

universidad rafael landívar
facultad de arquitectura y diseño

portafolio

área: estrategia creativa e

**material informativo
para ayudar a recaudar
donaciones para el centro de
formación profesional "don bosco"**

ana

cecilia

sagastume

gallardo

guatemala, 19 noviembre del 2007



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
BIBLIOTECA
GUATEMALA, CA

U/20
03
T1461a
c-2

proyecto final de diseño

portafolio

área: estrategia creativa e

portafolio académico presentado al consejo
de la facultad de arquitectura y diseño
de la universidad rafael landívar por

**material informativo
para ayudar a recaudar
donaciones para el centro de
formación profesional "don bosco"**

**ana cecilia
sagastume gallardo**

previo a optar el título en Diseño Gráfico
en el grado académico de licenciada.

guatemala, 19 de noviembre del 2007



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono (502) 24262626 ext. 2428
Fax (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vía Herrera III, Zona 16,
Guatemala, Ciudad 01016

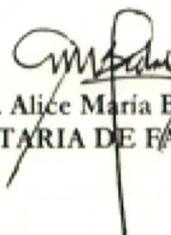
Reg. No. Arq. 44-2007

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
diecinueve días del mes de noviembre de dos mil siete.

Con base al resultado de **Aprobado con Distinción** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto de Investigación, denominado: **“Análisis del cambio de imagen visual de VINOTECA”**, presentado por la estudiante **Ana Cecilia Sagastume Gallardo**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.


Lic. Jorge Rossi
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO




Arq. Alice Maria Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



Departamento de Diseño Gráfico

Instrucciones para la terna evaluadora:

Marque la casilla del criterio que mayor evidencia el desempeño del estudiante, en cada aspecto evaluado de acuerdo al área que corresponda

	S	B	R	I
ÁREA DE INVESTIGACIÓN				
1 Planteamiento ordenado en la presentación de la información y los resultados	X			
2 Análisis y síntesis de la información		X		
3 Manejo de información relevante sobre el tema de investigación	X			
4 Identificación de la relevancia del tema investigado	X			
ÁREA DE PROYECTO DE DISEÑO DESARROLLADO CON ESTRATEGIA CREATIVA E				
5 Proceso estructurado para el desarrollo funcional de la propuesta: manejo metodológico		X		
6 Criterio, análisis e interpretación de datos al proponer la solución al problema		X		
7 Desarrollo conceptual así como calidad estética y técnica demostrada en el proceso y en la propuesta final	X			
8 Fundamentación de la propuesta: habilidad para argumentar las decisiones tomadas		X		
ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO				
9 Estructura aplicada en el desarrollo del portafolio	X			
10 Capacidad de síntesis al presentar la propuesta	X			
11 Aplicación conceptual, estética y técnica demostrada en la propuesta final	X	X		
12 Fundamentación de la propuesta: habilidad para argumentar las decisiones tomadas	X			

Parámetros: S= sobresaliente / B= bueno / R= regular / I= insuficiente

RESULTADO

- Aprobado con distinción
 Aprobado
 Proceso de correcciones
 Reprobado

Fecha 15/11/2017

Investigación Proyecto de Diseño Galería de trabajos

Entrega de Correcciones: Fecha

Nombre del (la) estudiante Cecilia Guzmán

Autoridades Universidad Rafael Landívar

<i>Licda. Guillermina Herrera</i>	Rectora
<i>Lic. Rolando Alvarado Lopez, S.J.</i>	Vicerrector Académico
<i>Lic. Ariel Rivera Irias</i>	Vicerrector Administrativo
<i>Lic. Larry Amilcar Andrade Abularach</i>	Secretario General

Autoridades Facultad de Arquitectura y Diseño

<i>MA Arq. Cristian Vela Aquino</i>	Decano
<i>MA Arq. Victor Leonel Paniagua</i>	Vicedecano
<i>Arq. Alice María Becker</i>	Secretaria
<i>Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas</i>	Director Depto. de Arquitectura
<i>Lic. Jorge Alfredo Rossi Lorenesi</i>	Director Depto. de Diseño Gráfico
<i>MDI Hernán Ovidio Morales Calderón</i>	Director Depto. de Diseño Industrial

Terna que practicó la defensa privada de tesis

<i>Licda. Patricia Villatoro de Paz</i>	Área de investigación
<i>Licda. Lisa Quan</i>	Área de estrategia creativa E
<i>Licda. Karin Abreu</i>	Área de construcción de portafolio

Dedicado a

A mi familia, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible,
gracias por todo el apoyo, ayuda y ánimo
que aun recibo de ustedes... Priceless,
los quiero mucho.

A mis amigos que estuvieron en las buenas y en las malas,
en los coffee breaks en McCafé y en las desveladas horrendas.
Thanx for all the help dudes.

Al Joe y al Max, gracias por hacerme compañía you guys.

Al CFP "Don Bosco" gracias por la confianza.

Y por último al café...
No hay palabras.

The more you praise and celebrate your life,
the more there is in life to celebrate.

Oprah Winfrey

WOO HOO!

abstract

El presente proyecto de diseño tubo como propósito, ayudar a un proyecto de solidaridad, el cual no contará con los recursos económicos suficientes.

Para este proyecto en particular se decidió trabajar con el Centro de Formación Profesional "Don Bosco" también conocido como CFP "Don Bosco".

Este centro fue creado por la comunidad salesiana de la Parroquia la Divina Providencia de la zona 8 de Guatemala en el año 1979, donde se capacitan de forma integral jóvenes en diversas áreas técnicas como Carpintería, Electricidad Domiciliar, Soldadura Industrial, Herrería, Mecánica de Torno, Reparación y Mantenimiento de Computadoras.

En adición a los cursos técnicos, reciben un programa formativo que incluye: La educación en principios

y valores, así como orientaciones individuales de carácter Psicológico por parte del equipo profesional del centro. También se trata de ayudar a los jóvenes en la obtención de empleo.

En este proyecto se detectó que para que el CFP "Don Bosco" pudiera sufragar sus gastos de operación, era indispensable crear un vínculo de solidaridad entre personas individuales o empresas que pudieran estar interesadas en hacer una donación. Por lo que también se detectó que hacía falta informar de manera eficiente acerca de la propuesta educativa del CFP "Don Bosco", así como de los problemas económicos que enfrentan y de sus diferentes modalidades para realizar donaciones.

Por lo tanto para este proyecto se decidió diseñar

un material informativo/promocional que ayudara a solucionar lo anteriormente mencionado.

Entre los puntos que abarca este proyecto de diseño, se encuentran la importancia de saber manejar el programa de identidad de un cliente, buscar diferentes alternativas de diseño para poder sensibilizar y crear vínculos de solidaridad que logren beneficiar al cliente. Así como buscar nuevas alternativas de diseño, para poder plasmar el concepto de diseño en cada uno de los materiales a diseñar.

Por último se puede decir, que este proyecto pretende enriquecer el conocimiento de los diseñadores gráficos que desean conocer como se lleva a cabo el desarrollo de materiales que ayuden a generar donaciones para un cliente o entidad.



Pág. 13

1
introducción
pág. 1

2
identificación de la necesidad de diseño
pág. 2

3
objetivos de diseño
pág. 3

4
marco de referencia
pág. 4

5
contenido teórico de diseño
pág. 9

Contenido

5.1
información general del cliente
pág. 9

5.2
área de diseño
pág. 10

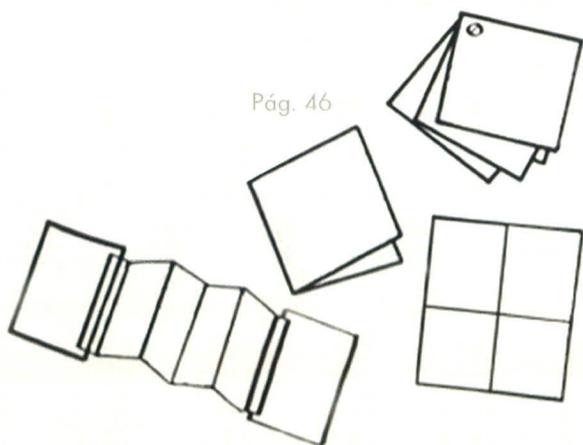
6.1
perfil demográfico
pág. 17

6.2
perfil psicográfico
pág. 18

6
definición del grupo objetivo
pág. 17

Contenido

continuación



7

proceso de conceptualización
pág. 19

7.1

concepto central
pág. 24

8

contenidos del material gráfico
pág. 25

8.1

contenido de texto
pág. 25

8.2

contenido gráfico
pág. 26

9

medios y formas de distribución
pág. 29

9.1

estrategia de implementación
pág. 29

9.2

descripción de cada pieza
pág. 30

10

bocetaje
pág. 32

10.1

propuesta preliminar
pág. 67

Contenido

continuación



Pág. 113

14
conclusiones y recomendaciones
pág. 92

15
bibliografía
pág. 94

16
anexos
pág. 98

11
contenidos del material gráfico
pág. 69

12
propuesta final y fundamentación
pág. 77

13
producción y reproducción
pág. 88

13.1
especificaciones técnicas para el
desarrollo de las piezas
pág. 88

13.2
informe técnico que acompaña los
archivos digitales para imprenta
pág. 90

13.3
presupuestos de diseño y de impresión
pág. 91



introducción

Para muchos Centros de Formación Profesionales la obtención de ingresos que reciben no son suficientes para su supervivencia y funcionamiento. Es por ello que gran parte de sus ingresos proceden de fuentes como subvenciones y convenios con la Administración pública, así como también de donaciones monetarias privadas, bien sean procedentes de particulares o de empresas.

Éste trabajo tiene como finalidad, apoyar un proyecto de solidaridad que no cuente con muchos recursos económicos, desarrollando para éste una propuesta gráfica que le ayude a llevar a cabo el

fin de su proyecto. En éste caso se decidió trabajar con un Centro de Formación Profesional, debido a que la labor que desempeñan beneficia mucho a la sociedad guatemalteca.

Antes de empezar la propuesta gráfica que ayudaría a solucionar el problema, se investigaron temas que enriquecieran y aportaran al trabajo, como el concepto de solidaridad y Centro de Formación Profesional, entre otros.

Para la realización de éste trabajo la mayor limitante fue el presupuesto, ya que debía llegarse a

soluciones novedosas, sin que éstas acrecentaran el presupuesto a niveles que el proyecto de solidaridad en el que se trabajó, no tuviera alcance.

Sin embargo se llegaron a resultados bastante positivos y beneficiosos, para todas las personas involucradas en el proyecto y a su vez se pudo comprobar lo mucho que el diseño gráfico puede aportar a la sociedad.

02

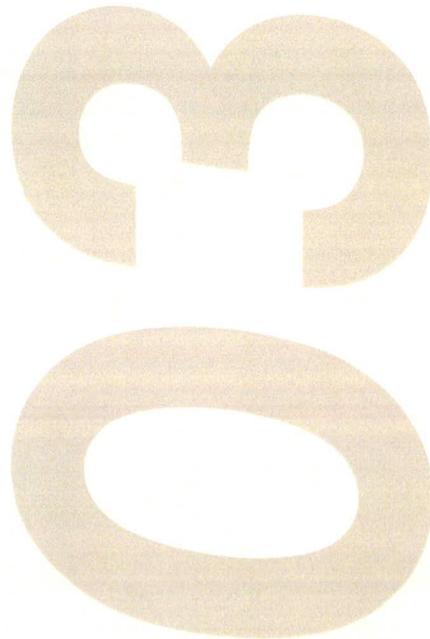
identificación de la necesidad de diseño

El Centro de Formación Profesional "Don Bosco", ha detectado que para sufragar los gastos de operación del centro, es indispensable crear un vínculo de solidaridad entre personas individuales o empresas que puedan estar interesadas en hacer una donación.

Por lo anteriormente mencionado, se ha detectado que hace falta informar de manera eficiente acerca de la propuesta educativa del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", así como de los problemas económicos que enfrenta y enfatizar en las diferentes modalidades en las que se pueden realizar donaciones.

objetivos de diseño

1 Diseñar un material informativo/promocional que facilite la sensibilización sobre los problemas que posee el Centro de Formación Profesional "Don Bosco" para sufragar sus gastos de operación y de las diferentes maneras en que se pueden realizar donativos, dirigido a ex alumnos de ambos sexos comprendidos entre los 30 a 50 años, así como también a empresas que puedan estar interesadas.



04

marco de referencia

:: Solidaridad ::

Concepto de solidaridad

Para La enciclopedia libre Wikipedia (2006), el término solidaridad no debe confundirse con el de justicia, que se basa, bien en la equidad, bien en la legalidad, pero, en todo caso, manteniendo la relación social pre-establecida. Tampoco se puede confundir con el concepto de caridad, que se ofrenda voluntariamente, a quien se considera más necesitado de ella que uno mismo. Por el contrario la solidaridad une a los que se consideran

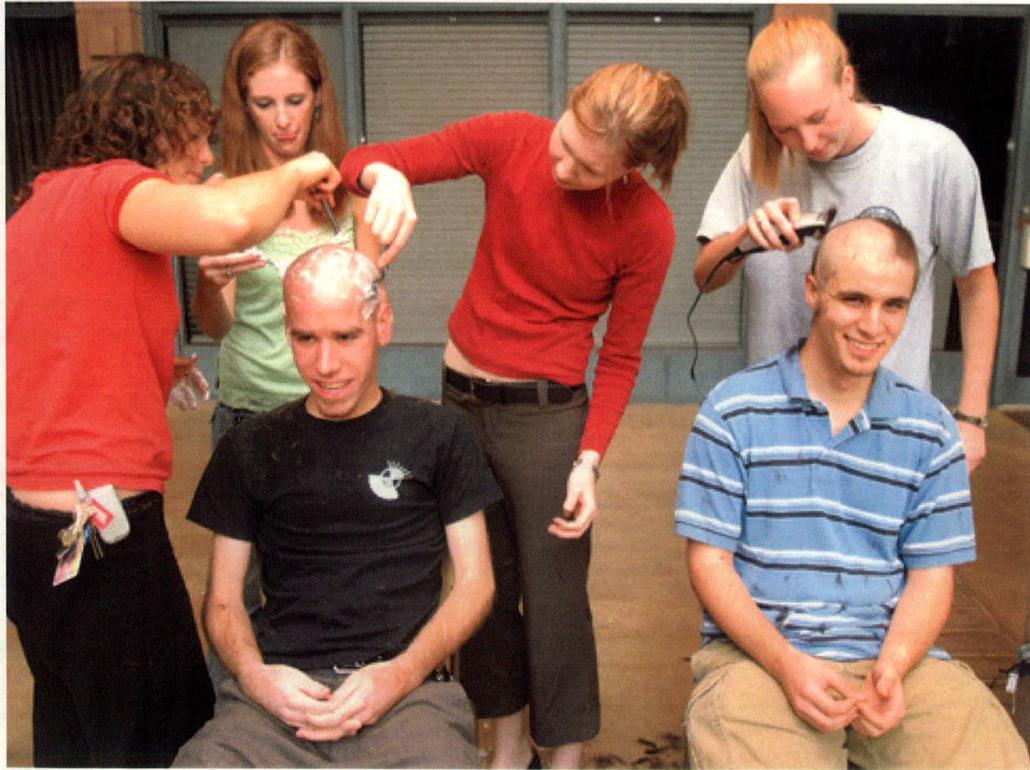
que se benefician de sus propias acciones, a los que se consideran afectos por los mismos problemas, luchando por iguales intereses. La solidaridad es una relación entre seres humanos, derivada de la justicia, fundamentada en la igualdad, enriquecida por la caridad, en la cual uno de ellos toma por propias las cargas de el otro y se responsabiliza junto con éste de dichas cargas.



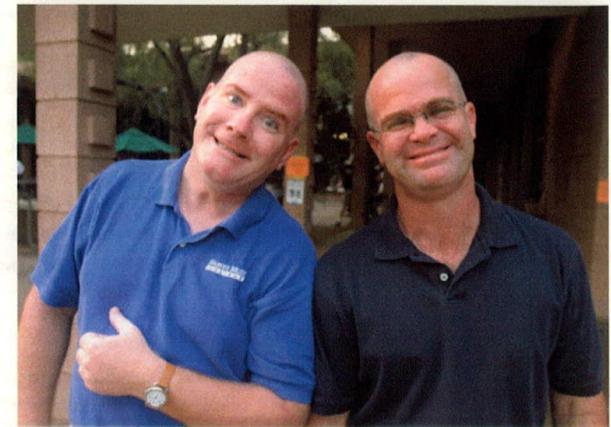
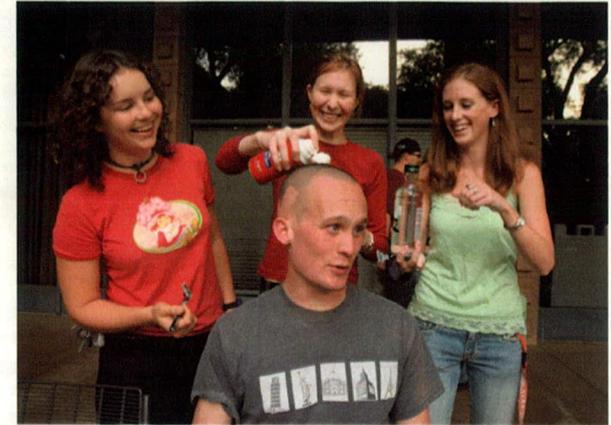
Imagen de solidaridad

¿Qué es un acto solidario?

Según Vargas (2006), en su artículo Solidaridad menciona que la verdadera solidaridad, es aquella que está llamada a impulsar 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 de la dignidad del ser humano, que pertenece a la realidad 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.



Ben Fogelson, al anticipar su caída de pelo, se rasuro la cabeza, debido a que fue diagnosticado con un linfoma. En las fotografías aparecen los alumnos y autoridades del Harvey Mudd College rasurándose sus cabezas, en un acto de solidaridad hacia su compañero. En el cual dejaban hacerle saber que sus pensamientos estaban con el y que esperaban con ansias su pronta recuperación.



:: Donación ::

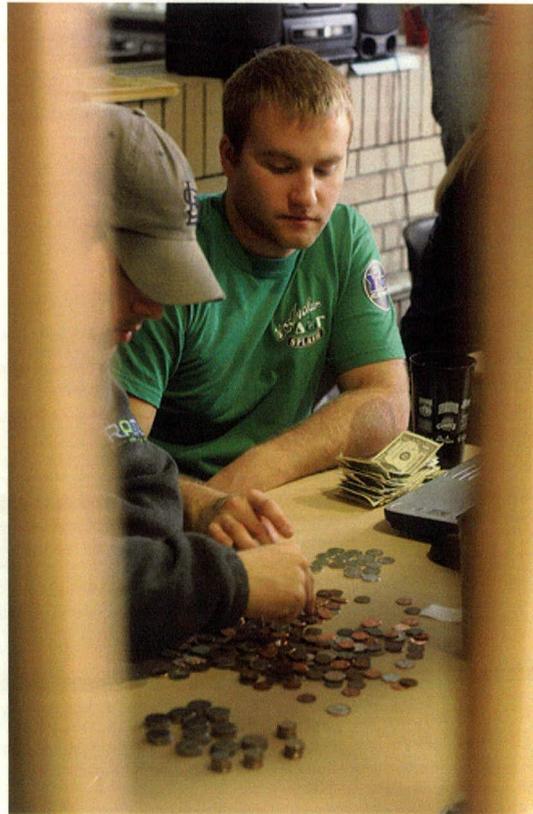
La enciclopedia libre, Wikipedia (2006), afirma que una donación es la acción de dar fondos u otros bienes materiales generalmente por caridad. En algunos ordenamientos jurídicos está regulada como un contrato.

Las personas pueden optar por donar partes de sus cuerpos, como órganos, sangre o esperma.

Muchas organizaciones sin fines de lucro tienen como principal fuente de financiamiento las donaciones de los interesados. Algunos ejemplos de esto son organizaciones de ayuda social (internacionalmente UNESCO y UNICEF), de preservación del ambiente (WWF y Greenpeace) e instituciones religiosas (Diezmo). Muchos proyectos de software libre, incluyendo el proyecto GNU, son financiados de ésta forma. Instituciones dedicadas a la preservación cultural, como museos, bibliotecas o zoológicos, a menudo reciben donaciones de bienes relacionados con sus temas de interés. Por ejemplo, un museo de historia puede recibir en donación un documento antiguo perteneciente a los descendientes en vida de algún personaje histórico. Así mismo, las bibliotecas suelen recibir donaciones de libros de editoriales, embajadas o individuos. Las donaciones van de microdonaciones de individuos a grandes donaciones de empresas interesadas.

Clases de Donación

- Donaciones Materiales:
 - Donación de bienes muebles
 - Donación de bienes inmuebles
- Donaciones Biológicas
- Donaciones Monetarias



El miembro Tim Bolhafner del comité de dirección de Rockin' Against Multiple Sclerosis, cuenta donaciones monetarias después del evento que buscaba informar sobre la esclerosis múltiple.

Tipos de Donación

- **Donación Pura**
Es aquella que se otorga en términos absolutos.
- **Donación Condicional**
Es la que depende de un acontecimiento incierto.
- **Donación Remuneratoria**
Es aquella que se hace en atención a servicios recibidos por el donante y que este no tiene la obligación de pagar.
- **Donación Onerosa**
Consiste en la imposición de gravámenes a la donación realizada.
- **Donación Mortis Causa**
Es aquella que esta suspendida a un término, la muerte del donante y generalmente, se equipara a un legado o herencia.
- **Donación entre cónyuges o consortes**
Son aquellas que hace un cónyuge a favor del otro.
- **Donaciones prenupciales, antenupciales o por causa de matrimonio**
Son aquellas hechas entre los futuros cónyuges o algún tercero en consideración al matrimonio.

:: Construcción ::

La enciclopedia libre, Wikipedia (2006), sostiene que el uso más habitual del término construcción se refiere al arte o técnica de fabricar edificios u obras públicas. En un sentido más amplio se denomina construcción a todo aquello que exige, antes de hacerse, tener o disponer de un proyecto o plan predeterminado, o que se hace uniendo diversos componentes según un orden determinado. Como ejemplos tenemos: las construcciones sintácticas o gramaticales, las construcciones musicales, las construcciones mentales, etc. Consecuentemente, la palabra construcción se usa en diversas disciplinas, tanto científicas, técnicas o aplicadas como en las humanidades: la gramática, la pedagogía, la psiquiatría, la teoría del arte, etc.



Imagen de una construcción

:: Sensibilizar ::

Océano Uno (1991) asegura que sensibilizar es: Acrecentar la sensibilidad de personas o cosas. Hacer consciente a una persona de los problemas colectivos de tipo cultural, político, social, etc.

- Hacer sensible o más sensible.
- Representar alguna cosa de forma sensible.
- Despertar sentimientos morales, estéticos, etc.

:: Centro de formación profesional (CFP) ::

Según la Fundación de Educación y Capacitación para los Trabajadores de la Construcción (2006) señalan que los Centros de Formación Profesional presentan cursos certificados por las jurisdicciones correspondientes. La modalidad de los cursos es regular y se desarrollan de acuerdo a un ciclo.

Según Fe y Alegría (2006), la misión de estos CFP, es la formación de jóvenes y adultos para su incorporación en el mundo laboral. Esto se logra por medio de una enseñanza liberalizadora conformada por valores y por educación técnica profesional.

:: Educación salesiana ::

Según Catholic.net (2006) la educación salesiana es una organización internacional de hombres y mujeres entregados totalmente al servicio de los jóvenes, especialmente a los más pobres y necesitados. Su punto clave es el "Desarrollo de los Recursos de la Juventud" a través de la educación y la evangelización. Ya que creen que su entrega total hacia los jóvenes es su mejor regalo a la sociedad.

Esta organización fue fundada por San Juan Bosco, un santo-educador italiano del siglo XIX. Y

ahora su ideología se encuentra presente en 128 naciones alrededor del mundo. San Juan Bosco poseía una inteligencia aguda y su sentido común y profundo sobre la espiritualidad, le llevaron a crear un sistema de educación capaz de desarrollar a la persona en su totalidad –cuerpo, corazón, mente y espíritu.

A fin de distinguir su método del sistema educativo de represión vigente en Italia en el siglo XIX, dio a su nuevo método el nombre de sistema "preventivo" porque busca la manera de poner al niño en un entorno en el cual él/ella se ve capaz de ser lo mejor que uno puede ser. En una manera

agradable, amable e integral de abordar la educación.

Creo un clima capaz de salir de adentro (edu-rece) lo mejor de cada niño, que le predispone a mostrarse claramente tal y como es, que ayuda al joven en la adquisición de hábitos que le permitirán optar por todo lo que en la vida es bueno, saludable, alegre y prometedor.

Imágenes de la educación salesiana, de un centro de formación profesional en Kosovo.



BO

contenido teórico de diseño



:: Centro de formación profesional "Don Bosco" ::

Según "Trifoliar del CFP Don Bosco" (2004), indica que El Centro de formación profesional "Don Bosco" fue creado por la comunidad salesiana de la Parroquia la Divina Providencia de la zona 8 de Guatemala en el año 1979, donde se capacitan de forma integral jóvenes en diversas áreas técnicas.

Los cursos que imparten en la actualidad:

- Carpintería
- Electricidad Domiciliar
- Soldadura Industrial
- Herrería
- Mecánica de Torno
- Reparación y Mantenimiento de Computadoras

La propuesta educativa salesiana en estos talleres incluye la capacitación técnica para el trabajo, basada en la formación humana integral de la persona. Por ello todos los alumnos de los talleres, en adición a los cursos técnicos, reciben un programa formativo que incluye: La educación en principios y valores, así como orientaciones individuales de carácter Psicológico por parte del equipo profesional del centro. También se trata de ayudar a los jóvenes en la obtención de empleo.

Misión:

"Somos una comunidad Educativa-Salesiana, con excelencia académica y humana, integrados a la sociedad a través de los principios y valores inculcados por la doctrina de San Juan Bosco. Brindando una sólida formación socialmente responsable y voluntad transformadora".

Visión:

"Brindar una formación de calidad, modelo a nivel nacional, favoreciendo el desarrollo integral de los jóvenes, mediante una sólida capacitación cultural, científica y tecnológica, basada en los

principios y valores cristianos en búsqueda de la realización personal y la salvación espiritual. Permitiéndoles que a través de una vivencia cristiana sean protagonistas de su propia historia, comprometidos en el logro de una sociedad más justa y solidaria".

5.2

Área de diseño

:: Material Informativo ::

Según Castillo (2005), parte de las actividades asociadas a la transformación de conocimiento en información suponen la construcción de materiales que son válidos en función de su contenido y a las personas a quienes se dirige. El Material Informativo cubre actividades como la selección, la organización conceptual de información, escrita, edición y diseño. A menudo estas actividades se tratan desde el campo del diseño que puede ser definido para su uso o acceso por otras personas.

El material informativo es:

1. Es un medio esencial mediante el cual la organización expresa, comunica sus valores, contiene información procesada y sirve para potenciar la comprensión.
2. Es un material en el que se deposita conocimiento para su comunicación.
3. Difunde un nuevo conocimiento.
4. Un medio para transformar el conocimiento explícito en implícito.
5. Un medio para conseguir beneficios intangibles.

Los contenidos del material informativo se determinan a partir de un proceso de reducción que hace el facilitador conjuntamente con el diseñador gráfico, de toda la información que desea hacer llegar a un grupo objetivo sobre un tema, actividad o proceso determinado.

Castillo (2005), afirma que el material informativo va ampliando los conocimientos a medida que el tema se va desarrollando. Esto implica que el tema, actividad o proceso a desarrollar debe ser dominio del facilitador. En principio el facilitador debe aportar los conceptos, las definiciones, las fórmulas, los signos, las ilustraciones, los procesos, las instrucciones y los contenidos. El material informativo debe constituir una estructura progresiva y jerarquizada de información, para que de esta manera el contenido del material informativo no sea desintegrado o aislado.

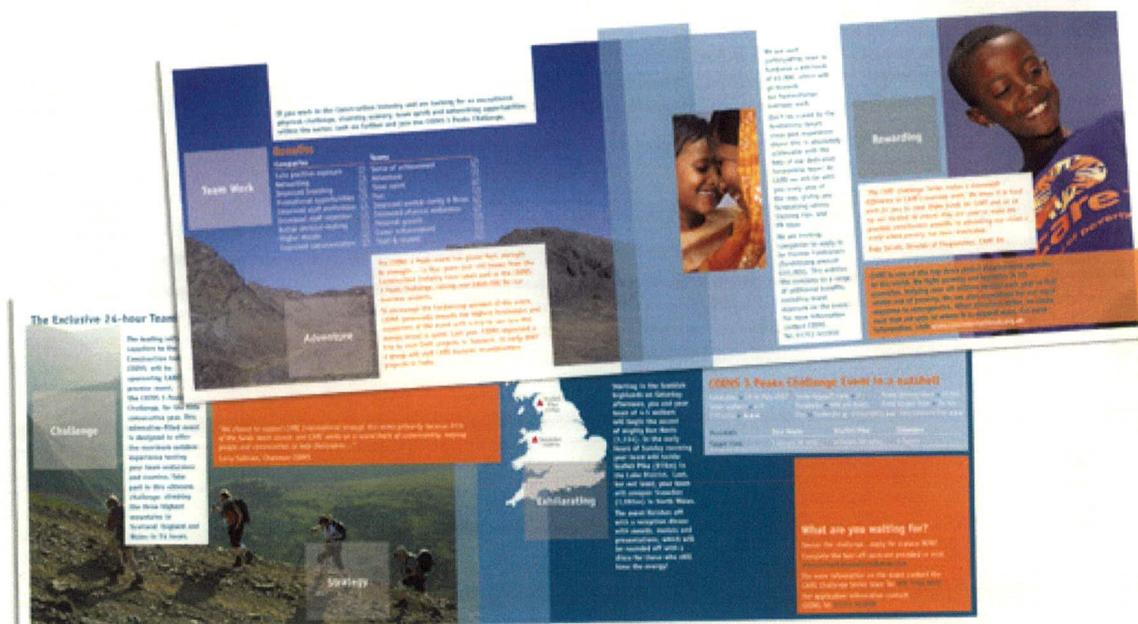
Características de un material informativo:

1. Debe ser diseñado teniendo en cuenta no sólo los aspectos o consideraciones epistemológicas o científicas de lo que se imparte, sino también las características del grupo objetivo. Ello implica identificar y analizar los prerequisites de conocimiento previo que debe poseer el grupo objetivo.

2. El material debe propiciar y ofrecer las pautas y guías para que el grupo objetivo construya y elabore por sí mismo el conocimiento que debe adquirir, que cuestione las ideas o conceptos que se le ofrecen.
3. El material debe responder a un modelo o proceso constructivista del conocimiento.



Folleto informativo de Hobsons diseñado para comunicar su locación en Europa y la manera en como ellos trabajan



Folleto informativo de CARE International, diseñado para dar a conocer sobre un evento de recaudación de donaciones

4. El material debe cuidar su diseño, deben resultar atractivos para el grupo objetivo y su utilización debe de ser intuitiva.
5. La selección del contenido y de las formas de presentarlo debe partir y tener en cuenta los conocimientos, capacidades y habilidades previstas que posee el grupo objetivo.
6. Debe integrarse y responder a las necesidades.

Reglas para los contenidos de material informativo:

- Los contenidos del material informativo deben de ser interesantes y ampliar los conocimientos sobre el tema tratado.
- Deben ser seleccionados en función de las necesidades e intereses del grupo objetivo.
- Deben evidenciar lo esencial del tema.
- Las actividades deben establecer una comunicación que provoque una respuesta activa.
- El contenido debe hacer referencia a la realidad.
- El recurso motivador debe ser adecuado a la edad para que resulte atractivo.

Diseño de material informativo:

Castillo propone que para diseñar material informativo hay que manejar bien la información que se quiere comunicar al grupo objetivo. El tratamiento desde la forma se refiere a los recursos expresivos que se cambian con el material. La forma de expresión del contenido; cuando más bella y atractiva sea más se acercarán los destinatarios al contenido y fácilmente se identificarán con él. La clave es el atractivo que ejerza y la vinculación que logre con el destinatario.

El materia informativo debe enriquecer el tema y los conocimientos, hacer comprensible el texto, establecer un ritmo, dar lugar a sorpresa y lograr variedad en la unidad, para que la lectura no sea aburrida.

FIBER, WATER, ENERGY.

These are the most fundamental elements of the paper-making process. They are also the key factors that determine paper's overall environmental impact. At Fox River Paper Co., we focus on each of these areas in order to offer our customers a comprehensive ecological solution: the highest quality uncoated paper made in a responsible manner with materials and energy sources that minimize the environmental impact.

As you choose paper for your corporate communications, you can take several key actions to minimize the environmental impacts with the paper you use:

- 1 Maximize post-consumer recycled fiber.**
 Post-consumer fiber comes mostly from municipal and office recycling programs — not directly from forests. By using paper with a high percentage of post-consumer fiber, you can reduce the demand for virgin pulp and thus reduce pressure on forest ecosystems.
 Fox River Paper Co. is an industry leader in manufacturing recycled papers. Since the early 1990s, we have continuously increased the level of post-consumer waste in our papers. We currently make more than 200 different colors and finish combinations containing post-consumer fiber, representing nearly 70% of our offerings. These sheets range from 20% to 100% post-consumer recycled content.

WATER ENERGY PAPER

The Nature of Paper (La naturaleza del papel) folleto informativo de Fox River Paper's es una descripción informativa sobre las acciones que los diseñadores pueden tomar para hacer un impacto positivo.

Tipos de material informativo:

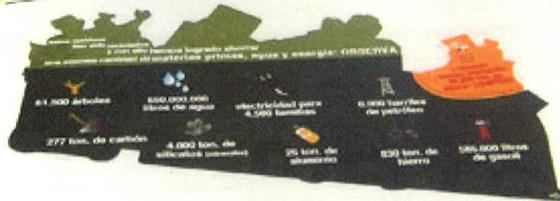
Volantes:

Los volantes deben de contener la información más relevante y concisa, ya que no se cuenta con mucho espacio y además mediante este se comunica una información rápida. Siempre utilizar elementos gráficos, colores, tipografía que se complementen con la información, así el receptor retiene la información.

Afiches:

Al igual que los volantes, los afiches informativos deben contener la información más relevante y concisa, ya que no se cuenta con mucho espacio y además mediante éste se comunica una información rápida. Siempre utilizar elementos gráficos, colores, y tipografía.

Volante informativo de EPREMASA, que habla sobre el ahorro de materias primas que se han tenido gracias a los contenedores de recogida selectiva



Carteles:

Los carteles informativos deben contener la información más relevante de lo que se quiere comunicar, mediante éste se comunica una información educativa o de instrucción. Utilizar ilustraciones que se relacionen con el contenido para retener la información. Con los colores lograr contrastes para que sea más llamativo para el receptor.

BEATING FATIGUE

An extra-long workday, the occasional sleepless night or a strenuous day of sports can cause anyone to feel dog tired. Fatigue is a common health complaint. It is sometimes caused by an underlying medical condition but is more often related to other factors you can control.

5 WAYS TO FIGHT FATIGUE

- 1 Eat for all-day fuel.**
Choose fresh fruits, vegetables and whole grains — all are rich in nutrients needed for energy. Avoid sugar, refined carbohydrates and caffeine, which can produce rapid spikes in blood sugar and result in low energy later on.
- 2 Adopt a regular bedtime.**
Renew yourself with enough sleep. Seven to 9 hours a night daily, even an extra hour of sleep can significantly boost energy. Can't sleep well? Try maintaining set times for going to bed and getting up.
- 3 Set a reasonable pace.**
To balance your energy and manage your time, make a daily to-do list to set priorities. Respect your limitations and avoid pushing yourself to the point of exhaustion. Daily relaxation can renew your energy and boost your spirits.
- 4 Stay hydrated.**
Mild dehydration can make you feel tired and frazzled. Be sure to drink a 8-16 large glasses of water every day, more on hot weather or when exercising. Don't use thirst as your guide. Your body needs fluids even if you don't feel parched.
- 5 Exercise moderately every day.**
Daily exercise may seem difficult at first if you feel tired, so increase your effort gradually. Physical activity builds strength and stamina. Aim for 30-60 minutes of moderate physical activity most days of the week. Can't exercise every day — walk more, try yoga, lift weights while watching TV, just get moving.

Common Causes of Fatigue
Many environmental factors, whether temporary or ongoing, may sap your energy:

- Sleep deprivation
- Lack of physical activity and fitness
- Maple-leaf-like changes
- Poor nutrition or alcohol abuse
- Certain medications
- Excessive work and stress
- Intense mental work

When to Seek Medical Attention
If fatigue is accompanied by fever, weight loss, other signs of illness or unexplained muscle weakness or is severe, persisting beyond two weeks. Try to keep a record of the circumstances of your fatigue. How long have you had it? Did it develop suddenly or gradually? Have you changed medication, diet or other routines? You may still find that your fatigue is the result of overcommitting yourself.

Cartel informativo de Oakstone Wellness Publishing, diseñado para informar a empleados sobre cómo prevenir la extrema fatiga.

Desplegables:

El contenido es bastante extenso, ya que el tamaño puede ser opcional, siempre utilizando troqueles de uso fácil, para que el receptor no tenga ninguna complicación con el material.

Afiche/desplegable informativo, diseñado para promover la ambulancia de St John (St John Ambulance) a la juventud comprendida entre los 5 a 25 años de edad.

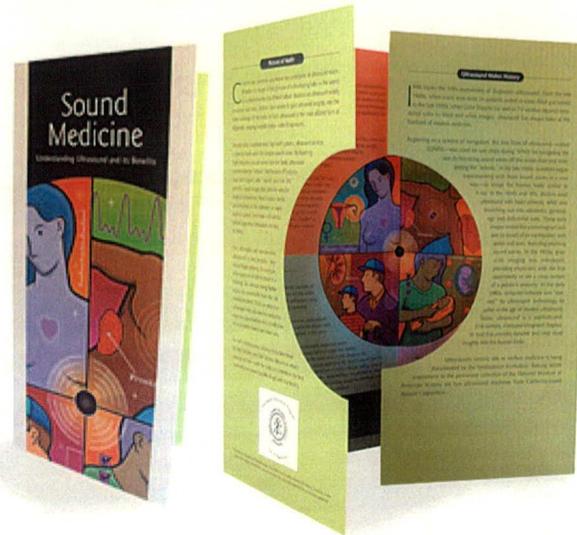


Folletos:

En folletos, bifoliales o trifoliales el contenido es más extenso, mayormente se utilizan fotografías que estén ligadas a la información que contiene. El diseño de la portada debe ser diagramada utilizando adecuados ejes de diagramación o retículas, ya que tiene que existir jerarquía entre los elementos, creando así un material visualmente atractivo.

Carpetas:

En la elaboración de una carpeta informativa, puede contener una cantidad de texto considerable, es un material presentable, lo cual hace que el receptor tome la información de manera más personal. En este material la portada es un espacio muy importante, ya que es el que da la presentación a la información que contiene el interior.



Folleto diseñado por Donohue Design para el cliente Acuson/Siemens

:: Campaña por correo directo ::

Según Castillo (2005), cuando se envía un correo directo, lo hace con la intención de comunicar algo. Una buena comunicación se compone de emisor, receptor, mensaje, medio y retroalimentación. Un mensaje de correo directo deberá tener los mismos componentes. En la medida en que seleccione cada componente de manera cuidadosa e inteligente, su campaña tendrá más éxito. Por ejemplo, en una campaña: el emisor es la empresa o unidad de negocios que busca comunicar la oferta; el receptor es el cliente que recibirá dicha carta; el mensaje es la carta en sí; el medio es el papel, o Internet, o el artificio por el cual se envíe; y la retroalimentación es la contestación que el cliente nos da, ya sea de compra o de interés. Finalmente, usted deberá tener un objetivo de la comunicación. Lo que usted espera que pase después de hacer la campaña, ese es el objetivo.

El objetivo de una campaña de correo directo, puede ser diverso: desde vender algún artículo, hasta avisar de un cambio de domicilio. Es el punto más importante de todo correo directo: el objetivo. Si no tenemos claro hacia a donde vamos, nunca podremos llegar ahí. Una vez que definamos el obje-

tivo, debemos saber también, cual será el impacto de dicha campaña respecto a las utilidades de la empresa. Si va a iniciar una campaña de correo directo, es importante que lo primero que haga sea poner su objetivo en blanco y negro. Recuerde que su objetivo debe contestar a las preguntas de quién, cómo, cuándo, cuánto, por qué, y dónde.

Dentro del objetivo, deberá saber si lo que quiere es un envío único o una serie de envíos. Por ejemplo, si quiere notificar su cambio de dirección, bastará un solo envío. Sin embargo, si lo que busca es que le compren, o más aun ganar clientes permanentes, un solo envío no será suficiente. Deberá planear si envía primero una carta de presentación corporativa, después una relación de las unidades de negocio o servicios que preste la empresa y finalmente una oferta.

Su envío deberá ir dirigido a la persona correcta. La selección de los receptores de sus cartas también es importante. La consistencia de la base de datos empleada, es uno de los puntos más importantes. Las bases de datos de nombres de contactos, deberán estar actualizadas, contener información relevante para la selección del subgrupo al cual le será enviado el correo.

El mensaje es todo lo que envía en el sobre. Su diseño deberá ser claro y directo; equilibrar texto y gráficas; presentar los beneficios más que las características. Su mensaje deberá captar la atención de sus clientes potenciales, después crearles un sentido de urgencia por contestar y finalmente, facilitarles la contestación. Las ofertas que presente, beneficios, precios, etc. Deberán de ser ciertos, de lo contrario perderá los clientes que ganó con la campaña.

El medio será el documento por el cual se envía la comunicación. Hasta hace algunos años había sido el servicio postal o mensajería. Ahora se cuenta con el correo electrónico.

Finalmente la retroalimentación es lo que el cliente contesta, de manera directa o indirecta. Por ejemplo, si usted envía un correo directo para notificar u cambio de domicilio, el hecho de que el cliente cambie sus datos en su agenda será su retroalimentación. Por otro lado si envía una oferta, el hecho de que el cliente le llame para pedirle el artículo que está ofreciendo, esa será su retroalimentación.

:: Campaña por correo electrónico ::

Gordon y Turner (2006) proponen consejos para ayudar a crear campañas por correo electrónico exitosas.

Según Turner los días en los que alguien abrirá todo su correo electrónico por la novedad ya han pasado. Algunos de sus clientes reciben más de 250 mensajes al día. Cuando se manda un mensaje, el asunto debe gritar ¡Ábrame! . Al enviar una solicitud de correo electrónico o un boletín de noticias, el asunto y el nombre del remitente deben identificar instantáneamente que el correo electrónico proviene del cliente, o de una fuente reconocible. Hay que crear un asunto que incluya un beneficio y que se relacione específicamente con su oferta, para que de ésta manera el mailing



Correos directos
diseñados por Dunning Group

sea exitoso. Uno de los errores más habituales, es la ausencia de petición de respuesta al cliente. Independientemente del objetivo de su campaña, siempre debe articular claramente lo que se desea que hagan los destinatarios con su mensaje. En marketing, esto se denomina "llamada a la acción".

Gordon señala que ninguna solicitud por correo electrónico puede tener éxito salvo que responda a la pregunta más importante que se hace todo futuro cliente: "¿Qué hay aquí para mí?" Responder correctamente a esto influye en el modo en el que los lectores responden a su llamada a la acción. Gordon recomienda varios

pasos antes de escribir el correo: en primer lugar enumere los modos en los que su producto o servicio ayudarán al destinatario. Estos serán los beneficios centrales así como todos los aspectos de su correo, incluyendo la oferta principal o "gancho", con la que debe relacionarlos.

También recomienda que comience el correo con un gancho fuerte, la parte más importante de su correo, que sea lo suficientemente provocativo para motivar a los lectores a que continúen. Turner afirma que hay que procurar que esta zona sea la más convincente de todo el mensaje. Luego para obtener los mejores resultados, se debe asegurar que la parte central de la solicitud contenga todo

lo que los destinatarios necesitan para beneficiarse con la oferta que se ofrece. Para finalizar se debe cerrar con una llamada a la acción que le diga al lector lo que debe hacer a continuación, junto con los hipervínculos que le permitan hacerlo.

Turner indica, que un correo corto no vende y una copia larga pierde al lector. Por lo tanto lo mejor es obtener un buen formato y legibilidad del correo, para así poder ofrecer toda la información que solicitan los lectores.

Reglas para el contenido de un correo electrónico:

Evitar la jerga:

Nadie entiende la frase "Nuestra arquitectura de tecnología de vanguardia habilita la diversidad funcional a través de una mejor integración de los equipos antiguos". Es mejor decir, "Le conectamos con el resto del mundo".

Eliminar palabras innecesarias:

Cada palabra acarrea su propio peso o arrastra al resto de un buen correo con ella.

Utilizar frases y párrafos breves:

Limitar largos párrafos a por lo menos tres frases o incluir párrafos de tres palabras solamente para ver el efecto que tienen.

Utilizar subtítulos y viñetas:

El correo electrónico consiste en llevar valor de entrega rápidamente y no escribir excelentes prosas, por lo tanto se aconseja el utilizar subtítulos o viñetas en el contenido.

Correos electrónicos de Apple "Find the perfect gifts for your Dad or Grad" (Encuentra el regalo perfecto para tu papá o graduando) y de Hallmark Gold Crown "Move Dad, Make Some Noise this Father's Day" (¡Muevete papá, haz ruido este día del padre!).

06 **definición del grupo objetivo**

6.1

Perfil demográfico

El perfil demográfico está conformado por personas de una edad comprendida entre 30 a 50 años, de ambos sexos de nivel socioeconómico Medio Alto C1. Son ex alumnos salesianos, que según el Boletín Salesiano Don Bosco en Centroamérica (2006), son todos aquellos que fueron estudiantes de un colegio salesiano o que

frecuentan una obra, una iglesia o parroquia o aquel que colabora en un oratorio salesiano.

La mayoría de los ex alumnos provienen de las grandes casas de formación con misión salesiana que existen en Guatemala, entre las que se encuentran en la capital, está la Universidad Mesoamericana que nació como la segunda Universidad Salesiana en Centroamérica, el Colegio Salesiano Don Bosco y su anexo el Instituto María Auxiliadora y por último el Colegio Infantes.

Vásquez (2007), describe a los ex alumnos, en especial a los que pertenecen a la asociación de antiguos alumnos de Don Bosco, como personas

que a menudo son profesionales de alto nivel. Entre las carreras que éste grupo ejerce, están la ingeniería, la docencia, administración, psicología y arquitectura.

Según PRODATOS (2003), (ver anexo #1) entre las ocupaciones que ejercen estas personas también están las de: supervisores, jefes, administradores y técnicos especiales. La mayoría de los hombres son considerados los jefes del hogar y poseen ingresos mensuales de 23,500 Quetzales. En sus hogares poseen un promedio de 3 habitaciones con teléfono, televisión por cable y computadora con instalación a Internet. Éstas personas poseen celular y vehículo propios.

6.2

Perfil psicográfico

Según el Boletín Salesiano Don Bosco en Centroamérica (2006), estas personas están comprometidas en trabajos de voluntariado, en los oratorios, en trabajo pastoral de los jóvenes, en el deporte y en la educación en el campo social y político. Se sienten comprometidos con sus familias, en la escuela, en las comunidades en las que viven, no sólo como simples oficiales o empleados, más bien como personas libres asociadas, para poder defender y poner en práctica los valores humanos recibidos durante su formación salesiana.

Vásquez (2007), describe a la asociación de Antiguos Alumnos de Don Bosco, como una agrupación, generosa y activa que suple la carencia de vocaciones y fondos de los jóvenes. (entrevista personal, Mayo 26, 2007).

Para Checchi (2007), un ex salesiano debe ser un Don Bosco de hoy y debe buscar a través de su persona a muchos jóvenes para que así puedan encontrarse con Cristo. Un ex salesiano no hace distinciones artificiales, sino que toma a los jóvenes, con sus carencias, necesidades, derechos y aspiraciones y sueña con su promoción

integral y se esfuerza para que él se convierta en un ciudadano honrado y buen cristiano. Estas personas se rodean de numerosos colaboradores: hombres y mujeres, eclesiásticos y seculares, ya que creen que la unión multiplica las fuerzas.

Martínez (2007), afirma que la formación de los ex alumnos salesianos estuvo rodeada de un ambiente rico en valores y que el edificio de su vocación salesiana al final del día, corre por cuenta propia.

Según Jinesta (2007), aprecian sobre todo el espíritu de alegría y de la apertura a la gente en un ambiente familiar.

Según la herramienta para conocer al grupo objetivo (ver anexo #2), son personas que posee una activa participación en la vida de la Iglesia, también entre las actividades que realizan en su tiempo libre están: el ver televisión, practicar deportes, ir al cine, participar en obras sociales, visitar centros comerciales y restaurantes.

Son personas que se consideran el tipo de lectores que leen a profundidad, pero a su vez existen los que sólo leen los titulares. Entre los periódicos que leen frecuentemente se encuentran: la Prensa Libre, el Siglo Veintiuno y El Periódico.

Lo que la mayoría de estas personas conocen acerca del CFP "Don Bosco", es que este centro imparte cursos técnicos en talleres y que brindan capacitación técnico-profesional a jóvenes. En cuanto a los lugares que han obtenido información sobre el CFP "Don Bosco", se encuentran la iglesia Divina Providencia y el Colegio Salesiano Don Bosco. Y en cuanto a los medios por los

cuales estas personas han obtenido información, han sido a través de alguna persona, leyendo algún material o debido a que viven cerca del CFP "Don Bosco".

La mayoría de las personas únicamente conocen la modalidad de hacer donativos realizando el aporte directamente en el CFP "Don Bosco". Y consideran que es importante ser solidario y participe en cuanto a la realización de donativos destinados para el Centro de formación profesional "Don Bosco", debido a que también consideran que la mayoría de los jóvenes guatemaltecos, no continúan sus estudios debido a que no cuentan con los recursos necesarios para pagarlos y también porque ellos tienen pocos deseos de superarse académicamente.

A estas personas les gustaría que les informaran sobre las diferentes maneras de realizar donativos para el CFP "Don Bosco", por medio de afiches, correos directos o electrónicos y trípticos y que estos manejaran una combinación tanto de texto como de ejemplos gráficos, de preferencia fotografías.



Para poder definir la idea del concepto se utilizaron 3 métodos diferentes. Entre los métodos creativos que se utilizaron se encuentran:

Checklist:

Según IM-BOOT (2003), dice que éste método creativo fue inventado por Alex Osborn, que a su vez desarrollo varios métodos creativos, entre los que se encuentra el "Brainstorming" o "Lluvia de Ideas". El método de Checklist es utilizado para desarrollar nuevas soluciones de ideas ya existentes.

Cualquiera que sea el problema o la idea, uno debe de pasarla por la lista otra vez. También debe de pasar el suficiente tiempo en cada sección, hasta haber desarrollado por lo menos una idea.

IDEART:

Según Neuronilla (2006), es una técnica de generación de ideas (dentro del ámbito del pensamiento provocativo) que utiliza estímulos visuales, habitualmente pinturas. Fue creada en el año 2000 por Franc Ponti, profesor de EADA.

Mapas Mentales:

Según Neuronilla (2006), la importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro. Ésta es una técnica que fue creada por Tony Buzan.

A continuación se presentan los métodos creativos, y la forma en que se desarrollaron.

Proceso de conceptualización

:: Checklist ::

Problema:

Estética visual para material sobre recaudación de donaciones.

1. ¿Adaptar?

Los materiales con los que la gente suele informarse sobre donaciones.

2. ¿Modificar?

Modificar ligeramente, los formatos, los bordes, el plegado, la forma en que leen la información.

3. ¿Sustituir?

El tono triste que se le suele dar a éstas campañas y cambiarlo por un tono que motive a las personas a realizar los donativos.

4. ¿Magnificar / Maximizar?

La frase que motiva a donar, ya que generalmente estas campañas utilizan las imágenes, para conmovir. Utilizar un diseño tipográfico atractivo.

5. ¿Minimizar / Eliminar?

Minimizar las imágenes, que el mensaje hable por sí mismo.

6. ¿Arreglar?

La secuencia usualmente que utilizan las campañas de sensibilización. Primero enseñar el resultado que se puede obtener con las donaciones, en vez de mostrar como están debido a la falta de donaciones.

7. ¿Anular?

Toda utilización de frase "cliché" para sensibilizar.

8. ¿Combinar?

Una imagen positiva, con énfasis en el problema.

:: IDEART ::

Desarrollo del método:

Ante un determinado foco creativo, se escoge de manera intuitiva una lámina que pueda generar analogías y asociaciones. En primer lugar (tanto si la técnica se utiliza de forma individual como en equipo) se trata de describir la lámina y "jugar" con los conceptos que de ella puedan derivarse (construir historias, detectar aspectos ocultos, fabular, hacer comparaciones, etc.). Posteriormente, y como paso fundamental en la técnica, se tratará de "forzar" conexiones entre el foco creativo y la lámina. En ese momento juega un papel muy importante la capacidad analógica de los usuarios de la técnica, quienes deberán utilizar frases y movimientos creativos del tipo:

Esto se parece a nuestro problema en que... Este aspecto de la lámina o dibujo está relacionado con... ¿Y si hiciéramos como...? Nuestro nuevo producto es como...porque...

Problema:

Nuevas ideas para un material informativo.



Pintura: "Poeta Salvador Dalí" de Salvador Dalí

Pelo y cuerpo que se enrollan	El formato del material se enrolla
Cuerpo en metamorfosis	Material que cambia de formato al abrirse
Cuerpo alargado y cuerpo agujereado	Formato cilíndrico que lleva la información dentro de su cuerpo agujereado
Colgante en la cara	Información adicional que va colgada en el material, por medio de un hoyo de sacabocados, en el que se le pasa un cordón o hilo que amarra al otro material.
Miembro extra que sostiene un grupo de círculos.	Ejemplificar al CFP como un miembro que sostiene a un grupo que a su vez se entrelazan, para mostrar solidaridad, y mostrar al posible donante como algo externo, que se le da la posibilidad de enlazarse, ya que su nombre podrá adaptarse al grupo.

De este ejercicio también se construyeron posibles frases conceptuales, a partir de las ideas derivadas de la pintura de Dalí. Las cuales se presentan a continuación.

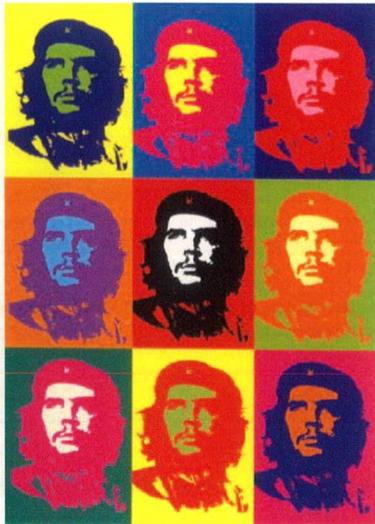
Frases conceptuales:

- Cambiando para mejorar.
- Amarrando tu ayuda.
- Enlazando posibilidades para el cambio.
- Entrelazando apoyos que sostienen.

:: IDEART ::

Problema:

Tratamiento para el diseño de un material informativo.



Pintura: "Che Guevara" de Andy Warhol

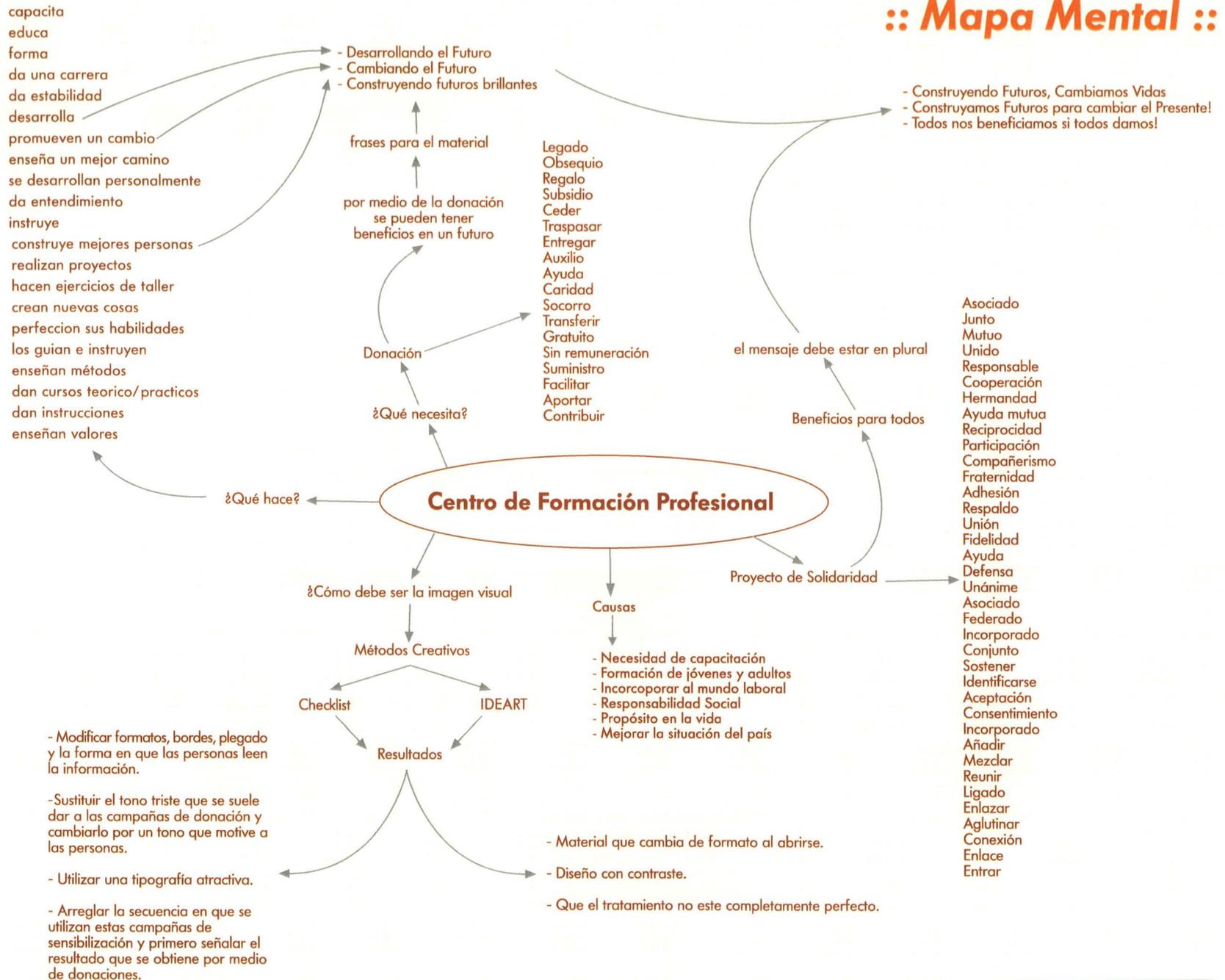
Obscuro y brillante	Diseño con contraste
Figuras diferentes	Diseño con figuras raras
Figura en cámara lenta	Sensación que no avanza
Última figura es más clara	Conjunto de figuras donde la de encima resalta
Figuras curvas y rectas	Utilizar un contraste de líneas rectas con líneas curvas
Borroso	Que no sea claro o nítido

De este ejercicio también se construyeron posibles frases conceptuales, a partir de las ideas derivadas de la pintura de Warhol. Las cuales se presentan a continuación.

Frases conceptuales:

- El que no se capacita, no avanza.
- La claridad del futuro.
- La diferencia se marca por la formación.
- Si existe solidaridad, se elimina la obscuridad.
- Brillo al superarme.
- Al capacitarme multiplico mis posibilidades.

:: Mapa Mental ::





7.1
Concepto central

El concepto central es **“Construyendo futuros, cambiamos vidas”**

Se decidió utilizar este concepto para ser plasmado gráficamente durante el desarrollo de los materiales, ya que en ésta frase se comunica el deseo que el CFP “Don Bosco” espera alcanzar a través de su propuesta educativa, el cual es aplicado a los jóvenes que asisten en sus instalaciones.

La razón por la cual se decidió que en el concepto se mencionara la palabra “construyendo” es debido a que esto refuerza la identidad y parte de las actividades que se realizan en el Centro de Formación Profesional “Don Bosco”.

La manera en que la palabra “construyendo” en el concepto ayuda a reforzar la identidad y las actividades del centro, es debido a que esta entidad dentro de su propuesta educativa, hace que los alumnos realicen actividades dentro de sus talleres, en los cuales precisamente construyen proyectos de carpintería, herrería, soldadura, así como también reconstruyen y le dan mantenimiento a computadoras.

Sin embargo el CFP “Don Bosco” no sólo busca capacitar a sus alumnos en un ámbito técnico, sino que también espera poder ayudarlos a construir un futuro prometedor, que cambie la vida de sus alumnos, tanto durante el proceso de formación, como cuando éstos ya hayan finalizado su carrera.

Por lo tanto se puede afirmar que ésta palabra definida en el concepto, representar muy bien al cliente.

Otra razón por la cual se definió de esa manera el concepto, es porque la temática de este proyecto trata de la solidaridad, la cual la enciclopedia Wikipedia (2006), la define como una relación entre seres humanos, en la cual uno de ellos toma por propias las cargas de el otro y se responsabiliza junto con éste de dichas cargas. Vargas (2006), menciona que la verdadera solidaridad, es aquella que ésta llamada a impulsar vientos de cambio que favorezcan el desarrollo de los individuos y las naciones, y que ésta fundada principalmente en la igualdad radical que une a todos los hombres.

Debido a estos conceptos, se concluyó que para que exista la solidaridad, se deben de unir varias personas por una causa, en la cual no sólo se beneficia una persona, sino a todos los involucrados. También el hecho de que la solidaridad impulsa a que se logren cambios, fueron razones para redactar la frase del concepto en plural, para que así, las personas al leer la frase, se sientan involucradas con la causa. Y por último se decidió agregar la parte de “cambiamos vidas” en el concepto, ya que ésta es una consecuencia que se da si existe la solidaridad y por ende se quería expresar.

Para finalizar otra razón por la cual se escogió este concepto, fue porque se considero que permite ser representada gráficamente a través de los materiales a diseñar.

08

Contenidos del material gráfico



- 1.** Información del CFP Centro de Formación Técnico-Profesional "Don Bosco".
- 2.** Información del Fondo de Becas.
- 3.** Formulario con los Datos del Donante.
- 4.** Contactos del CFP (teléfonos, dirección, e-mail y fax).

8.2
Contenido gráfico

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Tipografía	Jerarquizar los textos, para que los titulares funcionen como un elemento de identificación y que los bloques de texto faciliten la lectura	<p>Tipo de letra Sans serif</p> <p>Para los titulares: 20 – 72 puntos.</p> <p>Para los Bloques de texto: 9 – 12 puntos</p> <p>Para frase: Técnica de collage</p>	<p>Titulares: Fuerza</p> <p>Bloques de texto: Tecnicismo</p>
Formato	Lograr que sea un material manejable y fácil de portar.	<p>Correo directo: 6" X 4"</p> <p>Correo electrónico: 800 X 600 pixel</p> <p>Afiche: 11" X 17"</p> <p>Brochure: 20" X 5" con troquel de forma irregular en alguno de los lados.</p>	Transición

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Crear una unidad entre las diferentes piezas.	Colores full color a Pantone (Solid UnCoated) y trabajado a CMYK	Energía
Fotografía	Reforzar el mensaje visualmente	<p>Fotografía: Fotografías a color de personas construyendo con herramientas que se utilizan en el CFP "Don Bosco", de un grupo de ex alumnos y de una composición de letras hechas con materiales o herramientas que se utilizan en los talleres del CFP "Don Bosco"</p>	Entusiasmo
Soporte	Mantenga en buen estado por el mayor tiempo posible el material	<p>Correo directo: textote calibre 12</p> <p>Correo electrónico: digital</p> <p>Afiche: opalina</p> <p>Brochure: papel bond de 75 Gms.</p>	Seguridad

Elemento

Función

Tecnología

Expresión

Ejes y
retícula

Mantener todos los elementos
ordenados, pero a la vez crear
dinamismo.

Líneas guía de Freehand.
Se utilizaran líneas guías con
ejes inclinados así como
también ejes rectos.

Movimiento

Elementos
de apoyo

Lograr que destaquen y
sobresalgan los diferentes
elementos que conformaran la
imagen visual del material.

franjas inclinadas de diferentes
grosos y texturas de papel.

Cambio

Medios y formas de distribución



9.1 Estrategia de implementación

Los materiales se implementarán únicamente en lugares como: casas de formación con misión salesiana, establecimientos educativos e iglesias. La manera en la cual se irán implementando las diferentes piezas es la siguiente:

El afiche será el primer material en ser colocado en los lugares anteriormente mencionados y será colocado en carteleras o en lugares estratégicos que permitan la facilidad de ser vistos por las personas interesadas, en especial el

grupo objetivo. El afiche se mantendrá colocado por mes y medio.

Simultáneamente con el afiche, se implementará el correo electrónico, que será enviado únicamente a una base de datos de antiguos alumnos salesianos, el cual se estará reenviando una vez cada 15 días, por lo que se enviará un total de 3 veces. Ya que este material también pretende mantener una duración de implementación de

mes y medio.

Luego de haber pasado la primer semana con el afiche colocado y el primer correo electrónico enviado. En la segunda semana, encargados del Centro de Formación Profesional Don Bosco recorrerán durante el transcurso de una semana, los diferentes lugares donde se colocaron los afiches y en éstos se encargarán de repartir el desplegable a diferentes personas para que así se interesen en la causa, logrando así facilit

tar una respuesta inmediata por parte de ellos. Pasado 1 mes, en el transcurso de 1 semana, se les enviará a las mismas personas a las que se les envió el correo electrónico, un correo directo a sus domicilios o su lugar laboral, según se tenga registrado entre sus datos personales, para así lograr tener una comunicación mucho más directa con el grupo objetivo.

9.2 Descripción de cada pieza

Pieza	Medio		Forma de Distribución		
Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
<p>Afiche:</p> <p>Informar sobre los problemas que posee el CFP "Don Bosco" para sufragar los gastos de operación y sensibilizar a los posibles interesados a realizar donativos para éste.</p>	Impreso	Material informativo / Promocional	Raúl Vasquez, Director del CFP "Don Bosco"	1 mes y medio	Diferentes casas de formación con misión salesiana, centros educativos e iglesias.

Pieza	Medio		Forma de Distribución		
Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
<p>Correo electrónico:</p> <p>Informar sobre los problemas que posee el CFP "Don Bosco" para sufragar los gastos de operación y sensibilizar a los posibles interesados a realizar donativos para éste.</p>	Digital	Material informativo / Promocional	Raúl Vasquez, Director del CFP "Don Bosco"	1 vez cada 15 días, durante 1 mes y medio	A las diferentes direcciones de las personas seleccionadas.
<p>Brochure:</p> <p>Informar sobre los problemas que posee el Centro para sufragar los gastos de operación y Sensibilizar a los posibles interesados a realizar donativos al CFP "Don Bosco".</p>	Impreso	Material informativo / Promocional	Raúl Vasquez, Director del CFP "Don Bosco"	1 semana	Diferentes casas de formación con misión salesiana, centros educativos e iglesias.
<p>Correo Directo:</p> <p>Informar sobre los problemas que posee el Centro para sufragar los gastos de operación y Sensibilizar a los posibles interesados a realizar donativos al CFP "Don Bosco".</p>	Impreso	Material informativo / Promocional	Raúl Vasquez, Director del CFP "Don Bosco"	1 semana	a las diferentes direcciones de las personas seleccionadas.

10

Bocetaje

A continuación se presenta el proceso de bocetaje, el cual integra todas las decisiones que fueron tomadas a lo largo del desarrollo del proyecto.

Aquí se presentan los elementos de diseño, que fueron definidos previamente en la tabla contenido gráfico del punto 8.2.

Etapa # 1 : Elección tipográfica

Elección tipográfica para bloques de texto

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CONSTRUYENDO FUTUROS, CAMBIAMOS VIDAS

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

El proceso de bocetaje empieza con la elección de diversas tipografías para ser utilizadas en los bloques de texto, los cuales se harán cargo de transmitir toda la información dentro de los materiales a diseñar. Es por esta razón que se quiere que la tipografía que finalmente se escoja para usar en los materiales, sea lo suficientemente clara y que ayude a facilitar la lectura.

Tomando en cuenta lo anterior, en la tabla de requisitos (punto 8.2) se determinó que la tipografía a utilizar para los bloques de texto fuera de aspecto "técnico". Con esto se refiere a que tenga apariencia de haberse construido a través de diferentes herramientas o instrumentos como: reglas, escuadras, compás, etc.

La razón por la cual se decidió que la tipografía debía tener un aspecto "técnico" fue porque a través de esto se podía representar al CFP "Don Bosco" ya que el centro tiene como cometido ofrecer una educación técnica-profesional a jóvenes.

Otro aspecto que se determinó en la tabla de requisitos fue que la tipografía fuera de tipo sans serif.

Luego de haber tenido claro todo lo anterior, aquí se empiezan a elegir diferentes opciones tipográficas, que se consideraron que cumplían con las características que se esperaban para la tipografía de los bloques de texto.

En la siguiente hoja, se muestran el resto de las opciones.

Muestra gráfica

Explicación

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

Aquí se continua con las pruebas tipográficas para los bloques de texto, donde siempre se toma en cuenta que estas sean opciones que tengan un aspecto "técnico", las cuales por ende no tengan mucha estilización.

FuturaBQ Light-Oblique

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Aquí finalmente se decide elegir la tipografía "FuturaBQ-LightOblique" para ser utilizada en los bloques de texto de los materiales a diseñar.

La razón por la cual se eligió esta tipografía fue porque se consideró que era la que mejor reunía las características que se habían definido, entre ellas: que fuera de tipo sans serif, que tuviera aspecto "técnico", que fuera lo suficientemente clara y que ayudara a facilitar la lectura.

Muestra gráfica

Explicación

Elección tipográfica para titulares

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros,

Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Luego de haber seleccionado la tipografía que se va a usar en los bloques de texto, en esta fase se empiezan a seleccionar diferentes tipografías, para luego poder escoger una que pueda ser utilizada en los titulares de los materiales a diseñar.

Según se determinó en la tabla de requisitos (punto 8.2), que los titulares en los materiales tendrían a su cargo poder funcionar como elementos de identificación y que éstos pudieran proyectar "fuerza".

La razón por la que se determinaron los requisitos mencionados anteriormente fue porque precisamente la función de los titulares es la de encargarse de poder diferenciar distintas áreas de información y de igual manera la de despertar atención dentro de los espectadores y para poder lograr estos dos aspectos mencionados anterior-

mente, lo más eficiente es escoger una tipografía que logre acentuar el titular en sí, y esto por lo general se hace a través de una tipografía de trazo grueso, la cual no necesariamente debe tener un aspecto "fuerte", pero en este caso eso es exactamente lo que se busca. Ya que ayuda a plasmar el concepto, el cual es "Construyendo futuros, cambiamos vidas".

La razón por la cual se dice que ayuda a plasmar el concepto, es porque en el "CFP Don Bosco" como parte de la formación que imparten está el hacer actividades en los talleres, en los cuales los alumnos dependiendo el área, construyen proyectos de carpintería, soldadura, etc. Y por lo general la construcción de algún proyecto de este tipo o la construcción de un futuro mejor, lleva implícita mucha fuerza, ya sea de voluntad

o física. Por lo tanto para los titulares se quiso que ayudaran a plasmar esta característica de "fuerza"

Otro aspecto que se determinó en la tabla de requisitos fue que la tipografía para los titulares fuera de tipo sans serif.

Luego de haber considerado todo lo mencionado anteriormente. Aquí se prosigue con la elección de diferentes opciones tipográficas, que se consideraron que cumplían con las características que se esperaban para la tipografía de los titulares.

En la siguiente hoja se pueden observar el resto de las opciones tipografías.

Muestra gráfica

Explicación

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

**Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros,
Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CONSTRUYENDO FUTUROS, CAMBIAMOS VIDAS

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CONSTRUYENDO FUTUROS, CAMBIAMOS VIDAS

abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz

construyendo futuros, cambiamos vidas

abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros,
Cambiamos Vidas

Abcdefghijklmno^ñpqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CONSTRUYENDO FUTUROS.

CAMBIAMOS VIDAS
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Aquí se continúa con la elección de diferentes opciones tipográficas para los titulares. Siempre recordando que estas opciones tienen que reflejar "fuerza" y ser de tipo sans serif.

Aquí sin embargo todavía no se decide por una tipografía en especial, ya que aún se quiere ver como funcionan estas en versión itálica.

Muestra gráfica

Explicación

Construyendo Futuros,
Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

construyendo futuros,
cambiamos vidas
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz

CONSTRUYENDO FUTUROS, CAMBIAMOS VIDAS
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros,
Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

CONSTRUYENDO FUTUROS.
CAMBIAMOS VIDAS
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

CONSTRUYENDO FUTUROS, CAMBIAMOS VIDAS
abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
abcdefghijklmnñopqrstvwxyz

construyendo futuros, cambiamos vidas
abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
abcdefghijklmnñopqrstvwxyz

Construyendo Futuros, Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmnñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Debido a que en la fase pasada, todavía no se decide por una tipografía en especial, ya que se quería probar como funcionaban las tipografías en versión itálica. Aquí se hace esta prueba y del lado izquierdo se pueden apreciar los resultados.

Estas tipografías siguen siendo de apariencia "fuerte" y de tipo sans serif.

La razón por la cual se quería convertir las tipografías a una versión itálica, es porque como para los bloques texto fue escogida una tipografía en este estilo, se pensó que para mantener una unidad de diseño en los materiales a diseñar, la tipografía para los titulares también debía de tener un estilo itálico.

Otra razón por la cual se pensó que lo mas conveniente era realizar esta prueba es debido a que esto ayudaría a plasmar mejor el concepto "Construyendo futuros, cambiamos vidas" ya que el construir y el cambio llevan implícitos el movimiento, al igual que la apariencia del estilo de letra itálica.

En la siguiente hoja, se muestra la opción que finalmente se eligió para ser utilizada en los materiales.

FuturaBQ Demi-Bold Oblique

***Construyendo Futuros,
Cambiamos Vidas
Abcdefghijklmñopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***

Aquí finalmente se decide elegir la tipografía "FuturaBQ- DemiBold Oblique" para ser utilizada en los titulares, ya que se complementa muy bien, con la tipografía elegida para los bloques de texto, así como por reunir las características de ser sans serif, de reflejar "fuerza".

Así como también por considerarse que al momento de ser utilizada, puede cumplir con su función de ayudar a diferenciar distintas áreas de información y también por considerarse que puede ayudar a despertar la atención de los espectadores al leer el material, ya que ésta posee un trazo grueso, que ayuda a acentuar la información.

Tratamiento tipográfico para titulares

***CONSTRUYAMOS
CONSTRUYAMOS
CONSTRUYAMOS
CONSTRUYAMOS
CONSTRUYAMOS
Construyamos***

***Construyamos
Construyamos
Construyamos
CONSTRUYAMOS***

Aquí se empiezan a realizar diferentes composiciones tipográficas, utilizando FuturaBQ-DemiBoldOblique, para ser utilizadas en la frase central de todos los materiales informativos.

Estas composiciones se realizaron utilizando el programa Swift.3D, para poder crear la sensación de algo sólido y fuerte, con la intención de poder plasmar mejor así, expresión de los titulares (punto 8.2) y la parte del concepto "construcción".

Sin embargo estas pruebas fueron descartadas, debido a la mala resolución con que el programa reproduce el render de las composiciones, lo cual dificultaría más adelante la calidad y el producto final del diseño en los materiales.

Muestra gráfica

Explicación



Debido a que las composiciones anteriores hechas en Swift 3D, fueron descartadas. Aquí se sigue intentando desarrollar una composición tipográfica, que pueda reflejar mejor la parte del concepto "construcción" para ser utilizada en la frase principal que se implementara en los materiales, la cual es "Construyamos nuestro futuro".

Para esta fase se pensó que una manera en la cual se podía reflejar la parte "construcción" del concepto, era a través de la utilización de herramientas o implementos que utilizan los alumnos del CFP "Don Bosco" para realizar sus proyectos, y con éstas, poder formar diferentes letras, para luego integrarlas hasta lograr formar la palabra "Construyamos" de la frase.

Para poder realizar lo descrito anteriormente, se buscaron en los talleres del CFP "Don Bosco" herramientas o implementos de trabajo, que tuvieran formas de letras, y en caso de que no existiera una herramienta o implemento con la forma de la letra que se necesitaba para poder formar la palabra "construyamos", se buscó la manera de juntar 2 o varias herramientas para poder formar la letra que se necesitaba.

Al tener ya formada la letra o luego de que simplemente se le encontrara parecido de letra a una herramienta o implemento de trabajo. Seguidamente se le tomaba una fotografía digital, para así tenerla de referencia y poderla usar después en el momento de empezar a diagramar los diseños de los materiales. Del lado izquierdo se pueden observar algunas de las fotografías que fueron tomadas en los talleres del CFP "Don Bosco".

Muestra gráfica

Explicación



En esta parte del proceso de bocetaje, se escogieron las fotos de las letras que forman la palabra "construyamos" y que se consideraron eran las más adecuadas para ser utilizadas, debido a la buena luminosidad y calidad que estas fotografías poseían.

Luego se cortó el fondo de todas las letras en Photoshop, hasta dejar únicamente la composición de la letra, como se muestra del lado izquierdo.

En la hoja siguiente se puede observar el producto final.

Muestra gráfica

Explicación

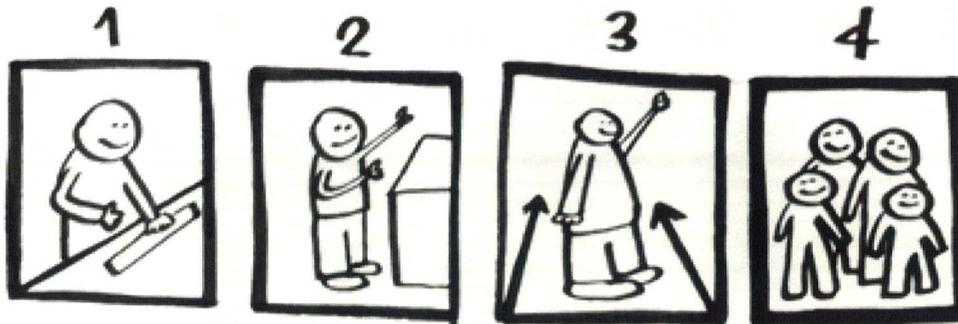


Aquí finalmente se unifican las letras, para poder así formar la palabra "Construyamos" y por lo tanto queda terminado el proceso del tratamiento tipográfico para ser utilizado en la frase.

Al haber terminado con esta propuesta, se cumple con las expectativas deseadas y se cree que puede llegar a funcionar, sin embargo será hasta llegar a la etapa de diagramación digital, donde se podrá verificar la funcionalidad de este elemento.

Etapa # 2 : Fotografía

Elección de planos para fotografías



Seguidamente, se consideró trabajar con las imágenes a integrar en el material. En esta etapa se determinan los planos en los cuales sería más conveniente tomar las fotografías, al igual que el hecho de que en éstas siempre aparecieran los alumnos trabajando.

La razón del último requerimiento mencionado, se debe a que esto transmitirá "entusiasmo" y ánimo de superación por parte de los alumnos del CFP "Don Bosco" hacia al espectador que tenga contacto con el material. Reflejar eso es muy importante en los materiales, ya que esto ayudará a asegurar mayor apoyo económico de los potenciales donadores, ya que al transmitir, que la ayuda será aprovechada, porque se puede ver en los materiales, esto ayudará a estimular más a las personas a realizar donaciones para el CFP "Don Bosco". Aquí también se determina que se deben de tomar va-

rias fotografías de un grupo de ex-alumnos del CFP "Don Bosco" donde no aparecieran trabajando, sino únicamente en actitud positiva y entusiasta. Ya que ellos al haber terminado su carrera en el CFP "Don Bosco", simplemente deben de mostrar que han adquirido su logro de poder superarse. También se pensó que ellos debían de salir de frente en la fotografía, porque esto crearía mas afinidad y empatía con el espectador.

Para los planos en que se deberían de tomar las fotografías se determinaron los siguientes:

1. Planos medios de alumnos.
- 2, 3 y 4. Planos generales de alumnos y de grupo de ex-alumnos.

Todos los planos mencionados anteriormente serán tomados en el ángulo que mejor convenga para cada fotografía.

Muestra gráfica

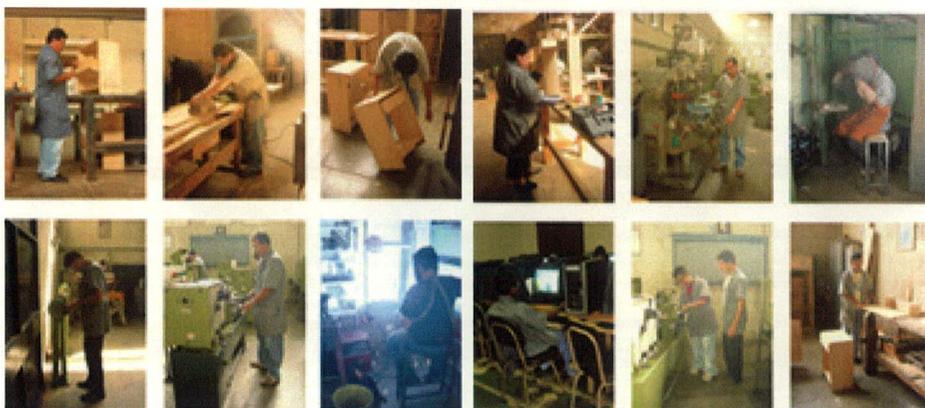
Explicación

Toma de las fotografías utilizando los planos requeridos



Aquí se toman las fotografías de los alumnos en planos medios.

Se decidió hacer pruebas con este tipo de plano, ya que de esta manera se puede apreciar mejor a la persona y el trabajo que está realizando.

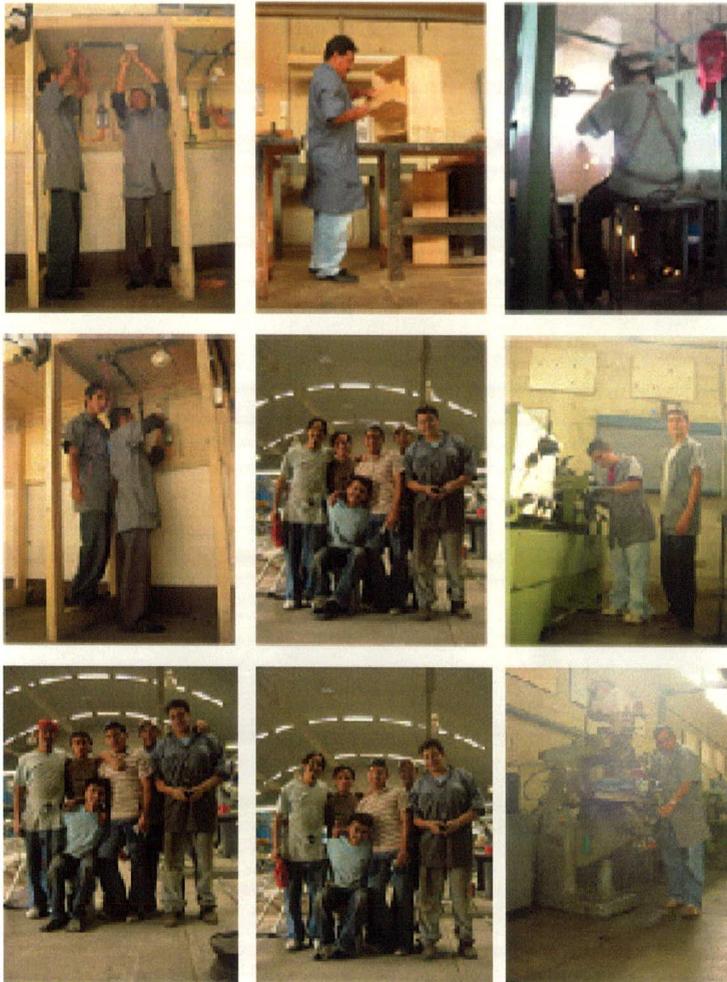


En esta etapa se toman las fotografías de los alumnos en planos generales.

Se decidió hacer pruebas fotográficas con este plano, ya que de esta manera, se podía tener la opción de apreciar como la persona realiza su trabajo de cuerpo completo, así como apreciar el entorno en el que trabaja.

Muestra gráfica

Explicación



Aquí se toman las fotografías de los alumnos en planos generales en ángulos contrapicados.

La razón por la cual se tomaron algunas de las fotografías en un ángulo contrapicado fue porque se consideró que esta perspectiva le da un toque interesante a la fotografía y además puede llegar a verse muy dinámico a la vez.

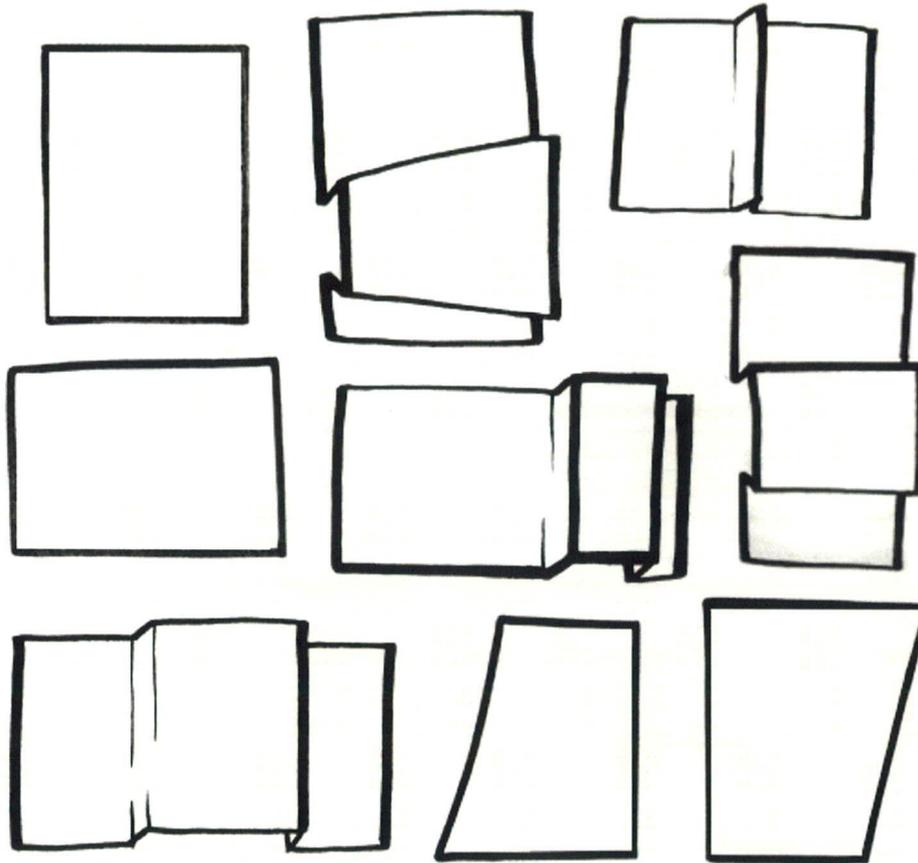
La razón por la cual se quiso hacer tomas grupales fue para poder así tener más variedad de estilos de fotografías, al momento de diagramar. Así como también porque se consideró necesario captar a un grupo de ex-alumnos, para así poder demostrarle al espectador, que son varias las personas que se benefician de la propuesta educativa del CFP "Don Bosco" y por ende es bueno hacer donaciones para esta entidad.

A pesar de que en esta etapa se tomaron las fotografías para más adelante usarlas en la diagramación de los materiales. Aquí todavía no se escogen las fotografías que finalmente se utilizarán. La razón de esto es porque aun no se tiene claro como se manejará la diagramación y por ende que fotografías convendrá más utilizar.

Por eso aquí se decide esperar a que se tenga una idea más definida de cómo se manejará la diagramación, para así después escoger las fotografías.

Etapa # 3 : Formatos

Bocetaje de formatos para el afiche y definición de tamaño de formato para el correo electrónico



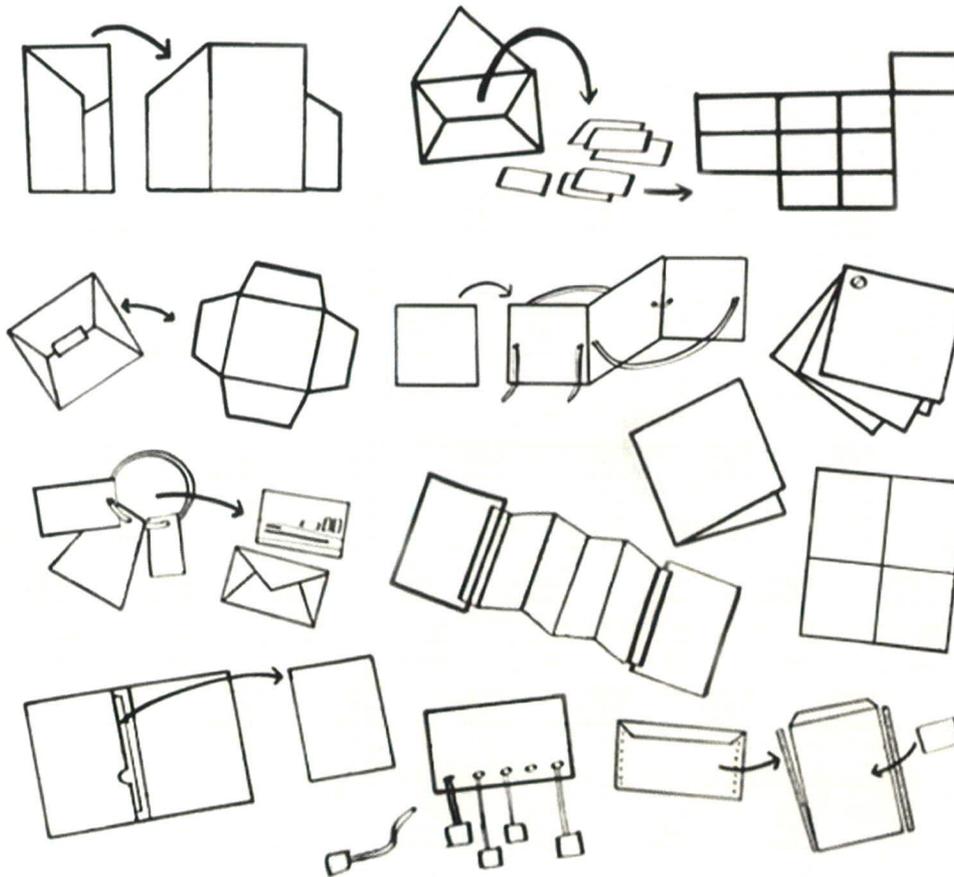
Aquí se empieza a bocetar diferentes propuestas de formatos para ser utilizados para el afiche, para estos se procuró que pudieran reflejar "transición" ya que así se estableció en la tabla de requisitos. Del lado izquierdo se pueden apreciar los bocetos.

Sin embargo éstos fueron descartados, ya que se consideró que sería más apropiado, debido al presupuesto del cliente, el utilizar un formato tradicional de afiche. Con esto se refiere a un formato sin pliegues, ni troqueles.

En ésta etapa también se considera no hacer nada extravagante o poco común, con el formato del correo electrónico, ya que debido a que la mayoría de los monitores de computadoras fijan la visualización de sus pantallas a un tamaño de 800 X 600 píxeles. Se consideró apropiado que las personas a quienes se les mandaría el correo electrónico no tuvieran que ser incomodadas al tener que verse forzadas a mover el scroll de forma horizontal o verticalmente para poder ver y así recibir el mensaje.

Por lo tanto el formato del correo electrónico se define en esta etapa, a un tamaño de: 800 X 600 píxeles.

Bocetaje de formatos para brochure y correo directo



Como en la etapa anterior se definieron los formatos adecuados para el afiche y el correo directo, en esta etapa se bocetan diferentes formatos para las piezas que hacían falta, las cuales son: brochure y correo directo.

En el desarrollo de esta etapa, se bocetan formatos que pudieran funcionar para ambas piezas (brochure y correo directo). Siempre tomando en cuenta que en la tabla de requisitos se había definido que debían reflejar "transición".

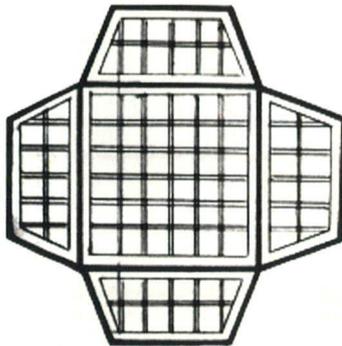
En esta etapa todavía no se definen exactamente qué formatos se utilizarán específicamente para cada una de las piezas, ya que se consideró que sería más apropiado hacer pruebas en la etapa de diagramación para ver cual formato se adapta mejor al tipo y a la cantidad de información que el brochure y el correo directo deben de llevar.

Sin embargo el objetivo de bocetar propuestas de formatos que reflejaran transición fue logrado en esta etapa.

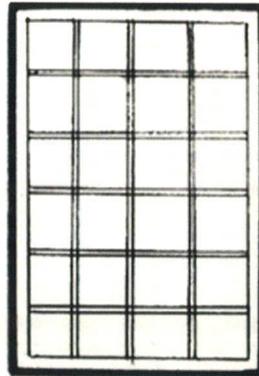
Etapa # 4 : Reticula

Bocetaje de diferentes reticulas

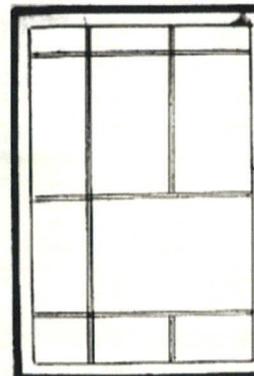
reticula modular



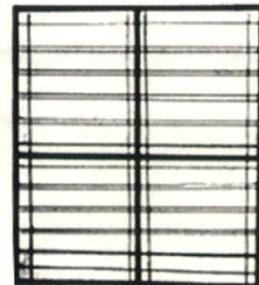
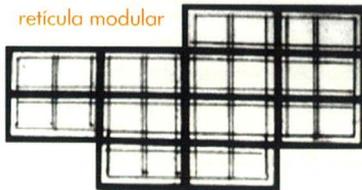
reticula modular



reticula de columnas compuestas



reticula modular

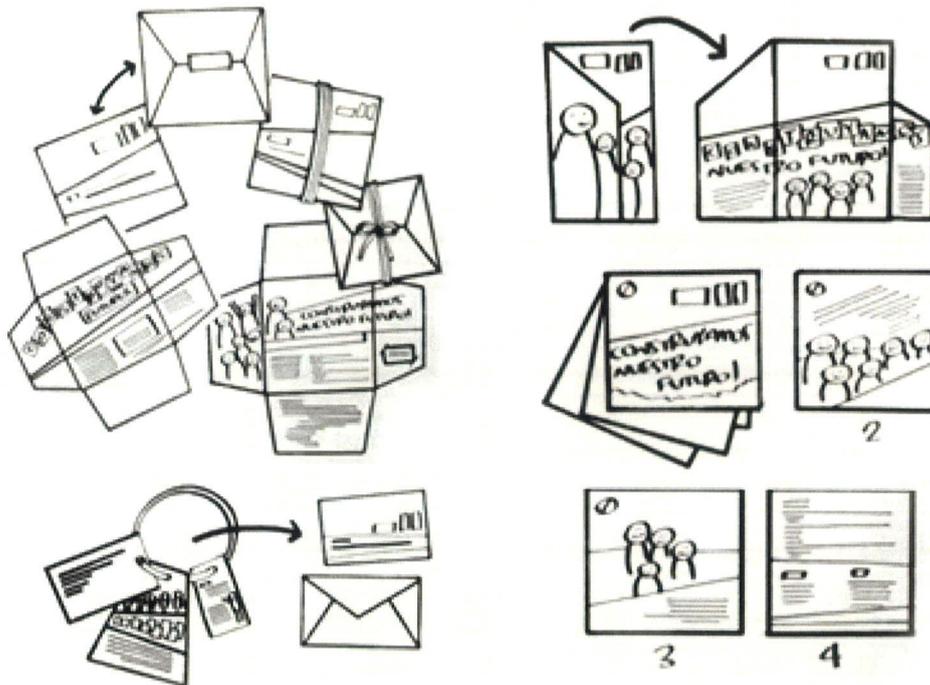


reticula de columnas

Aquí se empieza el proceso de desarrollo de diferentes retículas para algunos de los formatos que se propusieron en la etapa anterior (bocetaje de formatos). Para estos formatos, se probó con retículas modulares, de columnas y de columnas compuestas.

Sin embargo este proceso no se continuó desarrollando y se decide mejor descartar la utilización de las retículas para diseñar, debido a que se consideró que el diseño podría terminar viéndose muy ordenado y restringido. Y el concepto más bien pretende evocar "cambio y movimiento" que es totalmente lo contrario.

Continuación de "Operación Aleatoria", donde se bocetan propuestas de diagramación



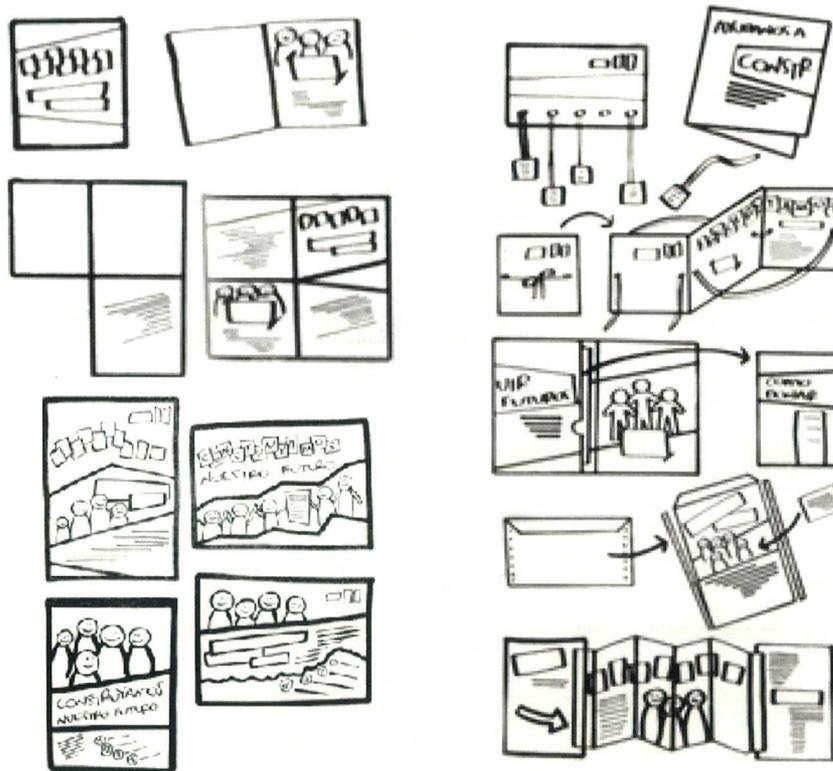
Como en la etapa anterior se definieron los espacios donde se debían distribuir los diferentes elementos de la diagramación, en esta etapa se continúa desarrollando el método de "operación aleatoria" (ver anexo #3) y se bocetan propuestas de diagramación a mano, tomando en cuenta los espacios que se habían definido en los bocetos de las composiciones de la etapa anterior.

Para estos bocetos se procuró que la diagramación tuviera armonía y que existiera una diversidad de ejes tanto rectos como inclinados, para poder así proyectar movimiento. A la vez se procuró que la diagramación evocara, un movimiento visual ascendente. Ya que de esta manera se logra transmitir positividad en el material y un espíritu de superación y cambio que se espera que logren los jóvenes que asisten al CFP "Don Bosco".

Estos bocetos se realizaron también con el objetivo de poder tener una guía de estilo más definida, al momento de empezar a diseñar digitalmente los materiales.

Muestra gráfica

Explicación



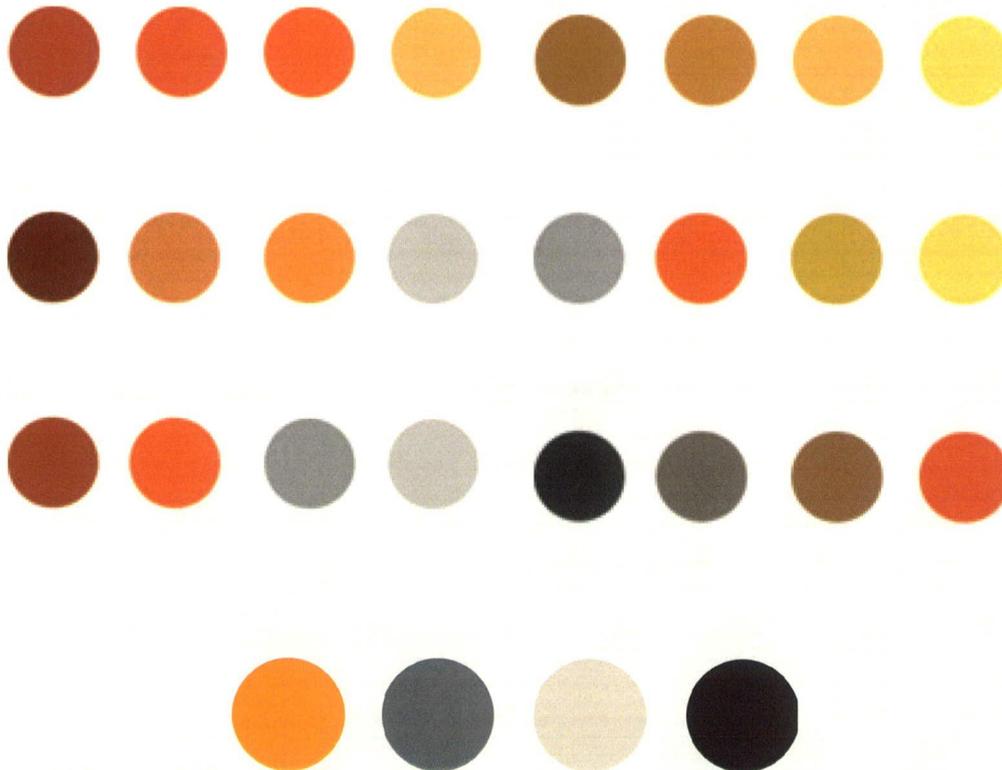
Aquí se muestran otros bocetos de diagramación, los cuales tienen la misma intención de los bocetos de diagramación de la hoja anterior, sólo que por razones de espacio no se pudieron colocar en la misma hoja. Es por eso que se muestran en ésta.

Muestra gráfica

Explicación

Etapa # 6 : Paleta de color

Elección de paleta de color



De izquierda a derecha: Pantone 143, Pantone Cool Gray 11, Pantone 7527 y Negro o K = 100%

En esta etapa se empieza a seleccionar la paleta de color que se utilizaría para los diversos materiales informativos. Para esto se tomó en cuenta que los colores que fueran seleccionados para el material, debían de ser colores energéticos y que poseyeran características un tanto industriales, pero que a la vez, pudieran expresar dinamismo y cierta calidez humana.

En este proceso se escogieron colores en tonalidades frías para poder reflejar la parte industrial del Centro y colores en tonalidades cálidas, para reflejar la parte humana.

Aquí se muestran las diferentes combinaciones que fueron seleccionadas, por considerarse más apropiadas.

En esta etapa finalmente se decide por la paleta de color. Ya que se consideró como el mejor resultado de la etapa anterior.

Etapa # 7 : Elección y preparación de fotografías

Recorte de fotografías para luego poder utilizarlas en el material



En esta etapa luego de tener una mejor idea de como se manejará la diagramación, finalmente se eligen las fotografías que serían utilizadas para el diseño de los materiales.

Para esta elección se tomó en cuenta que la fotografía tuvieran un buen encuadre, una buena luminosidad, buena resolución y nitidez.

Sin embargo no sólo se tomó en cuenta los detalles técnicos mencionados anteriormente, sino también, que los alumnos que aparecieran en estas fotografías se vieran entusiasmados con la labor que estaban haciendo en el momento.

Otro detalle que se tomó en cuenta para la elección, es que hubiera una representación fotográfica de

cada una de las carreras que imparte el CFP "Don Bosco" y otra de un grupo de ex alumnos del mismo. Luego de que las fotografías fueran seleccionadas, se recortó el fondo de ellas, dejando únicamente al estudiante con sus implementos, herramientas o máquinas con las que aparecían haciendo uso.

Inicialmente cada una de las fotografías tenía un fondo diferente, debido a que cada carrera trabaja en diferente taller. Es por esa razón que se consideró recortar los fondos de éstas, para así poder unificar más las imágenes y también para así luego poder crear algo más interesante con ellas. Y porque se consideró que de esta manera se adaptarían mejor a la diagramación del diseño.

Composiciones con las fotografías



Después de haber recortado las fotografías por separado, en el paso anterior. Aquí se empezó a considerar qué se debía hacer con ellas.

Y se llegó a la siguiente conclusión: Debido a que el material a diseñar, no es un material informativo sobre las carreras que ofrece el CFP "Don Bosco" no debería utilizarse las fotografías por separado, ya que así aparentaría que se está hablando de alguna carrera en especial y es diferente la intención de estos materiales. Éstos pretenden hablar de forma general acerca del centro y poder así con los materiales recaudar donaciones, por lo tanto las imágenes tienen que reflejar al centro de una manera general y transmitir entusiasmo y ánimo de superación, como idea principal. Reflejar que los jóvenes se pueden superar en cualquiera de sus áreas y que al final de

cuentas todos a pesar de estar en diferentes carreras tienen la misma finalidad.

Luego de haber llegado a decidir la forma en que se debía manejar los materiales, y la forma en que las imágenes ayudarían a apoyar esto. Se consideró que lo más apropiado sería tratar de unificar las fotografías, para así lograr que se vieran que todos son parte de algo y que todos tienen una misma finalidad.

Para esto se hicieron varias pruebas en donde se hacían diferentes composiciones con las fotografías. Aquí también se toma en cuenta que en la "operación aleatoria" se había considerado que el diseño en general de los materiales pudieran evocar un movimiento visual ascendente. Es por esto que en las pruebas de las composiciones se trató de lograr eso.

Etapa # 8 : Diagramación

Planeación para diagramar el correo directo. Propuesta # 1



Para esta etapa se consideraron todos los pasos que se tomaron en cuenta en las etapas anteriores.

1. Se define un formato entre las varias posibilidades que habían en la etapa 3. Para poder así empezar a desarrollar la pieza de correo directo.

2 y 3. Se revisan tanto la composición jerárquica espontánea como la propuesta de diagramación que se habían bocetado con anterioridad, para ser utilizadas en este formato.

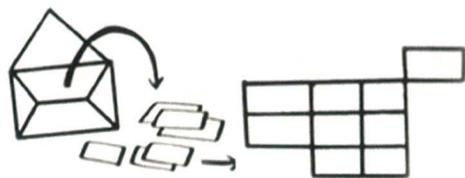
La intención de recapitular estos pasos es para así poder tener una mejor idea de cual había sido la guía de estilo que se había pensado para implementar en esta pieza. Por lo que se puede decir que la "operación aleatoria" está siendo implementada en el proceso de diseño. Ya que aquí se están utilizando guías de estilo para poder

orientar el azar y hacer que los diferentes elementos del diseño se comporten de una determinada manera.

4. En este punto se llega a definir una diagramación para la pieza, en la cual se había procurado que ésta se extendiera a lo largo del formato, para que a la hora de desplegar la pieza, tuviera más impacto para el espectador. También para esta propuesta se procuró que tuviera un movimiento visual ascendente, por lo que se utilizaron los titulares. El resto de la diagramación se mantuvo estable, para mantener un equilibrio. Sin embargo esta propuesta fue descartada, debido a que la forma que tiene el formato necesita ser troquelada, para ser reproducida, lo cual automáticamente hace que el presupuesto del cliente para los materiales se acrecente. Por lo tanto no se consideró como una propuesta apropiada y fue descartada.

Planeación para diagramar el correo directo. Propuesta # 2

1



2



Luego de haber descartado la propuesta anterior, aquí se empieza el desarrollo de otra opción para ser utilizada para el correo directo.

1. Para esto se regresó a la etapa 3, para revisar que propuestas de formatos se habían bocetado. Y se terminó escogiendo el que aquí se muestra. El cual es un formato que consta de varias piezas tamaño tarjetas de presentación, las cuales al unirse se convierten en otra forma.

Luego de haber escogido la forma del formato, se revisa en la etapa 5 de bocetaje, para ver si se había realizado algún tipo de composición jerárquica espontánea o algún boceto de diagramación. Sin embargo no se encontró ninguno para este formato.

2. Aquí se decide por ende, implementar un estilo de diseño similar al que se

utilizó en la propuesta de correo directo anterior. Sin embargo para esta propuesta se decide utilizar la composición de letras hechas con herramientas del CFP "Don Bosco" y así ver como funciona con el resto de la diagramación. La intención de utilizar esta composición tipográfica también es para así poder reforzar la transmisión del concepto en el material.

Debido a que la diagramación de esta nueva propuesta se basa en el estilo de diagramación de la propuesta anterior. Se puede decir que ésta también procura tener un movimiento visual ascendente. Se utilizaron para ésta el mismo estilo de franjas y de inclinación para la tipografía, pero aquí se probó con otros colores para ver como funcionaba.

Aquí también debido al espacio se redujo la información y se dejó solamente la que se consideró

necesaria y se conservó únicamente la fotografía de los ex alumnos, ya que esta refleja la unión y entusiasmo que se quiere para las imágenes de este proyecto.

Además se considera que la composición tipográfica ayuda de manera general a reflejar el centro, ya que esta composición tiene unidades herramientas o implementos de todas las carreras que se imparten en el CFP "Don Bosco". Lo cual hace que se refleje que a pesar de que hay diferentes carreras, todos los alumnos comparten algo similar y por ende también una misma finalidad.

Muestra gráfica

Explicación

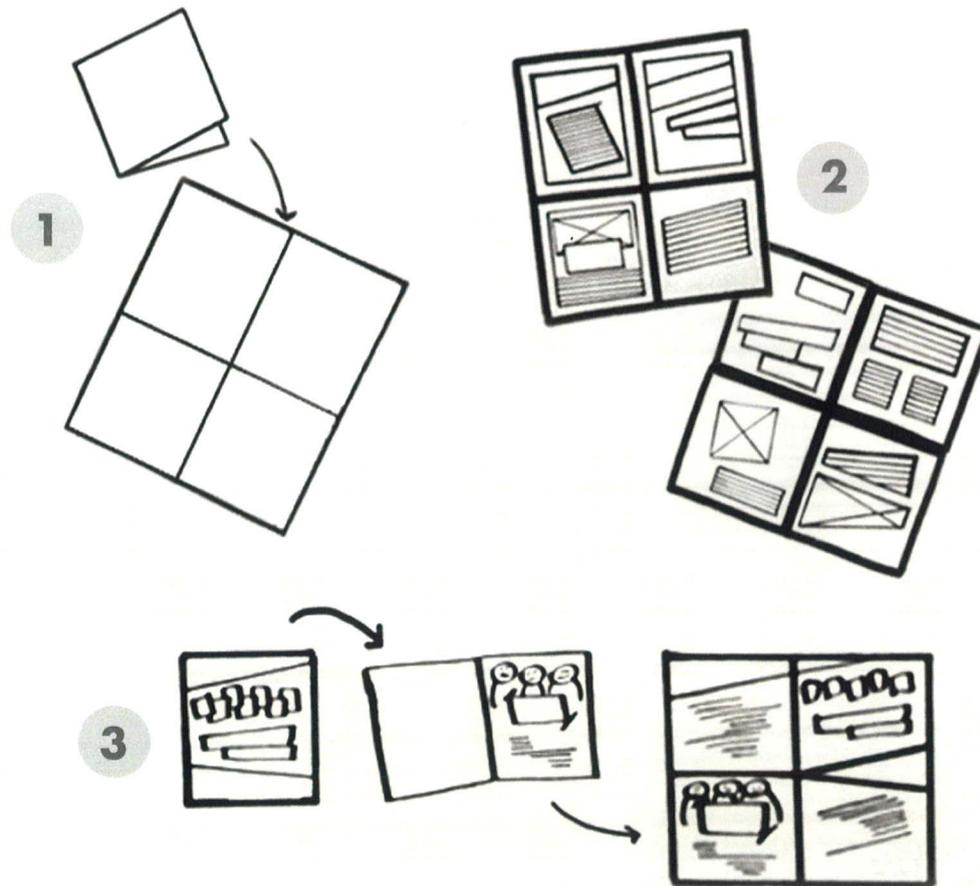


Aquí se muestran otros bocetos de diagramación, los cuales tienen la misma intención de los bocetos de diagramación de la hoja anterior, sólo que por razones de espacio no se pudieron colocar en la misma hoja. Es por eso que se muestran en ésta.

Aquí todavía no queda definida cual de las propuestas será la que finalmente se utilizará. La razón de esto es porque al ser la primera pieza que se empieza a bocetar, todavía es difícil decidirse por un color o por un estilo de diagramación específico.

Así que aquí se decide esperar hasta que el resto de las piezas se diseñen, para poder escoger alguna que se vea bien con el resto.

Planeación para diagramar brochure. Propuesta # 1



Luego de haber definido un formato para el correo directo, aquí se empieza a desarrollar el brochure.

Para esto se hizo lo siguiente:

1. Se regresó a la etapa 3 y se escogió entre las propuestas de formatos, el que se muestra a la izquierda. Este formato es un desplegable, de 2 dobles. Por esta razón es que el formato termina dando la impresión visual de que esta partido en cuatro partes.

2 y 3. Se revisan tanto la composición jerárquica espontánea como la propuesta de diagramación que se había bocetado en la etapa 5, para ser utilizadas como referencias en éste formato.

Muestra gráfica

Explicación

Digitalización de la diagramación para el brochure. Propuesta # 1

tiro del brochure



retiro del brochure



Aquí se empieza a desarrollar digitalmente la propuesta para el brochure. Para ésta se decidió utilizar un formato a tamaño carta para así procurar que el presupuesto del cliente no incrementara innecesariamente.

El diseño para el brochure se empezó a desarrollar a manera de que este fuera impreso en tiro y retiro para poder así distribuir mejor toda la información y también debido a que este formato tiene dobleces, hace que ambos lados del material queden expuestos hacia el receptor. Por lo tanto la decisión de diseñar el material de manera en que se tenga que imprimir en tiro y retiro se considera como apropiada, ya que de no hacerse así, el diseño de esta pieza, tendría más probabilidades de pasar desapercibida.

Esta pieza también se diseñó tomando en cuenta el estilo de diagramación que se ha utilizado en las

pruebas de las piezas anteriores. Por lo tanto esta propuesta para el brochure también conservó las franjas y los titulares inclinados hacia arriba, etc.

En esta propuesta aunque los elementos se distribuyen de una manera ordenada, la única imagen que se integra, es la composición tipográfica hecha de herramientas. Ya que debido a que esta propuesta de diseño contenía mucha información escrita, esto no dejaba espacio para ubicar otra u otras imágenes.

Lo cual es totalmente inaceptable, ya que el material se vuelve completamente monótono y aburrido. Además de que sin imágenes en el material, no se llega a representar de una manera adecuada al CFP "Don Bosco".

Es por esto que esta propuesta fue descartada por ser considerada poco efi-

Digitalización de la diagramación para el brochure. Propuesta # 2

1 tiro del brochure



3

1 retiro del brochure



2

Luego de haber descartado la propuesta anterior, se diseña otra y aquí se llega a una propuesta de diseño, donde se distribuyen mejor los elementos de diseño, se logra que el diseño se vea más equilibrado, porque existe orden pero también dinamismo.

Las imágenes en esta nueva propuesta también se logran integrar mejor con el resto del diseño ya que aquí se utilizó únicamente la información que se considero fundamental. Esto permitió que existiera más espacio para colocar imágenes.

Para lograr tener una jerarquía en el lado del tiro del material, éste se dividió en 3 áreas. La primera área se utilizó para identificar, de quien provenía el material, es por eso que se utilizó el logotipo del CFP "Don Bosco" acompañado por la frase "Construyamos nuestro futuro". Para así despertar curiosidad en el espectador a desplegar el material y enterarse de que se trata.

La segunda área, debido a la manera en como se dobla el

material, se convierte en la contraportada. Es por eso que allí se colocaron los teléfonos, fax, direcciones, etc. de las entidades involucradas en el mensaje del material junto con sus respectivos logotipos para poder identificarse.

La razón por la cual se decidió colocar esta información en la contraportada, fue porque este es un tipo de información adicional, que no se considera como relevante y que será consultada únicamente por las personas que desean preguntar algo directamente a las entidades. Por lo tanto se consideró que no era fundamental colocarlo junto con toda la información del mensaje principal.

La tercera área debido al doblez, hace que funcione como una introducción al contenido principal. En donde se colocó cuales son los beneficios que las personas que realicen donativos para el CFP "Don Bosco" tendrán. Aquí también se incluyó la fotografía de los alumnos del centro trabajando, para poder así mostrar el espíritu del CFP "Don Bosco". Aquí también se implementa una

textura de papel desgarrado, para que el diseño parezca que está inconcluso o en construcción. Y de esta manera poder plasmar mejor la parte del concepto "Construyamos".

Para lograr tener jerarquía en la parte del retiro del material, éste se dividió en cuatro áreas. En la primera área se encuentra información que llama a la acción de donar a las personas, así como una explicación sobre el fondo de becas del CFP "Don Bosco".

En la segunda área ya se encuentra la información que facilita el proceso de como donar y cuanto y por medio de que modalidad.

En la tercera área se encuentran los nombres de los ex-alumnos del centro que aparecen en la fotografía y se explica donde se encuentran trabajando actualmente, para que así las personas se animen a donar, debido a que en la fotografía se muestra un claro ejemplo de la finalidad y de lo quiere lograr el CFP "Don Bosco" con los donativos que recauden. Que

es el de poder brindarles un mejor futuro a los jóvenes con pocos recursos.

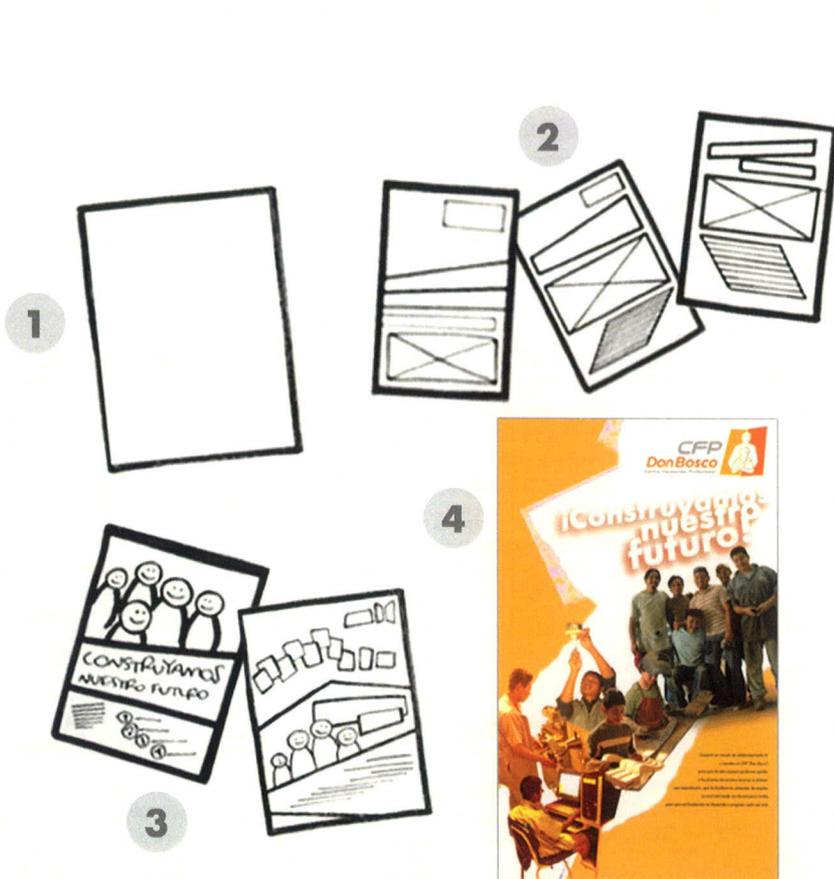
En la cuarta área se colocó información sobre el cliente, quienes son, cual es su misión y su visión. Para que las personas sepan cual es la ideología de las personas que están pidiendo los donativos.

Para cada una de las áreas tanto para el tiro como para el retiro se le aplicó un color que visualmente separará cada área. Esto se hizo con el propósito de que cuando la persona estuviera leyendo una parte del material, el resto pasara a un segundo plano y la información que se estuviera leyendo en el momento quedara destacada con más facilidad.

En la parte del retiro también se utilizó la textura de papel para que así tuviera unidad de estilo con el tiro.

Finalmente es aquí donde se decide utilizar esta propuesta de diseño para el brochure, por haberse considerado que funciona eficientemente.

Planeación para diagramar afiche



Aquí al igual que en las etapas anteriores, al empezar a desarrollar una nueva pieza, que en este caso es el afiche, se toma en consideración todos los pasos que se hicieron en las etapas anteriores. Para poder tener más claro todo el proceso.

1. Se recuerda que para el formato del afiche, lo más apropiado, debido al presupuesto del cliente, es utilizar un formato tradicional. Con esto se refiere a un formato sin pliegues o troqueles, sino como el que se muestra a la izquierda, que es el que se escogió para utilizar en el afiche.

2 y 3. Se revisan tanto composiciones jerárquicas espontáneas como propuestas de diagramación que se habían bocetado con anterioridad, para ser utilizadas en el formato escogido para el afiche que se muestra en el #1.

4. Luego de tomar en consideración el punto 2 y 3, se empieza a desarrollar una propuesta para el afiche. Para esta propuesta se trata de integrar las dos imágenes que se habían estado utilizando en el desarrollo de las

piezas anteriores. Las cuales son: la composición de fotografías donde los alumnos de diferentes carreras están unidas en una sola fotografía y la otra que es la fotografía de los ex alumnos del CFP "Don Bosco".

Estas dos fotografías mencionadas se integraron para formar una sola. Tratando de lograr que ésta tuviera un movimiento visual ascendente. Que es lo que se ha querido transmitir en todos los materiales que se han diseñado hasta el momento.

Aquí también se hace uso de la textura de papel desgarrado que se implementó en el brochure, ya que se consideró como una buena alternativa para plasmar el concepto. Sin embargo en esta propuesta ya no se utilizó la composición tipográfica hecha de herramientas, sino que se optó por ver como funcionaba el titular con la tipografía que se había estipulado para ser utilizada en los titulares en la etapa 1. La razón de cambiar esto se debe a que como el afiche es visto a distancia, se considera que esta tipografía será legible con más facilidad.

La razón por la cual se decidió utilizar el color blanco para la tipografía fue debido a que si ya no se iba a utilizar la composición de herramientas, la cual representa la parte de construcción del concepto, entonces esta debía de remplazarse por la representación de la parte de futuro del concepto. Y debido a que el futuro es tiempo o un periodo que todavía esta por llegar se consideró que la tipografía debía de representar eso. Por lo tanto se quiso representar que la tipografía esta por venir, por eso es que aparenta que esta saliendo del fondo.

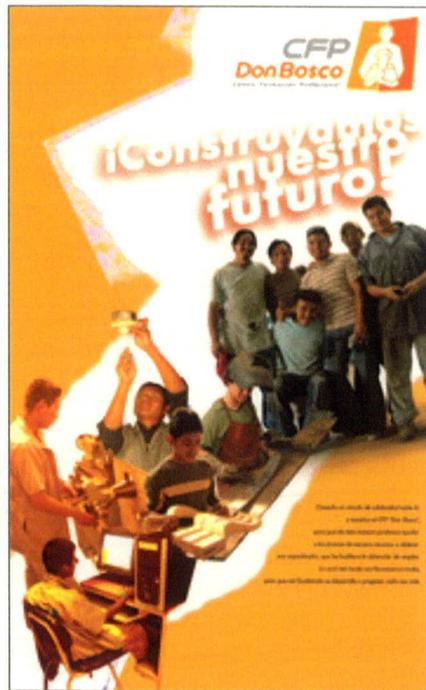
Para la propuesta de afiche, se consideró que era mejor hacerla en full color, para crear un mayor impacto y también debido a que este tipo de material se coloca junto con otros. Éste debe resaltar.

Aquí aún no se termina de definir el diseño del afiche, ya que en esta propuesta todavía falta integrar algunos textos. Otra de las razones por la cual el diseño del afiche no queda definido, es porque todavía se quieren hacer más pruebas para mejorar esta propuesta.

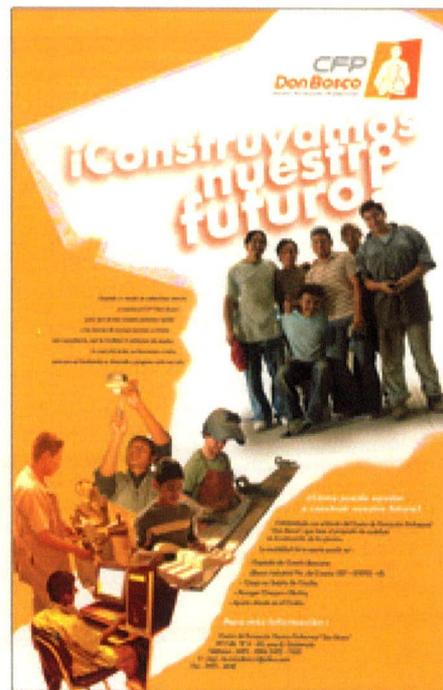
Muestra gráfica

Explicación

propuesta de la hoja anterior



propuesta nueva



Debido a que anteriormente no quedó terminado el diseño del afiche. Aquí se continúa desarrollando la propuesta, con la finalidad de poder mejorarla.

Para esto se probó agrandar el titular, para que este pudiera ser más fácilmente legible para el espectador. Y debido a que el titular fue agrandado, las fotografías tuvieron que ser reducidas, para que así pudieran funcionar más armoniosamente y no estuviera todo que estar muy pegado.

Aquí también se decidió modificar la textura de papel desgarrado, a modo de que este dejara espacios donde se pudiera colocar la información que hacia falta.

Tanto la textura de papel, como la forma en que se colocó la información y las fotografías se hicieron con la intención de poder lograr que el diseño tuviera un movimiento visual ascendente. Además se quería que la diagramación pudiera reflejar el concepto el cual es "Construyendo futuros, cambiamos vidas"

el cual implica movimiento, cambio y dinamismo. Fue por esto también que para el tratamiento visual de la información no se utilizaron márgenes, ni líneas guías de base, lo cual da la impresión de que el texto está en movimiento. A pesar de que pudiera aparentar que la colocación de la información fue totalmente al azar, no fue así ya que se tomó a consideración que el orden de lectura fuera convencional. Lo que no lo hace convencional es la manera en que está colocada la información. Esta colocación denota movimiento debido a la falta de un margen en especial y por los bordes irregulares del texto.

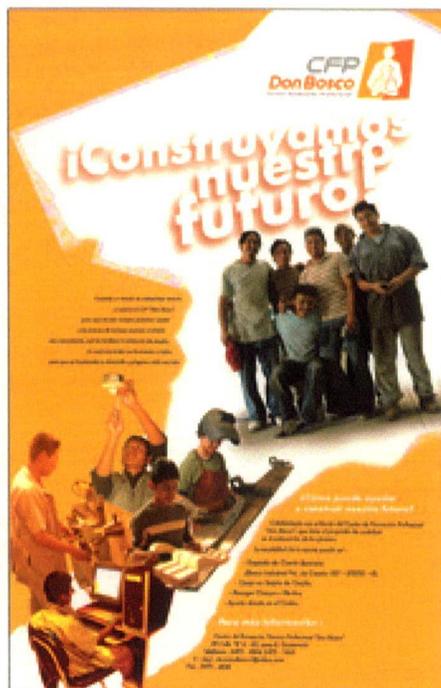
A pesar de que la información se lee de arriba hacia abajo, la impresión que da el diseño en general es la de un movimiento visual ascendente.

Sin embargo esta nueva propuesta, aun no queda definida, ya que todavía se quiere probar como funcionaría el diseño si se aplica la composición tipográfica hecha de herramientas.

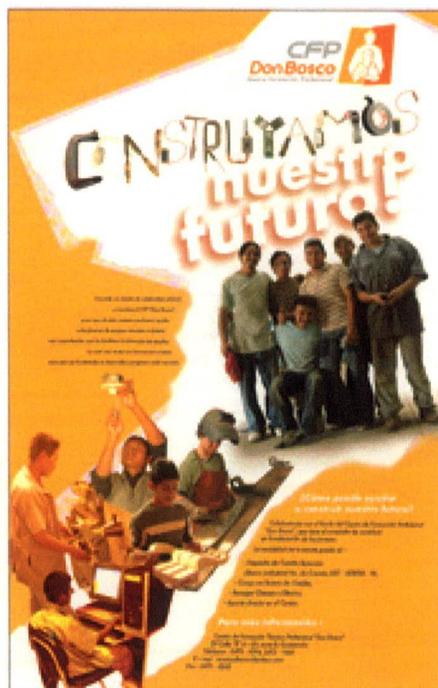
Muestra gráfica

Explicación

propuesta de la hoja anterior



propuesta nueva



Como en la propuesta pasada, no queda definido el diseño del afiche, debido a que se quería hacer una prueba con la composición tipográfica hecha de herramientas, aquí se realiza este cambio.

Para esto se cambió la parte de Construyamos que estaba escrita con letra Futura BQ Demi-Bold Oblique y se colocó la composición hecha de herramientas. Sin embargo para colocar ésta, se tuvo que mover un poco la fotografía de los ex-alumnos hacia abajo, al igual que las palabras "nuestro" y "futuro!" y el logotipo del CFP "Don Bosco" se tuvo que mover un poco hacia arriba.

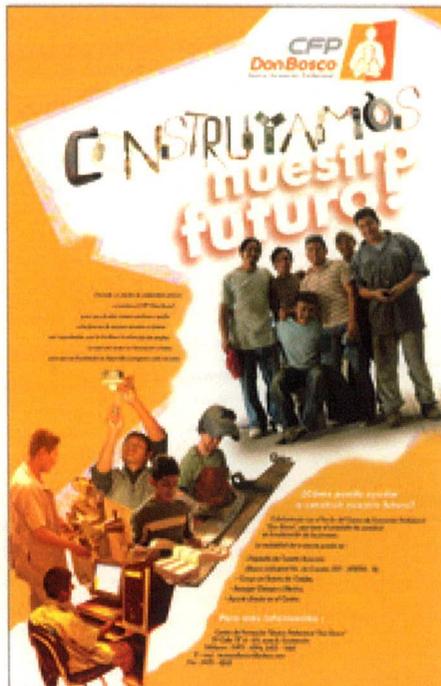
La razón de tener que mover los elementos, fue porque la composición de herramientas no puede ir detrás de la palabra nuestro porque no sería fácilmente legible y probablemente muchas personas no entenderían que es lo que dice allí. Es por eso que se decidió colocar la composición de herramientas sin que ésta se topara con alguno de los elementos de la diagramación.

Luego de haber realizado el cambio que se quería, surge la inquietud de querer probar como funcionaría la tipografía de "nuestro futuro!" en otro color, ya que se considera que la tipografía por ser de color blanco, no es tan fácil de leer a larga distancia. Además se considera que todo el titular de "Construyamos nuestro futuro!" no está unificado y también es algo que debe mejorarse.

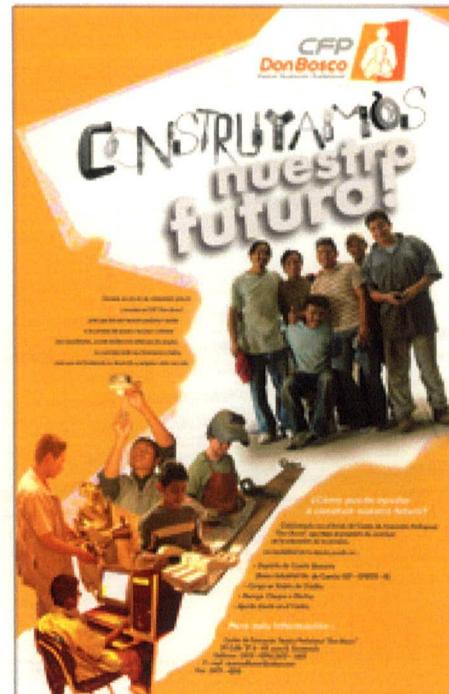
Muestra gráfica

Explicación

propuesta de la hoja anterior



propuesta nueva



Como todavía el diseño del afiche no se ha escogido porque aún se desean hacer unas pruebas, aquí es donde se realizaron y del lado izquierdo se pueden apreciar los cambios.

Los cambios que se realizaron fueron: cambiar el color blanco de la tipografía "nuestro futuro!" por un color gris. Pero debido a que haciendo solamente esto, todavía quedaba debajo la sombra de color anaranjado, y por considerarse inadecuada, esta sombra también fue cambiada de color, por un gris más oscuro que el de la tipografía, para que así pudiera crear un mayor contraste y para que ésta pudiera ser más legible para los espectadores.

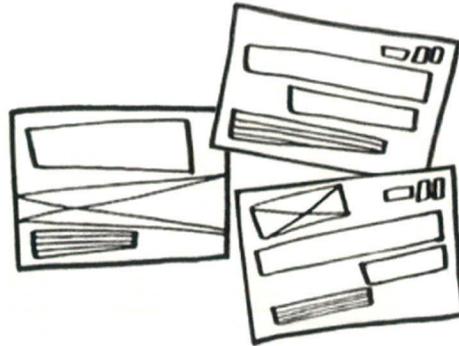
Para poder unificar más la frase de "Construyamos nuestro futuro!" se cambió de color la composición fotográfica hecha de herramientas, a una escala de grises, para que ésta pudiera combinar mejor con el color del resto de la frase y así además integrarse mejor a ella.

Y de esta manera queda definido el diseño a utilizar para la pieza del afiche.

Planeación para diagramar correo electrónico

1

800 X 600 pixeles



2



3

4



Aquí al igual que para el inicio de cada desarrollo de una nueva pieza. Se hizo una recapitulación antes de diseñarla, la cual se presenta a continuación:

1. Se recuerda que en la etapa # 3, se definió que el formato del correo electrónico debía de ser a un tamaño de 800 X 600 pixeles. Debido a que la mayoría de los monitores de computadoras fijan la visualización de sus pantallas a este tamaño.

2 y 3. Aquí se revisan tanto las composiciones jerárquicas espontáneas como las propuestas de diagramación que se habían bocetado con anterioridad, para ser utilizadas como guía o referencia antes de diseñar esta pieza digitalmente.

4. Aquí se empieza a bocetar una propuesta para el diseño del correo electrónico, la cual tenía la intención de ser un mail o

correo electrónico de expectación. Para el cual al principio se quería utilizar una diagramación limpia y a manera de que la expectación estuviera más cerca de revelarse, se tenía la intención de que el diseño del correo fuera más colorido. Sin embargo esta pieza a mitad de bocetaje, se dejó de desarrollar y se descartó completamente, ya que se consideró que muchas personas al recibir el primer correo electrónico podrían marcar la dirección como spam, y nunca poder enterarse del mensaje que el CFP "Don Bosco" quiere transmitir.

La idea de hacer correos electrónicos de expectación no fue una idea que se había establecido desde un inicio, sin embargo al empezar a diseñar esta pieza digitalmente, se pensó como una alternativa. Sin embargo por la razón explicada anteriormente, fue que no se consideró como apropiada.

Muestra gráfica

Explicación

1



2



Aquí ya se empieza a diseñar el correo electrónico con toda la información necesaria que éste debía de llevar.

1. En esta propuesta se vuelve a probar con el color de la tipografía del titular "Construyamos nuestro futuro!". La razón para hacer esta prueba es porque como en el pasado se tuvo dificultad para poder unificar tanto la composición tipográfica hecha de herramientas con el resto de la frase "nuestro futuro!". Aquí se quiso hacer una prueba en donde intencionalmente toda la frase se ve separada.

La composición tipográfica hecha de herramientas se implementa en esta propuesta con sus colores originales para que se entienda mejor cada herramienta o implemento que esta en la composición. Luego para la palabra "nuestro" se utilizó el color anaranjado mas oscuro que se utiliza en el logotipo del CFP "Don Bosco" la razón por la cual se decidió utilizar este color, fue para

que resaltara el énfasis de la palabra "nuestro" que da a entender que todos estamos involucrados, ya que al realizar donaciones para el centro, no solo se benefician los alumnos del CFP "Don Bosco" sino que también los donantes. Ya que al tener mas profesionales en el país es un beneficio para todos y para el país.

Para terminar, a la palabra "futuro!" se le aplicó un color blanco a la tipografía, debido a que el futuro es un tiempo o un momento que todavía esta por llegar. Con este color se quería representar visualmente que a pesar de que sabemos que el futuro es algo de lo que estamos concientes y que podemos visualizarlo muchas veces con anticipación, en realidad esto no significa que el futuro esté aquí en el presente. Es por eso que a la palabra futuro se le dio este tratamiento, en el cual la palabra se puede ver, pero no tan claramente.

Luego de haberle dado un tratamiento diferente

a cada una de las palabras de la frase y de considerarse que de esta manera puede funcionar. Aquí se decide que sea en la parte de validación donde se compruebe cual de los dos tratamientos para la frase es el que mejor funciona.

Luego de haber definido como se quería representar visualmente la frase, se empiezan a hacer pruebas de diagramación para la información. Sin embargo la intención de que el diseño tuviera un movimiento visual ascendente en esta prueba no se estaba logrando. Y la manera en como se colocó la información se veía desordenada en vez de dinámica. Por eso esta propuesta fue descartada y se decide que lo mejor es tratar de reordenar la información de otra manera.

2. En esta prueba se trata de mejorar la diagramación pasada. Y es aquí donde se considera que lo mejor es colocar toda la información abajo de la frase, ya que en la pro-

puesta pasada, luego de leer la frase no se sabía si continuar leyendo para el lado izquierdo o para el lado derecho.

Sin embargo al colocar toda la información hacia abajo, esta no cabía totalmente y como ésta se veía mal alineada hacia a la derecha, se decidió mejor alinearla hacia la izquierda, pero esto hacia que se viera rara la frase, es por eso que la frase en esta propuesta también se corrió un poco hacia la derecha, para tratar de equilibrar todo el diseño. Sin embargo aun después de estos cambios, se decide mejor descartar esta opción y probar con otra diagramación.

Muestra gráfica



CFP
Don Bosco
Centro Formación Profesional

CONSTRUYAMOS
nuestro futuro!

Creando un vínculo de solidaridad entre tú y nosotros el CFP "Don Bosco", para que de ésta manera podamos ayudar a los jóvenes de escasos recursos a obtener una capacitación, que les facilitara la obtención de empleo.

Lo cual más tarde nos favorecera a todos, ya que ésta capacitación hará que Guatemala se desarrolle cada vez más.

Colaboran con el fondo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", que tiene el propósito de contribuir en la educación de los jóvenes.

La modalidad de tu aporte puede ser :

- Depósito de Cuenta Bancaria (Banco Industrial No. de Cuenta: 027 - 078735 - 8).
- Cargo en Tarjeta de Crédito.
- Recoger Cheque o Efectivo.
- Aporte directo en el Centro.

Para más Información :

Centro de Formación Técnico Profesional "Don Bosco"
39 Calle "B" 6 - 69, zona 8, Guatemala
Teléfonos : 2473 - 4244, 2472 - 1460
E - mail : tecnicodbosco@yahoo.com
Fax : 2473 - 4243

Explicación

Debido a que la propuesta pasada no termina de convencer, aquí se empieza a realizar una propuesta nueva basada en la anterior. Es por eso que la frase "Construyamos nuestro futuro!" se queda igual, solamente que para esta propuesta se redujo de tamaño, para que toda la información pudiera colocarse dentro del formato.

Para el tratamiento visual de la información no se utilizó una alineación, ni márgenes, ni líneas guías, sino que simplemente se diseminó el texto a modo de que este reflejara en el diseño, un movimiento visual ascendente. Para poder proyectar mejor esta intención, se utilizó la textura de papel desgarrado no sólo para guardar unidad visual entre los materiales, sino que para poder lograr con esta textura un eje visual ascendente.

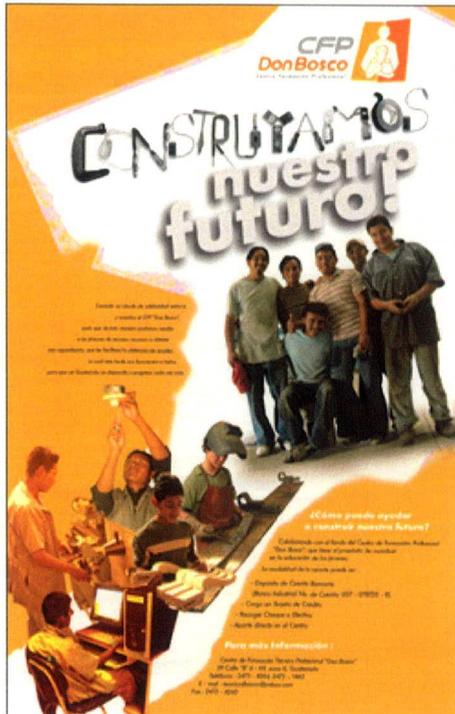
En esta propuesta, al igual que en el resto de los diseños para las otras piezas. Aquí se coloca el logotipo del CFP "Don Bosco" en la parte superior derecha del formato. Esto se hace con la intención que el logotipo sea uno de los elementos con mayor protagonismo en

los materiales. Ya que siempre se encuentra hasta arriba y al inicio de cada información. Lo cual hace que este elemento no pase desapercibido por los espectadores.

En esta propuesta, a una parte de la información se le aplicó un color anaranjado, para así poder separar visualmente que se trata de diferentes tipos de información, ya que la que está en letras negras trata de sobre los beneficios que tendrá el hacer una donación y la que está en color anaranjado es la información que describe las modalidades en que se pueden hacer las donaciones.

A su vez también se decidió colocar otra información por separado en la parte inferior derecha, ya que se consideró que este era un tipo de información adicional, que no se considera como relevante, ya que son números telefónicos, direcciones, etc. que serán consultadas únicamente por algunas personas interesadas. Pero que en realidad no es un tipo de información que tenga algo que ver con la temática de la donación. Es por eso que se colocó en un espacio por separado.

10.1
Propuesta preliminar



Afiche



Correo electrónico

CONSTRUYAMOS nuestro futuro

Para mayor información:

¡creando un vínculo de solidaridad!

Bella tú y nosotros al CFP "Don Bosco", para que de este manera podamos ayudar a las personas de escasos recursos a obtener una capacitación, que les facilite la obtención de empleo. En cada una de sus capacitaciones a todos, ya sea en desarrollo y progreso cada una de ellas.

¿Cómo puedo ayudar a construir nuestro futuro?

Colaborando con el fondo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", que tiene el propósito de contribuir en la educación de las personas.

Fondo de Becas

Para contribuir en la parte de educación de una persona se ha constituido un fondo de becas por medio del cual se desea crear un vínculo de solidaridad entre personas educadas y personas que necesitan una educación para mejorar su calidad de vida. En que la parte principal por educación de personas y personas que ayudan económicamente las posibilidades de las personas de otras personas.

¿Quiénes Somos?

Somos una propuesta educativa que se da en que se ofrece un programa educativo integral de personas. Por ello, todas las personas se ofrecen en las personas, todos un programa educativo que incluye la educación en principios y valores.

Nuestra Visión

Somos una institución líder en la educación técnica profesional, que ofrece a las personas una formación integral basada en el Sistema Preventivo Salesiano. Promovemos el trabajo en equipo, la aplicación del personal en competencias y productividad, optimizamos los recursos buscando la sustentabilidad, desarrollamos un espíritu y espíritu de servicio educativo con calidad académica y excelente posicionamiento en el mercado nacional. Participamos en el desarrollo del país, para tanto personas capacitadas en el medio social que fortalecen la conciencia técnica, el progreso y el medio del trabajo creativo en una cultura de paz y solidaridad.

Nuestra Misión

Somos una Comunidad Educativa, que ofrece formación en educación técnica profesional profesionalmente a las personas, según el Sistema Preventivo Salesiano.

Datos del Donante:

Nombre completo: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____
 E-mail: _____
 All donations must be made in Q. Guatemala de la ciudad.
 Cheque de Cuenta Bancaria (Banco Industrial No. de Cuenta 007 - 00705 - 01)
 Cheque en Efectivo
 Boleto Cheque o Boleto
 Boleto de Crédito
 Fecha de emisión de donación o número de: _____
 Firma del Donante: _____ MES: _____ Años: _____

Brochure

CONSTRUYAMOS nuestro futuro

Colaborando con el fondo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", que tiene el propósito de contribuir en la educación de las personas.

¿Cómo puedo ayudar a construir nuestro futuro?

Colaborando con el fondo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", que tiene el propósito de contribuir en la educación de las personas.

¿Quiénes Somos?

Somos una propuesta educativa que se da en que se ofrece un programa educativo integral de personas. Por ello, todas las personas se ofrecen en las personas, todos un programa educativo que incluye la educación en principios y valores.

Nuestra Visión

Somos una institución líder en la educación técnica profesional, que ofrece a las personas una formación integral basada en el Sistema Preventivo Salesiano. Promovemos el trabajo en equipo, la aplicación del personal en competencias y productividad, optimizamos los recursos buscando la sustentabilidad, desarrollamos un espíritu y espíritu de servicio educativo con calidad académica y excelente posicionamiento en el mercado nacional. Participamos en el desarrollo del país, para tanto personas capacitadas en el medio social que fortalecen la conciencia técnica, el progreso y el medio del trabajo creativo en una cultura de paz y solidaridad.

Nuestra Misión

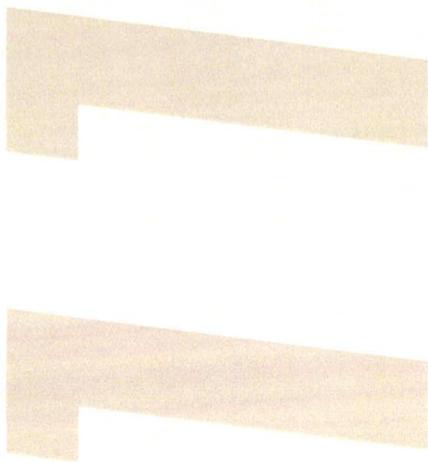
Somos una Comunidad Educativa, que ofrece formación en educación técnica profesional profesionalmente a las personas, según el Sistema Preventivo Salesiano.

Datos del Donante:

Nombre completo: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____
 E-mail: _____
 All donations must be made in Q. Guatemala de la ciudad.
 Cheque de Cuenta Bancaria (Banco Industrial No. de Cuenta 007 - 00705 - 01)
 Cheque en Efectivo
 Boleto Cheque o Boleto
 Boleto de Crédito
 Fecha de emisión de donación o número de: _____
 Firma del Donante: _____ MES: _____ Años: _____

Correo directo

Validación técnica del diseño preliminar



Luego de terminar el proceso de bocetaje, en el cual se desarrolló una propuesta de diseño para el material informativo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco". Es preciso que éste sea evaluado tanto por expertos en el tema, como por el grupo objetivo y diseñadores gráficos. Para esto se realizó un instrumento de validación (ver anexo #4) el cual evalúa los diferentes aspectos gráficos del material.

Descripción de resultados:

Por lo general se puede decir que el material tuvo buena aceptación por quienes lo evaluaron. A continuación se presentan los porcentajes por pregunta, de los resultados más representativos y relevantes de la opinión de quienes validaron la propuesta.

Validaciones a Diseñadores Gráficos:

> Resultados positivos:

- ¿Qué le transmite el contenido gráfico de las piezas?

60% = Cambio
30% = Solidaridad
10% = Construcción
0% = Estático
0% = Otro

- ¿Qué le expresan las fotografías utilizadas?

78% = Entusiasmo
22% = Unión
0% = Quietud
0% = Distanciamiento
0% = Otro

- ¿Qué le expresa la tipografía de los titulares?

60% = Fuerza
40% = Seriedad
0% = Informal
0% = Debilidad
0% = Otro

- ¿Qué expresa la tipografía de los bloques de texto?

65% = Tecnicismo
25% = Sobriedad
10% = Tranquilidad
0% = Dinamismo
0% = Otro

- ¿Qué considera que la paleta de color proyecta?

70% = Energía
30% = Alegría
0% = Tensión
0% = Opacidad
0% = Otro

- ¿Considera que el soporte cumple con la función, conservar por el mayor tiempo posible los materiales?

87% = De acuerdo
16% = Totalmente de acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Qué cree que reflejan los formatos de las piezas?

60% = Cambio
30% = Transición
10% = Forma estándar
0% = Monotonía
0% = Otro

- ¿Cómo considera la colocación de los elementos (textos y fotografías) en los materiales informativos?

75% = Novedosa
25% = Variada
0% = Desordenada
0% = Normal

> Resultados negativos:

- ¿Considera usted, que los colores utilizados ayudan a crear una unidad visual entre las diferentes piezas?

70% = Les falta crear una unidad visual
30% = Ayudan a crear levemente una unidad
10% = Si ayudan a crear una unidad
0% = No existe unidad entre las ilustraciones

> Observaciones:

- Unificar los titulares, en cuanto a color y tratamiento.
- Algunos textos en el afiche parecen muy pequeños.
- En el brochure se recomienda considerar couché o algún otro material que permita reproducir un sizado que logre que la pieza sea más manejable.
- Unificar el color de todas las piezas, para así poder crear una unidad estilística en la imagen visual.

Validaciones a expertos:

> Resultados positivos:

- ¿Qué le transmite el diseño de las piezas?

75% = Solidaridad
25% = Construcción
0% = Cambio
0% = Estático
0% = Otro

- ¿Considera que las fotografías muestran los cursos que CFP "Don Bosco" imparten? (carpintería, electricidad domiciliar, soldadura industrial, herrería, mecánica de torno, reparación y mantenimiento de computadoras).

100% = Totalmente de acuerdo
0% = De acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Considera que el tipo de letra de los titulares, logra destacar la información de los mismos?

100% = Totalmente de acuerdo
0% = De acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Para usted el tipo de letra de los contenidos permite una fácil legibilidad de la información?

100% = Totalmente de acuerdo
0% = De acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Qué considera que los colores utilizados proyectan?

80% = Energía
20% = Alegría
0% = Tensión
0% = Opacidad
0% = Otro

- ¿Considera que el material cumple con la función, conservar por el mayor tiempo posible las piezas?

70% = Totalmente de acuerdo
30% = De acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Qué le refleja el tamaño y forma de las piezas?

50% = Transición
50% = Cambio
0% = Forma estándar
0% = Monotonía
0% = Otro

- ¿Cómo considera el manejo de la información?

60% = Se tiene información suficiente
30% = Posee un lenguaje amigable
10% = Hace falta información en las piezas
0% = Posee un lenguaje confuso

- ¿Cómo considera que se maneja el mensaje en la frase: "Construyendo futuros, cambiamos vidas" para apoyar las donaciones al CFP?

100% = Es claro y despierta el interés por la causa

0% = Es confuso y no motiva al interés por la causa

0% = Es diferente y positivo

0% = Es ordinario y aburrido

> Resultados negativos:

- ¿Qué le expresan las fotografías utilizadas?

65% = Unión
35% = Entusiasmo
0% = Quietud
0% = Distanciamiento
0% = Otro

> Observaciones:

- Jerarquizar mejor la información del correo electrónico.
- Agregar información que explique quienes son los jóvenes que aparecen en la fotografía.

Validaciones a grupo objetivo:

> Resultados positivos:

- ¿Qué le transmite el diseño de las piezas?

45% = Cambio
40% = Construcción
15% = Solidaridad
0% = Estático
0% = Otro

- ¿Qué le expresan las fotografías utilizadas?

60% = Entusiasmo
40% = Unión
0% = Quietud
0% = Distanciamiento
0% = Otro

- ¿Considera que las fotografías muestran los cursos que CFP "Don Bosco" imparten? (carpintería, electricidad domiciliar, soldadura industrial, herrería, mecánica de torno, reparación y mantenimiento de computadoras).

100% = Totalmente de acuerdo
0% = De acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Qué le expresa el tipo de letra, en técnica de collage?

60% = Construcción
30% = Cambio
10% = Dinamismo

0% = Desorden
0% = Otro

- ¿Qué le expresa el tipo de letra de los titulares?

90% = Fuerza
10% = Seriedad
0% = Informalidad
0% = Debilidad
0% = Otro

- ¿Qué le expresa el tipo de letra de los contenidos?

70% = Tecnicismo
30% = Sobriedad
0% = Dinamismo
0% = Tranquilidad
0% = Tranquilidad

- ¿Qué considera que los colores utilizados proyectan?

60% = Energía
40% = Alegría
0% = Tensión
0% = Opacidad
0% = Otro

- ¿Considera que el material cumple con la función, conservar por el mayor tiempo posible las piezas?

80% = Totalmente de acuerdo
20% = De acuerdo
0% = En desacuerdo
0% = Totalmente en desacuerdo

- ¿Qué le refleja el tamaño y forma de las piezas?

60% = Transición
40% = Cambio
0% = Forma estándar
0% = Monotonía
0% = Otro

- ¿Cómo considera el manejo de la información?

75% = Se tiene información suficiente
25% = Posee un lenguaje amigable
0% = Hace falta información en las piezas
0% = Posee un lenguaje confuso

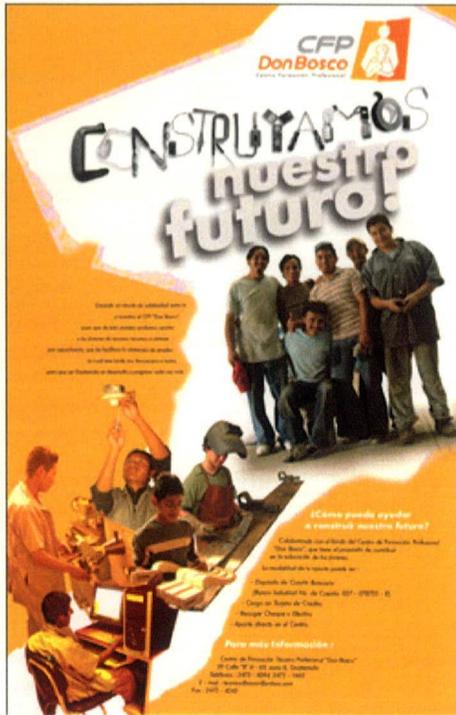
- ¿Qué considera que le transmite la frase: "Construyendo futuros, cambiamos vidas" en las piezas?

45% = me da una idea de la labor del CFP
30% = Me motiva a realizar donaciones
25% = Me despierta el interés
0% = No me despierta el interés
0% = no me motiva a realizar donaciones
0% = no me da ninguna idea de la labor del CFP

> Observaciones:

- Agregar una fotografía en el diseño del correo electrónico.
- Tratar de unificar la diagramación del correo electrónico con la del resto de las demás piezas.

Afiche



- Para el afiche, se sugería agrandar el tamaño de la tipografía de los textos.

- También se sugirió que la palabra "Construyamos" se integrara mejor al resto de la frase "nuestro futuro!"

- Tratar de unificar ésta pieza con el resto de los materiales informativos.

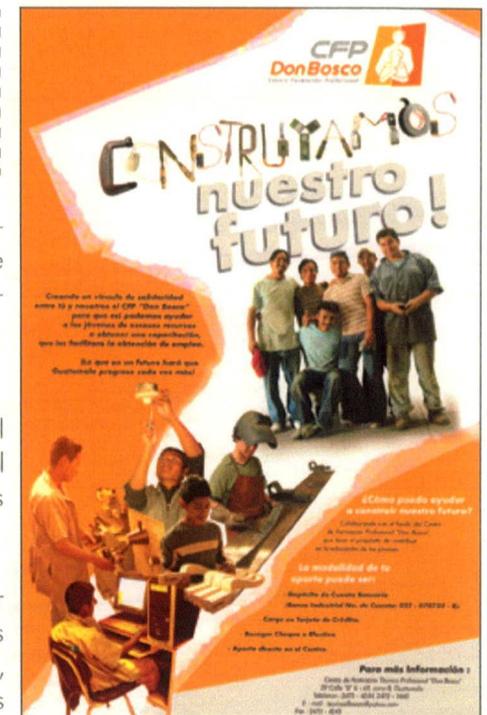
- Aclarar el tono de la foto en grupo y reducirlo un poco su tamaño



En ésta pieza, se agrando el tamaño de letra en los textos, para que éstos pudieran facilitarles la legibilidad a las personas que lo lean.

También se integró mejor la palabra "Construyamos" con el resto de la frase, cambiando el color anterior, por uno que los hiciera ver más unificados.

Aquí también se le cambió el color del fondo al afiche, ya que éste es un color anaranjado intermedio, entre los dos tonos anaranjados que anteriormente se utilizaron en las diferentes piezas.



Este cambio se realizó debido a que ayudará a crear una unidad visual, con el resto de las piezas. La fotografía de grupo fue reducida de tamaño, para que ésta no se pixelara, y también fue aclarado su tono, ya que anteriormente tenía un tono muy oscuro.

Observaciones

Con los cambios ahora el afiche funciona y se ve mucho mejor.

Ya que ahora la información tiene una mejor jerarquía. Los textos son más fáciles de leer, la frase central ésta integrada y el color del afiche hace que se unifique con el resto de las piezas. También debido al cambio de tono y tamaño en la fotografía, hace que el resultado final sea más agradable a la vista.

Correo electrónico



-Se sugirió integrar la frase "Construyamos nuestro futuro!"

- Jerarquizar mejor la información

- Tratar de unificar ésta pieza con el resto de los materiales informativos.

- Agregar alguna fotografía



Aquí se integró la frase "Construyamos nuestro futuro!" utilizando la misma versión que en el afiche, ya que se consideró que esa solución era la más adecuada, por ser funcional.

También se mejoró la jerarquía de la información, utilizando elementos, como franjas, para poder separar la información en partes, para que las personas que lo lean, se puedan ubicar con facilidad.

Aquí también se le cambió el color del fondo al mailing, por el anaranjado intermedio, que se explico anteriormente, para que de ésta manera la pieza del mailing, pudiera integrarse al resto.

En esta versión se agrego la fotografía de grupo, para unificar mejor el diseño con el del resto de materiales, ya que ésta se encuentra en el diseño de todas las demás piezas.



Observaciones

Debido a los cambios hechos en éste material, ahora la información se encuentra mejor distribuida. También debido a la fotografía y el color utilizados, esta pieza logra integrarse mejor al afiche.

Brochure



- Tratar de unificar esta pieza con el resto de los materiales informativos.

En esta versión se cambió el color del anaranjado oscuro utilizado en la propuesta anterior, por el color anaranjado utilizado en las nuevas versiones del afiche y mailing, para de ésta manera unificar el diseño con el del resto de los materiales informativos



También se hicieron cambios en los tonos grises, debido a que en los diseños de las nuevas versiones de los materiales, se implementó un gris más cálido para ser utilizado en la frase de "Construyamos nuestro futuro", y en elementos gráficos como franjas. Es por esta razón que se consideró adecuado seguir con la misma línea de diseño que se utilizó en el resto de piezas y así lograr unificarlas.

Observaciones

Luego de terminar los cambios de color en la propuesta del brochure, empieza a crearse mejor la unidad visual entre las piezas, que anteriormente no existía.

Correo directo



- Tratar de unificar esta pieza con el resto de los materiales informativos.
- Agregar un texto que hace falta.

En ésta versión también se le cambió el color anaranjado y el gris por los anteriormente mencionados, para así lograr unificar el diseño con el del resto de las demás piezas.

Aquí también se agregó una información, que en la propuesta anterior hacía falta, simplemente porque era necesario que ésta información estuviera en el material.

Observaciones

Con los cambios realizados en ésta ultima pieza, se puede ver como ya existe una unidad visual a través de todas las piezas, por lo tanto se puede decir que el resultado negativo de la validación ha sido corregido.

12

Propuesta final y fundamentación

:: Tipografía ::

La tipografía que se utilizó en todos los materiales, es de la familia Futura y que según afirma García (2007), fue creada por Paul Renner en 1927 para la fundición Bauer, inspirado en caracteres sin remates de la revolución industrial del s. XIX. Éste tipo de letra posee caracteres

geométricos sin remates, lo que la hace un tipo de letra que admite mejor la alteración de la sección de su trazo, en cuando a peso o grosor y su inclinación. Esto hace que su gama de variantes sea amplia. Lo que permite tener una gran variedad tipográfica en el diseño, pero sin perder la unidad estilística.

La variante de la familia Futura que se utilizó para los bloques de texto fue la Futura BQ-BookOblique, ya que su estructura refleja el carácter de "tecnicismo", que se había asignado como la expresión para este elemento. Ya que su trazo es uniforme y geométrico y se puede intuir que para su creación y desarrollo se siguió

algún método o procedimiento, ya que la forma en como están compuestas las letras es de una manera bastante rígida y proporcional.

También se escogió la Futura BQ-BookOblique para ser utilizada en los bloques de texto de los materiales diseñados, ya que esta variante ayuda a que los textos sean fácilmente legibles por la claridad, limpieza y orden que poseen sus trazos.

La tipografía que se utilizo para ser utilizada en los titulares también es una variante de la familia tipográfica Futura, que lleva por nombre BQ-DemiBoldOblique. Esta se escogió debido a que su apariencia es similar a la utilizada en los bloques de texto, pero posee mayor grosor en sus trazos, lo cual ayuda a jerarquizar la información y a conservar unidad estilística en el diseño.

El hecho de que los trazos de esta variante sean más gruesos hacen que los titulares funcionen como elementos de identificación y que faciliten

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ

Futura BQ-BookOblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ

Futura BQ-DemiBoldOblique

Ejemplo de tipografías utilizadas en el diseño.

la ubicación del lector por las diferentes secciones de información que se encuentran en el diseño de los materiales. A su vez se decidió utilizar esta variante, para los titulares ya que ésta transmite el carácter de "fuerza" que se quería como expresión del elemento, ya que sus trazos son firmes, sólidos y robustos.

Tanto la variante que se utilizo para los bloques de texto como la de los titulares son tipos de letras oblicuas, o que están inclinadas. La razón por la cual se decidió que fueran de esa manera, es porque con este estilo de tipografía se transmite mejor y ayuda a reforzar el concepto del proyecto, el cual conlleva una implicación de movimiento o dinamismo al igual que la apariencia que posee el estilo oblicuo.

:: Color ::

Para este proyecto se utilizaron algunos de los colores corporativos de la entidad (Pantones 143 y Cool Gray 11, ambos Solid Coated) así como otros colores (Pantone 7527 Solid Coated, Negro y algunos porcentajes de éste) para poder así completar la selección de la paleta de color.

Esta selección de colores tenían varias finalidades, la primera, era que los colores funcionaran como un elemento que visualmente ayudara a crear una unidad entre las diferentes piezas. Para poder lograr lo anteriormente mencionado, se procuro utilizar la misma gama de color en las diferentes piezas diseñadas y esto finalmente ayudo a que todas se lograran percibir como parte de un conjunto de piezas que poseen la misma finalidad.



Pantone 143



Pantone Cool Gray 11



Pantone 7527



Negro / K : 100%

Ejemplo de Pantones utilizados en el diseño.

A su vez se quería que los colores en su totalidad pudieran expresar "energía", para esto se implemento en mayor cantidad el color anaranjado (Pantone 143 Solid Coated) en los materiales. Ya que según Swann (1993), afirma que el anaranjado es un color que actúa como estimulante, simboliza entusiasmo y optimismo. Posee una fuerza activa, disminuye la fatiga, es amistoso, radiante y expresivo, de carácter dinámico y energético.

Este color no solo expresa "energía" sino que también ayuda a plasmar la intención del concepto de este proyecto, el cual es "Construyendo futuros, cambiamos vidas" el cual lleva implícito las acciones de movimiento y dinamismo, las cuales son apropiadamente representadas mediante

la utilización del color anaranjado, ya que estas acciones están dentro de los atributos psicológicos del anaranjado, los cuales fueron mencionados en el párrafo anterior.

Otra de las finalidades que se quería lograr con la selección de la paleta de color fue que la combinación de los colores, pudiera identificar al cliente. Es por esta razón que se utilizaron en el diseño de las piezas algunos de los colores corporativos del cliente así como otros colores en tonos similares.

Entre los colores corporativos del cliente se encuentra el anaranjado, el cual el porque de su utilización fue anteriormente pormenorizado y el color gris el cual es un color que se encuentra en la transición entre el blanco y el negro. El cual ayuda a plasmar la parte de cambio del concepto del proyecto. Éste color también simboliza la neutralidad, da la impresión de frialdad metálica, pero también da la sensación de brillantez. Por éstas razones se utilizó este color, además de que en el Centro de Formación Profesional "Don Bosco" se utilizan muchos elementos metálicos, desde sus materiales, como sus herramientas y máquinas y este color ayuda a representar esta parte de la entidad.

A su vez se utilizó el color gris en diferentes tonos debido a que éste, ayuda a proyectar mayor seriedad en los materiales.

Según Polselli (2007), aconseja que los colores "bronzados" o en tonos beige logran reflejar un aspecto profesional. Aspecto que también en una parte se quería plasmar en los materiales de este proyecto. No solo por la finalidad de los materiales, sino por el grupo objetivo a quienes

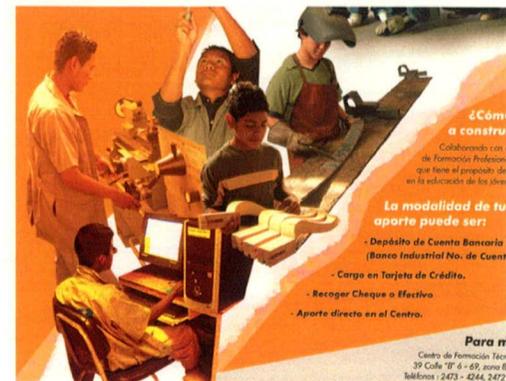
éstos van va dirigidos. Que por ser personas que poseen personalidades más serias y que llevan un estilo de vida más formal, un color como el gris cálido que casi aparenta beige, ayuda a que el grupo objetivo se sienta más identificado con los materiales o que les provoque un mayor grado de confianza tanto hacia la entidad como a la causa de la que tratan los materiales.

:: Fotografías ::

La razón por la cual se decidió utilizar fotografías en los materiales, se debió a que se consideró que era la opción más clara y fácil de poder demostrarles a las personas que tendrían contacto con el material, en que consiste la labor que realiza el centro, cómo son las personas que asisten a éste y como se capacitan.

Así como de poder mostrar también un ejemplo real de un grupo de jóvenes, que se han visto beneficiados con la propuesta educativa del centro y como éstos en la actualidad están ayudando a que Guatemala progrese. Debido a que brindan sus servicios a la sociedad, ya que ponen en practica la capacitación que recibieron.

La razón por la cual se decidió que en los materiales aparecieran un grupo de ex-alumnos fue para poder así convencer y poder demostrarle con más facilidad al grupo objetivo, que la donación que realicen al centro será enriquecedora tanto para los alumnos que asisten al centro, como para los donantes, ya que su aporte generará un mayor progreso en su sociedad. Con esto queda plasmado, el propósito del proyecto, el cual trata



Ejemplo de fotografías utilizadas en el diseño.

de lograr solidaridad entre personas y a su vez le da una mayor credibilidad al propósito de los materiales ya que se muestran en ellos, los resultados que se obtienen con la propuesta educativa del Centro de formación profesional "Don Bosco".

En la mayoría de las fotografías utilizadas en los materiales, se muestran a los alumnos del centro construyendo o reparando algo involucrado con su capacitación. Estas fotografías reflejan unión pero sobretodo expresan el entusiasmo que existe entre los alumnos, por la labor que realizan y por ende por su propia superación personal en un futuro. A través de esto se ayuda a plasmar la parte del concepto "Construyendo futuros".

Otra razón por la que se optó por utilizar fotografías fue porque el grupo objetivo acepta mejor los materiales que contienen fotografías que los que contienen ilustración.

:: Formato ::

Para este proyecto se consideró que era importante reflejar a través del formato de las piezas el concepto del proyecto. Es por esto que algunos de los formatos de las piezas que se diseñaron, van cambiando de forma, conforme se van manipulando éstos.

Se decidió que algunos de los formatos de los materiales fueran un poco inusuales, pero siempre procurando que éstos no fueran a sobrepasar el presupuesto del cliente y que a su vez fueran fáciles de manejar y de portar.

La razón por la cual se decidió realizarlos de esta manera, fue porque se consideró que al momento de que el grupo objetivo se percatará de esta peculiaridad en las piezas, esto ayudaría a retener su atención, tanto hacia el material como al mensaje de éstos. Logrando así despertar con mayor facilidad el interés de un mayor número de personas, logrando así que la cantidad de donantes posiblemente se acreciente.

Otra de las razones por las cuales se reparo en manejar los formatos de esta forma, se debió a que de esta manera se transmitiría mucho mejor el concepto del proyecto "Construyendo futuros, cambiamos vidas", ya que ésta frase lleva implícito un cambio y construcción, que se quería transmitir a través de los materiales. Por lo tanto se crearon y desarrollaron formatos que pudieran expresar transición de un estado a otro. Ya que esto es

prácticamente lo que da entender el concepto y lo que la labor del cliente desea para sus alumnos. Ya que el centro espera que los alumnos entren al centro y reciban una adecuada formación profesional y que luego con ésta, ellos salgan preparados con una profesión que les pueda dar sustento a sus vidas o que pueda llegar a cambiarla para mejor.

Únicamente los formato del correo electrónico y del afiche se mantuvieron en un tamaño y forma estándar. Para no provocar así problemas de visibilidad y costos hacia la entidad.



Ejemplo del formato de la pieza correo directo.

:: Soporte::

Para este proyecto se utilizaron en las piezas, soportes que pudieran mantener por la mayor cantidad de tiempo posible, los materiales. Es por ésta razón que para el brochure se utilizó papel couché, y para el correo directo y afiche se utilizó papel texcote C-12 al.



Ejemplo de papel couché utilizado como soporte, para la pieza brochure.

La razón por la cual no se decidió implementar el mismo material como soporte en todas las piezas se debe a que luego de reflexionar la manera en que las piezas iban a ser utilizadas por los usuarios, se reparo en que las diferentes piezas tendrían una función diferente y por lo tanto un período más corto o largo de estar en contacto con el usuario, etc. Por esto para la pieza del brochure por tener la función de ser leída detenidamente, de tener que ser repartida o apilada, se considero en un papel como el couché, ya que éste permite que se cumplan con todas las funciones que se espera que tenga la pieza. Ya que es un papel fácil de manipular para ser leído,

doblado y de poder repartir, así como también de poder ser agrupado sin que ocupe demasiado espacio, o que se establezca por ser de un material de textura irregular.

Sin embargo para las piezas que tendrían mayor manipulación por parte de los usuarios o que estarían colocados en lugares que estarían expuestos a la intemperie o a la posibilidad de

que personas pudieran arremeter contra éstos por simple aburrimiento o por el simple hecho de estar expuestos en lugares de paso frecuente. Se llego a la conclusión de que lo mejor sería que estas piezas, en este caso el afiche y correo directo, fueran impresas en soporte de texcote C-12, ya que es un material más resistente y que al verlos, proyectarían y expresarían la seguridad de poderse conservar por una buena cantidad de tiempo en buen estado y de ser manipulados la con confianza de que serian resistentes para su propósito. Éstos materiales se escogieron debido a que permiten una buena presentación en cuanto a impresión, así como para su manipulación.

Para la pieza del correo electrónico se determino que el soporte fuera un archivo JPG No solo por el medio en que iba a ser distribuido sino que también por la comodidad que le brinda al usuario de poderlo observar con rapidez la información a través de un clic del mouse y sin la necesidad de tener que abrir el archivo por medio de algún software que no todas las personas a quienes sería enviado el correo tuvieran instalado en sus computadoras.

:: Ejes y elementos de apoyo utilizados en la diagramación ::

Los ejes que se utilizaron para este proyecto fueron determinados luego de haberse descartado la posibilidad de implementar una retícula, ya que se observó luego de pruebas, que una "operación aleatoria" como la denomina Samara (2004), era lo que mejor convenía.

Como operación aleatoria se determinó realizar diferentes composiciones jerárquicas espontáneas, en las cuales se manejaron tanto ejes rectos como inclinados, ya que esto hizo que se lograra una mejor distribución de los diversos elementos de diseño, en donde éstos ~~se encuentran~~ ordenados, pero su vez en conjunto expresaban movimiento.

Para la diagramación de las diferentes piezas, se hizo uso de los elementos anteriormente mencionados como la tipografía Futura BQ-BookOblique

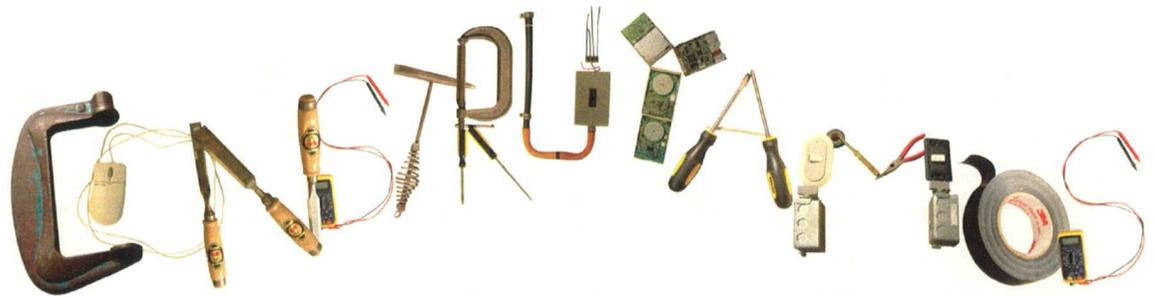
para los textos, Futura BQ-DemiBoldOblique para los titulares, el color anaranjado y gris, fotografías, etc.

Sin embargo también se hizo uso de elementos de apoyo como texturas de papel rasgado, para darle la sensación al diseño que éste se encuentra en proceso, en movimiento y que esta en construcción.



Ejemplo de textura de papel rasgado.

A su vez para poder reforzar esta idea, se tomaron fotografías de diferentes herramientas o implementos de trabajo que se utilizan en el CFP, y luego se escogieron las que se consideraron, tenían mejor calidad y con éstas se formó la palabra "Construyamos". De esta manera no sólo se ayudó a plasmar mejor la parte del concepto construcción, sino que ayudo a plasma visualmente un poco de la identidad del CFP en los materiales.



Ejemplo de tratamiento tipográfico.

Para la diagramación también se hizo utilización de franjas con ejes ascendentes, las cuales ayudaron a poder distribuir mejor la información y de ésta manera crear una mejor jerarquía en el diseño. La razón por la cual se utilizaron las franjas de manera ascendente es para reflejar la parte del concepto "Cambio", ya que éstas franjas empiezan y terminan de diferentes tamaños y el hecho de que sean ascendentes es por la connotación que esto tiene en el diseño gráfico, ya que esto

materiales. A su vez la textura de papel rasgado y el titular hecho de herramientas o implementos en forma de letras, apoyan también la parte del concepto cambio, ya que visualmente van cambiando, ya sea a en cuanto al grado de rasgado en el papel o en cuanto al tamaño, ubicación o grosor de cada una de las letras de la palabra "Construyamos".

CFP Don Bosco
Centro Formación Profesional

CONSTRUYAMOS nuestro futuro!

Creando un vínculo de solidaridad entre tú y nosotros el CFP "Don Bosco" para que así podamos ayudar a los jóvenes de escasos recursos a obtener una capacitación, que les facilitara la obtención de empleo.

¡Lo que en un futuro hará que Guatemala progrese cada vez más!

¿Cómo puedo ayudar a construir nuestro futuro?
Colaborando con el fondo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", que tiene el propósito de contribuir en la educación de los jóvenes.

La modalidad de tu aporte puede ser:

- Depósito de Cuenta Bancaria (Banco Industrial No. de Cuenta: 027 - 078735 - 8).
- Cargo en Tarjeta de Crédito.
- Recoger Cheque o Efectivo
- Aporte directo en el Centro.

Para más Información :
Centro de Formación Técnica Profesional "Don Bosco"
39 Calle "19" 4 - 49, zona 8, Guatemala
Teléfonos : 2473 - 4244, 2472 - 1460
E - mail : tecnico@bosco@yahoo.com
Fax : 2473 - 4243

:: Afiche ::

Para el diseño del afiche, se tomaron en consideración diferentes aspectos, como el colocar sólo la información más relevante, ya que éste tipo material se utiliza para comunicar una información rápida.

También se procuró que la tipografía tuviera un tamaño de letra adecuada, y que ésta pudiera ser leída por la mayoría de las personas sin mayor dificultad. Para poder lograr lo anteriormente mencionado, se trató de trabajar los textos del material, logrando adquirir en la diagramación la mayor jerarquía posible.

Para poder lograr esto se consideró, que toda la tipografía utilizada en el material debía de contrastar con el fondo en el cual estuviera colocada y es por esto que se decidió utilizar un color gris cálido para el titular, blanco para los subtítulos y un gris oscuro para los bloques de texto, ya que de esta manera se logra que los lectores puedan con mayor facilidad diferenciar mejor la información.

También para lograr una jerarquía visual más evidente, se utilizó una tipografía de trazo grueso tanto en los titulares, como en los subtítulos y una de trazo delgado para los bloques

Fundamentación

Para el diseño del afiche, se tomaron en consideración diferentes aspectos, como el colocar sólo la información más relevante, ya que éste tipo material se utiliza para comunicar una información rápida.

También se procuró que la tipografía tuviera un tamaño de letra adecuada, y que ésta pudiera ser leída por la mayoría de las personas sin mayor dificultad. Para poder lograr lo anteriormente mencionado, se trató de trabajar los textos del material, logrando adquirir en la diagramación la mayor jerarquía posible.

Para poder lograr esto se consideró, que toda la tipografía utilizada en el material debía de contrastar con el fondo en el cual estuviera colocada y es por esto que se decidió utilizar un color gris cálido para el titular, blanco para los subtítulos y un gris oscuro para los bloques de texto, ya que de esta manera se logra que los lectores puedan con mayor facilidad diferenciar mejor la información.

También para lograr una jerarquía visual más evidente, se utilizó una

tipografía de trazo grueso tanto en los titulares, como en los subtítulos y una de trazo delgado para los bloques de texto. Sin embargo dentro de la información de los bloques de texto, existían ciertos párrafos que debían de tener más relevancia que el resto de la información, es por esta razón que para estos párrafos también fue utilizada la tipografía de trazo grueso en el mismo color gris, que la utilizada en el resto de la información de los bloques de texto.

Para el afiche se utilizó la textura de papel desagarrado, para darle la apariencia de que el material se encuentra en construcción, ya que esto ayudó a plasmar el concepto del proyecto. Así como también mediante la palabra "Construyamos", que está hecha de diferentes herramientas o implementos de trabajo que los alumnos utilizan en los talleres del CFP "Don Bosco".

Las fotografías fueron colocadas en un eje ascendente, ya que en el diseño gráfico éste tiene una connotación positiva. A las fotografías que están en la parte inferior del afiche, se les agregó un tratamiento en la tonalidad,

para que fuera casi del mismo color que el utilizado en el fondo, ya que se quería dar la sensación de superación. Ya que al principio los jóvenes pasan casi desapercibidos, ya que su color visualmente se mezcla con el utilizado en el fondo, pero luego las fotografías se empiezan a percibir en su color original y los jóvenes se empiezan a distinguir más claramente. La razón por la cual se desarrolló de esta manera, fue porque así se logra transmitir en una metáfora visual, la representación tanto el concepto del proyecto como del propósito que el CFP "Don Bosco" tiene con los jóvenes, que es la de ayudarles a cambiar sus vidas, para que tengan un futuro mejor.

Como color predominante en el afiche, se utilizó el anaranjado, el cual ayuda a transmitir la expresión de energía que se quería para los materiales, además que ayuda a plasmar la imagen visual del cliente, ya que el anaranjado se encuentra entre los colores corporativos que el CFP "Don Bosco" utiliza para representarse. También para la diagramación del afiche, se utilizó una franja de color gris, inclinada en la parte inferior del afiche, para separar

la información adicional que no a todas las personas les pueda interesar y así lograr transmitir mejor el mensaje central.

En cuanto al formato del afiche se decidió utilizar un tamaño tabloide sin dobleces ni troqueles, ya que el presupuesto del cliente lo impedía. Sin embargo el afiche fue impreso a full color para poder así lograr obtener la mayor atención posible por parte de el grupo objetivo. El soporte en el cual se decidió imprimir el afiche, fue en papel texcote C-12, debido a que es un papel de calibre grueso y a su vez es mate, lo cual hace que no se refleje la luz, ya que por ser un material de información rápida, ésta debe de poder verse lo más fácil y rápidamente y posible.



:: Correo directo ::

Para este material se utilizaron los mismos elementos que los implementados en el afiche, como la tipografía, la textura de papel, el color anaranjado de fondo y la franja de color gris.

El color de los textos. Sin embargo en éste el único titular que se encuentra dentro del texto, fue utilizado de color anaranjado, ya que debido a su posición, se encontraba sobre un fondo blanco, lo cual de haberlo dejado como en la aplicación del afiche se hubiera perdido.

Aquí también se tuvo que modificar la forma en la cual está colocada la frase central, ya que de ésta manera se veía mejor estéticamente en el diseño.

En esta pieza no fue incluida las fotografías de los alumnos trabajando, ya que por ser un material que va dirigido a ex alumnos, no se necesitaba mayor explicación de lo que se trata el Centro.

Esta pieza está realizada para ser impresa a dos tintas de color, por esta

razón , la fotografía del grupo fue tratada en escala de grises al igual que la frase "Construyamos" hecha de herramientas.

En cuanto al formato de la pieza, está compuesta de 12 piezas individuales que la conforman, ésto se debe a que la persona que reciba el correo, tiene que unir las diferentes piezas para poder leer el mensaje. Ya que ésto refuerza el concepto de "Construir". Además de hacerlo un material bastante atractivo e innovador.

Las piezas individuales, son de tamaño tarjeta de presentación y están impresas en papel textcote C-12, el cual es un tipo de papel grueso y mate, que hace que las personas puedan manipular bien el material, sin que éste se doble o quede impresa las huellas digitales sobre el papel, como suele suceder con los materiales impresos en papel brillante.



CFP Don Bosco
Centro Formación Profesional

CONSTRUYAMOS nuestro futuro!

Creando un vínculo de solidaridad entre tú y nosotros el CFP "Don Bosco", para que de esta manera podamos ayudar a los jóvenes de escasos recursos a obtener una capacitación, que les facilitara la obtención de empleo.

¡Lo cual en un futuro hará que Guatemala progrese cada vez más!

Sólo tienes que colaborar con el fondo del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", que tiene el propósito de contribuir en la educación de los jóvenes.

La modalidad de tu aporte puede ser :

- Depósito de Cuenta Bancaria (Banco Industrial No. de Cuenta: 027 - 078735 - 8).
- Cargo en Tarjeta de Crédito.
- Recoger Cheque o Efectivo.
- Aporte directo en el Centro.

Para más Información :

Centro de Formación Técnico Profesional "Don Bosco"
39 Calle "B" 6 - 69, zona 8, Guatemala
Teléfonos : 2473 - 4244, 2472 - 1460
E - mail : tecnico@bosco@yahoo.com
Fax : 2473 - 4243

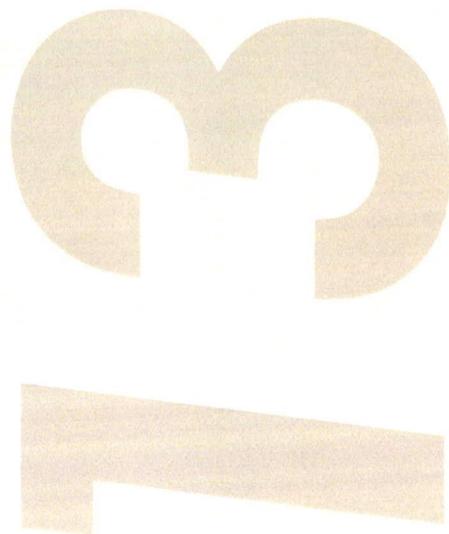
:: Correo electrónico ::

Este material tiene un formato de 600 x 800 píxeles, ya que este es el tamaño estándar de los monitores de computadoras comunes. Lo cual hace que el material sea cómodo de leer, para todas las personas.

En ésta también se utilizó únicamente la fotografía de grupo, ya que el espacio es reducido y a las personas a quien irá dirigido, también ya conocen sobre el Centro , ya que son ex alumnos.

En éste se volvió a utilizar el mismo color y elementos utilizados en los materiales anteriores para crear una unidad visual entre los materiales informativos.

Ésta pieza está en modo RGB, ya que en esta modalidad es como las computadoras interpretan el color.



13.1

*Especificaciones técnicas para
el desarrollo de las piezas*

Todos los artes finales de las piezas se encuentran grabadas en Adobe Photoshop CS2 a 300 dpi en modo CMYK con excepción del arte del Mailing que ésta grabado en modo RGB. Todos los artes irán grabados en un CD de 700 MB. Quemados con la opción Close Disc. La cantidad de impresiones que se harán de cada pieza, queda a discreción del cliente.

Tamaños de las piezas:

- Afiche: 17" X 11" pulgadas
- Brochure: 8.5" X 11" pulgadas
- Correo electrónico: 800 x 600 pixeles
- Correo Directo: 12 piezas de 2" x 3.5" pulgadas cada una.

Soporte de las piezas:

- Afiche: Papel Illusion de 80 gms.
- Brochure: Papel Couché de 80 gms.
- Correo electrónico: Soporte digital de archivo JPG y PSD
- Correo Directo: Papel Illusion de 80 gms.

Impresión litográfica:

- Afiche: Tiro a full color
- Brochure: Tiro y Retiro a 2 colores de tinta
- Correo electrónico: -----
- Correo Directo: Tiro a 2 colores de tinta

Producción y reproducción

	Afiche	Brochure	Correo directo	Correo electrónico
Dimensiones	17 x 11 pulgadas	8.50 x 11 pulgadas	2 x 3.50 pulgadas	800 x 600 pixeles
Materiales	Papel Illusion de 80 grs.	Papel Couché de 80 grs.	Papel Illusion de 80 grs.	Archivo digital en JPG y PSD
Sistemas de impresión	Litográfica	Litográfica	Litográfica	_____
Cantidad	50	5,000	1,000	Queda a discreción del cliente según su base de datos

13.2

Informe técnico que acompaña los archivos digitales para imprenta

CD incluye:

Los archivos de los artes se encuentran en carpetas independientes, identificados con el nombre de la pieza correspondiente.

También grabado en el CD se incluye una fotografía de pantalla de cada uno de los artes grabados en jpg y psd. Así como también se adjunta, junto con el CD, una impresión a escala tamaño carta de cada uno de los archivos grabados.

	Afiche	Brochure	Correo directo	Correo electrónico
Nombre	afiche_final.psd afiche_final.jpg	desplegable_final.psd desplegable_final.jpg	correo_direc_final.psd correo_direc_final.jpg	correo_elec_final.psd correo_elec_final.jpg
Ubicación en CD	carpeta con nombre: afiche	carpeta con nombre: desplegable	carpeta con nombre: correo_directo	carpeta con nombre: correo_electronico
Tamaño	17 X 11 pulgadas	8.5 X 11 pulgadas	2 X 3.5 pulgadas	800 X 600 pixeles
SopORTE	Papel Illusion de 80 grs.	Papel Couché de 80 grs.	Papel Illusion de 80 grs.	Digital
Tipo de archivo	jpg y psd	jpg y psd	jpg y psd	jpg y psd
Programa	Photoshop CS	Photoshop CS	Photoshop CS	Photoshop CS

13.3
Presupuesto
de diseño y de impresión

:: Presupuestos de impresión ::

A continuación se muestran diferentes cotizaciones que se hicieron junto con el director del CFP "Don Bosco" Raul Vasquez (ver anexo #5).

Cotización de Brochures:

5,000 Brochures, en Impresora Central

especificaciones:

- tamaño carta (8.5" x 11")
 - impresos en tiro y retiro a full color
 - en papel couché de 80 gms.
- = Q.3, 092.00

5,000 Brochures, en Litografía M&L

especificaciones:

- tamaño carta (8.5" x 11")
 - impresos en tiro y retiro a full color
 - en papel bond de 80 gms.
- = Q. 3,500.00

4,000 Brochures, en Imprenta &

Litografía Elgueta

especificaciones:

- tamaño carta (8.5" x 11")
 - impresos en tiro y retiro a full color
 - en papel bond de 80 gms.
- = Q.2,500.00

Cotización de Correo Directo:

1,000 Tarjetas de presentación, en Litografía M&L

especificaciones:

- tarjetas de presentación (2.5" X 3")
 - impresas en tiro a full color
 - en texcote C-12
- = Q. 1,500.00

1,000 Tarjetas de presentación, en Litografía M&L

especificaciones:

- tarjetas de presentación (2.5" X 3")
 - impresas en tiro a dos tintas de color
 - en texcote C-12
- = Q. 480.00

300 Tarjetas de presentación, en Corporación

Litográfica

especificaciones:

- tarjetas de presentación (2.5" X 3")
 - impresas en tiro y retiro a full color
 - en cartulina lino
- = Q. 2,219.00

Cotización de Afiches:

50 Afiches en Xerox:

especificaciones:

- tabloide (11" x 17")
 - impresos en tiro a full color
 - en papel couché de 80 gms.
- = Q. 1,100.00

:: Presupuestos de diseño ::

Afiche : Q800.00

Correo directo : Q700.00

Brochure : Q500.00

Correo electrónico : Q150.00

14

Conclusiones y recomendaciones

:: Conclusiones ::

1. El objetivo de diseñar un material informativo/promocional que sensibilizará sobre los problemas que posee el Centro de Formación

Profesional "Don Bosco" para sufragar sus gastos y de las diferentes maneras por las cuales se pueden hacer aportes para el Centro, se logró,

debido a que el resultado son cuatro piezas, que están diseñadas específicamente para personas que de antemano conocen sobre que tra-

ta el Centro, y también para personas que no lo conocen. De ésta manera se logra abarcar bien al grupo objetivo y a personas particulares que estén interesadas en donar. Por lo tanto se puede decir que cualquier persona que tenga contacto con el material, será informada de la manera más adecuada, que es exactamente el objetivo de un material informativo.

2. El objetivo de proyectar a través de diferentes elementos visuales, la identidad del Centro de Formación Profesional "Don Bosco", fue lograda, ya que las fotografías nos adentran en la forma en que opera el Centro. También la manera en que los textos están colocados y las texturas están aplicadas, hacen sentir que el Centro siempre se encuentra en movimiento, que es un lugar en donde hay mucho dinamismo en cuanto a las maquinas que allí se encuentran como en las personas que allí trabajan. Es por eso por lo anterior descrito que el objetivo se logró llevar a cabo.

:: Recomendaciones ::

1. Como recomendación, hay que tener en cuenta a quien va ir dirigido el material y la manera en que éste se desenvuelve, ya que sólo así se puede llegar a soluciones eficientes y funcionales que garanticen que la información será recibida.

2. Como recomendación, se debe hacer una investigación de las instalaciones, el personal, como trabajan todas las personas que asisten al Centro y que percepción tiene otras perso-

nas de éste. Para así poder llegar a plasmar fielmente el espíritu de la identidad del cliente, aprovechando todos los insumos disponibles.

91

Bibliografía

Libros

Samara, T. (2004). Diseñar con y sin retícula (1ª ed.) Barcelona: Ediciones Gustavo Gili, SA de CV.

Tesis

Castillo, S. (2005). Programa de Becas Maya Competente Building. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Documentos en línea

Checchi, Sergio. (16 de octubre del 2007). ¿Qué es un salesiano?. Don Bosco en Centroamérica Boletín Salesiano, Mayo - Junio(161). Disponible en: http://www.boletinsalesiano.info/boletinfolder/boletines/165/Framesetboletin_165.html

Colaboradores de Wikipedia. (7 de junio del 2006). Construcción. Wikipedia, La enciclopedia libre (En red), XX. Disponible en: [google.com](http://es.wikipedia.org/wiki/Construcción). Directorio : <http://es.wikipedia.org/wiki/Construcción>

Colaboradores de Wikipedia. (10 de agosto del 2006). Donación. Wikipedia, La enciclopedia libre (En red), XX. Disponible en: [google.com](http://es.wikipedia.org/wiki/Donación). Directorio : <http://es.wikipedia.org/wiki/Donación>

Colaboradores de Wikipedia. (13 de agosto del 2006). Solidaridad (etimológico). Wikipedia, La enciclopedia libre (En red), XX. Disponible en: [google.com](http://es.wikipedia.org/wiki/Solidaridad_(etimológico)). Directorio : [http://es.wikipedia.org/wiki/Solidaridad_\(etimológico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Solidaridad_(etimológico))

Colaboradores de Wikipedia. (24 de agosto del 2006). Contrato de donación. Wikipedia, La enciclopedia libre (En red), XX. Disponible en: [google.com](http://es.wikipedia.org/wiki/Contrato_de_donación). Directorio : http://es.wikipedia.org/wiki/Contrato_de_donación

Cursos gratis de MailxMail.com: Proyectos de Inversión (Versión 1) [Base de datos electrónica]. (2005) Sant Cugat del Vallès, Barcelona [Productor: Saul Cotrina. Distribuidor: MailxMail.com]

García, M. (13 de septiembre del 2007). Familias Tipográficas. Image & Art (En red), XX. Disponible en: www.imageandart.com/tutoriales/tipografia/familias_tipograficas_1.html

Gordon, K. (2006). Aprender de los errores de los demás. Intel (En red), XX. Disponible en [google.com](http://www.google.com). Directorio: <http://www.intel.com/cd/business/enterprise/EMEA/spa/smallbusiness/275478.htm#Inteltop>

Jinesta, Luis. (16 de octubre del 2007). Cincuenta años de profesión religiosa salesiana. Don Bosco en Centroamérica Boletín Salesiano, Mayo - Junio(161). Disponible en: http://www.boletinsalesiano.info/boletinfolder/boletines/165/Framesetboletin_165.html

Martínez, Raymond. (16 de octubre del 2007). Experiencia de un formador joven. Don Bosco en Centroamérica Boletín Salesiano, Mayo - Junio(161). Disponible en: http://www.boletinsalesiano.info/boletinfolder/boletines/165/Framesetboletin_165.html

Monreal, J., Martí, J., y Gispert, C. (1991). Océano Uno Diccionario Enciclopédico Ilustrado, (1ª. ed.) Colombia: Ediciones Océano, S.A.

Sin autor. (7 de septiembre del 2006). Educación Salesiana. Catholic.net (En red), XX. Disponible en: [google.com](http://es.catholic.net/educadorescatolicos/755/2164/articulo.php?id=19521). Directorio: <http://es.catholic.net/educadorescatolicos/755/2164/articulo.php?id=19521>

Sin autor. (5 de septiembre del 2006). Formación Profesional. Fe y Alegría (En red), XX. Disponible en: [google.com](http://www.feyalegría.org/default.asp?caso=10&idrev=19&idsec=458&idedi=19). Directorio: <http://www.feyalegría.org/default.asp?caso=10&idrev=19&idsec=458&idedi=19>

Sin autor. (20 de agosto del 2006). Centros de Formación Profesional (CFP). FECTC Centros de Formación Profesional (En red), XX. Disponible en: google.com. Directorio: <http://www.uocra.org/fundacion/centros.htm>

Sin autor. (2 de septiembre del 2003). Checklists. IM-BOOT Creativity, Innovation Circle & Innovation Management (En red), XX. Disponible en : google.com. Directorio: <http://innovation.im-boot.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=27>

Sin autor. (12 de septiembre del 2006). Relaciones Forzadas. Neuronilla (En red), XX. Disponible en: google.com. Directorio: <http://www.neuronilla.com/pags/tecnicas/default.asp#forzadas>

Sin autor. (12 de septiembre del 2006). IDEART. Neuronilla (En red), XX. Disponible en: google.com. Directorio: <http://www.neuronilla.com/pags/tecnicas/default.asp#IDEART>

Sin autor. (2005). Papeles. Creativa Digital (En red), XX. Disponible en: google.com. Directorio: <http://www.creativadigital.com.ar/papeles.htm>

Vargas, C. (11 de septiembre del 2006). Solidaridad. Parroquia de la Vera Cruz (En red), XX. Disponible en : google.com Directorio: <http://www.iglesia.cl/parroquiadelaveracruz/actualidad32.htm>

Imágenes

Pág. 4
Imagen de Solidaridad
imagen extraída de: <http://www.elcanillita.ch/images/solidaridad.gif>

Pág. 5
Acto solidario
Imágenes extraídas de: <http://www.hmc.edu/headline/headshaving.htm>

Pág. 6
Donación
Imagen extraída de: <http://www.flickr.com/photos/madmannova/103125872/>

Pág. 7
Construcción
Imagen extraída de:
http://www.nizalle.com/images/AlbumConstruccion/images/ConstruccionAlmacenb_jpg.jpg

Pág. 8
Educación salesiana
Imagen extraída de: <http://www.misionessalesianas.org/Entrevista%20Kosovo.htm>

Pág. 11
Folleto informativo de Hobsons
Imagen extraída de: <http://www.abpcreativedesign.com/images/work%20archive/corporate/brochure.jpg>

Folleto informativo de CARE Internacional
Imagen extraída de: <http://www.studiolimonard.co.uk/uploads/CARECOINS1.jpg>

Pág. 12
Folleto informativo de Fox River Paper's
Imagen extraída de: <http://www.dynamicgraphics.com/dgm/Article/28686>

Pág. 13
Volante informativo de EPREMASA
Imagen extraída de: http://www.epremasa.es/html/comunicacion_material_divulgativo.html

Cartel informativo de Oakstone Wellness Publishing
Imagen extraída de: <http://www.oakstonewellness.com/products12.cfm/125>

Afiche/desplegable informativo de St John Ambulance
Imagen extraída de: <http://www.stjohnsupplies.co.uk/common/suppliesImage.asp?ProductID=P70144>

Pág. 14
Folleto diseñado por Donohue Design
Imagen extraída de: <http://donohuedesign.com/portfolio/collateral/brochure.html>

Pág. 15
Correos directos diseñados por Dunning Group
Imagen extraída de: <http://www.dunning-group.com/directmail.html>

Pág. 16
Correos electrónico de Apple
Imagen enviada por: Apple <News@insideapple.apple.com>

Correos electrónico de Hallmark Gold Crown
Imagen enviada por: Hallmark Gold Crown <hallmark@update.hallmark.com>

Pág. 107
Homepage para el website de UX Magazine
Imagen extraída de: <http://www.smashingmagazine.com/2007/04/14/designing-with-grid-based-approach/>

Pág. 108
Boletín de Northeastern University
Imagen extraída de: <http://www.northeastern.edu/toolkit/print/temps/newsletters.html>

Pág. 109
Homepage para el website de Navix Europe,
Imagen extraída de: <http://www.navix.co.uk/>

Homepage para el website de We create things,
Imagen extraída de: <http://wecreatethings.com/>

Pág. 110
Flyer promocional para On The Corner Productions
Imagen extraída de: <http://www.flavorinnovator.com/print.htm>

Homepage para el website de WeSC
Imagen extraída de: <http://www.wesc.com/letsgetphysical/>

Pág. 111
Homepage para el website de Kutztown University: Communication Design Department
Imagen extraída de: <http://alistapart.com/articles/outsidethegrid/>

Pág. 112
Grid Deformations (Deformaciones de retícula),
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara

Cartel "Forms, Function, Type" (Formas, Función, Tipografía)
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara

Pág. 113
Boceto tipográfico, "Frameworkin' it"
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara

Homepage de "organic grid",
Imagen extraída de: <http://www.organicgrid.com/>

Anuncio de Zave Smith Photography,
Imagen extraída de: <http://www.organicgrid.com/>

Pág. 114
Cartel para "Museum night in Krasnoiarisk"
Imagen extraída de: http://www.posterpage.ch/winners/chau_06/chau_06.htm

Diseño editorial "Forgotten rails"
Imagen extraída de: <http://twicrisen.ath.cx/trd/portfolio/design/forgotten.php>

Pág. 115
Bocetos para una deconstrucción "Chance/Choice", por Thomas Ockerse
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara

16

Anexos

RESUMEN DEFINICION NSE - Ciudad de Guatemala-

	AB	C1	C2	C3		
1 Tamaño del grupo	4.2%	5.5%	9.9%	22.6%	38.3%	19.5%
A1	0.1%					
A2	1.3%					
B	2.8%					
2 Miles personas	106,700	139,800	251,600	574,400	973,500	495,600
A1	2,500					
A2	33,000					
B	71,200					
Hogares (Unidades familiares)	20,500	26,900	48,400	110,400	187,200	95,300
A1	500					
A2	6,300					
B	13,700					
4 Ingreso Medio fam (Quetzales/ mes)	49,600	23,500	10,500	6,100	2,500	1,100
A1 + de 125,000						
A2	65,500					
B	38,600					
% sobre el ingreso Total generado	30%	19%	15%	19%	14%	3%
A1	2%					
A2	12%					
B	16%					

RESUMEN: DEFINICION NSE –Ciudad de Guatemala-

	ABC1	C2	C3		
6. Sexo del jefe del hogar (% = hombre)	90%	88%	88%	84%	80%
7. Educación del jefe del hogar (moda)	Universidad	Universidad	Secundaria	Secundaria (parte)	Primaria o menos
8. Educación del ama de casa (moda)	Universidad	Universidad (parte)	Secundaria	Secundaria (parte)	Primaria o menos
9. Ocupaciones más comunes del jefe de hogar	profesionales empresarios comerciantes gerentes	Supervisores/ jefes administración técnicos esp	Técnicos vendedores	Vendedores operadores	Albañil oficios domésticos
EN SU HOGAR...					
10. Promedio habitaciones	3.8 3+ cuartos	3.0 3 cuartos	3.0 3 cuartos	2.4 2-3 cuartos	1.4 1-2 cuartos
11. Tiene serv. Doméstico	97%	77%	33%	10%	0%
12. Tiene lavadora de ropa	100%	98%	80%	29%	2%
13. Tiene secadora de ropa	92%	53%	14%	3%	0%
14. Tiene horno de microondas	100%	98%	92%	47%	1%

RESUMEN: DEFINICION NSE -Ciudad de Guatemala-

	ABC1	C2	C3		
15 Tiene teléfono en hogar	100%	98%	95%	66%	20%
16 Promedio de líneas (los que tienen)	2.2	1.6	1.2	1.1	1.0
17 Tiene fax en hogar	66%	37%	20%	5%	0%
Tiene tel celular personal	81%	75%	56%	45%	22%
19 Tiene computador en hogar	100%	96%	75%	17%	0%
20 Tiene internet en hogar	87%	52%	26%	4%	0%
EN SU HOGAR					
21 Tiene TV color	100%	100%	100%	96%	61%
22 X televisores color tiene	3.9	2.9	2.1	1.4	1.0
23 Tiene cable/ TV satélite	100%	97%	96%	74%	37%

RESUMEN: DEFINICION NSE –Ciudad de Guatemala-

	ABC1	C2	C3		
24. Tienen vehiculo en el hogar	100%	100%	96%	33%	1%
25. Promedio de vehiculos en hogar	2.9	1.9	1.2	1.1	1.0
26. Tiene vehiculo para uso personal (adultos 18 + años)	82%	63%	42%	10%	1%
27. Modelo de sus vehiculos (moda)	1998-1999	1996-1997	1990-1991	1990-1991	—

Herramienta para conocer al Grupo Objetivo

Por éste medio se le solicita su colaboración para con-testar la siguiente encuesta, la cual será de gran utilidad para el desarrollo de un material informativo para el Centro de Formación Profesional "Don Bosco".

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas con respuestas múltiples, que puede contestar marcando con una "x" la respuesta que más se acerca a su criterio.

Edad: 30-35 ___ 36-45 ___ 46-50 ___
 Sexo: Masculino ___ Femenino ___
 Estado civil: Soltero/a ___ Casado/a ___
 Profesión u oficio: _____

1. ¿Con qué tipo de actividades salesianas está involucrado/a?

Grupos de oración ___
 Obras sociales ___
 Reuniones de ex-alumnos ___
 Misas o actividades en la iglesia ___
 Otros _____

2. ¿Con qué tipo de actividades usted se recrea?

Ver TV ___
 Leer ___
 Salir al cine ___
 Salir a comer ___
 Practicar algún deporte ___
 Visitar familiares o amigos ___
 Otros _____

3. ¿Qué tipo de lector se considera?

Lector de minuto ___
 Lee a profundidad ___
 Lee sólo los titulares ___

4. ¿Qué tipo de periódico lee?

Prensa Libre ___
 Siglo XXI ___
 el Periódico ___
 Al Día ___
 La Hora ___
 Otro _____

5. ¿Qué conoce acerca del centro de formación profesional "Don Bosco"?

Brindan capacitación técnico-profesional a jóvenes ___
 Imparten cursos técnicos en talleres ___
 Comunidad educativa-salesiana, con excelencia académica y humana ___
 Conozco poco o nada al respecto ___

6. ¿De qué lugares ha obtenido la mayoría de información?

Centro de formación profesional "Don Bosco" ___
 Iglesia Divina Providencia ___
 Colegio Salesiano Don Bosco ___
 Universidad Mesoamericana ___
 Otros _____

7. ¿A través de qué medios ha obtenido la mayoría de información?

Leyendo algún material ___
 A través de alguna persona ___
 Vive cerca del CFP "Don Bosco" ___
 Otros _____

8. ¿Entre las diferentes modalidades en que puede realizar donativos al centro, cuales de las siguientes usted conoce?

Depósito de cuenta bancaria ___
 Cargo en tarjeta ___
 Recoger cheque o efectivo ___
 Aporte en el centro ___

9. Considera importante ser solidario y ser participe en las donaciones al CFP "Don Bosco"

Sí ___
 No ___

10. ¿Cuáles considera que son las principales causas por las que los jóvenes guatemaltecos de escasos recursos no continúan sus estudios?

No tienen los recursos para pagar sus estudios ___
 Tienen pocos deseos de superación académica ___
 No les interesa continuar sus estudios ___
 Otros _____

11. ¿A través de qué medios a usted le gustaría que le informaran sobre las diferentes maneras de realizar donativos al CFP "Don Bosco" ?

Volante ___
 Trifoliar ___
 Afiches ___
 Mantas ___
 Correo directo ___
 Correo electrónico ___
 Otros _____

12. ¿De qué manera considera usted que comprende más fácilmente la información en un medio gráfico?

Que contenga mucho texto ___
 Que contenga muchos ejemplos gráficos ___
 Que combine el texto y ejemplos gráficos ___

13. ¿En un material informativo, usted tiene preferencia por?

Fotografía en blanco y negro ___
 Fotografía a color ___
 Ilustraciones ___
 Combinación de fotografía e ilustraciones ___

¡¡¡Gracias por su colaboración!!!

Diseñar con y sin retícula

Según Samara (2004),

Para algunos diseñadores gráficos se ha convertido en una parte inquestionable del proceso de trabajo que proporciona precisión, orden y claridad.

Para otros, en cambio, simboliza la opresión estética de la "vieja guardia", una jaula sofocante que dificulta la búsqueda de expresividad.

La retícula

Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo. Imágenes y símbolos, campos de texto, títulos, tablas de datos: todo ello debe reunirse con el fin de comunicar. Una retícula es simplemente una forma de presentar juntas todas esas piezas. Las retículas pueden ser flexibles y orgánicas, o bien rigurosas y mecánicas. Entre otras cosas, una retícula está indicada para ayudar a resolver problemas de comunicación que presentan un alto grado de complejidad.



Homepage para el website de UX Magazine, es un ejemplo de un diseño hecho con retícula

Los beneficios que reporta trabajar con una retícula son sencillos: claridad, eficacia, economía y continuidad.

Más que nada, una retícula aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido.

Retícula de columnas

La información que se discontinua presenta la ventaja de que puede disponerse en columnas verticales. Dado que las columnas pueden depender unas de las otras en el caso del texto corrido, pueden ser independientes si se trata de pequeños bloques de texto, o bien pueden cruzarse para crear columnas más anchas, la retícula de columna es muy flexible y puede utilizarse para separar diversos tipos de información. Por ejemplo, pueden reservarse algunas columnas para el texto corrido y las imágenes de mayor tamaño, en tanto que los pies de foto puedan situarse en una columna adyacente: esta disposición separa claramente los pies de foto del material principal, pero a la vez permite que el diseñador establezca una relación directa entre ambos.

La anchura de las columnas depende del cuerpo de letra de texto corrido. Debe encontrarse una anchura en la que quepan tantos caracteres como resulte cómodo leer en una única línea de tipografía de un cuerpo determinado. Si la columna es demasiado estrecha, probablemente habrá demasiadas particiones de palabras, y será difícil conseguir una bandera uniforme. En el extremo contrario, con una columna demasiado ancha para un cuerpo de letra determinado, al lector le resultará más difícil encontrar el principio de las líneas consecutivas. Estudiando los efectos de las alteraciones en el cuerpo de letra, el interlineado y el espaciado, el diseñador podrá encontrar un ancho de columna cómodo. En una retícula de columna tradicional, al medianil entre las columnas se le da una medida x y a los márgenes

genes dos veces la anchura del medianil, esto es 2x. Los márgenes más anchos que los medianiles entre columnas atraen la atención del ojo hacia la parte interior, relajando la tensión entre el borde de la columna y el borde del formato. Sin embargo, no existen reglas, y los diseñadores tienen libertad para ajustar la proporción entre columna y margen de acuerdo con sus propios gustos o sus intenciones.

En una retícula de columna existe también una estructura subordinada. Se trata de las líneas

de flujo: intervalos verticales que le permiten al diseñador acomodar los cortes poco frecuentes que se dan en el texto o las imágenes en una página y que crean bandas horizontales que atraviesan el formato. La línea superior es una clase concreta de línea de flujo: se trata de la primera línea del bloque de texto corrido, situada encima de todas las demás. Esta línea define la distancia vertical desde la parte superior del formato del papel, desde donde comenzará siempre el texto de las columnas. En ocasiones, una línea de flujo próxima al borde



El boletín de Northeastern University fue diagramado con una retícula de 3 columnas. Imagen extraída de : <http://www.northeastern.edu/toolkit/print/temps/newsletters.html>

superior de la página indica el lugar destinado a los folios explicativos, a la paginación o a las divisiones de sección; otras líneas de flujo adicionales, situadas en el medio o hacia el borde inferior de la página, pueden establecer áreas que el diseñador destine a imágenes solamente, o bien a diferentes tipos de texto corrido que aparecen junto al texto principal, como referencias temporales, subartículos o citas.

Cuando se dan diversas clases de información que hay que tratar de manera yuxtapuesta y que son radicalmente diferentes entre sí, puede optarse por diseñar una retícula de columna concreta para cada tipo de información, en lugar de intentar construir una única retícula de columna para todas ellas. La naturaleza de la información que hay que maquetar podría exigir una retícula compuesta de dos columnas, y una segunda retícula

de tres columnas, ambas con los mismos márgenes. En este tipo de retícula de columna compuesta, la columna central de la retícula de tres columnas cabalga sobre el medianil que queda entre las columnas de la retícula de dos columnas. Una retícula de columnas compuestas se puede componer de dos, tres o más retículas, cada una de ellas para un contenido concreto



Our language, creative and consultancy services are focused on enhancing your sales within the UK and global markets.

Multilingual Marketing solutions

From the initial concept and design to the production and distribution of a project, Navix Europe provides language services and high-end digital solutions.

Tailored to enhancing marketing activities, communications and project management, Navix Europe offers a wide range of services produced and managed to the highest standards.

Our core services include:

Design & Print
Translation & Localisation

The Navix Group

For the last 15 years, the Navix Group has been providing language and media solutions for an ever increasing list of satisfied clients both at home and overseas.

Navix Group's head office is located in Tokyo, Japan, with offices in the UK, Thailand and China. Established in December 2000, Navix Europe is based in Cardiff.

Navix Europe
35-35a Butt Street
Cardiff, CF23 5EP, UK
T: +44 (0) 14 2090 1776

Latest news

100% Design Exhibition
Working as consultants to the Forest Park Project, we have organized their on-site exhibit at 100% Design. See us at the JETRO stand on the 25-24 September, Barts Court, visit 100% Design for more information.

JETRO: Japan External Trade Organisation
We recently completed an online registration and email marketing campaign for JETRO.

www.navix.co.uk

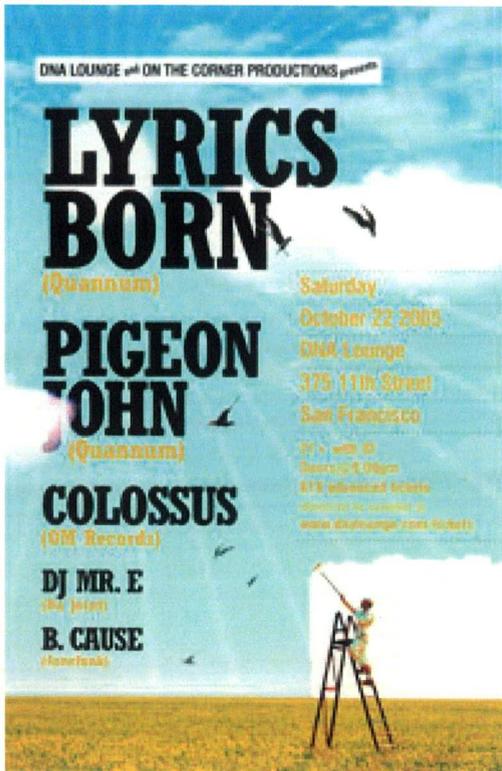


El homepage para el website de Navix Europe, fue diagramado con una retícula compuesta de 1 columna y una segunda retícula de 3 columnas. Imagen extraída de : <http://www.navix.co.uk/>

El homepage para el website de We create things, fue diagramado con una retícula compuesta de 3 columnas, una segunda retícula de 1 columna y una última retícula de 2 columnas. Imagen extraída de : <http://wecreatethings.com/>

Retícula jerárquica

A veces, las necesidades informativas y visuales de un proyecto exigen una retícula extraña que no encaja en ninguna otra categoría. Estas retículas se adaptan a las necesidades de la información que organizan, pero están basadas más bien en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos, y no en intervalos regulares y repetidos. La anchura de las columnas, al igual que los intervalos entre éstas, tienden a presentar variaciones.



Este flyer promocional para On The Corner Productions, fue diagramado a través de una retícula jerárquica
Imagen extraída de : <http://www.flavorinnovator.com/print.htm>

El desarrollo de una retícula jerárquica empieza por analizar la interacción óptica que provocan los diversos elementos si se sitúan de manera espontánea en diferentes posiciones y, a continuación, habrá que elaborar una estructura racionalizada que los coordine. Si se presta atención a las variaciones que provocan los cambios de peso, cuerpo de letras, y posición en la página, quizá se encuentre un armazón que pueda repetirse a lo largo de muchas páginas. En ocasiones, una retícula jerárquica unifica elementos dispares, o crea una superestructura que se opone a los elementos orgánicos situados en un formato sencillo, como un cartel. Una retícula jerárquica también puede utilizarse para unificar los lados de determinados envoltorios, o bien para crear nuevas disposiciones visuales si éstos se muestran en grupos.

El homepage para el website de WeSC, fue diagramado a través de una retícula jerárquica
Imagen extraída de : <http://www.wesc.com/letsgetphysical/>



Las páginas web constituyen ejemplos de retícula jerárquicas. Durante la primera época de desarrollo de Internet, muchas de las variables que se dan en la composición de páginas web no pudieron fijarse debido a los ajustes de los navegadores que utilizaban los usuarios. Incluso en la actualidad, con el control para establecer márgenes fijos, el contenido dinámico de la gran mayoría de páginas web, y con la posibilidad de alterar la escala de la ventana del navegador exigen una flexibilidad de anchura y longitud que hace imposible cualquier clase de retícula modular estricta, aunque sea necesario que se estandaricen las alineaciones y las diversas áreas donde se va a mostrar la información.

Este tipo de retícula, tanto si se utiliza para construir libros como si se usa para diseñar carteles o páginas web, constituye una aproximación casi orgánica a la manera en que se ordena la información y los elementos que la integran; y, aun así, también fija todas las partes al espacio tipográfico de una forma arquitectónica.

Diseño sin retícula

Explorar otras opciones

Guía para la deconstrucción de la retícula y las perspectivas no estructurales del diseño

La estructura reticular, en la tipografía y el diseño, ha pasado a formar parte del status quo de la actividad del diseñador. Sin embargo, tal como muestra la historia reciente, existen muchas otras formas de organizar la información y las imágenes. La decisión de utilizar una retícula siempre se deduce de la naturaleza del contenido del proyecto.

A veces, ese contenido tiene su propia estructura interna y una retícula no necesariamente lo clarificará; otras veces, el contenido necesita ignorar la estructura por completo para crear determinadas reacciones emocionales en el público al que desea llegar; y en ocasiones, simplemente, un diseñador espera una implicación intelectual más compleja del público como parte de su forma de experimentar la obra en cuestión.

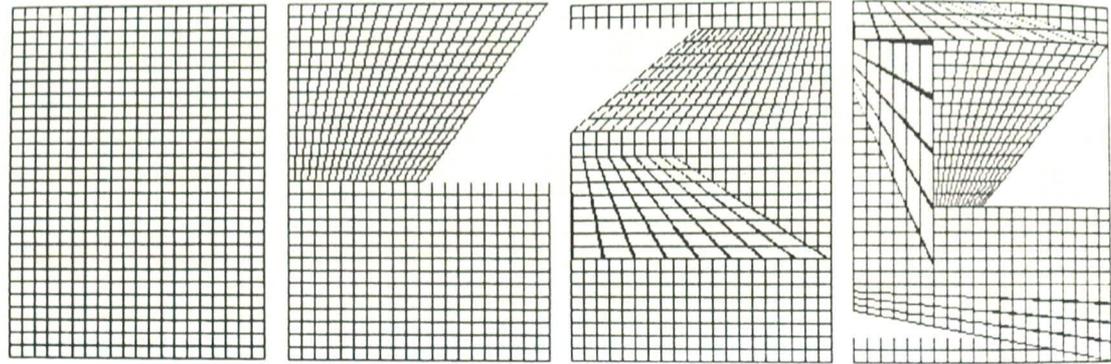


El Homepage para el website de Kutztown University: Communication Design Department es un ejemplo de un diseño deconstruido y que incluso puede considerarse espontáneo. Imagen extraída de : <http://alistapart.com/articles/outsidethegrid/>

Además, la capacidad del público para captar y digerir información se ha vuelto más sofisticada a lo largo del tiempo: el constante bombardeo de información por parte de la televisión, el cine y los medios interactivos digitales ha creado ciertas expectativas en relación a la forma en que se presenta esa información. Tan sólo hace falta ver en la televisión alguno de los programas informativos o basados en la realidad, en los que se superponen o se suceden diferentes clases de presentación –información oral, vídeo, imágenes fijas y tipografía en movimiento– editadas a un ritmo ágil, para comprender que las personas están habituadas a enfrentarse a experiencias más complejas, más diseñadas que antes. En un esfuerzo por crear una impresión significativa que pueda competir con este entorno visual y, a la vez, diferenciarse de él, los diseñadores han investigado diversas formas nuevas de organi-

La deconstrucción de la retícula

Según Samara (2002), como la palabra misma indica, el propósito de "deconstruir" es desmontar un espacio racionalmente estructurado de modo que se obligue a los elementos que se encuentran en él a establecer nuevas relaciones entre sí; o, dicho de un modo sencillo, empezar con una retícula y después ver qué ocurre. Apuntado esto, probablemente quede claro que no existe ningún conjunto de reglas válido que pueda aplicarse al proceso de reconstrucción. No obstante, si el objetivo es encontrar nuevas relaciones espaciales o visuales mediante la desarticulación de una estructura resultará útil, al menos, empezar por reflexionar sobre el proceso de un modo metódico.

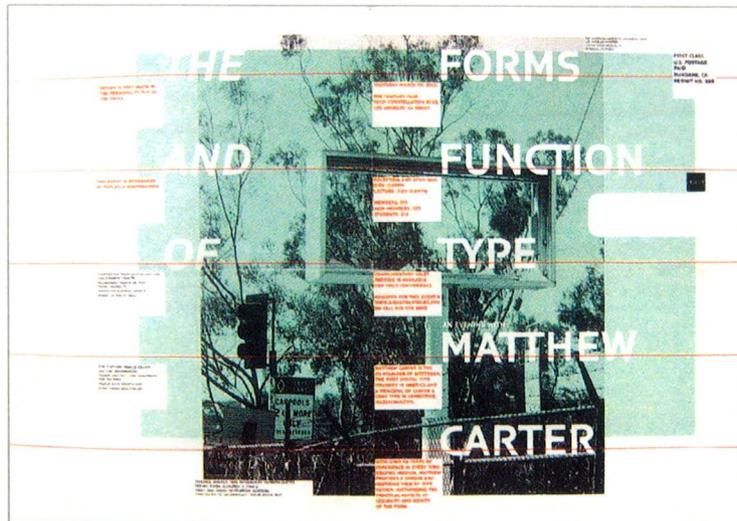


Una estructura puede alterarse de infinitas formas. En primer lugar, el diseñador podría experimentar "recortando" zonas importantes y desplazándolas, tanto vertical como horizontalmente. Es importante observar qué ocurre cuando la información que, en

circunstancias normales uno esperaría encontrar en un lugar determinado marcando un punto estructural en la retícula se desplaza a otro lugar, quizás alineada con algún otro tipo de información, de tal manera que se establezca una conexión verbal que no existía con anterioridad.

Desplazar o desmontar los módulos o las columnas de tal manera que empiecen a superponerse, incluso si contienen información secuencial (como texto corrido), puede crear una sensación de capas dentro del espacio compositivo. Las texturas de diferentes columnas que interactúan cuando se superponen pueden dar lugar a una sensación de transparencia que hace que el observador

Grid Deformations (Deformaciones de retícula), bocetos estructurales por Kristie Williams
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara



Cartel "Forms, Function, Type" (Formas, Función, Tipografía)
Diseñado por: Simon Johnston
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara

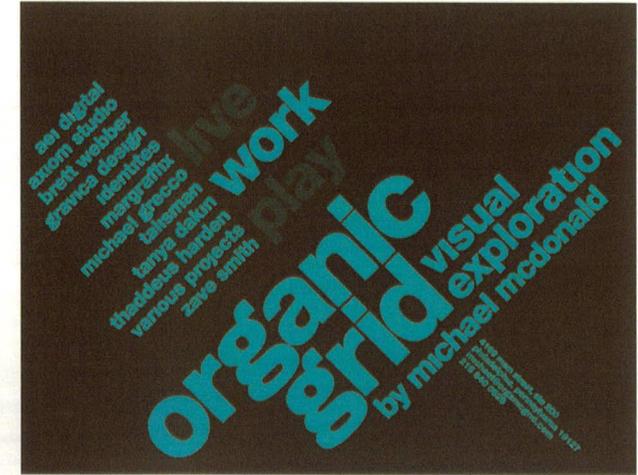
perciba las columnas de texto u otros elementos como si estuviesen flotando unos ante los otros. Una estructura reticular convencional repetida en diferentes orientaciones puede utilizarse para analizar un espacio arquitectónico más dinámico, mediante la creación de diferentes ejes de alineación. Por ejemplo, unas retículas de dos a tres columnas en diferentes escalas y situadas en ángulos opuestos crearán nuevas zonas espaciales que se entrelazan. De manera semejante si se superponen retículas con módulos de proporciones diferentes, o que corren a diferentes ángulos, puede añadirse cierto tipo de orden en la ambigüedad espacial y direccional que crea la superposición de diversas capas, sobre todo si algunos de los elementos están orientados en dos capas de forma simultánea. Este tipo de reconstrucción arquitectónica enfatiza los rasgos visuales de las múltiples estructuras que participan en la interacción: los cambios de densidad o de es-

La deconstrucción lingüística

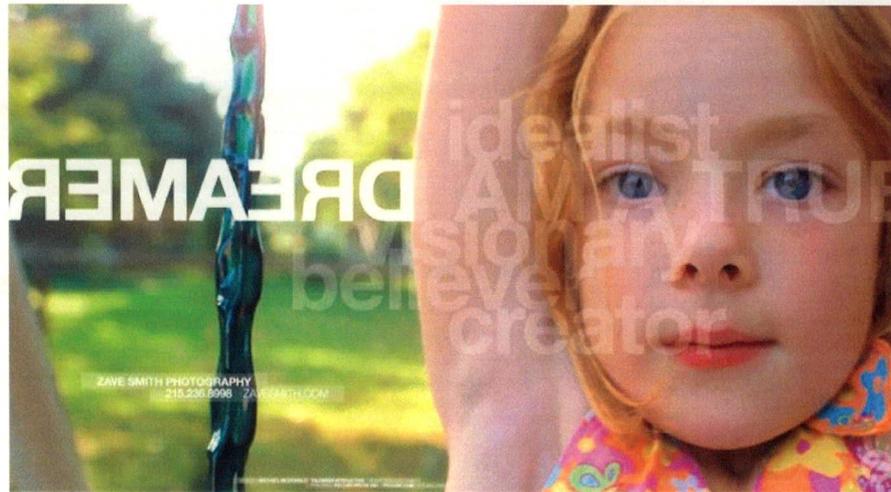
Las pistas verbales o conceptuales dentro del contenido también pueden utilizarse para romper una estructura reticular. El ritmo natural del lenguaje hablado, por ejemplo, suele utilizarse como guía para cambiar el peso, el cuerpo, el color o la alineación en las líneas de tipografía; las palabras pronunciadas con voz más alta o más rápido pueden componerse en una tipografía mayor, negrita, o bien cursiva, en función de los énfasis y los intervalos del discurso real. Si se le da una "voz" al lenguaje visual, ello puede ayudar a alterar la estructura de un texto, al alejar determinadas palabras de los párrafos, o bien al obligar a determinados módulos o columnas a establecer relaciones en la que la lógica natural de la escritura crea un orden visual. Por ejemplo, tratar todos los adjetivos de un modo determinado podría generar una estructura secundaria con un rasgo rítmico, orgánico.



Boceto tipográfico, "Framework' it" por Young Kim
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara



Homepage de "organic grid", por Michael McDonald
Imagen extraída de: <http://www.organicgrid.com/>



Anuncio de Zave Smith Photography, por Michael McDonald
Imagen extraída de: <http://www.organicgrid.com/>

Separar palabras o frases que pertenecen a un texto corrido atrae la atención hacia las partes individuales que conforman el discurso. A medida que aumenta el espacio entre ellas, el texto adquiere un aspecto de matriz, y el orden de lectura que el lector esperaba puede empezar a cambiar. Aunque por lo general ello interferiría en la lectura, en algunos casos esta ambigüedad puede resultar adecuada para el contenido del texto, y producir asociaciones entre palabras o imágenes que remarquen el

Alusión conceptual o pictórica

Otra forma interesante de crear composiciones consiste en derivar una idea visual del contenido y aplicarla al formato de la página como una clase de estructura arbitraria. La estructura puede ser una representación ilusoria de un tema, como las olas o la superficie del agua, o puede basarse en un concepto, como un recuerdo de infancia, un acontecimiento histórico o un diagrama. Sea cual sea la fuente del concepto estructural, el diseñador puede utilizarla para organizar el material de tal modo que haga referencia a él. Por ejemplo, el texto y las imágenes pueden hundirse bajo el agua o flotar como si fuesen objetos arrastrados por una inundación. Incluso si no hay ninguna retícula, el concepto en función del cual se ordenan los elementos aporta cierto tipo de unidad a las composicio-

nes secuenciales. Los márgenes, los intervalos entre imágenes y texto y la profundidad relativa en la página pueden cambiar constantemente, pero este cambio adopta rasgos reconocibles que lo relacionan con el concepto general; estas estructuras podrían incluso denominarse alusivas.

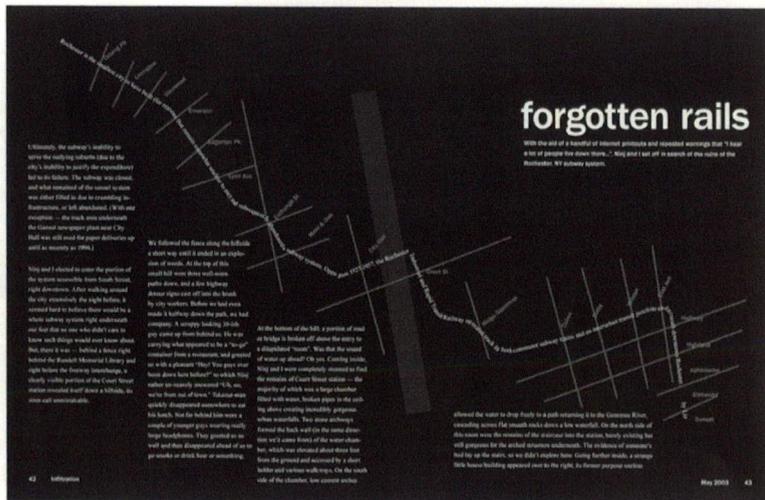
En proyectos de naturaleza secuencial, como los libros o las paredes de una exposición, los elementos visuales se relacionan entre sí en el tiempo, como ocurre con los fotogramas de una película. Las imágenes pueden moverse a través del formato o variar de lugar de una página a la

Cartel para "Museum night in Krasnoirsark"
(Noche de Museo en Krasnoirsark)
Diseñado por: Andrei Logvin
Imagen extraída de:

http://www.posterpage.ch/winners/chau_06/chau_06.htm



siguiente, lo que afectará al resto de imágenes o al texto que aparezca después. Este tipo de estructura cinética es amorfo –literalmente, no tiene ninguna forma reconocible–, excepto por el hecho de que sus efectos pueden reconocerse y comprenderse cuando el observador experimenta la sucesión de “fotogramas”. Un ejemplo sencillo de este movimiento visual como estructura podría constituirlo una secuencia de páginas en las que el texto parece avanzar en el espacio porque su escala va creciendo a medida que se pasan las páginas. Usar experiencias sensoriales del espacio y el tiempo como principios organizativos puede resultar un potente recurso para desencadenar una reacción visceral, emocional, por parte del observador.



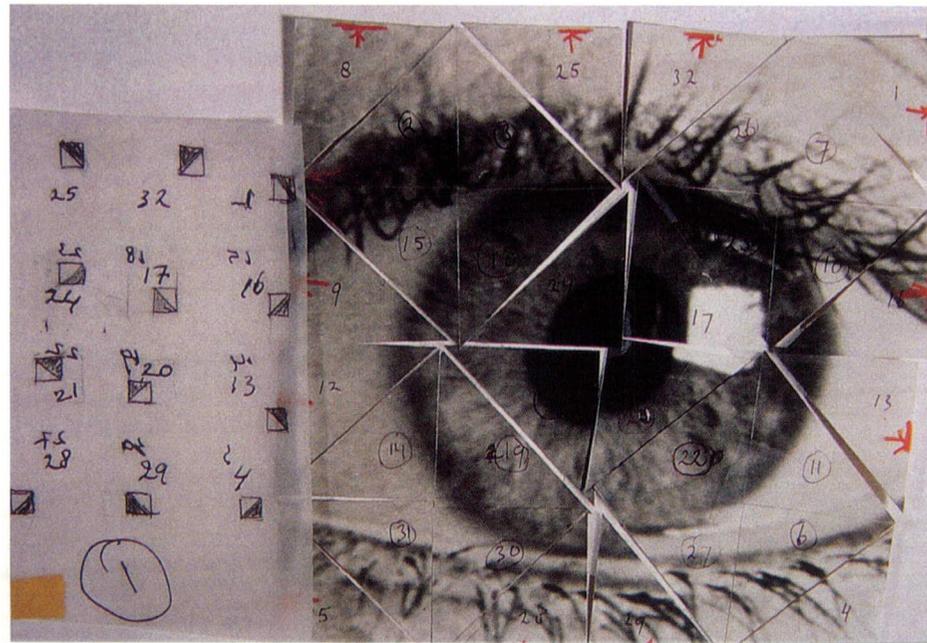
Diseño editorial para el artículo
"Forgotten rails" (Rieles olvidados)
Diseñado por: Michael Niggel
Imagen extraída de:
<http://wicerisen.ath.cx/trd/portfolio/design/forgotten.php>

Operación aleatoria

Recurrir al azar como principio organizador podría parecer contrario a la intuición. Sin embargo, unos resultados impredecibles a menudo ayudan a alcanzar la comunicación desde un punto de partida conceptual, al descubrir yuxtaponiciones de material que de otro modo podrían haber pasado desapercibidas.

Realizar una operación aleatoria implica que el azar está siendo controlado en cierta medida, y éste suele ser el caso: un diseñador puede lanzar pintura sobre una superficie sabiendo que aparecerán determinados tipos de tramas, debido al tamaño del pincel que usa o al modo en que lanza la pintura; incrementan el cuerpo de la tipografía escogida para una composición sin ajustar su posición inicial puede dar lugar a una composición inesperadamente orgánica.

En una operación semejante, puede diseminarse imágenes recortadas sobre un formato o bien dejarlas caer desde cierta altura. La composición aleatoria resultante podría resultar útil para comunicar ideas relativas al movimiento, al carácter imprevisible de la naturaleza, a lo absurdo, y así sucesivamente. Al seleccionar la clase de operación aleatoria que utilizará, un diseñador puede desviar los resultados a su favor hasta cierto punto, garantizando que la forma resultará adecuada al mismo tiempo que, de un modo impredecible, se crearán nuevas relaciones visuales que no se conseguirían mediante la reflexión estructurada sobre la maqueta en cuestión. El diseñador podría incluso utilizar una retícula para orientar a determinadas clases de azar, sabiendo que la estructura subyacente hará que los resultados aleatorios



Bocetos para una deconstrucción "Chance/Choice",
por Thomas Ockerse
Imagen extraída del libro: "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara

#4

anexo

Instrumento de Validación para diseñadores

A continuación se presenta una serie de preguntas, para la validación de materiales para informar acerca de las maneras de realizar donaciones al Centro de Formación Profesional "Don Bosco" y la manera en que ayuda a jóvenes de escasos recursos. Que se basó en el concepto: "Construyendo futuros, Cambiamos Vidas" Instrucciones: Favor marcar el inciso que sea más apropiado a su criterio.

Evaluación del concepto:

1. ¿Qué le transmite el contenido gráfico de las piezas?

- cambio _____
 solidaridad _____
 estático _____
 construcción _____
 otro (especificar que): _____

Evaluación de fotografía:

2. ¿Qué le expresan las fotografías utilizadas?

- unión _____
 quietud _____
 entusiasmo _____
 distanciamiento _____
 otro (especificar que): _____

3. ¿Considera que las fotografías muestran los cursos que el CFP "Don Bosco" imparten? (carpintería, electricidad domiciliar, soldadura industrial, herrería, mecánica de torno, reparación y mantenimiento de computadoras.)

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

Evaluación de la tipografía:

4. ¿Qué expresa la tipografía en técnica de collage?

- desorden _____
 construcción _____
 cambio _____
 dinamismo _____
 otro (especificar que): _____

5. ¿Qué le expresa la tipografía de los titulares?

- fuerza _____
 seriedad _____
 informal _____
 debilidad _____
 otro (especificar que): _____

6. ¿Considera que la tipografía de los titulares, logran su función de enfatizar?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

7. ¿Qué expresa la tipografía de los bloques de texto?

- sobriedad _____
 tecnicismo _____
 dinamismo _____
 tranquilidad _____
 otro (especificar que): _____

8. ¿Para usted la tipografía de los bloques de texto, logran su función de facilitar la lectura?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

Evaluación de paleta de color:

9. ¿Qué considera que la paleta de color proyecta?

- energía _____
 tensión _____
 alegría _____
 opacidad _____
 otro (especificar que): _____

10. ¿Considera usted, que los colores utilizados ayudan a crear una unidad visual entre las diferentes piezas?

- si ayudan a crear una unidad _____
 ayudan a crear levemente una unidad _____
 les falta crear una unidad visual _____
 no existe unidad entre las ilustraciones _____

11. ¿En qué grado considera que el color utilizado en los textos ayudan a que éstos sean visibles?

- color suficientemente visible _____
 color vagamente visible _____
 color muy visible _____
 color no visible _____

Evaluación del soporte y formato:

12. ¿Considera que el soporte cumple con la función, conservar por el mayor tiempo posible los materiales?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

13. ¿Cómo considera el tamaño y plegado de las piezas?

- incomodo al desplegarlo _____
 cómodo al desplegarlo _____
 práctico de manejar _____
 complicado de manejar _____
 otro (especificar que): _____

14. ¿Qué cree que reflejan los formatos de las piezas?

- transición _____
 forma estándar _____
 cambio _____
 monotonía _____
 otro (especificar que): _____

Evaluación de la diagramación:

15. ¿Considera que la diagramación de las piezas logra ordenar los diferentes elementos de diseño?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

16. ¿Qué considera que logra la diagramación?

- ayuda a guiar la lectura en los contenidos _____
 hace que me pierda en la lectura _____
 facilita el ubicarse en el material informativo _____

17. ¿Cómo considera la colocación de los elementos (textos y fotografías) en los materiales informativos?

- novedosa _____
 desordenada _____
 normal _____
 variada _____

18. ¿Qué le expresa el texto junto con las fotografías?

- movimiento _____
 orden _____
 rigidez _____
 desorden _____

Observaciones: _____

Instrumento de Validación para expertos

A continuación se presenta una serie de preguntas, para la validación de materiales para informar acerca de las maneras de realizar donaciones al Centro de Formación Profesional "Don Bosco" y la manera en que ayuda a jóvenes de escasos recursos.

Instrucciones: Favor marcar el inciso que sea más apropiado a su criterio.

Evaluación de los materiales"

1. ¿Qué le transmite el diseño de las piezas?

- cambio _____
 solidaridad _____
 estático _____
 construcción _____
 otro (especificar que): _____

Evaluación de fotografía:

2. ¿Qué le expresan las fotografías utilizadas?

- unión _____
 quietud _____
 entusiasmo _____
 distanciamiento _____
 otro (especificar que): _____

3. ¿Considera que las fotografías muestran los cursos que el CFP "Don Bosco" imparten? (carpintería, electricidad domiciliar, soldadura industrial, herrería, mecánica de torno, reparación y mantenimiento de computadoras).

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

Evaluación de los tipos de letra:

4. ¿Qué le expresa el tipo de letra en técnica de collage?

- desorden _____
 construcción _____
 cambio _____
 dinamismo _____
 otro (especificar que): _____

5. ¿Qué le expresa el tipo de letra de los titulares?

- fuerza _____
 seriedad _____
 informalidad _____
 debilidad _____
 otro (especificar que): _____

6. ¿Considera que el tipo de letra de los titulares, logra destacar la información de los mismos?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

7. ¿Qué le expresa el tipo de letra de los contenidos?

- sobriedad _____
 tecnicismo _____
 dinamismo _____
 tranquilidad _____
 otro (especificar que): _____

8. ¿Para usted el tipo de letra de los contenidos permite una fácil legibilidad de la información?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

Evaluación de color:

9. ¿Qué considera que los colores utilizados proyectan?

- energía _____
 tensión _____
 alegría _____
 opacidad _____
 otro (especificar que): _____

10. ¿Considera usted, que los colores utilizados ayudan a crear una unidad visual entre las diferentes piezas?

- si ayudan a crear una unidad _____
 ayudan a crear levemente una unidad _____
 les falta crear una unidad visual _____
 no existe unidad entre las ilustraciones _____

11. ¿En qué grado considera que el color utilizado en los textos ayudan a que éstos sean visibles?

- color suficientemente visible _____
 color vagamente visible _____
 color muy visible _____
 color no visible _____

Evaluación del material y tamaño de las piezas:

12. ¿Considera que el material cumple con la función, conservar por el mayor tiempo posible las piezas?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

13. ¿Cómo considera el tamaño y plegado de las piezas?

- incomodo al desplegarlo _____
 cómodo al desplegarlo _____
 práctico de manejar _____
 complicado de manejar _____
 otro (especificar que): _____

14. ¿Qué le refleja el tamaño y forma de las piezas?

- transición _____
 forma estándar _____
 cambio _____
 monotonía _____
 otro (especificar que): _____

Evaluación de la organización de los contenidos:

15. ¿Considera que la organización de los contenidos logra ordenar los diferentes elementos de diseño?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

16. ¿Cómo considera la ubicación de la información?

- ayuda a guiar la lectura en los contenidos _____
 me pierdo en la lectura de los contenidos _____
 facilita el ubicarse en el material informativo _____

17. ¿Cómo considera el manejo de la información?

- posee un lenguaje amigable _____
 posee un lenguaje confuso _____
 se tiene información suficiente _____
 hace falta información en las piezas _____

18. ¿Cómo considera que se maneja el mensaje en la frase: "Construyendo futuros, cambiamos vidas" para apoyar las donaciones al CFP?

- es claro y despierta el interés por la causa _____
 es confuso y no motiva al interés por la causa _____
 es diferente y positivo _____
 es ordinario y aburrido _____

Observaciones: _____

Instrumento de Validación para el grupo objetivo

A continuación se presenta una serie de preguntas, para la validación de materiales para informar acerca de las maneras de realizar donaciones al Centro de Formación Profesional "Don Bosco" y la manera en que ayuda a jóvenes de escasos recursos.

Instrucciones: Favor marcar el inciso que sea más apropiado a su criterio.

Evaluación de los materiales"

1. ¿Qué le transmite el diseño de las piezas?

- cambio _____
 solidaridad _____
 estático _____
 construcción _____
 otro (especificar que): _____

Evaluación de fotografía:

2. ¿Qué le expresan las fotografías utilizadas?

- unión _____
 quietud _____
 entusiasmo _____
 distanciamiento _____
 otro (especificar que): _____

3. ¿Considera que las fotografías muestran los cursos que el CFP "Don Bosco" imparten? (carpintería, electricidad domiciliar, soldadura industrial, herrería, mecánica de torno, reparación y mantenimiento de computadoras).

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

Evaluación de los tipos de letra:

4. ¿Qué le expresa el tipo de letra en técnica de collage?

- desorden _____
 construcción _____
 cambio _____
 dinamismo _____
 otro (especificar que): _____

5. ¿Qué le expresa el tipo de letra de los titulares?

- fuerza _____
 seriedad _____
 informalidad _____
 debilidad _____
 otro (especificar que): _____

6. ¿Considera que el tipo de letra de los titulares, logra destacar la información de los mismos?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

7. ¿Qué le expresa el tipo de letra de los contenidos?

- sobriedad _____
 tecnicismo _____
 dinamismo _____
 tranquilidad _____
 otro (especificar que): _____

8. ¿Para usted el tipo de letra de los contenidos permite una fácil legibilidad de la información?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

Evaluación de color:

9. ¿Qué considera que los colores utilizados proyectan?

- energía _____
 tensión _____
 alegría _____
 opacidad _____
 otro (especificar que): _____

10. ¿Considera usted, que los colores utilizados ayudan a crear una unidad visual entre las diferentes piezas?

- si ayudan a crear una unidad _____
 ayudan a crear levemente una unidad _____
 les falta crear una unidad visual _____
 no existe unidad entre las ilustraciones _____

11. ¿En qué grado considera que el color utilizado en los textos ayudan a que éstos sean visibles?

- color suficientemente visible _____
 color vagamente visible _____
 color muy visible _____
 color no visible _____

Evaluación del material y tamaño de las piezas:

12. ¿Considera que el material cumple con la función, conservar por el mayor tiempo posible las piezas?

- totalmente de acuerdo _____
 de acuerdo _____
 en desacuerdo _____
 totalmente en desacuerdo _____

13. ¿Cómo considera el tamaño y plegado de las piezas?

- incomodo al desplegarlo _____
 cómodo al desplegarlo _____
 práctico de manejar _____
 complicado de manejar _____
 otro (especificar que): _____

14. ¿Qué le refleja el tamaño y forma de las piezas?

- transición _____
 forma estándar _____
 cambio _____
 monotonía _____
 otro (especificar que): _____

Evaluación de la organización de los contenidos:

15. ¿Cómo considera la ubicación de la información?

- ayuda a guiar la lectura en los contenidos _____
 me pierdo en la lectura de los contenidos _____
 facilita el ubicarse en el material informativo _____

16. ¿Cómo considera el manejo de la información?

- posee un lenguaje amigable _____
 posee un lenguaje confuso _____
 se tiene información suficiente _____
 hace falta información en las piezas _____

17. ¿Qué considera que le transmite la frase:

"Construyendo futuros, cambiamos vida" en las piezas?

- me despierta interés _____
 no me despierta interés _____
 me motiva a realizar donaciones _____
 no me motiva a realizar donaciones _____
 me da una idea de la labor del CFP _____
 no me da ninguna idea de la labor del CFP _____

Observaciones: _____
