

PROYECTO DE ESTRATEGIA CREATIVA E

**Diseño de material informativo de la
Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño desamparado
"Agand"**

Portafolio académico presentado al concejo de la Facultad de
Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar por:

María Alejandra Velásquez Mejía

Previo a optar el Título de:

Diseñador Gráfico

En el grado Académico de:

Licenciada

Guatemala, junio de 2009



Reg. No. Arq. 08-2009

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
dos días del mes de junio de dos mil nueve.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **“Diseño de material informativo de la Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño desamparado “AGAND”** presentado por la estudiante **María Alejandra Velásquez Mejía**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.



Licda. Regina López de La Vega
DIRECTORA DE DEPARTAMENTO



Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



Guatemala 25/05 2007

Señores
Departamento de Diseño Gráfico
 Presente

Estimados miembros del Departamento de Diseño Gráfico
 Por este medio, hacemos de su conocimiento que el (la) estudiante:
MARÍA ALEJANDRA VELA'SQUEZ MEJÍA con carné 1314503
 ha cursado la materia de Elaboración de Portafolio Académico, presentando el siguiente resultado.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN
 Título de la investigación

ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA PELUSERÍA KIDS CUTS.

Primera Convocatoria Fecha 9/05/07 Segunda Convocatoria Fecha _____
 Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

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

Observaciones DISEÑAR PORTADA. REVISAR ÍNDICE.
MEJORA REDACCIÓN OBJETIVO 1, SU RESPUESTA PREGUNTA.

ÁREA DE PROYECTO CON ESTRATEGIA CREATIVA E

Título del proyecto de diseño: Material Informativo de la Asociación Agand

Primera Convocatoria Fecha 9.5.07 Segunda Convocatoria Fecha _____
 Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

Con las siguientes observaciones

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

Observaciones _____

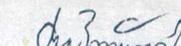
ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO

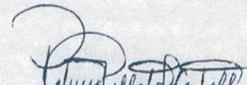
Primera Convocatoria Fecha 01/05/07 Segunda Convocatoria Fecha _____
 Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

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

Observaciones _____

Atentamente,
 Asesoras del proceso


 Área de Investigación


 Área de proyecto con Estrategia Creativa E


 Área de construcción de Portafolio



Listado de Autoridades

Autoridades de la Universidad Rafael Landívar

Rector

Vicerrector General

Vicerrector Académico

Vicerrector Administrativo

Secretario General

Licda. Guillermina Herrera

Ing. Jaime Arturo Cabrera

Padre Rolando Alvarado, S.J

Lic. Ariel Rivera

Lic. Hugo Rolando Escobar

Autoridades Facultad De Arquitectura y Diseño

Decano

Secretaria

Director Departamento de Arquitectura

Director Departamento de Diseño Industrial

Directora Departamento de Diseño Gráfico

Lic. DI. Ovidio Morales Calderón, MA

Arq. Alice María Becker Ávila

Arq. Oscar Echeverría Cañas

Lic. Andrés del Valle Sinibaldi

Lic. Ana Regina López de la Vega de Ceballos, MA



Índice

1. Identificación de la necesidad de diseño	pág. 1	11. Propuesta Final y Fundamentación	pág. 77
2. Objetivos de diseño	pág. 2	12. Producción y Reproducción	pág. 86
3. Marco de Referencia	pág. 3	Especificaciones Técnicas de las piezas	
4. Contenido teórico de diseño	pág. 7	Informe técnico que acompaña los archivos	
Información General del cliente		Cotizaciones de Impresión	
Comunicación Visual		Presupuesto de Impresión y Reproducción	
Material gráfico informativo		13. Conclusiones y Recomendaciones	pág. 92
Elementos que integran un material		14. Bibliografía	pág. 93
5. Definición del grupo objetivo	pág. 23	15. Anexos	pág. 95
6. Conceptualización	pág. 25		
7. Contenido del Material	pág. 30		
8. Medios y formas de distribución	pág. 32		
9. Bocetaje	pág. 34		
10. Validación Técnica	pág. 72		



Autor : María Alejandra Velásquez Mejía
Título: Proyecto de estrategia creativa E
Diseño de material informativo de la Asociación
Guatemalteca para la asistencia al niño desamparado
"Agand"
Carrera: Diseño Gráfico
Carné: 1314503

El siguiente proyecto fue realizado con la Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño Desamparado (Agand), la cual brinda en su labor el apoyo y ayuda a niños desamparados.

Luego de un análisis de antecedentes se logró por medio del diseño gráfico desarrollar una serie de materiales que reflejan la importancia que el benefactor tiene sobre el desarrollo social y personal de los niños, realizando una estrategia de comunicación que llegara de manera efectiva a los benefactores de la Asociación, reforzando a la vez la importancia de brindar ayuda.

Para realizar este proyecto se desarrollo un material informativo que va dirigido a la población Guatemalteca que ya es benefactora de la asociación de un nivel socioeconómico medio-alto, con un rango de edad de entre los 27 y 60 años.

El diseño del material refleja un concepto que brinda la posibilidad de relacionar inmediatamente la ayuda que el benefactor da a la institución como un cimiento necesario para completar el desarrollo y crecimiento personal del niño, supliendo así sus necesidades y derechos de alimentación, educación, salud y vivienda.

Las piezas que logran responder a la necesidad y a los objetivos que se plantearon en la investigación son: Folleto, afiche, calendario y separador.

Tanto la elección de cada pieza como su contenido gráfico logran respaldar el concepto bajo el cual fue realizado el proyecto, siendo a la vez de apoyo para una clara comunicación entre el emisor y el receptor del mensaje.

Este proyecto logra su culminación final gracias a la aplicación correcta del mismo, teniendo un resultado exitoso que logra contestar a los objetivos planteados al inicio.



Introducción

Para la realización de este proyecto, se trabajó con la Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño Desamparado (Agand), la cual brinda en su labor el apoyo y ayuda a niños desamparados.

A la vez, Agand se mantiene por medio de donaciones de personas que respaldan las visiones que se llevan a cabo en esta asociación.

Por medio del diseño gráfico se logró desarrollar una serie de materiales, basándose en una estrategia de comunicación definida a reflejar la importancia que el benefactor tiene sobre el desarrollo social y personal de los niños de Agand.

A continuación se presenta el desarrollo de una serie de piezas que serán la base para transmitir el mensaje central.



Identificación de la necesidad

No se cuenta con una estrategia de comunicación que llegue de manera efectiva a los benefactores de la Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño desamparado (Agand), que refuerce la importancia de brindar ayuda a los niños de la asociación.

Objetivos de la diseño

Desarrollar un material infomativo que refuerce la importancia de poder brindarle ayuda a los niños necesitdos de la Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño desamparadon , dirigido a la población Guatemalteca que ya es benefactora de la asociación de un nivel socioeconómico medio-alto, con un rango de edad de entre los 27 y 60 años

Niños desamparados en Guatemala

Según la Comisión Internacional de derechos Humanos (s.f.), en la mayoría de casos el ser joven en Guatemala significa ser pobre; los informes indican que 83% de los jóvenes guatemaltecos crece en la pobreza, la cual afecta a los niños desde el momento de su nacimiento.

El índice de muertes con relación a nacimientos con vida es de 52 a 1.000, el más alto en América Central, principalmente debido a la falta de atención prenatal para la madre y/o atención durante el nacimiento.

Así mismo UNICEF define que, en el período de 1990-1999, 34% de los nacimientos fueron atendidos por un profesional de la medicina o una partera. Esto representa una mejora de apenas 1% con respecto al período de 1983-1990. Aunque es difícil estimarlo con precisión, más de 750.000 niños guatemaltecos trabajan, constituyendo aproximadamente 17% de la población económicamente activa, y el número continúa creciendo.

Una de las situaciones más serias que han sido puestas en conocimiento de la Comisión en lo referente a los niños en Guatemala es la situación de los niños de la calle.

Se estima que más de 5.000 niños viven en las calles de la Ciudad de Guatemala y grupos más pequeños en algunas zonas del país. La mayoría está entre 7 y 14 años de edad y proviene de las zonas más pobres de la capital.

La mayoría de los niños que viven en las calles están ahí porque han sido abusados o abandonados por miembros de su familia.

Los informes indican que la mayoría de las niñas de la calle ha sufrido de abuso sexual por parte de un miembro de la familia.

Muchos de estos niños se ven obligados a mendigar o robar para mantenerse, mientras otros recurren a la prostitución o al tráfico de drogas.

Algunos informes recientes indican que las cifras pueden ir en aumento y que la severidad de su conducta agresiva en respuesta a sus circunstancias y al uso de drogas puede también estar incrementándose.

Marco de referencia

Características de los Niños Desamparados

Según De Leu (1990), los niños desamparados que viven de forma permanente pertenecen a un grupo que oscila entre 1 a 17 años, ellos presentan características específicas que les limita crecer en un ambiente positivo para su desarrollo como seres humanos integros.

Estas características son:

- Rompen relación alguna con la familia y personas que le substituyen.
- Receptores de agresividad y rechazo de parte de la sociedad
- Se convierten en adultos prematuramente (iniciación precoz en lo referente a sexualidad, servicios y conducta irregular).
- Buscan los medios de sobrevivir en la calle, como consecuencia de un sistema social que lo margina.
- Falta de cariño
- Rechazan figuras de autoridad, tendencia a la agresividad, destrucción.
- Falta de límites, no atienden normas.
- Independencia
- Proviene de familias de bajo nivel económico, con inestabilidad familiar
- La calle constituye su hábitat permanente o transitorio

Porqué que hay niños en la calle

Según Colussi (1996), son variables las instituciones que se ocupan del problema de los niños de la calle.

- Las públicas ("centros de reorientación de menores "oficialmente, en general reformatorios o cárceles) con una propuesta más positiva y en dependencia de dictámenes legales.

- Las no gubernamentales con proyectos de corte humanitario o caritativo.

En la ciudad de Guatemala, 50 nuevos niños cada mes se integran a la vida en las calles.

Como poder apoyar al niño

Según Agand (2002) la manera más adecuada de poder ayudar a los niños necesitados es promoviendo la reinserción familiar y social, trabajando con la familia por medio de procesos establecidos para potenciar el aprendizaje, desarrollo de habilidades, hábitos de vida personal, social y reducción del daño. Ese proceso debe de ser dividido por módulos distintos que van dependiendo de la situación del infante.

Marco de referencia

Los módulos para lograr la reinserción son:

1. Clínica de Atención y Derivación

Es el espacio de pre-diagnostico, cuyo objetivo principal es poder contar con el conocimiento inicial y actualización de la información del niño, niña, adolescente y joven, con el objetivo de determinar las pautas a seguir dentro del proceso.

2. Reinserción Social

Para realizar la derivación de acuerdo al perfil de cada infante. Cuenta con una estructura terapéutica donde se brinda atención integral a los adolescentes y sus familias de forma que les permita continuar con su proceso de cambio y reducción del daño para mejorar su calidad de vida y generar espacios de salud mental a través de terapia individual y grupal, consejería, terapias de pareja, grupos de autoayuda con la población beneficiaria.

3. Apoyo a Población en Circunstancias Especialmente Difíciles

Este módulo persigue dar respuesta a las necesidades de atención a población en alto riesgo y vulnerabilidad, que por su problemática no debieran hacer un proceso de rehabilitación en Comunidad. Sin embargo si tienen derecho a recibir atención integral por principio de urgencia, procurando su derivación a un programa adecuado a la mayor brevedad posible.

Se procura brindarle atención inmediata y especializada tomando en cuenta el riesgo que corre ante prolongada permanencia en una comunidad.

Estos casos deberán atenderse provisionalmente en comunidad luego de ser presentados en el juzgado de niñez y adolescencia respectivo como casos urgentes.

4. Atención al Adolescente y Familia

Este módulo comprende las áreas de Reintegración Familiar, Vida Independiente y Circunstancias Difíciles, se desarrolla por medio de contacto con jóvenes, brindándoles seguimiento por medio de Grupo de Autoayuda, atención personal así como también propiciando espacios reeducativos de formación e información a sus familias.

5. Reintegración Familiar

Esta área consiste en contactar y fortalecer las relaciones familiares de los jóvenes que tienen la posibilidad de ser reintegrados, brindando soporte a los jóvenes residentes y sus familias para lograr la adaptación responsable.

Su objetivo es reintegrar a niños, niñas, adolescentes, jóvenes madres y sus bebés, que hallan superado su problemática de adicciones, y deseen fortalecer los vínculos familiares, nucleares y extendidos a través de las investigaciones y reencuentros.

Marco de referencia

Trabajo Infantil por falta de acceso a una educación integral

Según la Enciclopedia Microsoft Encarta 2002, trabajo Infantil es toda actividad laboral, remunerada o no, que impide a los niños y adolescentes asistir a la escuela, permanecer en ella y completarla exitosamente, ya sea por largas jornadas laborales; por ambientes de trabajo peligrosos para su salud física, moral o social; o por estar expuestos a abusos por parte de personas adultas.

Las peores formas de trabajo infantil son:

- a) Esclavitud o prácticas análogas a la esclavitud.
- b) Prostitución, producción de pornografía.
- c) Actividades ilícitas.
- d) Trabajo que perjudique la salud, la seguridad y/o la moralidad de los niños/as.

Cualquier trabajo (remunerado o no, comercial o doméstico) que inhibe la asistencia del niño/a a la escuela o que perjudica su aprovechamiento escolar y su continuidad en la escuela, se considera como una de las peores formas de trabajo.

La mejor manera de ayudar es promoviendo una cultura en cada uno de los ciudadanos que se base de lo siguiente:

1. Aumentar la conciencia sobre la importancia de la educación y el peligro del trabajo infantil.
2. Fortalecer las instituciones y sus políticas para abordar la educación y el trabajo infantil.
3. Promover los programas de educación formal y de transición, a fin de reintegrar a los niños y niñas trabajadores y reducir la deserción.

contenido teórico de diseño

Información general del cliente

Agand (Asociación Guatemalteca para la Asistencia al Niño Desamparado)

15 calle 5-20, zona 11

Contacto: Haydée de Guzmán

Es una institución privada creada en 1976, ésta se encarga del cuidado y protección de niños y niñas que entregan en depósito los Juzgados de menores por haber sido abandonados o maltratados. Cuenta con un médico de planta para atenderlos y ocho de ellos asisten a estudiar a Colegios privados en los que han obtenido becas. El hogar se mantiene con donaciones nacionales e internacionales y tiene una infraestructura adecuada para albergar 30 niños.

Así mismo tramita adopciones internacionales, principalmente con los Estados Unidos, para lo cual trabaja con la agencia de adopciones "Nuevos Horizontes"; que en sus 23 años de existencia ha entregado en adopción internacional aproximadamente a 350 niños y niñas.

AGAND maneja la adopción dentro de un marco ético y humano. En este sentido respeta la adopción nacional y toma como último recurso la adopción internacional; da seguimiento a los casos de adopción internacional a través de reportes periódicos obligatorios que les envía la agencia de adopción y cuenta con un archivo de fotografías de los niños y jóvenes que han sido adoptados.

Así mismo, ha mantenido comunicación con algunos de ellos que hoy en día son profesionales, se han casado y tienen sus propias familias, inclusive algunos jóvenes han visitado el hogar con sus familias cuando vienen de nuevo a su país y desean conocer sus raíces.

La Asociación prefiere que los niños vivan en determinados lugares como Iowa y Minnesota, pues en tales regiones hay muchas familias adoptivas con las cuales la nueva familia podrá relacionarse y celebrar determinadas fiestas.

En la asociación se encargan de brindarles a los niños desamparados vivienda, educación, alimentación y terapias psicológicas, así como también ayuda legal para agilizar los trámites para definir la situación del menor.

El tiempo promedio en el que un niño habita en esta institución varía dependiendo la situación en la que se encuentre su caso, ya que hay niños que son abandonados por sus padres o que les son retirados de los mismos por maltrato físico o emocional.

Agand es una institución que se caracteriza por realizar obras solidarias con estos niños, ya que aunque el cupo de niños este limitado ellos procuran ayudar con alimentos o educación a otros niños que tengan casos similares, aunque no los puedan recibir para albergarse en la institución.

contenido teórico de diseño

Antecedentes de Diseño

La asociación Agand por falta de recursos económicos no ha realizado a la fecha ningún material gráfico que les dé soporte sobre las carencias con las que ellos cuentan, por tal motivo a continuación se presentan referencias gráficas sobre materiales promocionales e informativos de Instituciones que tienen una finalidad asociada con la de la Asociación Guatemalteca para la Asistencia al niño Desamparado.



Material Informativo de "Casa Alianza" y "Cidh".

Area de diseño

Comunicación Visual

Según Arrivillaga (1990) para lograr la comunicación visual es necesario estudiar los signos e imágenes que se encuentran en la naturaleza, ya que al analizarlos y evaluarlos éstos proporcionan una base para crear un grafismo que ayudará a transmitir el mensaje que se desea comunicar.

En la investigación de Castillo (2001), se dice que la Comunicación Visual es el proceso de transmisión y recepción de imágenes y mensajes, por ello, el papel destacado que adquiere hoy en día la comunicación visual, en relación con la comunicación comercial, produce uno de los efectos más relevantes para las nuevas condiciones de comunicación en el ámbito de la empresa, ya que la imagen que proyecte, dependerá de la comunicación visual y la comunicación comercial con su grupo objetivo. La comunicación actual entre un grupo objetivo y el informante es el resultado de múltiples métodos de expresión. Las imágenes, los sonidos y la necesidad de interactuar juegan aquí un papel muy importante. De ello depende que el público objetivo se identifique con la imagen que proyecte una empresa y confíe en esta.

Hidalgo (2004) define que la comunicaión visual es un proceso de interacción apoyado en un lenguaje visual, y su signo característicos es la "imagen", entendida como la interrelación entre expresión y percepción.

contenido teórico de diseño

La comunicación visual mediante un lenguaje tiene las siguientes funciones de interacción:

1. El emisor tiene una función expresiva o emotiva que involucra al sujeto.
2. El canal existente tiene la función de establecer contacto usando un medio para comunicar.
3. El mensaje donde se dan las siguientes funciones:
 - * La referencia ó informativa sobre el tema
 - * La exhortativa, el mensaje pretende influenciar en la conducta del receptor.
 - * La estética o poética, el mensaje plasma la forma sobre el contenido.
 - * La metalingüística, sería la utilización de un color o código cromático como sistema para auto explicarse.

Arrivillaga (1999) cita que en la comunicación visual los símbolos juegan un papel importante, ya que es la capacidad que tiene el hombre de representar la realidad.

Algunos conceptos que pueden ser interpretados simbólicamente son):

1. Amistad: se asocia con el arcoiris.
2. Amor: Representado por el corazón y las flores.
3. Beso: símbolo de afecto, lealtad, paz y saludo.
4. Corazón: Símbolo de sentimiento, amor y coraje.
5. Cruz: Representa el amor de Dios hacia el hombre.
6. Estrella: Símbolo de espíritu.
7. Felicidad: Representa la pureza

La comunicación como transmisión de mensajes

Según Solis (2001), la comunicación nace de la necesidad de que una persona, grupo o institución debe transmitir a otros. Todos transmiten algo, sin embargo la acción de transmitir suena en la comunicación como algo donde la respuesta cause una reacción para que su función se cumpla.

contenido teórico de diseño

Material Gráfico Informativo

Para Frascara este tipo de material es utilizado para dar únicamente orientación sobre algún tema al lector, e incluye diseño editorial, tablas alfanuméricas, gráficos y diagramas.

Según Larin (2003), el material gráfico informativo es el que quiere expresar todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tipo de información. No hay una lista específica de tipos de materiales informativos, en realidad existe una gran variedad como por ejemplo los periódicos, las revistas, anuncios gráficos, volantes, tarjetas, afiches, folletos, etc.

Quizá estos tipos de materiales informativos sean los más usados o comunes, sin embargo también existen otros que van directamente al lector, por lo que también se le conoce como literatura directa. Estos materiales pueden ser enviados por correo, distribuidos por otras personas o colocados en lugares convenientes.

No existe un tipo específico de material gráfico informativo a utilizar, simplemente se deben tomar en cuenta las características del grupo objetivo para lograr elegir el mejor material de acuerdo a sus necesidades.

Barrios (2003) afirma que el material gráfico permite transmitir mensajes concretos por medio de imágenes visuales, siendo así un recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre un tema determinado.

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

Este material tiene como objetivo ampliar conocimientos a medida que el tema se desarrolla y que no se facilitan al grupo objetivo por otros medios.

El material informativo deberá aportar conceptos, definiciones, fórmulas, signos, ilustraciones, procesos, instrucciones, contenidos, todo lo que al grupo objetivo se puede ofrecer para ampliar sus conocimientos relacionados al tema. Además debe constituir una estructura progresiva y jerarquizada de información, para que de esta manera el contenido del material informativo no sea sobre aspectos desconexos o aislados.

Los contenidos de un material gráfico deben ser interesantes y ampliar los conocimientos sobre el tema tratado además de seleccionarse en función a las necesidades e intereses del grupo objetivo. Nunca se debe salir de aspectos reales, ni presentar aspectos subjetivos.

contenido teórico de diseño

Para diseñar un material informativo se debe tomar en cuenta que la clave es el atractivo que ejerza al grupo objetivo, logrando que éste se identifique con el tema y así se aproveche de mejor forma y se logre el objetivo del material. Esto se logra haciendo comprensible el texto, estableciendo un ritmo, dando lugar a la sorpresa y logrando la variedad en la unidad.

Los tipos de materiales que encajan dentro del concepto "material gráfico informativo" varían según las necesidades requeridas y a qué grupo objetivo va dirigidos, dentro de los cuales se pueden enumerar los siguientes:

- Folleto:

Es una publicación utilizada para transmitir información publicitaria, ofreciendo información de los productos o servicios de una empresa.

Su principal ventaja es que suele llevar información directa de los productos o servicios de una manera puntual y relevante.

Un folleto se divide en diversas partes o secciones por su forma de plegado:

- * De una sola hoja, folleto simple
- * De dos partes, cuerpos ó díptico (un plegado)
- * De tres partes, cuerpo o tríptico (dos plegados)
- * Folletos con más partes, cuerpos u hojas, pero que dependiendo de la dimensión ya se clasifican como catalogos.

Según Donis de la Rósa (2003), la clave del diseño acertado del folleto es la unidad, ya que hay que ser constante con la manera de fijar la copia de cuerpo, títulos, subtítulos, e imágenes.

El color puede hacer la disposición más dinámica y agregar un elemento de interés, pero si se exagera puede ser un adeshventaja para él mismo, pues no será acertado.

- Periódico:

Según Enciclopedia Microsoft Encarta (2002), es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias.

- Anuncios gráficos:

Swan (1992) define los anuncios gráficos como publicidad. Estos se manejan dependiendo del tamaño, número de colores y circulación. Cualquier material gráfico debe ser sometido a una jerarquización por importancia, desde titulares, encabezados, imágenes, tamaños y cuerpos de texto.

- Afiche:

González G. (1991) define el afiche como un material de tipo visual característico por su tamaño. Deben diseñarse en formatos lo suficientemente grandes para poder ser leídos desde una determinada distancia. Generalmente son colocados en vitrinas, paredes, corchos, o lugares determinados para promoción de publicidad. Se utilizan ilustraciones o fotografías para ayudar a expresar el mensaje.

contenido teórico de diseño

-Separador:

En la industria del embalaje, un separador es una plancha de cartón que se utiliza como individualizador de productos dentro del embalaje o como individualizador para libros.

Un separador es catalogado como un material promocional, sin embargo si este esta implementado dentro de un con junto de piezas informativos su función dentro de ese caso llega a ser promocional /informativo, ya que aparte de llevar el logotipo puede ser apoyado por breve información de la empresa implementada en frases, o textos conceptuales.

- Presentación Digital:

Según Avens (1999) , la presentación digital surgió de la idea de utilizar varias pantallas y proyectores. Los cortes rápidos entre transferencias, en sincronía con efectos sonoros y musicales, daban la sensación de movimiento. La ventaja de este medio es ofrecer información o entretenimiento empleando al mismo tiempo varios medios de comunicación.

- Calendario:

Pitonisas (s.f.) define que el calendario es un sistema de división de tiempo, que se agrupa de diferentes maneras, basándose en ciertos fenómenos astronómicos. Este es apoyado por información breve y exacta sobre la empresa, institución u organización que lo utiliza como medio publicitario.

Elementos que integran un material informativo

Según Franco (2002), son todos aquellos recursos que utilizamos para transmitir la idea, concepto o mensaje central de un modo original y eficaz. Dentro de un material impreso se involucran varios aspectos ya que éstos cumplen un papel importante, debido a su enlace y la forma mas fácil de distribuirlos. Estos elementos son:

1.Color

Según Mórigan (1999), el color tiene capacidad de expresión, significado y provoca una reacción o emoción. Cuanto más intensa o saturada es la coloración, más cargado está de expresión y emoción. El color no solo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que también tiene un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente.

Construye, porque todo color posee un significado propio, capaz de comunicar una idea. Por tanto, hay que tener siempre la importancia del color al momento de diseñar una imagen visual, teniendo en cuenta las siguientes características:

contenido teórico de diseño

1. El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador gráfico. Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.
2. El color tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le de.
3. Los colores logran dar sensación de movimiento, si son bien empleados.
4. Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma una parte fundamental de la base de un buen diseño.
5. El color, como elemento claramente evidenciado de un diseño, puede ser la clave del éxito. Tanto si de piensa en ello como si no, se está cargando de significados cuando se elige un color.

Según *Castillo (2001)* el color no sólo desarrolla la función puramente estética para embellecer y transformar el espacio. El color produce también sensaciones que pueden repercutir en el estado de ánimo, en la salud y productividad de las personas. Por este motivo es esencial comprender primero los principios básicos de la teoría del color.

El conocimiento de tales principios es la base para que el color se convierta en un poderoso aliado en la creación de logotipo e imagen corporativa de una empresa.

Los colores primarios o fundamentales, situados en el círculo cromático son:

Magenta, amarillo, y cian; éstos no se pueden obtener de la mezcla de otros colores; más aún; todos los demás colores se obtienen a partir de éstos tres.

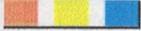
Cada uno de ellos tiene un color complementario o contrastante; el morado es complementario del amarillo, el naranja es complementario del azul y el verde complementario del rojo.

Los colores que forman el círculo cromático presentan diferentes cualidades de temperaturas, así como diversos efectos excitantes que representan el sistema nervioso de los observadores.

contenido teórico de diseño

Colores Primarios

Según *newsartesvisuales (s.f.)* los tonos secundarios se obtienen al mezclar partes iguales de dos primarios; los tonos terciarios se consiguen al mezclar partes iguales de un tono primario y de un secundario adyacente. Los primarios son colores que se consideran absolutos y que no pueden crearse mediante la mezcla de otros colores. Sin embargo, mezclar los primarios en diversas combinaciones crea un número infinito de colores. Dependiendo de qué ámbito, podemos encontrar tres juegos de colores primarios:

1. Los artistas y diseñadores parten de un juego formado por el rojo, el amarillo y el azul. Mezclando pigmentos de éstos colores pueden obtenerse todos los demás tonos. 

2. El segundo juego de primarios es el del rojo, verde y el azul, conocidos como primarios aditivos. Son los primarios de la luz y se utilizan en el campo de la ciencia o en la formación de imágenes de monitores. Si se mezclan en distintos tantos por ciento, forman otros colores y si lo hacen en cantidades iguales producen la luz blanca. 

3. El tercer juego se compone de magenta, amarillo y cyan. Se tratan de los primarios sustractivos y son los empleados por los impresores. 

Un color puede describirse mediante cinco características:

El tinte o tono:

Cualidad que distingue un color de otro, la variable simple que da origen a los nombres de los colores. Es el matiz del color, es decir el color en sí mismo, supone su cualidad cromática, es -simplemente- un sinónimo de color. Es la cualidad que define la mezcla de un color con blanco y negro. Está relacionado con la longitud de onda de su radiación. Según su tonalidad se puede decir que un color es rojo, amarillo, verde... Aquí se puede hacer una división entre:

1. *Tonos cálidos* (rojo, amarillo y anaranjados). Aquellos que asociamos con la luz solar, el fuego.
2. *Tonos fríos* (azul y verde). Los colores fríos son aquellos que asociamos con el agua, la luz de la luna.

Los términos "cálido" y "frío" se utilizan para calificar a aquellos tonos que connotan dichas cualidades; estos términos se designan por lo que denominamos "temperatura de color". Las diferencias entre los colores cálidos y los fríos pueden ser muy sutiles. Por ejemplo, el papel blanco puede parecer más cálido o más frío por una leve presencia de rojo o azul. Lo mismo ocurre con el gris y el negro.

La luminosidad o claridad:

Dos colores pueden tener el mismo tinte, pero distintos valores de claridad o luminosidad, dependiendo el grado de claridad u oscuridad reflejada.

contenido teórico de diseño

Tiene que ver con la intensidad o el nivel de energía. Es la luminosidad de un color (la capacidad de reflejar el blanco), es decir, el brillo. Alude a la claridad u oscuridad de un tono. Es una condición variable, que puede alterar fundamentalmente la apariencia de un color. La luminosidad puede variar añadiendo negro o blanco a un tono.

En general, con los tonos puros que tienen un valor más luminoso (amarillo, naranja, verde) se consiguen las mejores variantes claras, mientras que los tonos puros que tienen normalmente un valor normalmente menos luminoso (rojo, azul, violeta) ofrecen las mejores variantes oscuras.

La saturación o intensidad:

Dos colores pueden coincidir en tono y claridad, pero diferir en saturación; es decir, en el porcentaje de croma que contienen. Está relacionada con la pureza cromática o falta de dilución con el blanco. Constituye la pureza del color respecto al gris, y depende de la cantidad de blanco presente. Cuanto más saturado está un color, más puro es y menos mezcla de gris posee.

Según *Castillo (2001)* El sistema de clasificación sirve para identificar objetivamente un color y al mismo tiempo ayuda a armonizar entre sí los diferentes colores o crear armonías con un mismo color.

La armonía es uno de los principales órdenes a tener en cuenta dentro de la creación de logotipo y de imagen corporativa para una empresa, ya que el color equilibra las formas.

Armonía y Contraste:

La propiedad más determinante del color tal vez sea su carácter relativo. Ningún color puede ser evaluado al margen de su entorno. En el libro "Interacción del color" *Albers (s.f.)* afirma que "un mismo color permite innumerables lecturas". Un mismo tono puede parecer diferente cuando se coloca sobre diferentes fondos, y diferentes colores pueden parecer casi el mismo cuando se asocian a distintos fondos.

Además de las diferencias de tono, los colores reciben influencias que se reflejan en su luminosidad y oscuridad, calidez y frialdad, brillo y sombra y según los colores que los rodeen. Según *Albers (s.f.)*, la única forma de ver un color es observarlo en relación con su entorno.

La armonía y el contraste son dos formas básicas compositivas del color.

Armonía:

Significa coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición, es decir, cuando en una composición todos los colores poseen una parte común al resto de los colores componentes. Armónicas son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo tono, o también de diferentes tonos, pero que en su mezcla mantienen los unos parte de los mismos pigmentos de los restantes.

En todas las armonías cromáticas, se pueden observar tres colores: uno dominante, otro tónico y otro de mediación.

contenido teórico de diseño

El tono dominante, que es el más neutro y de mayor extensión (su función es destacar los otros colores que conforman nuestra composición).

La armonía más sencilla es aquella en la que se conjugan tonos de la misma gama o de una misma parte del círculo, aunque puede resultar un tanto carente de vivacidad. Según diversas teorías la sensación de armonía o concordancia suscitada por una composición gráfica tiene su origen exclusivamente en las relaciones y en las proporciones de sus componentes cromáticos.

La habilidad para hallar similitudes entre los tonos favorece en gran medida el proceso de selección del color, pues permite combinar con armonía y equilibrio todos los colores de un diseño.

Contraste:

Se produce cuando en una composición los colores no tienen nada en común. Existen diferentes tipos de contraste:

- Contraste de tono (cuando utilizamos diversos tonos cromáticos).
- Contraste de claro/oscuro (el punto extremo está representado por blanco y negro).
- Contraste de saturación (se produce por la modulación de un tono puro saturado con blanco, con negro, con gris, o con un color complementario).
- Contraste de cantidad (contraposición de lo grande y lo pequeño, de tal manera que ningún color tenga preponderancia sobre otro).

- Contraste simultáneo (se produce por la influencia que cada tono ejerce sobre los demás al yuxtaponerse a ellos en una composición gráfica).
- Contraste entre complementarios (Para lograr algo más armónico conviene que uno de ellos sea un color puro, y el otro esté modulado con blanco o con negro. El tono puro debe ocupar una superficie muy limitada, pues la extensión de un color en una composición debe ser inversamente proporcional a su intensidad).
- Contraste entre tonos cálidos y fríos. Por ejemplo, en un contraste de claro/oscuro: hay uno o varios colores más aproximados al blanco y uno o varios colores más aproximados al negro.

Escalas y Gammas

Como ya se dijo con anterioridad, se considera que el blanco, el negro y el gris son colores acromáticos, es decir, colores sin color. Pues bien, depende del punto de vista: psicológico o físico.

Ya que psicológicamente si son colores puesto que originan en el observador determinadas sensaciones y reacciones. Sin embargo desde el punto de vista físico, la luz blanca no es un color, sino la suma de todos los colores en cuanto a pigmento. El blanco sería considerado un color primario, ya que no puede obtenerse a partir de ninguna mezcla.

Por otra parte el negro es la ausencia absoluta de la luz, y en cuanto a color sería considerado un secundario, ya que es posible obtenerlo a partir de la mezcla de otros.

contenido teórico de diseño

Las escalas pueden ser cromáticas o acromáticas:

1. En las escalas cromáticas los valores del tono se obtienen mezclando los colores puros con el blanco o el negro, por lo que pueden perder fuerza cromática o luminosidad.

2. Una escala acromática será siempre una escala de grises, una modulación continua del blanco al negro. La escala de grises se utiliza para establecer comparativamente tanto el valor de la luminosidad de los colores puros como el grado de claridad de las correspondientes gradaciones de este color puro. Por la comparación con la escala de grises (escala test), se pone de relieve las diferentes posiciones que alcanzan los diferentes colores puros en materia de luminosidad.

Las gamas y sus tipos:

Definimos como gamas aquellas escalas formadas por gradaciones que realizan un paso regular de un color puro hacia el blanco o el negro, una serie continua de colores cálidos o fríos y una sucesión de diversos colores.

Las escalas monocromas son aquellas en las que interviene un solo color, y se forma con todas las variaciones de este color, bien añadiéndole blanco, negro o la mezcla de los dos (gris). Podemos distinguir entre:

- o Escala de saturación, cuando al blanco se le añade un cierto color hasta conseguir una saturación determinada.

- o Escala de luminosidad o del negro, cuando al color saturado se le añade sólo negro.
- o Escala de valor, cuando al tono saturado se le mezclan a la vez el blanco y el negro, es decir, el gris.

En las escalas cromáticas podemos distinguir entre:

- o Escalas altas, cuando se utilizan las modulaciones del valor y de saturación que contienen mucho blanco.
- o Escalas medias, cuando se utilizan modulaciones que no se alejan mucho del tono puro saturado del color.
- o Escalas bajas, cuando se usan las modulaciones de valor y luminosidad que contienen mucho negro.

Es imprescindible definir que en el Diseño Gráfico los colores son complementarios: no intervienen por sí mismos, sino en relación con los otros.

Molina (2004) define que el desempeño efectivo del diseñador gráfico como comunicador visual depende de gran parte de su conocimiento del color, por esto es necesario que sepa sus principios básicos así como la psicología del color.

El color desprende diferentes expresiones del ambiente, que pueden transmitir la sensación de calma, plenitud, alegría, etc. A la vez estos ejercen la más potente acción sobre los sentimientos y esta fuerza real puede y debe ser aprovechada con fines de función y utilidad en el diseño.

contenido teórico de diseño

Para la acción psicológica de los colores, pueden ser cambiadas las sensaciones de temperatura y producir a voluntad una impresión de frío o calor.

Los colores ejercen la más potente acción sobre los sentimientos y esta fuerza real puede y debe ser aprovechada con fines de función y utilidad en el diseño. El color opera más que el dibujo en sí, sobre el mundo de la psicología, pues éste no es suficiente para representar lo visible.

En la investigación de *Molina (2004)* se menciona la descripción psicológica del color:

1. Blanco

Es el símbolo de la pureza. Este color es la fusión de todos los colores. Actúa sobre nosotros con gran silencio, pero un silencio que no está muerto. Armoniza bien con todos los demás colores.

2. Azul

Simboliza la profundidad inmaterial y del frío. El azul parece alejarse del espectador; tiene tendencia a la profundidad; es el que produce mayor sensación de espacio. Representa: Relajación, confianza, sabiduría, ver dad e inmortalidad.

3. Amarillo

Representa la luz radiante, alegría, estímulo, acción y la energía.

4. Rojo

Se considera como el color que requiere la atención en mayor grado y el más saliente. Está relacionado con el fuego y sugiere calor, excitación y peligro. Tiene gran potencia, crea sensación de estrechez, audacia y sensualidad. Representa: fuego, pasión, fuerza, atención, peligro y calor.

5. Naranja

Es un color de gran brillantez por la potencia de los dos colores que lo forman, amarillo y rojo, de los que toma buena parte de sus cualidades: luminosidad y excitación.

6. Verde

Es el equilibrio entre el amarillo y el azul. Su efecto es pasivo y tranquiliza el espíritu. Representa: naturaleza, vegetación, humedad y esperanza.

7. Violeta

Es el color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Transmite profundidad y experiencia. Tiene que ver con lo emocional y lo espiritual, tiende a alejarse del espectador.

8. Negro

Es la ausencia de todos los colores, símbolo de la muerte, tristeza y duelo; suena con fuerza y precisión. Los colores adquieren un gran brillo y vigor sobre un fondo negro, especialmente los calidos.

contenido teórico de diseño

9. Gris

Es el equilibrio perfecto entre el blanco y el negro. No posee ni sonido ni movimiento. Es inmovilidad desconsolada y gran armonizador con todos los colores.

Así mismo los colores también reflejan características específicas en base a los esquemas básicos de cada uno de éstos, siendo éstas:

- Llamativos: Colores que atraen la mirada a larga distancia por el contraste entre ellos.
- Tranquilos: Son los colores suaves, dan impresión de algo esfumado, romántico o antiguo. Predominan los secundarios.
- Emotivos: Son colores poco usuales, de contraste fuerte y brillante, los cuales dan movimiento. Son colores muy utilizados en empaques y simbolizan tensión por el choque entre ellos.
- Naturales : Colores dispersos en la materia orgánica que compone el universo que nos rodea.
- Femeninos: Están relacionados con la moda, por lo que son cambiantes.
- Masculinos: Son los colores fuertes, sólidos. No son muy cambiantes, son monocromáticos.

2. Tipografía

Según *newsartesvisuales (s.f.)*, se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo o estilo. Estos caracteres incluyen letras en caja baja y alta, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios.

Al igual que el resto de los elementos que utilizamos en la composición de nuestro diseño, el conocimiento de los tipos de letras y sus características es necesario para una utilización correcta. Las técnicas destinadas al tratamiento tipográfico y a medir los diferentes textos es conocida como tipometría.

Los tipos constan de unas partes que se denominan como brazos, piernas, ojos, columnas y colas. Estas son las partes que se han utilizado de forma tradicional para la construcción de las diferentes letras.

Normas para la correcta legibilidad de los tipos:

- Las letras redondas y minúsculas suelen ser dentro de una familia las más legibles, más que las cursivas, negritas, mayúsculas y estrechas.

contenido teórico de diseño

- La separación entre letras y palabras debe realizarse de forma correcta, para que sea fácil de leer, es decir la separación debe ser coherente.
- En la separación entre letras hay que tener en cuenta especialmente las mayúsculas, sobre todo en rotulación. No es la misma separación la que deben tener las letras D y O que la M, la I o la N en una palabra como DOMINO.
- El tamaño de la letra debe elegirse teniendo en cuenta la distancia a la que se va a leer. Para un cartel que será observado a 10 metros, la altura de la letra debe ser, al menos, de 2,5 cm; mientras que para una valla publicitaria que deba leerse a 60 metros, la altura de la letra deberá ser, al menos, de 15 cm.
- La elección del tipo más adecuado depende en gran medida del tipo de mensaje al que va enfocada la composición. En algunos casos necesitaremos un tipo de letra refinada, elegante o delicada, sin embargo habrá casos, en los que nuestras letras deban ser sobrias, macizas y sin ningún tipo de remilgos.
- La tipografía debe diseñarse o componerse de forma que sea agradable de leer y que esté íntimamente relacionada con el objetivo del mensaje y con el público al que va dirigido. Ejemplo: El anuncio de un todo terreno nada tiene que ver con el de un producto de cosmética, por lo cual el enfoque de la tipografía será totalmente diferente.

Cuando se habla de tipos (letra) hay que conocer una serie de términos:

- Carácter: término utilizado para designar las letras, los signos de puntuación y los espacios en blanco.
- Caja alta: se utiliza para designar a las mayúsculas.
- Caja baja: se utiliza para designar a las minúsculas.
- Línea: es la recta sobre la que se apoyan los tipos.
- Tipómetro: sirve para calcular el número de líneas de texto que caben en un espacio determinado.
- Negra: letra de trazo más grueso de lo normal.
- Redonda: letra normal.
- Texto sólido: texto compuesto sin interlineado.
- Alinear: organizar el texto con arreglo a una línea horizontal o vertical.
- Centrado: texto compuesto en el centro del área de imagen.
- Justificado: composición de texto en líneas exactamente iguales.

contenido teórico de diseño

Según Molina (2004), el diseñador emplea las letras de dos formas distintas: la primera para comunicar por medio de la palabra escrita y la segunda como imágenes en sí mismas con formas y figuras manipulables, para expresar ideas y transmitir el mensaje visual que se desea.

Familias tipográficas

Se le denomina a la agrupación de varios tipos de letra que tienen características en común o son similares. Las principales y en las que se puede incluir a todos los diseños tipográficos son:

Romana: Letras con astas variadas en grosor, los remates o serif son terminados en puntas. Ejemplo:

Garamond y Times

Góticas: Tienen grandes variaciones de grosor, imita la escritura a mano medieval. Ejemplo : **Old English**

Egipcias: Gruesa de las astas, negra y regular, no hay contrastes. Ejemplo: **Playbill**.

Palo seco o grotescas: No tienen adornos ni remates, grosor homogéneo. Ejemplo: **Futura y Verdana**.

Caligráficas, Inglesas o Manuscritas: Formas libres, ejes de inclinación a la derecha, imitan trazo de pluma.

Ejemplo: *Mistral*.

Ornamentales o Misceláneas: Demasiada ornamentación, creativas, originalidad. Ejemplo: **Australian Sunrise, JOKEWOOD.**

3. Ilustración

La ilustración como tal fue un movimiento filosófico y cultural del siglo XVIII, definido como la emancipación de la conciencia humana del estado de ignorancia y error por medio del conocimiento.

Esto, aplicado al diseño gráfico, se puede definir como la forma de proporcionar conocimientos por medio de representaciones gráficas, manuales o digitales. Es por ello que la ilustración gráfica tiene una doble funcionalidad:

1. La entrega de información: Con esta función pretende transmitir toda la información exacta y precisa sobre algo específico, ya sea de lo que vende o lo que quiere reflejar la misma.
2. El valor estético: Sobre todo en la implementación de la ilustración en los logotipos aportando un papel sumamente importante, ya que por medio de esta característica el grupo objetivo decide su inclinación hacia el material o producto que se vende.

Es así como los dibujos de las cuevas prehistóricas se pueden ilustrar mucho sobre la cultura o la forma de vivir de esos pueblos. O una infografía en un periódico nos puede complementar la información proporcionada por la escritura.

contenido teórico de diseño

O un plano detallado en el manual de un computador nos puede facilitar la búsqueda del botón de encendido.

Según Careaga (s.f.), la ilustración es una forma de comunicación y por lo tanto el diseñador gráfico debe saber como utilizar las herramientas gráficas que le permitan poder ilustrar con mayor precisión una información que se desea entregar y así poder permitir que el receptor pueda comprender mejor nuestro mensaje, aumentando el conocimiento de este.

La ilustración puede ser implementada con tres fines:

1. Artísticos
2. Publicitarios
3. Educativos

4. Ilustración

Fotonostra (2006) menciona que son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro el grupo objetivo ve. La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades mucho más amplio ya que son elementos que: proporcionan información, hacen la comunicación más real y creíble, sugieren, expresan sensaciones, estimulan...

La fotografía aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto deben tener fuerza y un sentido específico y claro. Se debe procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés. Hay que tener una idea clara de lo que se quiere comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que se busca.

Definición del grupo objetivo

Para definir con exactitud al grupo objetivo, se consultó la fuente de prodatos (2003) y se pasaron 50 encuestas como instrumento de recolección de información ,(ver anexo #1), con el propósito de establecer sus características demográficas y psicográficas reales. En base a los datos recabados se define lo siguiente:

Perfil demográfico

El material gráfico propuesto estará dirigido a hombres y mujeres guatemaltecas, entre 27 y 60 años de edad. Según datos estadísticos obtenidos de PRODATOS en Guatemala, (junio 2003) el nivel socioeconómico corresponde a: C1, C2,y C3; con un ingreso familiar promedio de Q.10, 500 a Q.50,000. Son personas que residen en las siguientes zonas: 10, 14, 13, 15, 12, 11, 9, y carretera al Salvador, teniendo un nivel de educación, en su mayoría, de estudios secundarios completos y universitarios. En cuanto a su ocupación es variada, ya que van desde ejecutivos de empresas privadas, gerentes, o propietarios de negocios.

Son personas independientes encargadas de velar por su propio bienestar. Estas cuentan con un nivel socioeconómico apto para poder brindarles a personas necesitadas ayuda para poder sobresalir.

Son personas que viven en un hogar acogedor con todos los servicios y comodidades básicas para sentirse a gusto, y acostumbran en su tiempo libre a la recreación familiar y a procurar ayudar con lo que esté a su alcance a personas necesitadas, ya sea con ayuda económica o social.

Perfil psicográfico

En base a la encuesta realizada, se determinó que son guatemaltecos interesados por cultivar sus relaciones sociales, y les agrada ayudar al prójimo, sobretodo si se trata de personas indefensas incapaces de poder sobresalir por sus propios medios como en este caso serían los niños.

En su mayoría aprovechan el tiempo libre para algún tipo de recreación personal, social, o cultural, procurando siempre estar al pendiente de los compromisos morales que tienen como benefactores de instituciones o asociaciones que tienen un fin específico, considerando que el benefactor es una persona que juega un papel primordial en el desarrollo de una obra benéfica en particular.

Así mismo son personas que se caracterizan por darle sentido a situaciones específicas por medio de una asociación similar al hecho real que se registra, es decir consideran fundamental tener un acercamiento lo más cercano posible a la realidad del beneficiario para poder colaborar y estar seguros del destino de sus donaciones.

A la vez estas personas consideran importante para poder ser benefactor activo saber qué consecuencias a largo plazo trae su aporte, para así día a día seguir teniendo ese aporte como sinónimo de un compromiso que no es obligatorio pero que saben que es de mucho significado para estos niños.

Definición del grupo objetivo

Particularidades de la edad adulta

Larios (2003), relata que usualmente se considera que los adultos son personas ya formadas, con un estado emocional más equilibrado que el de un joven, por lo tanto su toma de decisiones es certera y segura. Un adulto ha tenido muchas experiencias en la vida, por lo tanto ha aprendido en base a estas lecciones, las cuales han formado su identidad y su integridad como persona.

En la edad adulta ya se tiene una visión de la vida y de lo que desean obtener de ello. Algunos ya han alcanzado sus metas y solo se preocupan por enriquecer su nivel, su cultura, así como su identidad como personas.

La población de esta edad gusta mucho de asistir a actividades que los integran y les aporte un beneficio agregado a su cultura general. Les agrada asistir a eventos de ayuda social y lo hacen con regularidad media vez éstos cumplan con los requisitos de horarios, seguridad y ubicación que más se adecúan a ellos.

conceptualización

Como se llego al concepto

Para la realización del concepto central se realizaron los siguientes ejercicios: lluvia de ideas, telaraña y opuestos, con el fin de buscar las palabras ideoneas que ayudaran a construir el concepto.

De cada uno de los ejercicios fueron generadas distintas frases, con las cuales se buscaba definir un concepto bien estructurado que ayude a cumplir los objetivos planteados en el proyecto.

Para seleccionar el concepto central se analizó cada uno de los conceptos contenidos en la lista de cada ejercicio realizado, buscando así el concepto que lograra facilidad para transmitir el mensaje al grupo objetivo ya definido sin limitar las soluciones de diseño a realizar.

La realización de los conceptos realizados con cada ejercicio (lluvia de ideas, telaraña y opuestos) fueron basados en la unión de palabras derivadas del tema Solidaridad con niños Desamparados, buscando siempre una respuesta al objetivo.

Para la realización del concepto se realizaron varios ejercicios que ayudaron a definir el concepto Central de diseño.

Lluvia de ideas: Ésta se realizó en base a una lista de palabras que estuvieran relacionadas con el tema central o el área que abarca este tema que en este caso es Solidaridad con niños Desamparados.

Niños	Cambios	Personal
Infancia	Actividades	Crecimiento
Saludo	Ser Humano	Social
Seguridad	Necesidad	Psicología
Recreación	Urgencia	Convivencia
Amor	Animo	Solidaridad
Cariño	Prosperidad	Esperanza
Acogedor	Camino	Calidad de vida
Carismático	Fertilidad	Orfandad
Derechos	Luz	Soledad
Crecimiento	Protección	Apego
Oportunidades	Educación	Positivismo
Justicia	Sueños	Libertad
Valores	Conciencia	Energía
Sociedad	Apoyo	Ilusión
Futuro	Fortuna	Felicidad
Vida	Relación	Esperanza
Comunicación	Familia	Obligaciones
Educación	Felicidad	Satisfacciones
Conocimientos	Padres	Vivencias
Habilidad	Juventud	Sabiduría
Necesidad	Niñez	Ejemplos
Lucha	Crecimiento	Desarrollo

conceptualización

Datos
Igualdad
Oportunidad
Benefactor
Realidades
Estrategias
Relación
Unidad
Apoyo
Derecho
Bienestar
Cultura
Infancia
Conciencia
Comunicación
Medios
Oportunidad
Respaldo
Hogar
Estabilidad
Juventud
Futuro
Positivo
Caminos
Sabiduría
Urgencia
Atención
Servicios
Apoyo
Consuelo
Carisma

Acogedor
Esperanza
Lucha
Cambios
Risas
Virtudes
Esperanza de vida
Comunicación
Bases
Solidez
Amistad
Relación
Frutos
Inteligencia
Compartir
Dar
Lecciones
Carisma
Unión
Solicitar
Amor
Tranquilidad
Sociedad
Solución
Crecimiento
Grupo
Infante
Imaginación
Obligación
Sentimientos

Conceptos sobresalientes derivados de los ejercicios:

Lluvia de Ideas

2. **Creciendo de tu apoyo**
3. Respaldo incondicional
4. Camino de oportunidades

conceptualización

Opuestos: En base a las palabras implementadas en la lluvia de ideas se establecieron sus sinónimos respectivos.

Palabras	Sinónimos
Niños	Infantes
Infancia	Inocencia
Salud	Resistencia
Seguridad	Confianza
Recreación	Juerga
Amor	Afecto
Cariño	Apego
Acogedor	Generoso
Carismático	Bondadoso
Derechos	Oportunidad
Crecimiento	Desarrollo
Oportunidades	Congruencias
Justicia	Igualdad
Valores	Importes
Sociedad	Familia
Fortaleza	Posición
Vida	Existencia

Palabras	Sinónimos
Comunicación	Información
Educación	Formación
Conocimientos	Intuiciones
Habilidad	Destreza
Necesidad	Escasez
Lucha	Disputa
Positivismo	Realismo
Libertad	Autonomía
Cambios	Permutas
Actividades	Acciones
Ser Humano	persona
Prójimo	Hombre
Grandeza	Nobleza
Animo	Aliento
Prosperidad	Bienestar
Camino	Vía
Fertilidad	Abundancia
Luz	Albor

Opuestos

1. Resultado de acciones que fortalecen el futuro
2. Fortaleciendo la ayuda
3. **Grandes corazones que edifican mundos inocentes**
4. Uniendo Fuerzas

conceptualización

Telaraña Éste se realizó en base a la palabra central Solidaridad en niños Desamparados.

Deduciendo las siguientes palabras.

Telaraña

1. Resultado de acciones satisfactorias
2. **Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades**
3. Satisfacciones cambian vidas inocentes
4. **Oportunidades fortalecidas con tu ayuda**

SOLIDARIDAD EN NIÑOS DESAMPARADOS



conceptualización

Se descartaron las opciones que no están en negrita debido a que estas frases no logran responder a la necesidad y objetivo del proyecto, reflejando limitaciones al no poder encerrar en una sola frase el contenido que se desea transmitir.

El porqué a la elección de los 4 conceptos restantes se debió a que éstos logran tener una relación notoria con la característica de reforzar la importancia del resultado de la ayuda y educación brindada a los niños desamparados de AGAND por parte de los benefactores.

Estos conceptos son:

1. Oportunidades fortalecidas con tu ayuda
2. Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades
3. Grandes corazones que edifican mundos inocentes
4. Creciendo de tu apoyo

De los cuatro conceptos anteriores se descartaron las siguientes tres opciones:

1. Oportunidades fortalecidas con tu ayuda
2. Grandes corazones que edifican mundos inocentes
3. Creciendo de tu apoyo

Concepto Central

Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades

Fundamentación:

Este concepto brinda la posibilidad de relacionar inmediatamente la ayuda que el benefactor da a la institución como un cimiento necesario para completar el desarrollo y crecimiento personal del niño, supliendo sus necesidades y derechos de alimentación, educación, salud y vivienda.

A la vez facilita la concreción de elementos a través de los cuales se puede diseñar el material, aportando por medio de éstos el enfoque principal que se quiere reflejar con el concepto, estructurándolo de la siguiente manera:

Hacer referencia que el benefactor es la **base** de un proceso en el cual la ayuda dada por éste logrará **edificar** la vida de los niños desamparados de Agand para que logren tener un **futuro** con **mejores oportunidades**.

El concepto central deberá verse reflejado en su totalidad gráficamente para que el diseño logre el objetivo de poder responder a la necesidad. Esto se logrará implementando cada una de las palabras que compone el concepto representadas gráficamente.

contenido del material gráfico

Contenido del texto

1. El folleto contendrá la siguiente información :

- Información general sobre el resultado de los aportes hechos por el benefactor para los niños de Agand (Asociación Guatemalteca para la Asistencia al niño Desamparado)

- Datos generales e información general de la organización. (objetivos, función, nombre, logotipo, dirección y teléfonos).

2. El afiche contendrá :

- Frase motivacional

- Datos generales de la asociación. (logotipo y nombre).

3. En el material informativo de carácter promocional como es el caso del separador, tendrá el siguiente contenido:

- Frase motivacional

- Datos generales de la asociación. (logotipo y nombre).

4. Para el calendario:

- Frase motivacional

- Datos generales de la asociación. (logotipo y nombre).

- Información Cronológica del año 2008

contenido del material gráfico

Contenido gráfico

Elementos de Diseño	Función	Tecnología	Expresividad
Tipografía	Percepción, creando jerarquias por medio de puntos focales para llamar la atención del espectador.	Tipografía Sans serif para contenidos extensos. Ej. Maiandra con un tamaño max. de 16 pts. y para titular Jenkins v2.0 con un tamaño máx. de 70 pts.	Movimiento
Imagen	Ejemplificar el resultado de la acción del benefactor	Lograr contenidos visuales significativos a través de encuadres a primer plano para resaltar detalles de la imagen.	Apoyo
Ejes y Reticula	Orden equilibrio en sus elementos	Diseño asimétrico con ejes verticales y horizontales	Armonía
Color	Atraer la atención	Colores llamativos, intensos en paleta CMYK. Azul y amarillo	vida, energía
Formato	Facilidad de uso y manejo	Folleto 8.5' x 11' Afiche 11' x 17' Separador 1.5' x 6' Calendario 8' x 6'	comodidad
Soporte	duración, calidad y que logre en su impresión sacar los colores vivos y brillantes del diseño	Folleto: Cushé 135 gramos blanco Afiche y Separador: Texcote Calendario: Husky	facilidad

Descripción de Fotografía

Fotografía que logre representar el significado de la ayuda que el benefactor da al beneficiario, resaltando a la vez por medio de elementos específicos como símbolos asociativos de las cuatro necesidades básicas en las cuales se manifiesta el significado del aporte: Salud, educación, vivienda y alimentación. La fotografía debe utilizar elementos que logren representar el papel tanto del beneficiario como del benefactor.

Medios y formas de distribución

Deberá rescatarse el valor humano por medio de una forma de comunicación donde se promueva un acercamiento personal, que de manera directa, interactúe con los destinatarios.

Primero se colocarán los afiches en la asociación con 1 mes de anticipación, para luego al momento de la visita personal, la cual se hará por parte de un encargado de la asociación se haga entrega del calendario, los separadores de libro y el folleto informativo, con la finalidad de crear una integración entre todas las piezas para que el mensaje logre transmitirse de manera constante.

Así mismo se mantendrá en la asociación juegos de piezas para los benefactores que por alguna u otra razón no reciban sus piezas personalmente, esto en el caso que por falta de tiempo o por tener una agenda de compromisos llena se les llegue a dificultar el poder recibir en sus despachos u oficinas a la gente de la asociación.

Medios y formas de distribución

Pieza	Propósito	Medio		Formas de Distribución		
		Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
Folleto	Que el grupo objetivo obtenga la información relevante al resultado de sus aportes, tanto textual como gráficamente.	Material Impreso	Material Informativo	Persona encargada de la entrega personal de las piezas. (Directora de la Asociación)	Se revisará y renovará la información cada 6 meses.	Sede de Agand, Despachos y Oficinas
Afiche	Piezas que sirven de apoyo para dar seguimiento a la transmisión del mensaje específico que se le desea dar al benefactor, siendo éste un mensaje constante que esté presente en cada pieza.				1 año, a entregarse en los meses de Noviembre y Diciembre del año anterior.	
Separador						
Calendario						

bocetaje y propuesta preliminar

Para lograr una comunicación más efectiva sobre los objetivos delimitados inicialmente se propone utilizar frases motivacionales con lenguaje directo y personal.

Estas frases se realizaron en base a lo que se le desea transmitir al grupo objetivo, así como también para ser de apoyo a la respuesta de la necesidad. Para que los materiales tengan una relación directa entre el benefactor y el niño beneficiado se decidió que la frase a implementar utilizaría el pronombre Tú, que refleja la relación entre ambos.

La frase motivacional que se decidió implementar para los materiales gráficos es: **Tu ayuda es mi impulso.**

Se eligió esta frase ya que logra de una manera figurada reflejar la importancia que el benefactor tiene sobre estos niños por medio de la ayuda que brindan, logrando a la vez unificarse con lo que se desea transmitir, específicamente con el concepto elegido **Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades.**

Esta frase será implementada en cada una de las piezas a realizar, variando únicamente en tamaño y posición de la misma dentro del formato.

(Etapa 1)

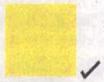
Propuestas de frases

1. Tu ayuda es nuestro cimiento
2. Tu eres la base de mi crecimiento
3. Tu aporte es mi desarrollo
4. **Tu ayuda es mi impulso**
5. Porque tú eres la base
6. Porque tú eres mi impulso
7. Tu ayuda edifica mi futuro

bocetaje y propuesta preliminar

(Etapa 2)

Paleta de color



pantone 122C ✓



pantone 106C



pantone 116C



pantone 107C



pantone 173C



pantone 1795C ✓



pantone 207C



pantone 185C



pantone 307C



pantone 302C ✓



pantone 2728C



pantone 295C ✓



pantone 357C ✓



pantone 364C



pantone 349C



pantone 355C



pantone Hexachrome Orange C ✓

Según la tabla de contenidos gráficos, el color debe expresar fortaleza, por lo que se eligieron colores intensos que faciliten llamar la atención del grupo objetivo y a la vez poder relacionar la propuesta con niños.

Para la selección de la gama de amarillos se escogieron tonos que tuvieran una pigmentación luminosa y atractiva al verse en combinación con el rojo. De éstos se escogió el Pantone 122 C por la tonalidad que aporta.

En la gama de rojos se seleccionaron tonos que siguieran la línea de luminosidad en su valor de color, por lo cual se eligió el Pantone 1795 C por aplicarse de mejor manera al impacto que se quiere causar con el color.

En la gama de azules se seleccionaron tonos que logran cierto equilibrio visual con la luminosidad del amarillo y el rojo, eligiendo el Pantone 302C y el Pantone 3025C.

En la gama de verdes al igual que en la de azul se eligió una que tuviera un tono mate, dejando así la elección de dos colores luminosos y dos mates. Se eligió el Pantone 357C.

El color naranja corresponde al logotipo de la asociación, siendo este Pantone Hexachrome Orange C.

bocetaje y propuesta preliminar

(Etapa 3)

Opciones de Tipografía

Cuerpo de Texto

Se evaluaron tipografías que expresaran movimiento y cumplieran la función de transmitir claridad, tanto para el cuerpo de texto como para la frase y títulos.

Para los cuerpos de textos se evaluaron las siguientes tipografías:

Agand ✓

1. El tipo de letra Maiandra GD por tener un trazo firme, claro y obtener el carácter de claridad que se desea transmitir en la información, se aplicará en cajas de texto.

Agand

2. La tipografía Tahoma logra tornar la información rígida, perdiendo así cualquier interés por parte del espectador en la misma.

Agand

3. La tipografía Century Gothic no se aplica para los cuerpos de textos ya que no logra ser representativa de la seriedad que tiene el grupo objetivo.

Agand

4. De igual manera, la tipografía Papyrus fue descartada en su totalidad para ser posicionada en los cuerpos de textos debido a que ésta tiende a restarle seriedad a la información debido a que es una tipografía con un trazo suelto que crea distorsión al momento de aplicarla en cuerpos de texto.

bocetaje y propuesta preliminar

Frase y Títulos

Para las frases y títulos se evaluaron las siguientes tipografías:

Agand

La tipografía Tempos Sans ITC se propuso para frases y títulos debido a que es llamativa, combinando tamaños y posición de cada letra en una misma frase. Sin embargo estas características no son suficientes para lograr el peso visual en este elemento.

Agand ✓

Siguiendo con las características necesarias para crear una percepción visual por parte del espectador se decidió que la tipografía Jenkins sería la adecuada para implementarla únicamente en la frase motivacional, logrando así un equilibrio visual entre este texto y la demás información que contenga el material, sin llegar a saturar el diseño.

Agand

Esta tipografía fue propuesta para los títulos, pero debido a la implementación de mayúsculas y minúsculas ésta pierde total formalidad para poder cumplir con la función de percepción.

bocetaje y propuesta preliminar

(Etapa 4)

Elección de Fotografías

En base a los datos establecidos en la tabla de requisitos, la imagen que se utilice debe lograr ejemplificar el resultado de la acción del benefactor transmitiendo a la vez el concepto central: Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades.

Como primer paso se definió que para poder reflejar el significado de la ayuda que los benefactores de Agand brindan a la institución es necesario implementar un elemento gráfico que represente tanto al benefactor como al beneficiario, ya que ambos son piezas fundamentales en el desarrollo de la acción.

Se decidió que la imagen primaria de la composición sería la que expresara en su totalidad la solidaridad que hay por parte del benefactor.

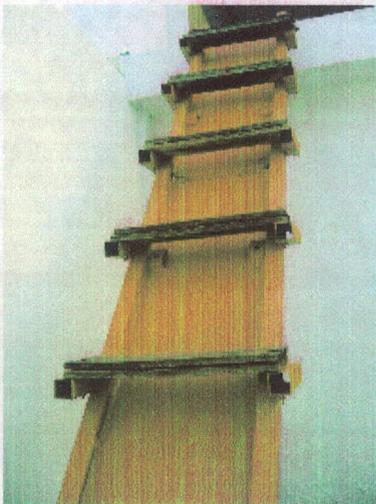
Se definieron 4 elementos claves que podrían ser los adecuados para reflejar el impulso que éstos tienen sobre los beneficiarios, ya sea por medio de su posición, su significado o su aporte.

Estos elementos son:

1. Libros
2. Manos
3. Escalera
4. Trozos

Luego de haber definido los cuatro elementos gráficos se procedió a la toma de fotografías de los mismos, las cuales fueron elegidas a través de encuadres proyectando una imagen detallada del elemento.

bocetaje y propuesta preliminar



Escaleras:

Con este elemento se quería hacer énfasis en que los pasos que los niños de Agand deben seguir día a día para su desarrollo se hacen sobre superficies duras, las cuales en éstos niños se reflejan en cada uno de los obstáculos que tienen o han enfrentado en su niñez.

Por esa razón las fotografías son de una escalera dura, creada con bases rústicas, tales como madera y residuos de materiales metálicos.

Con esta escalera se pretende reflejar que a pesar de lo que los niños pudieron haber vivido en su pasado la ayuda que hoy reciben por parte del beneficiario es estimulante para caminar sobre esos recuerdos negativos que la mayoría de los niños de Agand tuvieron.

Luego de analizar este elemento con respecto a su funcionalidad con el material que se realizó se decidió descartarlo debido a que el material propuesto tiene como finalidad transmitir el mensaje de una manera clara y breve, lo cual no se logra con la aplicación de las escaleras, corriendo a la vez el riesgo que no sea captado de la manera que se desea.

bocetaje y propuesta preliminar



Manos:

Las manos son representativas de las bases del benefactor.

Estas se colocaron en posición de empuje, ya que en base al elemento central de los pies descalzos se tomó como opción la aplicación de los pies sobre las manos, que reflejen el empuje que el benefactor les da, unificando por medio de esta composición el beneficiario con el benefactor.

Esta opción se descarta ya que no se ve reflejado el concepto de una manera original o atractiva, pudiendo caer en la simplicidad del diseño.



Libros:

Los libros se colocaron apilados, para dar la idea de construcción o edificación.

Se utilizaron libros de pasta dura para afianzar la idea de la firmeza de las bases.

bocetaje y propuesta preliminar

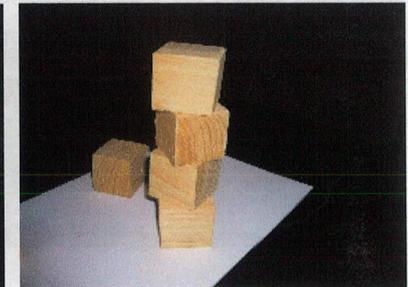
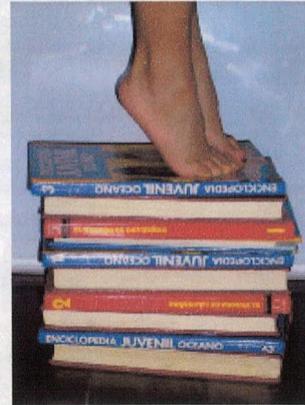
Luego de definir los cuatro elementos como opciones finales para poder reflejar el mensaje se decidió descartar dos, los cuales son: las manos y las escaleras.

El porqué no se eligieron estos elementos se debió a que ambos no lograban cumplir en su totalidad con la función de transmitir la base que impulsa a los niños de Agand, ya que de cierta manera no lograban una unidad relativa con el tema.

Se decidió que el elemento visual adecuado para poder reflejar el resultado sobre el beneficiario serían los pies descalzos de un niño en posición de "puntillas", reflejando el deseo de superación, el cual se aprecia en la posición de los pies, aplicados sobre la composición de los libros y los trozos.

Así mismo se decidió que los pies estarían implementados sin calzado para poder reflejar de cierta manera el desamparo que estos niños tienen, y cómo a pesar de sus limitaciones sociales, familiares y personales, forman parte de ese crecimiento y esa lucha diaria por ser mejores personas.

Estos pies serían implementados limpios para demostrar el cambio positivo que día con día los benefactores tienen sobre los niños, ya que al aplicarlos sucios reflejan sentimientos negativos.



bocetaje y propuesta preliminar

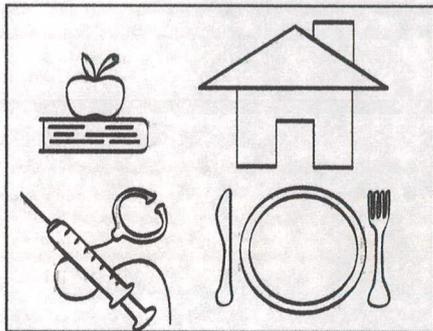
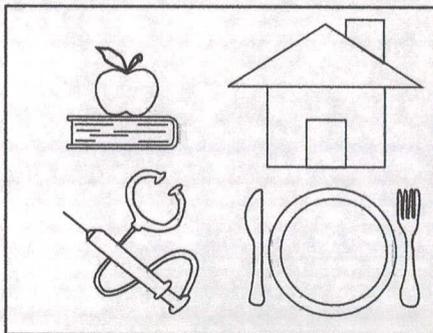
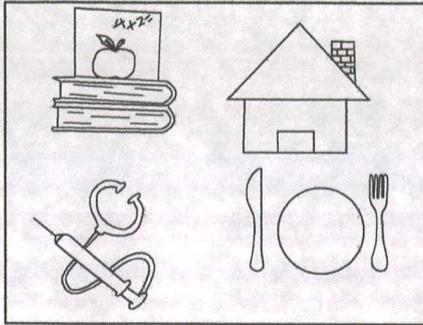
Al tener aplicados los pies sobre ambas opciones que representen "pilares" se definió que en base al grupo objetivo secundario, que en este caso son los niños; los trozos son el elemento que más se asocian con ellos. Así mismo se concluyó que para poder realizar un papel de apoyo al mensaje que se desea transmitir era fundamental la aplicación gráfica que representa los cuatro aportes que el benefactor da sobre los niños en: educación, salud, hogar y alimentación. La unificación de estos 4 elementos conforman la base sólida que el benefactor le brinda al niño para poder salir adelante.

Los elementos gráficos de apoyo deben cumplir con los siguientes parámetros según su tabla de requisitos:

Estos elementos según la tabla de requisitos deben cumplir la función de ejemplificar la acción que en este caso se produce de parte del benefactor, por tal motivo debían ser símbolos que lograran transmitir en su totalidad el significado de cada ayuda. Estos elementos según la tabla de requisitos deben cumplir la función de ejemplificar la acción que en este caso se produce de parte del benefactor, por tal motivo debían ser símbolos que lograran transmitir en su totalidad el significado de cada ayuda.

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Elementos de apoyo	Ejemplificar la acción del benefactor	Ilustraciones de símbolos que reflejen cada uno de los 4 aportes.	acción

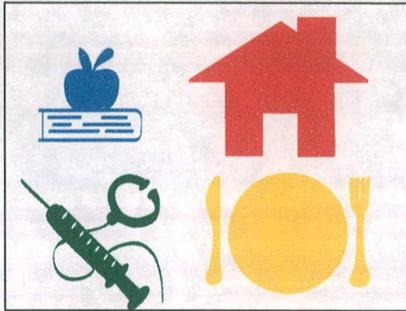
bocetaje y propuesta preliminar



Se desarrolló la ilustración de cada uno de estos elementos en base a símbolos universales ya conocidos sobre cada uno de estos temas, definiendo su estructura y sus características que son representativas de cada símbolo para luego proceder a la simplificación de los mismos, ya que debido al tamaño en que serían posicionados éstos debían de ser claros en su totalidad.

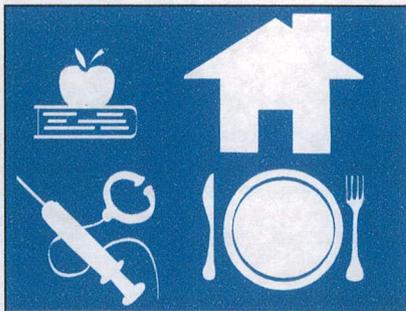
Quedando estas opciones para cada uno de los símbolos se aplicó al contorno una forma estilizada disminuyendo su recorrido para crear movimiento en la misma figura, y así poder unificar los 4 elementos simbólicos.

bocetaje y propuesta preliminar

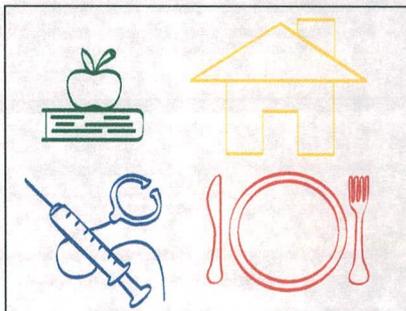


Teniendo definido el estilo de los símbolos que se aplicarán en el diseño se siguió a la implementación de color dentro de los mismos , aplicando el color en las siguientes opciones:

1. Aplicación de color como relleno para cada símbolo, ocasionando así la pérdida de detalles de cada uno de los elementos, ésto debido a la saturación del color y el tamaño de cada símbolo.



2. Aplicación de los símbolos sobre un fondo oscuro con relleno claro,, teniendo como resultado una composición que refleja desorden y desequilibrio visual, restándole importancia a cada elemento de forma individual.



3. Implementación de color en la línea de contorno, aplicando los colores que ya se habían definido con anterioridad.

Eligiendo esta opción para aplicar al diseño de los símbolos, ya que de ésta manera se logra visualizar con más claridad cada detalle que compone el símbolo gráfico.

bocetaje y propuesta preliminar



Luego de haber definido y realizado la ilustración de los símbolos que representan los cuatro temas que hacen la base del desarrollo de estos niños se decidió aplicarlos a la composición fotográfica hecha con los trozos, ésto debido a la forma y tamaño de los elementos que conforman la composición.

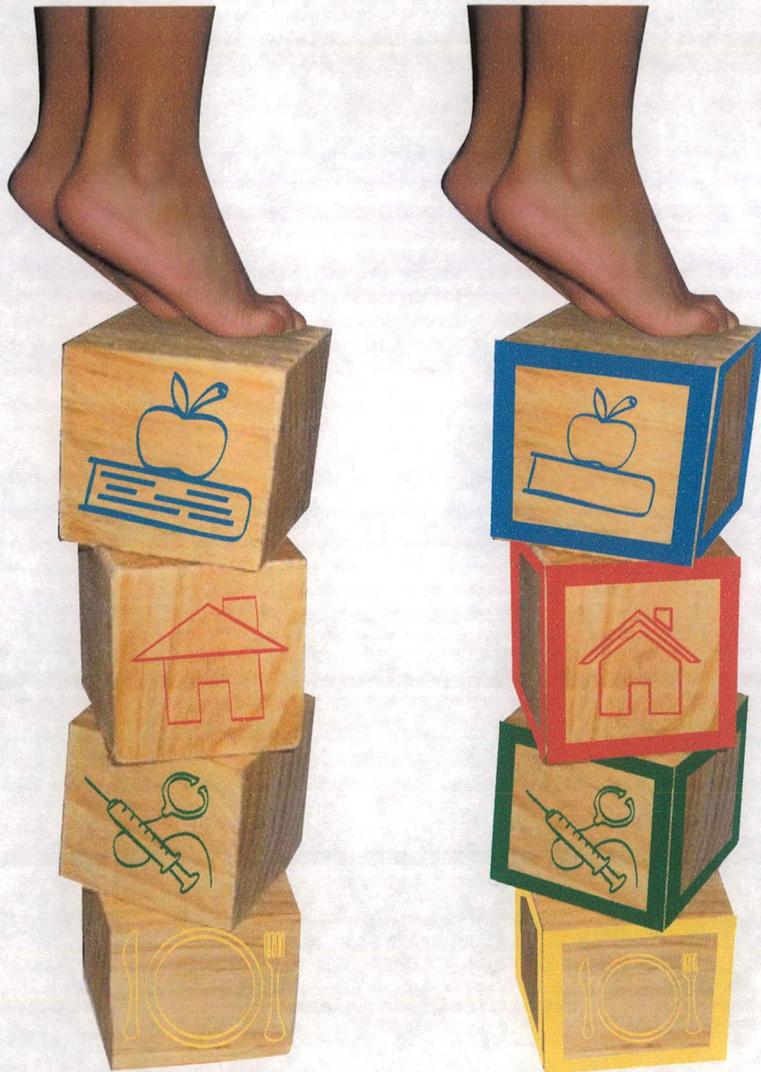
Una vez definida la opción de la aplicación de los símbolos a línea se modificaron sobre cada uno de los trozos, implementandolos así con los cuatro colores ya definidos con anterioridad.

Luego se realizaron las combinaciones del orden en que estarían ubicados los símbolos sobre la composición de los trozos, haciendo así cuatro combinaciones distintas del color.

Se decidió implementar la composición que utiliza los siguientes colores: azul para educación, rojo para hogar, verde para salud y amarillo para alimentación.

El porqué de esta elección se debió a que la aplicación del color implementado este orden logra reflejar un equilibrio visual.

bocetaje y propuesta preliminar



Ya definida la composición fotográfica con el orden y el color definido de los símbolos se decidió que para que la imagen lograra ser lo más cercana a la realidad representando los trozos infantiles, se optó por agregarle contorno de cada trozo, unificando así cada símbolo con su respectivo trozo.

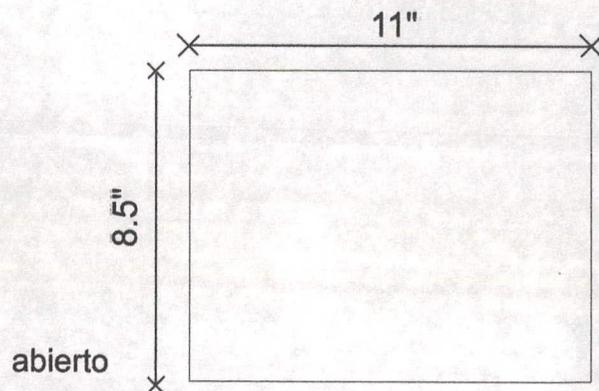
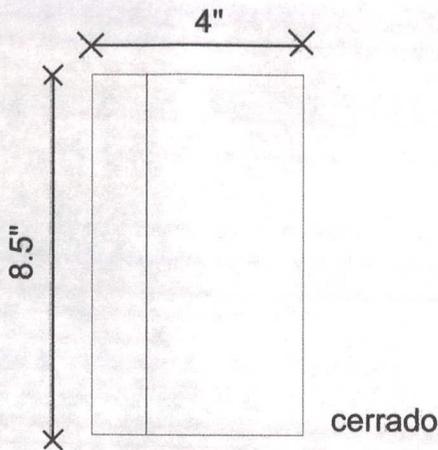
Este contorno sería aplicado del mismo color que la línea de cada símbolo, con un grosor de línea mayor que encierra cada trozo, independizándolo de los demás. Esta característica tiene como finalidad el poder expresar fortaleza, característica implementada en la tabla de requisitos.

bocetaje y propuesta preliminar

(Etapa 5)

Diseño de Piezas

Folleto



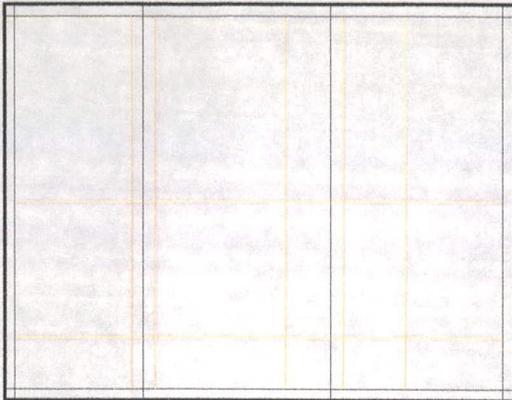
Formato

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato que cumplieran con la función de facilidad de uso y manejo planteada en la tabla de requisitos.

Para el diseño del formato del folleto se trató de enfatizar en un doblez que lograra expresar curiosidad por parte del espectador hacia la pieza.

El tamaño del folleto será de 8.5' x 11'

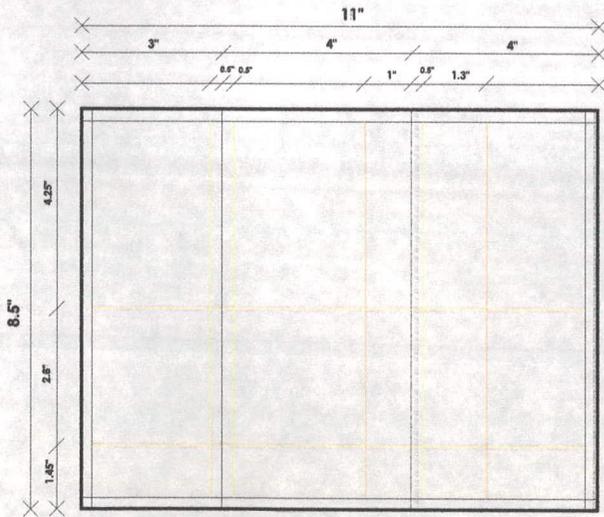
bocetaje y propuesta preliminar



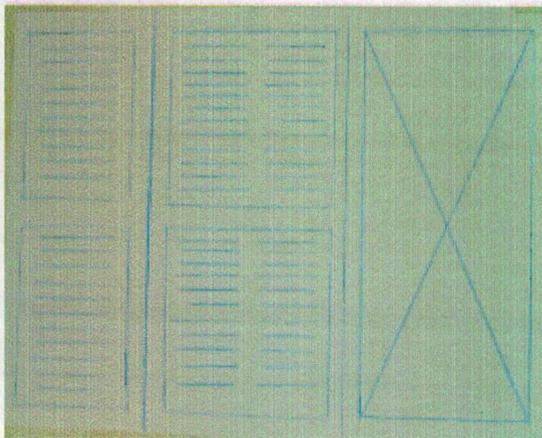
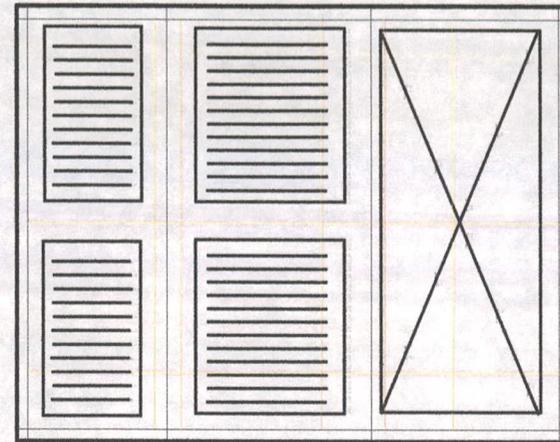
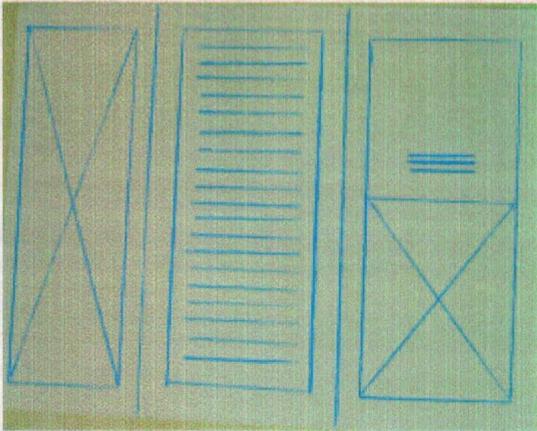
Retícula

Se procedió a la elaboración de la retícula, la cual ayudará a posicionar los elementos dentro del formato en forma ordenada ayudando a que éstos logren expresar dinamismo.

Con el fin de aprovechar al máximo el espacio dentro del formato, éste se implementó horizontalmente con una retícula en base a 3 columnas.



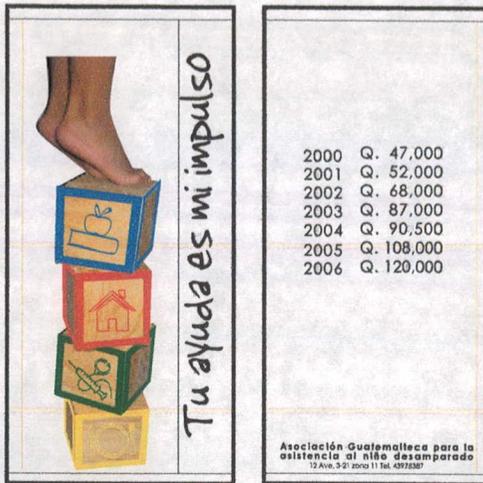
bocetaje y propuesta preliminar



Layout

Luego se crearon distintos tipos de layout en los que se colocaron los espacios correspondientes para ubicar el texto y las imágenes. Lo que se buscaba era poder experimentar con distintas formas y posibles elementos a utilizar dentro de la pieza. En esta etapa también se determinó que elementos contendrá la pieza, buscando siempre como lo determinado en la tabla de requisitos una diagramación ordenada.

bocetaje y propuesta preliminar

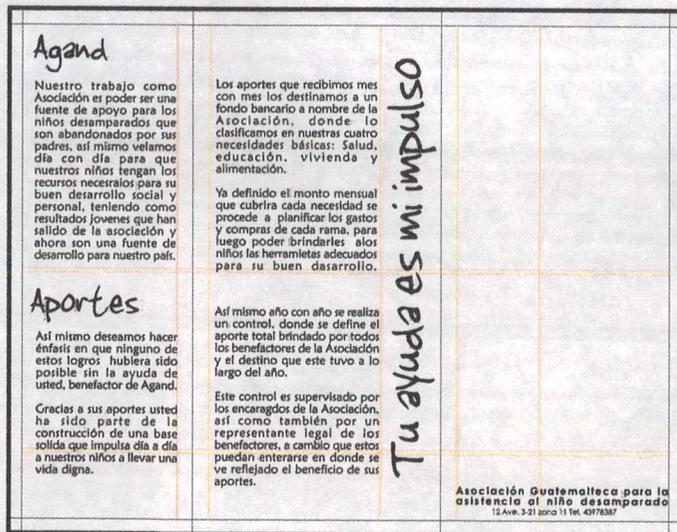


Las cajas de texto deben cumplir la función de claridad según se planteo en la tabla de requisitos, por tal motivo éstas fueron implementadas siguiendo un orden visual dentro del formato. Luego de haber posicionado las cajas de texto en su respectivo lugar en base a la diagramación elegida para el folleto se siguió con la aplicación de la fotografía.

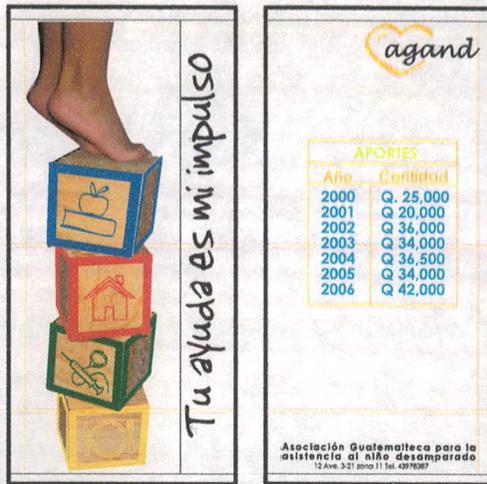
La composición fotográfica tiene una gran importancia sobre cada pieza, ya que ésta es fundamental para reflejar el concepto expresando a la vez solidaridad, respaldada por la frase complementaria y el texto alusivo a cada pieza, por tal motivo se decidió implementar la fotografía en un primer plano dentro de cada pieza.

En el folleto se decidió aplicar la fotografía en la portada, al igual que la frase complementaria, esto para así poder lograr un interés visual por parte del espectador hacia el contenido del mismo.

Debido a que en la parte interna del folleto estará colocada toda la información relevante al tema se decidió omitir la implementación de la fotografía, logrando así no caer en la saturación de elementos y perder el interés en el contenido.



bocetaje y propuesta preliminar

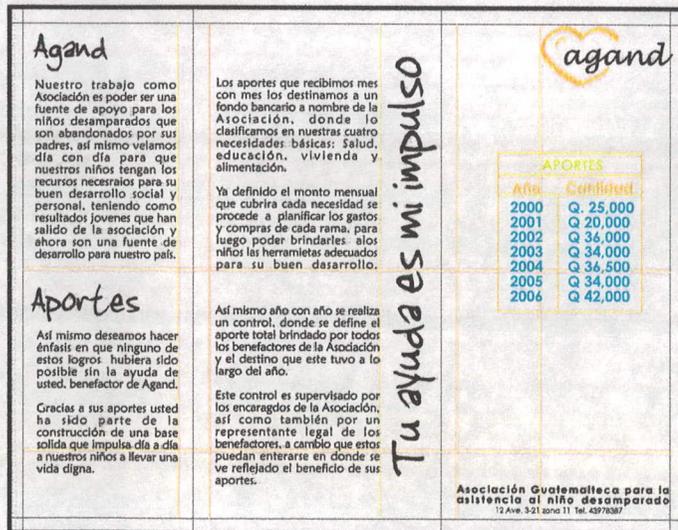


Luego de haber definido la ubicación y tamaño de la fotografía y de las cajas de texto se procedió a la aplicación de los demás elementos gráficos que se implementarían en cada pieza.

Debido al dobléz que se le aplicó al formato del folleto, la contraportada forma parte de las páginas interiores, ésto como ya se había especificado con anterioridad se creó con la finalidad de que la pieza lograra ser más interesante para el grupo objetivo.

En la contraportada se aplicó en base al layout elegido para esta pieza el logotipo de la Asociación en la parte superior izquierda, mientras que la información básica que complementa este mismo, como dirección y teléfono se aplicó en la parte inferior.

Así mismo se decidió que en esta parte del folleto se aplicaría la tabla de datos que especifica las cantidades exactas sobre los aportes hechos por los benefactores cada año, información de suma importancia para ellos.



bocetaje y propuesta preliminar



Al haber definido la implementación de los elementos gráficos que contendría el folleto (fotografía, logotipo, frase y texto) se decidió que para que la pieza no perdiera su interés por parte del espectador por su simplicidad se decidió utilizar como elemento de apoyo el corazón que conforma el logotipo de la asociación, ya que éste logra aportar dinamismo a la pieza, expresando a la vez solidaridad tal y como se planteó en la tabla de requisitos.

En la portada se colocaron los mismos dos elementos ya definidos con anterioridad, mientras que en la contraportada se aplicó la tabla de datos en color naranja y el contorno del corazón en color azul, el porqué se eligieron estos dos colores se debió a que la tabla de datos es un elemento de suma importancia, por tal motivo se implementó en colores llamativos que logran llamar la atención del espectador.

En la parte interna del folleto se aplicó el corazón para que éste lograra unificar los elementos a la vez que siga cumpliendo con la función de poder expresar solidaridad.

De igual manera, en las páginas interiores aparte de la implementación de un elemento que aporta dinamismo gracias a su forma y tamaño se decidió implementar color a la tipografía de los títulos, aprovechando la paleta de color establecida en los símbolos.

Misión

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical y horizontal para la realización de cada una de las partes.

Visión

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma

Aportes

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir la

Para el diseño del formato del folleto se trató de enfatizar en un troquel que lograra interactuar no solamente con la información, sino en el diseño

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical.

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir la

Para el diseño del formato del folleto se trató de enfatizar en un troquel que lograra interactuar no solamente con la información, que el grupo objetivo tenga con esta pieza.

Tu ayuda es mi impulso.

APORTES	
Año	Cantidad
2000	Q. 25,000
2001	Q. 20,000
2002	Q. 36,000
2003	Q. 34,000
2004	Q. 36,500
2005	Q. 34,000
2006	Q. 42,000

agand
Asociación Guatemalteca para la Atención al Niño Desahuciado

bocetaje y propuesta preliminar



Para que la pieza no se tornara muy simple en su diseño se decidió implementar el elemento gráfico del corazón de tal manera que éste lograra contrastar con los demás elementos, aportando así un mayor dinamismo a la pieza.

Se decidió que a la línea del contorno del corazón gracias a su grosor se le podría aplicar la frase complementaria, no sólo como un recordatorio sino que también aportando estética y dinamismo a la pieza.

Así mismo la aplicación del fondo azul se debió a que éste lograba en su totalidad unificar más la pieza, logrando así un contorno visual que delimita los elementos y los unifica entre sí.

Misión y Visión

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical y horizontal para la realización de cada una de las partes.

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma

Aportes

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el diseño del formato del folleto se trató de enfatizar en un troquel que lograra interactuar no solamente con la información, que el grupo objetivo tenga con esta pieza.

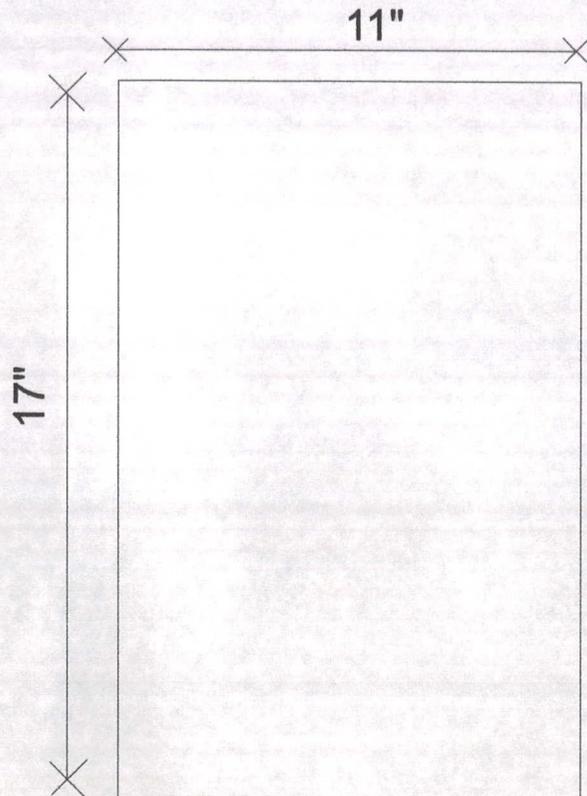
Año	Cantidad
2000	Q. 25,000
2001	Q. 20,000
2002	Q. 36,000
2003	Q. 34,000
2004	Q. 36,500
2005	Q. 34,000
2006	Q. 42,000

Debido al fondo azul implementado, el color del texto debía ser modificado para que éste no se perdiera en el fondo y lograra resaltar de éste, a la vez delimitando así cual es título y cual es el contenido textual de información.

Es así como se define que el cuerpo de texto funciona mejor en invertido.

bocetaje y propuesta preliminar

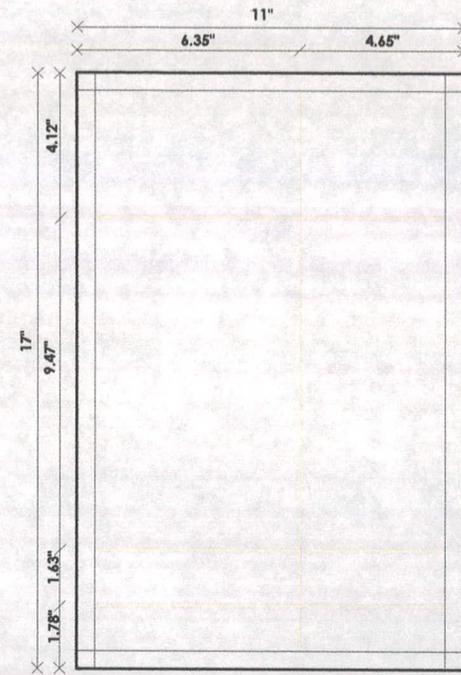
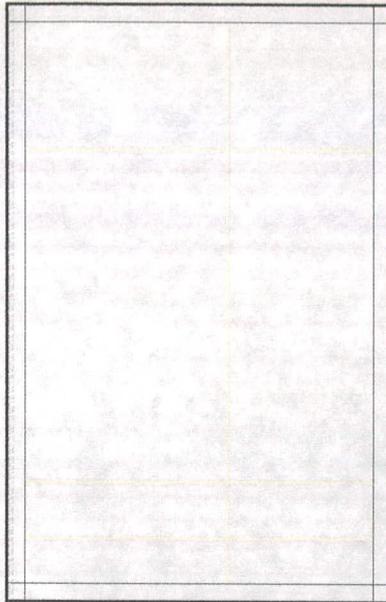
Afiche



Formato

Para el diseño del formato del afiche se planteó de tamaño 11" x 17", por considerar un tamaño óptimo para la información contenida en el mismo.

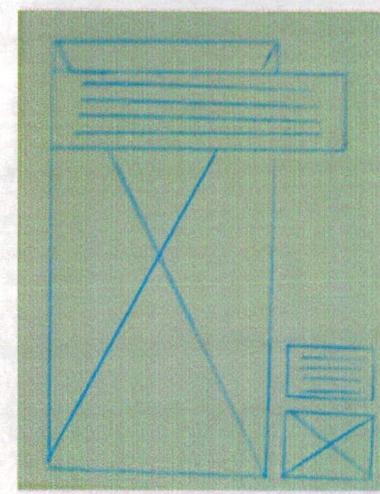
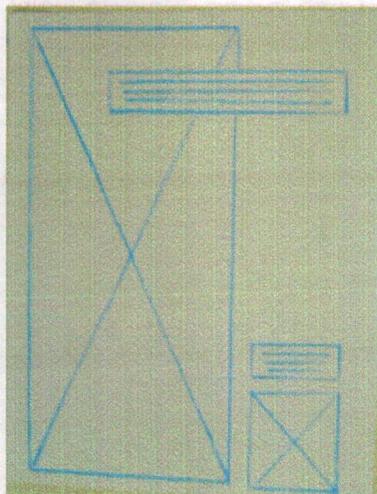
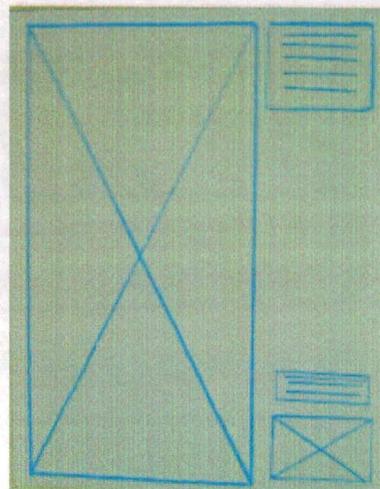
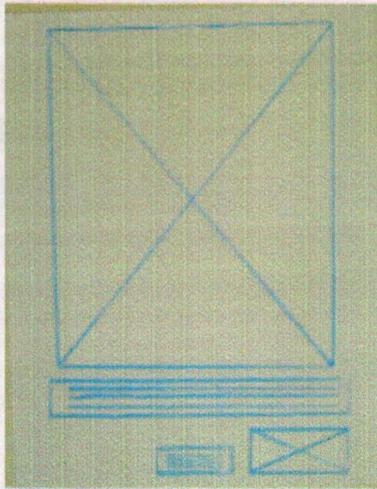
bocetaje y propuesta preliminar



Reticula

Ya elegido el formato se prosiguió a la elaboración de su respectiva reticula, la cual ayudará a situar todos los elementos dentro del formato de forma ordenada, obteniendo un equilibrio dentro del formato.

bocetaje y propuesta preliminar

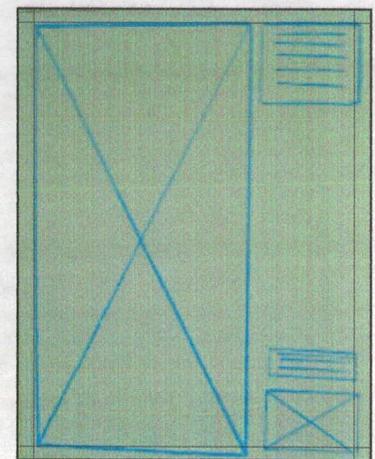
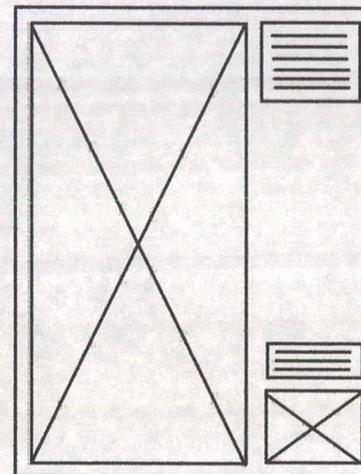


Layout

Se realizaron distintos tipos de layout donde se ubicaron espacios destinados tanto para la imagen como para el texto, las formas y el logotipo de la asociación.

Como se observa en los bocetos, se probaron diferentes posiciones de texto buscando siempre un orden y un equilibrio de los elementos dentro del formato, tal y como fue planteado en la tabla de requisitos.

El layout elegido logra expresar dinamismo sin caer en el desorden de sus elementos, los cuales irán aplicados en un tamaño óptimo para que logren transmitir con claridad el mensaje.



bocetaje y propuesta preliminar



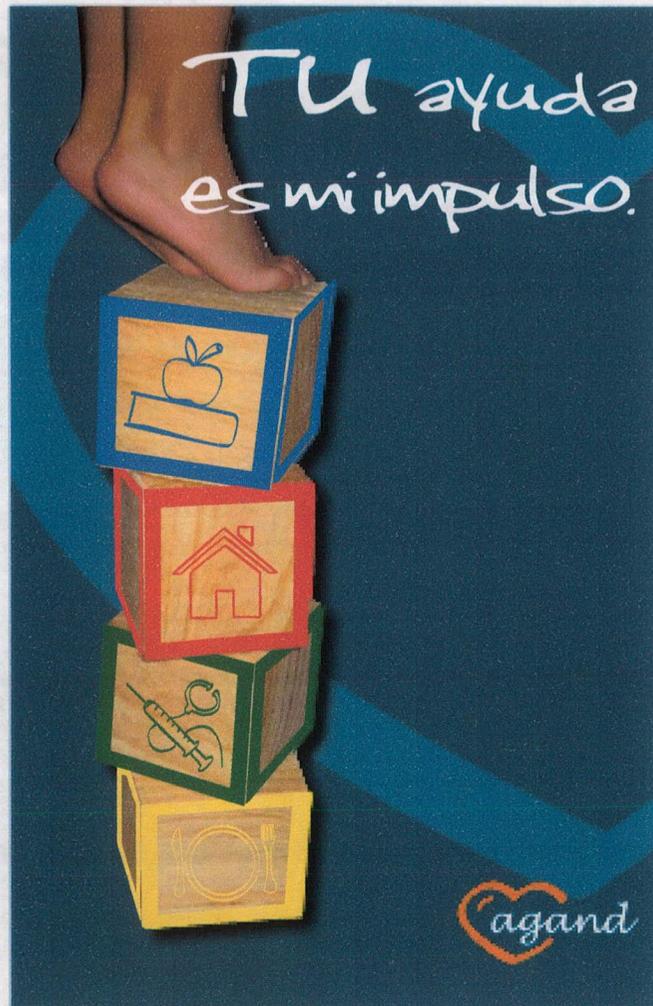
Aún así, en esta prueba no se lograba enfatizar el mensaje, por lo cual se decide aumentar el tamaño de la tipografía del titular para que esta logre la función de percepción.

Para seguir teniendo la unidad entre piezas se decidió que cada una de éstas tendría aplicado el corazón del logotipo como fondo, aportando así dinamismo al diseño de cada pieza, sin dejar de cumplir con la función de expresar solidaridad.

En el afiche tanto la fotografía como la frase siguen siendo los dos elementos primordiales para transmitir el mensaje, ya que esta pieza por su función logra reflejar de una mejor manera sus mensajes por medio de los elementos gráficos.

El logotipo que de igual forma es de suma importancia va aplicado en la parte inferior del formato para así poder reflejar un orden visual en la distribución de elementos.

bocetaje y propuesta preliminar

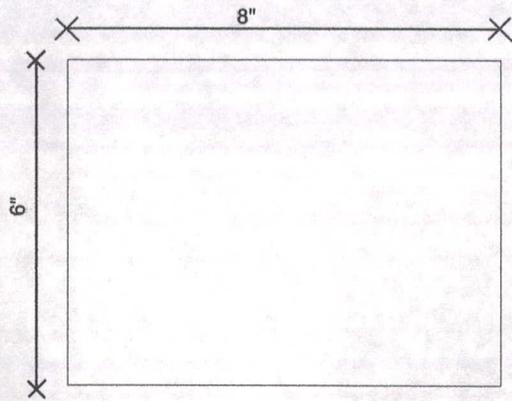


Luego de haber implementado el controno del corazón se decidió implementarle un fondo azul al formato brindandole más seriedad a la pieza, la cual es característica que define al grupo objetivo.

Así mismo el color azul implementado logra unificar todos los elementos que compone la pieza, mejorando la fotografía por medio de la aplicación de sombra, lo cual logra brindarle volumen e integración con el fondo.

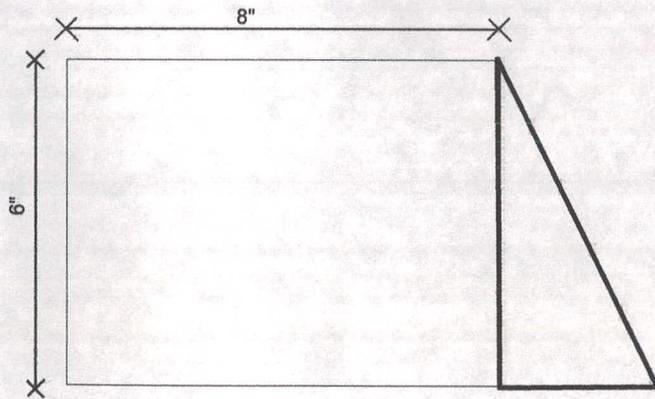
bocetaje y propuesta preliminar

Calendario

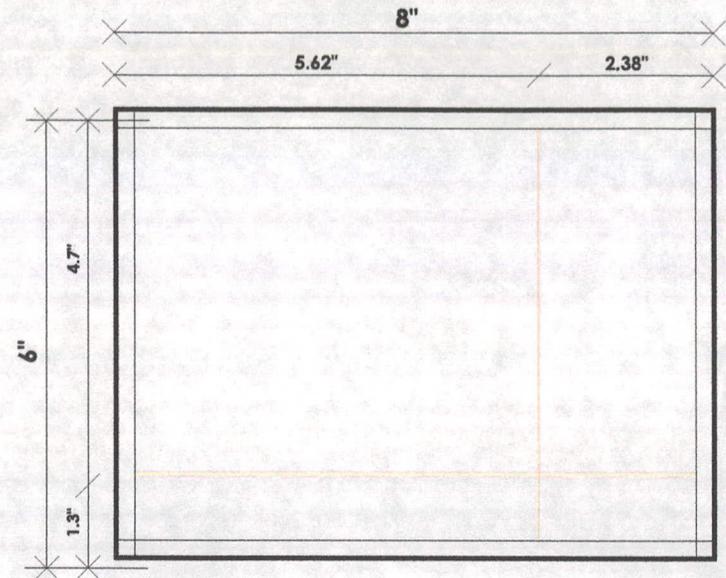
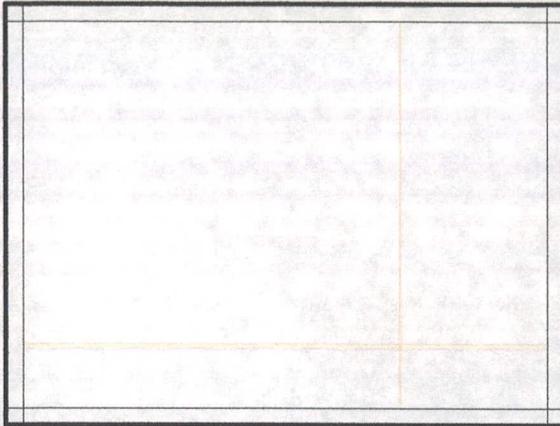


Formato

El formato para el calendario se planteó en una propuesta con proporciones 8" x 6" considerandolo así un formato cómodo en su manipulación.



bocetaje y propuesta preliminar

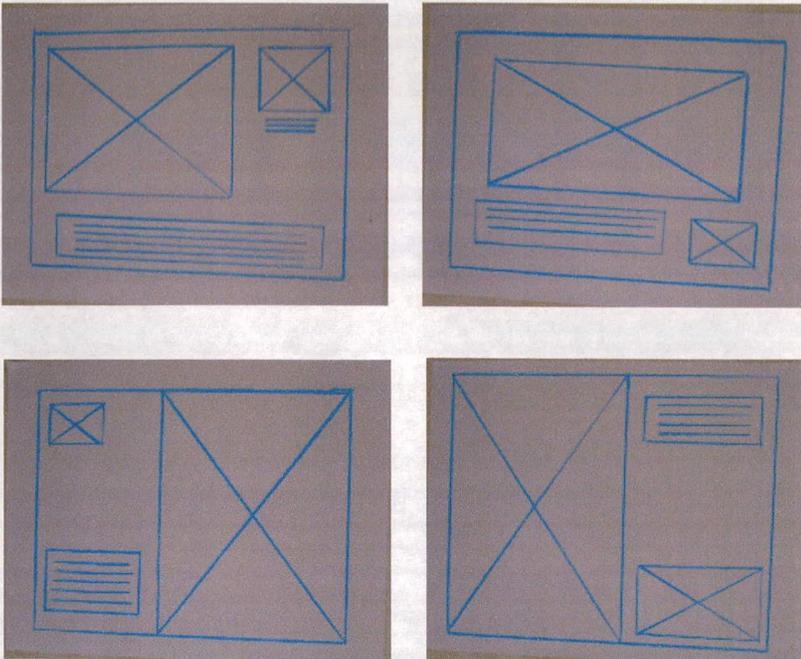


Retícula

Establecido el formato para el calendario se prosiguió a la elaboración de su respectiva retícula, la cual está formada por dos columnas, variando en el tamaño de las mismas.

Se emplea una retícula simple debido a la función que tiene la pieza, tomando siempre en cuenta que debe cumplir con la función de orden dentro del formato.

bocetaje y propuesta preliminar

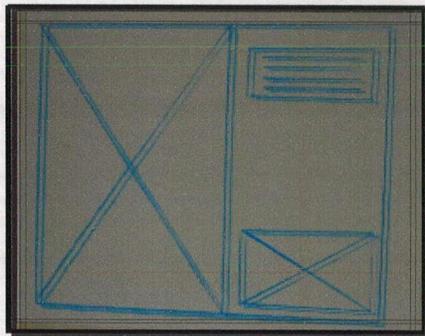


Layout

Para la realización del layout del calendario se busca colocar los elementos de forma ordenada logrando crear un equilibrio en la pieza.

En el bocetaje del layout se probaron distintas diagramaciones del texto, variando en tamaño y dirección del mismo.

Al ser un calendario de escritorio se busca que todos los elementos logren tener el mismo peso visual para no caer en un diseño ordinario.



bocetaje y propuesta preliminar



Para lograr unidad entre todas las piezas en el calendario de igual manera se aplico la composición fotográfica en el anverso.

Esta fotografía es relativamente más grande en relación a su demás contenido, ésto para hacer énfasis en la importancia de la base que los benefactores crean con su ayuda en los niños de Agand.

Los tres elementos aplicados en el anverso del calendario: fotografía, frase y logotipo, son los que crean el interés por el contenido de la parte de atrás del formato.

En la parte posterior del calendario se decidió aplicar los meses y los días del año, logrando así que esta pieza logre ser funcional en su totalidad para el espectador.

Calendario 2007		agand
L M M J V S D L M M J V S D L M M J V S D L M M J V S D L M M J		
Enero		
Febrero		
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		
Octubre		
Noviembre		
Diciembre		

Debido a la cantidad de información posicionada en el lado posterior del calendario se definió que no se aplicaría la fotografía ni algún otro elemento que saturara la pieza.

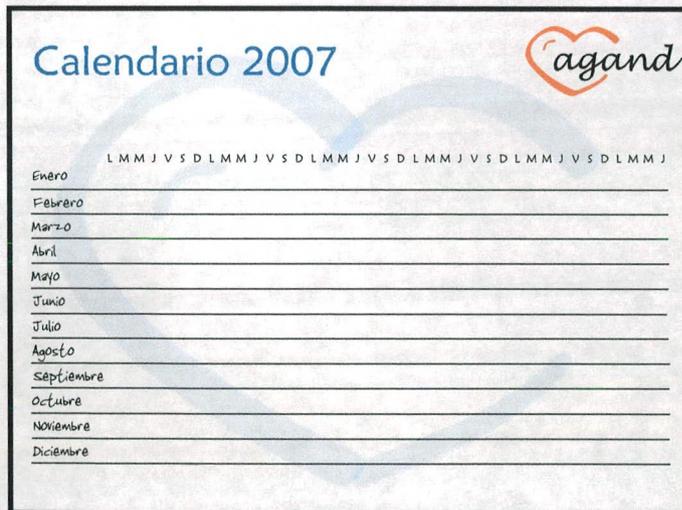
Así mismo se definió que la información sería posicionada horizontalmente ya que éste será de escritorio, considerandolo colocarlo de esta manera por su estabilidad.

bocetaje y propuesta preliminar



El calendario también utiliza como fondo el contorno líneal del corazón del logotipo, aplicado la finalidad de expresar dinamismo dentro de la pieza.

En el anverso del calendario la frase complementaria y la fotografía juegan un papel de suma importancia, ya que ambos elementos están aplicados en un tamaño superior a los demás, logrando así que éstos se vuelvan el punto focal del diseño.

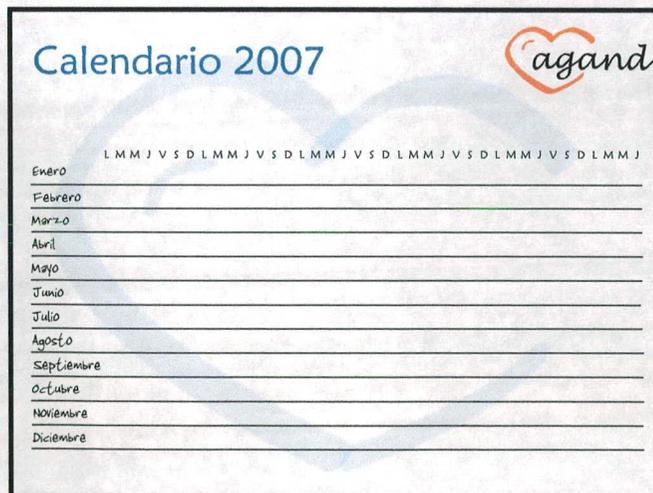


bocetaje y propuesta preliminar



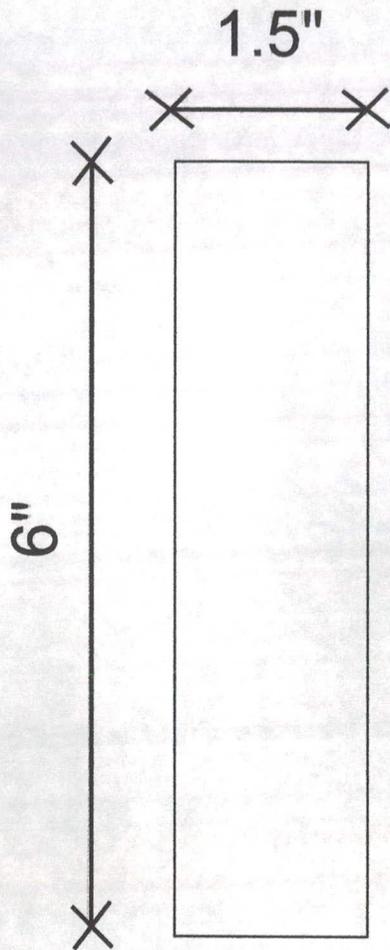
Al igual que en las otras piezas, en el calendario también se aplicó el fondo azul en el diseño.

En este caso el color de la tipografía de la frase complementaria con el diseño del fondo logran crear un diseño que pierde su rigidez y monotonía, expresando dinamismo y movimiento en el diseño cumpliendo a la vez con la función de atraer la atención del espectador por medio del color.



bocetaje y propuesta preliminar

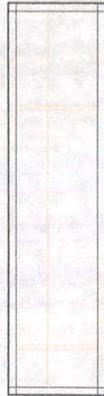
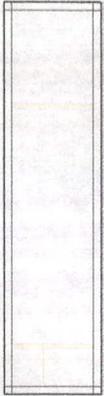
Separador



Formato

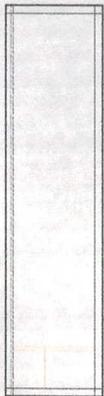
Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical.

bocetaje y propuesta preliminar

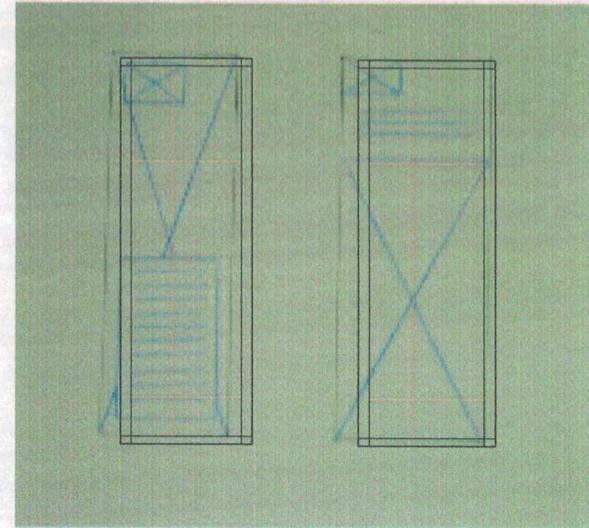
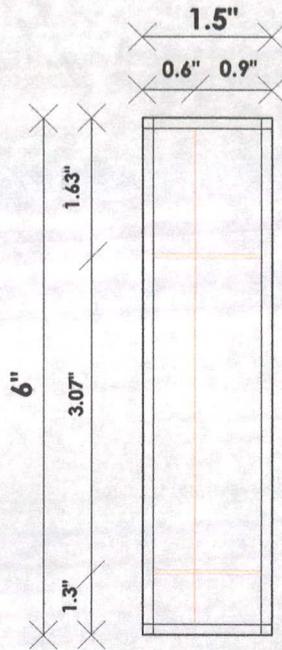


Retícula

La retícula elegida para el separador fue realizada en base a la función que este tiene y al tamaño del mismo, sin dejar a un lado la necesidad que ésta logre unificarse con las demás piezas.



bocetaje y propuesta preliminar



Reticula

La reticula elegida para el separador fue realizada en base a la función de ordenar y equilibrar los elementos dentro del formato, sin dejar a un lado la necesidad que ésta logre unificarse con las demás piezas.

Layout

En el layout utilizado para el separador se logra una distribución notoria de espacios que permiten una visualización limpia dentro del formato, sin dejar a un lado el poder expresar dinamismo por medio de la aplicación de los elementos gráficos dentro del mismo.

bocetaje y propuesta preliminar



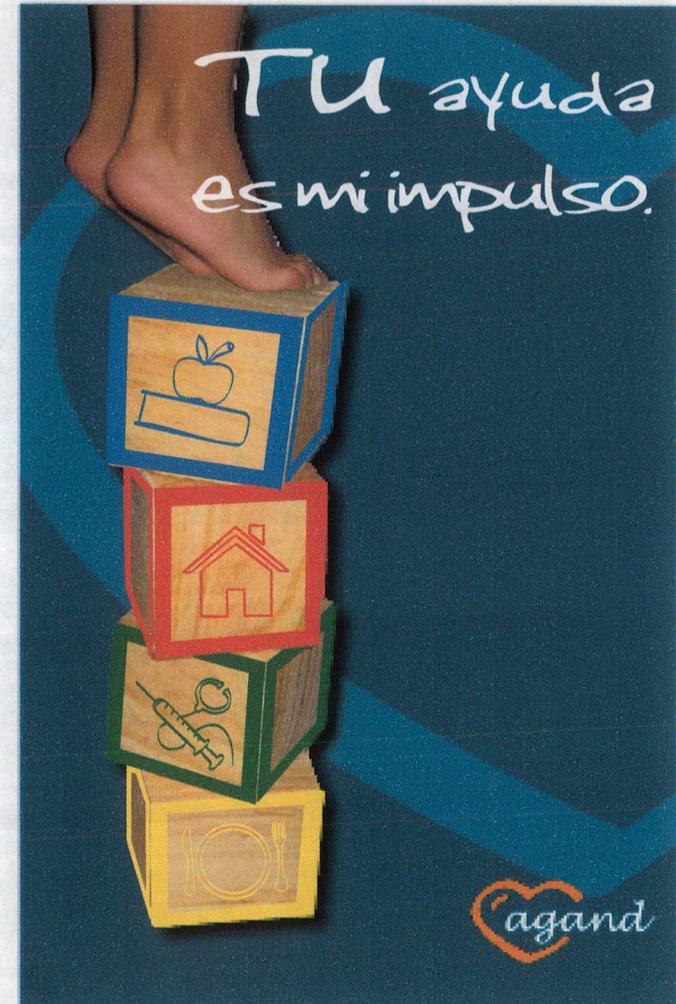
Debido al tamaño de la pieza (1.5" x 6"), se decidió que la aplicación de cada elemento variara en su tamaño y posición para así no caer en una saturación visual que haga perder el interés en la pieza. Estos elementos son:

- la composición fotográfica, la frase complementaria y el logotipo.

Luego de realizar la primera opción sobre la distribución de los elementos se definió que de igual manera por el contenido tan extenso de cada uno de éstos, el diseño en conjunto creaba un desorden y un desequilibrio visual que hacía perder totalmente el interés sobre la pieza.

Por tal motivo se llegó a la conclusión de aplicar solamente una parte de la composición fotográfica, la cual debía ser elegida con mucho cuidado para que ésta no perdiera la unidad ya creada con las anteriores piezas ni su forma visual que es la que transmite el concepto central.

bocetaje y propuesta preliminar



Misión y Visión

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical y horizontal para la realización de cada una de las partes.

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical.

Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el diseño del formato del folleto se trato de enfatizar en un troquel que lograra interartuar no solamente con la información, sino en el diseño.

Para el separador de libros sus proporciones son 1.5" x 6" de forma rectangular vertical.

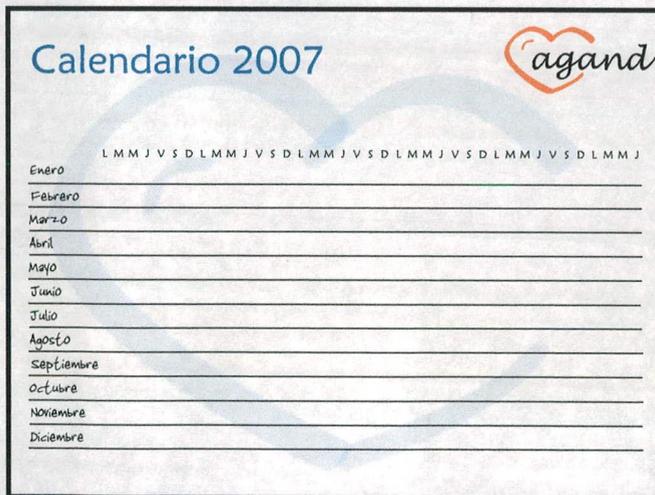
Se definió que cada una de las piezas a realizarse (afiche, separador, calendario y folleto) se caracterizarían por utilizar un formato lineal, esto con la finalidad de transmitir.

Para el diseño del formato del folleto se trato de enfatizar en un troquel que lograra interartuar no solamente con la información, que el grupo objetivo tenga con esta pieza.

Aportes

APORTES	
Año	Cantidad
2000	Q. 25,000
2001	Q. 20,000
2002	Q. 36,000
2003	Q. 34,000
2004	Q. 36,500
2005	Q. 34,000
2006	Q. 42,000

bocetaje y propuesta preliminar



validación técnica del diseño preliminar

(Ver anexos)

Los instrumentos de validación se realizaron de tal forma que al momento en que fueron contestados por el grupo objetivo, expertos y diseñadores gráficos ellos lograron encontrar de una manera integrada las 4 piezas a evaluar. Determinando así lo siguiente:

Tipografía:

Los diseñadores gráficos determinaron que la tipografía implementada en el diseño de las piezas logra ser clara en relación a los demás elementos visuales, logrando así crear un orden visual en cada pieza. Así mismo los expertos consideraron que la tipografía logra crear un punto focal en el diseño del formato, logrando así cumplir con la función de lograr llamar la atención por parte del espectador.

Gracias al tamaño y la posición de la frase complementaria la tipografía logra crear cierto movimiento visual dentro del formato, apoyado a la vez por los colores aplicados a la misma.

Imagen:

Tanto los diseñadores gráficos, así como los expertos y el grupo objetivo logran concluir que la imagen se relaciona fácilmente con el concepto central implementado "Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades".

Especificando el grupo objetivo que la imagen logra expresar el apoyo que se le brinda a los benefactores de Agand.

Color:

El grupo objetivo definió que los colores aplicados en el diseño del material logran expresar esa característica que refleja vida, y energía por parte del benefactor. Así mismo los diseñadores gráficos y los expertos concluyeron que la gama de colores aplicada logra atraer la atención del espectador gracias a la aplicación de colores llamativos e intensos.

Formato:

El grupo objetivo concluyó que el formato logra ser cómodo para su uso, mientras que los diseñadores gráficos y los expertos concluyeron que éste logra ser fácil para su uso y manejo, gracias al tamaño implementado en cada pieza.

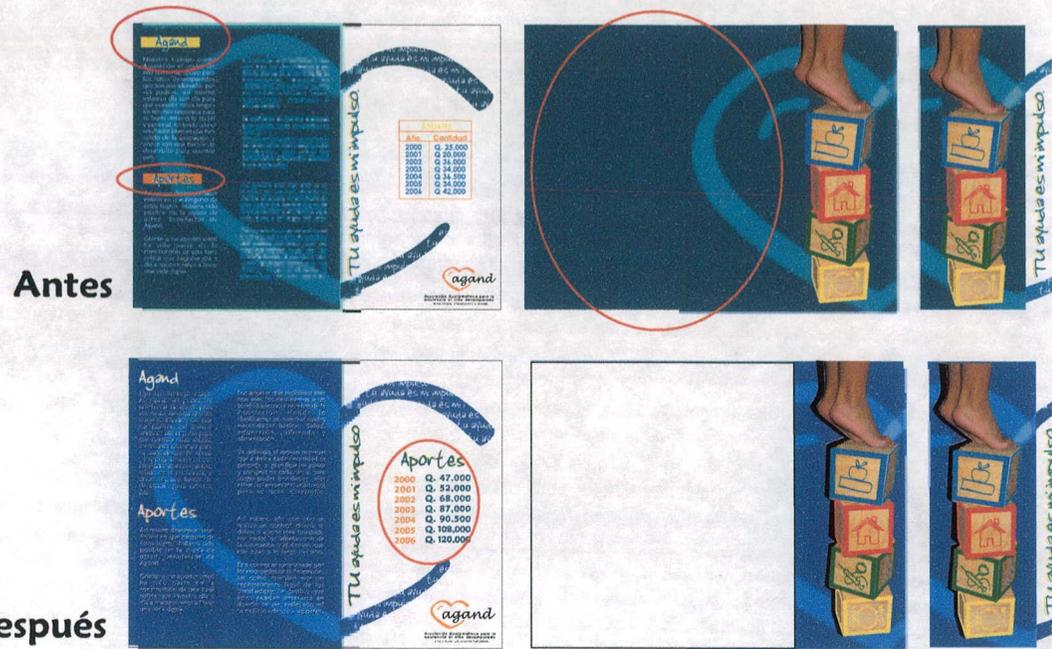
También se concluye que debido a su diagramación los elementos logran establecer un orden visual gracias a su diseño conformado con ejes verticales y horizontales.

En general se consideró con las tres validaciones que es clara la estrategia de comunicación que se plantea en todas las piezas, logrando que éstas transmitan la función de informar.

Consideran también que el material es atractivo y que expresa claramente la solidaridad que hay por parte del benefactor hacia el beneficiario.

validación técnica del diseño preliminar

FOLLETO



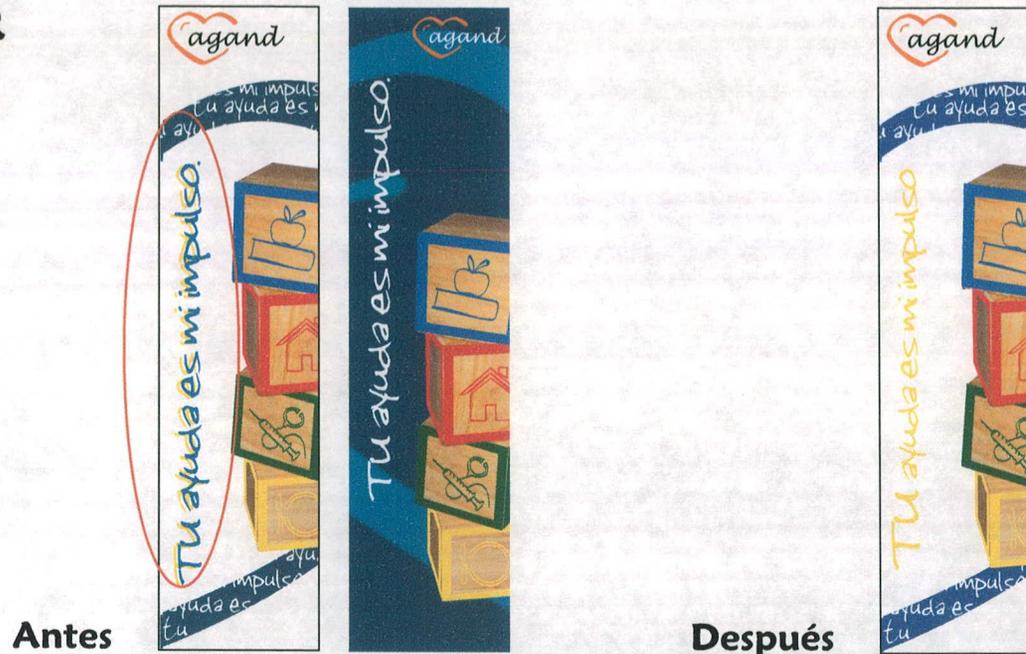
Las observaciones que se hicieron en el folleto fueron: El tono azul implementado en el fondo oscurecía demasiado el diseño central, haciendo que a la fotografía se le restara cierto grado de valor visual.

Así mismo se estableció que el texto que informa sobre las donaciones no lograba integrarse con el formato debido a que al estar encasillada no se acopla a las demás piezas.

Para los titulares se hizo la observación de eliminar el fondo para que no exista una saturación de color en el diseño.

validación técnica del diseño preliminar

SEPARADOR

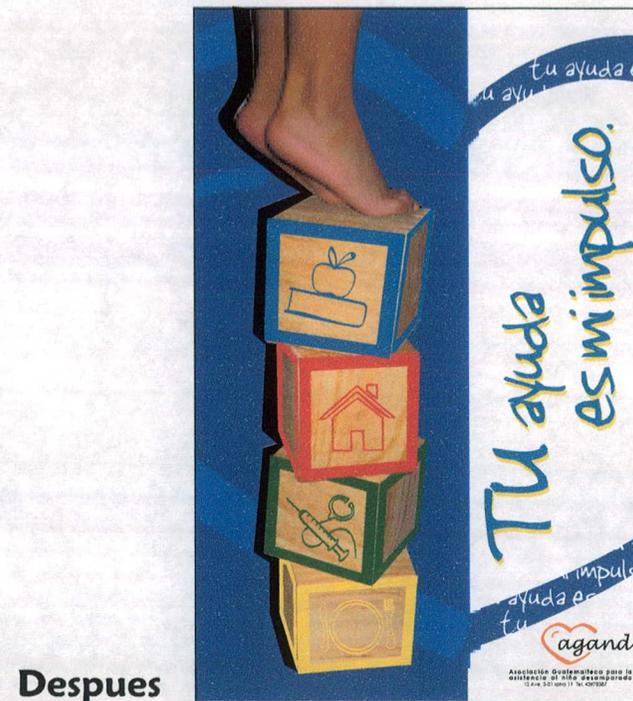
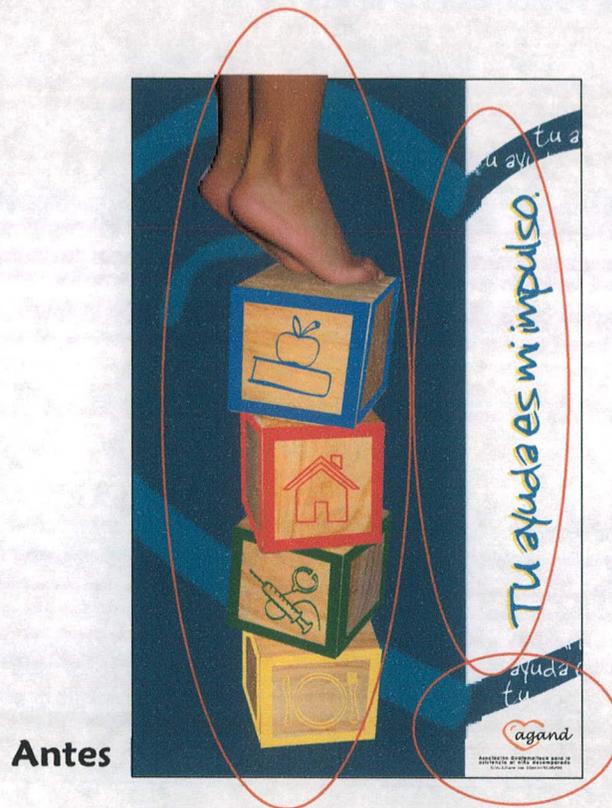


En el diseño de los separadores se hizo la observación de eliminar el diseño con el fondo azul, ya que ésta por ser una pieza demasiada pequeña se vuelve muy saturada por el color teniendo al posibilidad de caer en el desorden visual, por tal razón se decidió implementar en el juego de las piezas únicamente el diseño del separador con el fondo blanco.

También se especificó que el diseño del otro separador debía de utilizar la frase en color amarillo, esto con la finalidad de no sobrecargar demasiado el diseño con color.

validación técnica del diseño preliminar

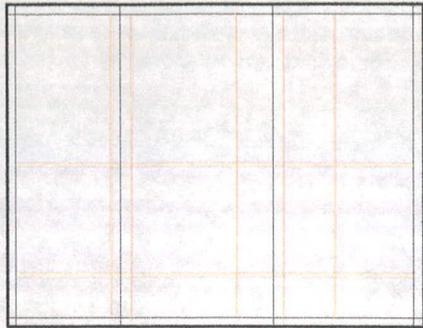
AFICHE



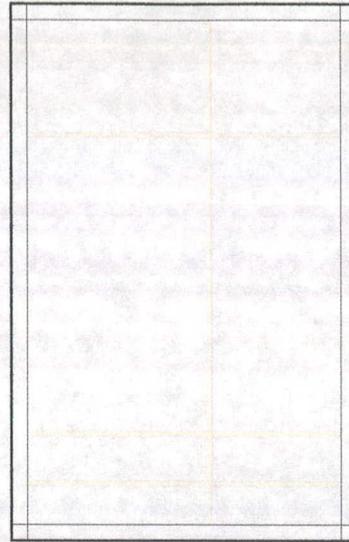
Para el afiche al igual que en las demás piezas se hizo la observación de cambiar la tonalidad del azul, así como también de modificar el tamaño de la frase complementaria.

Se hizo la observación de aplicar el logotipo en un tamaño mayor ya que por ser una pieza que estará implementada para que se visualice a una mayor distancia el tamaño de los elementos como el logotipo debe estar aplicado en un tamaño mayor, así mismo para que este no pierda su valor al momento de transmitir el mensaje.

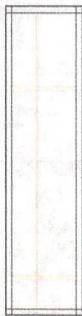
Propuesta Final



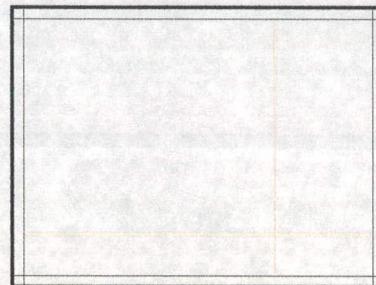
Folleto



Afiche



Separador



Calendario

Todo el diseño contenido en esta propuesta fue basado en una estrategia de comunicación implementada con la finalidad de brindarle la importancia correcta al benefactor sobre el resultado del desarrollo de los niños de la Agand. Partiendo de la idea de plasmar gráficamente el concepto "Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades" en el cual se basó todo el diseño del material.

A continuación se presenta la fundamentación de las características generales contenidas en todas las piezas:

La retícula establecida en cada una de las piezas fue para que su diagramación lograra un orden y un equilibrio visual, por tal motivo se implementaron ejes verticales y horizontales.

A la vez la diagramación de los elementos logran aportarle a las piezas dinamismo gracias a la posición y tamaño de cada uno de éstos dentro del formato.

Composición Fotográfica



La composición fotográfica, tuvo como función principal ejemplificar el resultado de la acción del benefactor.

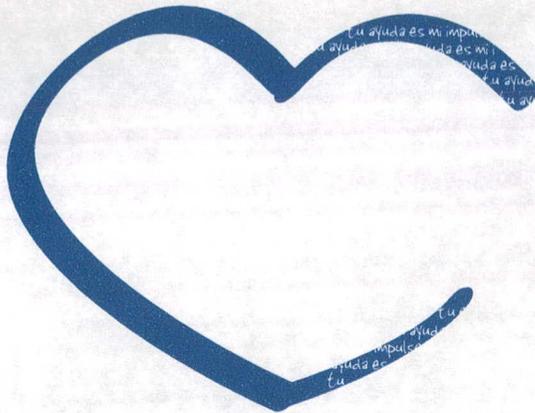
Esto se logró transmitir en combinación con el concepto de la estrategia de comunicación : **Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades**, a través de cada uno de los elementos que contiene la composición fotográfica: (1) pies descalzos, (2) trozos con simbología que refleja cada una de las necesidades básicas que estos niños tienen en Agand.

1. Pies : Estos reflejan al beneficiario gracias al tamaño, el cual es representativo de un niño, así mismo la posición de éstos unificada con el hecho que están implementados sin zapatos refleja el camino que ellos siguen gracias a la ayuda del benefactor, es decir el avance día a día de su desarrollo social y personal.

2. Trozos: Elementos figurativos que reflejan la infancia, por tal motivo éstos fueron implementados como los elementos que sostienen al niño desamparado, o la base que refleja al benefactor, en el cual cada símbolo implementado dentro de los trozos es representativo del tipo de ayuda que estos niños reciben mes con mes para lograr un buen desarrollo emocional, social y personal.

Propuesta Final

Recurso Gráfico



TU ayuda
es mi impulso

Este recurso gráfico, tiene como finalidad ejemplificar gráficamente a través del símbolo del corazón, el valor sentimental que hay detrás de la ayuda que da el benefactor al beneficiario, el cual es un sentimiento solidario compartido, ya que el benefactor lo refleja al dar y el beneficiario al recibir.

Este símbolo forma parte del logotipo de la asociación, implementado en color azul con la frase complementaria posicionada en color blanco y en repetidas ocasiones, sirviendo como apoyo a la transmisión del mensaje.

La frase complementaria está implementada como apoyo a la composición fotográfica, la cual al unificarlas reflejan el concepto de una manera más clara y concisa.

Esta frase está implementada con la tipografía Jenkins, aportándole dinamismo al diseño. Así mismo se aplica en dos colores, azul y amarillo para contrastar con los demás elementos implementados en el formato, brindándole así una importancia visual superior.

Propuesta Final

Folleto

portada



8.5"

4"

Esta pieza tiene como finalidad brindar de una forma personal e individual información acerca del significado que tiene la ayuda del benefactor sobre los niños de Agand, razón por la cual se estableció un soporte que expresara estabilidad en su manipulación, a través de un formato que de manera agradable brindara curiosidad al espectador.

En la portada se maneja la proyección conceptual de la composición fotográfica y la frase complementaria, que al unificarlos representan gráficamente el concepto, los cuales expresan la importancia que tienen los benefactores sobre el desarrollo de los niños de Agand.

Debido a la importancia que tiene esta frase tanto sobre el diseño como sobre la transmisión del concepto y apoyada en el esquema del folleto, ésta logra ser vista tanto en la portada como en el inverso del folleto. Así mismo para crear unidad en el folleto se implementó el recurso gráfico del símbolo del corazón tanto en el inverso como en el reverso del material, posicionado sobre un fondo azul que logra expresar solidaridad en la pieza.

Propuesta Final

folleto abierto inverso

8.5"

Agand

Nuestro trabajo como Asociación es poder ser una fuente de apoyo para los niños discapacitados que son abandonados por sus padres, así mismo velamos día con día para que nuestros niños tengan los recursos necesarios para su buen desarrollo social y personal, tratada como resultado de un buen salud de la comunidad y ahora con una fuente de desarrollo para nuestro país.

Aportes

Así mismo deseamos hacer énfasis en que ninguno de estos logros hubiera sido posible sin la ayuda de usted, benefactor de Agand.

Gracias a sus aportes usted ha sido parte de la construcción de una base sólida que impulsa día a día a nuestros niños a llevar una vida digna.

Los aportes que recibimos mes con mes los destinamos a un fondo bancario a nombre de la Asociación, donde lo clasificamos en nuestras cuatro necesidades básicas: salud, educación, vivienda y alimentación.

Ya definido el monto mensual que cubra cada necesidad se procede a planificar los gastos y compras de cada rama, para luego poder brindarles a los niños las herramientas adecuadas para su buen desarrollo.

Así mismo año con año se realiza un control, donde se define el aporte total brindado por todos los benefactores de la Asociación y al destino que este tuvo a lo largo del año.

Este control es supervisado por los encargados de la Asociación, así como también por un representante legal de los benefactores, a cambio que estos puedan retirarse en donde se ve reflejado el beneficio de sus aportes.

Tu ayuda es mi impulso

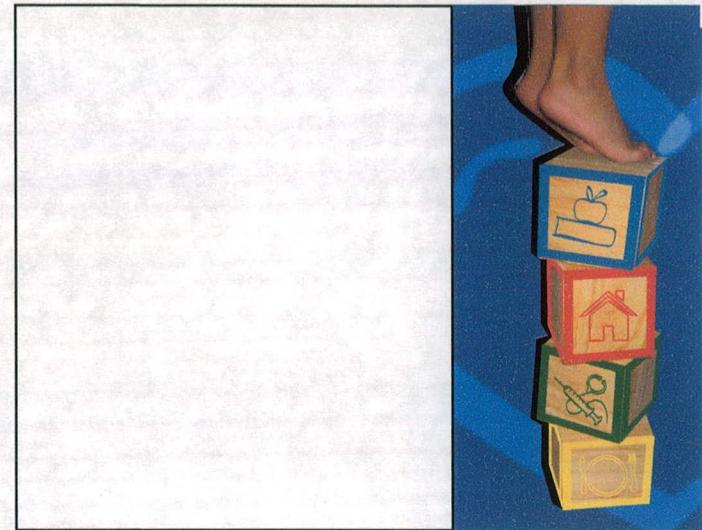
Años	Monto
2000	Q. 47,000
2001	Q. 52,000
2002	Q. 68,000
2003	Q. 87,000
2004	Q. 90,500
2005	Q. 108,000
2006	Q. 120,000

agand

Asociación Guatemalteca para la asistencia al niño discapacitado
Organización sin fines de lucro

11"

folleto abierto reverso



La diagramación utilizada en los textos cumple la función de orden y equilibrio en la pieza, así mismo se aplica una tipografía que logra que los bloques de texto sean claros para la fácil transmisión del mensaje. A la vez la distribución de todos los elementos dentro del formato logran transmitir dinamismo, siendo la clave del diseño acertado del folleto la unidad, tal y como lo define Donis de la Rósa (2003).

Propuesta Final

Calendario

anverso



Pitonisas define que el calendario es un sistema de división de tiempo, que se agrupa de diferentes maneras, apoyado por información breve y exacta sobre alguna institución u organización que lo utiliza como medio publicitario.

El formato de esta pieza logra expresar curiosidad por parte del espectador teniendo un contacto directo con el destinatario en el cual haya una interacción entre ambos.

Se estableció en un formato de 8.5' x 5.25' que logra facilidad para su uso y manejo.

En el anverso se estableció representar el concepto, a través de la implementación de la composición fotográfica. Además se colocó la frase complementaria para apoyar la transmisión del concepto central y a la vez llame la atención a su lectura gracias al tamaño en que fué implementada.

Calendario

reverso

2007 agand

	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M
Enero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Febrero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
Marzo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Abril	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Mayo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Junio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Julio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Agosto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Septiembre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Octubre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Noviembre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Diciembre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

Así mismo se colocó el logotipo en un tamaño mayor para que éste no pierda su valor visual y el desinterés por parte del espectador .

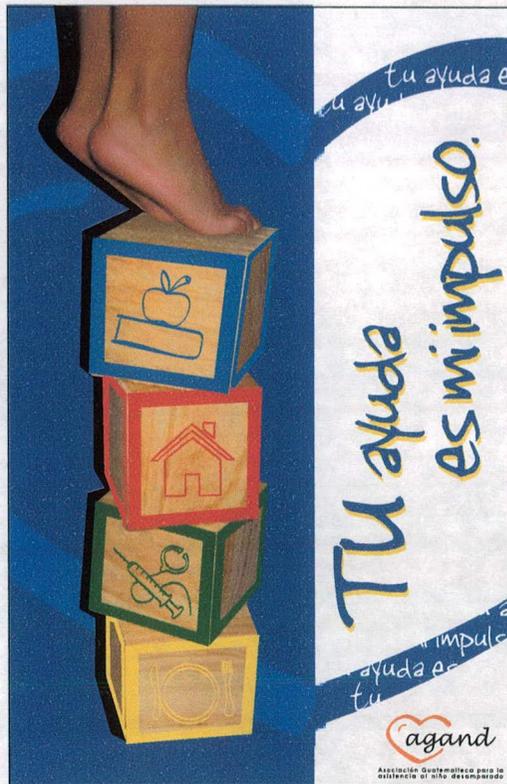
Para la diagramación de los meses se expresó dinamismo cumpliendo con la función de crear un material ordenado por medio de construir a través de columnas el contenido, enmarcando la jerarquía del mismo por medio del énfasis que se le hizo al día domingo puesto sobre una franja azul, para establecer y visualizar las columnas contenidas, y determinar una mejor orientación en su diagramación.

El color que se utilizó en la tipografía es azul, para poder unificar las piezas, visualizando así más el contenido y dejando limpieza visual en todo su espacio de fondo.

Propuesta Final

Afiche

17"

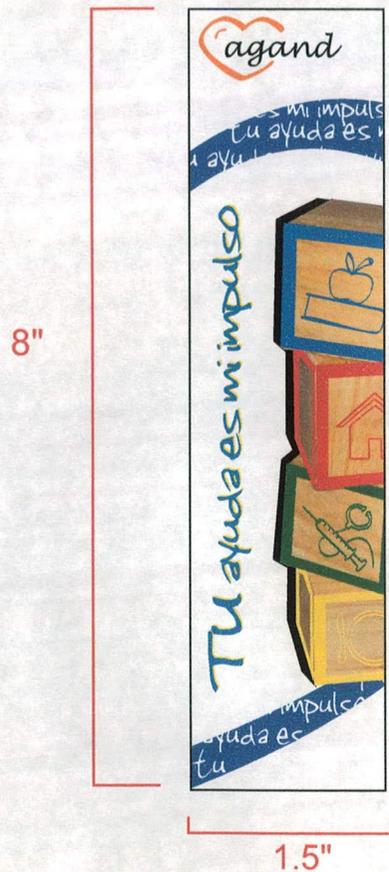


11"

El afiche por ser una pieza complementaria en la transmisión del mensaje y por no utilizar texto alguno utiliza un diseño que logra causar un impacto visual y un interés en su significado. Tal y como define González D. el afiche es un material de tipo visual característico por su tamaño, por tal razón deben diseñarse en formatos lo suficientemente grandes para poder ser leídos desde una determinada distancia.

Este diseño está basado en la implementación de los elementos gráficos ya definidos con anterioridad (composición fotográfica, logotipo y frase complementaria), posicionados dentro del formato en un tamaño acorde para que ninguno pierda su valor visual, ya que para que el concepto pueda ser transmitido de una manera clara y consisa es indispensable que la aplicación de todos los elementos sea uniforme creando a la vez un orden visual dentro del formato.

Separador



En la industria del embalaje, un separador es una plancha de cartón que se utiliza como individualizador de productos ó como individualizados para libros. La idea básica de la funcionalidad de esta pieza, es dejar un mensaje visual que respalde la estrategia de comunicación realizada.

El tamaño de la pieza es de 1.5" x 8" para que tenga un soporte de fácil manipulación y exprese de manera confiable su uso.

El color utilizado es para unificar esta pieza con las anteriores, y de igual manera ayudar a proyectar de manera atractiva el mensaje central.

En el diseño se implementa la composición fotográfica omitiendo el uso de los pies descalzos del niño, esto se debió al tamaño del formato y a la necesidad de no perder la importancia de sus elementos visuales.

Producción y Reproducción

Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

El material que se diseño para el desarrollo de la estrategia de comunicación incluye:

. Folleto Informativo de tamaño 8.5" x 11" abierto y 4" x 11" cerrado, formato horizontal impreso a full color tiro y retiro, sobre papel couché 80 gramos, con barniz UV, doblado.

El medio con el que se va a producir esta pieza es litográfico y la cantidad es de: 300 unidades.

. Calendario impreso en doble Texcote cal. 12 con barniz UV, doblado tipo pirámide, tamaño 8.5" x 13" en un formato oficio vertical, a full color solamente tiro, indicando líneas de corte y doblézes para su armazón.

Medio a reproducir: Litografía, Cantidad 300 unidades.

. Afiche impreso en doble Texcote cal. 14, con barniz UV, tamaño 11" x 17" , impreso a full color tiro. Medio a reproducir: Litografía, Cantidad 500 unidades.

. Separador de libros, tamaño 8" X 1.5" vertical, impreso sobre Husky Cover cal. 10 a full color tiro con barniz UV, 2 diseños diferentes. Medio: Litografía, Cantidad 500 unidades.

Informe técnico que acompañará los archivos digitales para imprenta



Archivos para imprenta imprenta, Nombre del CD: Piezas Agand



Folder: Folleto

Archivos

- Folleto.eps (archivo de freehand en path, que puede ser visto en cualquier programa de dibujo)
- Folletopath. fh10 (documento original que contiene elementos en path no editables para fuentes e imágenes)
- Folleto.fh 10 (documento original editable en textos e imágenes, para su manipulación siempre y cuando se exporten las imágenes y fuentes contenidas en este folder)

Fuentes

Jenkins v 2.0
Maiandra
Tempus Sans

Producción y Reproducción

Carpeta de Imágenes (esta carpeta contiene fotografías con formato. jpg)



Muestra

Folleto.jpg (este documento contiene una captura de pantalla para observar como es la pieza a reproducir)

Carpeta de Imágenes (esta carpeta contiene fotografías con formato. jpg)



Muestra

Calendario.jpg (este documento contiene una captura de pantalla para observar como es la pieza a reproducir)



Folder: Calendario

Archivos

- Calendario.eps (archivo de freehand en path, que puede ser visto en cualquier programa de dibujo)
- Calendariopath. fh10 (documento original que contiene elementos en path no editables para fuentes e imágenes)
- Calendario.fh 10 (documento original editable en textos e imágenes, para su manipulación siempre y cuando se exporten las imágenes y fuentes contenidas en este folder)



Folder: Separadores

Archivos

- Separadores.eps (archivo de freehand en path, que puede ser visto en cualquier programa de dibujo)
- Separadorespath. fh10 (documento original que contiene elementos en path no editables para fuentes e imágenes)
- Separadores.fh 10 (documento original editable en textos e imágenes, para su manipulación siempre y cuando se exporten las imágenes y fuentes contenidas en este folder)

Fuentes

Jenkins v 2.0
Maiandra
Tempus Sans

Fuentes

Jenkins v 2.0
Maiandra
Tempus Sans

Producción y Reproducción

Carpeta de Imágenes (esta carpeta contiene fotografías con formato. jpg)



Carpeta de Imágenes (esta carpeta contiene fotografías con formato. jpg)



Muestra

Separadores.jpg (este documento contiene una captura de pantalla para observar como es la pieza a reproducir)

Muestra

Aficih.jpg (este documento contiene una captura de pantalla para observar como es la pieza a reproducir)



Folder: Afiche

Archivos

- Afiche.eps (archivo de freehand en path, que puede ser visto en cualquier programa de dibujo)
- Afichepath. fh10 (documento original que contiene elementos en path no editables para fuentes e imágenes)
- Afiche.fh 10 (documento original editable en textos e imágenes, para su manipulación siempre y cuando se exporten las imágenes y fuentes contenidas en este folder)

Fuentes

Jenkins v 2.0
Maiandra
Tempus Sans

Producción y Reproducción

Presupuesto de diseño y de impresión

Se hicieron 2 cotizaciones para el presupuesto de cada pieza.

Cotización: Ediciones Superiores
6a. Ave. 28-71 zona 11, Centro Comercial Granai & Townson
Teléfono: 2476-3544 Fax 2476-0827

Descripción:

500 Afiches, tamaño 11" x 17", impresos full color, tiro
Total: Q.925

500 Separadores, tamaño 1.5" x 8", impresos en papel Texcote, cal. 12, full color tiro, barníz UV
Total: Q.850

300 Calendarios, tamaño oficio, impresos en papel Husky, full color, doblado tipo pirámide
Total: Q.1,400

300 Folletos, impresos en papel Cushé 60 gramos, full color, tiro y retiro
Total: Q.1,400

Cotización: Centro Editorial Vile
Avenida Simeon Cañas 5-31 zona 2
Teléfono: 222080-50

Descripción:

500 Afiches, tamaño 11" x 17", impresos full color, tiro
Total: Q.1,431

500 Separadores, tamaño 1.5" x 8", impresos en papel Texcote, cal. 12, full color tiro, barníz UV
Total: Q.925

300 Calendarios, tamaño oficio, impresos en papel Husky, full color, doblado tipo pirámide
Total: Q.1,562

300 Folletos, impresos en papel Cushé 60 gramos, full color, tiro y retiro
Total: Q1,342.88

Producción y Reproducción

Guatemala 27 de Abril de 2007

Alejandra
Velásquez

Empresa: Agand
Contacto: Haydee de Guzmán

Por este medio le saludo cordialmente y a la vez adjunto la siguiente cotización:

Diseño y tratamiento de imágenes fotográficas.....1,000

Diseño de la imagen gráfica aplicada en:

Folleto Informativo.....	Q.	2,700
Calendario.....	Q.	2,000
Separador.....	Q.	1,300
Afiche.....	Q.	1,700

* Incluye: diseño y diagramación, levantado de texto, manipulación de y imágenes pruebas de impresión.

Precio Total.....Q. 7,700

* Precio no incluye Iva

Sin más que agradecer su atención y en espera de su respuesta, me suscribo a usted

Teléfono: 24397376, Celular: 55381778 mail: mariale623@hotmail.com

Producción y Reproducción

Sistema de impresión o reproducción

El sistema de impresión para las piezas será litográfico, esto debido a que se consideró que era el medio más efectivo para realizar el tiraje de la propuesta gráfica, tomando en cuenta que en ella se incluyen las fotografías digitales, propósito en el que se busca obtener calidad de impresión.

Así mismo se considera un método de reproducción rápido y sencillo en su proceso de impresión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se diseñó un material informativo que refuerza la importancia de la ayuda que los benefactores dan a los niños desamparados de Agand, representando por medio de los elementos gráficos implementados en el diseño un concepto que apoya a la transmisión de un mensaje claro y conciso a través de un juego de piezas gráficas que incluye: Folleto, afiche, separador y calendario, las cuales logran a través de sus elementos visuales tal y como es la imagen, el color y tipografía transmitir el mensaje al grupo objetivo específico.

Para dar seguimiento al proceso de transmisión del mensaje, se recomienda aplicar otras alternativas de transmisión de información, esto con la finalidad de aportar dinamismo y originalidad a la propuesta.

Se sugiere se desarrollen otro tipo de actividades específicas que logren reforzar el papel que tiene el juego de piezas informativas,

Referencias Bibliográficas

- Avens, W. (1999) Publicidad. (7a. ed). México DF. Mc Graw Hill.
- Alvarez, P (2004) Historia del Diseño Gráfico, (1a Ed.) México: Fondo del Libro.
- Acha, J (1993), Expresión y Apreciación Artística. México: Trillas.
- Chávez, N. (2000), La imagen de la marca. México: Ediciones Gustavo Pili.
- Coronado, F De Leu (1990), Influencia de la terapia Grupal en los jóvenes de la calle (Tesis). Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades, Guatemala.
- Donis de la Rosa, L. (2003), Tratando el tema de agresividad, conducta agresiva en niños de 0 a 5 años (Tesis). Universidad Rafael Landívar. Facultad de Arquitectura y Diseño, Guatemala.
- Dondis, D (2000), La Sintaxis de la imagen. México: Ediciones Gustavo Gili.
- Franco, B. (2002), Ya! Es hora de hacer paréntesisHablemos de Alzheimer. (Tesis). Universidad Rafael Landívar. Facultad de Arquitectura y Diseño, Guatemala.
- Gilliam, R. (1991). Fundamentos del Diseño. México: Ediciones Gustavo Pili.
- Godoy, A (1992) Historia del Afiche, (1a. Ed.) Santiago de Chile: Fondart
- Gonzales G. (1999) Creación de la imagen de un producto no tradicional. Tesis Inedita. Universidad Rafael Landívar.
- Larín, M. (2003) Trabajando Juntos, Propuesta de material gráfico informativo para la familia de la mujer alcohólica. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Molina, C. (2004) Diseños eficaces. Tesis Inedita. Universidad del Istmo. Guatemala.
- Morgan, C. (1999). Logos, Logotipos, Identidad, Marca, Cultura. (1era. Ed.) México: MacGraw-Hill
- Samayoa (2000) Propuesta de Material Gráfico Informativo. Tesis Inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Solís (2001) Introducción al Análisis de la Imagen, Buenos Aires: La Marca.
- Swan A. (1992) Bases del Diseño Gráfico. Gustavo Pili, S.A. España

Referencias Bibliográficas

Consultas en Internet:

Elementos gráficos en materiales informativos. En:
<http://www.newsartesvisuales.com/editor/edit024.htm>

Elementos y características que integran un calendario.
En:<http://pitonisas.com.ar/calendarios/>

Ilustración. En:<http://www.wikipedia.com>

Materiales Impresos. En:
<http://www.medynet.com/tema3/grp3.htm>

Niveles Socio.económicos de Guatemala. Prodatos.
Ciudad de Guatemala. En:www.prodatos.com

Derechos Humanos. En: www.cidh.org.htm

Teoría del color. En: www.newsartesvisuales.com

- Validaciones Técnicas (Grupo objetivo, Diseñador Gráfico y expertos).
- Tablas de Resultados de validación

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Grupo Objetivo

El propósito de este cuestionario es validar la propuesta gráfica para el proyecto realizado para Agand, el cual va dirigido a los benefactores de la asociación.

Para ello se planteó el desarrollo de una estrategia de comunicación que refuerce el significado de la importancia que el benefactor tiene sobre el desarrollo personal y social de estos niños, basándose en el concepto: "Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades".

A continuación se le presentan una serie de preguntas las cuales debe contestar según su criterio.

1. El tipo de letra utilizado le expresa
 - Aburrimiento
 - Movimiento
 - Alegría
2. La letra es
 - Clara
 - Confusa
 - No se entiende
3. La imagen le expresa
 - Solidaridad
 - Enemistad
 - Generosidad
4. La forma en que están colocados los elementos es
 - Dinámica
 - Aburrida
 - Alegre
5. Los colores le expresan
 - Energía
 - Debilidad
 - Fortaleza
6. Las piezas le transmiten
 - Curiosidad
 - Desinterés
 - Armonía
7. En general el material es.
 - Aburrido
 - Atractivo
 - Confuso

Comentarios: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Diseñador Gráfico

El proposito de este cuestionario es validar la propuesta gráfica para el proyecto realizado para Agand, el cual va dirigido a los benefactores de la asociación.

Para ello se planteó el desarrollo de una estrategia de comunicación que refuerze el significado de la importancia que el benefactor tiene sobre el desarrollo personal y social de estos niños, basandose en el concepto: "Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades".

A continuación se le presentan una serie de preguntas las cuales debe contestar según su criterio.

1. Considera que la imagen es
 - Relativa con el tema
 - Confusa
 - No se entiende
2. La tipografía cumple la función de
 - Claridad
 - Desorden
 - Confusión
3. El tamaño de la tipografía en función con la lectura es
 - Adecuada
 - Muy pequeña
 - Muy grande
4. Los colores son
 - Llamativos
 - Aburridos
 - Intensos
5. Los colores aplicados en la imagen logran
 - Atraer la atención
 - Nada
 - Desinteres
6. La imagen
 - Logra ejemplificar la accion del benefactor
 - No ayuda en nada
 - Es clara
 - Es confusa
7. La composición de los elementos dentro de las piezas es
 - Ordenada
 - Desordenada
 - Equilibrada
8. El material gráfico cumple con la función de
 - Informar
 - Desorientar
 - Comunicar
9. Considera que el material
 - Ayudara a que el grupo objetivo refuerze la importancia de ayudar
 - No le ayudara en nada al grupo objetivo

Comentarios: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN Expertos

El propósito de este cuestionario es validar la propuesta gráfica para el proyecto realizado para Agand, el cual va dirigido a los benefactores de la asociación. Para ello se planteó el desarrollo de una estrategia de comunicación que refuerze el significado de la importancia que el benefactor tiene sobre el desarrollo personal y social de estos niños, basándose en el concepto: "Bases que edifican un futuro con mejores oportunidades".

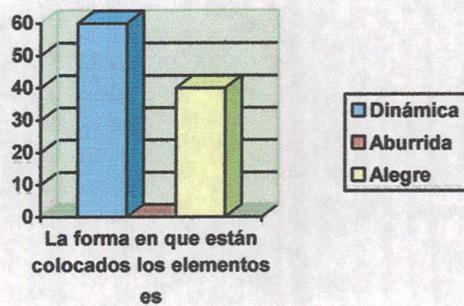
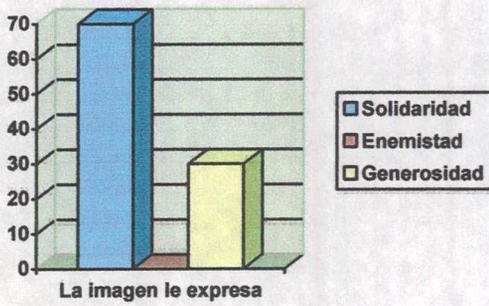
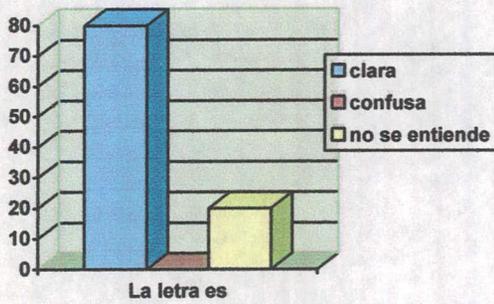
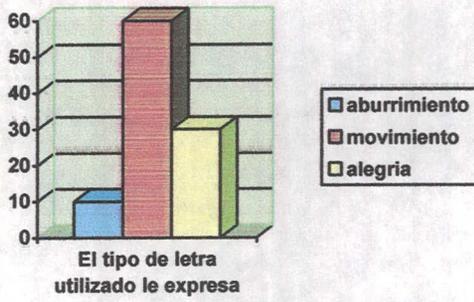
A continuación se le presentan una serie de preguntas las cuales debe contestar según su criterio.

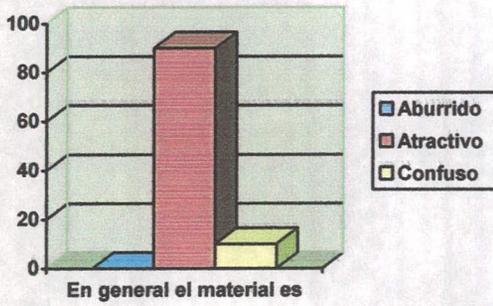
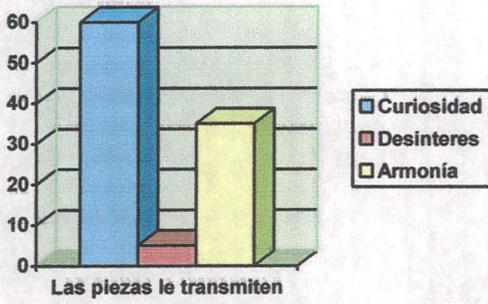
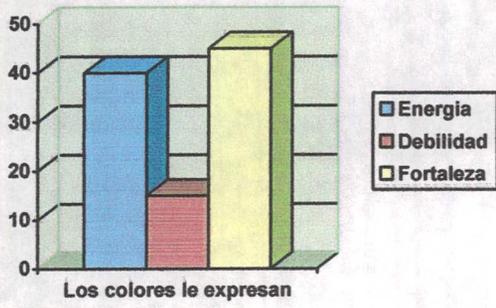
1. La relación entre el concepto y los elementos de diseño es
 - Directa
 - Indirecta
 - Poca relación
 - No tiene
2. La gama de colores implementados
 - Atrae la atención
 - No le atrae
 - Llamativa
3. Considera que la tipografía utilizada en los bloques de texto es
 - Clara
 - Confusa
 - No se entiende
4. La implementación de la imagen
 - Ayuda a ejemplificar el resultado de la acción del benefactor
 - No brinda ningún beneficio
 - Confunde
5. La aplicación de los elementos gráficos
 - Sirven de apoyo para transmitir el objetivo
 - No brindan ningún beneficio al diseño
 - Confunden
6. Considera que la diagramación utilizada en las piezas muestra
 - Orden
 - Desorden visual
 - Equilibrio
7. El formato de las piezas
 - Logra facilidad de uso y manejo
 - Dificultad para el uso
 - Es indiferente

Comentarios: _____

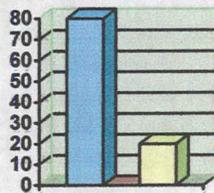
Gráficas de resultados

Grupo Objetivo

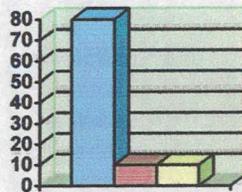




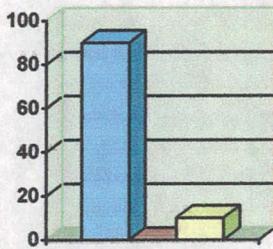
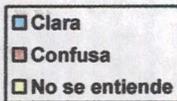
Expertos



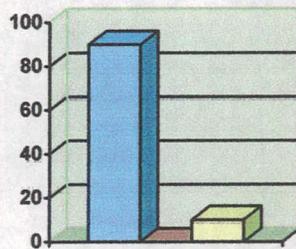
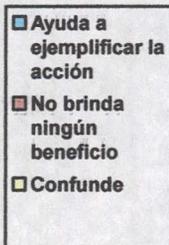
La relación entre el concepto y los elementos de diseño es



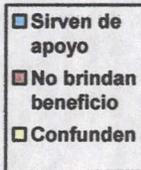
Considera que la tipografía utilizada en los bloques de texto es

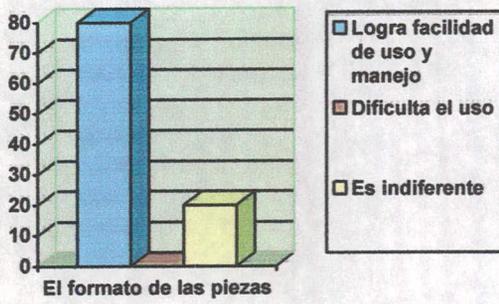
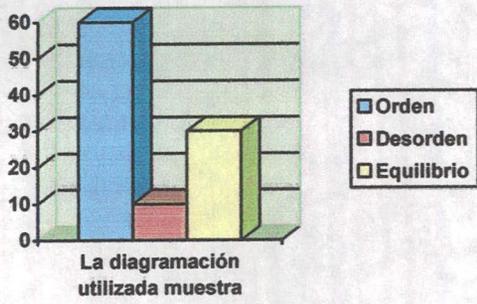


La implementación de la imagen



La aplicación de los elementos gráficos





Diseñadores Gráficos

