

El desconocimiento de la profesión de diseño gráfico al momento de presentarla como  
opción de futuro en las instituciones educativas de secundaria

Autora:

Maria Clara Zapata Tapasco

Asesora:

Lina Maria Arroyave

Docente

Institución Educativa Pascual Bravo

Facultad de Producción y Diseño

Tecnología en Gestión del Diseño Gráfico

Medellín

2023

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **INTRODUCCIÓN**

2. El problema

3. Justificación

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

4.2. Objetivos específicos

5. Referentes teóricos

5.1 Metodología

6. Resultados del proyecto

7. Conclusiones

### **BIBLIOGRAFÍA**

### **ANEXOS**

## GLOSARIO

**Transmitir:** Hacer llegar a alguien mensajes o noticias.

**Concepto:** Idea que concibe o forma el entendimiento. Sentencia, agudeza, dicho ingenioso. Representación mental asociada a un significante lingüístico.

**Experiencia:** Hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo. Práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo.

**Innovación:** Acción y efecto de innovar. Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.

**Potencial:** Fuerza o poder disponibles de determinado orden. Dicho de una cosa: Que tiene la virtud o eficacia de otras y equivale a ellas. *Las cosas muy calientes tienen fuego potencial.*

**Percepción:** Sensación interior que resulta de una impresión material producida en los sentidos corporales. Conocimiento, idea.

**Paint:** Paint es una característica de Windows que se puede usar para dibujar, aplicar color y editar imágenes. Puede ser usado como un bloc de dibujo digital.

**Brochure:** Folleto impreso de carácter informativo o propagandístico sobre un determinado tema o producto.

**Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Trato, correspondencia entre dos o más personas.

**Observar:** Examinar atentamente. Mirar con atención y recato, atisbar.

**Ver:** Darse cuenta de algo. Comprobar algo con algún sentido.

## INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es desarrollar un folleto informativo dirigido a estudiantes de secundaria que estén contemplando la posibilidad de estudiar diseño gráfico como profesión. El folleto se enfocará en proporcionar información precisa y realista acerca de la vida universitaria en el ámbito del diseño gráfico. Además, abordará conceptos fundamentales de la profesión, destacando que el diseño gráfico va más allá de ser simplemente una habilidad artística; es una disciplina arraigada en la comunicación efectiva, la resolución de problemas y la aplicación creativa en la sociedad.

El objetivo principal del folleto es inspirar a los estudiantes a considerar la carrera de diseño gráfico como una opción profesional legítima que puede brindarles una carrera gratificante y llena de beneficios. Esto se realiza con la intención de fomentar el interés de los estudiantes de bachillerato, invitándolos a explorar más allá de las percepciones publicitarias y estimulando la curiosidad acerca de cómo se lleva a cabo la comunicación visual.

Se aborda la preocupación de que los jóvenes bachilleres no cuentan con información óptima para tomar decisiones informadas sobre esta carrera. La falta de claridad ha llevado a catalogar el diseño gráfico como una tendencia pasajera, exclusivamente digital, creando ideas equivocadas de que cualquier persona puede realizarlo de manera empírica, desacreditando así el arduo trabajo de un diseñador gráfico.

El proyecto de investigación tiene como objetivo responder preguntas sobre la percepción actual del diseño gráfico, resaltando por qué se le percibe más como una forma avanzada de expresión artística en lugar de una carrera y medio de comunicación visual para transmitir ideas y sentimientos.

## 2. El problema

El diseñador gráfico a menudo se percibe como alguien que simplemente maquilla fotos, posee habilidades de dibujo y utiliza programas más avanzados que Paint. Es crucial señalar que no se espera que todas las personas tengan un conocimiento exhaustivo del diseño gráfico. Sin embargo, es relevante abordar una percepción equivocada con respecto a lo que implica ser un diseñador gráfico. Esta visión limitada puede conducir a una falta de comprensión y aprecio por la profesión, generando una interpretación errónea de su verdadera contribución a la sociedad.

El diseñador gráfico más que producir formas para crear mensajes visuales (algo meramente físico) lo que hace es diseñar acciones expresivas que permitan la interconexión entre el usuario y el diseño a partir de la cual se constituye la comunicación dentro del contexto social generando intercambios sociales a través de su discurso.

Desde esta visión queda desterrada la concepción puramente artística y estética que se tiene del diseño gráfico y de sus profesionales para dar paso a una concepción más activa y social, porque, en definitiva, diseñar para uno mismo no tiene sentido, sólo lo tiene cuando se diseña para el otro. Sin alteridad no hay diseño, no hay diálogo y, por lo tanto, tampoco hay discurso.

(Gamonal-Arroyo, R., & García-García, F.2015)

Se presenta un argumento sustentado que ilustra la imperativa y esencial naturaleza de los profesionales del diseño en la cotidianidad, enfatizando la necesidad crítica de proporcionar orientación y divulgación precisa acerca de sus funciones y roles.

Es innegable que en el actual entorno digital de tan fácil acceso, la profesión del diseño se ha vuelto más prominente; sin embargo, esta visibilidad se ha centrado principalmente en aspectos estéticos, relegando la sustancia y la conceptualización necesarias para otorgar credibilidad a las creaciones. Esto ha limitado la percepción de la profesión a meros comentarios sobre la apariencia visual, desestimando consideraciones más profundas. En

resumen, se reconoce que se debe recorrer un extenso camino para alcanzar un reconocimiento y valor adecuados para la profesión del diseño, y es tarea de los profesionales en este campo facilitar este proceso, ya que desempeñan un papel fundamental en la comunicación.

¿Cómo un brochure informativo puede ser efectivo al momento de que los estudiantes de décimo y once consideren la opción de la carrera en diseño gráfico?

### **3. Justificación**

Para cumplir con el propósito de informar a los estudiantes de manera detallada sobre la carrera de diseño gráfico como opción de futuro, la herramienta principal que se va a utilizar es la comunicación. La transmisión correcta de la información, ilustra de manera correcta lo que somos, lo que estudiamos y cómo trabajamos.

Los jóvenes al momento de elegir su carrera profesional, suelen caer en la indecisión acerca de cuál será la dirección apropiada. Por ello es necesario que la Orientación vocacional posibilite al estudiante a interactuar con las características propias y las del horizonte profesional, por lo que el orientador tiene la responsabilidad no sólo de ubicar en un área específica al estudiante, sino de capacitarlo para que maneje con instrumentos eficientes, un mundo interno y profesional cada día más cambiante y complejo. (Mendoza, 2008).

Con este artículo como apoyo, se busca brindar un acompañamiento más cercano a los bachilleres, pues es una voz de aliento para hablar de forma clara y concisa acerca de una opción de profesión al momento de tomar una decisión. Ciertamente este mundo es cada día más cambiante y más complejo, por eso este acompañamiento es fundamental, desde una rama más específica con este brochure informativo se busca aclarar la idea central del diseño gráfico y sus funciones. Este brochure tendrá ilustraciones básicas utilizando, de manera simple y abierta, nuestro lenguaje en el diseño, nuestras técnicas, nuestra forma de

trabajar, se explicará el rol de un diseñador gráfico en la vida cotidiana y su papel en la sociedad. No es un secreto que al tomar una decisión de este calibre puede ser abrumador y complejo, como se menciona en el siguiente párrafo:

“Para los expertos, escoger la carrera profesional tal vez sea una de las decisiones más difíciles a las que se enfrentan los estudiantes. De hecho, señalan que las altas cifras de adolescentes que aún no saben qué quieren estudiar obedecen a temor, indecisión, desorientación e incertidumbre. Desde la Universidad La Gran Colombia afirman que gran parte de estos jóvenes son orientados por sus padres y amigos; y se terminan inclinando por la profesión que está de moda o por la que creen que les dará más plata.”

(ELTIEMPO.COM, 2020)

Brindar la información correcta y suficientemente clara, sin dejar a la deriva al receptor o dejar de una manera inconclusa este tema a tratar es lo que este proyecto busca, por medio del contenido del folleto podrán encontrar datos reales, respuestas reales a estas preguntas que cumplan su necesidad de indagar más. Se brindará una visión desde la perspectiva de una mujer del común hasta una diseñadora gráfica en progreso.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Diseñar un brochure informativo dirigido a los estudiantes de décimo y once sobre las ventajas de una educación en diseño gráfico, alentándolos a considerar esta carrera como una opción viable y apoyando su toma de decisiones informada.

### **4.2 Objetivos específicos**

1. Analizar información relevante sobre la industria del diseño gráfico, las tendencias actuales, las oportunidades laborales y el crecimiento futuro en este campo.
2. Estructurar la información de manera clara y concisa, resaltando los beneficios, y los pasos para seguir una educación en este campo.

3. Diagramar de manera atractiva y visualmente impactante el brochure utilizando elementos de diseño gráfico para mostrar la creatividad y las habilidades que pueden desarrollar los estudiantes en esta carrera.

## **5. Referentes teóricos**

### **Desconocimiento sobre un diseñador gráfico**

“Este proyecto de investigación intentará generar una respuesta positiva a las diferentes interrogantes que aquejan en el Diseño Gráfico, y explicar porque en la actualidad la carrera es vista como un medio avanzado para expresar el arte y no como una opción laboral y medio de comunicación visual que permite expresar sentimientos, pensamientos e ideas gráficamente con toda la libertad permitida.”

De Cordero, C. C (2015) El Diseño Gráfico como medio de comunicación visual y opción laboral en los bachilleres del colegio Julio María Matovelle de la ciudad de Guayaquil. Título profesional, Universidad de Guayaquil.

Una cosa es informar de manera brusca y buscando un respeto merecido que no existe por la ignorancia. Pero informar de manera positiva sin tener que imponer juicios es lo que me motiva a que este proyecto sea mucho más que un requisito académico.

“Mediante el conversatorio realizado con los bachilleres y escuchando sus opiniones mencionan que el Diseño Gráfico es solo un medio de expresarse vía digital, otros mencionaron que era una forma de arreglar fotos, hacer dibujos y en muchos casos llegaron a la conclusión que el Diseño Gráfico como tal es simplemente un conjunto de programas más avanzados que Paint.”

De Cordero, C. C (2015) El Diseño Gráfico como medio de comunicación visual y opción laboral en los bachilleres del colegio Julio María Matovelle de la ciudad de Guayaquil. Título profesional, Universidad de Guayaquil.



Es cuestión de observar además de ver, no hay que ir demasiado lejos para notar que la comunicación y el diseño en esta se encuentra en cada esquina, una vez se observen esos pequeños detalles, se hará notable lo esencial que es un diseñador gráfico en la sociedad, en la transmisión de un mensaje y en la evolución de la comunicación.

### **¿A qué se tienen que enfrentar los estudiantes de hoy?**

“El libre acceso a la información hoy en día resulta de mucho beneficio para el estudiante. Ya no es necesario internarse en una biblioteca, sacar libros, fotocopiar o comprar literatura aplicada si no se desea así. Pero este factor, como dicho previamente, también puede significar una sobredosis de información que no siempre resulta de bien.”

La página web de Compartir en Familia ([www.compartirenfamilia.com](http://www.compartirenfamilia.com)) contiene varios recursos útiles.

Desde ambos lados de la balanza, surgen desventajas notables en esta situación. Por un lado, el acceso inmediato a la información puede llevar a una sobreconfianza, donde las personas creen que pueden abordar cualquier tarea de forma empírica. Incluso pueden confrontar a un diseñador y afirmar que pueden recrear una pieza similar después de ver un tutorial en YouTube. Esto desprecia los años de estudio y experiencia que los profesionales han dedicado a su oficio. Por otro lado, la disponibilidad abrumadora de información puede ser nada. A pesar de tener una gran cantidad de datos al alcance, si no se comprende cómo aplicarlos efectivamente, una persona puede terminar tan ignorante como antes de intentar absorber toda esa información.

### **El efecto de la orientación vocacional en la elección de carrera**

“Sabemos que elegir lo que se hará en el futuro es siempre un desafío inquietante, mucho más cuando se es joven y se piensa en ello por primera vez. La orientación vocacional le brinda dos direcciones: por una parte, es necesario un conocimiento de sí mismo y, por otra, es necesario conocer las ofertas que las instituciones educativas presentan, la realidad del mercado laboral de la región, así como las grandes líneas del desarrollo del país.

Además, el joven debe discriminar lo que espera su familia y sobre todo lo que él espera de sí mismo; no sólo importa qué va a hacer, sino también que lo que haga, sea hecho con amor, creatividad y entusiasmo.”

Rodríguez, R (2007 - 2008) El efecto de la orientación vocacional en la elección de carrera, *Revista Remo número 13, Volumen V, pág. 10.*

Como se menciona en el párrafo anterior, una persona al decidir una carrera para ejercer, primero debe creer en sí mismo, puede no saber cual es el siguiente paso, pero que siga avanzando de manera entusiasta. Este proyecto además de informar, tiene el propósito de guiar personas cuyo futuro parece demasiado incierto y sin alguna luz para seguir, se busca brindar apoyo y esa voz de aliento que con seguridad puede decir que las cosas estarán bien, está bien no saber, se desea contar que el diseño gráfico es para muchas personas, está ahí, disponible para aquel que ve más allá de las cosas, para quien no sabe que está buscando pero desea experimentar un nuevo mundo de creatividad y conceptualización.

## **5.1 Metodología**

Para abordar esta investigación, se ha optado por una metodología exploratoria, utilizada en la fase inicial del proyecto, que involucra a los estudiantes en la búsqueda activa de información. Previamente, se realizó una investigación de campo que incluyó visitas y conversaciones con los bachilleres de la institución para identificar de cerca la falta de vocación y desarrollar estrategias efectivas para abordarla.

Se ha determinado que tanto los jóvenes como el público en general muestran una creciente preferencia por contenido visual en lugar de extensos textos técnicos. Es evidente que la capacidad de atraer la atención y fomentar la interacción es esencial en la comunicación actual. En este contexto, el diseño del brochure está hecho de manera estratégica para provocar la curiosidad de inmediato. Los pliegues y la disposición del

contenido se han planificado de manera que la experiencia de búsqueda de información sea didáctica y a la vez informativa.

Esta estrategia busca no solo transmitir información, sino también involucrar activamente a los receptores, aprovechando la preferencia por el contenido visual y la curiosidad innata de las personas, que es la mejor manera de mostrar un poco de lo que hace un diseñador gráfico. que por medio de una pieza que además de informar, tiene la capacidad de generar interacción con el consumidor.

De acuerdo a los objetivos a cumplir, se tomará la información positiva y sobre todo real ante la carrera de diseño gráfico, desde el estudio de esta, el aspecto académico y también el aspecto laboral en la vida real. Se hablará de beneficios, se diagramará de manera llamativa un llamado a la acción sin opacar la estructura del brochure, pues esta brinda el mensaje más contundente, siendo no solo hacemos piezas “lindas”, sino también funcionales.

## **6. Resultados del proyecto**

**Investigación de campo:** La investigación de campo inicial, que involucró visitas y conversaciones con los bachilleres de la institución, permitió identificar de cerca la falta de vocación hacia la carrera de diseño gráfico. Esto proporcionó información sobre las necesidades y posibles preocupaciones de los estudiantes, al momento de preguntarles sobre la manera en que se les administraba la información de carreras profesionales como opción, se sentían perdidos, confundidos, ajenos a elegir una de todas las posibilidades, pues el léxico que se maneja en las fuentes de información que la Universidad Pascual Bravo utiliza no es realmente el adecuado para el público objetivo que se dirige (siendo niños, adolescentes y jóvenes adultos). Los estudiantes no sentían que eran aptos para aplicar a las carreras ofrecidas porque no estaban claras las funciones de determinada carrera. Esta información fue crucial para darle un foco este proyecto, además de que la

carrera de diseño gráfico es poco malinterpretada y que a los jóvenes no se les proporciona la información de manera concreta, se visualizó una oportunidad de hacerlo de manera directa, con un brochure en sus propias manos, siendo didáctico, curioso y fácil de comprender con un mensaje directo.

**Preferencia por contenido visual:** Se ha determinado que tanto los jóvenes como el público en general prefieren el contenido visual sobre los textos técnicos extensos. Se realizó un ejercicio donde se les presentó el contenido tal cual está en la página web de la Institución Pascual Bravo, una guía para encontrar la información acerca de la carrera tecnológica de Gestión del Diseño Gráfico:



Como parte del ejercicio, se les pidió que leyeran el apartado de introducción al programa:

### Presentación del programa

El programa de Tecnología en Gestión del Diseño Gráfico es un programa de pregrado de modalidad tecnológica que forma profesionales íntegros en el desarrollo de valores y con sentido humanista, con un amplio sentido social y ético que le permite planificar, ejecutar, evaluar y proponer soluciones creativas e innovadoras a los problemas y desafíos que se presentan en el contexto, con capacidad de investigación y proyección, respondiendo a las necesidades de formación en educación superior, preparando los profesionales que el sector comercial y de servicios requiere, con competencias sobresalientes e integrales para manejar los procesos del área de diseño gráfico soportada en una infraestructura física y tecnológica adecuada, mediante la orientación de facilitadores con metodologías de aprendizaje modernas y un programa académico actualizado y pertinente para una economía global.

Acto seguido se les mostró el apartado donde hay información más detallada acerca de la profesión, tanto el perfil profesional como el ocupacional, para que procedieran a leer y comentar qué entendieron:

Perfil profesional

Perfil ocupacional

Dirigido a

Contacto

El programa de Tecnología en Gestión del Diseño Gráfico es un programa de pregrado de modalidad tecnológica que forma profesionales íntegros en el desarrollo de valores y con sentido humanista, con un amplio sentido social y ético que le permite planificar, ejecutar, evaluar y proponer soluciones creativas e innovadoras a los problemas y desafíos que se presentan en el contexto, con capacidad de investigación y proyección, respondiendo a las necesidades de formación en educación superior, preparando los profesionales que el sector comercial y de servicios requiere, con competencias sobresalientes e integrales para manejar los procesos del área de diseño gráfico soportada en una infraestructura física y tecnológica adecuada, mediante la orientación de facilitadores con metodologías de aprendizaje modernas y un programa académico actualizado y pertinente para una economía global.

Perfil profesional

Perfil ocupacional

Dirigido a

Contacto

El tecnólogo en Gestión del Diseño Gráfico de la Institución Universitaria Pascual Bravo está en capacidad de desempeñarse en empresas públicas, privadas o mixtas, en los sectores industrial, comercial y de servicios, en particular en agencias de publicidad, casas periodísticas, empresas editoriales, departamentos de comunicaciones y publicaciones, creación de marcas, diseño de logos, el diseño web, la animación, en producciones fotográficas, integrando el área de publicidad o de comunicación de las empresas, su experticia en la integración de herramientas digitales será su sello diferenciador en el medio, este profesional es fuerte en la creación de empresa, por ello se podrá desempeñar como independiente.

Ante la información presentada, varios de los estudiantes mostraron confusión, incluso tenían más preguntas como ¿Qué se requiere para estudiarla? ¿Hay posibilidad de empleo? ¿Cuál es el salario promedio? ¿Tengo que saber dibujo o arte?.

Si es cierto que generar más incógnita y cierto interés acerca de un tema puede generar iniciativa por parte de los estudiantes a querer buscar más e incluso postularse. Pues, lamentablemente, eso no pasó en esta ocasión, se les veía a los estudiantes confundidos, indiferentes y antipáticos después de mostrar el contenido. Se limitaron a ignorar lo que se les estaba explicando, su malestar se hizo presente al hacer comentarios despectivos como; “Esa carrera la escogería por puro descarte” “Mi primo estudió eso y de nada le sirvió”. Al momento de presentar este proyecto, sintieron cierto alivio al notar que alguien de su mismo entorno (una estudiante) les brindó el mismo contenido pero más adecuado a su comprensión, hubo momentos de sorpresa cuando exclamaban; “oh no sabía un diseñador podía hacer eso” “¿un diseñador tiene todo ese alcance?” etc.

Con base al ejercicio se determinó que la deserción en la carrera sucede en gran medida por la falta de información o la malinterpretación de la misma. A falta de claridad, gran parte

de los estudiantes toman decisiones que por el momento les parece bien, pero es después cuando ven a lo que se enfrentan y deciden desertar.

Esto sugiere que la estrategia de diseño del brochure, que se centra en contenido visual y diseño atractivo, es adecuada para atraer la atención del público objetivo.

**Diseño del brochure:** El diseño del brochure se ha planificado estratégicamente para provocar la curiosidad de inmediato. Los pliegues y la disposición del contenido están diseñados para hacer que la búsqueda de información sea didáctica y a la vez informativa. El brochure se centrará en la presentación de información positiva y real sobre la carrera de diseño gráfico, tanto desde una perspectiva académica, personal y laboral. También incluirá un llamado a la acción para alentar a los interesados a considerar esta carrera. El enfoque en beneficios puede ser persuasivo y motivador. El enfoque en beneficios y la presentación de información realista pueden ayudar a atraer a posibles estudiantes y mostrar que la carrera de diseño gráfico no solo es estéticamente atractiva, sino también funcional y prometedora.

## 7. Conclusiones

- La falta de información clara y accesible sobre la carrera de diseño gráfico es evidente, lo que ha llevado a la malinterpretación y la deserción de estudiantes interesados en esta profesión.
- La investigación demostró que los estudiantes, en particular, prefieren el contenido visual sobre textos técnicos extensos.
- La percepción general de que el diseño gráfico es simplemente una forma avanzada de expresión artística en lugar de una carrera y medio de comunicación visual se destaca como un desafío importante.
- Mostrar los beneficios, de manera real y positiva de la carrera, tanto desde una perspectiva académica como laboral, puede ser persuasivo y motivador.

## BIBLIOGRAFÍA

<https://compartirenfamilia.com/aprendizaje/a-que-se-tienen-que-enfrentar-los-estudiantes-de-hoy.html>

[https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/1/?ui=2&ik=0c750ce49f&attid=0.1&permmsgid=msg-f:1778027913247157363&th=18acd2f779d36c73&view=att&disp=inlin e&sadnir=2&sadbat=ANGjdJ\\_nTGn6r3ChjQzzcAUj25M3EoslxQdvHZQb4vfrjWE-Bvo41iOd qrr5lm720\\_NTS6R0b5JJuWe\\_mCh7\\_TTaNGGj4T8EJHL\\_yZa-EqDMKAbvUXOKQpOtTW\\_Q OJTsqZvn0CvxM-uDullMtydNBomWaRihPbZv\\_Hz5FMGcfrXywl1Qgo2Q1oltYhh8h1DY-fBX Vs3zAs8uQLRzx0s2tF8Gt1x-2in\\_PxLZw6x9nPQkUNoUkbMq4UiNU6CicfRbk460rShV-DOT TO-GTr1xNhKzRfxORmrb1ziXXpa1KzW34zavFshRqw4a7NxLGfDULrqJs9-HJMzA25-vnKq dL-ywJVLkH1At1KzxD2bkK7bG3qiW03pPe4uG48YsthZ3LhUs2TKN9ndKQQIVYM07ycvQw daXiAduFGZB5C7KiajL5sYkhllVY2GS4tx3CRJcAHT47pnaiu1f1FtuGQZbR6i47XpVrzwyprZ E-gs66RoypPuzbVWWOFFPZQMLIITK0qip-iAdi9o9cdDvopmY2qMFh4UvscBm3LPQYmHL qvWNfmkYOnqusbGZxOZ3\\_39Yvv1sM-ZvVs\\_obsVP9Dvvs9d-lhWtnSvppSh4KfuXZLkWBL OKbX-oA\\_evZ\\_ddH1ahLZhCVzsum7bZt5Q0xuZiiSgbjCV9e1\\_wss6GclH1BJwQyzQV6B4wq bYIJWqoafgV01dvSVhF5T3JctABVNV2Bao1AzkpiWnhSw5ihtpna67brlvfijosvnM1KyxWLOpf 3wlkLnP5E\\_WQ1PdC7RzeOZFvnpgEy3DTMTOuA2LOebtJ5-SQRkcoChdMStEn8RJUwVD J4G9WNcjRj0O48mttqD5lwliDhuLOTD1byDzPnZX\\_JVdEptVGyT3ent-2g1v1YAgNWWYW21zt ark8TTXsEzDQgrTuErryhXrrrARvVXdBvFRXN0HIWi-rH4a0glagtQXdBZQly4-312z0xkdc6zR 30LqFYnPDrr35lms3uLY7yuuaVaUGBjcct3H4Mf46mj4rQIUbnxsv\\_k\\_0N3OTVzYw4EYy\\_3n PpweAvfV82w](https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/1/?ui=2&ik=0c750ce49f&attid=0.1&permmsgid=msg-f:1778027913247157363&th=18acd2f779d36c73&view=att&disp=inlin e&sadnir=2&sadbat=ANGjdJ_nTGn6r3ChjQzzcAUj25M3EoslxQdvHZQb4vfrjWE-Bvo41iOd qrr5lm720_NTS6R0b5JJuWe_mCh7_TTaNGGj4T8EJHL_yZa-EqDMKAbvUXOKQpOtTW_Q OJTsqZvn0CvxM-uDullMtydNBomWaRihPbZv_Hz5FMGcfrXywl1Qgo2Q1oltYhh8h1DY-fBX Vs3zAs8uQLRzx0s2tF8Gt1x-2in_PxLZw6x9nPQkUNoUkbMq4UiNU6CicfRbk460rShV-DOT TO-GTr1xNhKzRfxORmrb1ziXXpa1KzW34zavFshRqw4a7NxLGfDULrqJs9-HJMzA25-vnKq dL-ywJVLkH1At1KzxD2bkK7bG3qiW03pPe4uG48YsthZ3LhUs2TKN9ndKQQIVYM07ycvQw daXiAduFGZB5C7KiajL5sYkhllVY2GS4tx3CRJcAHT47pnaiu1f1FtuGQZbR6i47XpVrzwyprZ E-gs66RoypPuzbVWWOFFPZQMLIITK0qip-iAdi9o9cdDvopmY2qMFh4UvscBm3LPQYmHL qvWNfmkYOnqusbGZxOZ3_39Yvv1sM-ZvVs_obsVP9Dvvs9d-lhWtnSvppSh4KfuXZLkWBL OKbX-oA_evZ_ddH1ahLZhCVzsum7bZt5Q0xuZiiSgbjCV9e1_wss6GclH1BJwQyzQV6B4wq bYIJWqoafgV01dvSVhF5T3JctABVNV2Bao1AzkpiWnhSw5ihtpna67brlvfijosvnM1KyxWLOpf 3wlkLnP5E_WQ1PdC7RzeOZFvnpgEy3DTMTOuA2LOebtJ5-SQRkcoChdMStEn8RJUwVD J4G9WNcjRj0O48mttqD5lwliDhuLOTD1byDzPnZX_JVdEptVGyT3ent-2g1v1YAgNWWYW21zt ark8TTXsEzDQgrTuErryhXrrrARvVXdBvFRXN0HIWi-rH4a0glagtQXdBZQly4-312z0xkdc6zR 30LqFYnPDrr35lms3uLY7yuuaVaUGBjcct3H4Mf46mj4rQIUbnxsv_k_0N3OTVzYw4EYy_3n PpweAvfV82w)

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/remo/v5n13/v5n13a04.pdf>