

UKL
03
+1381a
c02

***Materia Informativo y Promocional para dar a
conocer a la Comisión de la Mujer y el Deporte***

*Portafolio Académico presentado al consejo de la Faculta de Arquitectura y
Diseño de la Universidad Rafael Landivar por: **Maria Isabel Molina Bonilla**
Previo a optar el título de **Diseñadora gráfica** en el grado de academico de
Licenciada*

Agosto, 2007





Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Guatemala 28 DE MAYO 2007

Señores
Departamento de Diseño Gráfico
Presente

Estimados miembros del Departamento de Diseño Gráfico
Por este medio, hacemos de su conocimiento que el (la) estudiante:
MARÍA ISABEL MOLINA BODILLA con carné 1017603
ha cursado la materia de Elaboración de Portafolio Académico, presentando el siguiente resultado.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN
Título de la investigación
ANÁLISIS DE LOS CAMBIOS EN EL LOGOTIPO DEL COMITÉ OLÍMPICO GUATEMALTECO DESDE EL AÑO 2000 AL 2007

Primera Convocatoria Fecha 9/05/07

Segunda Convocatoria Fecha

Aprobado Reprobado No entregó

Aprobado Reprobado

	Introducción	Planteamiento y objetivos	Metodología	Contenido y antecedentes	Resultados	Interpretación y síntesis	Conclusiones y Recomen.	Referencias
Incompleto								X
Análisis deficiente								
No relación entre puntos								
No hay confrontación								
No responde a objetivos								
Mejorar redacción y ortografía			X		X	X	X	
Mal uso de citas								
Revisar datos y normas APA								

Observaciones DISEÑAR PORTADA. VER JERARQUÍA DE TEXTOS EN PLASMACIÓN DE PÁGINAS. COMPLETAR ANEXOS. MEJORAR REDACCIÓN DEL ÍNDICE.

ÁREA DE PROYECTO CON ESTRATEGIA CREATIVA E
Título del proyecto de diseño:
Material Informativo y Promocional para dar a conocer a la Comisión de la mujer y el deporte

Primera Convocatoria Fecha 9-5-07

Segunda Convocatoria Fecha

Aprobado Reprobado No entregó

Aprobado Reprobado

Con las siguientes observaciones

	Introducción, bibliografía y Anexos	Necesidad y objetivos	Marco de referencia y contenido teórico de diseño	Grupo Objetivo	Concepto, contenido del material gráfico y medios	Escafo	Propuesta final y fundamentación.	Conclusiones y recomendaciones
Mejorar la redacción y ortografía								
No se ve relación entre puntos								
Incompleto								
Falta discusión								
Falta aplicar instrumentos								
No está de acuerdo a la APA								

Observaciones _____

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO

Primera Convocatoria Fecha 09/05/07

Segunda Convocatoria Fecha

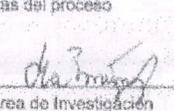
Aprobado Reprobado No entregó

Aprobado Reprobado

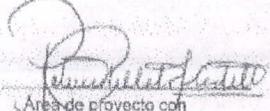
Número de Trabajos	Completo	Incompleto
Fichas Técnicas	Completo	Incompleto
Texto e imágenes	Mejorar legibilidad	Mejorar resolución
PDF	Funciona	No funciona
Links/botones	Funciona	No funciona
Presentación CD/ Impreso	Completo	Incompleto

Observaciones _____

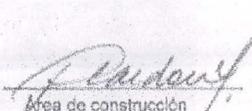
Atentamente,
Asesores del proceso



Area de Investigación



Area de proyecto con Estrategia Creativa E



Area de construcción de Portafolio

c.c. archivo

Autoridades

Decano

Arq. Cristian Vela Aquino

Vice decano

Arq. Victor Paniagua Tomé

Secretaria

Arq. Alice María Becker Ávila

Director Departamento de Arquitectura

Arq. Oscar Echeverría

Director Departamento de Diseño Industrial

Lic. Ovidio Morales

Director Departamento de Diseño Gráfico

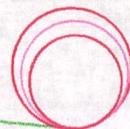
Lic. Jorge Rossi

Directora Maestría en Planificación y Gestión Urbana

Arq. Silvia García Vettorazzi

índice

1. resumen			
2. introducción	1		
3. identificación de la necesidad de diseño	2		
4. objetivos de diseño	3		
5. marco de referencia	4		
- La calidad de vida	4		
- MUJER Y DEPORTE	5-7		
- El deporte como recurso para el desarrollo humano	7		
- solidaridad	7-8		
- mujer, deporte y dirigencia	9		
6. contenido teórico de diseño	11		
6.1 información del cliente	11-12		
6.2 área de diseño	13		
- material grafico informativo	13-15		
- DESARROLLO DE LA HERRAMIENTA PUBLICITARIA	15-16		
- PUBLICIDAD EN TRANSITO	16-17		
- manejo del color		17-18	
- diseño asimétrico		19	
- promoción		20-21	
- diseño multimedia		21	
7. definición del grupo objetivo		22	
7.1 perfil demográfico		22	
7.2 perfil psicográfico		23-24	
8. proceso de conceptualización		25-31	
9. contenido del material gráfico		32-33	
10. medios y formas de distribución		34-36	
11. bocetaje y propuesta preliminar		37-76	
12. validación técnica		77-81	
13. Fundamentación		82-96	
14. producción y reproducción		97-101	
15. conclusiones y recomendaciones		102-103	
16. bibliografía		104	
17. anexos		105	



Resumen

Material Informativo y Promocional para dar a conocer a la Comisión de la Mujer y el Deporte

El diseño gráfico es una de las herramientas más importantes en nuestra actualidad para todas las empresas e instituciones, existen muchísimas formas de darse a conocer por distintos medios, manejándose por diferentes presupuestos.

Guatemala actualmente ha destacado en el ámbito deportivo por medio de las mujeres que han decidido romper los estereotipos que se establecieron en años pasados y así se han dado a conocer por distintas partes del mundo representando a Guatemala y destacando como un ejemplo del género femenino.

El proyecto que se realizó es sobre solidaridad, eligiendo como cliente a la Comisión de la Mujer y el Deporte. Esta comisión tiene como objetivo principal apoyar a la mujer guatemalteca que desee practicar deporte como una actividad cultural o de alto rendimiento y brindarle así una mejor calidad de vida ayudándole en su desarrollo como personas integrales.

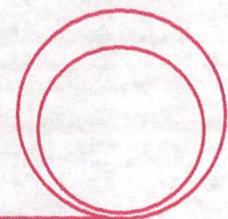
Esta comisión ha existido durante varios años pero no se ha podido dar a conocer porque carecen de los fondos para ello ya que son una institución no lucrativa.

El aporte del diseño gráfico fue encontrar un medio para hacer llegar a oídos de las mujeres guatemaltecas la importancia del deporte para tener una vida más sana en todos los aspectos, favoreciendo la identificación con el

género femenino, por medio de un material informativo y promocional realizado estratégicamente de acuerdo a el presupuesto que ellos manejan.

En la estrategia se presenta todo el proceso de investigación y de diseño que sustenta la propuesta desde como surgen las primeras ideas hasta su resultado final.

INTRODUCCIÓN



1. Introducción

La verdadera solidaridad, aquella que está llamada a impulsar los verdaderos vientos de cambio que favorezcan el desarrollo de los individuos y las naciones, está fundada principalmente en la igualdad radical que une a todos los hombres. (Monografías.com 2006)

En la época actual donde ha habido muchos cambios en cuanto a la sociedad y su forma de vida, no deja de ser tachada por ser una sociedad machista. Poco a poco las mujeres han ido progresando gracias a las oportunidades que se han ganado por su desempeño en las distintas áreas.

Guatemala actualmente ha destacado en el ámbito deportivo por medio de las mujeres que han decidido romper los estereotipos que se establecieron en años pasados y así se han dado a conocer por distintas partes del mundo representando a Guatemala y destacando como un ejemplo del género femenino.

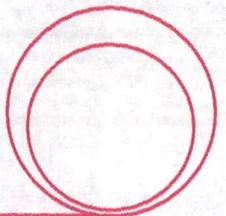
El proyecto que se realizó es sobre solidaridad, eligiendo como cliente a la Comisión de la Mujer y el Deporte. Esta

comisión tiene como objetivo principal apoyar a la mujer guatemalteca que desee practicar deporte como una actividad cultural o de alto rendimiento y brindarle así una mejor calidad de vida ayudándole en su desarrollo como personas integrales.

Esta comisión ha existido durante varios años pero no se ha podido dar a conocer cómo ya que carecen de los fondos para ello. El aporte del diseño gráfico es encontrar un medio para hacer llegar a oídos de las mujeres guatemaltecas la importancia del deporte para tener una vida más sana en todos los aspectos.

A continuación se presenta todo el proceso de investigación y de diseño que sustenta la propuesta.

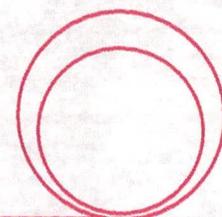
NECESIDAD



2. Necesidad

Hace falta informar y promover el desarrollo de la mujer guatemalteca en el deporte, reforzando las posibilidades de lograr la importancia de la igualdad de oportunidades en cualquier ámbito deportivo, así como también una mejor calidad de vida.

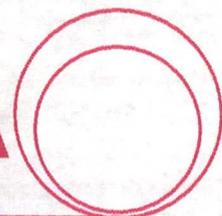
OBJETIVOS



3. objetivos

1. Diseñar un material informativo que facilite la comunicación sobre la importancia del deporte para tener una vida más sana y un mejor desarrollo social, logrando así una mejor calidad de vida, dirigido a mujeres guatemaltecas residentes en la ciudad capital.
2. Proponer un material Publicitario que promocióne los eventos programados por la comisión, para las mujeres guatemaltecas residentes en la ciudad capital de nivel socioeconómico C y D.

MARCO DE REFERENCIA



4. marco de referencia

- Área de estudio

La calidad de vida

Según *wikipedia* (S.F.) la calidad de vida es el bienestar, felicidad, satisfacción de la persona que le permite una capacidad de actuación o de funcionar en un momento dado de la vida. Es un concepto subjetivo, propio de cada individuo, que está muy influido por el entorno en el que vive como la sociedad, la cultura, las escalas de valores, etc.

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud, 1948), la calidad de vida es: "la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno".

El concepto de calidad de vida en términos subjetivos, surge cuando las necesidades primarias básicas han quedado satisfechas con un mínimo de recursos. El nivel de vida son aquellas condiciones de vida que tienen una fácil traducción cuantitativa o incluso monetaria como la renta per cápita, el nivel educativo, las condiciones de vivienda, es decir, aspectos considerados como categorías separadas y sin traducción individual de las condiciones de vida que reflejan como la salud, consumo de alimentos, seguridad social, ropa, tiempo libre, derechos humanos. Parece como si el concepto de calidad de vida apareciera cuando está establecido un bienestar social como ocurre en los países desarrollados.

Dimensiones de la calidad de vida

Según <http://es.wikipedia.org> 2005 La calidad de vida tiene su máxima expresión en la calidad de vida relacionada con la salud. Las tres dimensiones que global e integralmente comprenden la calidad de vida son:

- Dimensión física: Es la percepción del estado físico o la salud, entendida como ausencia de enfermedad, los síntomas producidos por la enfermedad, y los efectos

adversos del tratamiento. No hay duda que estar sano es un elemento esencial para tener una vida con calidad.

- **Dimensión psicológica:** Es la percepción del individuo de su estado cognitivo y afectivo como el miedo, la ansiedad, la incomunicación, la pérdida de autoestima, la incertidumbre del futuro. También incluye las creencias personales, espirituales y religiosas como el significado de la vida y la actitud ante el sufrimiento.
- **Dimensión social:** Es la percepción del individuo de las relaciones interpersonales y los roles sociales en la vida como la necesidad de apoyo familiar y social, la relación médico-paciente y el desempeño laboral.

MUJER Y DEPORTE

En la Biblioteca del Comité Olímpico guatemalteco, según *Documentos Varios sobre Grupos de trabajo Internacional sobre Mujer y Deporte* (2001) Patrones y acervos culturales indican un papel masculino y uno femenino diferenciados y

pautados según épocas, usos y costumbres, sin embargo el ser mujer puede atribuirse, por una parte, al sexo biológico pero también por otra, a la identidad femenina con el rol que la sociedad espera quiera desempeñar.

Los estereotipos y patrones culturales marcan ya una condicionante respecto a las niñas desde la infancia más temprana; estos tratos diferenciados, (ejercidos por quienes son los responsables de la socialización: padres, docentes, entrenadores), hacen que se vayan cultivando las identidades tanto en las niñas, como también en los niños.

Por esto, se espera de las mujeres una diferencia en cuanto a rendimiento, expectativas de éxitos, menor aptitud para la agonística, la competencia, el entrenamiento, mayor aptitud para la creatividad e intelectualidad, la sensibilidad. Estos patrones hacen que la identidad de la niña se desarrolle bajo esas pautas, y aunque con la modernidad han ido perdiendo poder, aún hoy influyen en la elección, predisposición, interés, actitud frente al deporte. Es decir: la mujer representa para el deporte, no lo que ella pueda desempeñar como atleta o simple practicante, sino lo que, por lo regular, la

sociedad espera de ella sobre la base de un modelo preconcebido de comportamiento.

El rendimiento deportivo está marcado no sólo por las diferencias biológicas, sino que se incrementan con las diferencias psicológicas, sociológicas y culturales vivenciadas por las mujeres, marcadas y reglamentadas por la sociedad con pautas diferenciadas para hombres y mujeres.

Biblioteca del Comité Olímpico guatemalteco.(2001) Las mujeres desarrollan el mismo interés por los deportes que los hombres, al igual que en otras tantas actividades y profesiones, sin embargo, (y los números son claros), aún no practican deporte en el ámbito competitivo como competencia tanto como sus congéneres masculinos y por su parte, la psicología asegura que se debe a la diferencia que tienen las mujeres respecto al significado de la búsqueda del éxito y del rendimiento. Las mujeres tienden a lograr el éxito sobre la base del dominio y mejoramiento personal (Gill). En tanto los hombres buscan el resultado frente al oponente.

En este último siglo pasado las mujeres se acercaron en mayor proporción más a la actividad deportiva, al igual que a

todos los demás campos sociales ocupados por hombres; quienes fueron las pioneras en la participación deportiva competitiva se identificaron con los patrones masculinos y ostentaban características más competitivas y de rendimiento que las demás mujeres, (seguimos hablando siempre en términos de patrones ya gestados con anterioridad).

Estas iniciadoras, abrieron un camino hacia esas actividades deportivas pero no lograron que las demás mujeres se identificaran con sus principios de comportamiento deportivo o competitivo, por el sólo hecho que no eran cánones a seguir dentro de una identidad propia de la femineidad que la mujer en esos momentos intentaba forjar.

Biblioteca del Comité Olímpico guatemalteco.(2001) El deporte como tal, siempre ha valorado el éxito, el mejor, el campeón. La medición exacta de tiempos y marcas, el rendimiento máximo, el entrenamiento para la búsqueda del mejor resultado y todas las ciencias aplicadas trabajan en pos de ello. Ese es el espíritu del deporte: más rápido, más alto, más fuerte.

Lo que se debería analizar es lo siguiente: si las mujeres que se acercan a la práctica deportiva lo hacen por estar de acuerdo con esos valores y modelos que se cultivan alrededor de las competencias, ó si la búsqueda del éxito del mejor tiene valor dentro de la nueva identidad femenina que no deja de mutar acorde avanzan los tiempos.

El deporte como recurso para el desarrollo humano

Biblioteca del Comité Olímpico guatemalteco. *Documentos Varios sobre Grupos de trabajo Internacional sobre Mujer y Deporte.* (2001) Las personas han practicado deportes desde la antigüedad. A lo largo del tiempo han surgido muchos tipos diferentes de deportes, tales como deportes individuales, deportes colectivos, deportes extraoficialmente organizados, deportes extremos y deportes sumamente organizados. Estas diferentes clases de deportes pueden tener un efecto positivo en los individuos y en las sociedades de muchos modos diferentes.

- Por ejemplo, el deporte puede brindar oportunidades de:

- Jugar y divertirse
- Competir
- Evitar el aburrimiento estructurando ocupar el tiempo libre
- Promover la vida social introduciendo normas a seguir
- Cooperar con otros para lograr metas
- Poner a prueba los límites humanos
- Ponerse a prueba uno mismo
- Establecer y vencer riesgos
- Descubrir las propias limitaciones
- Hacer amigos y estrechar las relaciones con otras personas
- Conocer mejor el propio cuerpo
- Obtener ingresos
- Experimentar orgullo
- Expresar su propio talento y aptitudes
- Fomentar la paz local e internacionalmente
- Mantenerse en forma – ganar o perder peso
- Mantener una buena salud mental
- Aprender a respetar a los otros

- Compartir una meta común con otros
- Desarrollar lealtad, compromiso y perseverancia
- Fomentar valores culturales
- Experimentar el sentimiento de "vanguardia" llegando al límite
- Reducir el estrés

Solidaridad

Según <http://www.monografias.com/> (2006) en nuestros días, la palabra solidaridad ha recuperado popularidad y es muy común escucharla en las más de las esferas sociales. Es una palabra indudablemente positiva, que revela un interés casi universal por el bien del prójimo.

Es por esto que la solidaridad debe ser desarrollada y promovida en todos sus ámbitos y en cada una de sus escalas. La solidaridad debe mirar tanto por el prójimo más cercano como por el hermano más distante, puesto que todos formamos parte de la misma realidad de la naturaleza humana en la tierra.

La solidaridad es una palabra de unión. Es la señal inequívoca de que todos los hombres, de cualquier

condición, se dan cuenta de que no están solos, y de que no pueden vivir solos, porque el hombre, como es, social por naturaleza, no puede prescindir de sus iguales; no puede alejarse de las personas e intentar desarrollar sus capacidades de manera independiente.

La verdadera solidaridad, aquella que está llamada a impulsar los verdaderos vientos de cambio que favorezcan el desarrollo de los individuos y las naciones, está fundada principalmente en la igualdad radical que une a todos los hombres. Esta igualdad es una derivación directa e innegable de la verdadera dignidad del ser humano, que pertenece a la realidad intrínseca de la persona, sin importar su raza, edad, sexo, credo, nacionalidad o partido.

La solidaridad, esencialmente, debe ser dirigida al ser humano. La persona humana es principio y fin de la solidaridad. El acto solidario debe ser hecho en beneficio de una persona, ya sea directa o indirectamente. De esta manera, puedo verdaderamente ayudar a otras personas si favorezco el cuidado de un ecosistema, para que otros puedan disfrutar ordenadamente de sus beneficios. El ser humano puede servirse de todos los bienes naturales, de

manera ordenada, para su beneficio. Desde este punto de vista, la naturaleza no puede ser para la solidaridad un fin, sino un medio. A fin de cuentas, el ser humano es quien debe recibir el bien, ya sea de manera directa o indirecta.

SOLIDARIDAD EN SOCIEDAD.

La primacía de la solidaridad entre individuos no resta importancia a la real necesidad de impulsar la solidaridad de escala social. Los problemas socio-económicos sólo pueden ser resueltos con ayuda de todas las formas de solidaridad: solidaridad de los pobres entre sí, de los ricos y los pobres, de los trabajadores entre sí, de los empresarios y de los empleados, solidaridad entre las naciones y entre los pueblos. La solidaridad a gran escala está íntimamente ligada con aquélla entre individuos, y en ella funda su verdadero valor.

Aún más: la solidaridad entre personas individuales, entre seres humanos iguales, de uno a uno, debe tender necesariamente a la solidaridad de escala social. La verdadera solidaridad encuentra su mayor solaz en el crecimiento de su campo de influencia.

La solidaridad social consiste en colaborar de manera desinteresada con el bien común

Mujer, Deporte y Dirigencia

Galmarini (1992) menciona que en la gran mayoría de los deportes mujeres y hombres compiten por separado y a la mujer se la protege de esfuerzos y competiciones bruscas más que por fundamentaciones verdaderas por conductas culturales, en el momento en que se descubre que la mujer puede realizar tareas deportivas similares a las del hombre se genera una sorpresa o se la cataloga de masculina, y estas reacciones se dan en ambos sexos, hay mujeres que no quieren identificarse con la imagen deportiva porque esto la masculiniza, otras optan por diferenciar deportes femeninos de masculinos.

Hoy, va quedando cada vez más lejos la postura de que la mujer no debe o no puede realizar ciertas pruebas o deportes, al menos desde el punto de vista científico.

En el deporte la tarea de culturalización debe ser dada a los dos sexos por igual, la propia mujer se auto discrimina porqué teme no rendir al igual que el hombre, de hecho en

los deportes de fuerza es así, pero se han encontrado situaciones de igualdad en algunas disciplinas.

Galmarini (1992) afirma que la visión del deporte femenino sostiene que la mujer se desarrolla mejor en aquellas disciplinas artísticas o de precisión, en donde se la pueda ver de acuerdo a patrones femeninos culturales, y que no es grato observar a una mujer en actitudes deportivas de confrontación o en aquellas donde se desarrolle una masa muscular voluminosa porque esas son características masculinas. Estos aspectos no sólo son sustentados por hombres sí no que en un alto grado por las propias mujeres quienes además se avergüenzan y critican actitudes de deportistas por no responder con el mantenimiento de la imagen femenina.

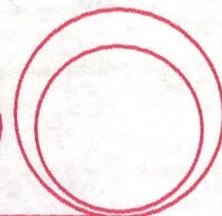
Todo esto puede corroborarse en las participaciones de la mujer en delegaciones nacionales, en donde se ha ido incrementando la participación, la cual sin embargo no supera el 35% en dichas delegaciones, ya que hay federaciones que no conforman los equipos femeninos, porque no lo tiene, caso béisbol, o porque no clasifican para representación. Esta representación femenina es mayor en

los Juegos Panamericanos y menor en los Juegos Olímpicos (un 32.88% en los Panamericanos '99 y un 26.25 % en los Olímpicos '96'), habiendo aumentado de forma importante con respecto al total histórico de representación (9.13%).

Según Galmarini (1992) En la Ley del Deporte (N° 20.655), el Consejo Nacional del Deporte (Co.Na.De) asegura la participación protagónica y democrática de los agentes deportivos y que fueran ellos quienes decidieran la acción política en lugar de que lo haga el Gobierno. Esto es no una política partidaria o sectorial sino de todos para todos. Por lo tanto la mujer debe estar inmersa en ese "todos".

La participación de la mujer en la dirigencia deportiva para el diseño de las políticas del sector es indispensable e indiscutible. Si ellas participan directamente en el deporte, deben participar también en la toma de decisiones y en el diseño de las políticas deportivas. La mujer es quien debe planificar que quiere para sí según su propia imagen. Hacer deporte significa actuar con los otros y no para los otros.

CONTENIDO TEORICO DE DISEÑO



5. contenido teórico de diseño

Comité Olímpico Guatemalteco, Guatemala C.A.

Tel.: 334 84 56 / 57, 331 79 50 Fax: 332 44 69

5.1 información general del cliente

*COMISIÓN DE LA MUJER Y EL DEPORTE DEL COMITÉ
OLÍMPICO GUATEMALTECO*



Objetivo General:

Igualdad de oportunidades para la mujer en cualesquiera de las actividades deportivas que se llevan a cabo en nuestro país y lograr de esta manera que pueda desarrollarse como una persona integral.

24 Calle 9-36 zona 5 Palacio de los Deportes 3er. Nivel

La Comisión Mujer y Deporte asume el reto y establece como fines:

- Estructurar la cuestión relativa a las mujeres y el deporte.
- Promover la participación de las mujeres en el deporte escolar, universitario y de ocio.
- Garantizar la equidad de trato e igualdad de derechos en el deporte de competición amateur, alta competición y alto nivel.
- Garantizar la salud de las Deportistas.
- Reforzar la participación de las mujeres en la toma de decisiones

Objetivos Específicos:

1. Desarrollo de programas que permitan encontrar mecanismos para lograr una mayor participación de

la mujer en las diferentes disciplinas deportivas que actualmente se llevan a cabo en nuestro país.

2. Comunicar la importancia de una participación deportiva de la mujer para tener una vida más sana y completa.
3. Dar a conocer la importancia de dar a la mujer la oportunidad de una mayor participación en áreas como entrenadoras, árbitros y jueces.
4. Buscar la ayuda de la dirigencia deportiva nacional para que creen espacios para la mujer, dándoles así la oportunidad de compartir y realizar actividades de toma de decisiones.
5. Mantener una comunicación con el COI para conocer sus políticas sobre la mujer en el deporte.
6. Trabajo conjunto entre el COG y la Comisión de la Mujer y el Deporte.

5.2 Área de diseño

MATERIAL GRÁFICO INFORMATIVO

Según Frascara (2003), el material gráfico informativo es el que quiere expresar todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tipo de información.

“Material informativo es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquiere conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre un tema determinado” (Ríos, 2004).

MATERIAL INFORMATIVO

De acuerdo a Frascara (2005) el diseño de información requiere habilidad para procesar, organizar y presentar información en forma verbal y no verbal. Requiere conocimiento de problemas de legibilidad de letras, palabras, frases, párrafos y texto corrido. Requiere conocimiento de la eficacia comunicacional de imágenes y relación de forma y contenido de textos.

Menciona asimismo que el diseño para información incluye: diseño editorial (libros, revistas, diarios); tablas alfanuméricas (horarios, directorios, etc.); gráficos y diagramas (visualización de información abstracta, cuantitativa u otra); cierto tipo de material didáctico (láminas murales); instrucciones (uso de aparatos o productos,

reglas de juego, manuales); informes, programas, prospectos, exposiciones; señalización (símbolos, carteles, señales y sistemas).

Para que nos sirve un material informativo?

Es un medio que es aplicable en cualquier rama del diseño gráfico, editorial, digital, y publicitario.

Por medio de este se comunica, se informa, y se educa acerca de un tema específico o se da a conocer algún servicio, función o actividades.

Según Turnbull (1995), este material permite transmitir mensajes concretos por medio de imágenes visuales. Es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar o precisar lo que se posee sobre un tema determinado.

Los contenidos del material informativo se determinan a partir de un proceso en el que se resume toda la información que se desea hacer llegar a determinado grupo objetivo.

Barrios (2003), hace referencia que para diseñar un material informativo se debe tomar en cuenta que la clave es el atractivo que ejerza al grupo objetivo, lo que logrará que este se identifique

con el tema y así se aproveche de mejor forma y se logre el objetivo del material.

De acuerdo a Frascara (2005), existen varias reglas para lograr que el contenido del material informativo a diseñar sea adecuado a las necesidades y objetivos planteados:

El material impreso debe:

Reforzar el aprendizaje: se refiere a transmitir información que el grupo objetivo desconoce y tiene como finalidad educar y generar un aprendizaje sobre determinado tema o situación.

Utilización de textos e imágenes: en cuanto a los contenidos del material impreso es una combinación de textos e imágenes, estas últimas pueden ser fotografías o ilustraciones.

Equilibrio visual: entre imágenes y texto, se recomienda que el texto no ocupe más del 60% del material.

Redacción: es necesario tomar en cuenta el contexto, las características sociales, económicas y culturales del grupo objetivo a quien va dirigido el material.

Tipo de letra: es recomendable utilizar tipografías claras y sencillas

que sean fáciles de entender, tomando en cuenta siempre el grupo objetivo.

Formatos: es recomendable utilizar formatos estándar que aquellos que no existen en el mercado. El tamaño carta y oficio son los más conocidos y accesibles, mientras más grande sea el tamaño, más elevado será el costo del material.

Tipo de papel: es importante a la hora de imprimir escoger el tipo de papel y el tipo de impresión. En cuanto al manejo de la información por medio de la diagramación, Franco (2002) menciona que la diagramación es de vital importancia para el diseñador gráfico, porque le proporciona la posibilidad de visualizar su diseño sin que esté impreso. Permite buscar soluciones diferentes a un mismo problema.

CLASIFICACIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO

No hay una lista específica de tipos de materiales informativos, existen gran variedad de materiales informativos impresos y no impresos. Los más comunes son: Anuncios Gráficos, Folletos, Desplegables, Afiches, Vallas, Periódicos, Revistas, anuncios gráficos, volantes, etc.

El material informativo se puede clasificar de la siguiente forma:

Material digitalizado: aquellos casos en que el material puede ser implementado en un medio digital.

Material impreso: por lo general se trata de bifoliales o trifoliales, aunque puede darse otra presentación, que contiene información.

EJEMPLO DEL MATERIAL INFORMATIVO

TRIFOLIAR

Se le conoce como un folleto plegado en 3 partes que contiene información sobre una empresa u organización que quiere dar a conocer sus servicios, etc.

De acuerdo a la información encontrada en la página del instituto de Artes Visuales un folleto se divide en diversas partes o secciones por su forma de plegado:

- De una sola hoja o parte, que es el folleto simple.
- De dos partes, cuerpos o díptico (un plegado).
- De tres partes, cuerpos o tríptico (dos plegados).

Suele utilizarse el formato en sentido horizontal para obtener tres cuerpos verticales, que permiten realizar composiciones más expansivas.

DESPLEGABLE

Ruiz (2002). Indica que el procesamiento de la información es los desplegados es serial. Se debe a controlar la entrada o inicio y guiar la vista a través del mensaje con el apoyo de mensajes gráficos.

DESARROLLO DE LA HERRAMIENTA PUBLICITARIA

La gran variedad de Póster publicitarios que nos rodean va desde una propaganda política hasta los sofisticados avisos de revistas y TV. Es por eso que se hace necesario definir los tipos de Póster:

Son promocionales los que tienen como intencionalidad lograr un cambio en la conducta del destinatario.

Son publicitarios los que tienen la intencionalidad de vender un producto o un servicio.

MATERIAL PUBLICITARIO

Tumbull, A. y Baird, R (1995) por sus características, la publicidad es idónea para promocionar y comunicar. Entre los medios de comunicación publicitaria, el más adecuado y económico es el gráfico, ya que es fundamental para toda promoción y tiene un costo mucho menor al de otros medios como radio y televisión.

El objetivo de la publicidad según Fischer (1998) es estimular las ventas ya sea de una manera inmediata o en futuro, modificar las actividades y/o comportamiento del receptor del mensaje, procurando informar a los consumidores, modificar sus gustos y motivarlos para que prefieran los productos o servicios de la empresa.

Otros objetivos que son importantes mencionar son: contrarrestar las acciones de la competencia, aumentar el número de usos del producto, también recordarle al consumidor un producto y mantener la lealtad del consumidor a la marca; crear una imagen positiva de la empresa y obtener apoyo de los distribuidores.

La publicidad institucional presenta información sobre el anunciante o bien trata de crear una actitud positiva hacia la organización (Morataya, 2001).

La publicidad en Internet se realiza mediante banners publicitarios. A cada instante aparece una pantalla nueva anunciando un producto o una página distinta, aparecen pantallas y pantallas imposibles de evitar. Hay anuncios circulando desde objetos a mitad de precio, juegos de apuestas, concursos, programas, caricaturas, etc., hasta los más extraños y desconocidos productos.

En Internet, más que en cualquier otro medio, es fundamental, el estar presente en los resultados de búsqueda, cuando uno de los potenciales clientes esta navegando por un sitio web. Si una empresa no aparece en dichos resultados, será muy difícil que se tenga éxito en Internet, a excepción de compañías que dispongan de grandes sumas de dinero, para gastar en publicidad.

PUBLICIDAD EN TRANSITO

Según <http://www.wikilearning.com> (s.f.) la publicidad en tránsito, es una categoría de medios exteriores que abarca la que se realiza en taxis y los carteles paradas, terminales, ferrocarriles subalternos.

TIPOS DE PUBLICIDAD EN TRANSITO

La publicidad en tránsito se dirige a millones de personas que emplean el transporte comercial (autobuses, metro, trenes elevados, trenes de pasajeros, trolebuses y líneas aéreas), a los

peatones y los pasajeros de automóviles en las formas más diversas; carteles en estaciones, en plataformas, y en terminales, paradas, carteles exteriores de autobuses, y exteriores de taxis.

MANEJO DEL COLOR

EL color un elemento visual determinante

Según www.fotonostra.com (S.F.) Tiene capacidad de expresión, significado y provoca una reacción o emoción. Cuanto más intensa o saturada es la coloración, más cargado está de expresión y emoción.

Construye, porque todo color posee un significado propio, capaz de comunicar una idea. El color no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que tiene también un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente.

Por tanto, hay que tener siempre presente la importancia del color en los diseños:

1. El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador. Dado que la percepción del color es la parte simple

más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.

2. Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé.

3. Los colores también dan sensación de movimiento.

4. Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma una parte fundamental de la base de un buen diseño.

5. El color, como elemento claramente evidenciado de un diseño, puede ser la clave del éxito. Tanto si se piensa en ello como si no, se está cargando de significados cuando se elige un color.

Cada color tiene un significado y expresa una sensación agradable o desagradable, fría o cálida, positiva o negativa.

El estudio de la influencia psicológica de los colores, es hoy en día una ciencia que se aplica a muy diferentes campos debido a la importancia que puede tener en los ambientes, en la vida diaria y en la publicidad. También hay que tener en cuenta, que el color puede cambiar su significado dependiendo del país y su cultura, y al igual que el color, hay otros elementos (círculo, cuadrado u otra forma) que las personas pueden asociar con un concepto diferente al que normalmente se le atribuye a dicho elemento.

La función de los elementos visuales, no es simplemente adornar, sino atraer, representar la realidad y proporcionar más información que la escrita, o hacerla más evidente.

PSICOLOGÍA DEL COLOR

El color desprende diferentes expresiones del ambiente, que pueden transmitir la sensación de calma, plenitud, alegría, etc. La psicología de los colores estudiada por grandes maestros a lo largo de nuestra historia, como por ejemplo Goethe y Kandinsky su sucesor.

Las teorías del color se remontan a la antigüedad, pero fue Goethe quien llegó por primera vez a una visión de la psicología del color. Esta sostiene que los colores ejercen efectos en los seres humanos, induciéndolos a determinados comportamientos. "Los colores actúan sobre al alma, en ella pueden producir sensaciones, despertar emociones e ideas que nos calman o nos agitan y provocan la tristeza o la alegría" (Goethe).

Sus invitados fueron los primeros en experimentar esta teoría: Goethe pintó los dormitorios de su casa en distintos colores, dándole a los huéspedes indeseados la habitación azul, para que se fueran más rápidamente.

Precursor de esta especie de feng-shu occidental, el mismo Goethe formo parte de sus experimentos. Trabajaba en una habitación

verde, en el jardín, (lo consideraba el color de la sensibilidad y el equilibrio, ubicado en el centro del espectro) y su comedor era de un color amarillo cálido.

Según Acha (1999), Los componentes comprenden los elementos visuales y conceptos que están presentes en la imagen.

DISEÑO ASIMÉTRICO

En una composición se puede conseguir el equilibrio a través del uso de líneas y formas. Todos los pesos deberán estar compensados para obtener el equilibrio ideal.

Como medición del peso de las formas y líneas que se utilizan en una composición, se observa la importancia que tienen los objetos dentro del diseño o creación que se quiere representar, intentando equilibrar los elementos de mayor importancia, con los de menor importancia, y los de mayor peso con los de menor. El equilibrio puede ser simétrico y asimétrico.

Un equilibrio es asimétrico, cuando al dividir una composición en dos partes iguales, no existen las mismas dimensiones en tamaño, color, peso etc., pero existe un equilibrio entre dos elementos.

En el equilibrio asimétrico, al ser desiguales los pesos a un lado y otro del eje, el efecto es variado.

La asimetría, nos transmite agitación, tensión, dinamismo, alegría y vitalidad; en este tipo de equilibrio una masa grande cerca del centro se equilibra por otra pequeña alejada del aquel.

PROMOCIÓN

MATERIAL PROMOCIONAL

Antes que nada, se le conoce como promoción a “aquella actividad publicitaria orientada a potenciar ventajas o dar a conocer un producto, servicio o entidad.” Carro (2005). De acuerdo a Cardona citado por Alcalá (2005), todo diseño es una forma de publicidad o promoción.

De acuerdo a Whitehouse Institute of Design (2002), el material promocional involucra la visualización, interpretación gráfica y comunicación de conceptos y valores a través de un amplio rango de medios.

El diseño promocional genera conceptos visuales coherentes que transmiten información a un grupo objetivo. Puede tratarse de alguna campaña pública, rediseño de imagen corporativa de una empresa, empaque, etc.

Según Frascara 2005, el material promocional comprende la promoción de actos y eventos culturales gratuitos, no políticos, ideológicos, la promoción de servicios de la misma índole. Sin fines de lucro. La intención es persuadir al público a hacer uso de las posibilidades ofrecidas que esta presenta, pero de una manera muy distinta que la publicidad comercial. En general tiende a usar un lenguaje más directo y generalmente no apela a profundas motivaciones psicológicas, sino se basa fundamentalmente en información.

Promoción de imagen

Bonta y Farber (1994) determinan que “Consisten principalmente en muestreos, degustaciones, eventos especiales, los patrocinios de espectáculos deportivos, artísticos o musicales.”

En la promoción de imagen es fundamental que la idea central de la promoción este lo más cerca posible del posicionamiento del producto o servicio, además que tenga relación con el tema de la campaña publicitaria.

Una herramienta publicitaria para promocionara es LA INVITACIÓN.

De acuerdo a Mars (2004), la invitación es el documento por el cual se hace oficial una actividad ante invitados. Anuncia el día, el lugar y la hora del evento determinado.

Este documento le da importancia al evento y es la carta de presentación del mismo, también es la primera imagen o impresión del evento que reciben los invitados. Muchas veces las invitaciones son distribuidas por medio del correo.

Bonta y Farber (1994) determinan que el correo directo hace uso de correspondencia para alcanzar al grupo objetivo. Es un medio que permite llegar a los medios mayores, presenta la ventaja de seleccionar los receptores y personalizar el mensaje. El correo directo tiene la característica de proveer 100% de la cobertura esperada.

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Son los medios que constituyen la parte modular de las promociones destinadas al consumidor, mercancías que se expanden a un precio bastante bajo o se regalan de manera de incentivo para los clientes. Son regalos sencillos que representan las características del producto o servicio que se promueve, que se le proporciona aunque este no adquiera el producto o haga uso del servicio, ya que en su uso podría interesarse en comprarlo o acercarse al servicio.

Se caracteriza por llevar la marca, número de teléfono, dirección o mensaje de la empresa o institución del producto o servicio, su fin es comunicar un mensaje positivo sobre el producto o servicio que satisface las necesidades del consumidor, funciona como vendedor silencioso.

DISEÑO MULTIMEDIA

Bonta y Farber (1994), define multimedia como “una aplicación o presentación basada en una computadora y combina dos o más de los elementos siguientes: texto, sonido, grabado, música, animación, imágenes fijas, videos”.

El centro de computación profesional de México (1999), menciona que la multimedia vino a cambiar la forma en que se interactúa con la computadora y cuando se le permite al usuario controlar ciertos elementos y decidir cuándo deben presentarse, se tiene una multimedia interactiva.

La animación agrega impacto visual a un proyecto de multimedia. Se puede animar el proyecto completo o se puede animar ciertas partes para acentuarlas o darles vida.

Las presentaciones asistidas por el ordenador combinan el texto, las imágenes, las animaciones y los sonidos necesarios a la ilustración de una conferencia, de un curso o de una exposición. Usted ya puede utilizar material existente o puede crear sus mismas presentaciones interactivas. Estos softwares son basados sobre la presentación gráfica de contenido. También se puede planear estas presentaciones con la ayuda de un acetato o un proyector electrónico y destejo, hacerlos disponibles sobre Internet.



GRUPO OBJETIVO



6. grupo objetivo

Mujeres Guatemaltecas de nivel socioeconómico C y D residentes de la ciudad capital.

Perfil demográfico

Según *Prodatos Guatemala (2003)* En cuanto a hogares se puede decir que hay entre 26,900 a 187,200 los cuales son conformados por un ama de casa.

El ingreso familiar máximo del grupo C está entre los Q.23,500 al mes y el ingreso menor del grupo D es de Q. 2,500. Al mes.

El grupo C Posee de 1 a 2 automóviles propios, mientras que en el D posiblemente poseen 1 automóvil para toda la familia y utilizan servicio de bus urbano.

El jefe de la familia es el hombre con un nivel de educación media (algunos apenas terminaron bachillerato y otros universitarios).

La mujer es ama de casa cuando no se encuentra trabajando, su nivel de educación al igual que el hombre, algunas terminaron el colegio y otras parte de los estudios universitarios.

En el grupo C la mujer ha cambiado un poco su rol, ya no es solamente ama de casa, también trabaja y es parte fundamental en cuanto a los ingresos de la familia.

Ambos grupos tienen casa propia o rentada, la diferencia entre el C y el D es que el C generalmente son de 4 a 2 habitaciones y en

algunos casos cuentan con servicio doméstico (C). En cambio en el D tienen 2 habitaciones y no cuentan con servicio doméstico.

Algunos han viajado en alguna ocasión fuera del país. Tienen computadora, acceso a Internet y (C, D) línea telefónica propia. (C, D) Poseen Horno de microondas, estufa, refrigeradora, televisión a color y señal de cable.

Para ser más específicos en cuanto al grupo objetivo, según el instrumento las son Mujeres de 20 a 60 años, cuales viven en las zonas 15, 19, 14, 17, 16, 18, Villanueva, Villasol, San Lucas, Carretera a El Salvador y su estado civil es: el 60% son solteras el 35% casadas y solamente el 5% viuda y divorciada. Tienen distintos estilos de vida así como de profesión u ocupación.

Según encuesta (ver anexo 1) Su profesión u Ocupación varía, entre las solteras que son la mayoría son estudiantes y tienen un trabajo de medio tiempo de secretarías, fisioterapistas, abogadas, administradoras, mercadólogas como entre las casadas también hay amas de casa que dedican todo su tiempo a su hogar.

Perfil psicográfico

Según <http://www.peacewomen.org>, 2005, las mujeres realizan actividades productivas y reproductivas, para la realización de las actividades productivas las mujeres pasan una serie de dificultades

por no ser reconocidas sus capacidades, a las actividades que se dedican podemos mencionar las agrícolas, artesanales y avícolas, teniendo serias limitaciones en la comercialización. Las actividades reproductivas han sido exclusivas de las mujeres y éste no es reconocido por lo que se les ve como personas que no aportan nada a la economía. Un número reducido de mujeres labora en instituciones tanto estatales como privadas en su mayoría en puestos operativos, este trabajo no la desvincula de sus responsabilidades domésticas.

Se recarga a las mujeres con una triple o cuádruple jornada de trabajo, en menosprecio de su salud.

En la parte de la salud, en general el sistema de salud es deficitario orientado a la curación y no a lo preventivo. Existen comunidades que para llegar al puesto de salud más cercano tienen que caminar mínimo cuatro horas.

La situación de desventaja de las mujeres es generalizada, pero mucho más acentuada en la mujer indígena, porque sufre una triple discriminación.

Según la encuesta realizada (ver anexo 1) En los fines de semana les gusta compartir con la familia y amigos, muchas de ellas practican algún deporte como hobbies y algunas de ellas salen a cenar o al cine.

Durante sus salidas a los lugares que suelen frecuentar, predominan visitar los centros comerciales así como también practicar su deporte entre amigos. Muchas veces sus salidas son de algún evento que tengan de algún amigo o familiar, casi todas prefieren las salidas informales y deportivas.

En sus hábitos de consumo ellas van a hacer sus compras en distintos lugares, depende cuales sean sus necesidades, el lugar más popular de sus compras es supermercados Paiz y la Torre. La mitad de las mujeres posee carro propio o son trasladadas por medio de algún familiar en su carro, la otra mitad utiliza el servicio de bus urbano.

Cuando están en casa casi siempre en las noches o fines de semana el medio de comunicación que más utilizan es la televisión, después el internet, prensa, revistas y por último radio. Prefieren la televisión por cable, por su variedad, el canal nacional lo ven por sus noticias y novelas, en los internacionales ven series y programas de entretenimiento.

Para enterarse de las últimas noticias alrededor del 75% prefieren la prensa libre ya que para ellas es el periódico más completo. Muchas también leen el periódico y siglo 21.

La mayoría se consideran saludables aunque por su estilo de vida muy agitado muchas veces comen mal, lo cual genera malos hábitos alimenticios.

Todas las que no practican deporte siempre les ha gustado haber practicado alguno, por su estilo de vida no han tenido el tiempo de practicarlo entre los favoritos están el fútbol y el baloncesto, después hay unas personas que les gusta el tenis, el karate, natación, el balonmano, softbol, y tiro con arco.

Cuando se les pregunto si conocen la comisión de la mujer y el deporte, la respuesta fue negativa, solamente el 25% de las encuestadas han escuchado sobre ella por medio de folletos y televisión.

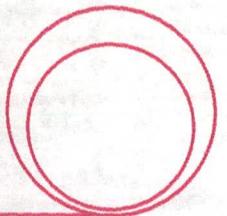
En cuanto a sus gustos de lectura, casi el 100% prefieren que el contenido que leen tenga imágenes, ya que por medio de ellas se comprende mejor el tema que leen y se da menos formalidad. Las imágenes que prefieren son la fotografía, después la caricatura y por último la ilustración.

Según su percepción, el color que asocian con el tema de Salud es el verde y el azul. Son los colores más naturales y limpios. En cuanto al color que asocian con actividad física o deporte es más variado ya que al hablar sobre actividad se tiene la idea de algo

muy vivo, llamativo y a la vez muy puro, así que entre sus opciones esta el anaranjado, e rojo, azul, verde y fucsia.

Ya como se menciona anteriormente se sabe que prefieren los materiales más gráficos, así que cuando se trata de proveerles algún tipo de información se inclinan hacia materiales como folletos, afiches y anuncios gráficos.

CONCEPTUALIZACION



7. CONCEPTUALIZACIÓN

Se utilizan 2 métodos para sacar todas las ideas referentes al tema a trabajar. El primero es lluvia de ideas, después por medio de antónimos se busca lo más relevante a cada palabra para luego formar frases para posibles conceptos o ideas para representar gráficamente.

LLUVIA DE IDEAS → opuestos

Tema central "Mujer y Deporte"

Mujer - HOMBRE
 Genero - Sexo
 Igualdad - DESIGUALDAD
 Derecho - ILEGALIDAD
 Desarrollo - REGRESIÓN
 Ayuda - MOLESTIA
 Solidaridad - INSOLIDARIDAD
 Oportunidad - RECHAZO
 Actividad - APATÍA
 Cultura - IGNORANCIA
 Social - INDIVIDUAL
 Juego - PEREZA
 Distracción - ABURRIMIENTO
 Vida - MUERTE
 Salud - ENFERMEDAD
 Calidad - MEDIOCRIDAD
 Mejora - PERJUDICAR

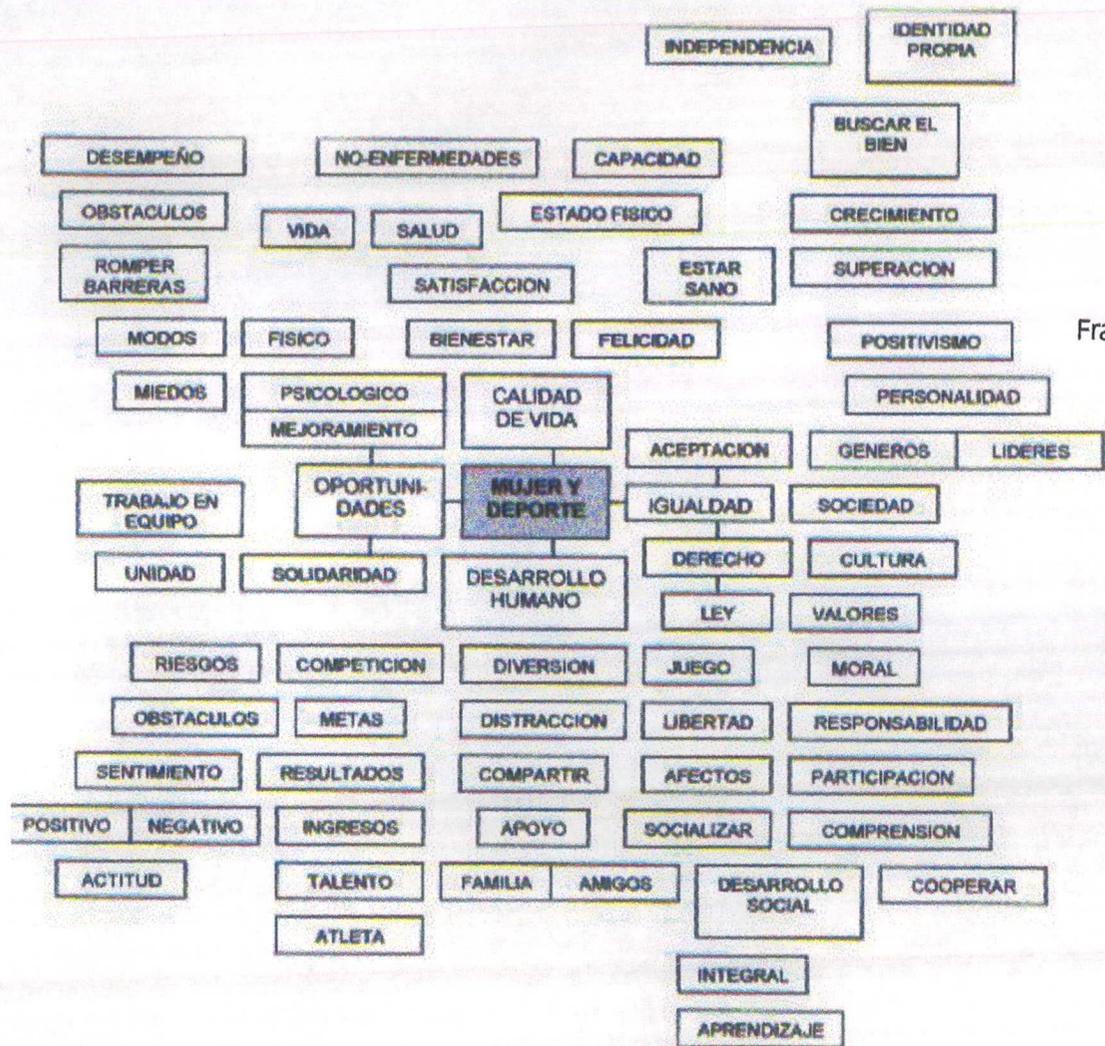
Limite - ILIMITADO
 Amistad - ENEMISTAD
 Familia HUÉRFANO
 Apoyo - RECHAZO
 Autoestima -
 Progreso - RETROCESO
 Desarrollo físico
 Desarrollo psicológico
 Logros - FRACASOS
 Metas - SALIDAS
 Barreras - AYUDA
 Obstáculos - IMPULSO
 Aceptación - NEGACIÓN
 Triunfos - PERDER
 Recursos - POBREZA
 Economía - ESCASEZ
 Bienestar - MALESTAR
 Felicidad - DESDICHA
 Sociedad - AISLAMIENTO
 Moral - DESHONESTO
 Enfermedad - DESCONSUELO
 Estados - FALTAS
 Miedo - VALENTÍA
 Autocontrol - DESCONTROL
 Necesidad - ABUNDANCIA
 Hábito - DESORDEN
 Alimentación - DESNUTRICIÓN
 Compartir - EGOÍSMO
 Actualidad - PASADO

Mentalidad - SINGULARIDAD
Espacios - FUNDAMENTOS
Comunicación - AISLACIÓN
Justicia - INMORALIDAD
Equidad - ILEGALIDAD
Integración - SEPARACIÓN
Participación - SILENCIO
Conocimientos - IGNORANCIA
Sentimiento - INSENSIBILIDAD
Superación - PERDIDA
Bienestar - DEBILIDAD
Experiencia - INEXPERIENCIA
Muros - LIBERTAD
Dificultades - FACILIDAD
Tolerancia - IMPACIENCIA
Victorias - DERROTAS
Tácticas - INEXPERIENCIA
Patrimonio - INDIGENCIA
Suerte - DESGRACIA
Comodidad - CARENCIA
Humanidad - CRUELDAD
Valores - COBARDÍA

De la lluvia de ideas y de los opuestos se realizaron frases que pueden funcionar como conceptos, estas son:

- En búsqueda de una vida mejor
- El bienestar del género femenino
- Cambiando tu papel de mujer
- Tu felicidad en vía de desarrollo
- Una visión femenina hacia el desarrollo

segundo método: TELARAÑA



TEMA CENTRAL: MUJER Y DEPORTE

Este método sirve para sacar subtemas del tema principal, así voy utilizando las palabras clave hasta llegar a mi concepto. También sirve para obtener el mensaje que se desea transmitir al G.O.

Frases obtenidas en este procedimiento:

- Actitud en búsqueda del progreso
- Rechazo de injusticia, oportunidad de igualdad.
- Creando una capacidad de bienestar
- Construir una identidad propia, independiente y positiva
- Mostrando tu identidad compartiendo y ganando salud por medio del deporte
- Una manera de compartir y estar saludables venciendo obstáculos en el deporte.
- Vientos de cambio en busca del desarrollo femenino.

MÉTODO: FRASES CLAVE

A partir de los demás métodos, se integra este nuevo para realizar frases clave, después se busca la definición exacta de cada palabra en el diccionario, que forma la frase, de su significado se toman ideas para formar conceptos. También sirve para conocer bien el significado de la palabra.

CALIDAD DE VIDA

- CALIDAD

Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que la caracterizan y permiten valorarla respecto de otras de su misma especie.

Superioridad, excelencia o conjunto de buenas cualidades.

Muy bueno o que goza de gran estimación

- VIDA

Fuerza o actividad individual por la que un ser que ha nacido crece, se reproduce y muere cuando esta cesa.

Según algunas creencias religiosas, unión del alma con el cuerpo.

Período de tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta la muerte.

Lo que es necesario para vivir o mantener la existencia.

Lo que da valor, sentido o interés a la existencia.

Buscarse la vida *col.* · Ingeniárselas para encontrar uno mismo la manera de salir adelante

- CALIDAD DE VIDA

Conjunto de condiciones que hacen la vida más agradable.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

- IGUALDAD

Semejanza o correspondencia de una cosa con otra: *La igualdad de derechos es esencial en nuestra sociedad.*

- OPORTUNIDAD

Circunstancia o situación en que existe la posibilidad de hacer algo.

Conveniencia de tiempo y de lugar para hacer algo.

DESARROLLO DE LA MUJER

- DESARROLLO

Crecimiento o aumento en el orden físico, intelectual o moral.

Proceso de crecimiento económico, social, cultural o político de una comunidad humana.

el que hace posible cumplir los objetivos de crecimiento económico, al mismo tiempo que garantiza la protección del medio ambiente.

- MUJER

Persona de sexo femenino

Del método utilizado, a través de las definiciones, se realizaron frases que pueden funcionar como conceptos, estas son:

- El futuro de la mujer en el deporte hacia la calidad de vida
- Una vida más agradable y libre por medio del deporte
- Conjunto de condiciones por una vida más agradable por medio del deporte
- Actitud solidaria en beneficio de la mujer.
- Una visión amplia, hacia el futuro de la mujer
- Visión abierta y solidaria hacia la mujer
- Cambiando actitudes por una vida mejor

- Del deporte, a la calidad de vida

Selección de concepto final

“Vientos de cambio hacia el desarrollo femenino”

Los demás conceptos no se eligieron ya que no se identifican completamente con la necesidad de la comisión. Los conceptos transmitían el mensaje de la importancia que hay para la mujer el salir adelante y eliminar la discriminación para tener un mejor desarrollo.

Estos conceptos encerraban mucho lo que es la discriminación y la búsqueda del desarrollo, cosa que no está mal pero no cumple con los objetivos de la comisión que es ser solidarios con las mujeres ofreciéndoles igualdad de

oportunidades y apoyo en el deporte, que a largo plazo obtendrán múltiples beneficios como lo es la calidad de vida.

- Del deporte, a la calidad de vida
- El bienestar del género femenino
- Tu felicidad en vía de desarrollo
- Una visión femenina hacia el desarrollo
- Actitud en búsqueda del progreso
- Creando una capacidad de bienestar
- Construir una identidad propia, independiente y positiva
- Vientos de cambio en busca del desarrollo femenino.
- Actitud solidaria en beneficio de la mujer.
- Visión abierta y solidaria hacia la mujer
- Cambiando actitudes por una vida mejor
- Mostrando tu identidad compartiendo y ganando salud por medio del deporte

Concepto final

“Vientos de cambio hacia el desarrollo femenino”

Vientos de cambio representan esperanza, anhelos, nuevos horizontes, infinidad de ideas y sentimientos positivos, que dan a entender que siempre hay algo más allá que la vida que llevamos, sea buena o mala. Este concepto abarca todo lo que la comisión quiere lograr de acuerdo a lo establecido en la necesidad y los objetivos.

El deporte tiene como objetivo fundamental el colaborar al desarrollo de la mujer dando así una mejor calidad de vida, además de contar con innumerables beneficios personales. Este desarrollo se puede lograr por medio de vientos de cambio que nos hacen ser conscientes de las actitudes que tenemos diariamente y contemplar la posibilidad de mejorar.

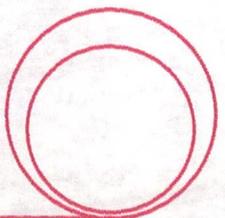
La comisión de la mujer quiere dar una visión amplia sobre los beneficios que tiene el deporte para el desarrollo físico e integral de la mujer, tomando en cuenta lo importante que es para el género femenino el relacionarse con las demás personas por medio de actividades en común.

Otro factor muy importante es que se muestra la posición de la mujer, destacando en una forma que rompe los estatutos establecidos por nuestra sociedad, se puede observar a la mujer destacando en distintos ámbitos lo cual ha logrado uno de los puntos más importantes de esta comisión, tener la libertad para expresarse como personas integrales.

El deporte también puede enseñarles un estilo de vida saludable, ayudara a su desarrollo personal, lo cual nos lleva también al concepto, si se quieren vientos de cambio hacia el desarrollo femenino, este desarrollo se debe lograr en todo el sentido de la palabra.

La manera para representar el concepto será transmitida a la mujer y también a los hombres con vivos ejemplos de mujeres que han destacado en el ámbito deportivo, algunas como deportistas y otras como dirigentes. La mejor manera de invitar es enseñando y a la vez mostrando solidaridad y apoyo a todas, sin tener un límite de edad, diferente religión, raza y mucho menos nivel socioeconómico.

CONTENIDO DEL MATERIAL GRAFICO



8. contenidos del material grafico

- 8.1 contenido de texto

contenido para presentación y folleto

La comisión: quienes son

misión

visión

objetivos

proyectos

ubicación: contacto

- 8.2 contenido grafico

Elemento de diseño	Función	tecnología	Expresivo
color:	llamar la atención por medio de colores que se identifican con el g.o.	colores vivos planos que representen lo saludable (cmyk)	energía
Ejes	fluidez visual	diseño asimétrico con ejes curvos.	dinamismo
tipografía:	crear jerarquías marcando puntos focales para enmarcar el contenido y así captar la atención.	tipografía palo seco y sans serif para contenidos extensos. Ej. ERAS ITC, con un tamaño máximo de 26pts. para titulares rasgos similares de mayor grosor para captar mayor atención. Tamaño máximo de 75 pts.	estabilidad

Formato:	practico fácil de manejar	despegable: 11*14plg horizontal despegable en 3 folios. presentación: 800*600px invitación: 6x4plg horizontal	curiosidad
soporte:	papel manejable, resistente para que dure un buen periodo de tiempo, el cual saca colores vivos y brillantes en su impresión.	despegable: papel couche de 135 grs. blanco presentación: presentación multimedia con animación en flash mx presentación: impresa en coushe y digital formato png vía mail	Fortaleza Acción
Elemento grafico	A través de formas abstractas, lograr identificación con el concepto en vientos de cambio.	formas abstractas	profundidad y expansión
Fotografía	Favorecer la identificación de mujeres ejemplares, siendo un punto focal dentro de las diagramaciones.	Fotografías de mujeres en distintos ámbitos deportivos	voluntad

DESCRIPCIÓN DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1	Fotografía para portada, que represente a la mujer y a la comisión. Diera ser una atleta que ha destacado su posición será en plena acción en su deporte. Debe tener una expresión facial de búsqueda de éxito. La fotografía será apoyada del logotipo de la comisión.
Fotografía 2	Fotografías ilustrativas de mujeres en el deporte. Deben despertar interés del G.O. las fotografías no tendrán un orden específico, se colocaran dentro del mismo diseño para lograr una diagramación más gráfica. Habrá fotografías de atletas individuales y de conjunto para demostrar como comparten entre ellas.
Fotografía 3	se hará un collage a una tinta que se va usar de fondo. Acá aparecerá todo tipo de deportes. El color será definido dentro de la paleta de color establecida.

MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCION



9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

Las piezas serán para mujeres guatemaltecas que deseen practicar deporte. Las distintas piezas servirán para informar a las mujeres sobre la comisión y el apoyo que esta les brinda dándoles un respaldo solidario. A la vez les comunica la importancia de la mujer en el deporte guatemalteco y su desarrollo personal así como les dará una mejor calidad de vida. La estrategia de implementación es la siguiente:

primero se estarán entregando las invitaciones para asistir a los eventos, ya sean estos solamente charlas o alguno de mayor magnitud como el festival olímpico. estas también serán enviadas por mail en distribución masiva. uno de los miembros de la comisión de la mujer y el deporte es presentador en canal 7 por lo que estará desplegando la invitación por ese medio también.

posterior mente se estarán entregando los folletos despegables en las federaciones, estos también pueden ser entregados conjuntamente con la invitación para despertar mayor interés en el g.o.

y por último se utilizara la presentación interactiva como apoyo en las charlas dadas por los integrantes de la comisión.

pieza:	folleto despegable
preósito:	para informar y dar a conocer la comisión.
medio:	Físico: impreso carácter: informativo
formas de distribución:	responsable: comisión de la mujer y el deporte

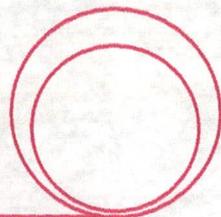
	<p>duración: se reproducirá trimestralmente, y se entregara a personas el día de las presentaciones y días antes en federaciones y áreas deportivas.</p> <p>Lugar: campos de juego, calles, comisiones y federaciones.</p>
<p>pieza:</p> <p>preósito:</p> <p>medio:</p> <p>Formas de distribución</p>	<p>presentación interactiva</p> <p>introducir de manera creativa y visual.</p> <p>Físico: digital</p> <p>carácter: informativo</p> <p>responsable: comisión de la mujer y el deporte</p> <p>duración: 6 meses para actualizar su contenido, en las presentaciones la presentación puede durar 2 horas.</p> <p>Lugar: 1) Festival olímpico, celebrado el 30 de septiembre en Guatemala.</p> <p>2) distintos lugares donde den charlas, congresos, seminarios.</p>
<p>pieza:</p> <p>preósito:</p> <p>medio:</p>	<p>invitación</p> <p>para invitar a mujeres a conocer sobre la comisión.</p> <p>Físico: impreso y digital vía mail y televisión</p> <p>carácter: promocional publicitario</p>

Formas de distribución: responsable: comisión de la mujer y el deporte

Duración: se repartirá 5 días antes de las charlas y seminarios, y se enviara por mail 3 días antes de las presentaciones.

Lugar: comisiones y federaciones. Distribución masiva vía mail.

BOCETAJE



10. PROCESO DE BOCETAJE

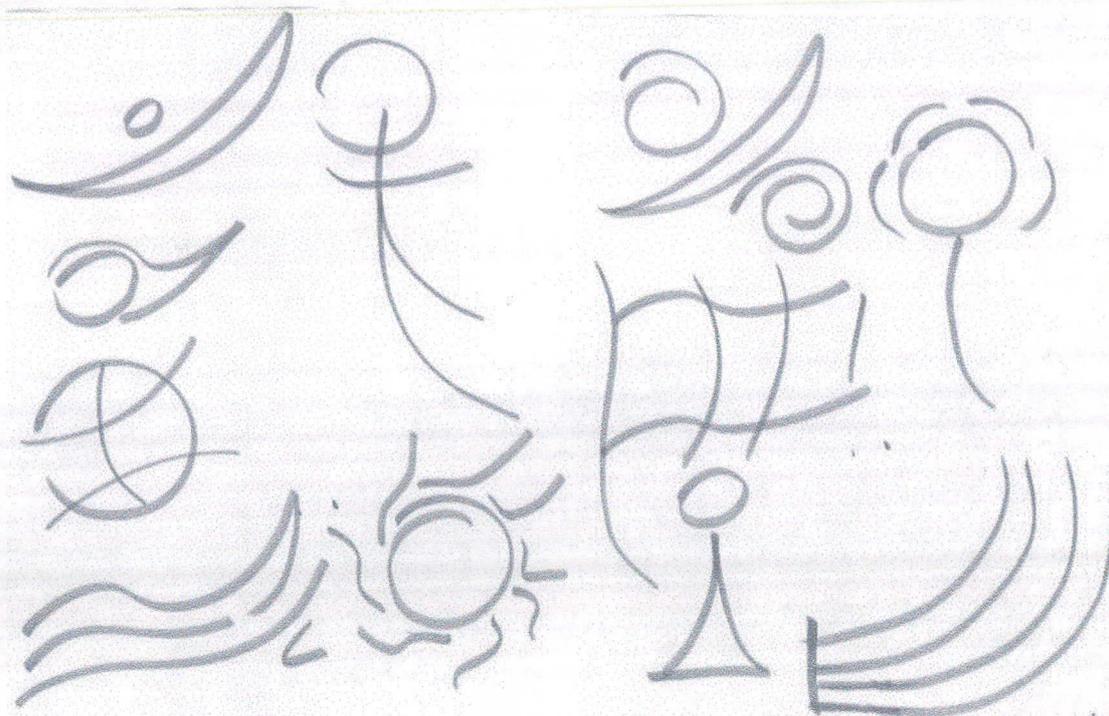
ETAPA 1

Para llevar a cabo el proceso de bocetaje se explicará por partes, denominándolas por ETAPAS. Para llevar un mejor orden el proceso será dividido por propuestas, las cuales en su totalidad son 3. A continuación se presenta la etapa 1.

Para la realización de las piezas, se decidió establecer como primer paso el desarrollo de elementos gráficos de apoyo. El concepto utilizado es:

"Vientos de cambio hacia el desarrollo femenino"

Se comienza creando formas básicas abstraídas de fotografías, elementos como pelotas, aire libre, deporte, etc..



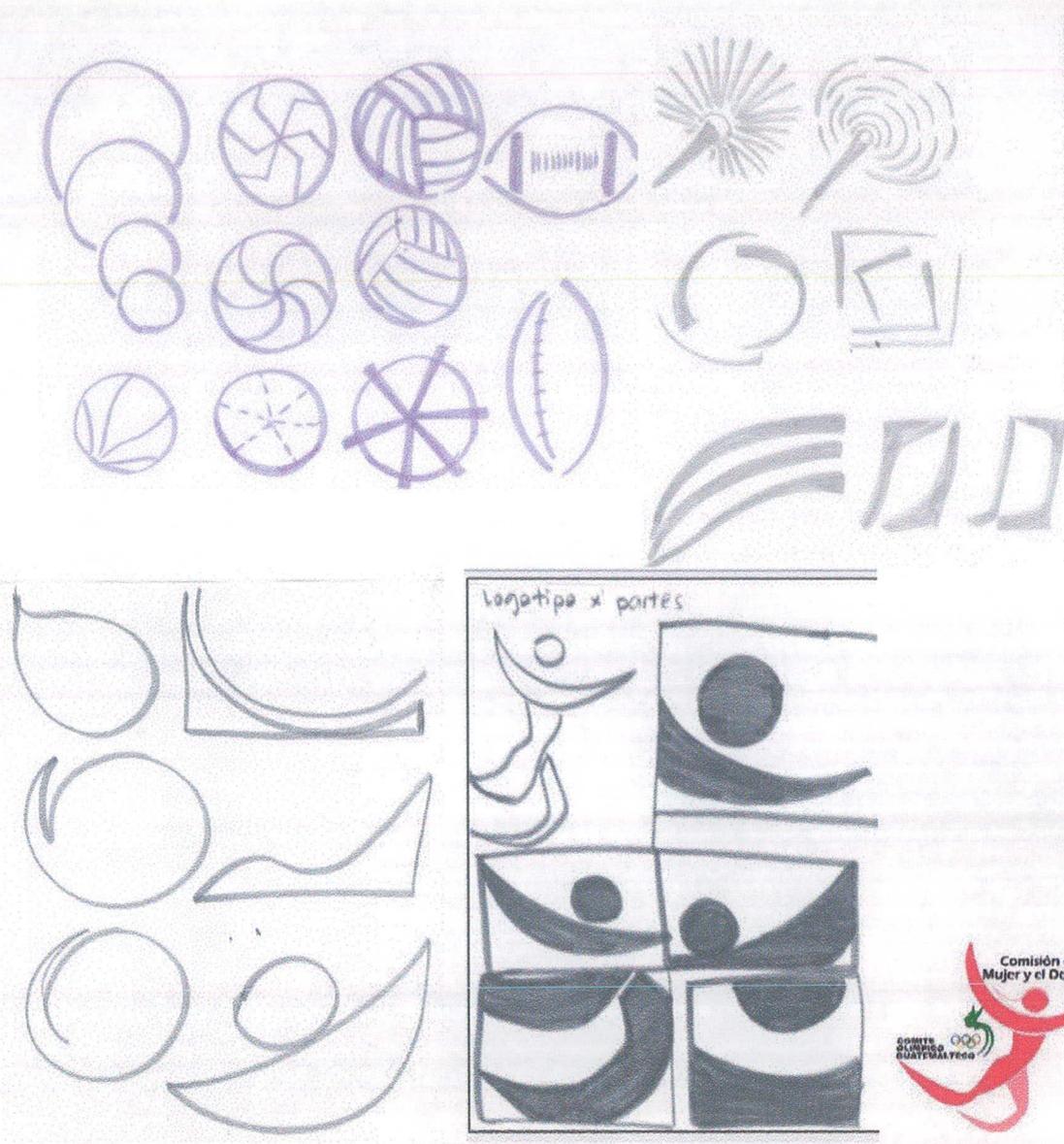
Todas las formas se presentan con rasgos muy dinámicos y a la vez figuras fluidas en caso de que se agregue información en ellas.

UTILIZACIÓN DEL LOGOTIPO

Se seleccionaron formas básicas del grafismo como el círculo y los brazos para aplicarlos dentro de su fondo.

A estas formas se les aprovecha de tal manera que se pueden aplicar de distintos ángulos que no pierden su forma pero dan una distinta percepción.

Todas las formas abstractas dan fluidez visual ya que en su mayoría son curvas y su asociación se puede clasificar como positiva.



Lo que se obtiene de estas figuras se implementan a los formatos según sea la pieza.

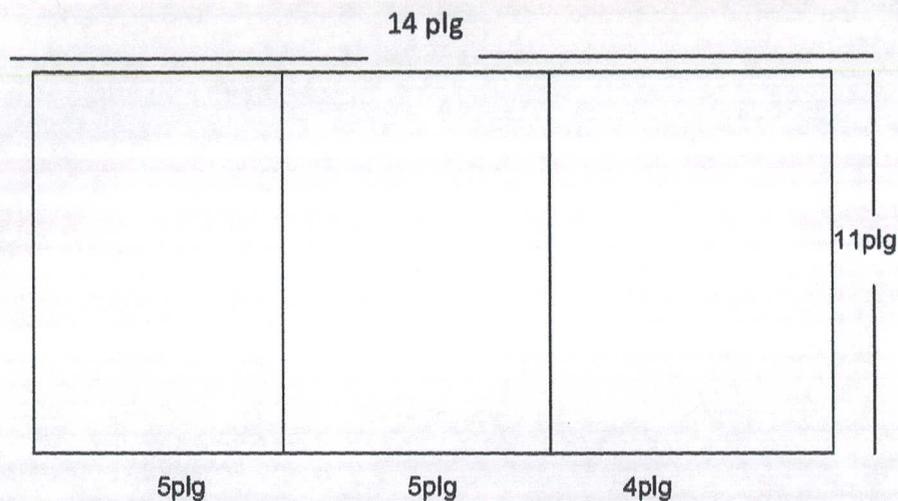
ETAPA # 2

FORMATO DE LAS PIEZAS

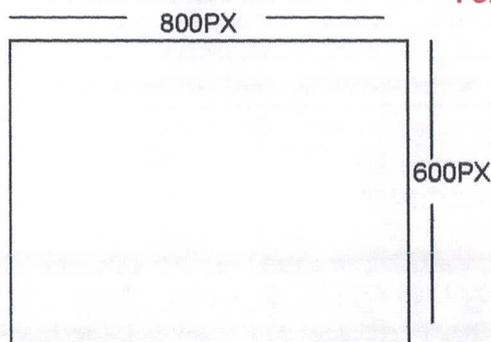
EL FORMATO a utilizar será legal, porque es un despegable armado en tres folios, Y por la información que se diagramara y la tipografía seleccionada no se quiere que los folios sean muy angostos porque provoca una saturación de contenidos y la información no será transmitida adecuadamente al g.o.

Su funcionalidad es que sea un tamaño práctico y fácil de manejar, pero a la vez debe parecer curioso y eso se lograra a través de su doblez en forma de despegable y su diseño asimétrico.

FORMATO DEL FOLLETO



FORMATO DE LA PRESENTACIÓN



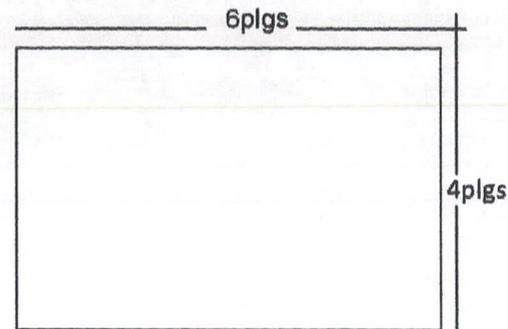
FORMATO INVITACIÓN

En cuanto al formato de la presentación el tamaño se elige porque es un tamaño común para cualquier monitor.

Así que va de la mano al despegable ya que su función será que sea fácil de manejar, lo cual se tiene que lograra también en su navegación.

En cuanto al formato de la invitación, como su uso será en web, televisión e impreso, su tamaño también debe ser muy común, y también rectangular.

El tamaño elegido es de 6x4plgs ya sea para uso impreso o web. En cuanto a su uso en Televisión, su formato será adecuado al tamaño de la pantalla.

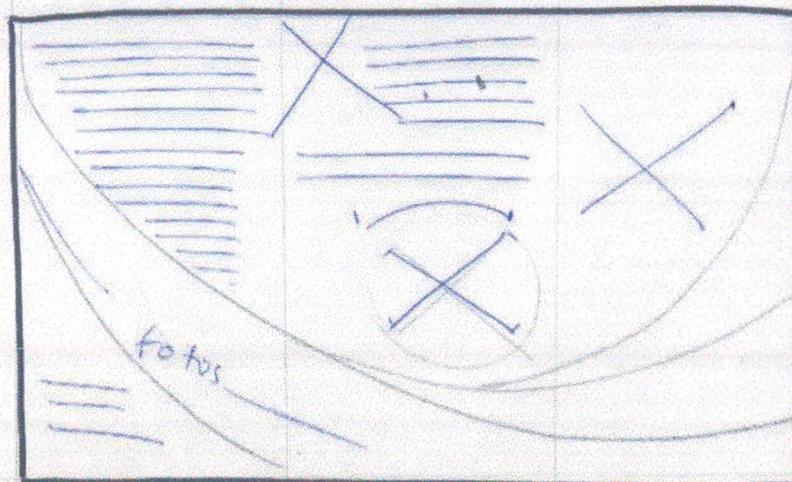
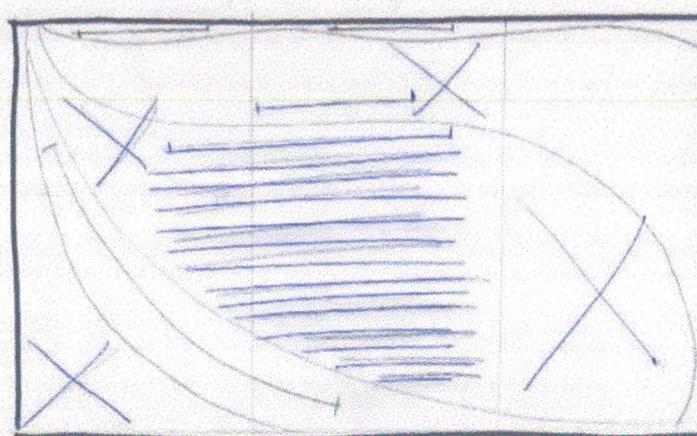


ETAPA # 3

IMPLEMENTACIÓN DE FORMAS BÁSICAS A FORMATO DEFINIDO para folleto (layout)

Ya que el diseño será con una retícula asimétrica establecida, las formas básicas desarrolladas anteriormente se integran al formato creando fondos, los cuales pueden ser utilizados en el folleto, en la presentación y la invitación ya que no se están haciendo con alguna medida específica.

Se puede ver la Integración de los elementos abstractos en el fondo.

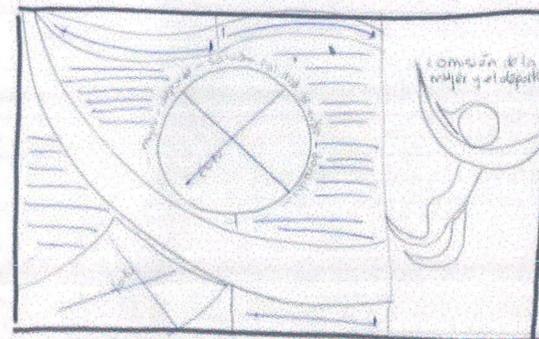
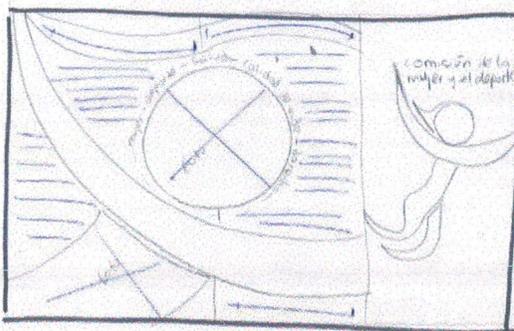
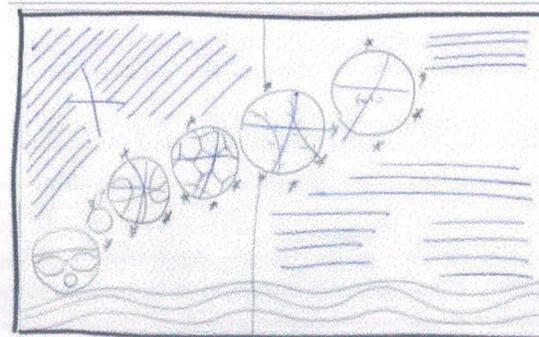
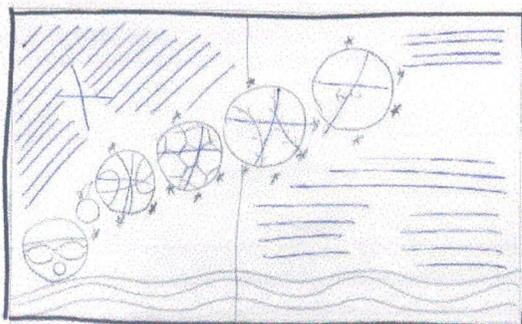
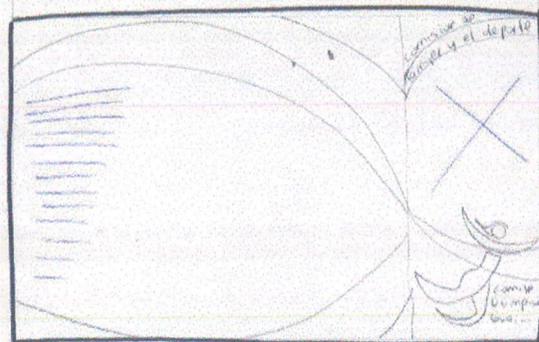
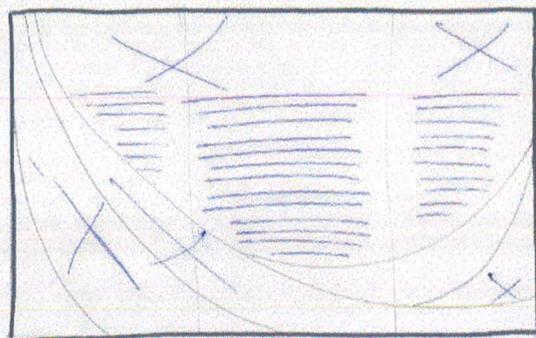


Se utiliza el concepto *menos es más*, para hacer un fondo más libre y dinámico y dar la fluidez visual, lo cual debe cumplir por función y expresión.

Al utilizar una retícula asimétrica con ejes mixtos, se tiene más libertad en la posición de los elementos.

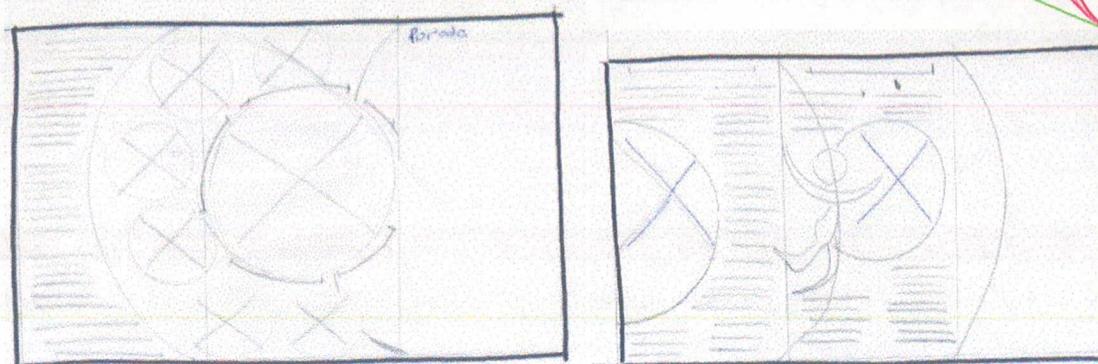
Por medio de sus formas se van formando bloques de diagramación poco convencionales para colocar el texto en distintos ángulos.

Toda su diagramación debe ser muy dinámica. El tamaño del formato es legal (8.5'x14') como se define anteriormente y sin troquel, sus dobleces son en forma de desplegable pero en la parte frontal que es la portada se hizo una pulgada más pequeña a manera que se vuelva un



doblez menos común y despierte curiosidad.

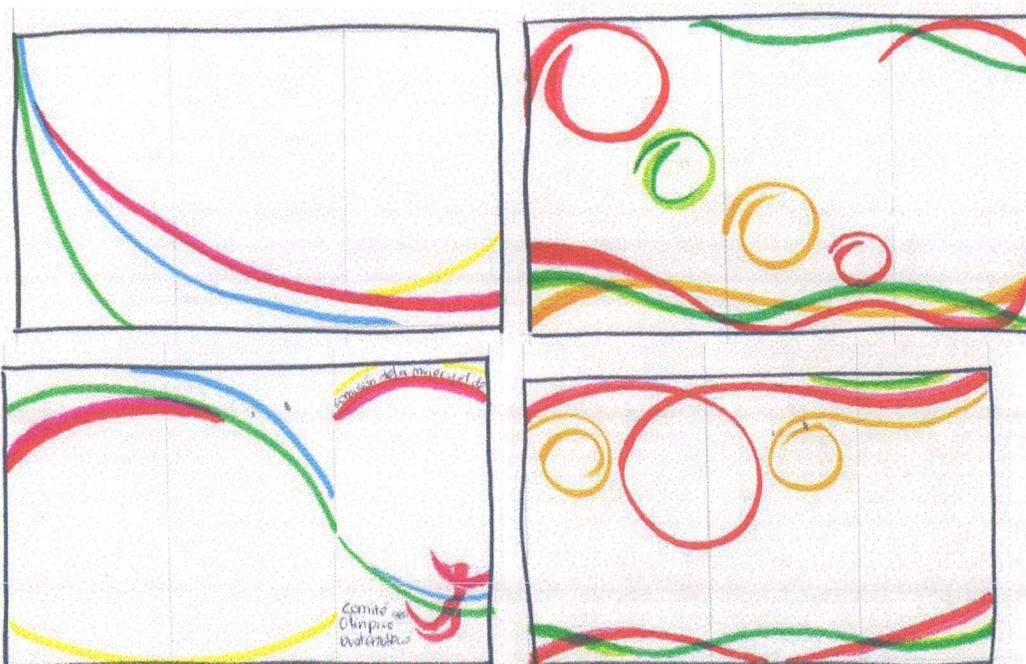
En las diagramaciones se empieza a diagramar bloques de texto dentro de las formas curvadas para hacerlo más dinámico.



ETAPA # 4

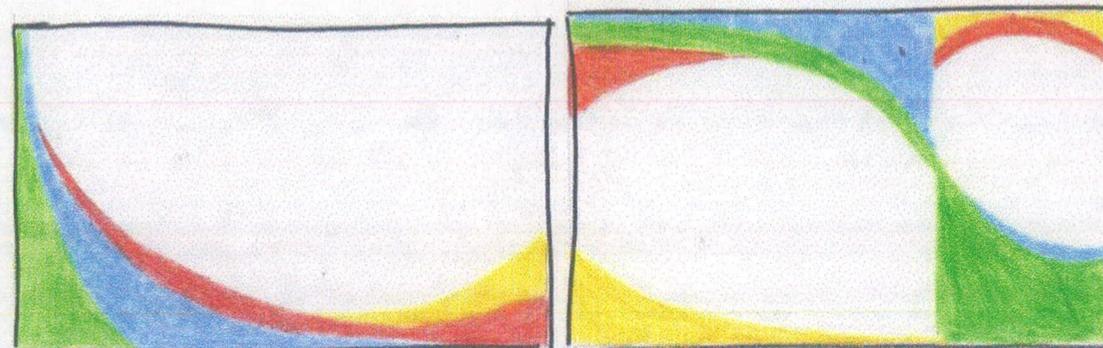
PRUEBAS DE COLOR A LAYOUT MANUAL

De las abstracciones realizadas anteriormente, se seleccionan las formas más dinámicas y se le aplican los colores de la paleta para ver como se ven ya integrados dentro de su

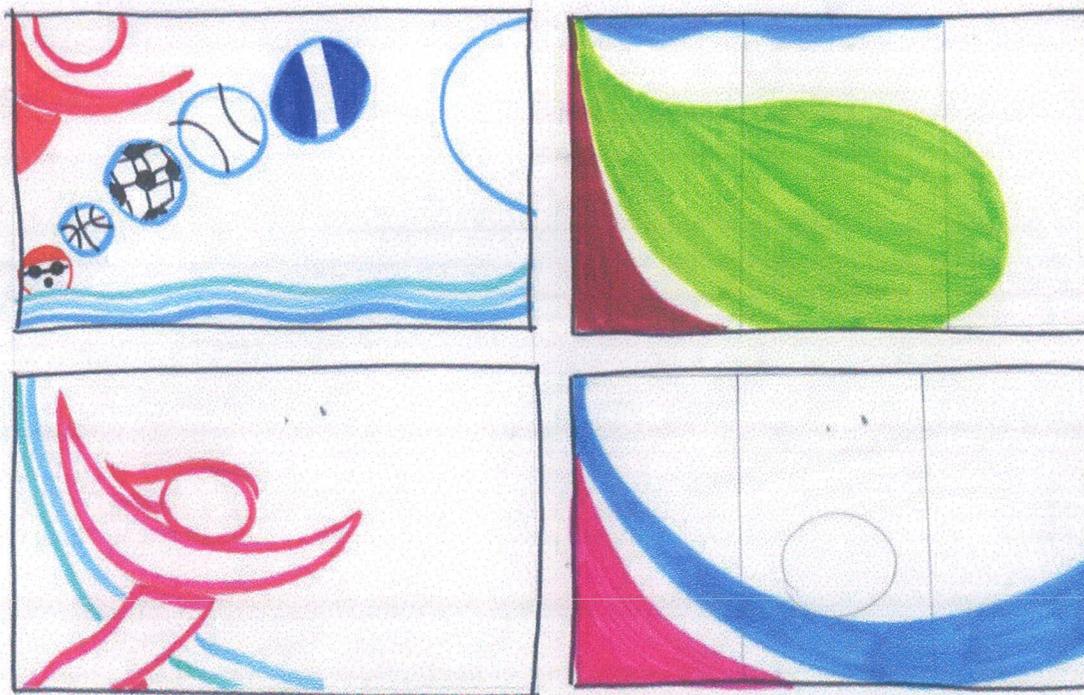


fondo.

Los círculos incompletos servirán para meter fotografías y hacer un orden visual en toda la diagramación.



En las pruebas de color se especifico utilizar colores sólidos sin degradados y sin texturas. La única textura que podría aparecer es la de alguna fotografía, pero tampoco se deben manipular porque pierden su esencia.



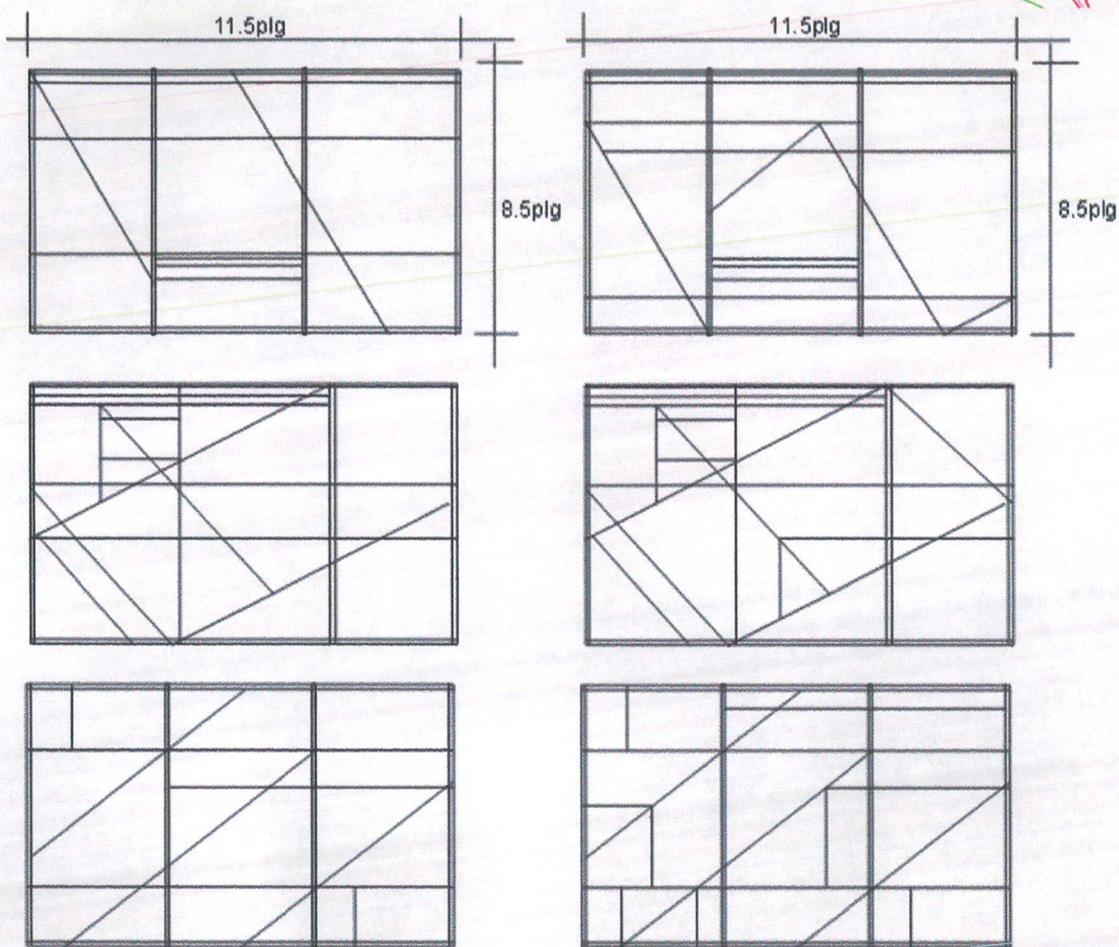
ETAPA # 5

SELECCIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE RETÍCULAS

Al decidir hacer una retícula asimétrica, se tiene más libertad en el manejo de los ángulos y el equilibrio, la intención es hacer un diseño muy fluido y dinámico.

Se establecen los espacios a través de

las líneas horizontales y verticales para la aplicación de los ejes mixtos.

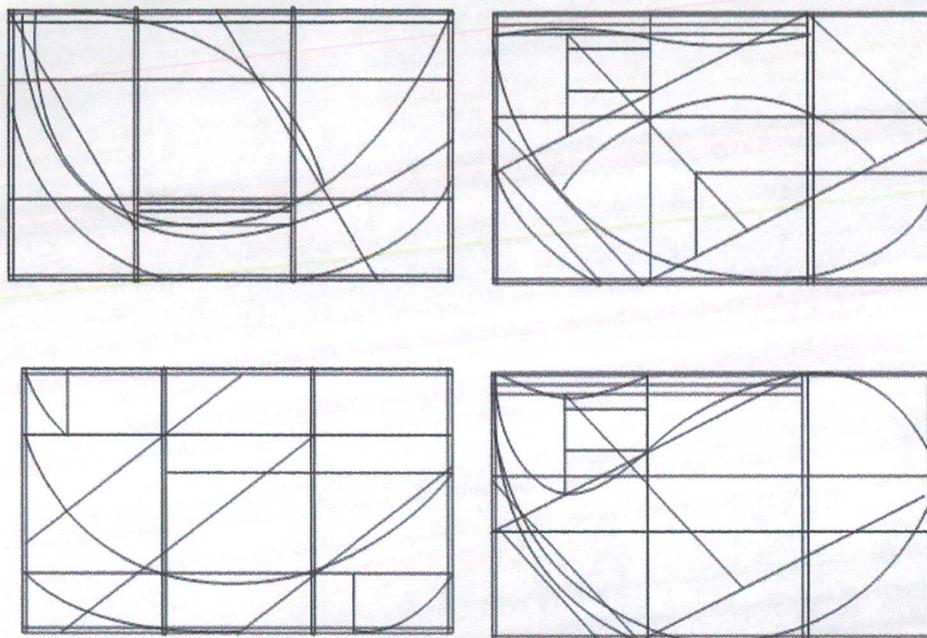


ETAPA # 6

INTEGRACIÓN DE EJES DE

DIAGRAMACIÓN A RETÍCULA

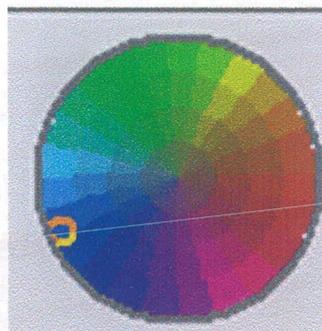
Al hacer la selección de retículas, se empiezan a establecer los ejes para crear un layout similar a los layouts que se hicieron a mano.



ETAPA # 7

PALETAS DE COLOR

Para llegar a una paleta de color, se empiezan a seleccionar colores en el círculo cromático en cmyk, a partir de los colores que se seleccionan en el círculo, se buscan los más similares en colores pantone sólidos proceso.



Hay selección de con 3 y 4 colores. Cada COLOR representa un tema distinto. Todos se asocian con el g.o. El magenta pantone 191, se selecciono por el logotipo y porque es un color que representa a la mujer.

El verde representa la vida, naturaleza, salud y todo lo que se quiere lograr por medio del deporte para la mujer. Se selecciono porque el g.o. lo asocia con el tema.

El cyan, se relaciona con deporte y salud. También es un color que representa al género masculino. Logrando entonces una igualdad de género.

El amarillo es el color de la energía,

Opciones de paleta de color

PANTONE 191 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONEprocess cyan CVC



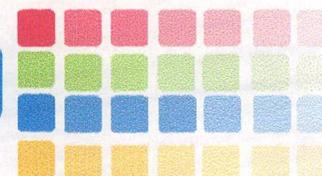
PANTONE 181 CVC
PANTONE 135 CVC
PANTONEprocess cyan CVC



PANTONE 191 CVC
PANTONE 135 CVC
PANTONE 375 CVC



PANTONE 191 CVC
PANTONE 135 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONEprocess cyan CVC



PANTONE 191 CVC
PANTONE 374 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONE 279 CVC



PANTONE 191 CVC
PANTONE 150 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONE 279 CVC

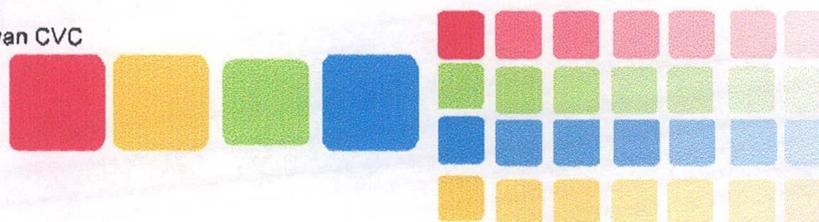


dinamismo, lo saludable, etc... Igual que el naranja.

En conjunto todos deben expresar energía y ser muy saludables por lo mismo se usaran planos. Deben identificarse con el g.o.

PALETA SELECCIONADA

PANTONE 191 CVC
PANTONE 135 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONE process cyan CVC



ETAPA # 8

SELECCIÓN DE TIPOGRAFÍA

Según el perfil psicográfico al g.o. no le gusta mucho la lectura extensa por lo mismo tenía que seleccionar un estilo que sea liviano sin muchos adornos o serif para que no les pesara la lectura.

Después de un estudio de las formas de tipografías se seleccionan las que se van a usar en un listado de estilos san serif.

Se Seleccionan solamente estilos san serif porque sus rasgos son más livianos y simples para la lectura.

De ellas se sacan las más dinámicas para colocar en los titulares y en los cuadros de texto.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKL_VNOPQRS IJUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Estudio de tipografías san serif

Para contenido tiene que ser delgada pero no tanto porque se puede perder entre tanto color. Una opción es que sea palo seco pero no muy delgada porque se puede perder en la impresión.

Al ser seleccionada la tipografía, su diagramación debe expresar movimiento como requisito, para atraer y el contenido del material sea leído por el grupo objetivo.

Para contenido la opción final es *eras demi itc* y para titulares **DURALITH** es una letra con curvas combinan con las formas que se van a implementar en el fondo.

Combinadas se ven bien ya que la tipo **ERAS** es muy liviana y la **DURALITH** es gruesa con un poco más de curvas.

Los 2 estilos tienen mucho movimiento por

COMISION DE LA MUJER Y EL DEPORTE

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

COMISION DE LA MUJER Y EL DEPORTE

comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

Comision de la mujer y el deporte

omision de e mujer y e deporte

omision de e mujer y e deporte

sus rasgos finos y curvilíneos, se relacionan perfectamente con el concepto vientos de cambio hacia el desarrollo femenino.

Para titulares

Duralith

Para cuadros de texto

Eras demi ITC

ETAPA # 9

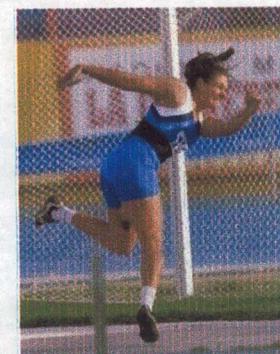
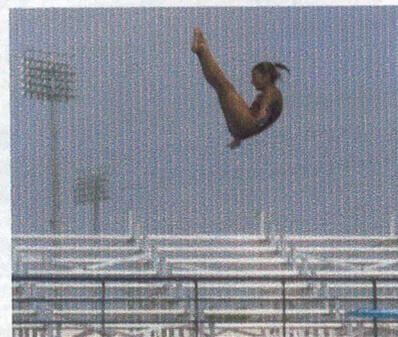
SELECCIÓN DE FOTOGRAFÍAS PARA INTEGRAR

Se hizo una amplia selección de fotografías de mujeres deportistas en acción y conviviendo con otros atletas.

Para decidir que fotografías son adecuadas para colocar dentro de las piezas, es muy importante que sean impactantes y se vea el deseo de conseguir esa victoria y éxito.



El resto de fotografías que no sean integradas al diseño, serán parte de la presentación interactiva en la parte de la galería de fotos.



Las fotografías que se presentan en la galería de fotos también son parte del collage que se utiliza como fondo en todas las piezas.

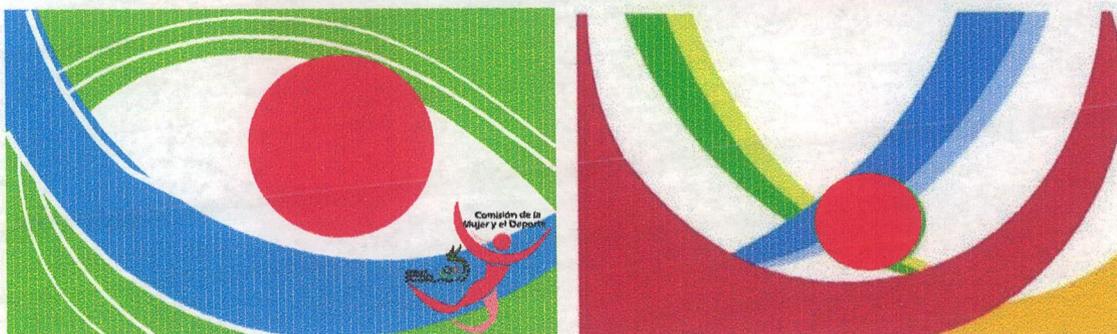
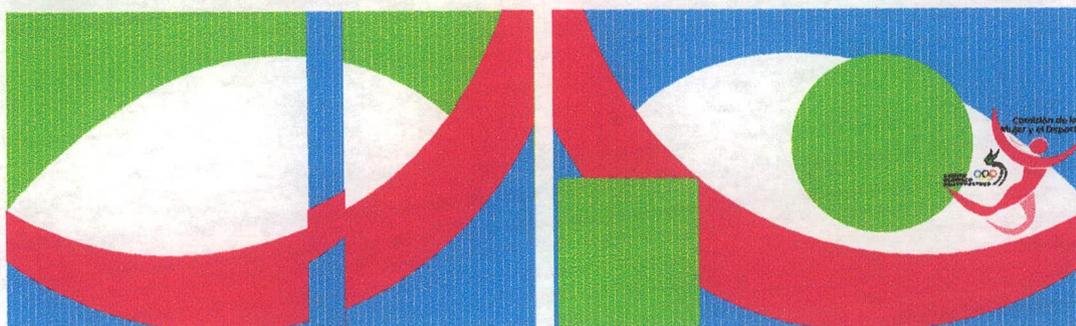
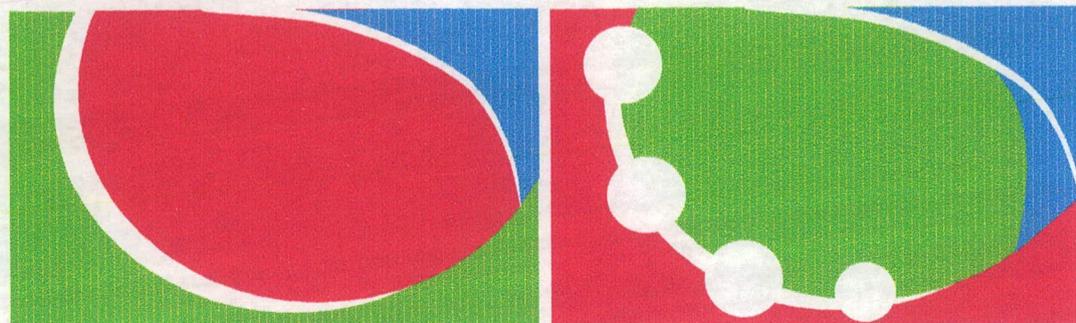


ETAPA # 10

DIGITALIZACIÓN DE LAYOUTS

Se seleccionaron los diseños que se asociaban mejor con el concepto y la tabla de requisitos.

Como ya se había seleccionado la paleta de color anteriormente, se le aplica la paleta de color a los fondos.

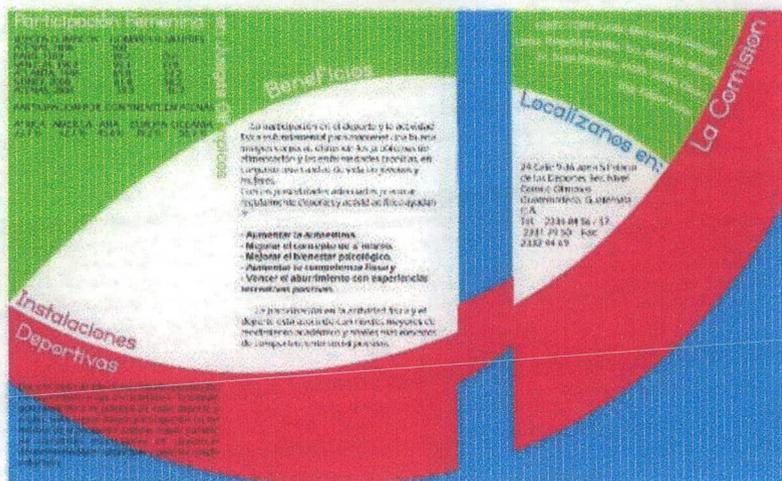
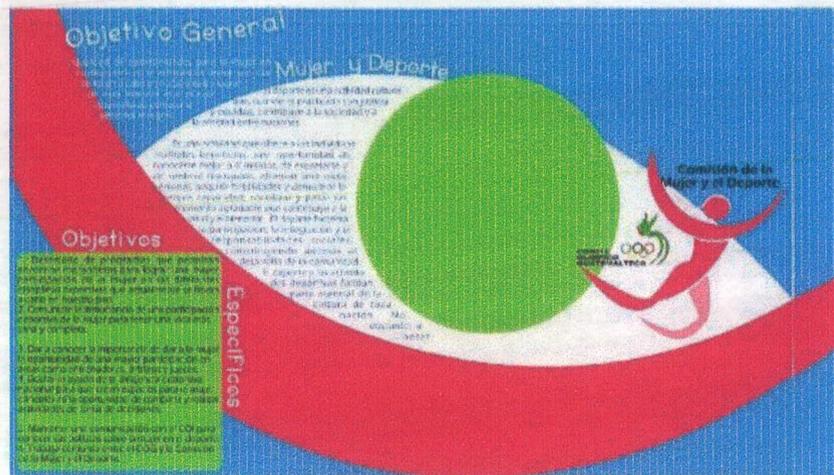


ETAPA # 11

DIAGRAMACIÓN DE TEXTO EN LAYOUT

De las retículas seleccionadas se añadió texto, sin utilizar las fotografías. Más que todo esto ayuda a ver cuánto espacio va a necesitar el contenido que quiere usar la comisión. También no se tiene que olvidar que su diagramación debe reflejar movimiento y legibilidad como requisito.

Para realizar una composición menos común, se van realizando variaciones en los ángulos del texto, integrándolos dentro de los ejes.



Lo importante al integrar el texto es no crear una saturación de contenidos y colores porque el g.o no leería nada.

En todo momento se tiene mucho cuidado en la diagramación de los cuadros de texto hasta encontrar el lugar adecuado para su ubicación.

PARTICIPACIÓN FEMENINA

BENEFICIOS

La participación en el deporte y la actividad física en la vida diaria es una buena estrategia para disminuir los problemas de alimentación y enfermedades crónicas, en conjunto con hábitos de vida saludables y saludables.

Con la participación adecuada se puede lograr:

- Aumentar la autoestima.
- Mejorar el concepto de sí misma.
- Alargar la expectativa de vida.
- Mejorar la comunicación interpersonal.
- Vivir con un comportamiento responsable y activo.

La participación en la actividad física y el deporte es una estrategia para mejorar el bienestar físico, psicológico y social, así como el comportamiento social activo.

INSTALACIONES DEPORTIVAS

Las instalaciones deportivas deben ser adecuadas y seguras, tener un espacio suficiente para el desarrollo de la actividad física y deportiva, y contar con los recursos necesarios para garantizar la participación segura y saludable de las mujeres.

LOCALIZACIONES

24 Calle 33 zona 5
Palacio de los Deportes Benjamín Cordero Olmos
Guatemala, Guatemala, C.A.
Tel: 2334 84 56 /
57, 2331 70 50
Fax: 2334 44 60

LA COMISIÓN

Participación Femenina

Beneficios

La participación en el deporte y actividad física en la vida diaria es una buena estrategia para disminuir los problemas de alimentación y enfermedades crónicas, en conjunto con hábitos de vida saludables y saludables.

Con la participación adecuada se puede lograr:

- Aumentar la autoestima.
- Mejorar el concepto de sí misma.
- Alargar la expectativa de vida.
- Mejorar la comunicación interpersonal.
- Vivir con un comportamiento responsable y activo.

La participación en la actividad física y el deporte es una estrategia para mejorar el bienestar físico, psicológico y social, así como el comportamiento social activo.

Instalaciones Deportivas

Las instalaciones deportivas deben ser adecuadas y seguras, tener un espacio suficiente para el desarrollo de la actividad física y deportiva, y contar con los recursos necesarios para garantizar la participación segura y saludable de las mujeres.

Localizaciones

24 Calle 33 zona 5
Palacio de los Deportes Benjamín Cordero Olmos
Guatemala, Guatemala, C.A.
Tel: 2334 84 56 /
57, 2331 70 50
Fax: 2334 44 60

La Comisión

Participación Femenina

Beneficios

La participación en el deporte y actividad física en la vida diaria es una buena estrategia para disminuir los problemas de alimentación y enfermedades crónicas, en conjunto con hábitos de vida saludables y saludables.

Con la participación adecuada se puede lograr:

- Aumentar la autoestima.
- Mejorar el concepto de sí misma.
- Alargar la expectativa de vida.
- Mejorar la comunicación interpersonal.
- Vivir con un comportamiento responsable y activo.

La participación en la actividad física y el deporte es una estrategia para mejorar el bienestar físico, psicológico y social, así como el comportamiento social activo.

Instalaciones Deportivas

Las instalaciones deportivas deben ser adecuadas y seguras, tener un espacio suficiente para el desarrollo de la actividad física y deportiva, y contar con los recursos necesarios para garantizar la participación segura y saludable de las mujeres.

Localizaciones

24 Calle 33 zona 5
Palacio de los Deportes Benjamín Cordero Olmos
Guatemala, Guatemala, C.A.
Tel: 2334 84 56 /
57, 2331 70 50
Fax: 2334 44 60

La Comisión

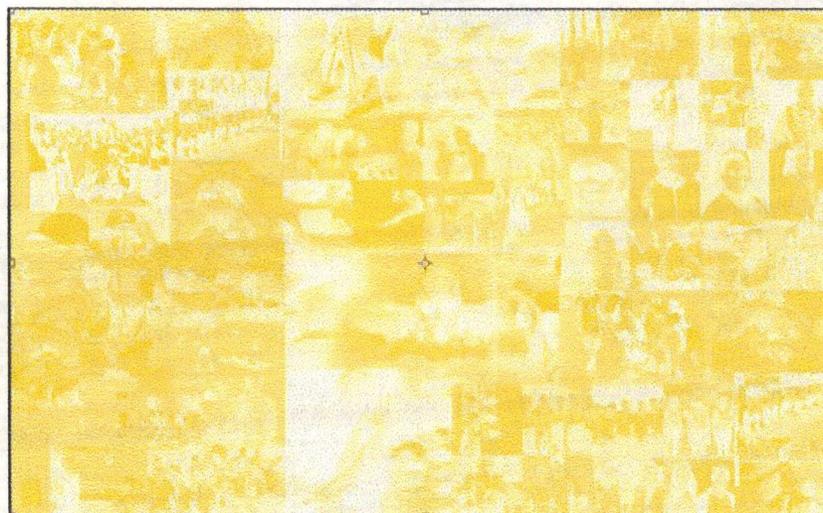
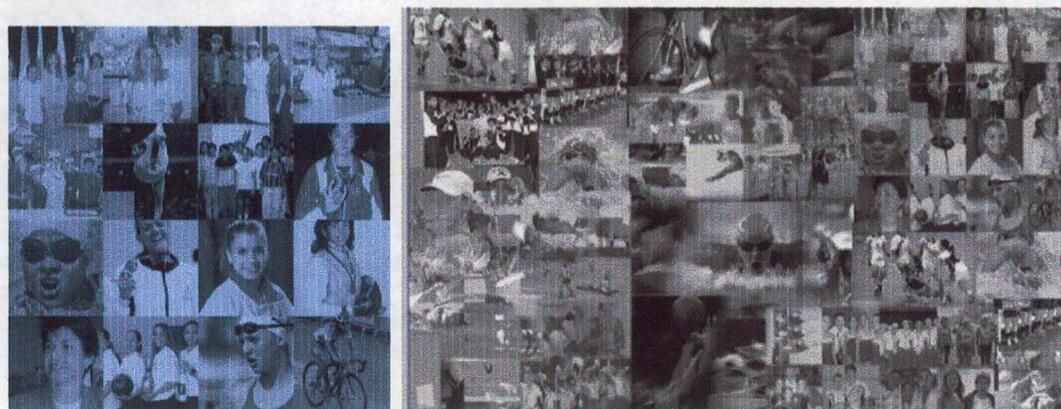
ETAPA # 12

TRATAMIENTO DE FOTOGRAFÍAS

Para el fondo como se menciona en la tabla de requisitos, se hace un collage de todas las fotografías que no se utilizaron dentro del diseño por individual, este collage se establece a una tinta para no recargar las formas del diseño del formato y utilizarlo como un elemento de diseño dentro del layout.

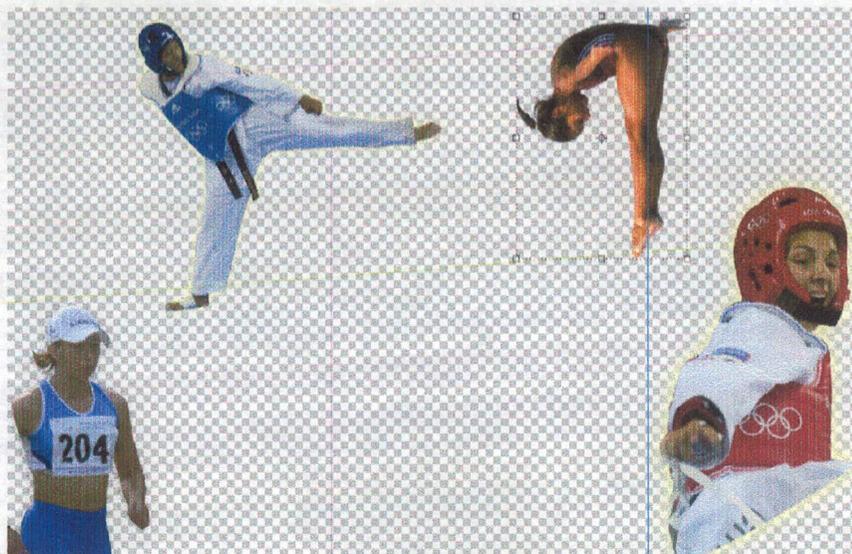
En el folleto se le va a aplicar la tinta de algún color de la paleta para que no pierda unidad.

La selección de fotografías se hace en



base a la mejor expresión dentro de su deporte.

Tomando en cuenta alrededor de 50 imágenes, se toman las que no se necesitan manipular mucho, solo se cortara el borde para ubicarlo dentro del fondo seleccionado. También dentro de estas se debe escoger la más impactante y conocida para su portada así inmediatamente captara la atención del lector.

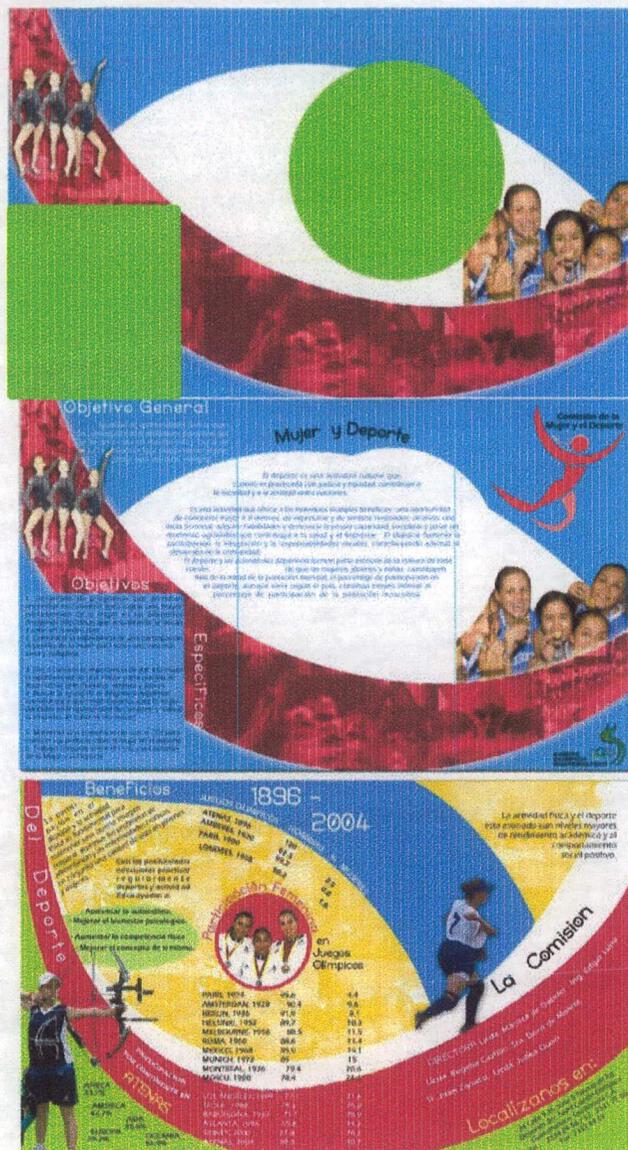


ETAPA # 13

INTEGRACIÓN DE FOTOGRAFÍAS A LAYOUTS

Se empieza a agregar una secuencia de fotos tipo collage ya aplicándole una tinta para ver como se mira dentro del fondo y si no recarga mucho el diseño ya que sin fotografías ya lleva suficiente color.

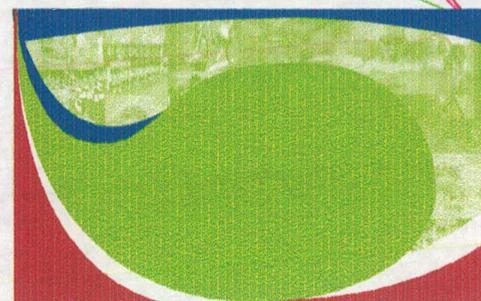
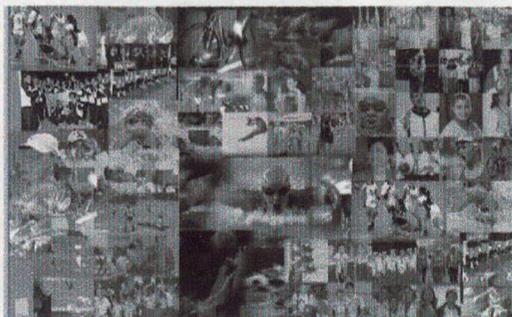
Dentro del layout ya con el collage dentro de su diagramación base, se agrega el texto pero se mira muy recargado el diseño y lo menos que se va a querer es leer, por lo que se siguen realizando más opciones.



Dentro de las nuevas opciones de layout se introduce otro collage de fotografías para agregar dentro de la retícula nueva.

En este caso está a escala de grises para que al colocarla le podía poner el color que mas pareciera en el fondo, este sería a una sola tinta.

Ya con la diagramación del fondo ya hecha se empieza a poner una fotografía con texto a su alrededor. Se mira bien porque no es convencional la diagramación, así que se sigue probando con ángulos diferentes en el texto.

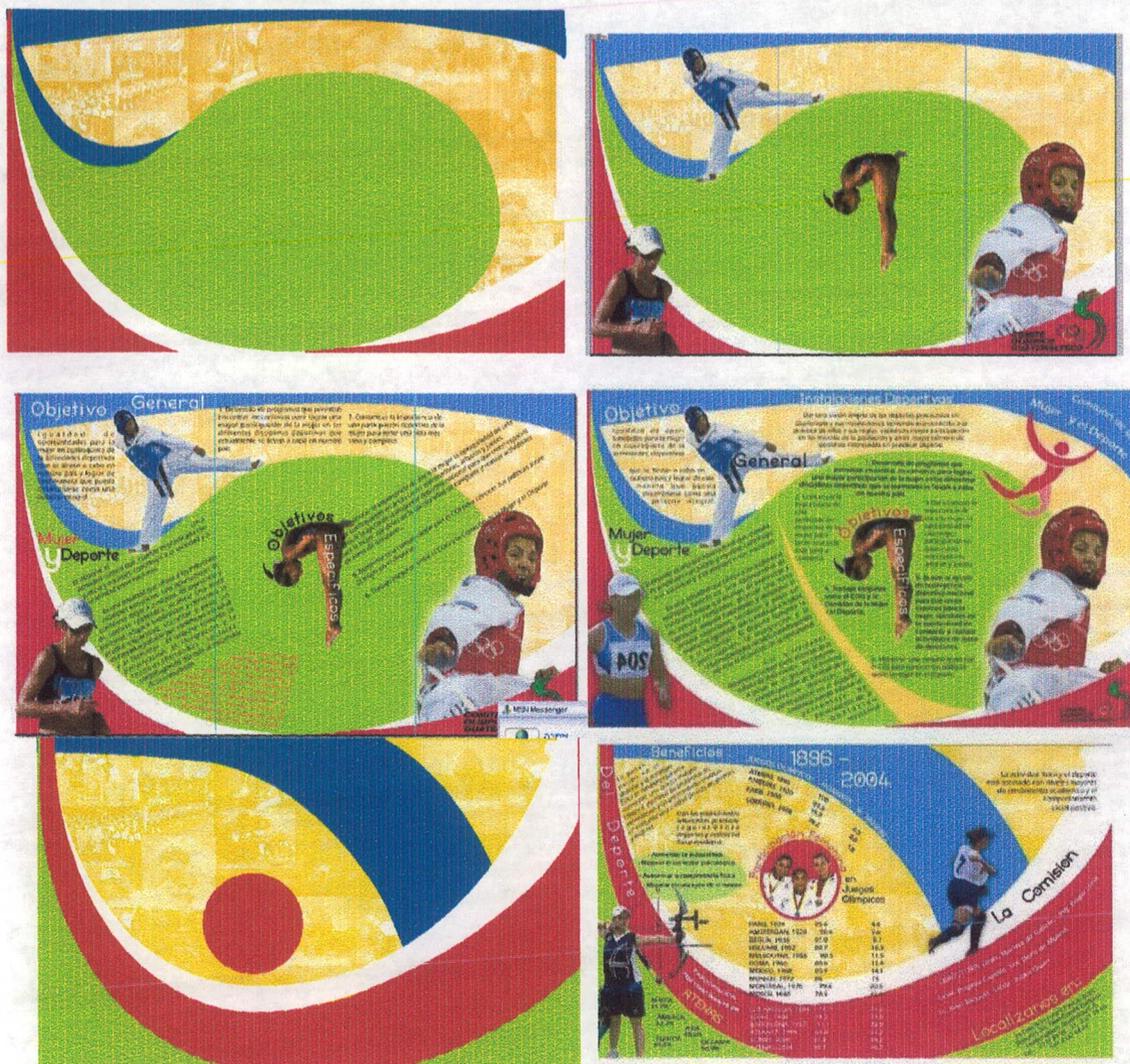


ETAPA # 14

PROCESO FINAL FOLLETO

Después de tener todas las fotografías seleccionadas y ya integradas dentro del diseño, se empieza a jugar con el texto que ya se tenía seleccionado anteriormente, jugando con las formas del fondo dándole ejes más dinámicos rompiendo lo convencional.

Se realizan pruebas con distintas fotografías para ver cuales impactaban más, así que en la parte trasera del folleto (retiro) se cambiaron casi todas de la primera selección y se diagrama el texto de varias maneras hasta que tuviera relación lo que decía sin confundir un tema con otro.





ETAPA # 15

Propuesta preliminar

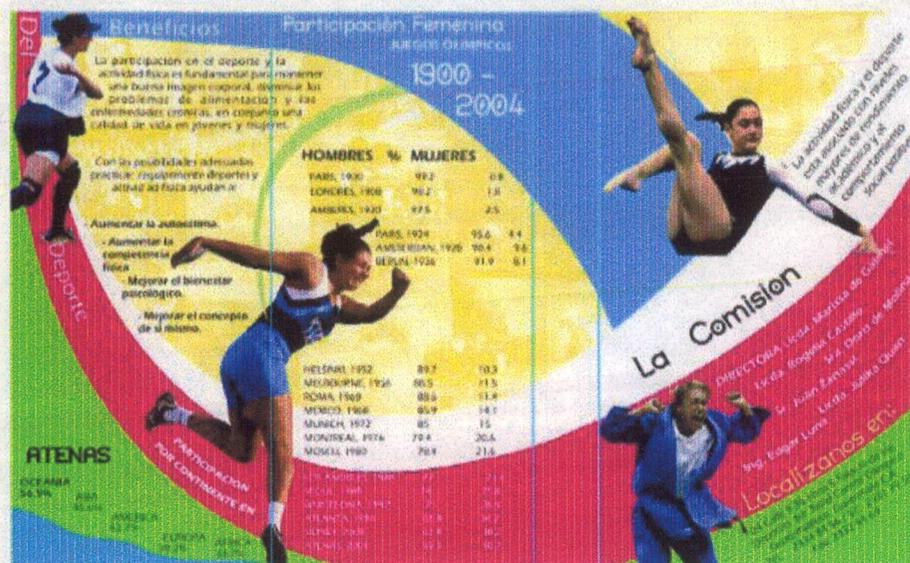
Folleto desplegable

La selección final del folleto se tomó en base a lo que se quería transmitir por medio de las fotografías junto al layout y el texto.

Un diseño muy dinámico el cual da amplitud y profundidad por sus ejes curvos.



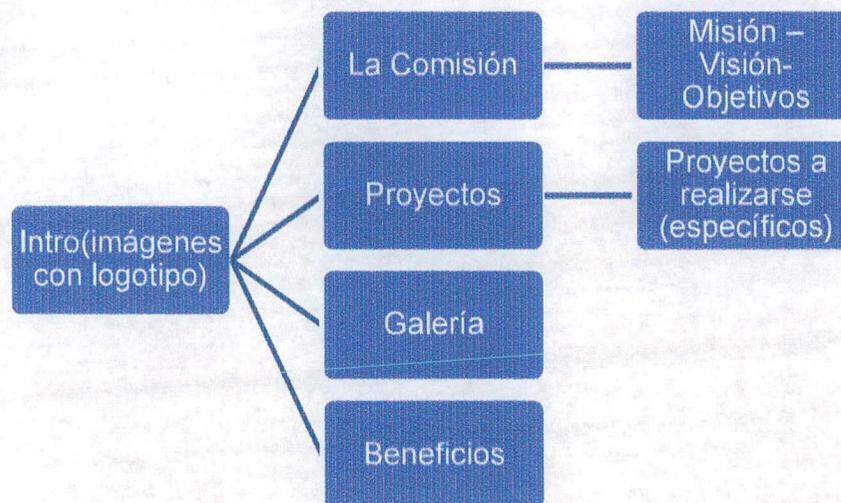
LADO 1



LADO 2

ETAPA # 16

MAPA DE NAVEGACIÓN DE LA PRESENTACIÓN



Como va a ser la presentación

La presentación será muy dinámica, en su primer cuadro deberá aparecer su logotipo con algún tipo de animación y esta deberá ser integrada por otra animación fotográfica las cuales deberán formar un marco principal.

Del marco principal por medio de un botón de bienvenida se entrara a lo que es en si la presentación. Será otra especie de marco principal para que cuando se utilice la página se pueda regresar por medio de otro botón a su inicio. Todo eso para simplificar el uso de la presentación

Del marco principal se desplegará un menú principal donde se presentaran los cuatro temas principales: LA COMISIÓN - PROYECTOS – MUJER + DEPORTE - GALERÍA

LA COMISIÓN: de la comisión saldrá 2 submenús: la misión y la visión.

De los proyectos saldrán distintos botones los cuales ingresaran ya específicamente a lo que es cada proyecto.

Mujer y deporte es individual solo se moverá depende de la cantidad del contenido.

GALERÍA: solo tendrá un botón para ingresar a ella y ver cada foto 1x1

ETAPA # 17

Intro

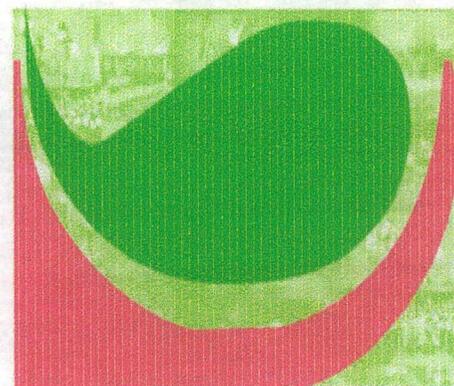
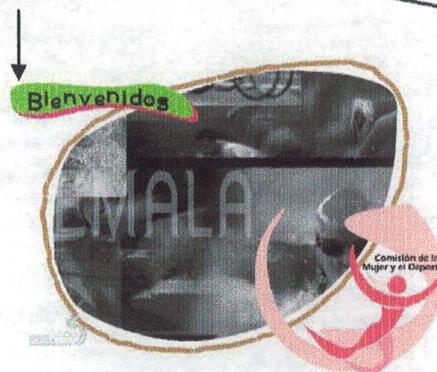
BOCETAJE DIGITAL DE PRESENTACIÓN

La paleta de color de la presentación será la misma a la del folleto. En este diseño en su primera animación se utilizó una especie de slides de un collage de fotografía para que haya unidad con el folleto, solo que acá se realizó con foto b/n.

La animación de las fotografías se colocaron dentro de una de las formas que se realizaron en la primera etapa de bocetaje donde se abstraieron distintas formas dinámicas.



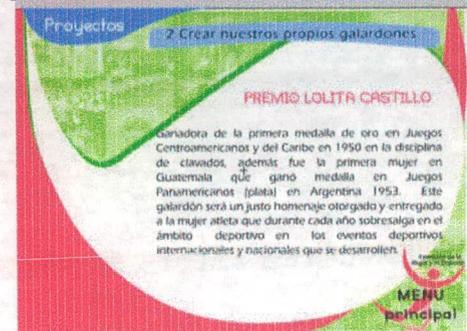
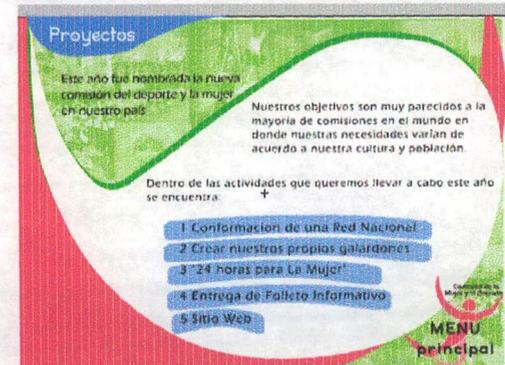
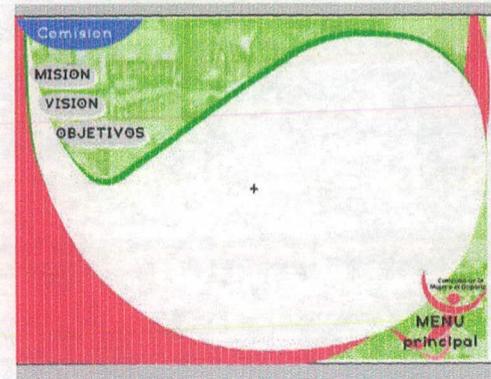
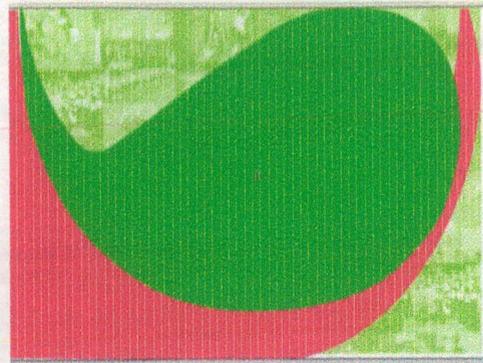
Entrar por botón de bienvenidos

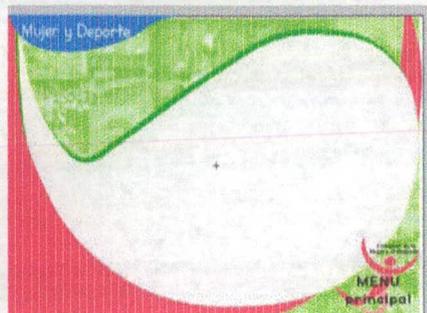


El fondo es el mismo al del folleto, con el fondo de las fotografías

La diagramación sigue la misma línea a la del folleto solo que acá todas sus entradas de texto serán más dinámicas todavía porque todo tendrá movimiento por medio de animaciones.

Solamente se están usando 3 colores de la paleta para que no pese mucho al visualizar la presentación.

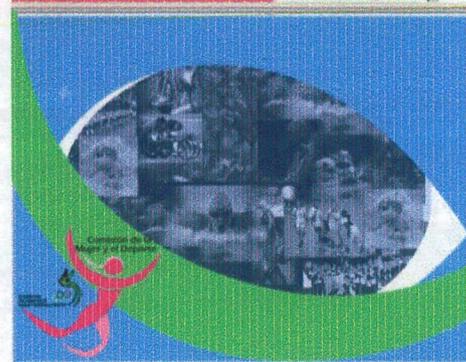




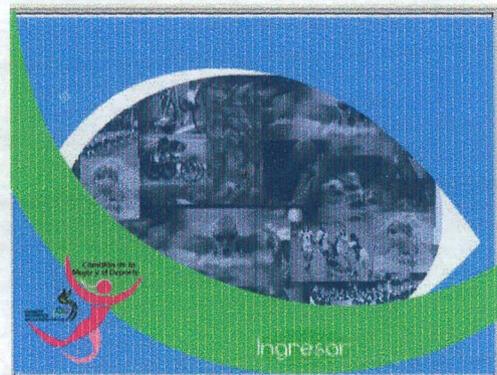
OPCIÓN # 2 DE PRESENTACIÓN



Intro

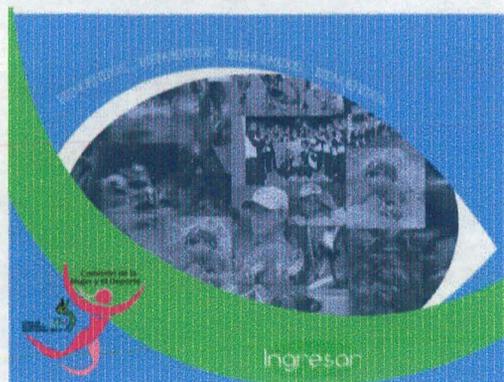


En este diseño la intensidad de los colores es menor, se uso más blanco para darle descanso a la vista.

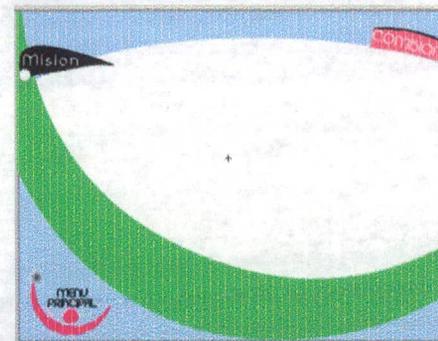
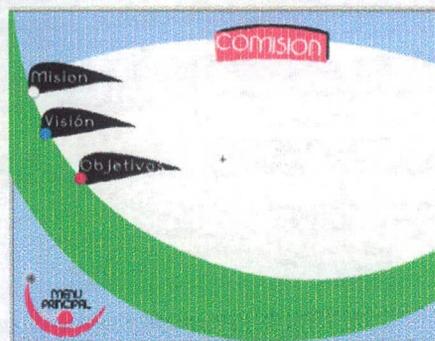


Entrar por botón a menú principal
Entrar por botón a menú principal

El fondo es abstracción de las formas del logotipo para que se integren mejor. Sus formas curvas lo siguen dejando como un diseño dinámico pero tal vez muy serio y se contradice con la propuesta anterior.



Su menú de navegación no está presente en todo momento puede ser que complique un poco a la persona que la utilice, por lo mismo la propuesta no es la adecuada



Submenú comisión



regreso a menú principal



Misión

COMISION

El deporte es un elemento esencial en el desarrollo humano y social. El deporte es un medio eficaz para promover la salud, el bienestar y la integración social. El deporte es un medio eficaz para promover la igualdad de género y la participación de la mujer en el deporte. El deporte es un medio eficaz para promover la cultura y la identidad nacional.

MENI PRINCIPAL

Misión

COMISION

Respetar los principios fundamentales olímpicos. Tener el deporte al servicio del desarrollo armónico de la mujer, con el fin de favorecer el establecimiento de una sociedad femenina comprometida con el desarrollo humano.

Contribuir a la construcción de un mundo mejor y más pacífico, educando a la mujer en todos sus ámbitos a través del deporte practicado sin discriminaciones de ninguna clase y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, espíritu de amistad, solidaridad y juego limpio.

MENI PRINCIPAL

Objetivos

COMISION

GENERALES

Igualdad de oportunidades para la mujer en todas las etapas de la actividad deportiva que se lleven a cabo en nuestro país y lograr de esta manera que pueda desarrollarse como una persona integral.

ESPECIFICOS

1. Desarrollar programas que permitan encontrar alternativas para lograr una mejor participación de la mujer en las diferentes disciplinas deportivas que se realicen de forma libre y voluntaria.
2. Comunicar la importancia de una participación deportiva de la mujer para tener una vida más sana y completa.
3. Suscitar la interés de la dignidad deportiva nacional para que creen espacios para la mujer, dándole así la oportunidad de competir y realizar actividades de alto nivel deportivo.
4. Mantener una comunicación con el COB para recibir sus políticas sobre la mujer en el deporte.
5. Trabajo conjunto entre el COB y la Comisión de la Mujer y el Deporte.

MENI PRINCIPAL

PROYECTOS

Los años que vivimos la nueva dimensión del deporte y la mujer en nuestro país.

Manejamos objetivos con más precisión o la búsqueda de alternativas en el mundo en donde mujeres involucradas están de acuerdo a nuestra cultura y población.

Dentro de las actividades que queremos tener a cabo este año se encuentran:

+

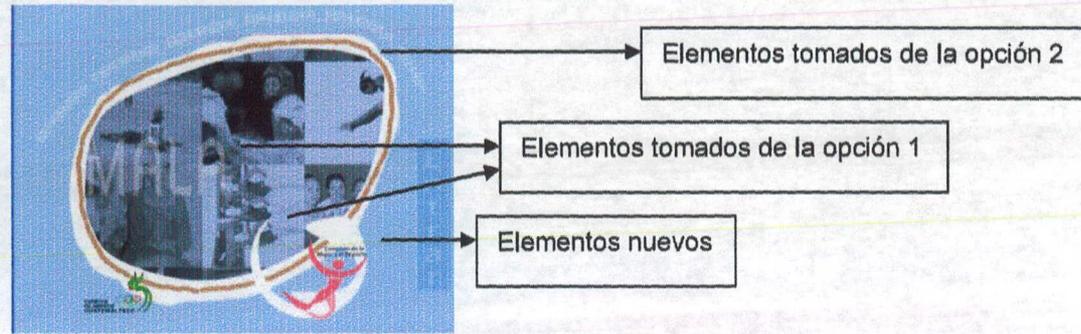
MENI PRINCIPAL

ETAPA # 18

PROPUESTA FINAL PRESENTACIÓN

Cuando se expuso en clase, de las 2 propuestas se sugirió que le faltaba algún color, que le diera más energía al diseño porque dinámica ya estaba pero le faltaba algo.

Se Implemento el amarillo sin quitar alguno de los colores que ya se tenía. Después se empezó a colocar las fotografías quitando el texto colocado anteriormente para después volverlo a poner ajustándolo a las fotografías.



Al entrar por medio del botón se hace una entrada animada similar a la primera opción, solo que acá están más definidas las formas, hasta que queda el marco que se utilizará en toda la presentación de fondo.

Los colores del marco son los mismos del folleto ósea los 4 de la paleta de color, dejando las fotos del fondo de color amarillo dándole más energía al diseño.

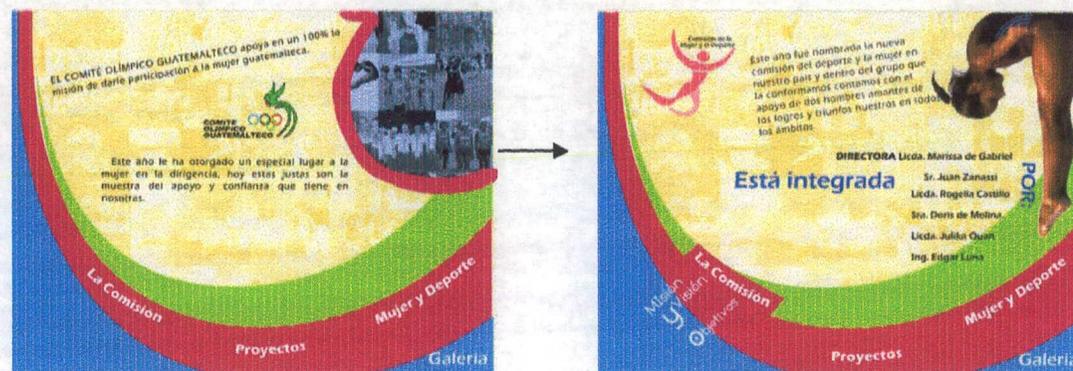
Todos los textos aparecerán animados por medio de movimientos circulares como los de su diagramación.

Para que haya una relación lógica de marco a marco, en la entrada principal ya

En esta propuesta se unifican las 2 propuestas principales, no por completo pero sí por elementos ya que las 2 tenían cosas muy novedosas y rescatables para que no se pierda por completo todo o el proceso.

Al ubicar los errores pero también las cosas buenas, se integran las más atractivas y en los errores se hace un rediseño.

de la presentación hay un pequeño marco como el inicial con slide de fotos. A su lado se presentara el texto de la portada y su logotipo. Todo es muy dinámico y limpio a la vez.



En la portada o en el marco principal utilice la forma de la presentación de fotos junto a la animación del logotipo de la comisión cuando aparece.

LA COMISIÓN: en esta sección del menú, se dividirá en 2 submenús. La misión y visión y los objetivos de la comisión. La diagramación del texto siempre será diferente ya que no hay una retícula a la que se deben ajustar. En su esquina superior probé colocar fotografías que impacten por su perfección en el deporte, colocada en un ángulo poco común.

De la segunda propuesta utilice el color de fondo celeste y la colocación de los logotipos en la parte inferior, también un texto que aparece alrededor del marco de las fotos donde dice bienvenidos. El elemento nuevo es el botón el su parte derecha de forma

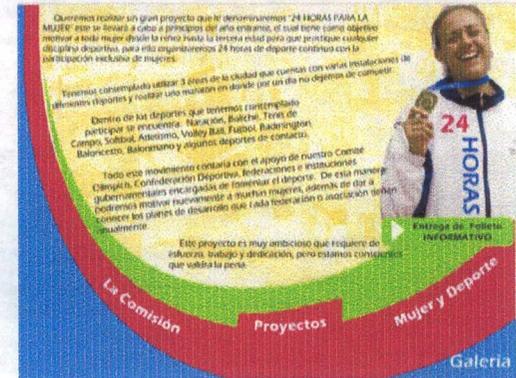
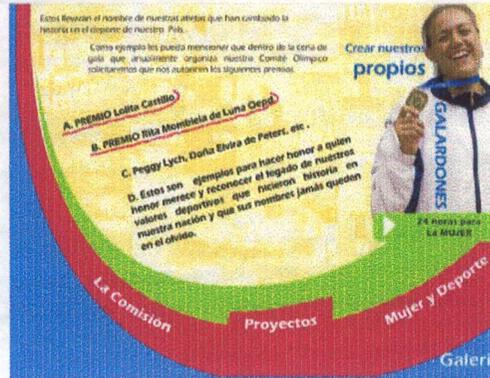


vertical. Otro cambio es el color o tonalidad de las fotografías que están moviéndose dentro del marco, de tonos grises paso a tonos fríos azules.

En esta parte de los proyectos se probó colocar la imagen del folleto impreso que se va a entregar al g.o., pero no se distinguía cual era la más importante por lo cual se hizo prueba sin la foto lateral y se ve mucho más libre el espacio.

En la galería también se hacen 2 opciones de botones.

En una se hacen con texto vertical para seguir usando los ángulos diferentes, pero había un poco de confusión en la lectura. En la segunda opción ya sólo aparece con flechas y dentro de ellas dice siguiente o anterior sin ángulos o efectos.



Para hacer llegar nuestros objetivos y actividades a todos los niveles de participación femenina estamos realizando esfuerzos en el cual queremos distribuir por lo menos 3 veces en el año.

FOLLETO

INFORMATIVO

LETIWI WEB

La Comisión
Proyectos
Mujer y Deporte

GoFi 13

Para hacer llegar nuestros objetivos y actividades a todos los niveles de participación femenina estamos realizando esfuerzos en el cual queremos distribuir por lo menos 3 veces en el año.

FOLLETO

INFORMATIVO

LETIWI WEB

La Comisión
Proyectos
Mujer y Deporte

El deporte es una actividad cultural que, cuando es practicada con justicia y equidad, contribuye a la sociedad y a la amistad entre naciones.

Beneficios

El deporte y las actividades deportivas tienen parte esencial de la cultura de toda nación. No obstante, a pesar de que las mujeres, jóvenes y niñas constituyen más de la mitad de la población mundial, el porcentaje de participación en el deporte, aunque cada vez es mayor, continúa siendo menor al porcentaje de participación de la población masculina.

Es una actividad que ofrece a los individuos múltiples beneficios: una oportunidad de conocer mejor a y por medio de otros personas, adquirir habilidades y demostrar su propia capacidad intelectual y física, y el adquirir habilidades y demostrar su propia capacidad que contribuye a la salud y el bienestar. El deporte fomenta la participación responsable y la responsabilidad social, cooperación y la responsabilidad, los valores cívicos y la responsabilidad social.

Mujer y Deporte

La Comisión
Proyectos
Galería

La participación en el deporte y la actividad física es fundamental para mantener una buena salud, disminuir los problemas de alimentación y las enfermedades crónicas, así como una calidad de vida en jóvenes y mujeres.

Con las poblaciones sobresalidas practicar regularmente deportes y actividad física ayudan a:

- Aumentar la autoestima.
- Mejorar el concepto de sí mismo.
- Mejorar el bienestar psicológico.
- Aumentar la competencia física y recreativas positivas.

La participación en la actividad física y el deporte está asociada con niveles mayores de rendimiento académico y niveles más elevados de comportamiento social positivo.

Beneficios

Mujer y Deporte

La Comisión
Proyectos
Galería

INVITACIÓN

PROPUESTAS DE INVITACIÓN SEGÚN RETÍCULAS ESTABLECIDAS ANTERIORMENTE

Teniendo un estilo establecido, la diagramación de la invitación se adecua a las retículas presentadas anteriormente, es importante mantener un seguimiento dentro de las piezas sobre todo por su etapa de implementación que conlleva todo un proceso.

En la invitación que funciona como promocional y publicitario se tiene la libertad de hacerlo full color ya que va a tener varios usos, se usara por mail,



televisión y impreza.

Debido a su tamaño, solamente se colocan un máximo de 2 fotografías para que se puedan apreciar.

Se puede observar una variación de colores pero con los ejes curvos muy similares.

La ubicación del logotipo es muy importante ya que se está dando a conocer la comisión y por la diagramación tan colorida y dinámica puede perder atención.

En la opción final de la invitación se colocan 2 fotografías, una de la atleta que hablara en la conferencia a



realizarse y la otra por su fuerza gráfica
y expresión.

PROPUESTA PRELIMINAR DE INVITACIÓN

La Comisión de la
Mujer y el Deporte

COMITE OLIMPICO
QUINTANA ROO

Tiene el gusto de invitarle a la
presentación de sus proyectos

Festival Olímpico

A realizarse el sábado 30 de septiembre, a
las 11:00 horas, en el Salón Tazumal (4º
nivel) en el ExpoCenter del Grand Tikal
Futura Hotel.

EXPOSITORAS

Licda. Marissa Maselli de Gabriel
Directora de la Comisión
Señora Evelyn Nuñez
Fondista, especialidad marcha 20km. Medalla de plata en XX
Juegos CA y del Caribe de Cartagena

204

PROCESO DE VALIDACION



11. validación

Se realizó un proceso de validación utilizando 3 instrumentos los cuales iban dirigidos a 10 diseñadores gráficos, 5 expertos en el tema que son los miembros de la comisión y 10 personas del grupo objetivo.

El objetivo de esta validación es poder llegar a mejorar la propuesta tomando en cuenta la opinión de los expertos logrando llevar el mensaje de una mejor manera.

- Resultados validación diseñadores gráficos

Para esta validación se consulto a 10 diseñadores gráficos, en los instrumentos se les hace preguntas generales sobre todos sus elementos. Desde color y tipografía hasta el diseño en conjunto.

Se pregunto si el diseño a través de su layout y manejo de color logra llamar su atención, le parece exagerado o si le es indiferente y el 100% considero que llamaba si atención.

En cuanto a que le transmite el diseño de las piezas el 75% considero que transmite dinamismo, el 12% energía y el 13% curiosidad.

El 75% considera que el uso de color transmite energía, el 12% salud y el 13% tranquilidad. La composición tipográfica da fluidez y marca jerarquías.

En cuanto a la solución de la composición de las imágenes las consideraron interesantes y creativas por el 75%.

Para el 75% la tipografía utilizada en el material refleja estabilidad y para el 13% energía.

El 100% Considera que las piezas de la propuesta mantienen unidad?

Los formatos utilizados le parecen prácticos y manejables para el 75%. Las imágenes apoyan el mucho concepto

Para el 75%, las jerarquías visuales se perciben claramente para identificar puntos importantes, para el 13% hace falta acentuarlas.

Y por ultimo en cuanto a los ejes de diagramación, crean en relación al concepto dinamismo para el 75%.

- Resultados de validación de expertos

Para esta validación se consulto a 5 expertos en el tema, en los instrumentos se les hace preguntas generales sobre todos sus elementos. Desde color y tipografía hasta el diseño en conjunto.

Se pregunto si el material expuesto acerca del tema, lo consideran fácil de entender, difícil de entender o si es indiferente y el 100% considero que era fácil de entender.

Al preguntar que transmite el diseño de los materiales el 60% consideró que era dinamismo, el 20% energía y el 20% curiosidad, lo cual es adecuado porque cumple con lo establecido en los requisitos.

En cuanto al contenido del tema en el material fue considerado por el 83% que tenía suficiente información.

En cuanto a la composición de las imágenes fueron consideradas interesantes y creativas por el 100%. En general el material expuesto para dar a conocer el tema a las mujeres guatemaltecas se presento de manera llamativa y novedosa para el 100%.

Al preguntar sobre los formatos utilizados el 100% considero que son prácticos y manejables.

- Resultados de validación de grupo objetivo

Para esta validación se consulto a 10 mujeres de distintas edades, en los instrumentos se les hace preguntas generales sobre todos sus elementos. Desde color y tipografía hasta el diseño en conjunto.

Por medio del instrumento, se pregunto cómo les parecía la forma en que la información se presenta y el 87% opina que clara.

Que sentimiento consideran que reflejan las fotografías y el 87% considero que alegría y el 13% éxito.

Al 50% le pareció legible el texto y al 37% fácil de comprender lo cual cumple por lo importante es que lo comprendan.

En cuanto a la organización de la información, les expresa 87% dinamismo y el resto originalidad.

El 100% considero las imágenes originales y creativas. Al 89% le parece que el material las invita a participar y el resto considera que da a conocer la comisión.

El 87% opina que los formatos son fáciles de manejar.



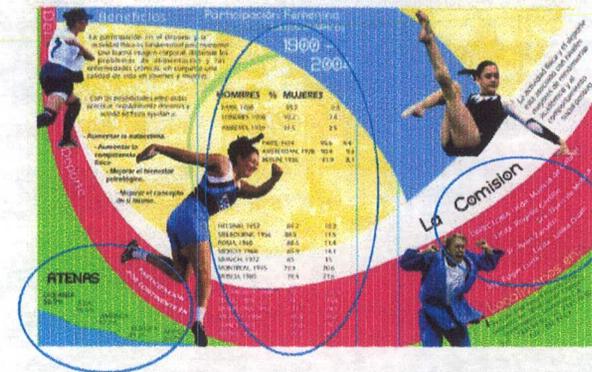
El color le transmite energía al 100% y la letra refleja movimiento para el 50% lo cual hace el material muy dinámico.

ANTES DE VALIDACION

desplegable

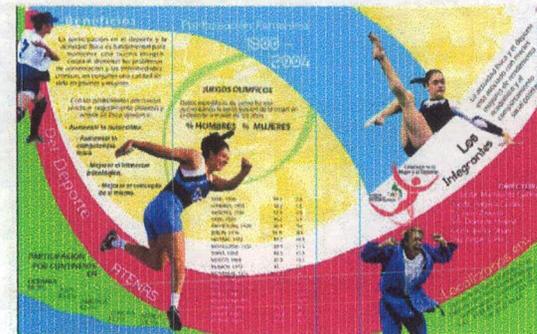
Cambios de validación

Los cambios sugeridos en la parte trasera del desplegable fue reorganizar mejor el texto de la parte del centro porque se miraba muy confuso y no tenía unidad. El cambio fue hacer una tabla reduciendo el texto para que hubiera orden ya que son datos muy específicos. Se bajaron los titulares dejando espacios vacios que descansan la lectura y hacen más fluido el diseño.

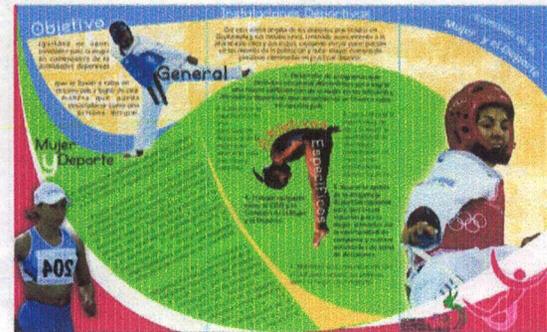


RESULTADO FINAL

Los cambios están señalados con círculos para poder apreciarlos mejor.



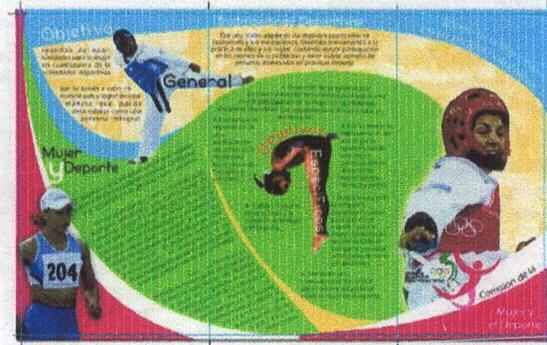
antes de validación



En cuanto a la parte frontal no se sugirieron cambios en su diseño, fue del agrado de todos y además les pareció muy dinámico y original. El único cambio fue el de una sugerencia realizada por un diseñador gráfico de complementar un slogan o frase en la parte frontal y no dejar solo el titulo de la comisión. Una buena frase atrae más personas.

SLOGAN: El éxito de la mujer está en su propia naturaleza

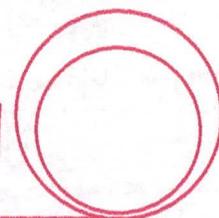
después de validación



En la presentación interactiva no se sugirieron cambios en cuanto a su diseño. La única recomendación fue reducir la cantidad de texto en el área de proyectos, ya que hay demasiado. En este caso no se puede realizar el cambio ya que es especificación del cliente colocar esa información sin ser manipulada o reducida, una manera para mejorar la presentación cuando se tiene mucho contenido es creando mas slides de texto.

Se desarrollo una presentación interactiva informativa que da a conocer a la comisión de la mujer y el deporte y como esta es solidaria con el género femenino, promoviendo la igualdad de oportunidades para practicar el deporte que desee como una actividad cultural y de desarrollo personal. Es una propuesta dinámica donde se aplicó una imagen conceptual que favorece atraer al grupo objetivo e incentivar su participación a través del color, la diagramación y las fotografías.

PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACION



12. propuesta final y Fundamentación

Fundamentación

Manejo del color

Según fotonostira (s.f.) El color desprende diferentes expresiones del ambiente, que pueden transmitir la sensación de calma, plenitud, alegría, etc.

Los colores utilizados son 4, cada uno representa un tema distinto. El magenta es casi rojo, se selecciono por el logotipo y porque es un color que representa a la mujer. Es un color impactante que atrae a las personas y los lleve a tomar el folleto.

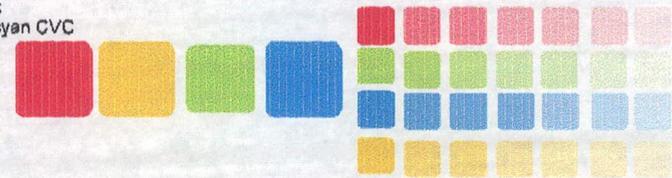
El verde simboliza la vida, salud y todo lo que se quiere lograr por medio del deporte para la mujer. También se selecciona porque el g.o. lo asocia con el tema.

El cyan, se relaciona con deporte y salud. Es un color muy brillante que además rompe la inclinación del folleto hacia el género femenino, ya que también es un color que representa al género masculino. Logrando entonces una igualdad de género dándole un balance a la propuesta.

El amarillo es el color de la energía, dinamismo, lo saludable, etc... Va crear un contraste y a la vez un equilibrio entre los demás colores. Este es aplicado en el fondo del el collage convirtiéndolo en una sola tinta a las fotografías haciéndolo más llamativo todavía.

Lo que se desea transmitir con estos colores ósea su función y expresión es todos deben emitir energía y ser muy saludables por lo mismo se usaran planos. Deben identificarse con el g.o.

PANTONE 101 CVC
PANTONE 135 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONE process cyan CVC



FOLLETO DESPLEGABLE

En base al concepto "vientos de cambio hacia el desarrollo femenino" y al tema base que es solidaridad hacia el género femenino, se decidió utilizar una diagramación sin retícula para lograr mayor dinamismo y captar así mejor la atención del grupo objetivo.

La mayoría de las personas que no tienen hábito de lectura o les aburre mucho texto, se deben implementar forma más dinámicas y llamativas para que les de curiosidad y lean lo que se les quiere informar. Se desarrolla una propuesta muy gráfica y colorida eliminando lo que se tiene acostumbrado en un folleto informativo. Se decide realizar una diagramación tipo revista, con un diseño asimétrico.

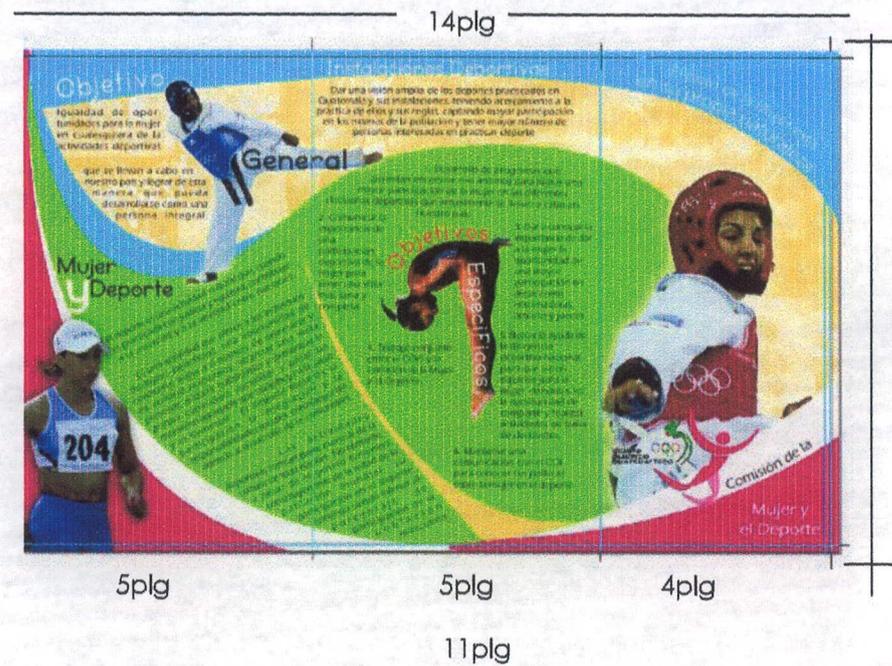
En su perfil psicográfico el grupo objetivo prefiere las publicaciones más graficas tipo revistas y afiches entonces se implementa una diagramación muy grafica y colorida como se utilizan en las revistas.

En el concepto se menciona desarrollo femenino, en el diseño del desplegable eso se refleja en todo momento por los personajes colocados en partes estratégicas según la diagramación, expresando esa voluntad y deseo de éxito en todo momento.

pieza folleto desplegable

presentación gráfica

adelante (tiro)



En el fondo de las formas abstractas se colocó un collage de fotografías de diferentes mujeres compitiendo y demostrando lo orgullosas que están de ser guatemaltecas, venciendo barreras y alcanzando las metas que se proponen.

En estas fotografías también hay mujeres de todas las edades trabajando individualmente y en equipo.

Todos estos elementos integrados crean un orden visual, hay profundidad por la implementación de las formas y esa profundidad despierta el interés por saber que más hay dentro del diseño.

Fotografías

Según Franco (2002) la Utilización de textos e imágenes en folletos, en cuanto a los contenidos del material impreso es una combinación de textos e imágenes, estas últimas pueden ser fotografías o ilustraciones. Equilibrio visual: entre imágenes y texto, se recomienda que el texto no ocupe más del 60% del material

Se seleccionaron las fotografías más impactantes, de deportistas en acción. Son espontáneas sin planear, se ven los gestos que no necesitan palabras para explicar que están triunfando.

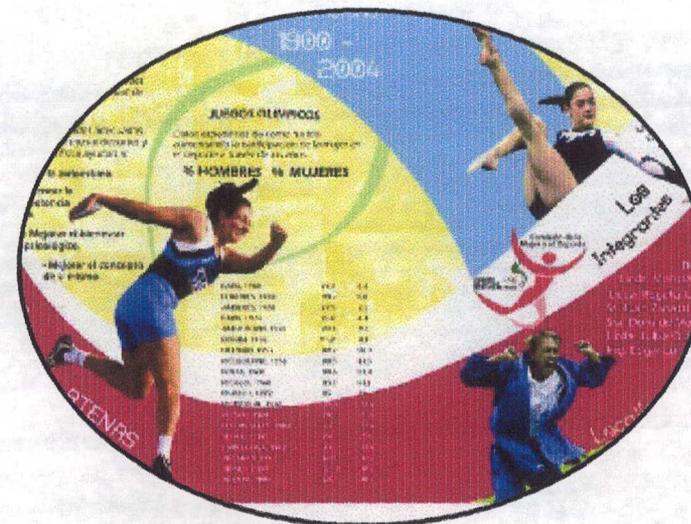
En portada se colocó a Euda Carias que es conocida por la mayoría de guatemaltecos. Es impactante, espontánea, dinámica y transmite energía e incita a participar.

Las demás fotografías son de distintos deportes y distintas edades para demostrar que se apoyara a todas.

Están posicionadas dentro del fondo, en tamaños y ángulos diferentes siguiendo la asimetría establecida en su retícula. Cada fotografía toma una posición diferente manejando los ángulos mixtos.

Además que apoyan al concepto en todo momento ya que están marcando los vientos de cambio y demostrando el desarrollo femenino.

A la vez cumplen su función que es favorecer la identificación de mujeres ejemplares y la importancia del deporte femenino en nuestro país porque por medio de el se brindan muchas oportunidades que pueden mejorar la vida de las personas. Muestran la voluntad y el deseo de éxito en las actividades que practican.



Acercamiento a las fotografías integradas al layout del folleto.

Diagramación de texto

En cuanto a la tipografía

Se seleccionó la tipografía ERAS ITC, para cuadros de texto y para titulares DURALITH. El tamaño varía por ser una diagramación informal asimétrica unificándose a los ejes mixtos.

De acuerdo a Franco (2002), el Tipo de letra: es recomendable utilizar tipografías claras y sencillas que sean fáciles de entender, tomando en cuenta siempre el grupo objetivo.

Para cuadros de texto su tamaño está entre 10pts a 16pts. También se utilizó en algunos subtítulos para que no sea tan específica la separación entre tipografía para título y para contenido.

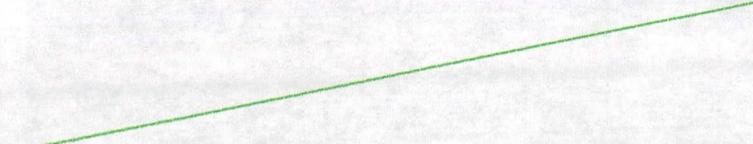
El interlineado es de 2pts con separación de 1pt entre letras.

Las tipografías seleccionadas son san serif, el porqué de la selección es que son unos tipos más livianos y que no cansan los ojos en la lectura, sus rasgos son más femeninos los cuales se identifican con el g.o.

Los cuadros de texto están colocados sin orden alguno pero si con relación. Se integran a cada forma del fondo pero con distintas inclinaciones y ángulos.



Acercamiento a la diagramación del texto y uso tipográfico del folleto



Al integrarse con el fondo y los colores forman un orden visual el cual los llevara de tema en tema sin sentir que sea una publicación sería como lo es un folleto.



La intención es interesarlos en cada parte que centran su atención a la hora de abrir el despegable. Y también lograr identificarse con las personas de las fotografías.

Los titulares también se diagramaron sin orden alguno pero siempre aparecen con cada tema que se habla.

Hay titulares horizontales, verticales con ángulos mixtos, etc.

invitación electrónica

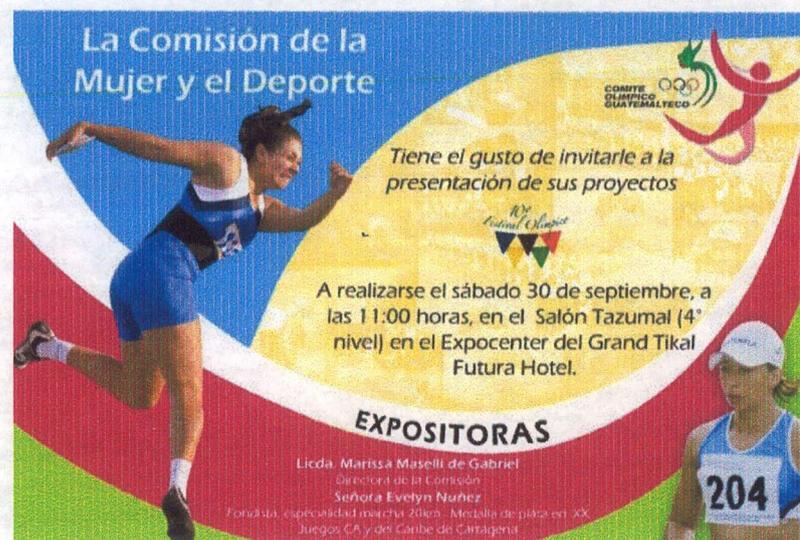
Para la realización final de la invitación siguiendo la misma línea del folleto, se decide implementar una fotografía como punto principal que impacte y llame la atención del grupo objetivo que posteriormente lleva a la lectura.

Se ve reflejado el concepto en la implementación de elementos gráficos dentro de sus ejes de diagramación demostrando los vientos de cambio y las fotografías reflejan el desarrollo femenino.

En este caso se utiliza solamente un estilo tipográfico ya que su contenido es mínimo y para facilitar la lectura del poco contenido se establece únicamente la tipografía en distintos grosores y tamaños para establecer las distintas jerarquías.

pieza:

invitación



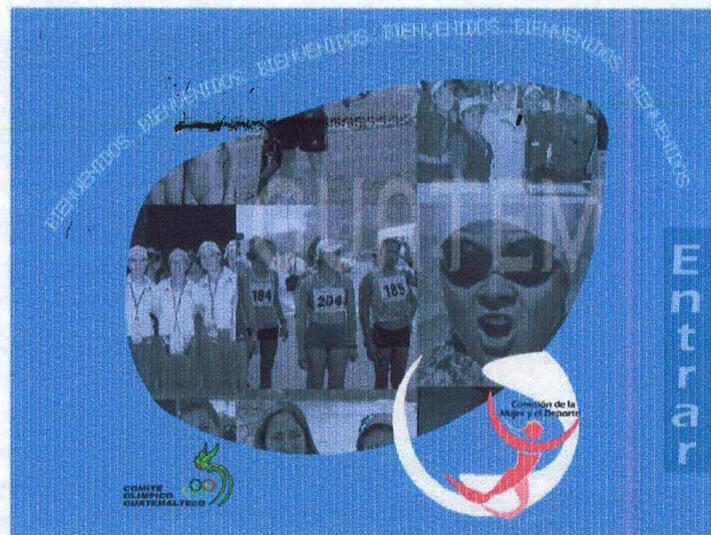
presentación interactiva

Se decidió realizar una presentación interactiva para que la comisión tenga como material de apoyo en sus conferencias y seminarios que realizan a lo largo del año y próximamente poder subirla a la página web del comité olímpico guatemalteco donde tendrán su propio link.

La presentación interactiva es muy dinámica, siempre hay movimiento hasta cuando esta estática.

En su inicio se despliega una secuencia de fotos en movimiento que en su centro tienen escrito GUATEMALA para siempre recordar que se trata de la mujer guatemalteca en el deporte.

Para simplificar su uso siempre hay botones que indican cual es el siguiente paso como en esta parte que al lado de la secuencia de fotos dice "entrar".



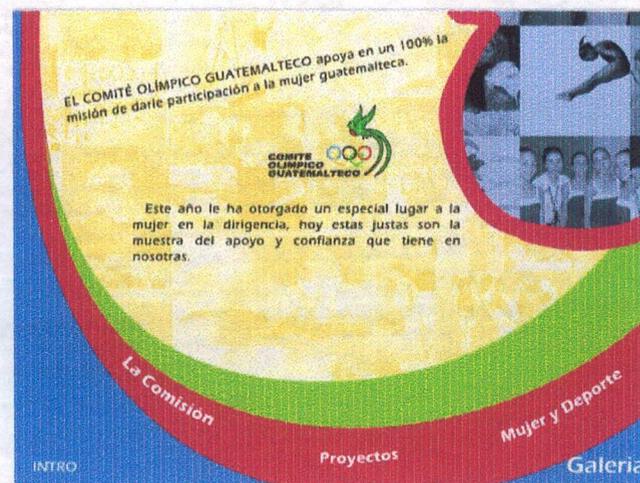
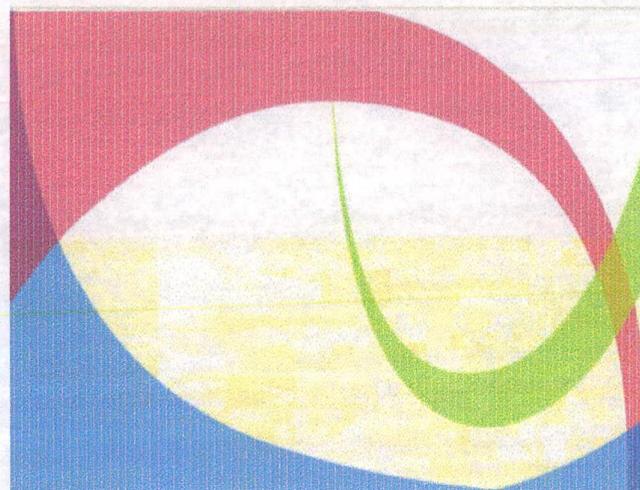
Al presionar el botón de entrar, se desplegará la siguiente área que será el menú principal. Hay una animación con elementos gráficos abstractos en movimientos circulares apoyando el concepto de cambio, los cuales se colocaron en la forma que será el menú.

Su fondo al igual que el folleto, es una abstracción del logotipo utilizando la forma de los brazos del símbolo y también se colocó el collage de fotografías en su fondo para que todo vaya teniendo la misma línea y se guarda de esta manera unidad entre las piezas.

Los textos siempre van a ir entrando con animación circular para que se integren con las formas.

Van a tener una inclinación mínima para romper con los ejes y así apoyarse en su diseño asimétrico con ejes mixtos.

Para tener secuencia con el marco anterior, se coloca en una de sus esquinas una pequeña secuencia de fotos que le dan seguimiento a lo que se acaba de ver y no hacer muy drástico su cambio.

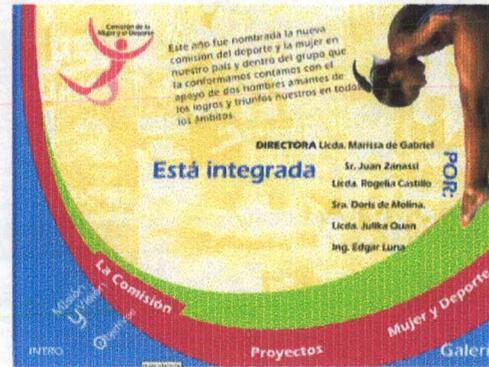


En el borde curvo magenta se encuentran las 3 áreas principales del portfolio que son la comisión, proyectos y mujer y deporte.

En el botón de la comisión se encuentra toda la información sobre sus integrantes y sus metas, objetivos como misión y visión.

La tipografía manejada para los contenidos es sans-serif al igual que en los titulares. Varían los grosores para marcar las jerarquías del contenido. En los casos que hay poco texto se utilizan botones con la tipografía duralith que también fue utilizada en el folleto.

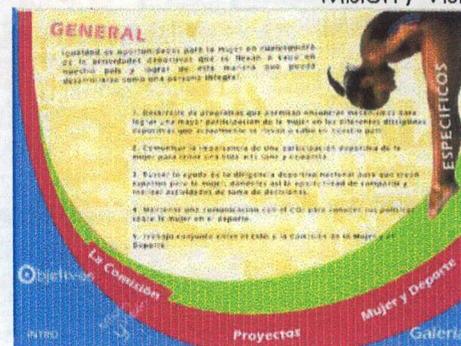
En ningún momento se presenta una inclinación igual, todo varía según el área al que se ingresa y los textos se despliegan en movimiento colocándose de distintas maneras dando una presentación fluida y dinámica que siempre sorprende y no aburre.



La comisión



Misión / Visión



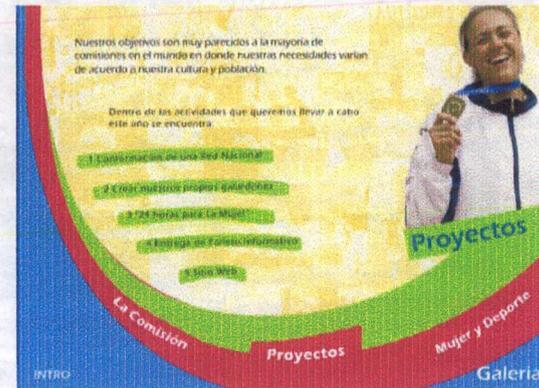
Objetivos

En la parte de proyectos ya que su contenido es más extenso que en las otras entradas, se utilizaron botones que entran a cada proyecto por individual, esto simplifica el uso de la presentación y así al momento de querer regresar a alguno de ellos, no tiene que volver a empezar, estos botones son verdes con tipografía eras.

En la presentación casi no se utilizó el estilo DURALITH porque ya su diseño es muy dinámico y cansa la vista si se coloca algo más ornamentado o curvado, así que la misma tipografía de los cuadros de texto se utilizó para algunos titulares, variando en ellas solamente su grosor y tamaño.

Específicamente en el área de proyectos que es donde hay más información, se quería dejar lo más limpio posible el texto para facilitar la lectura del expositor.

En una presentación no debería de tenerse tanto contenido pero fue requisito de los miembros de la comisión, así que la diagramación se hace a manera de dejar lo más limpio posible.

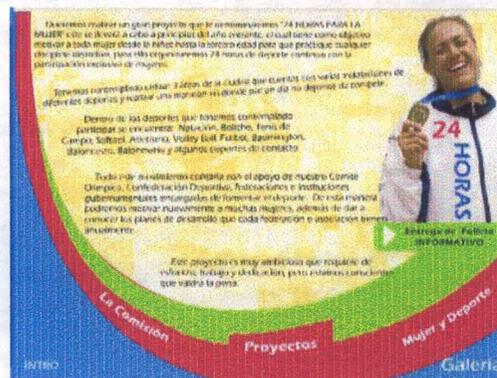
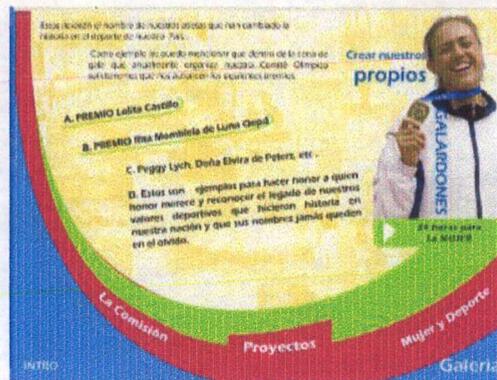
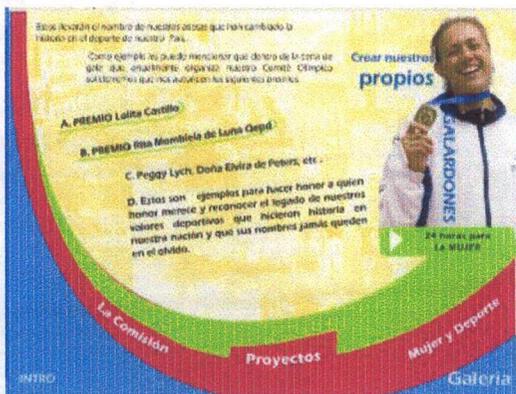


Área de proyectos



Se puede ver en esta área que se utilizarán muchos cuadros de texto en todas las secciones de proyectos de la presentación, esto se debe a que la comisión utilizará como apoyo para sus conferencias dicha presentación como se menciona anteriormente

La orientación de los textos en los titulares va para varios ángulos, desde 5 hasta 90 grados. Estos se encuentran dentro de las fotografías de la respectiva sección.



MUJER Y DEPORTE

En la parte de mujer y deporte se reduce la cantidad de texto, dentro de la fotografía que se encuentra en movimiento se coloca el título de lo que se lee.

Los botones cambian acá, en este caso es una especie de flecha que indica la dirección a la que va el resto del contenido.

La inclinación de los cuadros de texto no es muy notoria porque como la fotografía tiene movimiento podría dificultar la lectura mucha inclinación así que acá es mínima.

Área Mujer y Deporte

El deporte es una actividad cultural que, cuando es practicada con justicia y equidad, contribuye a la sociedad y a la amistad entre naciones.

Es una actividad que ofrece a las individuos múltiples beneficios: una oportunidad de conocerse mejor a sí mismos, de expresarse y de sentirse realizados; alcanzar una meta personal; adquirir habilidades y demostrar la propia capacidad; socializar y pasar un momento agradable que contribuya a la salud y al bienestar. El deporte fomenta la participación, la integración y la responsabilidad social, contribuyendo además al desarrollo de la comunidad.

El deporte y las actividades deportivas forman parte esencial de la cultura de toda nación. No obstante, a pesar de que las mujeres jóvenes y niñas, constituyen más del 50% de la población mundial, el porcentaje de participación en el deporte, aunque varía según el país, continúa siendo inferior al porcentaje de participación de la población masculina.

Beneficios

La Comisión más Mujer y Deporte

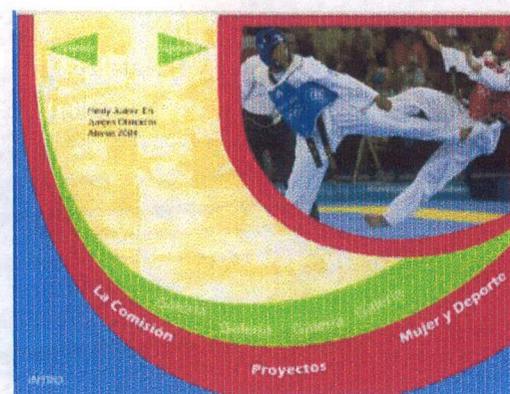
INTRO Proyectos Galeria

En la galería se encuentran todas las fotografías que no se usaron dentro de la diagramación y las que se usaron. Se colocaron dentro de un marco curvo para que se integre con lo demás, a su lado están los botones muy sencillos para no congestionar la vista y perder la atención de lo que realmente importa que es la galería.

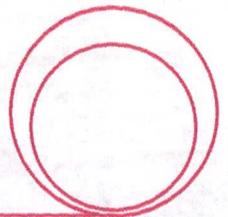
En conjunto todo el diseño de las distintas piezas mantiene una unidad por medio de sus ejes de diagramación, el manejo de color y la variedad de fotografías presentadas de mujeres deportistas guatemaltecas, que han logrado destacar por su fuerza de voluntad. La variación de las fotos es positiva ya que hace que no se pierda el interés en algún momento.



Galería



PRODUCCION Y REPRODUCCION



13. producción y reproducción

13.1 especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

La comisión de la mujer y el deporte no es conocida por todas las mujeres de la ciudad capital, así que se recomienda imprimir al menos 5,000 piezas del folleto desplegable el cual es de la siguiente manera:

Folleto desplegable tamaño legal 8.5x14 pulgadas impreso en tiro y retiro con doblez de 3 folios. Su tamaño doblado es de 8."5x5", dejando su portada 1" menor (4 pulgadas). El material para imprimir es couché brillante a full color.

1,000 invitaciones impresas porque se hará una distribución masiva por mail, las cuales son 6"x4" impresos a tiro full color. En papel texcote barnizado. Sin troquel.

La presentación deberá entregarse individualmente en cd a cada miembro de la comisión (5 copias).

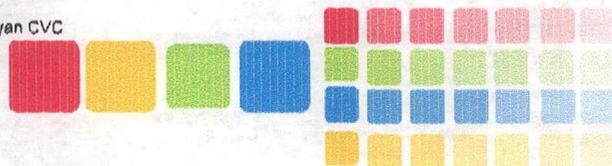
13.2 informe técnico

material impreso

Archivo digital

CD con diseño en freehand 10 para PC. Las imágenes en formato .TIFF colores cmyk (full color)

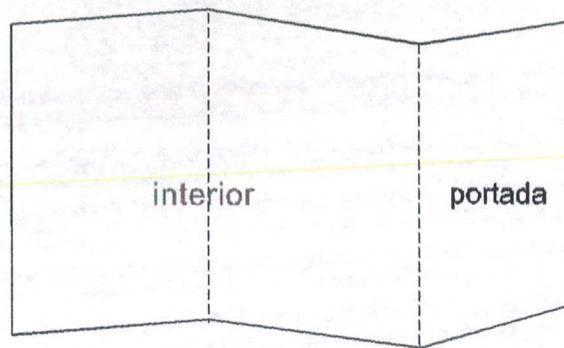
PANTONE 101 CVC
PANTONE 135 CVC
PANTONE 375 CVC
PANTONE process cyan CVC



Folleto desplegable

Pág. 1 (tiro) y pág. 2 (retiro) doblado en 3 folios A 5plg, 5plg, 4plg (portada)

Ejemplo

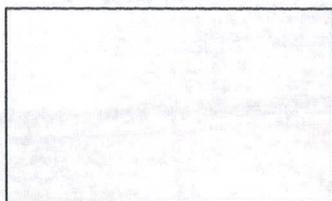


Dobles en forma de acordeón

Para abrir el documento dentro del cd, seleccionar el archivo folleto final.fh10 las imágenes están en formato tiff con el nombre de folletolado1 y folletolado2.

INVITACIÓN

Formato horizontal, impresión solo frontal



El archivo de la invitación es invitacionfinal.fh10

material interactivo

Presentación interactiva

Soporte: Flash MX.

Dentro del CD se encuentra el archivo Presentacion.exe para las personas que no cuentan con el programa flash y está el .SWF para los que tienen el programa.

Los archivos dentro del CD se encuentran de la siguiente manera:

Presentacion_
comision.exe

Presentacion_
comision.swf

Presentacion_
comision.html

Para las personas que tienen flash instalado:
Abrir la presentación.swf

Para las personas que no tienen flash instalado:
Abrir la presentación.exe o presentación_comision.html

La presentación es un archivo no manipulable por lo que no se pueden hacer cambios en caso de que el cliente lo desee. Para hacer cambios se debe contactar al diseñador gráfico.

13.3 presupuesto de diseño y de impresión

Se solicitaron 2 presupuestos a 2 imprentas distintas para saber el costo de los materiales, las cuales se pueden consultar en los anexos.

Cotización 1

1000 trofoliares tamaño legal 8.5"x14" impresos a full color tiro y retiro en papel couché brillante 80, con doblez en 3 folios.

Q. 2,500.00

1000 invitaciones tamaño 6"x4" impresos a full color tiro en papel texcote barnizado 100, sin troquel.

Q1,025.00

Total Q. 3,525.00

Cotización 2

1000 trofoliares tamaño legal 8.5"x14" impresos a full color tiro y retiro en papel couché brillante 80, con doblez en 3 folios.

Q. 2,600.00

1000 invitaciones tamaño 6"x4" impresos a full color tiro en papel texcote barnizado 100, sin troquel.

Q1,125.00

Total Q. 3,725.00

Para la presentación interactiva se consulto al señor Daniel Monroy, que se dedica al área de diseño de medios multimedia y páginas web.

El precio que sugirió es:

1 presentación interactiva hecha en flash	Q. 5,000
1 invitación electrónica	Q.400.00

En base a los precios que se consultaron, se realiza una cotización personal de elaboración de artes, el cual solo es como referencia de el costo que tendría un proyecto como este.

Elaboración de artes para proyecto de la comisión de la mujer y el deporte Q. 4,000.

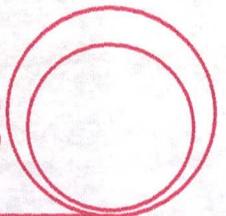
13.4 Sistema de impresión y reproducción

Sistema de impresión y reproducción

La impresión de las piezas será litográfica, por mejores costos y buena calidad.

La presentación será entregada en cd a los miembros siendo un costo mínimo en cd's.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



14. conclusiones y recomendaciones

- Se desarrolló una presentación interactiva como material informativo, que da a conocer a la comisión de la mujer y el deporte, como esta es solidaria con el género femenino, promoviendo la igualdad de oportunidades para practicar el deporte que desee como una actividad cultural y de desarrollo personal. Es una propuesta dinámica donde se aplicó una imagen conceptual que favorece atraer al grupo objetivo e incentivar su participación a través del color, la diagramación y las fotografías.

- Se recomienda proponer una diagramación muy llamativa con varias imágenes, para que sirva de atracción al g.o. Para que este lea y comprenda el contenido del folleto; y así transmitir el mensaje correctamente, como también se sugiere que se desarrollen otras actividades para incentivar a las mujeres a la práctica deportiva.

- Se realizó el diseño de un folleto tipo desplegable como medio publicitario y a la vez informativo para informar por un medio impreso a las mujeres de todas las culturas y edades la importancia que tiene el deporte para la salud y como este puede brindarles una mejor calidad de vida, en esta propuesta se utilizaron los colores adecuados para representar al deporte+salud+mujer. Lo importante es la identificación con el grupo objetivo. Al mismo tiempo se decide acompañarla con una invitación impresa o digital, para que participen en el deporte y asistan a las charlas dadas por la comisión.

- Se recomienda que para dar seguimiento al folleto informativo utilizar diseños contrastantes enriquecidos de imágenes que logren una identificación con el grupo objetivo.

BIBLIOGRAFIA



15. BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Swan, A. Gustavo Gil. Bases del Diseño Grafico., S.A.: Edita, España. (1987)
- BLANCHARD, Gerard. La letra. Barcelona, Edit. CEAC, 1988.
- FONTCUBERTA, Joan. Fotodiseño. Barcelona, Edit. Ceac, 1988.
- MOLES, Abraham. Grafismo funcional. Barcelona, Edit. CEAC, 1998.
- Turnbull, A. y Baird, R. Comunicación grafica, tipografía, diagramación, diseño y producción. Editorial Trillas, S.A. 2da re-impresión, México 1995
- Galmarini, Fernando (1992) Deporte. Política y Cambio. 1ed. Corregidor, Buenos Aires
- 2001) Biblioteca del Comité Olímpico guatemalteco. *Documentos Varios sobre Grupos de trabajo Internacional sobre Mujer y Deporte*

- Biblioteca de Diseño Grafico. México: Naves Internacional de Ediciones, S.A. 1994
- Frascara, Jorge. Diseño Gráfico y Comunicación., edita, Argentina. (2005).
- Acha, Juan. Teoría del Diseño. Edit. Trias. México (1999)
- Patricio Bonta, Mario Farber. 199 PREGUNTAS SOBRE MARKETING Y PUBLICIDAD. Edit. Norma. Mexico (1994)

Páginas web

- <http://www.peacewomen.org>, foro nacional de la mujer guatemalteca 2005
- http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad_de_vida (1948)
- http://www.monografias.com/trabajos11/solidd/solid_d.shtml)
- http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Libros/comunicacion/Fundamentos_de_diagramacion/cap_2_2.htm
- http://www.wikilearning.com/publicidad_en_transito-wkccp-i4429-10.htm Publicidad en tránsito según William Atrm
- <http://www.fotonostra.com/grafico/elcolor.htm>

16. Anexos

- 1. instrumento para perfil psicografico g.o.
- 2. Resultados instrumento de perfil psicográfico
- 3. Instrumentos de validación
 - 3.1 Diseñadores gráficos
 - 3.2 Expertos
 - 3.3 Grupo objetivo
- 4. Resultados instrumento de Validación
 - 4.1 Diseñadores Gráficos
 - 4.2 Expertos
 - 4.3 Grupo objetivo
- 5. Cotizaciones