemos en la existencia de Dios, pero simple y sencillamente no hacemos lo que Él quiere.

Para creer en Dios no necesitamos tener una fe ciega. Tener una fe ciega significa creer en algo que nosotros mismos creemos y que no podemos demostrar su existencia, al contrario, si nosotros decimos que Dios existe entonces deberiamos de demostrar su existencia. ¿Cómo podría ser esto posible?

En el centro de un bosque encontramos un jardín lleno de flores preciosas y nos preguntamos ¿Quién planto ese jardín? ¿Quién lo cuida? ¿Quién lo riega?

9

<p>Ejemplo de un hombre que no es honesto consigo mismo:</p> <p>EL hombre empezo por decir que estaba muerto y a todos los que encontraba les decia que estaba muerto, pero alguien quiso demostrarle que no estaba muerto. Ve a la morgue – le dijo – y mira allí los cadáveres y toma en tu mano un alfiler y clávalo en uno de los cuerpos allí inertes y veras que no sangran: el hombre lo hizo así y se cercioró por sí mismo que en verdad los cuerpos muertos no sangran.</p> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"><p>Si Dios existe, ¿Por qué no hago lo que dice que debo de hacer?</p></div> <p>Regresando donde la persona que lo había enviado le dijo lo que había pasado, el hombre tomo el alfiler y tomando la mano del hombre escéptico lo clavó en su mano, inmediatamente sangro, viste – le dijo – no estás muerto porque los muertos no sangran – le dijo – el hombre reconoció que esa prueba era contundente.</p> <p>sin embargo, en los momentos siguientes siguió diciendo lo mismo, que estaba muerto.</p> <p>Nosotros tenemos pruebas tan contundentes de la existencia de Dios, pero actuamos como este hombre, sin la mas minima honestidad al no reconocer con pruebas tan reales de su existencia.</p> <p style="text-align: center;">10</p>	<p>Este folleto fue creado con la idea de dar a cada persona una razón válida de la existencia de Dios de una forma sencilla entendible a la mente humana, para no creer en un Dios con una fe ciega que no pueda probar nada.</p> <p>Según 1 Pedro 3:15, tenemos que dar una razón valida de la existencia de Dios.</p> <p>Romanos 1:18-32, nos dice que nosotros no debemos de tener con injusticia la verdad porque es inevitable, según el versículo 20, contradecir la grandeza de Dios que ha demostrado desde el principio de la creación su gran poder y su inmensa sabiduría.</p> <p style="text-align: center;">11</p>
--	--



EL MISTERIO DE LA PIEDAD

(1 Timoteo 3:16)

Este misterio rebasa la lógica humana, cómo es posible que por amor a mí ese Dios tan grande y poderoso en el que hemos creído, se hizo pequeñito, se metió en un vientre, siguió siendo Dios y se hizo hombre, vivió rectamente, pagó y murió por mis transgresiones y pecado y luego resucitó victorioso y ahora me regala salvación y vida eterna si acepto a Jesús, me da su Espíritu Santo.

¿A qué nos lleva esto? Si Dios es real, o más bien, si Dios existe, para que nosotros no tengamos una fe ciega, ese Dios debe de hacerse visible, tangible, capaz de ser visto, oído y tocado.

—◆—

LA HISTORIA DE QUE DIOS VINO AL MUNDO Y SE HIZO HOMBRE ES EL HECHO MEJOR DOCUMENTADO DE LA HISTORIA HUMANA.

—◆—

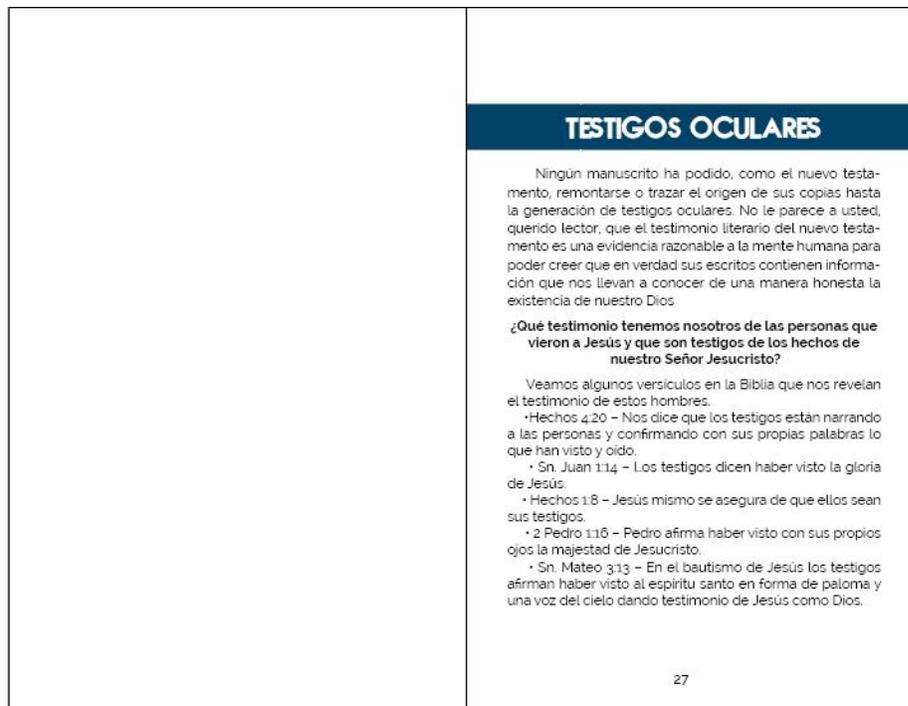
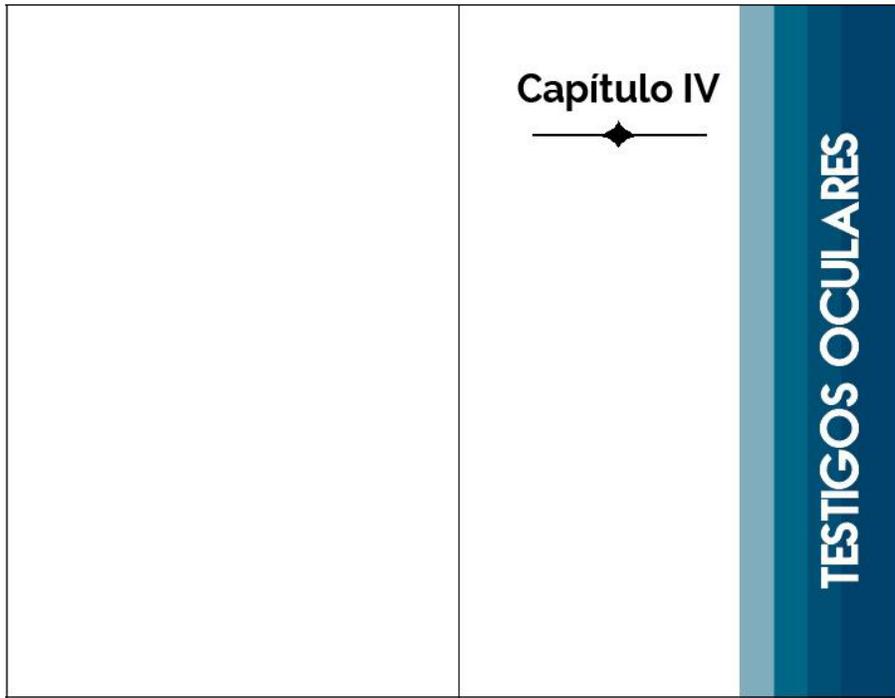
15

<p>Todos los credos o religiones afirman que hay un Dios, pero no están de acuerdo en cómo es Él. Los orientales, el budismo, el hinduismo, creen en un dios infinito, el sustento de todo lo que existe pero no es un dios personal, que dios no tiene habilidad racional ni emociones ni amor ni puede comunicarse.</p> <p>Los occidentales, como los griegos y nórdicos, tienen una idea diferente, creen en dioses personales y fáciles de conocer, el dilema con ellos es que sus dioses tenían mas problemas que ellos mismos, lucha, codicia y envidia. Pero existen tres excepciones: el judaísmo, el cristianismo y el islam, estos enseñan por igual que Dios es infinito creador y como el ser personal con habilidad racional, voluntad y emoción y a quien se puede llegar a conocer.</p> <p>¿Cómo puedo yo saber si Dios realmente existe?</p> <p>El judaísmo cree que Dios se le apareció a su profeta Moisés y lo hizo mediante la comunicación verbal que era infinito y el creador. El islam, diría lo mismo y que su mensaje específico, El Corán, vino a través de Mahoma, ambos profetas dicen tener la razón pero sus escritos se contradicen entre sí.</p> <p style="text-align: center;">16</p>	<p>Solamente el cristianismo va mas allá de creer solamente que Dios existe y que se comunicó con mensajes específicos, podríamos concluir, que el cristianismo es la única religión que se puede comprobar históricamente, científicamente y arqueológicamente. Si Dios existe, y no se puede negar su existencia, el cristianismo es la única religión que dice que Dios pudo ser visto, oído y palpado, solo el cristianismo afirma que su fundador es Dios y no un profeta o un hombre santo nada mas. Basado en esto podemos decir que la Biblia nos enseña que Jesús vivió mas de 30 años en la tierra para darnos la oportunidad de verificar, comprobar y saber que Dios existe, así que no debemos de creerlo ciegamente.</p> <p style="text-align: center;"><i>Entonces, ¿se puede encontrar a Dios? Todos podemos encontrar a Dios en la razón y la evidencia, ¿porqué? ¡Porque Él se hizo disponible!</i></p> <p>Como verificar que ese Dios se hizo hombre en Jesús.</p> <p>Tres condiciones que se deben cumplir</p> <p>1. La visita de Dios ocurrió hace 2000 años aprox. Como podemos estar seguros de que en verdad ocurrió y que Jesús fue esa persona real, tendría que haber algún registro escrito a cerca de Jesús, a esto se le llama El registro histórico fidedigno del primer siglo. Para esto obviamente no tenemos ningún otro registro al que podamos recurrir que no sea LA BIBLIA. Si nosotros queremos saber sobre la existencia de Dios no tenemos ningún otro manuscrito o</p> <p style="text-align: center;">17</p>
--	---

<p>registro literario que no sea la Biblia. Entonces debemos de determinar cómo nuestro método de investigación, si realmente el nuevo testamento es una fuente confiable.</p> <p>2. Método de prueba. Debe de haber una forma de recoger datos para afirmar que Jesús es Dios, debe de haber algún consenso para una prueba apropiada.</p> <p>3. El método científico. No podemos usar este método para verificar la historia (si solo ocurre una vez). Métodos que comprueban los eventos históricos, el método legal. El método legal se usa en los tribunales con jueces y jurados, se presenta la evidencia de ambas partes la que defiende y la que acusa juez o jurado sopesan la evidencia y toman la decisión.</p> <p style="text-align: center;">18</p>	<p style="text-align: center;">Capítulo III</p> <p style="text-align: center;">◆</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: mixed;">EL NUEVO TESTAMENTO</p>
---	---

	<div data-bbox="885 388 1177 420" data-label="Section-Header"> <h2 style="background-color: #004a7c; color: white; padding: 5px; text-align: center;">EL NUEVO TESTAMENTO</h2> </div> <div data-bbox="846 449 1219 592" data-label="Text"> <p>El nuevo testamento afirma ser una colección de documentos históricos que provienen de testigos oculares que estuvieron, vivieron, palparon y caminaron con Jesús en este mundo, para verificar tal afirmación, tendríamos que usar el método legal. Los invito a que nosotros seamos: Juez y jurado. Para ser juez y jurado a la vez, tendremos que ser nosotros objetivos y honestos con la evidencia no escépticos deshonestos.</p> </div> <div data-bbox="846 596 1219 800" data-label="Text"> <p>La evidencia literaria nos dice en Sn. Mateo 1:23 que cuando Jesús iba a nacer se le puso por nombre Emmanuel que quiere decir "Dios con Nosotros", preguntémosnos ahora ¿es Jesús realmente Dios con nosotros? Un enfoque racional de reunir datos y evaluar su validez es la manera de acercarse a la evidencia acerca del nuevo testamento y la persona de Jesús. ¿Es veraz la Biblia? La Biblia es histórica el nuevo testamento nos narra en verdad la historia de Jesús, una de las afirmaciones básicas de la verdad cristiana es que Jesucristo es Dios en carne humana y existe evidencia abrumadora de que Jesús sí existió.</p> </div> <div data-bbox="846 804 1219 865" data-label="Text"> <p>La única dificultad que encontramos en que el nuevo testamento es que este es la única biografía detallada que existe este hombre Jesús y esta en los cuatro evangelios.</p> </div> <div data-bbox="1006 934 1031 951" data-label="Page-Footer"> <p>21</p> </div>
--	---

<div data-bbox="404 1194 768 1249" data-label="Text"> <p>Preguntemos: ¿son dignos de crédito estos documentos? ¿son registros confiables, auténticos, históricamente de las palabras y hechos de Jesús?</p> </div> <div data-bbox="404 1272 753 1310" data-label="Section-Header"> <h3>Sometiendo a prueba la integridad del Nuevo Testamento.</h3> </div> <div data-bbox="404 1320 779 1409" data-label="Text"> <p>Someter a prueba documentos antiguos para establecer su integridad es una práctica común, hay documentos antes y después del antiguo testamento cuya integridad es objeto de estudio. Ejemplos, relatos de Heródoto, Césares, Tácito, Josefo, son sometidos a prueba su integridad.</p> </div> <div data-bbox="404 1421 779 1474" data-label="Text"> <p>Necesitamos saber si un nuevo testamento del siglo I, es una reproducción razonable del nuevo testamento del siglo XXI.</p> </div> <div data-bbox="404 1470 779 1524" data-label="Text"> <p>¿Cuántos manuscritos se han encontrado? Mientras mas copias mejor, así se puede reconstruir el texto original de mejor manera.</p> </div> <div data-bbox="404 1522 779 1556" data-label="Text"> <p>¿Cuántas obras de antigüedad están hoy disponibles para el estudio?</p> </div> <div data-bbox="404 1568 493 1587" data-label="Text"> <p>Observemos.</p> </div> <div data-bbox="404 1591 774 1759" data-label="List-Group"> <ul style="list-style-type: none"> - 643 copias de la Iliada de Homero - 7 obras de Platón - 8 obras de Heródoto - 10 obras de Tácito de Roma - 10 obras de César de Roma - 49 obras de Aristóteles - 193 obras de Sófocles y - 24,000 del nuevo testamento, no le parece a usted querido lector, que es abrumadora la evidencia a favor del nuevo testamento. </div> <div data-bbox="592 1806 617 1822" data-label="Page-Footer"> <p>22</p> </div>	<div data-bbox="849 1194 1229 1377" data-label="Text"> <p>Para los escritos griegos tenemos entre mil y mil quinientos años entre el original y la copia, 300 años es el mínimo de diferencia encontrado entre los originales y las copias, ¡sorpresa!, el nuevo testamento y sus 27 libros, incluyendo las cartas paulinas, fueron escritos en un lapso de 50 años empezando en el año 47 d.C. terminado aproximadamente en el año 100 d.C. ¿qué nos dice esto? Que el tiempo que los apóstoles usaron para tener las primeras copias del nuevo testamento fue relativamente corto, eso nos dice que las copias tienen un margen de error mínimo.</p> </div> <div data-bbox="849 1381 1224 1509" data-label="Text"> <p>Por ejemplo, el papiro 52 es un fragmento de versículos del evangelio de San Juan de fecha aproximada 125 d.C. o sea, 35 años aproximadamente después de ser escrito ya teníamos copias tiempo aproximado en el cual el autor Juan el apóstol podría todavía estar vivo. Otro ejemplo es el papiro 46 que contiene de las cartas paulinas, tenemos copias 20 años después de la muerte de Pablo.</p> </div> <div data-bbox="894 1551 1174 1612" data-label="Text"> <p style="text-align: center;">◆◆◆</p> <p style="text-align: center;"><i>La cantidad de evidencia a favor del Nuevo Testamento es abrumadora y comprueba su veracidad.</i></p> <p style="text-align: center;">◆◆◆</p> </div> <div data-bbox="849 1650 1229 1799" data-label="Text"> <p>En el año 96 de nuestra era, Clemente de Roma hace mención en sus escritos de los evangelios y 8 epístolas, los manuscritos encontrados últimamente LOS DE QUMRAM, contienen partes del evangelio de Mateo y Marcos fechados el año 50 y 70 d.C. quiere decir que si Cristo murió en el año 33 de nuestra era para el año 50 ya teníamos copias de tales manuscritos del nuevo testamento eso quiere decir que los escritores de dichos evangelios podrían estar vivos en ese momento.</p> </div> <div data-bbox="1010 1806 1039 1824" data-label="Page-Footer"> <p>23</p> </div>
--	---



<p>• 1 Corintios 15:1 – nos afirma que cuando Cristo resucitó lo vieron las mujeres, los 11 apóstoles y más de 500 hermanos a la vez como confirmación de que había muchas personas que podían afirmar fehacientemente de que había resucitado.</p> <p>• Sn. Juan 15:27 – afirma que Jesús delegó a sus discípulos el que fueran sus testigos porque estuvieron con Él desde el principio.</p> <p>• Sn. Juan 19:31 y 37: 21:24 – el apóstol Juan da testimonio personal de haber visto y escrito la narración de tales versículos.</p> <p style="text-align: center;"><i>...y vio al Espíritu de Dios que descendía como paloma y se posaba sobre él</i></p> <p style="text-align: center;"><i>In Mateo 3:13</i></p> <p style="text-align: center;">28</p>	<h2 style="text-align: center;">Capítulo V</h2> <h1 style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: mixed; background-color: #0056b3; color: white; padding: 10px;">LA TRINIDAD</h1>
--	--

	<h2 style="text-align: center; background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px;">JESÚS ES DIOS</h2> <p>En este capítulo trataremos de explicar lo que la Biblia declara acerca de la existencia de Dios como una trinidad, que quiere decir esto, que el Dios de la Biblia está compuesto por tres personas el padre, el hijo y el espíritu santo. Si en los capítulos anteriores hemos demostrado la existencia de Dios a través de pruebas contundentes, miremos en este capítulo acerca de lo que la Biblia declara, que Jesús es Dios y el espíritu santo es Dios y obviamente versículos de cómo ha funcionado y funciona actualmente, según la Biblia, la trinidad.</p> <p>Entonces, decimos que Jesús es Dios y lo comprobaremos con los siguientes enunciados.</p> <p>a) Jesús es Dios según los evangelios y las epístolas.</p> <ul style="list-style-type: none">• Sn. Juan 11 y 2 declara sobre la existencia eterna de Jesucristo• Romanos 1:4 dice que Jesús es hijo de Dios o sea de la misma naturaleza de Dios.• Romanos 9:5 en este versículo se le da a Jesucristo el mismo título que a Dios el padre• Colosenses 1:15 dice que Jesús es el Dios invisible hecho visible.• Colosenses 2:9 también declara que Jesús representa toda la plenitud de Dios, o sea la trinidad. <p style="text-align: center;">31</p>
--	---

<p>• Hebreos 1:3 nos revela que Jesús es Dios no dejando duda alguna de su divinidad.</p> <p>• Sn. Mateo 16:16 Pedro declara que Jesucristo es el hijo de Dios, afirmación que Jesús no niega en ningún momento.</p> <p style="text-align: center;">◆</p> <p style="text-align: center;"><i>Respondió Simón Pedro y dijo: ¡Tú eres el Cristo, el Hijo del Dios viviente!</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Sn. Mateo 16:16</i></p> <p style="text-align: center;">◆</p> <p>b) Jesús es Dios según su propia confesión.</p> <p>• Sn. Lucas 22:69,60 Jesús está afirmando ser el hijo de Dios</p> <p>• Sn. Juan 16:15 nos demuestra cómo Jesús es la revelación de Dios.</p> <p>• Sn. Juan 10:30 nos dice que no hay diferencia entre Jesús y el padre.</p> <p>• Sn. Juan 12:45 dice claramente que si alguien vio a Jesús en persona, vio al mismísimo padre.</p> <p>• Sn. Juan 14:7-10 Jesús hace una revelación completa de que él es Dios.</p> <p>c) Jesús es Dios según el padre.</p> <p>• Sn. Mateo 3:17 encontramos aquí una confesión del padre a cerca de su hijo.</p> <p>• Sn. Mateo 17:5 nuevamente escuchamos la voz del padre.</p> <p>• Sn. Juan 8:18 el padre da testimonio de Jesús</p> <p>• 1 Juan 5:9 nos exhorta no solo a recibir el testimonio de los hombres si no el testimonio del padre mismo.</p> <p>• Sn. Juan 12:27 al 30, aquí vemos el testimonio de la voz del padre afirmando ante muchos testigos que Jesús es Dios.</p> <p style="text-align: center;">32</p>	<p>d) El testimonio de los espíritus malos (demonios).</p> <p>• Hechos 19: 15 el espíritu malo sabía quién era Jesús.</p> <p>• Sn. Lucas 4:41 los demonios lo decían</p> <p>• Sn. Marcos 3:11 se postraban delante de Él reconociendo su poder.</p> <p>• Sn. Marcos 1:24 nuevamente reconocen que Jesús es Dios.</p> <p>e) 7 testigos bíblicos que afirman que Jesús es Dios.</p> <p>• Juan el bautista- San Juan 1:34 afirma haberlo visto</p> <p>• Las obras de Jesús – San Juan 5: 36 y 37. Las obras que Jesús o milagros que hizo en medio del pueblo daban testimonio de su poder.</p> <p>• El padre San Juan 5:37</p> <p>• Las escrituras San Juan 5:39</p> <p>• Jesús mismo San Juan 8:14 Jesús afirma ser Dios.</p> <p>• El espíritu santo san Juan 15:26</p> <p>• Los discípulos San Juan 15:27 Jesús delega en sus discípulos el que sean sus testigos.</p> <p style="text-align: center;">33</p>
--	--

	<p style="text-align: center;">Capítulo VI</p> <p style="text-align: center;">◆</p> <p style="text-align: right;">EL ESPÍRITU SANTO ES DIOS</p>
--	---

	<h2 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px;">EL ESPIRITU SANTO ES DIOS</h2> <ul style="list-style-type: none"> • Sn. Juan 16:7 – si Jesús dice que nos conviene que le se vaya y que nos enviara al espíritu santo en su lugar esta definiendo que el espíritu santo es del mismo nivel en persona que el mismo • Sn. Lucas 1:35 – el espíritu santo haciendo la función de Dios mismo engendro en Maria al hijo de Dios. • Sn. Mateo 1:20 – Jesús mismo afirmó haber salido de Dios. Este versiculo nos confirma que salió del espíritu santo, o sea, Dios. • Sn. Mateo 12:17 al 21 – nos revela que todo lo que Jesús hacia, lo hacia por el poder del espíritu que habitaba en Él, o sea Dios mismo. • Sn. Mateo 12:31 – nos revela que el espíritu mismo tiene un grado de poder en la trinidad. • Sn. Juan 4:24 – Dios es espíritu. • Sn. Juan 14:16 al 23 – nos revela que el otro consolador es del mismo nivel en divinidad que Jesús y Jesús afirma venir a morar en cada cristiano a través del espíritu con el padre mismo. <hr style="width: 20%; margin: 10px auto;"/> <p style="text-align: center;"><i>Pero cuando venga el Consolador, a quien yo os enviaré del Padre, el Espíritu de verdad, el que procede del Padre, él, dará testimonio de mí.</i> <i>Sto. Juan 15:26</i></p> <hr style="width: 20%; margin: 10px auto;"/> <p style="text-align: center;">37</p>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Sn. Juan 15:26 – el espíritu es Dios porque procede o salió de Dios. • Sn. Juan 16:13 – así como Jesús es la verdad, el espíritu también es la verdad. • Hechos 1:16 – aquí vemos que el espíritu santo es una persona, porque habla. • 2 Pedro 1:21 – nos confirma que todo lo que los apóstoles escribieron les fue hablado por el espíritu santo. • Hechos 5:3 – nos dice que el espíritu santo es una persona. • Hechos 5:4 al 9 – nos revela que el espíritu santo es Dios. • Hechos 5:32 – el espíritu santo trabaja juntamente con los hijos de Dios. • Hechos 8:29 – el espíritu le habla a las personas. • Hechos 8:39 – el espíritu santo tiene poder igual que el padre y el hijo. • Hechos 10:19 – vemos que el espíritu le hablo a pedro. • Hechos 13:2 y 13:4 – vemos como el espíritu santo es el que determina y guía a la iglesia en los quehaceres ministeriales. • Hechos 15:28 – es una persona que tiene sentimientos. • Hechos 16:6 – el espíritu santo decide que debemos de hacer. • Apocalipsis 3:1 – el espíritu santo le habla a las iglesias. 	<h2 style="font-size: 1.5em;">Capítulo VII</h2> <hr style="width: 20%; margin: 10px auto;"/> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; font-size: 1.2em; margin-right: 10px;">LA TRINIDAD A LA LUZ DE LA PALABRA</div> <div style="text-align: center;"> <p><i>Y tres son los que dan testimonio en la tierra: el Espíritu, el agua y la sangre: y estos tres concuerdan en uno.</i></p> <p><i>1 Juan 5:8</i></p> </div> </div> <hr style="width: 20%; margin: 10px auto;"/> <p style="text-align: center;">38</p>
--	--

	<p style="text-align: center;">A LA LUZ DE LA PALABRA</p> <p>* Mateo 28:19 – la orden de hacerlo todo en el nombre de las tres personas, padre hijo y espíritu santo. * Juan 14:26 – nos revela que los tres trabajan en unidad. * Juan 15:26 – nos revela nuevamente el trabajo de la trinidad. * 2 Co. 13:14 – el apóstol da una bendición en el nombre de la trinidad. 1 Pedro 1:1 y 2 – cómo trabaja la trinidad en nuestras vidas.</p> <p>Cuatro versículos donde aparece la trinidad en la biblia.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Génesis 1:1 la creación.2. Génesis 18:1 visitando a Abraham.3. Mateo 3:13 en el bautismo de Jesús.4. Lucas 1:34 y 35 en la anunciación del nacimiento de Jesucristo. <p style="text-align: center;">—◆—</p> <p style="text-align: center;"><i>Mas el Consolador, el a Espiritu Santo, a quien el Padre enviará en mi nombre, él os enseñará todas las cosas, y os recordará todo lo que os he dicho.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>San Juan 14:26</i></p> <p style="text-align: center;">—◆—</p> <p style="text-align: center;">41</p>
--	--



CAPÍTULO X. PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X. Producción, Reproducción y Distribución.

Con la terminación de la guía, es necesario imprimirla y por ello, realizar una planificación de costos de reproducción, tomando en cuenta su proceso de elaboración y el trabajo ejecutado por el diseñador.

10.1 Plan de Costos de elaboración.

Este proyecto se elaboró en un periodo de 3 meses, lo que implica un total de 13 semanas, un total de 5 días por semana y se obtuvo un total de 65 días, en los cuales se trabajo 1 hora diaria con un total de 65 horas. El valor por hora trabajado de Q25.00 se obtiene como resultado un costo de elaboración de Q.1,625.00 para el proceso creativo y la elaboración de la propuesta.

10.2 Plan de Costos de Producción.

En la producción se tomó en cuenta la validación de la propuesta que tuvo una duración de 2 semanas en las que se entrevistó al grupo objetivo, cliente y expertos; la realización del arte final y la guía terminada con una duración de dos semanas. Así pues, se empleó un tiempo de 4 semanas, se trabajó 5 días a la semana con un total de 20 días, en los que se trabajó 3 horas diarias con un total de 60 horas de trabajo. El costo por hora de Q25.00 se obtiene como resultado un costo de producción de Q1,500.00

10.3 Plan de Costos de Reproducción.

Para la reproducción del libro se cotizó con los siguientes requerimientos: full color de portada y contraportada en papel couche mate, tamaño media carta. Para el contenido del libro impresión blanco y negro en tiro y retiro en hojas bond 80 grs tamaño carta y su respectivo encuadernado. Tomando en cuenta que solo se imprimirá una copia se promedia un costo total de Q300.00

10.4 Margen de Utilidad.

El total de los costos de elaboración, producción y reproducción es de Q.3,425.00, el porcentaje a cobrar es del 20% del total de los costos el cual es de Q.685.00 y el Impuesto al Valor Agregado del 12% obtenemos un total de Q.4,603.00 como total de costos.

10.5 Cuadro con Resumen General de Costos.

Nombre del Costo	Costo
Costo de Elaboración	Q.1,625.00
Costo de Producción	Q.1,500.00
Costo de Reproducción	Q.300.00
Sub Total	Q.3,425.00
Margen de Utilidad	Q.685.00
Sub Total	Q.4,110.00
IVA	Q.493.20
Total	Q.4,603.20

CAPÍTULO XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI. Conclusiones y Recomendaciones.

11.1 Conclusiones.

- Se diseñó una guía impresa para los conferencistas que imparten el curso de liderazgo, titulado Conocimiento Básico de la Palabra de Dios, impartido en la Misión Cristiana Camino y Verdad.
- Se investigó en diferentes fuentes bibliográficas, textuales y virtuales los diferentes tipos de manuales utilizados para impartir cursos dentro de alguna institución.
- Se recopiló toda la información acerca del diseño editorial y todo lo relacionado a colores y tipografía.
- Se diagramó el contenido de la guía para establecer la posición correcta de cada uno de los temas dentro de la guía.
- Se realizó una versión digital de la guía para enseñar el curso de liderazgo titulado Conocimiento Básico de la palabra de Dios.

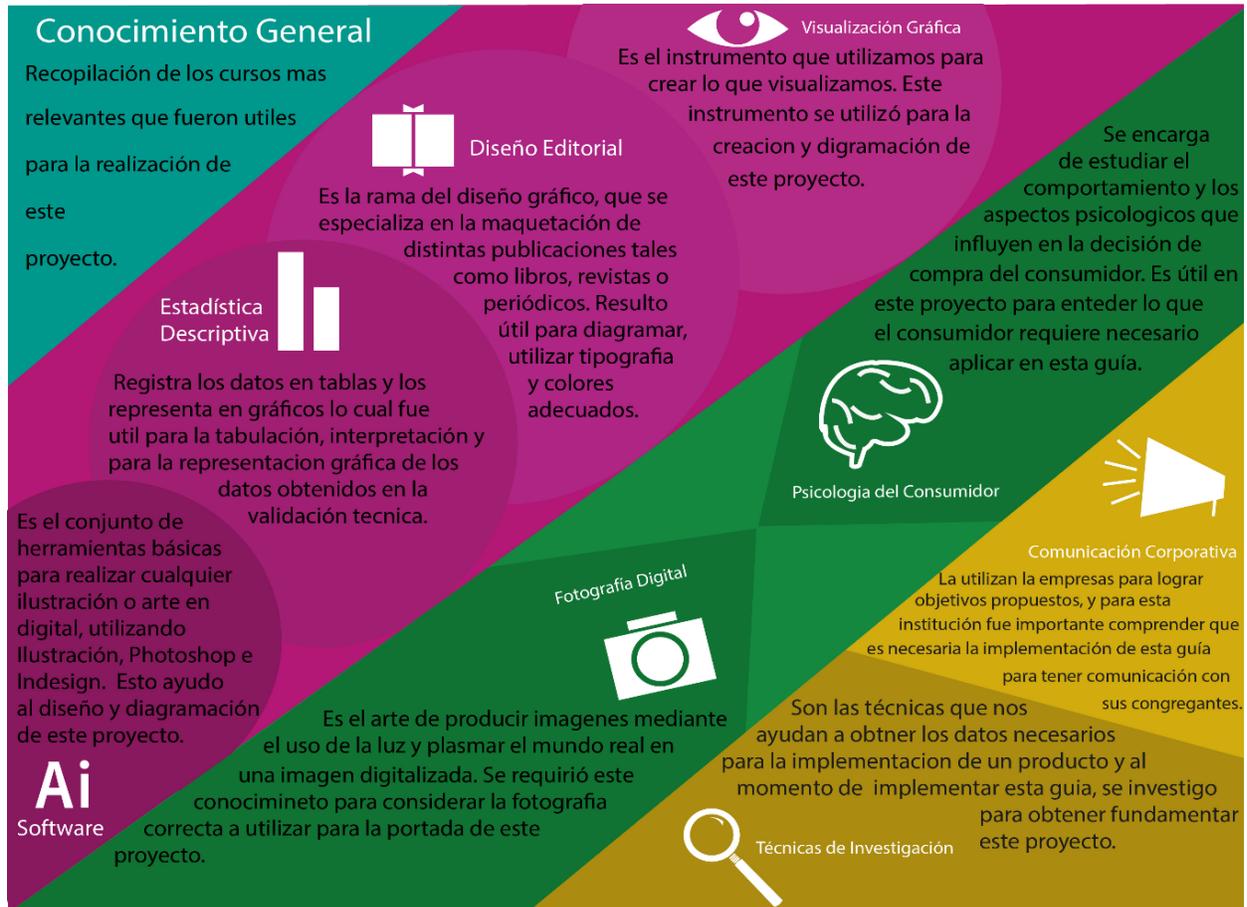
11.2 Recomendaciones.

- Mantener la diagramación interna del texto para evitar desorden visual y así facilitar el aprendizaje.
- Investigar a cerca de las tendencias de color para que mantenga su atractivo visual.
- Modificar los colores de la guía cada 2 años, según las tendencias, para hacerla actual y moderna.
- Respetar la tipografía utilizada al momento de su modificación para evitar ilegibilidad y facilitar su lectura.

CAPÍTULO XII. CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII. Conocimiento General.

Se presenta la reunión de los cursos, recibidos durante los cuatro años de estudios, que fueron los más relevantes en la realización de este proyecto.



CAPÍTULO XIII. REFERENCIAS

Capítulo XIII. Referencias.

2017, C. ©. (s.f.). *DeConceptos*. Obtenido de general/conferencia.

Americana, U. T. (1953). *Diccionario Enciclopédico U.T.E.H.A.* Mexico: Impresora y Litografica Azteca, S.A.

Andrade, J. R. (24 de enero de 2013). *Comunicadores*. Obtenido de Definicion de semiologia en la comunicacion: <http://www.comunicadores.org/2012/11/crear-una-campana-publicitaria-parte-ii-antecedentes/>

Casanova, A. A. (s.f.). *Psicologia de la percepcion visual*. Obtenido de Definicion del color: <http://www.ub.edu/pa1/node/53>

Cruz, D. F. (s.f.). *Monografias.com*. Obtenido de La deontología en Emanuel Kant y Max Scheler: <http://www.monografias.com/trabajos89/deontologia-emanuel-kant-y-max-scheler/deontologia-emanuel-kant-y-max-scheler.shtml>

Dan. (28 de Junio de 2009). *Camionetica*. Obtenido de Psicología del Color: <http://www.camionetica.com/2009/06/28/significado-de-los-colores-en-el-diseno-de-logotipos/2/>

Eguaras, M. (27 de Octubre de 2015). *Consultoria Editorial*. Obtenido de Maquetacion Profesional: 5 principios basicos.: <http://marianaeguaras.com/maquetacion-profesional-cinco-principios-basicos/>

Estudiantes, U. (7 de Diciembre de 2009). *Blog de la UVI*. Obtenido de Aspectos de la Comunicacion Intercultural: <http://www.uv.mx/blogs/uvi/2009/12/07/aspectos-de-la-comunicacion-intercultural/>

Fernández, D. L. (2009). *Diseño Editorial "Lo que debes Saber"*. The Sign Haus.

- Gardey, J. P. (2010). *definicion.de*. Obtenido de curso: <http://definicion.de/curso/>
- Guerra, I. R. (17 de Febrero de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de Teorias de la Comunicacion Organizacional: <http://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>
- Ivanovic, I. C. (s.f.). *Proyecta Color*. Obtenido de Modelo CMYK: <http://www.proyectacolor.cl/proyectacolor/>
- Juarez, D. A. (s.f.). *Introduccion a la Tipografia*. Universidad de Londres.
- Luna. (12 de Agosto de 2014). *Significado de los Colores*. Obtenido de Significado del Color Azul: <http://significadodeloscolores.info/significado-del-color-azul/>
- Mora, D. (s.f.). *Modelo de Comunicacion de Harold Laswill*. Obtenido de <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html>
- Moreno, G. (13 de Febrero de 2014). *Prezi*. Obtenido de Comunicacion segun diferentes autores: <https://prezi.com/6v9b-j6yl2j0/comunicacion-segun-diferentes-autores/>
- Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicacion*. Madrid: Editorial Dykinson S.L.
- Ongallo, C. (2007). Manual de Comunicación. En C. Ongallo, *Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson.
- Peña, J. A. (2010). *Color como herramienta para el diseño infantil*.
- Peña, J. A. (2010). Psicología del Colore. En J. A. Peña, *Color como herramienta para el diseño infantil* (pág. 57).
- Saco, G. G.-V. (2014). *Deontologia*. Obtenido de Deontologia del profesional.
- Santos, A. d. (s.f.). La Teoria del Color. En A. d. Santos, *Fundamentos Visuales 2*. Grupo IDAT diseño grafico.

- Scott, R. G. (s.f.). *Fundamentos del Diseño*. New York: Me Graw-Hill Company, Inc. .
- SIGNIFICADOS*. (s.f.). Obtenido de significado de iglesia.
- Social, D. (20 de Febrero de 2012). *Diseño Social*. Obtenido de Que es Comunicacion Social:
<http://disenosocial.org/que-es-comunicacion-social/>
- Torres, M. M. (2012). *Psicología de la Comunicación*. Barcelona.
- Venemedia. (8 de Enero de 2015). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de Definición de
Etnología: <http://conceptodefinicion.de/etnologia/>
- Ventura Villa, S., & Escuin, S. (s.f.). *Nuevo Diccionario Biblico Ilustrado*. Barcelona:
Galvani, 113.
- Watchtower. (s.f.). *Biblioteca en Linea*. Obtenido de <http://wol.jw.org/es/wol/d/r4/lp-s/1200001021>
- WordPress. (2008-2016). Obtenido de <http://definicion.de/lider/>
- YTURRALDE, E. (2016). *Yturralde*. Obtenido de Andragogía.

CAPÍTULO XIV.

ANEXOS

Capítulo XIV. Anexos.

Expertos.



Cliente



Grupo Objetivo.

