



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN JUAN  
Facultad de Arquitectura  
Urbanismo y Diseño

Trabajo final de **DISEÑO GRÁFICO**

Año 2024

# Autoaprendizaje del idioma inglés

**María Soledad Mestre Machado**

---

Profesora Titular **D.I.G Silvina Vázquez**

Adjunta: **D.G Natalia Morales Suvires**

J.T.P: **D.G Yanina Pasin**

Docente Adscripta: **D.G Ana Yuvero**



# Índice

<b>1. TEMA</b>	<b>5</b>	5.8.3 Home	<b>37</b>
<b>2. MOTIVACIÓN PERSONAL</b>	<b>6</b>	5.8.4 Lecciones	<b>40</b>
<b>3. PROBLEMÁTICA</b>	<b>7</b>	5.8.5 Diccionario	<b>41</b>
3.1 Análisis contextual	<b>7</b>	5.8.6 Consultas	<b>42</b>
3.2 Actores y destinatarios	<b>10</b>	5.8.7 Exámenes	<b>46</b>
3.3 Marco teórico	<b>11</b>	5.9 Iconografía	<b>51</b>
3.4 Antecedentes	<b>15</b>	5.10 Botones	<b>52</b>
<b>4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>20</b>	5.11 Animación	<b>54</b>
4.1 Objetivos	<b>20</b>	5.12 Campaña publicaciones	<b>55</b>
4.2 Definición estratégica	<b>21</b>	5.13 Material promocional	<b>59</b>
4.2.1 Estrategia conceptual y creativa	<b>22</b>	<b>6. SISTEMA DE PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN</b>	<b>60</b>
4.3 Programa de diseño y plan de acción	<b>23</b>	Portapasaporte	<b>61</b>
<b>5. PROYECTO</b>	<b>24</b>	Identificador de valija	<b>62</b>
5.1 Identidad	<b>24</b>	Riñonera	<b>63</b>
5.2 Grilla constructiva	<b>25</b>	Almohada de viaje	<b>64</b>
5.3 Aplicación de marca	<b>26</b>	Libreta de estudio	<b>65</b>
5.4 Tamaños mínimos	<b>27</b>	<b>7. CONTEXTUALIZACIÓN</b>	<b>67</b>
5.5 Tipografías	<b>28</b>	<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>69</b>
5.6 Paleta cromática	<b>29</b>		
5.7 Arquitectura de la información	<b>30</b>		
5.8 Aplicación móvil	<b>31</b>		
5.8.1 Inicio	<b>31</b>		
5.8.2 Bienvenida	<b>32</b>		





## **1. TEMA**

“Autoaprendizaje del idioma inglés”

## 2. MOTIVACIÓN PERSONAL

Como profesora de inglés pude observar en alumnos de primaria y secundaria la falta de motivación, la baja comprensión del idioma y las falencias en los métodos de enseñanza. Como consecuencia, finalizan sus estudios sin comprender el idioma y limitando sus oportunidades profesionales y laborales.

Claudia Bartosa dice en un artículo de análisis y opinión publicado en *mundiario*, que el inglés es un idioma universal, que nos brinda la oportunidad de la comunicación y la interconexión entre diferentes países y culturas en esta era de globalización en la que vivimos actualmente. Además, debido a la situación política, social y económica del país no existe seguridad ni oportunidades para proyectar un futuro en nuestro país, dijo Agustín Salva director del Observatorio de la Deuda Social de la Universidad Católica Argentina (UCA).

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente, desde el diseño y la comunicación podemos brindar una herramienta de autoaprendizaje que permita a los jóvenes - adultos, ampliar sus oportunidades comunicacionales para mejorar oportunidades laborales y educativas.

### 3. PROBLEMÁTICA

#### 3.1 Análisis Contextual

En la Argentina, más de la mitad de las oportunidades laborales son informales, es decir, no están reguladas por marcos legales, no cuentan con obra social, aportes jubilatorios, vacaciones pagas, indemnización, etc.

El INDEC muestra que el dato de la población económicamente activa (PEA, personas que trabajan en la Argentina) es de 47,6%. De las cuales un 16,22% busca una segunda fuente laboral, un 5% trabaja menos de 35 horas por semana, el 25,8% trabaja 35 horas y el 12,7% trabaja más de 45 horas semanales para poder sustentar un hogar.

En cuanto a lo académico un artículo de Mdz señala que 1 de cada 4 argentinos de entre 25 y 64 años, posee estudios tecnológicos o universitarios. Si nos centramos en los estudiantes, afirma que las universidades estatales albergan 1.872.600 alumnos y las privadas 445.000.

A pesar de eso, solo el 20% de los estudiantes logra graduarse. Esta situación desencadena la emigración de jóvenes–adultos en busca de oportunidades en el exterior.

### *Análisis de conocimiento e interés en diferentes grupos de la sociedad en San Juan*

Luego de investigar sobre la importancia del idioma, yo como gestora decidí evaluar los niveles de conocimiento y los intereses que poseen los ciudadanos en distintas etapas de la vida, mediante una encuesta.

La encuesta se realizó por grupo etario, de acuerdo a la etapa educativa. Estas etapas son primaria (de 6 a 12 años), secundaria (de 13 a 17 años), universitario (de 18 a 28 años aproximadamente) y profesionales (de 25 a 35 años).

Las preguntas en primer instancia apuntaban a conocer si el idioma conforma el plan de estudio en todas las etapas educativas, y las consecuencias de tener o no la posibilidad de acceder al mismo. En segunda instancia conocer el interés del grupo por el idioma y la comprensión de el idioma en cada una de las etapas.

Se concluyó que, en primaria no todos los niños tienen acceso a éste aprendizaje desde la primera etapa escolar y aquellos que, si tienen acceso a pesar de su reconocimiento de la necesidad y el interés de aprender, presentan dificultades para comprender el idioma, generando desmotivación.

En secundaria se observa que una parte de ellos tienen conocimientos muy básicos aprendidos desde la primaria y otra parte presentan mayor dificultad para aprender, debido a la carencia de esta enseñanza en primaria.

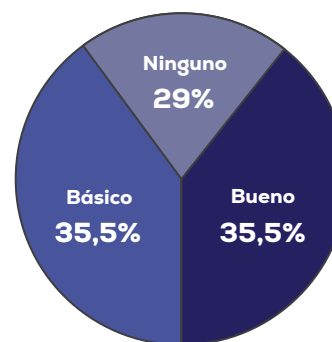
En ambos casos, reconocen la importancia de este conocimiento y las consecuencias positivas que podrían obtenerse si pudieran comprender el idioma. Sin embargo, solo una pequeña parte de ellos encuentran motivación para aprender.

Por otra parte, la encuesta realizada a estudiantes avanzados de carreras tales como: Locución, Enfermería, Nutrición, Diseño, Matemática, Ingeniería, Trabajo Social, entre otros, arrojó los siguientes datos: El 71% poseen inglés como parte del programa de educación, de los cuáles la mitad posee un nivel básico del idioma y el resto posee un buen nivel.

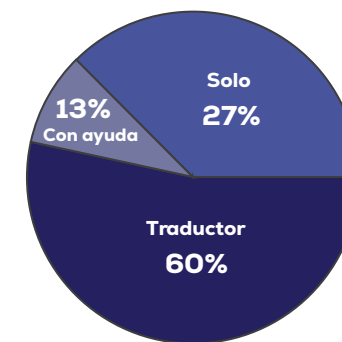
A pesar de eso, cuando se enfrentan a situación de comprensión del idioma un 55% utilizan traductores, un 13% recurre a alguna persona con conocimiento y solo el 27% restante puede acceder a la información sin ayuda alguna.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta podemos concluir que los niveles de educación básica son demasiado bajos y los métodos empleados son deficientes en la actualidad.

**Nivel de conocimiento del Inglés en Estudiantes Universitarios.**



**Medios de traducción de textos**

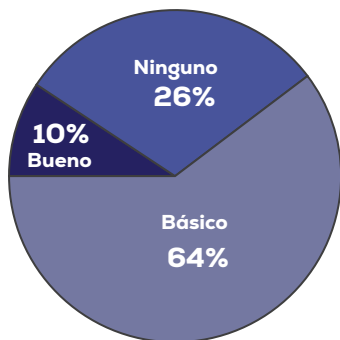


La encuesta realizada a jóvenes profesionales tales como: enfermeros, docentes, médicos, bioquímicos, trabajadores sociales, técnicos mecánicos, y algunos más, muestra que el 74% tienen algún conocimiento del idioma y el 26% no lo posee.

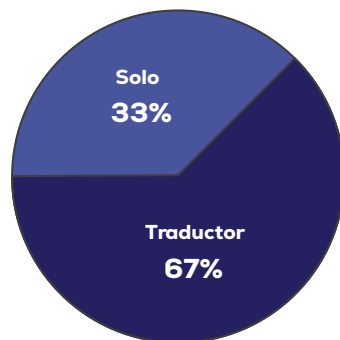
Dentro del grupo capaz de comprender el idioma; solo el 10% es muy bueno hablando el idioma y el 64% posee nivel básico.

No obstante, el 67% utiliza traductores, es decir que los conocimientos básicos no alcanzan para comprender un texto, diálogo o conferencia.

**Nivel de conocimiento del Inglés en jóvenes profesionales.**



**Medios de traducción de textos**

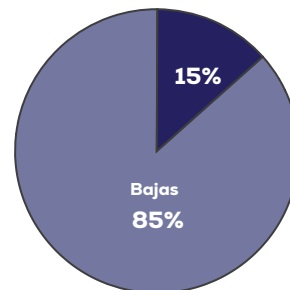


En general, el idioma está instalado dentro del sistema educativo, por lo cual la mayoría posee un nivel básico en el manejo de éste. El problema claramente es que este nivel adquirido desde la escuela no alcanza para un desempeño fluido de textos, diálogos, conferencias, etc. Este bajo desempeño es consecuencia de los métodos poco motivacionales para los estudiantes y la falta de recursos audiovisuales o práctica lingüística, área de interés y motivación en gran parte.

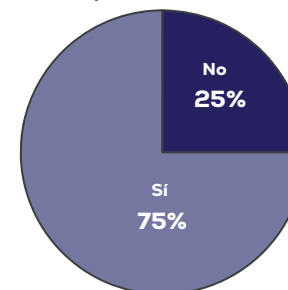
Por último, se encuestó solo a estudiantes y profesionales de entre 18 y 35 años, para analizar las oportunidades laborales en el país y en el exterior y cuáles son los obstáculos o miedos que presenta este grupo de jóvenes-adultos a la hora de buscar nuevas oportunidades en el exterior.

El 15% considera que en el país hay oportunidades laborales y el 85% creen que no existen grandes oportunidades en la Argentina debido a la situación económica y social. De ese porcentaje el 75% viajaría al exterior, pero solo un 15% de los encuestados podrían concretarlo, un 7% considera que no podría viajar por costos económicos, un 7% no podría por razones familiares y el 70% le genera temor la dificultad comunicacional.

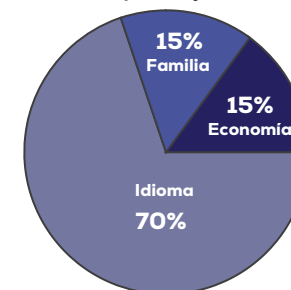
**Oportunidades Laborales en el país.**



**Buscarían oportunidades en el exterior.**



**Dificultades para viajar al exterior.**



### 3.2 Actores y destinatarios

Este proyecto está destinado a jóvenes-adultos de entre 18 y 35 años, con el objetivo de ampliar sus conocimientos en el idioma inglés, motivados por el deseo de buscar mayores oportunidades laborales y educativas en el exterior.

El proyecto plantea una metodología de auto-gestión, con el objetivo de generar, organizar, planificar y establecer alianzas. Como profesora de inglés y como joven-adulto puedo comprender la necesidad del grupo destinatario y los conocimientos que deben alcanzar, para ser competentes en el idioma. Y como diseñadora puedo generar las piezas necesarias que cumplan con todas las expectativas de los consumidores y los objetivos del proyecto.

El Fondo Internacional para la diversidad Cultural (FIDC) de la UNESCO, brinda el apoyo económico al proyecto. Este fondo apoya proyectos con el objetivo de propiciar la creación de un sector cultural dinámico, principalmente a través de actividades que faciliten la introducción y/o elaboración de políticas y estrategias que protejan y promuevan la diversidad de las expresiones culturales.

Por otra parte, la alianza principal se estableció con el instituto de inglés Saint John's, quien por un lado se encarga de seleccionar y organizar los temas, y por otro lado los docentes de la institución facilitarán el proceso de autoaprendizaje de los usuarios.



### 3.3. Marco teórico

#### *La Educación*

El libro Blanco denominado “Teaching and learning: toward the learning society” (La enseñanza y el aprendizaje: hacia la sociedad del aprendizaje), es un libro diseñado para proponer directrices en los ámbitos de educación, donde subrayan la importancia para Europa en la inversión en educación e investigación.

Esta inversión juega un papel fundamental en la competitividad, la cohesión social y el empleo. Este libro se basa en las conclusiones elaboradas por el consejo de la Unión Europea en junio de 1995 en las que se realiza la siguiente afirmación:

“Las políticas de formación y aprendizaje son fundamentales para mejorar el empleo y la competitividad, las cuales deben fortalecerse con una formación continua”

La educación y la formación surgen como un medio para enfrentar la problemática de los empleos; mientras más conocimientos y formación se posee aumentan las capacidades y posibilidades laborales.

Jacques Delors es un economista socialista francés, que además fue presidente de la comisión europea, redactó ensayos y escribió libros de economía y educación donde asegura que el desarrollo de la educación y la formación son una de las condiciones para el crecimiento del empleo con mayor intensidad.

#### *La Educación en Argentina*

Sarmiento escribió en “Educación Popular”: “El poder, la riqueza y la fuerza de una nación dependen de la capacidad industrial, moral e intelectual de los individuos que la componen”. Fue impulsado por Horace Mann (escritor, político, filósofo y educador norteamericano) a quien conoció en uno de sus viajes a Estados Unidos y del cual conservó algunas de sus ideas. A partir de esto, propuso la generación de acceso masivo a la educación, entendiendo la misma como la gran igualadora de las condiciones humanas y formadora de ciudadanos capaces para trabajar.

Para Sarmiento la educación es elemento prioritario para el cambio social y la modernización de la sociedad.

#### *Tipos de Educación*

• **Formal:** Es la educación institucionalizada, intencionada y planificada por organizaciones públicas o privadas acreditadas para educar.

Se encuentran jerárquicamente estructuradas y graduadas cronológicamente. Abarca la educación básica (preescolar, primaria y secundaria), educación media superior (formación directa y práctica para una profesión específica) y la educación superior (universitaria, escuela superior o de formación profesional).

• **No Formal:** Comprende todos los procesos y prácticas que involucran un grupo social heterogéneo. En este caso tiene una intencionalidad educativa y planificada de la enseñanza-aprendizaje, pero fuera del ámbito escolar. En este ámbito se encuentran los talleres, conferencias, conversatorios, capacitaciones, entre otros.

• **Informal:** Es aquella educación no regulada que se produce de manera espontánea sin que exista una planificación, ni intervenga un ámbito institucional educativo. Es la educación que se recibe en el hogar, la comunidad o el trabajo, es decir, ámbitos cotidianos y se obtiene a través de la experiencia como hablar, caminar, etc.

#### *Sistema Educativo en Argentina*

Actualmente, está regulado por la Ley de Educación Nacional sancionada en 2006, que asigna al Estado la responsabilidad de garantizar la igualdad y la gratuidad de la enseñanza. La norma permite que todos podamos acceder a una educación de calidad que garantice la igualdad de oportunidades y la equivalencia de los resultados, más allá de las diferencias de origen.

Los niveles educativos son Inicial, primario, secundario y superior.

En el sistema educativo argentino existen las modalidades de educación permanente de jóvenes y adultos, educación domiciliaria y hospitalaria, educación en contextos de encierro, educación especial, educación rural, educación intercultural bilingüe y educación artística.

## El inglés: idioma universal

El inglés es citado por muchos autores como el idioma universal o internacional, es decir, que en todas partes del mundo es el más empleado.

Martín Bangemann abogado y político alemán destacó en el informe “Europa y el mundo sociedad de la formación”, que la información en el mundo, las telecomunicaciones y las tecnologías están dando una nueva revolución industrial con consecuencias importantes en el trabajo.

Antiguamente el manejo del idioma se exigía en grandes empresas para los puestos de alto rango. En la actualidad debido a esta nueva revolución citada por Bangemann, es una herramienta que brinda mayores oportunidades, cada vez más solicitadas o necesarias tanto laboralmente como para capacitaciones e investigaciones.

Claudia Bertosa dice en un artículo de análisis y opinión en *Mundiarío*, “vivimos en una era de globalización, donde la comunicación y la interconexión entre diferentes culturas y países son fundamentales. En este contexto, el inglés se ha convertido en una herramienta vital para el entendimiento y la colaboración a nivel internacional.

En el ámbito profesional, el inglés es un requisito cada vez más solicitado en el mercado laboral global. Muchas empresas multinacionales y organizaciones internacionales requieren que sus empleados tengan habilidades sólidas en inglés para interactuar con colegas y clientes de diferentes países. El dominio del inglés no solo abre puertas en términos de oportunidades de empleo, sino que también permite acceder a recursos y conocimientos en áreas como la tecnología, la ciencia, la investigación y los negocios, que son compartidos a través del idioma inglés”.

Gonzales Davies describe 3 ramas principales para la comunicación y el aprendizaje en “English Language Teaching”

**1) Idioma como lengua materna:** es la que se aprende desde niño a través de los padres. Es el caso de países como Estado Unidos, Gran Bretaña, Irlanda, Australia.

**2) Idioma como segunda lengua:** el cual puede tener dos tipos de motivaciones:

*a. Motivación integrativa:* donde se necesita una segunda lengua para formar parte o insertarse en un grupo social con el que compartimos diariamente o con frecuencia.

*b. Instrumental:* Se necesita para establecer vínculos o acceder a medios de comunicación.

**3) Idioma como lengua extranjera:** hace referencia a la motivación instrumental. Es el idioma que aprendemos en la escuela y nos brinda un desempeño social.

En una investigación realizada en 2002 para conocer el idioma más implementado en el mundo, se observó que el 47% habla inglés, dentro de los cuales el 31% lo maneja como segundo idioma y solo el 16% como lengua materna.

Comprobando con estos resultados que la sugerencia de Graddol en 1997 de que globalmente en el mundo habría más hablantes del idioma como segunda lengua que como lengua materna, es real y la importancia de adquirir el inglés como segunda lengua cada vez es mayor.





## Era Digital

Desde la creación de las computadoras, el envío de satélites al espacio, el surgimiento de internet, así como también la digitalización de la fotografía y la educación entre otras cosas, han hecho que hoy en día el mundo digital sea indispensable para el ser humano.

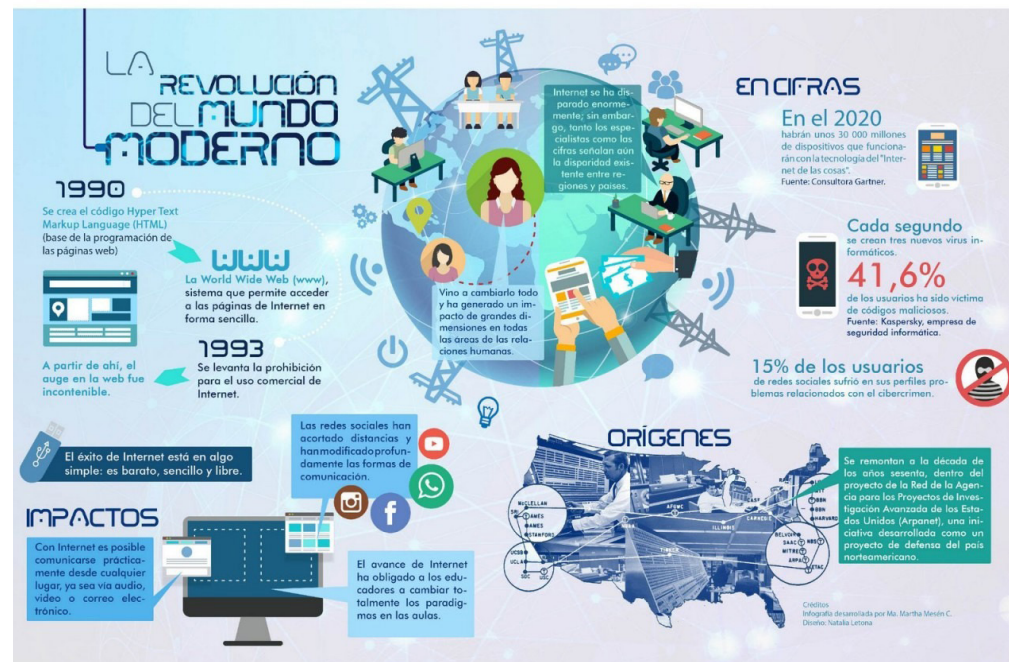
Si bien en la historia de la humanidad se han producido diversos cambios a partir de la tecnología, en las últimas décadas se han producido cambios muy acelerados.

La era digital es el nombre que recibe el período de la historia ligado a las tecnologías de información y comunicación.

El comienzo de este periodo se asocia con la revolución digital a partir de 1990, cuando se crea el código Hyper Text Markup Language HTML, en 1993 se introdujo el primer navegador web. Rápidamente el internet se expandió en muchos países.

En la década del 2000 el uso de los teléfonos móviles se convirtió en un fenómeno cultural, a pesar de su existencia desde 1990 aproximadamente. Con el tiempo superaron a las computadoras en cuanto al uso de internet, llegando a los 30.000 millones de dispositivos con internet en 2020.

Estos importantes avances nos permiten ampliar nuestras posibilidades comunicacionales en el mundo de manera rápida y efectiva, ampliar las posibilidades comerciales y modificar algunos paradigmas pedagógicos.



## Pensamiento de diseño

El Design Thinking es un método para encontrar soluciones creativas e innovadoras para productos, servicios e incluso estrategias empresariales.

Se centra en las necesidades humanas y en la observación de la conducta humana, es decir, que se piensa y se investiga las necesidades de un grupo determinado para encontrarles una solución, en este caso desde el diseño.

Con este método, como diseñadores podemos gestar un proyecto detectando una necesidad específica y buscándole una solución desde el diseño como un producto, un servicio o lo que sea pertinente para dicha necesidad.

Este método se compone de 5 fases:

- **Enfatizar:** Este paso consiste en descubrir y comprender las necesidades de las personas de forma amplia, abordándolas en todo su contexto.

Para ello, es necesario conocer todo sobre el grupo de personas que estamos investigando. Es necesario saber que piensa, que le preocupa, que expectativas tiene, temores y frustraciones; su entorno familiar, laboral, educativo, etc.

- **Definir:** Esta etapa trata de filtrar toda la información obtenida y destacar solo la esencial que nos permita conocer el problema realmente.

- **Idear:** En esta etapa se proponen soluciones.

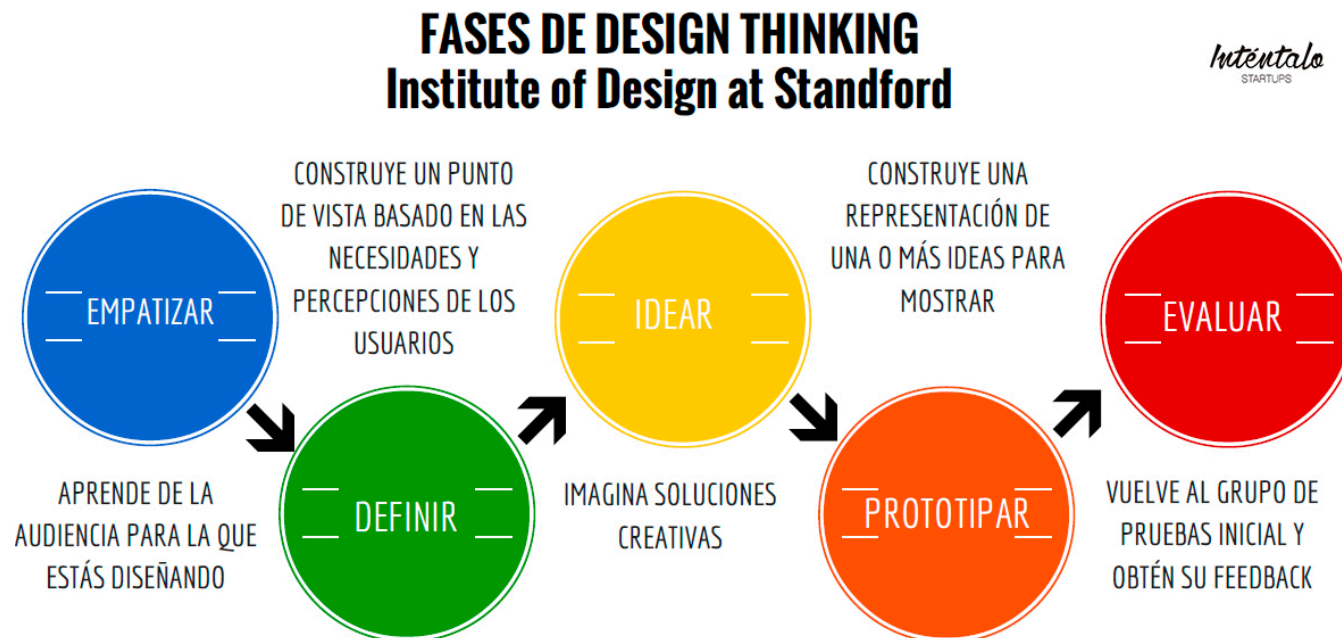
Es la etapa creativa, donde se pueden utilizar diferentes técnicas que ayudan a encontrar ideas creativas como el brainstorming.

Lo importante de esta etapa es no quedarse con una solución, sino encontrar varias alternativas.

- **Prototipar:** En esta etapa se debe elaborar una propuesta de solución que deriva de todas las ideas obtenidas de la etapa anterior.

Se elabora un prototipo de esa propuesta, como la palabra lo indica, es solo un prototipo no es la respuesta definitiva.

- **Testear:** En esta etapa, se pone a prueba el prototipo para evaluar el funcionamiento, medir la satisfacción del grupo y detectar defectos a corregir.



### 3.4 Antecedentes

#### Duolingo

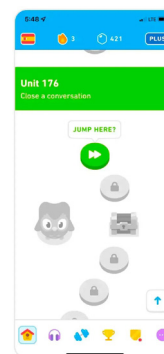
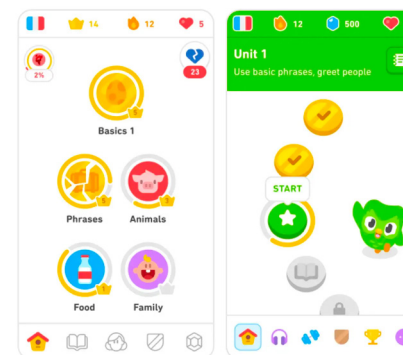
Es una plataforma web destinada al aprendizaje gratuito de idiomas y a la certificación del nivel de inglés.

El sitio ofrece diversos cursos en idiomas como inglés, francés, alemán, portugués, italiano, ruso y más.

Este proyecto fue iniciado por el profesor Luis Von Ahn y el estudiante de posgrado Severin Hacker. Fue patrocinado mediante beca MacArthur en 2006 y una beca de la Fundación Nacional para la ciencia.

La principal característica es la practicidad sin el uso de textos gramaticales. La comprensión es de manera intuitiva con ayuda de imágenes.

Duolingo sigue un modelo computacional 1 a 1, donde la maquina enseña al alumno, este método se va perfeccionando con los datos recogidos por el aprendizaje de cada usuario.



## Babbel

Es un software de aprendizaje de idiomas en línea. La plataforma está disponible en varias lenguas desde enero de 2008, actualmente dispone 14 lenguas.

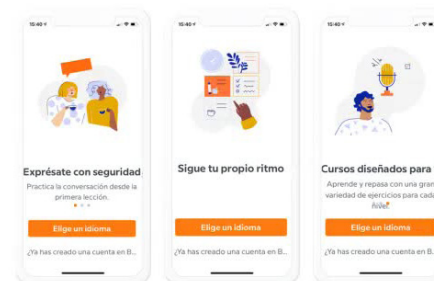
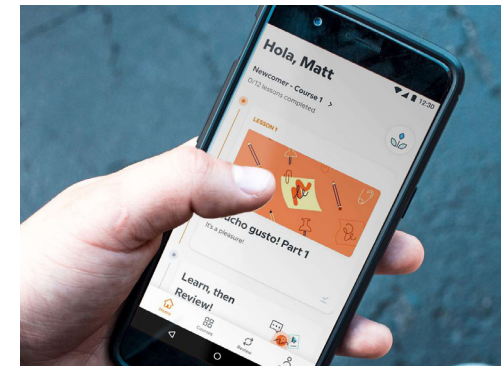
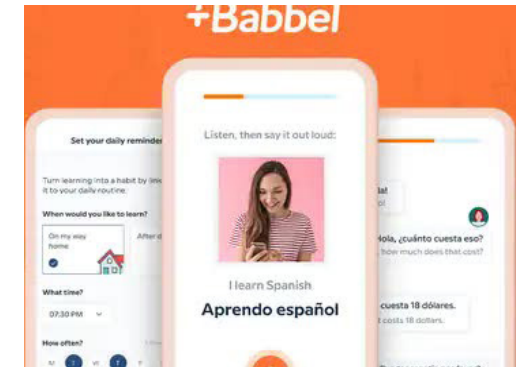
Babbel está inspirado en la torre de Babel cuya construcción perseguía alcanzar el cielo. Antes de concluir la construcción, Dios hizo que los trabajadores hablaran varias lenguas para confundirlos y evitar la construcción.

Babbel fue fundada en agosto de 2007 por Markus Witte y Thomas Holl. En 2008 Kizoo Technology Ventures y IBB se convirtieron en los primeros inversores de Babbel.

Los cursos que ofrece pueden completarse sin necesidad de instalaciones. Hay cursos de gramática y vocabulario, de refranes y canciones. Y por otro lado inglés empresarial con temas de marketing y recursos humanos.

Utiliza la lectura multimedia, ejercicios escritos, escucha comprensiva y formación en la pronunciación.

Con el reconocimiento de discurso en tiempo real, los usuarios consiguen retroalimentación inmediata. Además, pueden contactarse con estudiantes alrededor del mundo.



## Bussu

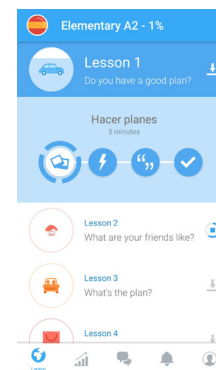
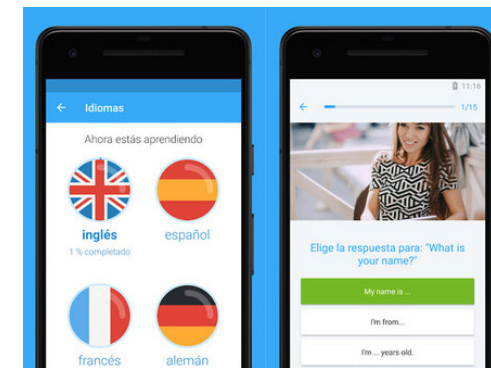
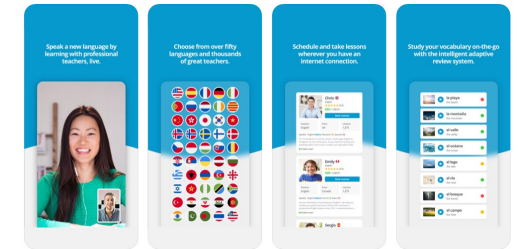
Es una aplicación y comunidad en línea que permite el aprendizaje de idiomas o el refuerzo de las capacidades lingüísticas. Se pueden aprender 14 idiomas diferentes.

Bussu es una lengua hablada en Camerún, hablado por un grupo minoritario de personas.

El objetivo de Bussu es ayudar a quienes desean mejorar sus capacidades lingüísticas.

Los usuarios pueden realizar videoconferencias con otros usuarios, corregirse los ejercicios entre usuarios y contactarse con hablantes nativos.

En Bussu hay dos tipos de miembros los gratuitos y los premium que pueden acceder a unidades gramaticales y funciones multimedia para aprender más de un idioma a la vez.

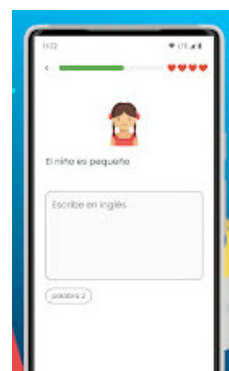
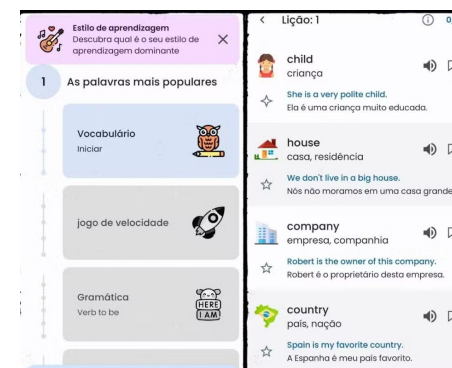
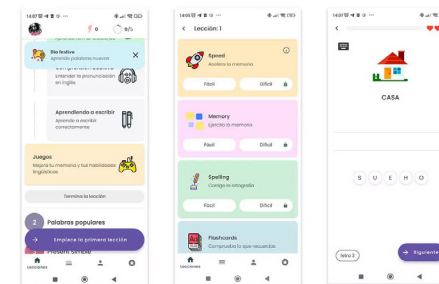


## Livango

Es una aplicación para aprender inglés gratuito, con más de 1000 palabras para aprender.

Livango fue creada para los usuarios provenientes de Polonia, pero después de tener éxito se amplió a diferentes idiomas y para personas de todo el mundo, no solo de Polonia.

Esta aplicación se centra en el inglés británico, cuenta con diferentes sonidos, ejercicios gramaticales y orales. Además, de juegos que nos permiten trabajos con la memoria y el vocabulario.





## Conclusión

Los antecedentes seleccionados tienen características interesantes para tener en cuenta en este proyecto.

Duolingo maneja un método de avance por niveles y un modelo computacional de aprendizaje donde el usuario solo interactúa con la app para lograr su aprendizaje.

Además tanto Duolingo como Babbel fueron creadas mediante financiamiento económico (beca o inversión en cada caso).

Por otra parte, Babbel, Bussu y Livango implementan el uso de textos gramaticales, herramientas multimediales y prácticas por videollamada para el aprendizaje no solo escrito, sino también oral ampliando las capacidades comunicacionales en el idioma.

Bussu, al mismo tiempo, ofrece una versión premium con un valor económico para obtener acceso a las herramientas de estudio más importantes, y de este modo, generar recursos económicos.

Por último, Livango fue creada solo en un idioma y para un grupo sectorizado de acuerdo a una necesidad, de este modo enfocar la creación de un servicio y contenido basando una necesidad específica, sin perder el objetivo.

## 4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

### 4.1. Objetivos

#### General

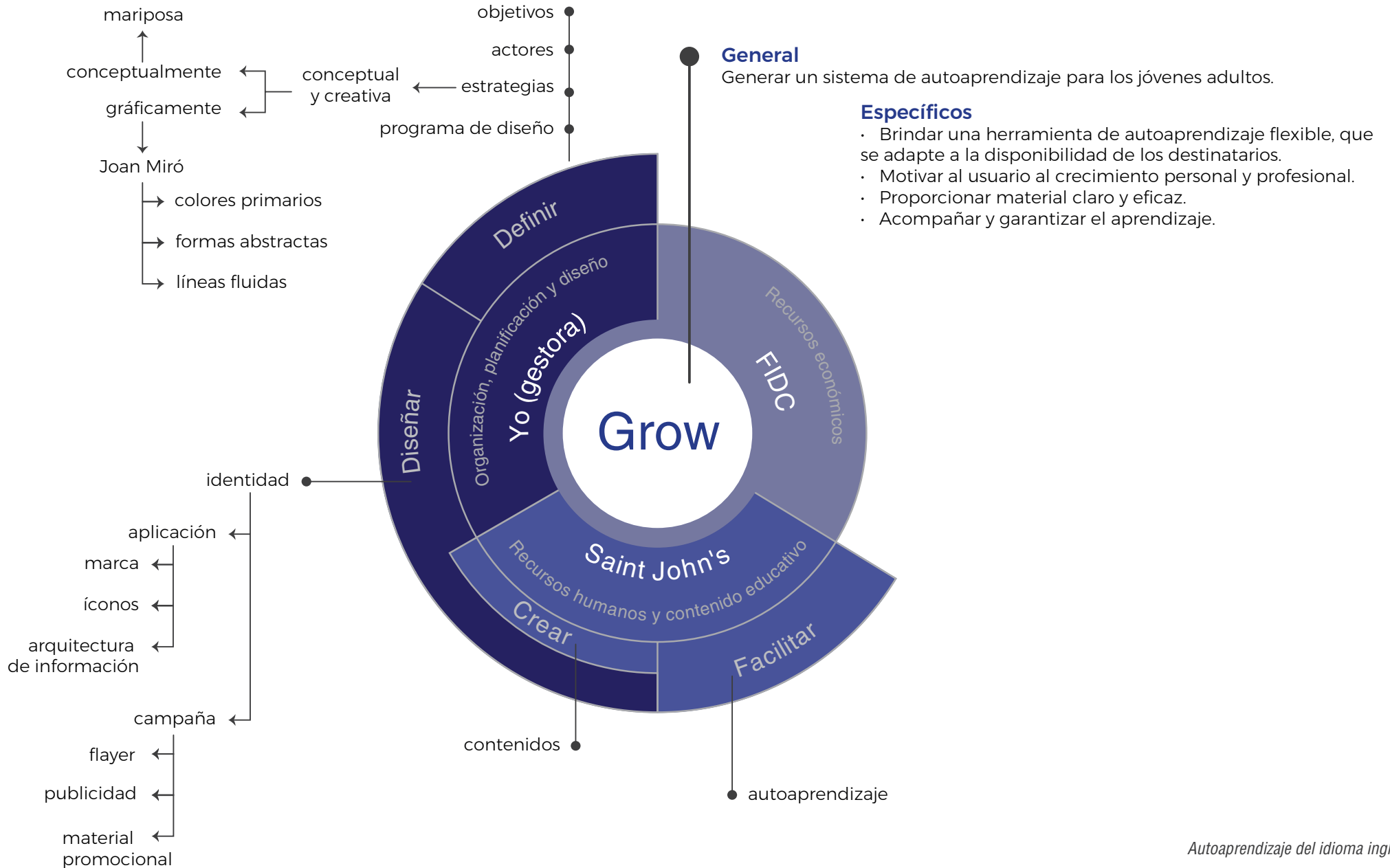
Generar un sistema de autoaprendizaje del idioma inglés de manera motivadora, clara y eficaz para los jóvenes adultos interesados en ampliar sus capacidades lingüísticas.

#### Específicos

- Brindar una herramienta de autoaprendizaje en el idioma inglés de manera flexible, que se adapte a la disponibilidad de los destinatarios.
- Motivar al usuario al crecimiento personal y profesional.
- Proporcionar material claro y eficaz.
- Acompañar y garantizar el aprendizaje.



## 4.2 Definición Estratégica



## 4.2.1 Estrategia conceptual y creativa

### Mariposa - Concepto de evolución

El aprendizaje y crecimiento personal, que ofrece la app se presenta como un crecimiento por etapas o niveles. Para cumplir con la totalidad del curso se deben completar cuatro niveles, cada uno de ellos se compone de una cantidad determinada de lecciones por temas.

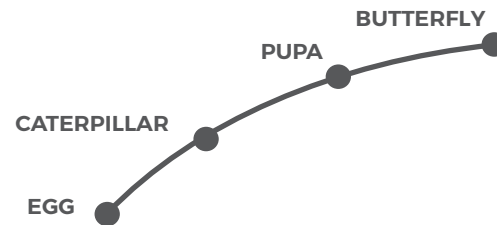
Cada nivel se representa con una etapa de la transformación de la mariposa. Los niveles son:

Nivel 1: EGG (huevo)

Nivel 2: CATERPILLAR (oruga)

Nivel 3: PUPA (capullo)

Nivel 4: BUTTERFLY (mariposa).



### Arte

En un artículo publicado en La Escena (una revista cultural online) dice que el arte no se limita a comunicar, sino a transmitir, expresar y manifestar lo que hay en el alma. Además, la palabra “arte” proviene del latín Ars, que designa los saberes aprendidos y de Techné, que designa técnica.

Teniendo en cuenta estas dos situaciones se estableció que el diseño del proyecto sea a través del arte. Por un lado, representando el aprendizaje como base de realización de lo que deseamos y sobre todo de la expresión.

Por otro lado, se busca transmitir los conceptos de crecimiento establecidos, que se adquieren con el aprendizaje y el conocimiento.

El arte no solo acompaña todo lo establecido, sino que gráficamente le damos una estética expresiva, moderna, llamativa y creativa.

### Joan Miró - surrealismo abstracto - Estilo gráfico

Fue pintor, escultor, grabador y ceramista surrealista. En sus inicios tuvo influencias fauvistas, cubistas, y expresionistas. Pero, en París descubrió el poder de lo onírico y decidió matar los métodos convencionales de la pintura.

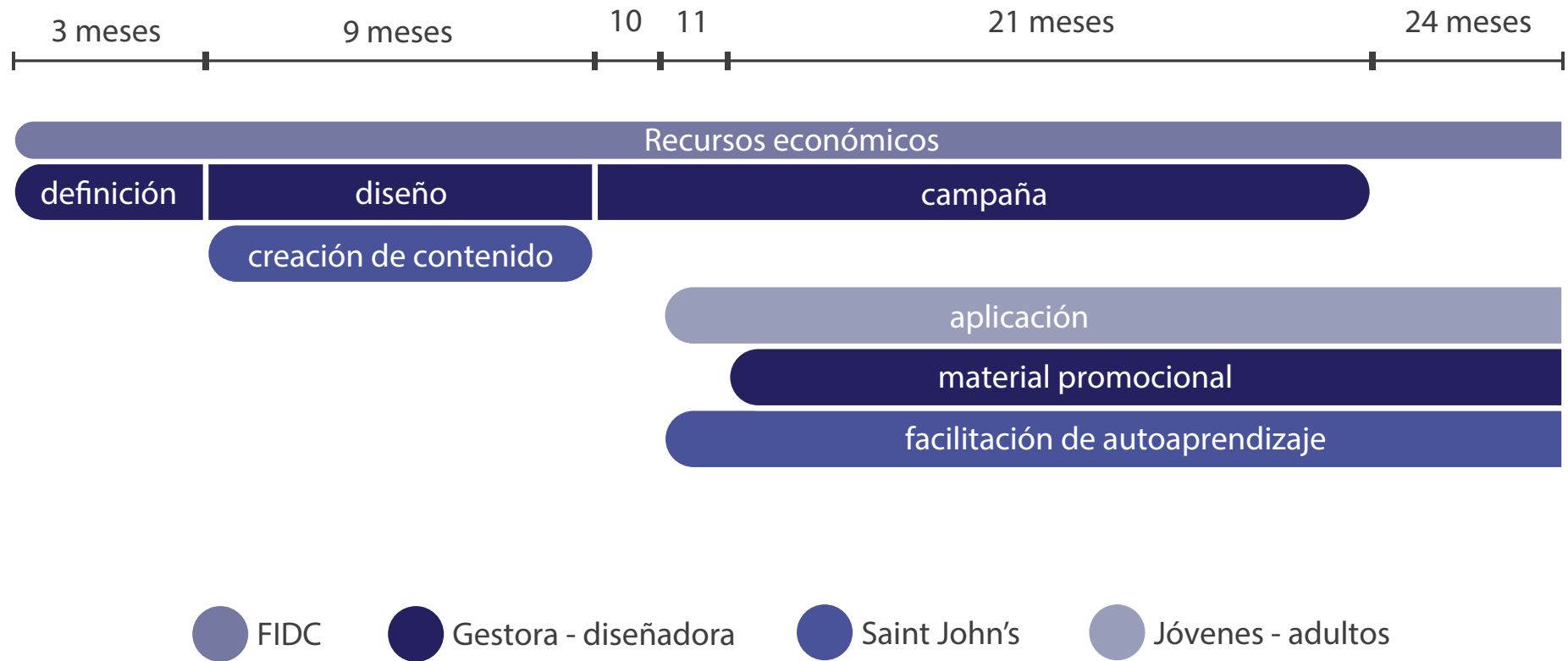
A partir de ahí, su trabajo se fue volviendo más abstracto, más simple, con formas y colores primarios con inspiración en la infancia y la cultura popular.

Miró utiliza los colores primarios ofreciendo un tono casi infantil y el negro, que además, lo utiliza para definir puntos, líneas y contornos. Las formas tienen un lenguaje abstracto, reducido a los mínimos elementos de expresión.

El arte de Miró a través de la selección cromática le aporta al proyecto frescura, modernidad y juventud. Y con la abstracción de las formas y líneas, dinamismo y simplicidad.



4.3 Programa de Diseño y plan de acción



## 5. PROYECTO

### 5.1 Identidad

Teniendo en cuenta el concepto de crecimiento y progreso que la aplicación desea transmitir, se decidió nombrarla como “Grow” cuyo significado es crecer. Con este naming reforzamos el concepto y la finalidad del proyecto.

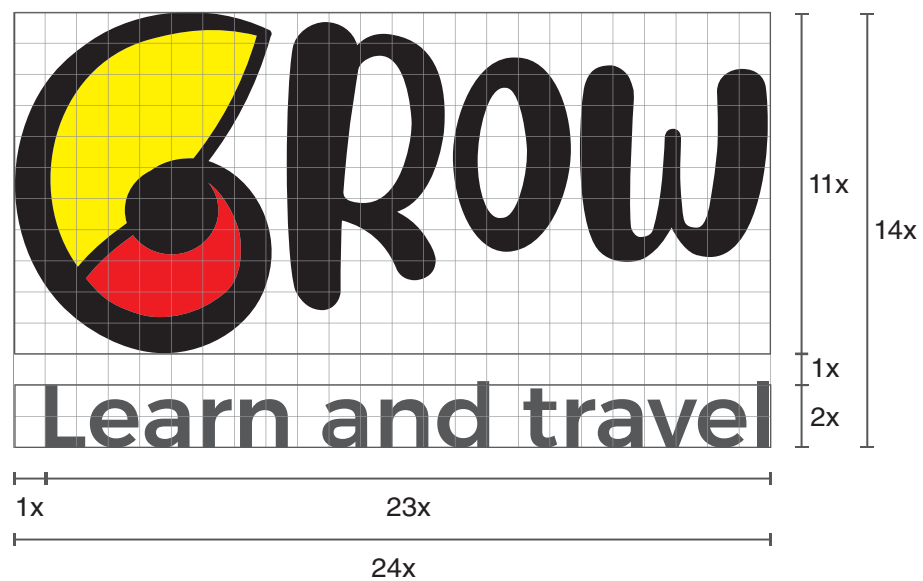
Con la selección tipográfica principal se busca transmitir dinamismo, modernidad, flexibilidad y creatividad. En la letra G se creó un símbolo que representa la etapa inicial de aprendizaje nombrado como EGG.

Por último, la bajada “Learn and travel” también acompaña el concepto, pero, además expone el objetivo principal del proyecto “aprender y viajar”.



## 5.2 Grilla constructiva

El logo se encuentra contenido en una grilla de 24 x 14 módulos, donde el naming abarca 23 x 11 módulos, y la bajada 23 x 2 módulos. La selección tipográfica para la bajada es la fuente Gontserrat Bold. Y el interlíneado entre el naming y la bajada es de 1 módulo.



5.3 Aplicación de marca



Aplicación en positivo



Escala de grises (K: 80%)



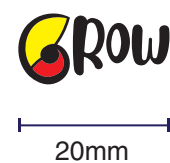
Aplicación en negativo

5.4 Tamaños mínimos



*Impreso*

---



*Digital*

---



sin bajada



con bajada

## 5.5 Tipografías

### Principales

#### Montserrat Light - Semibold

Es una tipografía sans serif, desarrollada por la diseñadora argentina Julieta Ulanovsky en 2011.

Inspirada en carteles y marquesinas de la primera mitad de siglo XX en los barrios de Buenos Aires.

Tiene una gran altura de x, astas descendentes cortas y grandes aberturas. Además, posee alta legibilidad.

Esta tipografía se utiliza para los títulos de cada sección de la aplicación.

Esta fuente tipográfica es utilizada para la bajada de el logo y dentro la aplicación se utiliza para títulos.

#### Montserrat SemiBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789\$%&@#!?,:;)

#### Louis George Café Bold

Es una fuente del diseñador Chen Yining de tipo Sans Serif. Es una versión profesional con gráficos hechos a mano y generados por computadora, y varias revisiones. Tiene 6 estilos disponibles.

En la aplicación es utilizada para todos los textos en general.

#### Louis George Cafe Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789\$%&@#!?,:;)

### Secundaria

#### Kids Monday Regular

Es una fuente fantasía, con un estilo amigable y divertido.

En la aplicación se utiliza para los títulos en la bienvenida de la instalación.

#### Kids Monday

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

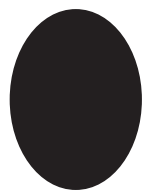
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789\$%&@#!?,:;)



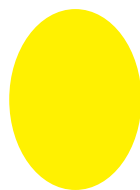
## 5.6 Paleta cromática

La paleta cromática fue inspirada por el arte abstracto surrealista de Joan Miró. Los colores primarios aportan al proyecto simplicidad y al mismo tiempo fuerza.



#1D1D1B

R: 29 K: 100%  
G: 29  
B: 27



#FFED00

R: 255 Y: 100%  
G: 237  
B: 0



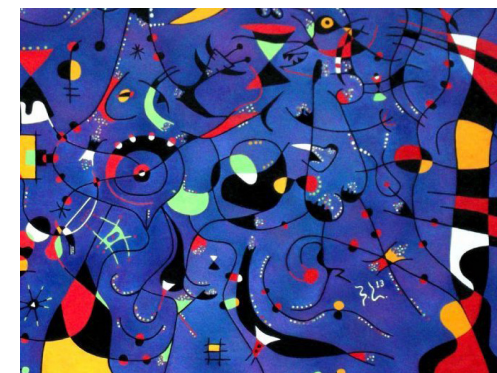
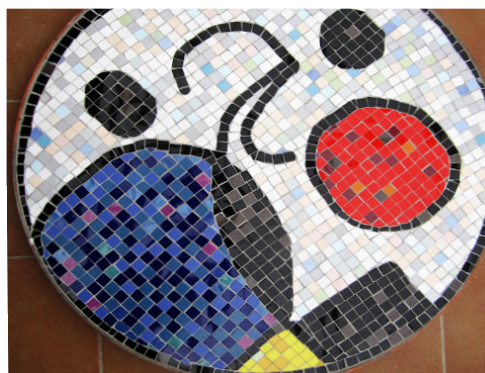
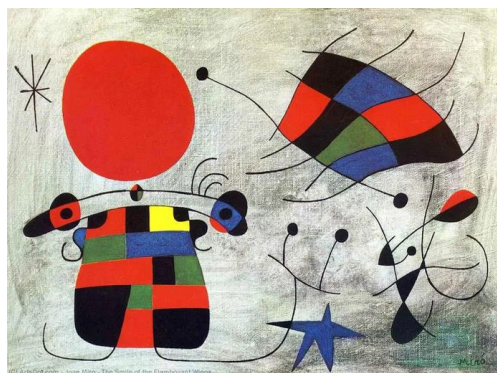
#E32021

R: 227 C: 1%  
G: 32 M: 96%  
B: 33 Y: 91%



#383189

R: 56 C: 96%  
G: 49 M: 93%  
B: 37



## 5.7 Arquitectura de la información

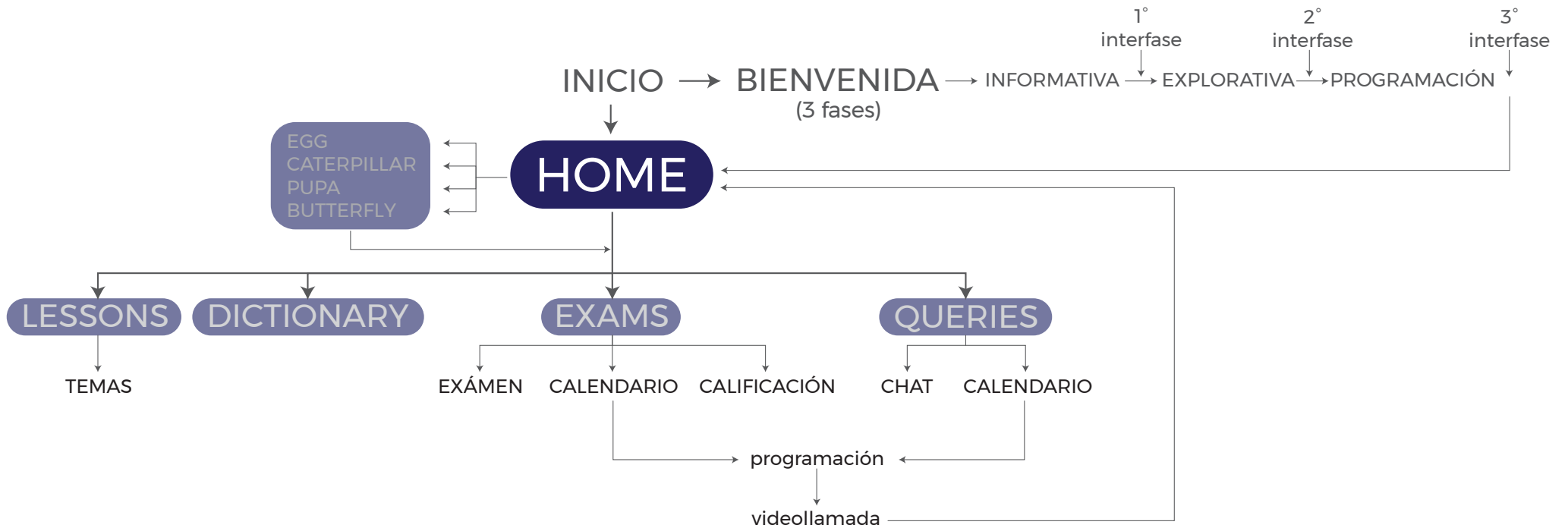
Después de la descarga, el primer ingreso a la aplicación es la bienvenida. Conforada por tres fases, informativa, explorativa y de programación. Además, tres interfaces entre ellas, que marcan el cambio de información.

Una vez completada la bienvenida, se accede al Home, desde la cuál podemos ingresar a los niveles desbloqueados. En cualquiera de los niveles, se puede acceder a las lecciones, al diccionario, a los exámenes y a las consultas.

Desde las lecciones se ingresa a los temas y al contenido de aprendizaje.

Desde los exámenes se puede programar el examen (por intermedio del calendario) realizarlo y visualizar las calificaciones.

Por último, desde consultas se puede chatear o programar una videollamada con profesores en línea, de la misma forma que se preprograman los exámenes.



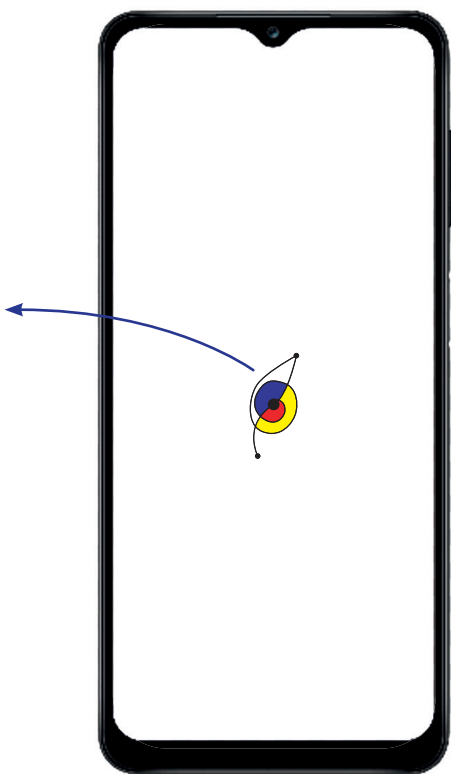
## 5.8 Aplicación móvil

### 5.8.1 INICIO

Al ingresar a la aplicación lo primero que se observa, es la animación de carga, donde aparecen los niveles con una transición de tamaño y opacidad.

Después, con una breve animación se presenta la marca del proyecto y posteriormente los actores del proyecto

**ANIMACIÓN**



**pantalla 1**



**pantalla 2**

## 5.8.2 BIENVENIDA

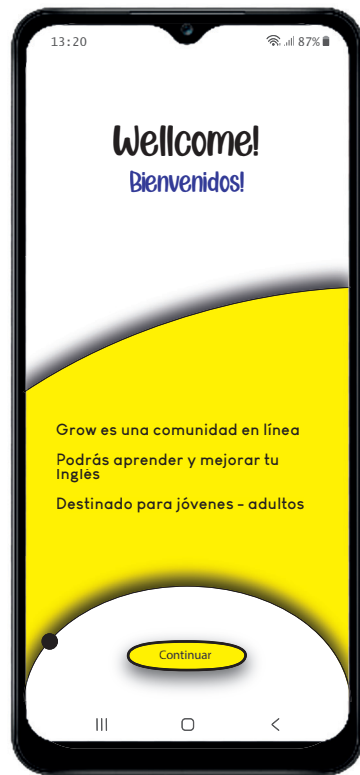
### PRIMER FASE - INFORMATIVA

La fase informativa es de ingreso de datos; la segunda instancia es de exploración de conocimientos previos en el idioma y la tercera instancia es de programación de clases, según la disponibilidad horaria del usuario.

Cada instancia se compone de algunos pasos, que se deben transitar.

Se puede visualizar en cada pantalla un título de introducción y la información en

general que se encuentra en un área circular con fondo amarillo, sobre este área aparece una línea y un punto que avanza en la medida que se completan los pasos de cada instancia.



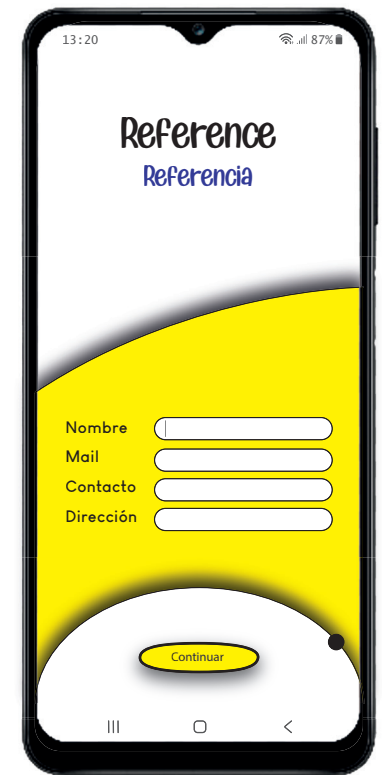
**pantalla 1**



**pantalla 2**



**pantalla 3**



**pantalla 4**

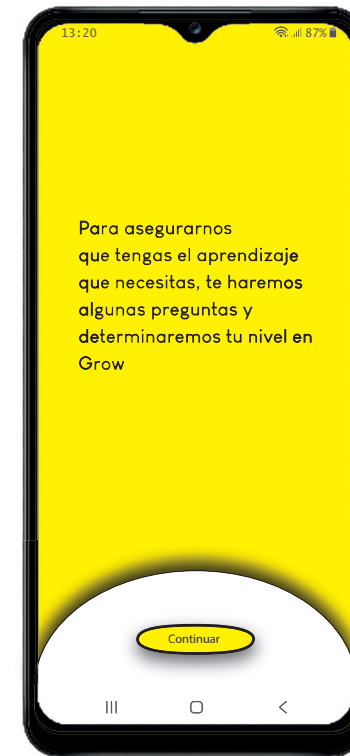
## 1ª INTERFACE

Al finalizar cada instancia, el diseño de pantalla cambia haciendo una introducción de la siguiente fase.

En este intervalo entre secuencias se muestra un intercambio cromático y de ubicación de la información. En este caso la información se encuentra en la parte superior sobre fondo amarillo. Y en el área circular inferior de color blanco se mantienen los botones.



***pantalla 1***



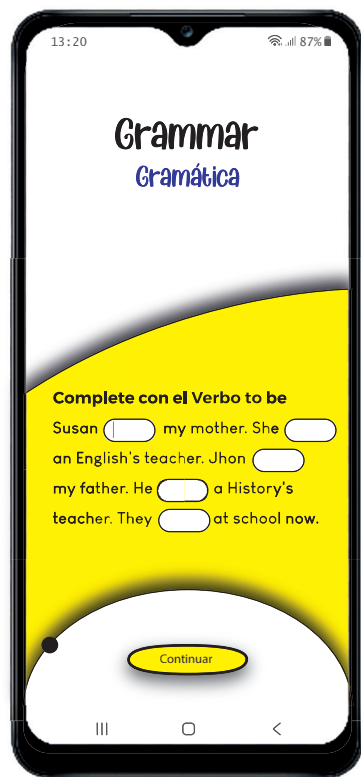
***pantalla 2***

## SEGUNDA FASE - EXPLORATIVA

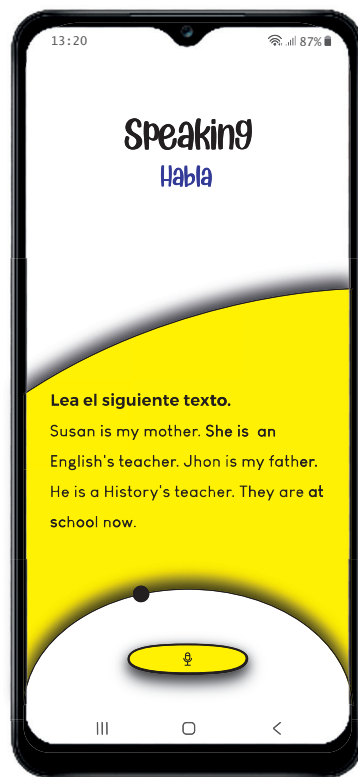
En esta instancia el usuario debe completar algunos ejercicios que permiten examinar el grado de conocimientos previos que posee, para determinar en que nivel inicia cada usuario dentro de la app.

Los ejercicios examinan tres variables: la gramática, el habla y la comprensión por escucha.

En la interfase, al final de la etapa explorativa, se informa al usuario en que nivel y lección debe iniciar su aprendizaje.



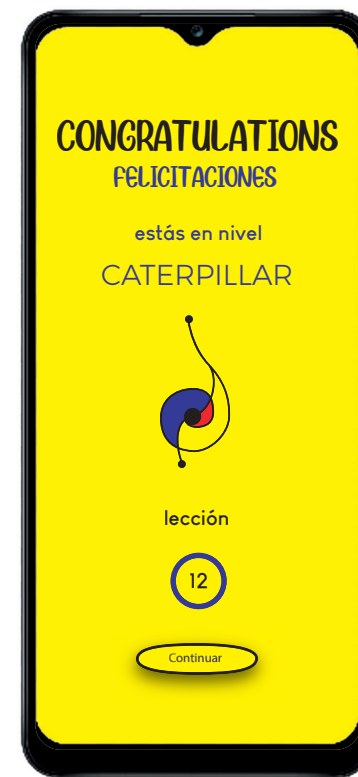
***pantalla 1***



***pantalla 2***



***pantalla 3***



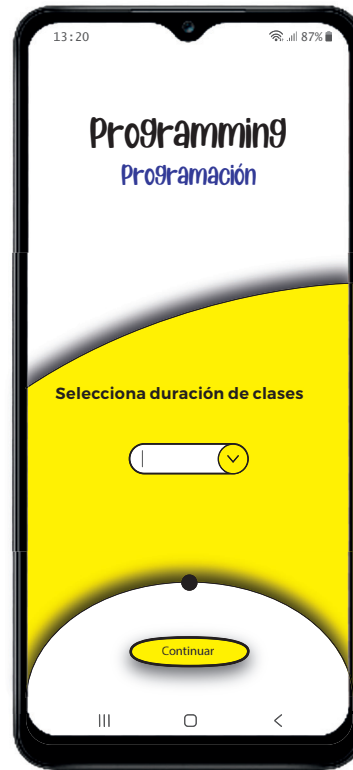
***pantalla 1  
2ª INTERFACE***

### TERCERA FASE - PROGRAMACIÓN

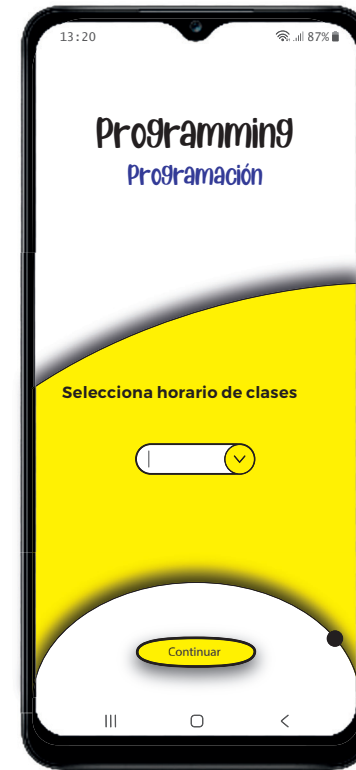
La última fase es de programación de clases, según la disponibilidad horaria de cada usuario.



***pantalla 1***



***pantalla 2***



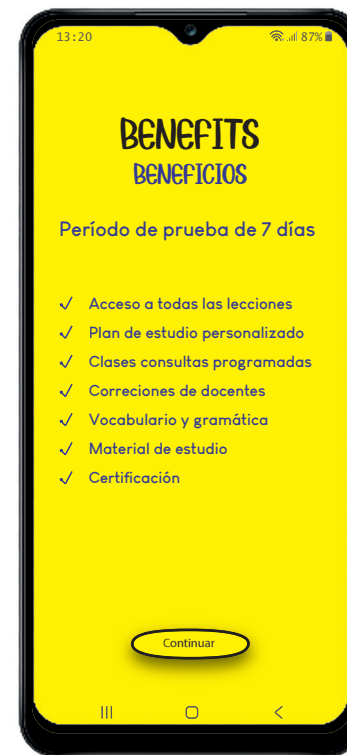
***pantalla 3***

## INTERFASES

Según los datos ingresados la app le informa al usuario cuanto tiempo aproximadamente le llevará concluir el aprendizaje, el valor del servicio y por último los beneficios de la app.



***pantalla 1***



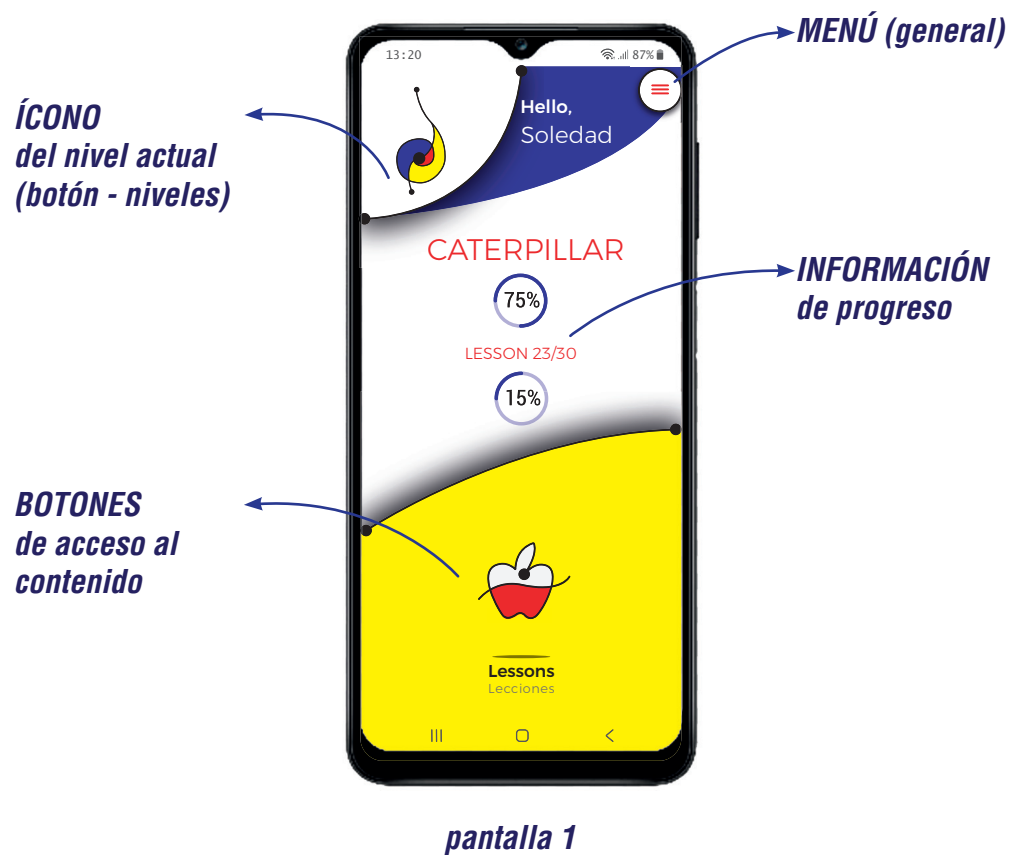
***pantalla 2***



### 5.8.3 HOME

En el inicio aparece información del progreso de aprendizaje, es decir, el nivel y la lección en la cuál se encuentra el usuario.

En el extremo superior izquierdo aparece el ícono que representa el nivel en el que se encuentra el usuario y además, funciona como botón de acceso a los niveles restantes, en el extremo superior derecho se encuentra el menú general y en la parte inferior se encuentran los botones principales de acceso al contenido de aprendizaje.



## HOME - botones secundarios

Tanto el botón de niveles como el menú general funcionan se despliegan al ser seleccionados.

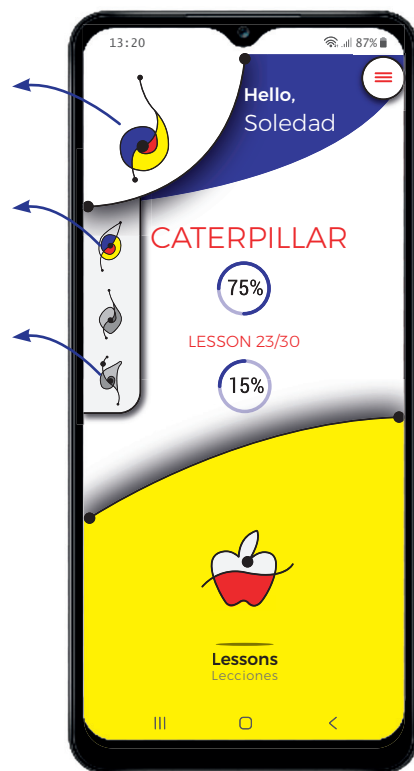
En el botón de niveles aparecen los cuatro niveles, sin embargo, el nivel en transición siempre se encuentra en la parte superior con variación de tamaño y en un área de mayor visualización. Los restantes aparecen en el menú desplegable, los desbloqueados a color y los bloqueados en escala de grises.

A través de el menú general se puede acceder a configuraciones, ayuda, calendario, chat con los profesores en línea, estadísticas y además, se puede volver al inicio desde cualquier sección donde se encuentre el usuario.

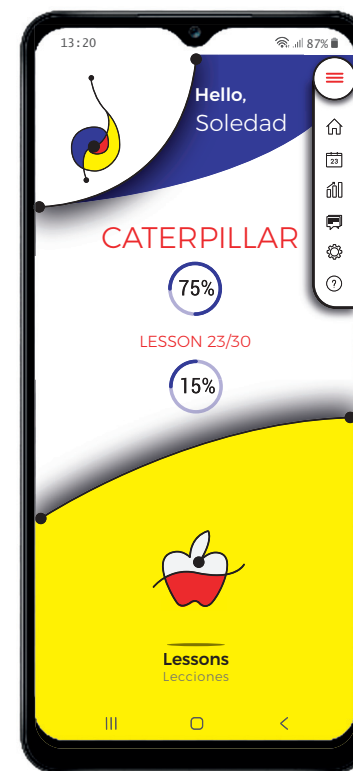
*niveles actual del usuario*

*niveles desbloqueados*

*niveles bloqueados*



***pantalla 1.1.1***



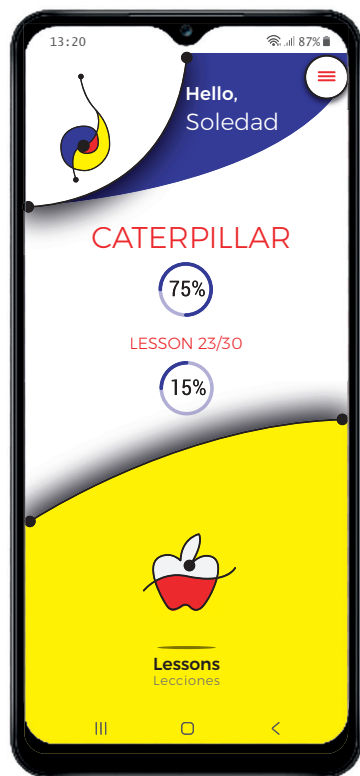
***pantalla 1.1.2***

## HOME - botones principales

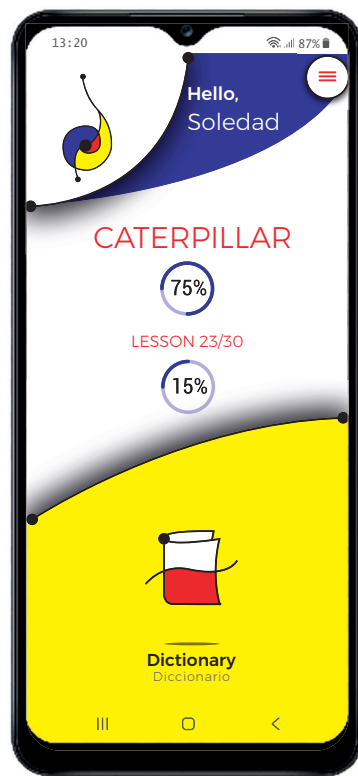
La función de estos botones es brindar acceso al contenido más importante dentro de la app de manera sencilla y rápida, por este motivo se encuentran en la pantalla de inicio ubicados en la parte inferior sobre fondo amarillo, que más allá de inspirar innovación, enfoca la atención y le brinda notoriedad a los botones.

En total son cuatro botones y son deslizables hacia los laterales.

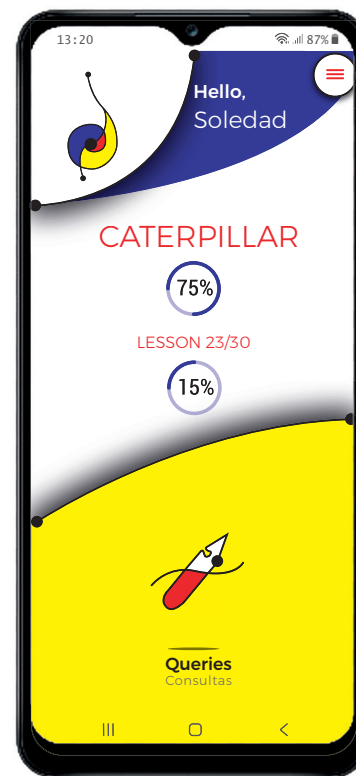
Los botones son: LESSONS, DICTIONARY, QUERIES y EXAMS.



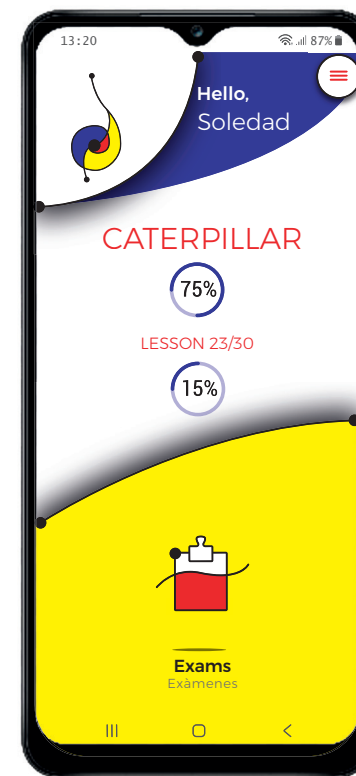
***pantalla 1.2.1***



***pantalla 1.2.2***



***pantalla 1.2.3***



***pantalla 1.2.4***

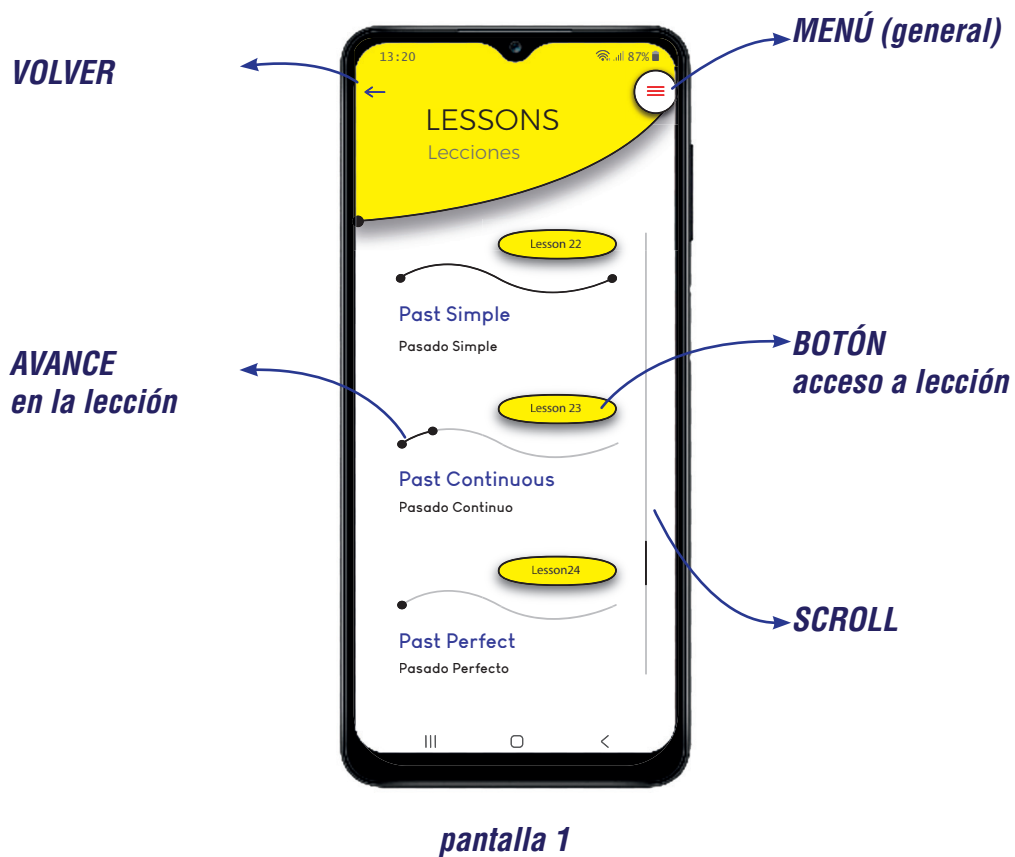
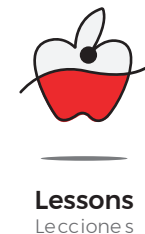
## 5.8.4 LECCIONES

La formación en la app es por temas organizados por lección.

Cada tema brinda herramientas de estudios preparadas y seleccionadas por el grupo de docentes de la app. Algunas de las herramientas son videos, imágenes y audios.

Para acceder a estas herramientas cada tema tiene un botón con la lección enumerada.

Debajo de cada botón se observa una línea con un punto que va avanza en la medida que el usuario acceda a cada contenido.



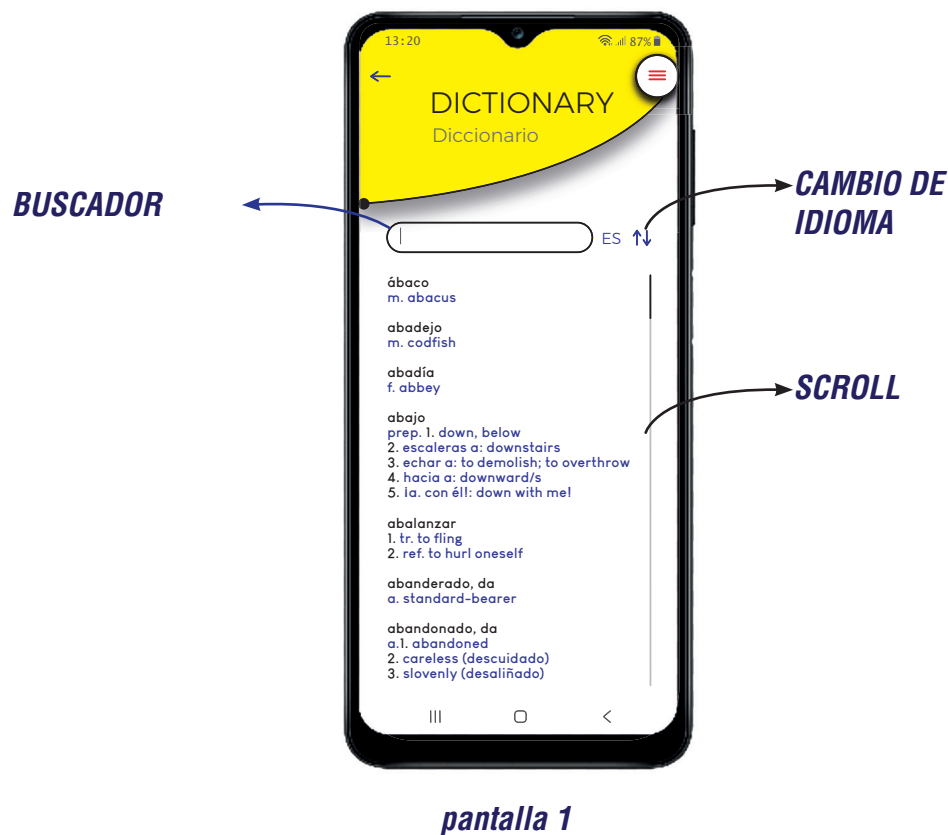
### 5.8.5 DICCIONARIO

El diccionario permite 2 tipos de búsqueda. La primera mediante la búsqueda por palabra, de manera más rápida. Y además, la búsqueda por orden alfabético utilizando el scroll lateral.

Otra función que posee el diccionario es la búsqueda de significados de español a inglés o por el contrario, de inglés a español.



**Dictionary**  
Diccionario



## 5.8.6 CONSULTAS

Hay dos formas distintas de acceder a una consulta, en ambos en caso, son resueltas por los profesores de la app.

La primera es mediante una videollamada programada, en este caso, se programa a través del calendario.

La segunda opción, es mediante el chat con los profesores en línea, de manera instantánea.

La programación de consultas se realiza eligiendo el día disponible.

Los días programados aparecen dentro de un círculo amarillo.



**Querías**  
Consultas



## CONSULTAS - programación de videollamada

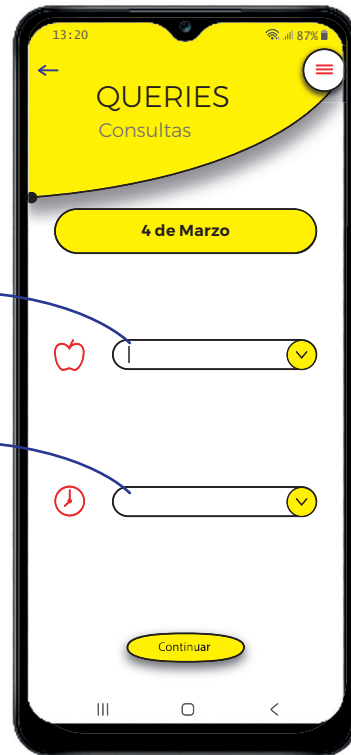
Después de seleccionar el día en el calendario para la consulta programada, se selecciona la lección a consultar y el horario deseado.

Para los dos casos de selección, se despliegan las opciones disponibles en cada caso.



**selección de  
LECCIÓN**

**selección de  
HORARIO**



**pantalla 1.1.1**



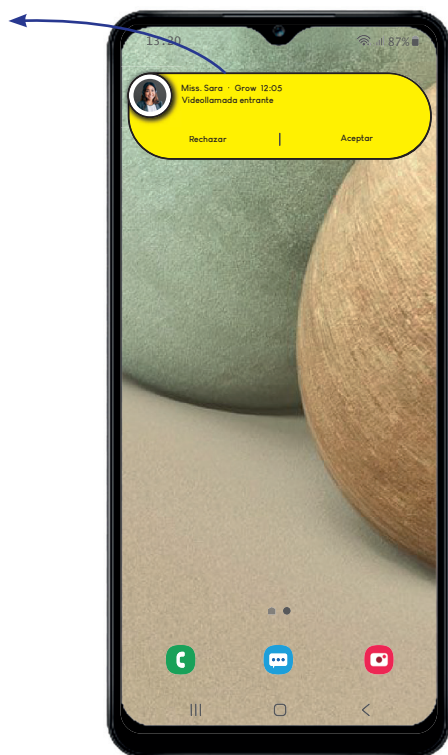
**pantalla 1.1.2**

## CONSULTAS - videollamada

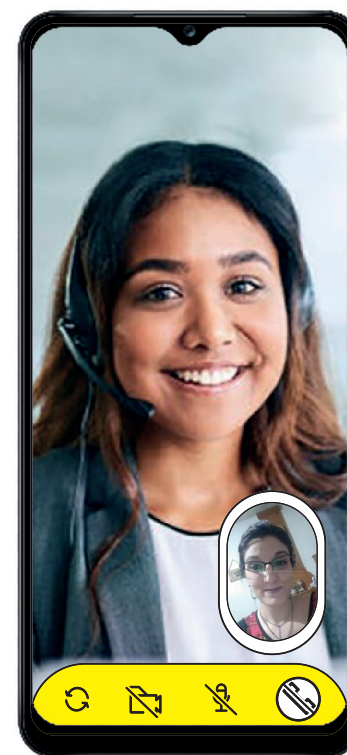
El día y a la hora programada, el usuario recibirá una videollamada de alguno de los profesores, para concretar la consulta.

La llamada entrante aparece como una ventana flotante en la parte superior de la pantalla, con la foto y el nombre del profesor.

**VENTANA  
FLOTANTE**



***pantalla 1.1.3***



***pantalla 1.1.4***



## CONSULTAS - chat con profesores

Las consultas a través del chat no necesitan ser programadas, simplemente se debe buscar a los profesores que se encuentran en línea e iniciar la consulta. En el chat pueden enviarme audios, imágenes y documentos.

### Teachers online

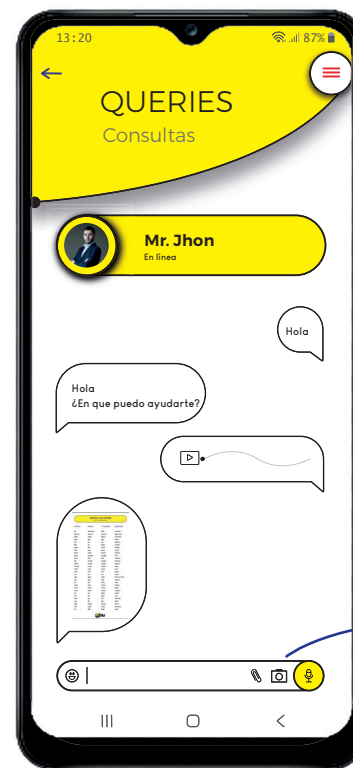
Profesores en línea



Mr. Jhon  
En línea



Mr. Sara



ÁREA DE TEXTO

*pantalla 1.2*

### 5.8.7 EXAMENES

Los exámenes deben ser programados de la misma manera que las consultas, a través del calendario, seleccionando día y horario deseado.

Al momento del examen el usuario recibirá una notificación de examen y deberá acceder ingresando a el botón EXAM.

Por último debajo de el calendario se encuentra un gráfico de visualización de los resultados de exámenes.

El gráfico muestra tres resultados, pero podemos observar todos los resultados con el scroll hacia los laterales.

Del mismo modo que los niveles, las calificaciones van en crecimiento siendo egg la calificación más baja y Butterfly la más alta.

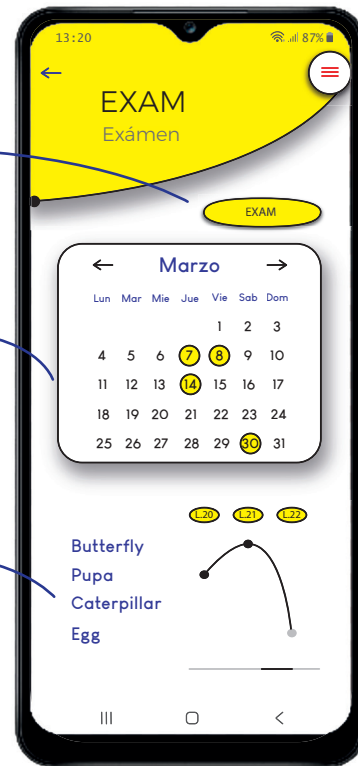


**Exams**  
Exámenes

**ACCESO  
a examen**

**CALENDARIO**

**GRÁFICO  
de visualización  
de resultados**



**pantalla 1**

Butterfly  
Pupa  
Caterpillar  
Egg



## EXAMEN - escrito

El examen se compone de ejercicios que evaluarán las tres instancias de aprendizaje: lo escrito, la escucha y el habla.

En la primer etapa escrita el usuario deberá realizar una serie de ejercicio completando textos o redactando oraciones de acuerdo al tema que se está evaluando.

Para continuar, en la parte inferior se encuentra el botón, contenido en un área circular sobre la cual el punto avanza en la medida que se completa cada etapa del examen.

EXAM



*pantalla 1.1*



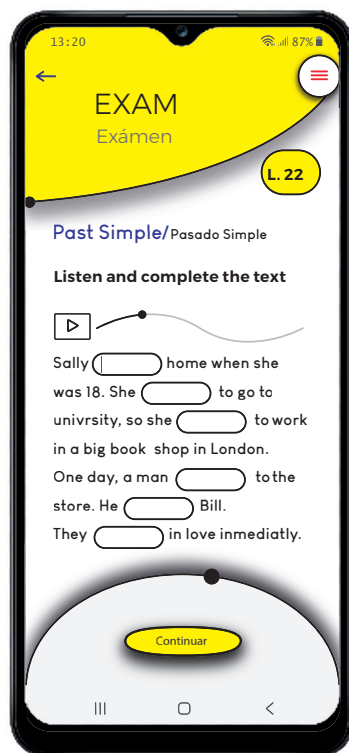
*pantalla 1.2*



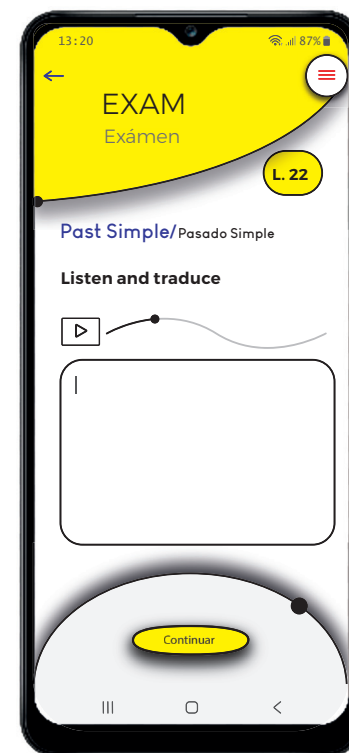
*pantalla 1.3*

## EXAMEN - escucha

Para la evaluación de escucha, el usuario deberá escuchar un audio y completar los ejercicios con lo comprendido. Los audios pueden ser escuchados las veces necesaria hasta completar el ejercicio.



***pantalla 1.4***



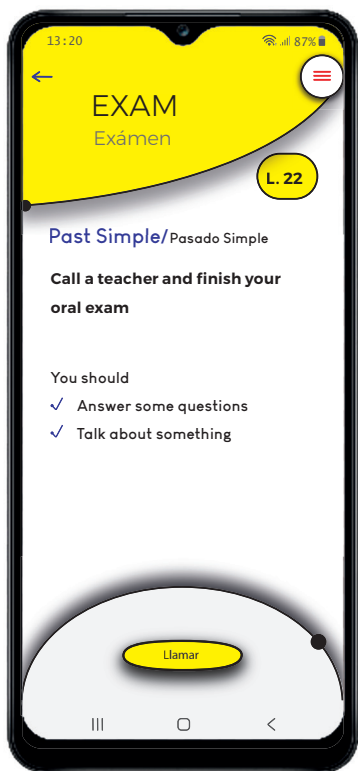
***pantalla 1.5***

## EXAMEN - oral

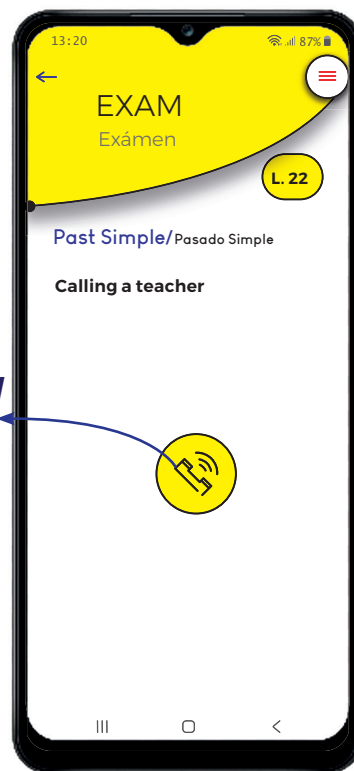
Para la instancia oral, se realiza una videollamada con un profesor en línea que facilite y evalúe esta instancia. El usuario deberá responder algunas preguntas, siempre con respecto al tema de evaluación.

Al finalizar el usuario debe esperar unos segundos por su calificación.

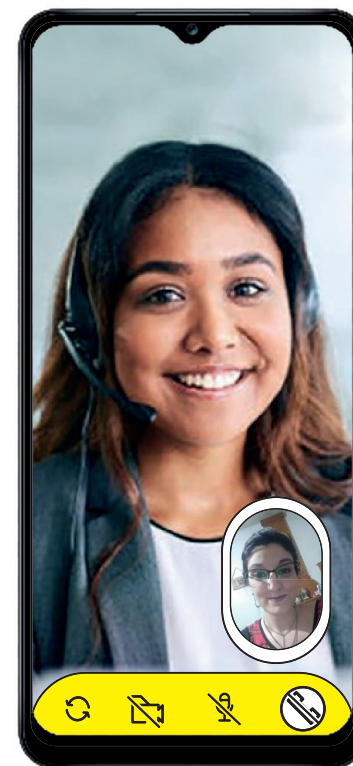
## ANIMACIÓN



**pantalla 1.6**



**pantalla 1.7**



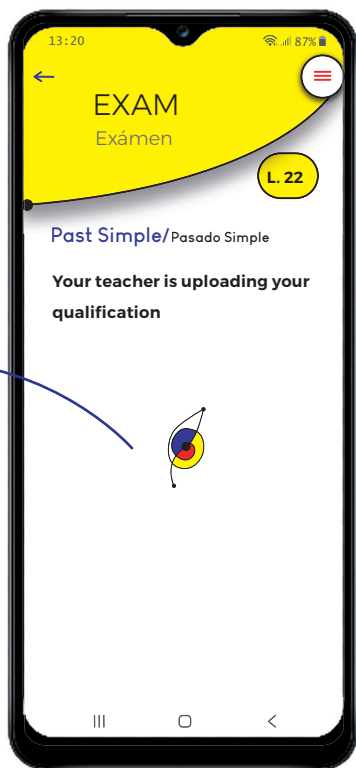
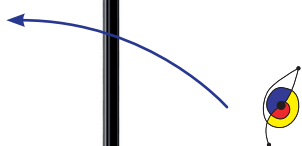
**pantalla 1.8**

## EXAMEN - calificación

Mientras se espera la calificación se observa la animación de espera.

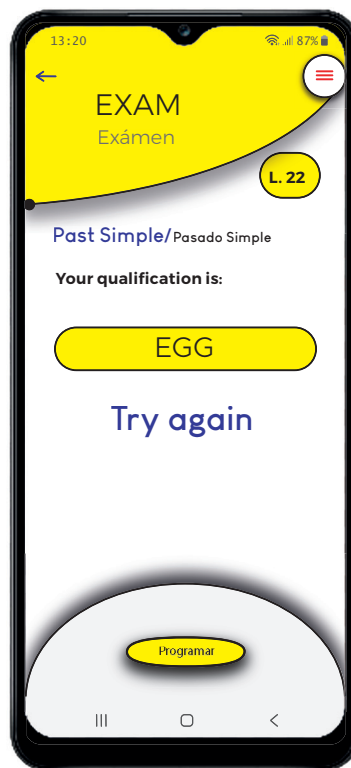
Si el examen no alcanzó la aprobación se debe reprogramar el examen. Si por el contrario se alcanza el nivel de aprobación, se finaliza el examen.

**ANIMACIÓN**



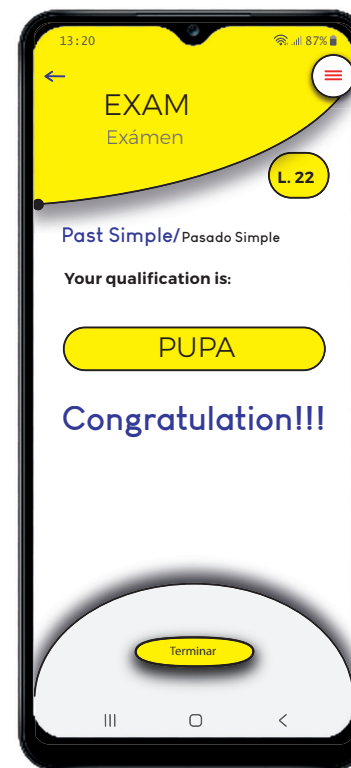
**pantalla 1.9**

**NO APROBADO**



**pantalla 1.10**

**APROBADO**



**pantalla 1.10**

## 5.9 Iconografía

La aplicación tiene el objetivo de brindar las herramientas para el aprendizaje y crecimiento personal. Este aprendizaje se plantea en cuatro etapas, inspiradas por el crecimiento o transformación de la mariposa.

El diseño iconográfico de cada nivel, están inspirados en el arte de Joan Miró.

Un diseño abstracto y simple; con el uso de líneas y puntos.

**EGG**



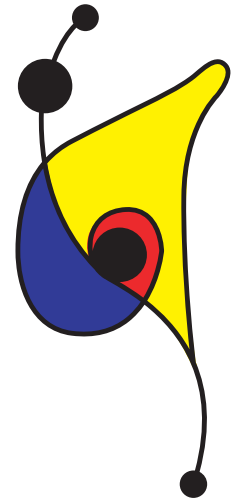
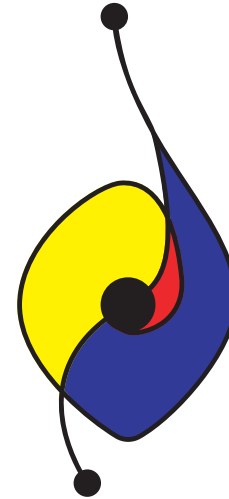
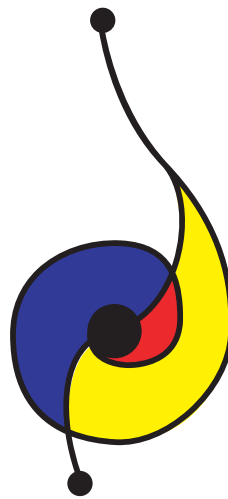
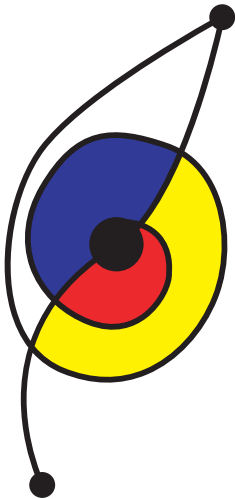
**CATERPILLAR**



**PUPA**



**BUTTERFLY**



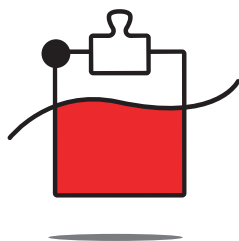
## 5.10 Botones - primarios

Para la funcionalidad de la app, se generó cuatro botones que nos permiten el acceso a las principales áreas de trabajo, manteniendo el estilo y los conceptos establecidos.

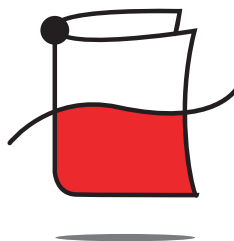
Son íconos simples donde la línea mantiene el aspecto gestual y expresivo de Miró. La misma línea genera una separación entre el color blanco pleno de la parte superior y el rojo de la parte inferior.

La fuente tipográfica es Monserrat Medium y Light. Esta fuente sin serif aporta formalidad, modernidad y equilibrio a los íconos.

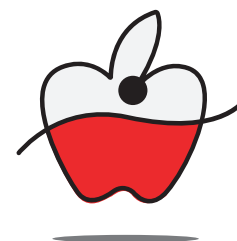
Estos botones se encontrarán en la pantalla de inicio de la app, sobre fondo amarillo proporcionando innovación y entusiasmo al programa.



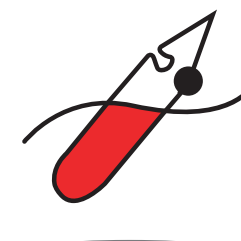
**Exams**  
Exàmenes



**Dictionary**  
Diccionario



**Lessons**  
Lecciones



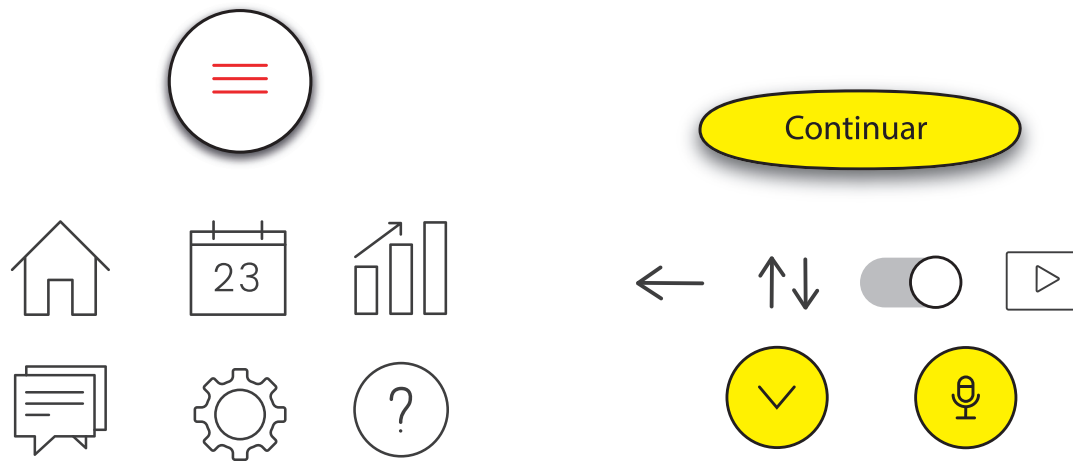
**Queries**  
Consultas



## Botones - secundarios

Además la aplicación para ser funcional requiere de algunos botones específicos, de menor importancia pero necesarios para el funcionamiento de la app.

Son íconos simples y lineales que no genera ruido ni competencia con la demás información.



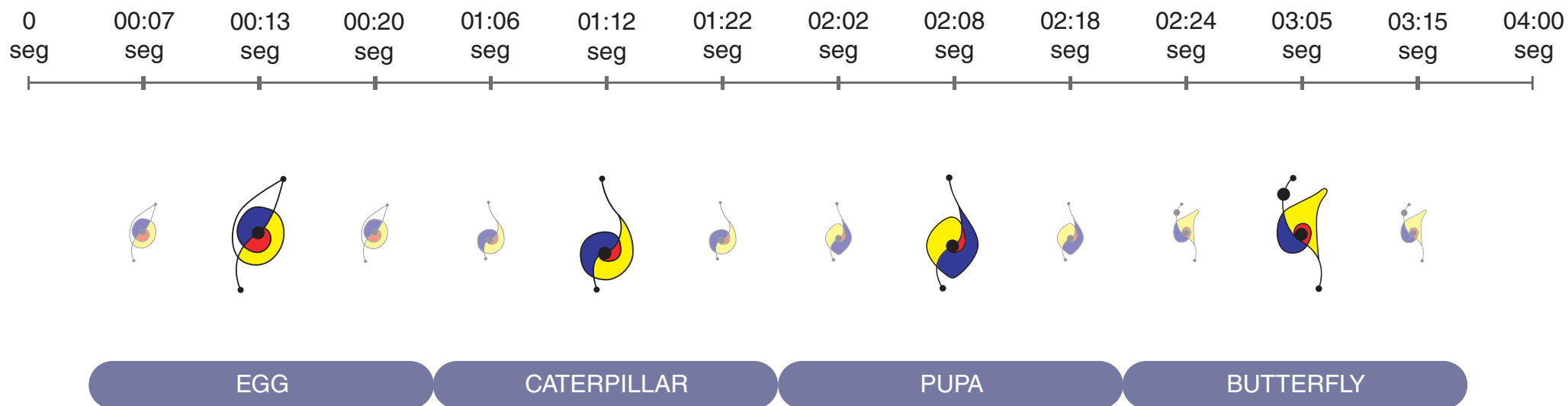
## 5.11 Animación

Al ingresar a la aplicación lo primero que se observa mientras se carga la app, es una breve animación donde aparecen los cuatro niveles de aprendizaje.

Cada nivel aparece desde el fondo de la pantalla aumentando su tamaño, y opacidad para después desaparecer inversamente, es decir, reduciendo su tamaño y

opacidad. Inmediatamente aparece el siguiente nivel, y de el mismo modo aparecen los cuatro niveles.

Esta animación aparece en la app siempre que se deba esperar que cargue alguna información.



## 5.12 CAMPAÑA PUBLICITARIA

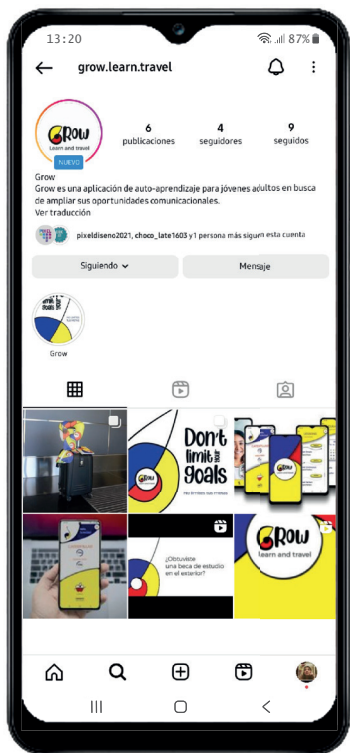
Lo que se busca con la campaña es atraer la atención de posibles usuarios y motivarlos al crecimiento personal.

Teniendo en cuenta la edad del público al que se apunta y la actualidad digital en la que vivimos, se realizó una campaña puramente digital.

Los medios para lanzar esta campaña serán dos. Por un lado Youtube, con un video publicitario, y por otro instagram con flyers publicitarios.

## Instagram - publicaciones

En Instagram se trabajan dos formatos diferentes, uno de ellos es para publicaciones de 1080 x 1080px (relación 1:1). Este formato está pensado para la publicación del sistema de flyer completos, es decir, un carrusel de fotos. En este caso, los actores del proyecto se mencionan solo en una imagen.



## PUBLICACIONES instagram



**1080 X 1080  
(1:1)**

## Instagram

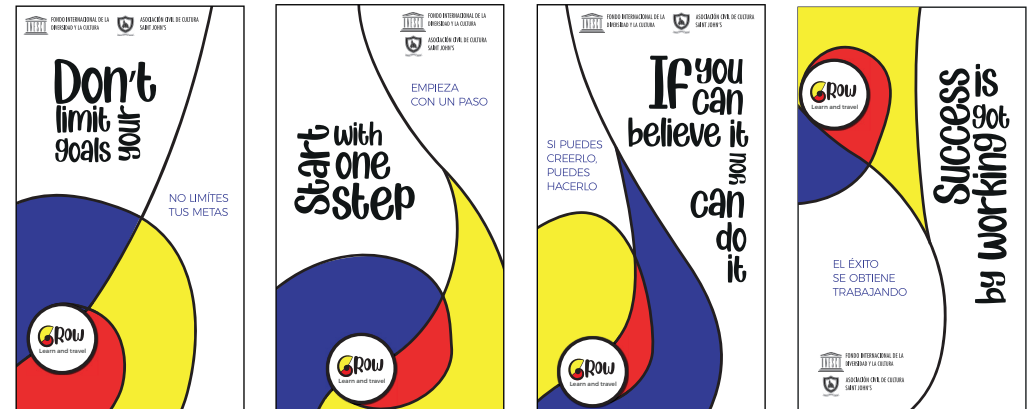
El otro formato es para historias de 1080 x 1920px (relación 9:16). En esta situación se publican cada imagen por separado, por este motivo, los actores aparecen en cada una de ellas.

En ambos casos se trabaja el texto como imagen, con diferentes orientaciones, tamaños y con una fuente fantasía que genere un aspecto moderno y divertido.

Se utilizan frases motivacionales en inglés, con su traducción como bajada.



## HISTORIAS instagram



1080 X 1920  
(9:16)

## Youtube

Para youtube se creó una publicidad en 720p (HD) de 1280px por 720px, en relación 16:9, con una duración de 30 segundos.

En el caso de la publicidad se busca la reflexión de los posibles usuarios sobre la necesidad del idioma y la persuasión para que formen parte de Grow.

Para lograr éste objetivo se utiliza una serie de preguntas retóricas.

Mientras las preguntas aparecen en pantalla la voz en off las realiza simultáneamente.

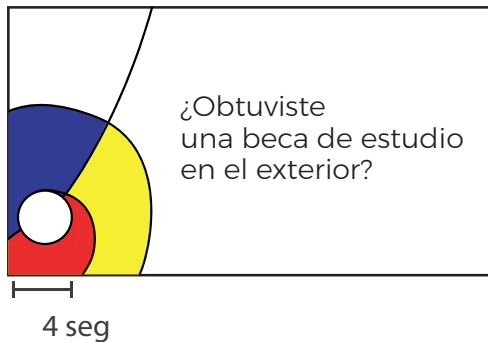
Luego aparecen los medios de descarga e inmediatamente la voz en off expone los beneficios de la app, en este caso el texto aparece en español pero la voz en off comienza a relatar en inglés.

Para finalizar la publicidad se utiliza una frase motivacional en inglés, mientras aparece el nombre de Grow.

De fondo durante toda la publicidad se utiliza un sonido simple y moderno que refuerza los objetivos de crecimiento e innovación.

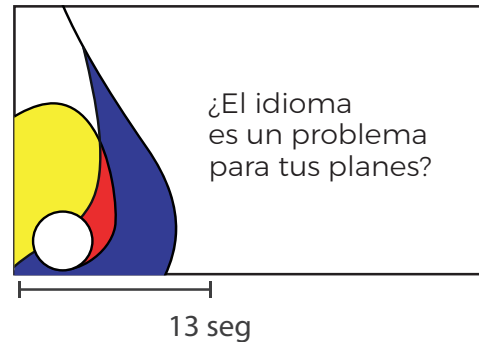
## STORY BOARD

escena 1



En el extremo inferior izquierdo, se desplaza desde abajo un fragmento de la gráfica de nivel EGG. El texto aparece gradualmente junto a la voz en off. Rápidamente el texto desaparece inversamente de como apareció y la gráfica se desplaza hacia abajo hasta desaparecer.

escena 3



Con la tercer pregunta sucede lo mismo que las anteriores, para este caso la gráfica esta a la izquierda y representa el nivel PUPA.

escena 2



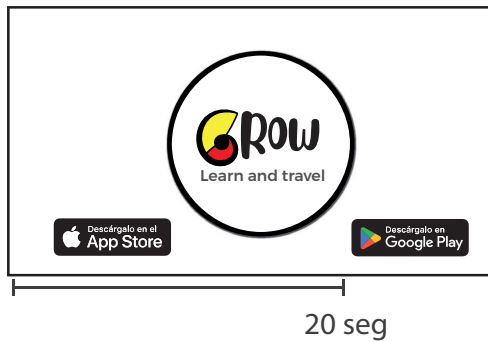
De la misma manera que la presentación anterior se reproduce la segunda pregunta. En este caso la gráfica es de el siguiente nivel CATERPILLAR y se encuentra a la derecha, apareciendo desde abajo igual que la anterior. Finalmente desaparecen tanto el texto como la gráfica, en sentido contrario a su entrada.

escena 4



Para el último nivel BUTTERFLY no hay pregunta, en este caso se utiliza una frase introduciendo al receptor al objetivo de la publicidad. Captar su atención y crear la necesidad del uso de la app. En este último caso la gráfica se encuentra a la izquierda pero aparece desde arriba. El texto aparece del mismo modo que las anteriores y todo desaparece nuevamente.

escena 5



Posteriormente se motiva al lector a la descarga de la app, acompañado con la voz en off. En este caso aparece el nombre de la app desde la transparencia. Los medios de descarga se desplazan velozmente desde abajo. Luego, mientras estos se desplazan hacia abajo, para salir de la pantalla el nombre de la app varia su tamaño para ubicarse para la siguiente pantalla.

escena 6



Inmediatamente la voz en off enumera los beneficios de el uso de la app. El texto aparece en español palabra por palabra, con un aumento de tamaño, mientras el speech los enumera pero en inglés. Desaparecen simultaneamente, la marca con una transparencia y el texto por la disminución de su tamaño.

escena 7



Por último, el speech utiliza una frase motivacional, en inglés mientras aparece el nombre de la app sobre la gráfica en colores. Todo se desplaza hacia adentro al mismo tiempo. En la parte inferior aparecen los actores con un aumento de tamaño.

escena 8



Finalmente, desaparecen de la misma forma, pero hacia afuera. Y los actores con variación de tamaño.

### 5.13 MATERIAL PROMOCIONAL

Cuando el usuario ya es miembro de Grow, recibe un obsequio al domicilio ingresado en la referencia de la bienvenida.

El presente cumple la función de dar la bienvenida al usuario a la comunidad Grow, de manera cálida y estimulante.

Además son accesorios promocionales, que mantienen el estilo y conceptos de la

app, buscando la comodidad y funcionalidad para el usuario, pero también buscando la atención de posibles usuarios.

El obsequio esta compuesto por una almohadilla de viaje, un porta-pasaporte, marcador de valija, una riñonera y una libreta. Todo llegan dentro de una caja con una tarjeta de bienvenida.



## 6. SISTEMA DE PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN

Este proyecto es puramente digital, desde la app hasta su campaña publicitaria. Sin embargo, se diseñó un kit de viaje como obsequio de bienvenida para los usuarios como material promocional.

El kit esta compuesto por cinco elementos: un portapasaporte, un identificador de valija, una riñonera, una almohadilla y una libreta de estudio.

Todo esto llega al domicilio del usuario presentado dentro de un bolso de obsequio.





## Portapasaporte

Material: **tela trucker 100% poliéster**

Impresion: **sublimado**

Tamaño: **16 x 25 cm**



## Identificador de valija

### **Funda**

Material: **tela trucker 100% poliéster**

Impresión: **sublimado**

Tamaño: **6,5 x 9cm**

### **Identificador**

Material: **alto impacto, con adhesivo**

**vinílico de ambos lados**

Impresión: **láser**

Tamaño: **5,5 x 8 cm**



## Rifonera

Material: **tela trucker 100% poliéster**

Impresion: **sublimado**

Tamaño: **35 x 15 cm**

**cinta autoregulable**



## Almohada de viaje

Material: **tela trucker 100% poliéster**

Impresion: **sublimado**

Tamaño: **34 x 30 x 7 cm**



## Libreta de estudio

Material: **papel ilustración y tapas de cartón**

Impresión: **láser**

Tamaño: **15 x 21 cm**



## Libreta de estudio

En la libreta el usuario encuentra en primer lugar una carta de estimulación para cumplir con sus metas, a continuación un calendario y por último encontrará varias páginas para organizar la lista de viajes.



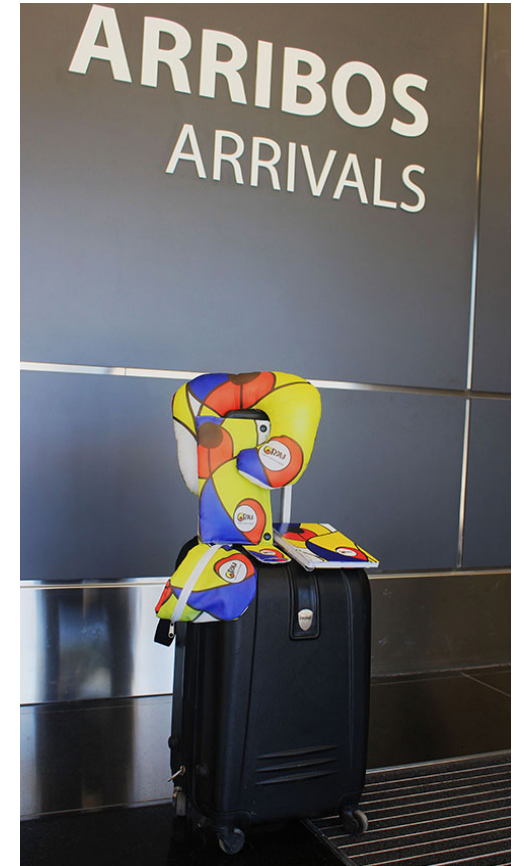
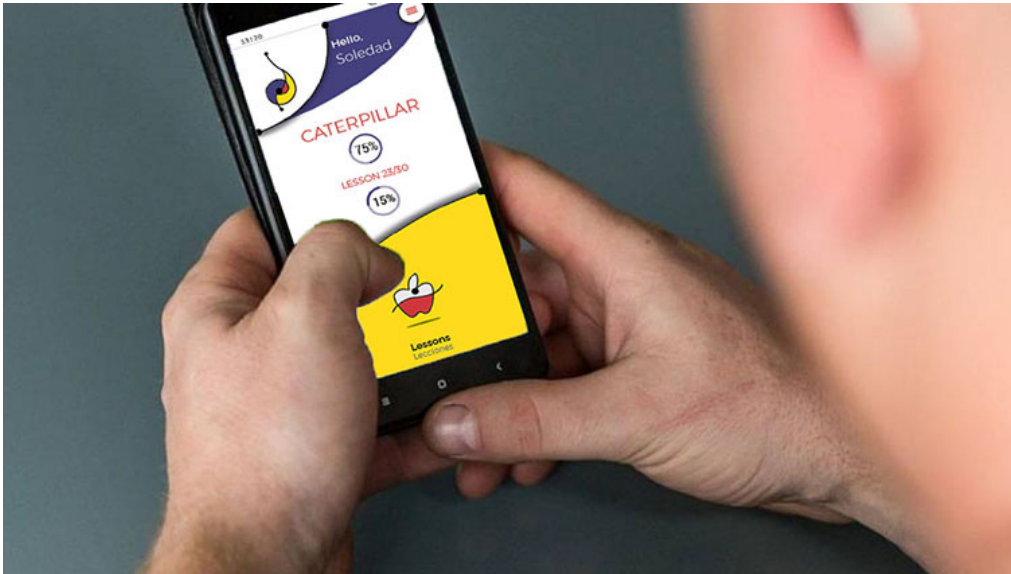
## Libreta de estudio

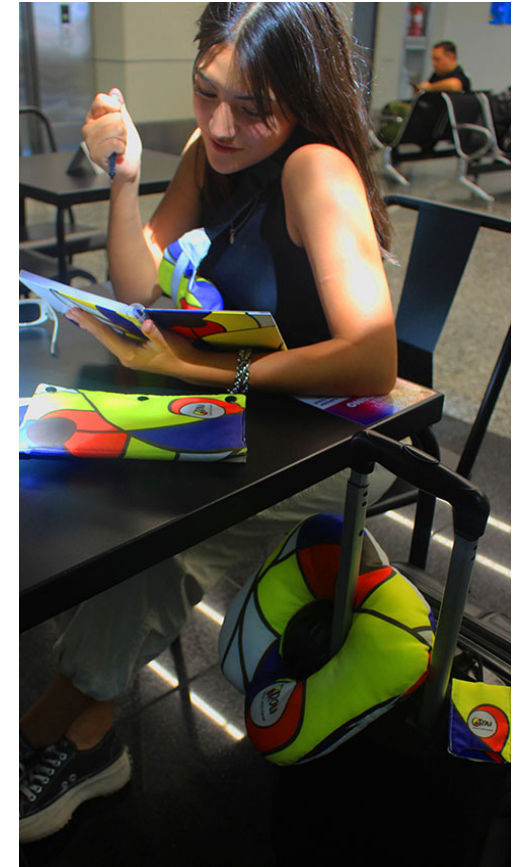
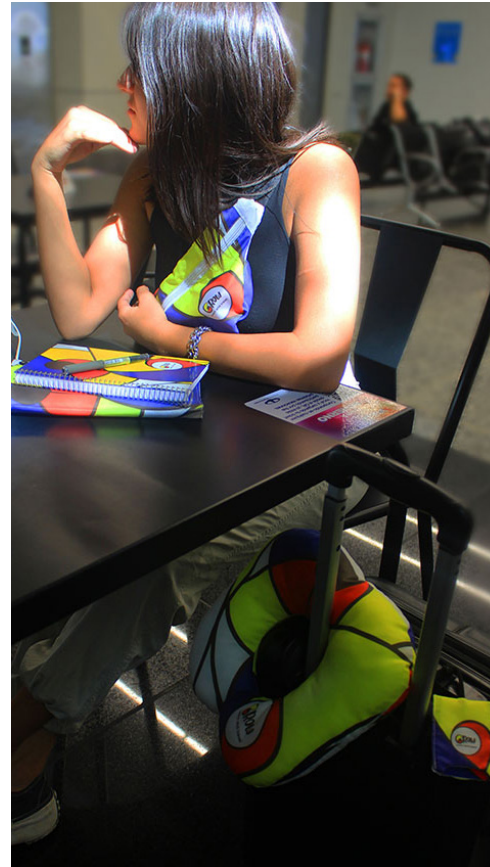
Posteriormente para cada nivel de estudio tendrán espacio para tomar notas de estudio. Cada nivel tiene una caratula con una frase de inspiración en su dorso.





## 7. CONTEXTUALIZACIÓN







## 8. BIBLIOGRAFÍA

- “El 70% de los jóvenes argentinos se iría del país según una encuesta realizada por la UBA”. 4 de abril, 2023. Infobae.  
<https://www.infobae.com/encuestas/2023/04/04/el-70-de-los-jovenes-argentinos-se-iria-del-pais-segun-una-encuesta-realizada-por-la-uba/>
- “La importancia de saber Inglés”. Por Claudia Bertosa. 7 de junio. 2023. Mundiario.  
<https://www.mundiario.com/articulo/cartas-lectores/importancia-hablar-ingles/20230607145414270928.html>
- “La importancia de hablar Inglés”. 12 de octubre. 2021. IUK curso de inglés.  
<https://www.iuk.mx/post/la-importancia-de-saber-ingles>
- “¿Cuántas personas hablan inglés?”. Por Berta. Mosalingua.  
<https://www.mosalingua.com/es/cuantas-personas-hablan-ingles/>
- “La importancia de los idiomas para la empleabilidad”. Por Gabriel Pazos. 25 de abril 2017. EAE Business school.  
<https://www.eae.es/actualidad/noticias/la-importancia-de-los-idiomas-para-la-empleabilidad>
- “Hablar inglés no es suficiente, ¿cómo ser más competitivo?”. Por Juan Tolentino Morales. 23 de noviembre 2015. El economista.  
<https://www.economista.com.mx/finanzaspersonales/Hablar-ingles-no-es-suficiente-como-ser-mas-competitivo-20151122-0032.html>
- “Argentina, tierra de emigración y de sueños inconclusos”. Por Claudia Peiró y Camila Hernandez Otaño. 27 de junio 2021. Infobae.  
<https://www.infobae.com/sociedad/2021/06/27/argentina-tierra-de-emigracion-y-de-suenos-inconclusos/>
- “El derecho a la educación en Argentina”. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto Argentina.  
<https://www.cancilleria.gob.ar/es/iniciativas/guia-informativa-y-de-orientacion-educativa/el-derecho-la-educacion-en-argentina#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20en%20Argentina%20es,que%20vive%20en%20el%20pa%C3%ADs.>
- “La desocupación fue del 6,2% en el segundo trimestre de 2023, aunque el empleo se mantiene y cayó el número de personas que buscan trabajo”. Por José Giménez. 20 de septiembre 2023. Chequeado.  
<https://chequeado.com/el-explicador/la-desocupacion-fue-del-62-en-el-segundo-trimestre-de-2023-aunque-el-empleo-se-mantiene-y-cayo-el-numero-de-personas-que-buscan-trabajo/>
- “Los impactantes números del sistema universitario en Argentina”. Por Ángeles Reig. 16 de marzo 2023. Mdz.  
<https://www.mdzol.com/sociedad/2023/3/16/los-impactantes-numeros-del-sistema-universitario-en-argentina-322351.html>
- “Historia y consecuencias del Mundo Digital”. Por Aldo Carlos Pedraza Boza. Gestipolis.  
<https://www.gestipolis.com/historia-y-consecuencias-del-mundo-digital/>
- “La comunicación del arte, todo un arte”. Por Alberto Carmena García 21 de octubre 2021. La escena.  
<https://www.laescena.es/la-comunicacion-del-arte-todo-un-arte/>
- “Fundación Joan Miró”.  
<https://www.fmirobcn.org/es/>

