

Estretega Creativa E

**"PROYECTO DE DISEÑO
PARA FAVORECER LA SENSIBILIZACIÓN EN JÓVENES
SOBRE EL TEMA DISCAPACIDAD"**

Portafolio Académico

Presentado al Consejo
de la Facultad de Arquitectura y Diseño
de la Universidad Rafael Landívar

Por:

Guisela Melgar Franco

Previo a optar el título
Diseñadora Gráfica

En el grado académico de:
Licenciada

Guatemala, Septiembre 2007

022
03
TARLEA
Co2



Universidad
Rafael Landívar
Fundación Jesuita en Guatemala

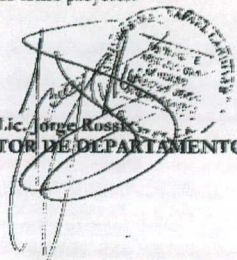
Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24326276 ext. 2428
Fax: (502) 24326286 ext. 2428
Carrera Central, Vía - Herminio L., Zona 16
Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A.

Reg. No. Arq. 30-2007

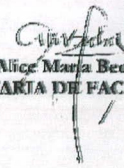
Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
trece días del mes de septiembre de dos mil siete.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto de Investigación, denominado: **"Diseño estructural vs. Diseño anti-estructural en la creación de personajes"**, presentado por la estudiante **Guisela Maribel Melgar Franco**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.

Lic. Jorge Rosales
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO



Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



/SING



Guatemala 25/ mayo 2007

Señores
Departamento de Diseño Gráfico
Presente

Estimados miembros del Departamento de Diseño Gráfico
Por este medio, hacemos de su conocimiento que el (la) estudiante:
Melgor Franco Guise la Navidel con carné 1081402
ha cursado la materia de Elaboración de Portafolio Académico, presentando el siguiente resultado.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación
¿Sabemos ver un hombre real? Método Estructural vs Método Anti Estructural; cuál responde mejor en el diseño de Personajes?

Primera Convocatoria Fecha 9/5/07 Segunda Convocatoria Fecha 9/11/07
Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

	Introducción	Planteamiento y objetivos	Metodología	Contenido y antecedentes	Resultados	Interpretación y síntesis	Conclusiones y Recomend.	Referencias
Incompleto								
Análisis de fondo								
No relación entre puntos								
No hay contextualización								
No responde a objetivos								
Mejora redacción y ortografía						X		
Mejora de citas								
Revisar citas y normas APA								

Observaciones: diagramar para entrega final. Analizar detalles de procedimientos, eliminar exceso pag 72

ÁREA DE PROYECTO CON ESTRATEGIA CREATIVA E

Título del proyecto de diseño:
Proyecto de diseño para favorecer la sensibilización en jóvenes sobre el tema de discriminación

Primera Convocatoria Fecha 09.05.07 Segunda Convocatoria Fecha _____
Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

Con las siguientes observaciones

	Introducción, Antecedentes y Anexos	Necesidad y objetivos	Marco de referencia y contenido técnico de diseño	Grupo Objetivo	Concepto, contenido del material gráfico y medios	Boceto	Propuesta final y fundamentación	Conclusiones y recomendaciones
Mejorar la redacción y ortografía								
No tiene relación entre puntos								
Falta Observación								
Falta aplicar instrumentos								
No está de acuerdo a la APA								

Observaciones: Algunas correcciones de redacción y ortografía. Revisar diagramación. Revisar título. Corregir sintaxis.

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO

Primera Convocatoria Fecha 09.05.07 Segunda Convocatoria Fecha 09.09.07
Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

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

Observaciones: no aparecen todos los datos en 9 ficha. EL botón de muestra gráfica de estrategia hace un link incorrecto, mejorar de links los PDF.

Atentamente,
Asesora del proceso

[Firma] Área de Investigación [Firma] Área de proyecto con Estrategia Creativa E [Firma] Área de construcción de Portafolio



HOJA DE AUTORIDADES

Autoridades Universidad Rafael Landívar

Licda. Guillermina Herrera
Rectora

Ing. Jaime Arturo Carrera
Vicerrector General

Lic. Rolando Alvarado López, S.J.
Vicerrector Académico

Lic. José Alejandro Arévalo
Vicerrector Administrativo

Lic. Larry Amilcar Andrade-Abularach
Secretario General

Autoridades Facultad de Arquitectura y Diseño

Arq. Cristian Augusto Vela Aquino
Decano

Arq. Víctor Leonel Paniagua Tomé
Vicedecano

Arq. Alice María Becker
Secretaria

Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas
Director depot. De arquitectura

Lic. Jorge Alfredo Rossi Lorensi
Director depot. De diseño gráfico

Lic. Hernán Ovidio Morales Calderón
Director depot. De diseño industrial

Terna que practicó la defensa de tesis

Licda. Regina López de la Vega **(Estrategia)**

Licda. Rosario Muñoz **(Investigación)**

Licda. Karin Abreu **(Portafolio)**



A mi hermano

PEDRO PABLO MELGAR FRANCO

Que con su fe, esfuerzo diario y fortaleza, me inspiró a realizar este proyecto.

Sigue adelante hasta alcanzar la meta, estamos orgullosos de ti.
Te quiero mucho y siempre estaremos ahí para apoyarte.



INDICE

1. Introducción.....	1
2. Necesidad.....	3
3. Objetivos.....	4
4. Marco Teórico.....	5
5. Contenido teórico de diseño	
5.1 Información General del Cliente.....	11
5.2 Área de Diseño.....	13
6. Definición del Grupo Objetivo	
6.1 Perfil Demográfico.....	24
6.2 Perfil Psicográfico.....	25
7. Proceso de Conceptualización.....	26
8. Contenido de Material Gráfico	
8.1 Contenido de Texto.....	29
8.2 Contenido Gráfico.....	30
9. Tabla de Requisitos	
9.1 Estrategia de Implementación.....	33
9.2 Descripción de cada Pieza.....	34



10. Proceso de Bocetaje.....	36
11. Validación	
11.1 Resultados de Validación.....	131
11.2 Interpretación de Validación.....	138
12. Propuesta final y Fundamentación.....	141
13. Producción y Reproducción	
13.1 Especificaciones Técnicas.....	158
para el desarrollo de la pieza.	
13.2 Informe Técnico.....	159
13.3 Presupuesto de Diseño e Impresión.....	160
13.4 Sistema de Impresión y Reproducción.....	161
14. Conclusiones y Recomendaciones.....	162
15. Bibliografía.....	164
16. Anexos.....	165



RESUMEN

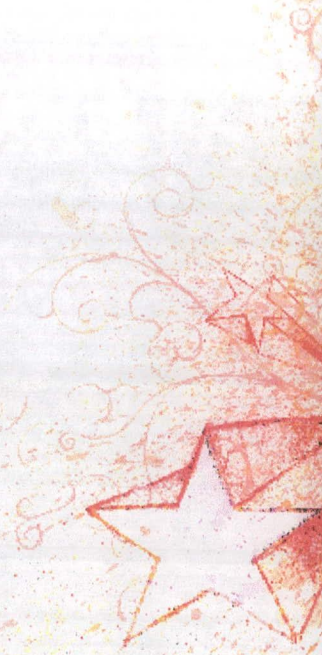
El proyecto realizado a continuación, trata sobre sensibilización en jóvenes sobre el tema discapacidad, para ello se encontró la siguiente necesidad, "Los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar no cuentan con una visión objetiva sobre las potencialidades que puede desarrollar una persona con habilidades especiales". De esta necesidad se plantearon objetivos para llevar a cabo durante la elaboración del proyecto, "Realizar una campaña con material promocional, que facilite desarrollar una visión objetiva sobre las personas con habilidades especiales, en los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar" y como segundo objetivo, "Desarrollar material educativo dentro de la campaña, que ayude a entender la condición de las personas con habilidades especiales de manera positiva, a los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar".

Teniendo estos puntos claros, el lector tendrá una guía sobre la dirección que llevará el proyecto a realizar.

Para dicho proyecto, se realizaron entrevistas y fotografías a diferentes personas con habilidades especiales, que contaron anécdotas o vivencias desde su punto de vista, esto ayudó a tener una visión objetiva, que facilitó la comprensión del tema. Se consultaron documentos profesionales para tener un respaldo de información a cerca del tema, abarcando temas como: la discapacidad, juegos motrices sensibilizadores, derechos, etc. Además se consultaron páginas de Internet relacionadas con el área de diseño.

Después de un largo proceso de bocetaje, y validaciones, se obtuvo como resultado final, una campaña juvenil con mucha energía y carisma, en la cual se pudo destacar los atributos positivos de las personas con habilidades especiales. Durante todo el proceso de campaña, se puede observar un progreso gradual para poder entrar en el grupo objetivo con las personas con habilidades especiales de manera positiva.

Como punto final, cabe mencionar, que la propuesta de campaña, lleva a una visión diferente sobre lo que es una persona con habilidades especiales, por medio de un material atractivo y mostrando actitudes positivas, con ello se colaborará a que los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar y personas con habilidades especiales pueda convivir y aprender uno del otro, y de ésta forma se romperán las barreras con actitud.



I. INTRODUCCIÓN

Existe un nuevo término para referirse a las personas con deficiencias tanto físicas como mentales. Está permitido sustituir el término "discapacitado" por el de "persona con habilidades especiales".

A pesar de este cambio, las personas con habilidades especiales en Guatemala, hoy en día, son un tema olvidado por la sociedad. Esto conlleva a la exclusión social y por ende, interrumpe el desarrollo integral de las personas con discapacidad.

Según la OMS, (2006) el 17% de la población padece alguna discapacidad derivado del conflicto armado interno, representando un millón y medio de personas discapacitadas. El INE estimó en 1994 que el 0.72% de 8.331,874 habitantes, (60,000 personas) presentan alguna forma de discapacidad; el 60% tiene discapacidad física, el 37% sensorial y el 35% mental. El 63% de esa población se encuentra en el área urbana y el 27% en el área rural.

Como se puede observar, es un índice minoritario pero relevante, ya que según la Constitución Política de la República de Guatemala, es obligación del Estado garantizar el bienestar social de todos los ciudadanos, haciendo énfasis de esto en el Artículo 53- Minusválidos, mencionando que "El Estado garantiza la protección de los minusválidos y personas que adolecen de limitaciones físicas, psíquicas o sensoriales".

A pesar de esto, la mayoría de las personas con habilidades especiales, no consiguen un desarrollo integral que les permita desenvolverse dentro de la sociedad como cualquier persona, ya que se encuentran al margen por los prejuicios que la sociedad pueda tener sobre ellos.

Es por ello que la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente SOSEP, ha creado el Programa en Gestión para las personas con Discapacidad PROGEDIS, que tiene como objetivo primordial, "Promover e implementar políticas y acciones públicas a favor de las



personas con discapacidad en los temas de salud, educación, accesibilidad y género, todos ellos con el componente de sensibilización”.

En los últimos años, el programa ha sido dirigido por personas con habilidades especiales, que se preocupan y velan por los derechos de sus semejantes, buscando cada vez la reunión y participación de más personas con discapacidad, y de esta forma promover la integración de las mismas a la sociedad, permitiéndoles desarrollarse y ser parte importante de la misma.

Pese de todos sus esfuerzos, no han logrado un cambio de actitud significativo dentro de la sociedad, ya que su material siempre ha sido enfocado para la población en general, esto da como resultado la ineficiencia en el canal de comunicación, y por ende, no permite que el mensaje llegue de manera eficaz.

A través de SOSEP, con ayuda de la dirección de humanidades, se logró contactar a la directora general de PROGEDIS, que es también una persona con habilidades especiales, invitando a una de sus reuniones para conocer a fondo los problemas principales que atraviesan las personas con discapacidad.

Dentro de la reunión, la cual fue integrada por personas con diferentes discapacidades, resaltó el tema de prejuicios y exclusión social, y cómo poder combatirlos para que las personas tengan una

opinión diferente sobre ellos, y mostrarles que son como cualquier persona con la diferencia que poseen una discapacidad ya controlada.

En el caso de este tema, las personas que integraban la reunión, querían provocar un cambio de actitud a mediano plazo, esto conllevó a descartar a niños y adultos, ya que en el caso de los niños, representaría un cambio a largo plazo. En el caso de los adultos, resaltaron que son personas que por la edad ya tiene cimentadas sus creencias por lo que sería difícil cambiar lo que ya piensan.

Es por ello que para dicho proyecto, se enfocaría a un grupo más específico. Reduciendo al grupo objetivo en jóvenes entre 18 y 27 años de edad con un nivel socio económico medio que estudien en la Universidad Rafael Landívar en la ciudad de Guatemala.

Para ello se realizó una propuesta con un enfoque diferente sobre las personas con habilidades especiales, mostrando otra cara de la realidad que ellos viven, a través de una imagen positiva.

Se realizó un plan dentro de la propuesta para manifestarse en el grupo objetivo en diferentes fases, permitiendo acercarse al grupo de manera gradual, esto permitirá que el grupo acepte con mayor facilidad los contenidos en la propuesta.

Es importante mencionar que se desarrolló un medio por el cual se pudiera experimentar para darle una adecuada retroalimentación que permita la reflexión en el grupo objetivo.

Como punto final, queda recalcar, la importancia que tiene abarcar un tema de esta índole, ya que como diseñadores se debe hacer un aporte a la sociedad. Ser comunicador, da las armas para ayudar, en donde la falta de comunicación e información son el mayor problema y esto repercute en los problemas sociales que el país pueda tener.

2. NECESIDAD

Los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, no cuentan con una visión objetiva sobre las potencialidades que puede desarrollar una persona con habilidades especiales por falta de información asequible.

3. OBJETIVOS

Realizar, una campaña apoyada con material promocional, que facilite desarrollar una visión objetiva sobre las personas con habilidades especiales, en los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar.

Desarrollar, material educativo dentro de la campaña, que ayude a entender, la condición de las personas con habilidades especiales de manera positiva, a los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar.

4. MARCO DE REFERENCIA

1. Discapacidad

Según información contenida en la página Web (2006), se define la discapacidad como:

"Es un termino genérico, que incluye deficiencias de las funciones y/o estructuras corporales, limitaciones en actividad y restricciones en la participación, indicando los aspectos negativos de la interacción entre un individuo (con una "condición de salud") y sus factores contextuales (factores ambientales y personales)".

Según Díaz, (2006) las personas con discapacidad, son aquellas que por una u otra razón tienen incapacidades físicas o mentales.

Incapacidades físicas comunes: ceguera, sordera y la parálisis. Mentales: autismo, síndrome de Down, entre otras. Todas se manifiestan en intensidades y duración diversas limitando temporal o permanente a las personas en su desenvolvimiento social ya sea en forma leve o grave.

Según información contenida en la página Web (2006), se define la discapacidad visual y física como:

Discapacidad Sensorial tipo Visual: Personas con disminución en la capacidad visual que considera, entre otras, las siguientes enfermedades: Glaucoma, Cataratas, Astigmatismo, Distrofia y Leucoma Corneal, Retinopatías, Retinosis Pigmentosa, Ceguera.

Discapacidad Física: Personas con pérdida en la capacidad física. Las principales enfermedades asociadas son: Parálisis Cerebral, Parkinson, Esclerosis Múltiple, Paraplejía, Tetraplejía, Hemiplejía, Secuelas de Poliomielitis, Displasia, Distrofia Muscular, Espina Bífida, entre otras.

En la página Web wikipedia.org (2006), se define la discapacidad Auditiva como:

Discapacidad Sensorial de tipo Auditiva: Alteración de la Audición, Sordera Congénita, Presbiacusia, Síndrome de Ulsher, Hipoacusia.

1.1 NIVELES DE DISCAPACIDAD

Según información contenida en la página Web (2006), definen 3 niveles de discapacidad, en la sociedad y otros factores determinantes:

Discapacidad Leve: Personas que presentan alguna dificultad para llevar a cabo actividades de la vida diaria sin embargo la persona es muy independiente y no requiere apoyo de terceros y puede superar barreras del entorno.

Discapacidad Moderada: Personas que presentan una disminución o imposibilidad importante de su capacidad para realizar la mayoría de las actividades de la vida diaria, llegando incluso a requerir apoyo en labores básicas de auto cuidado y supera con dificultades sólo algunas barreras del entorno.

Discapacidad Severa: Personas que ven gravemente dificultada o imposibilitada la realización de sus actividades cotidianas, requerimiento del apoyo o cuidados de una tercera persona y no logra superar las barreras del entorno.

1.2 LA DISCAPACIDAD Y LA SOCIEDAD

Exclusión Social: Proceso mediante el cual los individuos o los grupos son total o parcialmente excluidos de una participación plena en la sociedad en la que viven. Dificulta el acceso a trabajos formales, vivienda digna, servicios de salud adecuados, educación de calidad, y al sistema de justicia, y de crédito, a condiciones físicas y de infraestructura adecuada.

Participación: Es el acto de involucrarse en una situación vital. Representa la perspectiva de la sociedad, respecto al funcionamiento de un individuo en diferentes áreas de la vida.

Restricción de la Participación: Problemas que un individuo puede experimentar al involucrarse en situaciones vitales. Viene determinada por la comparación de la participación de una persona con un determinado estado de salud, con la participación esperable de las personas que no tuviesen un estado de salud similar al suyo.

1.3 OTROS FACTORES QUE INTERVIENEN

Factores Contextuales: Constituyen el trasfondo total de una persona y su estilo de vida. Incluyen los Factores Ambientales y los Factores Personales que pueden tener un efecto en su condición humana y de salud.

Factores Ambientales: Ambiente físico, social y actitudinal en que las personas viven y conducen sus vidas. Son externos a la persona e interactúan de manera positiva o negativa en el desempeño/realización del ser humano como miembro activo de la sociedad, en su capacidad o en sus estructuras y funciones corporales.



Factores Personales: Relacionados con la vida de una persona y su estilo de vida. Están compuestos por características del individuo que no forman parte de una condición o estado de salud. Estos factores pueden incluir el sexo, la raza, otros estados de salud, la forma física, estilos de vida, hábitos, estilos de enfrentarse a los problemas y tratar de resolverlos, el trasfondo social, la educación, profesión, experiencias, personalidad.

Condición de Salud: Toda alteración o atributo del estado de salud de un individuo que puede generar dolor, sufrimiento o interferencia con las actividades diarias, o que puede llevar a contactar con servicios de salud con servicios comunitarios/sociales de ayuda. Dichas condiciones pueden ser enfermedades, trastornos, lesiones, traumas, o incluso reflejar otros estados relacionados con la salud, tales como el embarazo o la edad.

1.4 Evolución del término

Según PROGEDIS, (2006) el término ha ido evolucionando.

Inválido

Dicho de una persona: Que adolece de un defecto físico o mental, ya sea congénito, ya adquirido, que le impide o dificulta alguna de sus actividades. Falto de vigor y de solidez en el entendimiento o en la razón. Falto de vigor y de solidez en el entendimiento o en la razón.

Impedido

Que no puede usar alguno o algunos de sus miembros.

Minusvalía

Es una situación desventajosa para un individuo determinado, la cual es resultado de una deficiencia o de una capacidad que limita o impide el desempeño del papel que es normal en su caso (función de edad, sexo y factores sociales y culturales); se caracteriza en relación con el valor de un individuo cuando se aparta de la norma, por la discordancia entre el rendimiento o status del individuo y las expectativas del mismo grupo al que pertenece.

Discapacitado

Dentro de las experiencias de la salud, una discapacidad es toda restricción o ausencia (debido a una deficiencia), de la capacidad de realizar, una actividad en la forma correcta o dentro de la norma; se caracteriza por exceso o insuficiencia en el desempeño o comportamiento normal de una actividad rutinaria. Las discapacidades pueden ser temporales o permanentes, reversibles o irreversibles

Persona con habilidades especiales.

Persona que en situación de desventaja por medio de una limitante física o psicológica, puede llegar a desarrollar habilidades extras que sustituyen las limitantes que posean.

1.5 Población de personas con habilidades especiales en Guatemala

Según la OMS, (2006) el 17% de la población padece alguna discapacidad derivado del conflicto armado interno. Millón y medio de personas discapacitadas. El INE estimó en 1994 que el 0.72% de 8.331,874 habitantes, (60,000 personas) presentan alguna forma de



discapacidad; el 60% tiene discapacidad física, el 37% sensorial y el 35% mental. El 63% de esa población se encuentra en el área urbana y el 27% en el área rural.

2. DISCAPACIDAD Y DERECHOS HUMANOS

De acuerdo con el IIDH (1992) es cierto que la persona con discapacidad se encuentra protegida por el ordenamiento jurídico de cada país, como cualquier ciudadano, la violación a sus derechos es constante y esto se debe, principalmente, a la carencia de norma específica que los proteja.

ENTRE LOS DERECHOS:

Derecho a la salud: La prevención, la rehabilitación física para las personas con habilidades especiales, la rehabilitación psicológica, para las personas con discapacidad, como para su familia.

Derecho a la educación: Considerar la educación especial y la capacitación funcional de acuerdo con la discapacidad sufrida.

Derecho al trabajo: A la capacitación y a la formación profesional. Estimular el derecho al trabajo por medio de incentivos a los empleadores o cuotas transitorias en el sector público.

Derecho a la seguridad social: Es gozar de una seguridad plena con todos los derechos de

pensiones y seguros. Los mismos deben contemplar un trato diferente para cada tipo de discapacidad tiene un desgaste mayor que una persona no discapacitada, por la edad de retiro de la primera debe tener anterior al régimen de una persona sin discapacidad.

Derecho a la eliminación de barreras arquitectónicas: La obligación del estado, y de cualquier que preste servicio público, es eliminar barreras arquitectónicas en sus edificaciones, incluyendo la eliminación de tales barreras en los centros de votación. Por parte, se deben elaborar rampas en las ciudades.

Derecho al transporte: La obligación del que preste servicio de transporte público de considerar entre sus usuarios a personas con discapacidades, por tanto, él debe de equipar su transporte con los medios necesarios para hacer posible el servicio.

Derecho a la comunicación: Es obligación transmitir sus comunicados oficiales en los medios de comunicación, utilizar los instrumentos pertinentes para que los mismos sean comprendidos por cualquier persona con discapacidad, así como ofrecer servicios telefónicos especiales.

Derecho a la imagen: El derecho a que la imagen de las persona con habilidades especiales no se utilice en forma peyorativa en los medios de comunicación y textos escolares.

Derecho a la recreación y transporte: Acondicionar las instalaciones para la recreación y el deporte de las personas con habilidades especiales.

Derecho a la información: Citar en las bibliotecas públicas con todo tipo de materiales de lectura en braille o cassettes para la población no vidente, además un centro de información con documentos relacionados con el tema de discapacidad.



Derecho a la tecnología: La obligación del estado de intervenir en la investigación científica y tecnológica para la prevención y desarrollo pleno de las personas con habilidades especiales.

Derechos políticos: El derecho al voto secreto es para la persona no vidente o para las personas que carecen de los miembros superiores. El derecho en la participación activa en la política nacional.

Derecho a definir las políticas estatales referentes a la discapacidad: Participación de las personas con habilidades especiales en la toma de decisiones nacionales en relación a la discapacidad.

2.1 OBLIGACIONES

Obligación de participar activamente en la sociedad, en los campos laboral, educativo y político.

Obligación de asumir las responsabilidades sociales con el apoyo de su familia y el Estado.

Obligación de no utilizar su discapacidad para auto explotarse o ser explotado por otros.

Obligación de conocer la ley y defensa. Debe de existir un organismo autónomo, dirigido por personas con habilidades especiales, que promueva, defienda, divulgue y ejercite la ley, el cual pueda organizarse en forma de una procuraduría.

Obligación de promulgar la ley. Deben, los organismos de personas con habilidades especiales, convertirse en verdaderos grupos de presión dentro de la sociedad para exigir sus derechos.

3. BIENESTAR SOCIAL

Para Werner y Coger (1987), el bienestar consiste en que la persona se encuentra bien en los diversos niveles: físicos, ambientales, sociales, psicológicos, espirituales, entre otros. Se refiere al nivel alcanzado en la satisfacción de las necesidades básicas fundamentales de la sociedad, que se expresan en los niveles de educación, salud, alimentación, seguridad social, vivienda, desarrollo urbano y medio ambiente.

El ámbito social se medirá por el incremento en los niveles de salud, educación, vivienda, alimentación y erradicación de la pobreza extrema.

4. JUEGOS MOTRICES SENSIBILIZADORES

Según Artículo de Ríos, M. (2000). El Valor educativo de los juegos motrices sensibilizadores, se encuentra en vivir y experimentar una discapacidad puede ser un buen recurso. Un procedimiento útil para conseguir actitudes positivas y solidarias, ya que, con la vivencia, el participante adquiere conciencia de las limitaciones y, a la vez, aprende a valorar las capacidades, aspectos fundamentales para iniciar el conocimiento del otro. El respeto a la diversidad debe partir de un conocimiento mutuo. No puede juzgarse aquello que no se conoce, ya que entonces se prejuzga y, en consecuencia, aparecen una serie de ideas preconcebidas originadas por la ignorancia, lo que incide en actitudes no-integradoras con un profundo componente segregador. Es necesario dar a conocer, sensibilizar.



Los juegos motrices sensibilizadores se erigen como un recurso pedagógico que facilitará la comprensión de la diversidad (experimentar para interiorizar, y así poder expresar).

Maniobrar una silla de ruedas, desplazarse sin ver con la ayuda de un bastón, enseñar cómo acompañar a una persona ciega, jugar a básquet en silla de ruedas, son vivencias que no sólo educan en valores y actitudes, sino que también hacen de la actividad un aprendizaje significativo, facilitando el conocimiento de los efectos de la discapacidad. Son experiencias que, vividas de una manera lúdica, raramente se olvidan.

El juego sensibilizador también permitirá su aplicación en ambientes diversos (escuelas, celebraciones puntuales, clubes deportivos, centros de tiempo libre, fiestas populares, etc.); además, de esta actividad, no solamente podrán gozar los participantes, sino que, para las personas que la presenciaron, podrá ser una fuente de reflexión y de concienciación.

4.1 Aproximación conceptual

Para Ríos, (2000). Los juegos motrices sensibilizadores son aquellos que, con la presencia de personas con discapacidad o no, hacen que los participantes vivan de manera lúdica las limitaciones de las personas con dificultades (físicas o sensoriales) y valoren sus capacidades.

El objetivo principal es sensibilizar a los participantes sobre la realidad del colectivo de las personas con discapacidad, fomentando actitudes positivas y solidarias basadas en el respeto a la diversidad con la intención de evitar la aparición de actitudes negativas o no integradoras mediante el componente lúdico y participativo de la actividad, materializándose en:

- Tomar consciencia de la realidad que vive una persona con discapacidad.
- Experimentar y vivenciar las limitaciones: la movilidad reducida y la disminución sensorial y, por tanto, percibir las dificultades que encuentra la persona con discapacidad en la vida cotidiana (barreras arquitectónicas de comunicación, etc.)
- Valorar las capacidades de las personas con discapacidad.

4.2 La Valoración

Para finalizar añado Ríos, (2000) que es muy aconsejable hacer un trabajo posterior que facilite la reflexión sobre la experiencia vivida (verbal, escrita haciendo una redacción, pasando un cuestionario-, dibujando lo que han sentido, usando otras formas de expresión).

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL CLIENTE

PROGEDIS

Programa de Gestión para las personas con Discapacidad

La Dirección de Discapacidad tiene a bien promover la creación y desarrollo de servicios de educación especial, en los cuales sean atendidos los niños, niñas y jóvenes con necesidades educativas especiales con o sin discapacidad, desde la infancia hasta la formación laboral y una vida digna, independiente y productiva. Contribuyendo así a que Guatemala se convierta en un país inclusivo en el tema de Discapacidad, donde niños, jóvenes, adultos y adultos mayores tengan la oportunidad de participar en los procesos de salud, educación, trabajo, accesibilidad universal, buscando la equidad y equiparación en los procesos. A la vez implementa estrategias y actividades a nivel nacional para la socialización, sensibilización y cumplimiento de lo establecido y procedimientos técnicos y administrativos de la atención a dicha población, gestionando en las instituciones de Gobierno, Sociedad Civil y Organismos Internacionales, espacios de participación e inclusión para las personas con discapacidad y sus familias, donde puedan ejercer sus derechos y obligaciones.

2. Objetivos

Promover e implementar políticas y acciones públicas a favor de las personas con discapacidad en los temas de salud, educación, accesibilidad y género, todos ellos con el componente de sensibilización.

- Transversalizar en los diferentes programas de SOSEP el tema de la discapacidad.
- Integración de la normativa sobre Adecuación Arquitectónica al Programa Amigos de la Escuela.
- Inclusión de personas con alguna "limitación en la actividad", dentro de los Programas de SOSEP.
- Coordinación interinstitucional y sensibilización a los Ministerios de Educación, Salud y SEPAZ.



3. Beneficiados

Los beneficiarios directos del programa son: niños, adolescentes, adultos y adulto mayor de ambos sexos, que tengan alguna discapacidad.

Indirectamente son beneficiarios de este programa las familias de las personas con discapacidad y todas las personas que estén involucradas de alguna manera en el tema.

Otros beneficiados, en el tema de sensibilización, son específicamente comadronas del Municipio de Villa Canales, y esposas de los alcaldes de los municipios de Guatemala.

4. Estrategias

Una de las estrategias del programa se basa en la capacitación y sensibilización a través de talleres, al personal involucrado en el tema.

- Las mesas técnicas interinstitucionales, que reúnen personal de diferentes instituciones para trabajar los diferentes ámbitos de discapacidad, tales como: salud, educación, trabajo, etc.

5. Metas

Promover la integración de personas con discapacidad (niños/as, adolescentes, mujeres, hombres y adulto mayor), a los diferentes programas de gobierno.

Proponer y promocionar la normativa sobre adecuación arquitectónica al Programa Amigos de la Escuela y a todos aquellos programas que tengan relación con construcción y remodelación de

edificios públicos.

Visualizar a la comunidad de personas con discapacidad, en todos los medios publicitarios que esta Secretaría utilice para la divulgación y promoción de sus programas.

- Proponer a los Ministerios de Salud, Educación, Municipalidades y otras entidades, políticas de atención a las personas con discapacidad.
- Proporcionar las herramientas necesarias a las autoridades ministeriales, para que realicen acciones que beneficien la participación, inserción y desarrollo de las personas con discapacidad, con el fin de alcanzar una vida independiente.

6. Cobertura Actual

La cobertura inicial del programa abarca al personal de SOSEP en su fase de sensibilización y capacitación del tema de la discapacidad.

Teléfonos (502) 22390000 Ext.: 2767 6º. Avenida 4-65 Zona 1

5.2 ÁREA DE DISEÑO

1. ASPECTOS A CONSIDERAR EN LA ELABORACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL:

ELEMENTOS DE DISEÑO

Dondis (1990), menciona que el conocimiento en profundidad de la construcción elemental de las formas visuales permite al visualizador y una mayor libertad y un mayor número de opciones en la composición, esas opciones son esenciales para el comunicador visual.

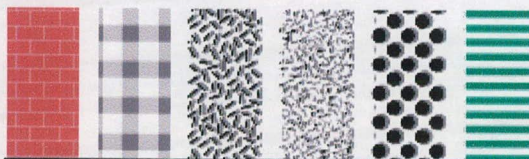
Cuando el diseñador gráfico tiene que solucionar un problema de comunicación debe de tomar en cuenta todos estos elementos y herramientas que lo guíaran a una solución eventual de la necesidad.

Los elementos básicos son:

Línea: es esencial de la visualización, es el medio de presentar en forma palpable aquella que todavía existe sola mente en la Imaginación.

Según la página Web newsartesvisuales, (2005), define textura como:

La textura: está relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material. Con la luz, es el elemento clave en la percepción del espacio por su capacidad para orientar la visión estereoscópica. Se produce mediante la repetición de luces y sombras en un espacio gráfico, motivos iguales o similares que se repiten en el soporte.



Según la página Web
newsartesvisuales,
(2005)

Escala: Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificar

y definirse unos a otros, esto es lo que denominamos escala.

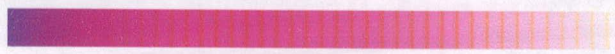
Dimensión: La dimensión existe en el mundo real. No sólo podemos sentirla, sino verla a través de la visión estereoscópica binocular. En las representaciones bidimensionales se simula mediante la técnica de la perspectiva. La perspectiva utiliza la línea y fórmulas y reglas exactas para crear los efectos volumétricos e intentar representar la realidad.

Tipografía: Es el 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.

Color: la utilización del color en un material gráfico debe de ayudar al estilo del diseño, a la necesidad de comunicación y el grupo objetivo. Tiene varias funciones entre ellas proporciona un enlace visual entre la ilustración y otros elementos del diseño, yo que resalta características y les do énfasis para que llegue la información.

La página Web [newsartesvisuales](#), (2005), describe los aspectos en el color a tomar en cuenta para elaborar material gráfico:

Colores cálidos: Son el rojo, y el amarillo, tal vez relacionados inconscientemente por nosotros con el sol y el fuego. Sensaciones de color, sensualidad, intimidad.



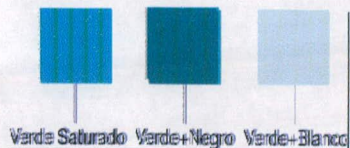
Colores fríos: Son fundamentalmente el azul y verde. Relacionados por nosotros con el agua y el hielo. Sensaciones de frialdad, lejanía, elegancia, limpieza, tristeza.



La brillantez: 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: 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 la página Web
newsartesvisuales,
(2005)

El color saturado: Una segunda variable del color denotativo es el color saturado. Este es un cromatismo exaltado de la realidad, más brillante.

Son colores más densos, más puros, más luminosos. El color saturado obedece a la necesidad creada por la fuerte competitividad de las imágenes que nos asedian, donde la exageración de los colores forma parte del triunfo de las imágenes como espectáculo visual de nuestro entorno cotidiano. El mundo resulta más atractivo de esta forma. El cine, la fotografía, la ilustración, la televisión, los carteles, los embalajes... ofrecen una imagen cromática exagerada que crea una euforia colorista.

El color fantasioso: Otro matiz de la denotación cromática realista es el color fantasioso, en el que la fantasía o manipulación nace como una nueva forma expresiva. Por ejemplo las fotografías coloreadas a mano, en las que no se altera la forma, pero sí el color.

La página Web newsartesvisuales, (2005), describe que los significados del color se deben de tomar en cuenta para un material gráfico:

El color psicológico: Son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia... etc.

A continuación se presenta el significado psicológico de cada color:

1. El blanco: como el negro, se hallan en los extremos de la gama de los grises. Tienen un valor límite, frecuentemente extremos de brillo y de saturación, y también un valor neutro (ausencia de color). También es un valor latente capaz de potenciar los otros colores vecinos. El blanco puede expresar paz, soleado, feliz, activo, puro e inocente; crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito. El blanco es el fondo universal de la comunicación gráfica.

2. El negro: es el símbolo del silencio, del misterio y, en ocasiones, puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante.

3. El gris es el centro de todo, pero es un centro neutro y pasivo, que simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía.

Simbólicamente, el blanco y el negro, con sus gradaciones de gris, son del color de la lógica y de lo esencial: la forma. Por otra parte, el blanco y el negro junto con el oro y plata, son los colores del prestigio.

4. El amarillo: es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo. Suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos. Está también relacionado con la naturaleza.

5. El naranja: más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.



6. El rojo: significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es exultante y agresivo. El rojo es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo. En general los rojos suelen ser percibidos como osados, sociables, excitantes, potentes y protectores. Este color puede significar cólera y agresividad. Asimismo se puede relacionar con la guerra, la sangre, la pasión, el amor, el peligro, la fuerza, la energía... Estamos hablando de un color cálido, asociado con el sol, el calor, de tal manera que es posible sentirse más acalorado en un ambiente pintado de rojo, aunque objetivamente la temperatura no haya variado.

7. El azul: es el símbolo de la profundidad. Imaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Es un color reservado y entra dentro de los colores fríos. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego... y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo. Cuanto más se clarifica más pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío. Cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito.

8. El violeta: (mezcla del rojo y azul) es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es

místico, melancólico y podría representar también la introversión. Cuando el violeta deriva el lila o morado, se aplanan y pierde su potencial de concentración positiva. Cuando tiende al púrpura proyecta una sensación de majestad.

9. El verde: es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada. El verde que tiende al amarillo, cobra fuerza activa y soleada; si en él predomina el azul resulta más sobrio y sofisticado.

10. El marrón: es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que se pisa.

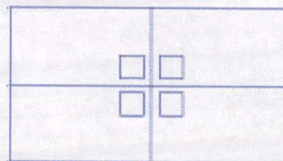
La página Web newsartesvisuales, (2005), menciona 4 diferentes tipos de equilibrio:

EQUILIBRIO

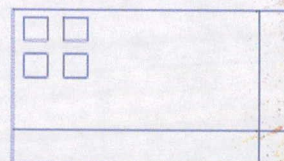
La utilización más eficaz de los mecanismos de la percepción visual consiste en identificar claves visuales en un sentido u en otro, en equilibrio o en desequilibrio, fuertes o débiles.

Existen dos tipos de equilibrio:

El equilibrio simétrico.



El equilibrio asimétrico.



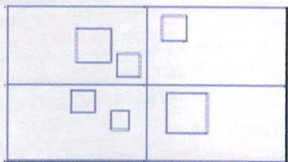
Según la página Web newsartesvisuales, (2005)



El equilibrio simétrico se produce cuando encontramos igualdad de peso y tono en ambos lados de una composición, y el equilibrio asimétrico se produce cuando no existe las mismas dimensiones (ya sea de tamaño, color...) en ambos lados, pero aún así existe equilibrio entre los elementos.

El equilibrio que crea la simetría es un factor importante de la forma en que evaluamos el atractivo visual de un objeto. Sin embargo, el atractivo de la simetría tiene límites; un toque de asimetría puede hacer que resulte aún más atractivo, añadiendo un toque de individualidad y singularidad. La simetría, en cierta manera, da sensación de orden y alivia la tensión; la asimetría hace lo contrario, crea agitación y tensión, pero puede conseguir que una imagen no sea monótona. Podemos hacer otra división de equilibrio:

El equilibrio formal.
Y el equilibrio informal.



Según la página Web
newsartesvisuales,
(2005)

El equilibrio formal Se busca un centro óptico dentro del diseño, que no tiene por qué coincidir con el centro geométrico de la composición. Una composición que siga este esquema compositivo reflejará estabilidad, calma y estatismo, pero no

supone una composición muy audaz.

El equilibrio informal, está altamente cargado de fuerza gráfica y dinamismo. Prescinde por completo de la simetría, y el equilibrio se consigue aquí en base a contraponer y contrastar los pesos visuales de los elementos, buscando diferentes densidades tanto formales como de color que consigan armonizar visualmente dentro de una asimetría intencionada.

La elección del Contraste o la Armonía:

Cuando se elegimos el camino de la armonía, en donde tenemos un trabajo visual nivelado, se están eligiendo unas soluciones más sencillas de establecer en donde se tienen reglas visuales que se pueden seguir sin problemas para la resolución de la composición visual. Pero como todo o casi todo, también se tiene una parte negativa, que será la previsibilidad de los resultados compositivos, la excesiva armonía del diseño puede generar incluso el aburrimiento y, por supuesto, no se despertará la sorpresa del espectador

El contraste, por el contrario a la armonía, permite excitar y atraer la atención del receptor, dramatizar mediante la utilización de diferentes contrastes (de color, textura, tamaño...), dar un mayor significado a la comunicación que se esté articulando e incluso dar un aspecto más dinámico al diseño.

El contraste es una herramienta esencial para producir y controlar diferentes efectos visuales y, por tanto, una forma de poder transmitir diversos significados.

Material promocional

Según Dalley (1981) el material promocional es el material en el que se da una utilización plena y efectiva del potencial publicitario de una imagen que se desea dejar mediante su aplicación a toda clase de

objetos, desde prendas de vestir hasta material de escritorio, valiéndose de medios de comunicación tanto técnicos (radio, televisión, etc.) como gráficos (anuncios de prensa, carteles, folletos, etc.).

Materiales promocionales Gráficos

1. Anuncios Gráficos:

La esencia de un buen anuncio es la presentación clara e impecable. La utilización de tipos bien estudiados es extremadamente importante y si, hay que incluir ilustraciones o fotografías deben ser relevantes, y claras.

Siempre recordando que el texto y el título a menudo son los factores más importantes en la preparación de anuncios afirma Swann, (1992). Como todo material gráfico, los anuncios contienen información que se debe jerarquizar por importancia.

2. Folletos

El folleto es un libro pequeño integrado por 8 o más páginas normalmente engrapadas. El formato puede ser horizontal o vertical. Por ser de carácter promocional, tienden a ser de un diseño más informal.

Swann (1993), define el folleto como un librito que describe un servicio o unas mercancías y ayuda a venderlas. Adicionalmente, debe transmitir la calidad y las características del servicio o las mercancías. Un folleto se divide en diversas partes o secciones por su forma desplegada:

- **Folleto Simple:** De una sola hoja o parte.
- **Un Plegado:** De dos partes, cuerpos o díptico.

• **Dos Plegados:** De tres partes, cuerpos o tríptico; suele utilizarse el formato en sentido horizontal para obtener tres cuerpos verticales que permiten realizar composiciones más expansivas. Folletos de mas partes, cuerpos u hojas, lo cual va a depender de la dimensión ya que se podrían clasificar como catálogos.

3. Correo Directo

Esta forma de medio impreso informativo, se ha puesto de moda en los últimos años. La ventaja de este tipo de material es que las piezas pueden tomar muchas formas y pueden ser a colores o sólo a un color. El factor más importante de este tipo de material es que por su exhausta utilización, la creatividad en ellas debe de ser muy llamativa para que cuando lo reciba, ésta sobresalga ante todas las demás.

4. Desplegables:

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

5. Afiche o Cartel

Según la página Web tuobra, (2006), define el cartel como un material gráfico que transmite un mensaje, esta integrado en una unidad estética formada por imágenes y textos breves de gran impacto.

Algunos estudiosos lo describen como un grito en la pared, que capta la atención del transeúnte, obligándolo a percibir el mensaje.

Es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido.

Tipos de Cartel

Los carteles de acuerdo a su uso podrían clasificarse en: promocionales, decorativos, políticos, educativos, etc. Sin embargo, aquí se van a englobar en tan solo dos tipos: informativo y formativos.

El cartel informativo

Se define como aquel que presenta un mensaje donde se da a conocer para que la gente acuda, adquiera o participe, en lo que se le indica, por ejemplo: un evento, alguna reunión social, espectáculos, conferencias, cursos, etc.

Este tipo de cartel por lo general se elabora con algún diseño de imagen muy sencilla y un texto explicativo. Para su elaboración se recomienda el uso de las letras grandes sobre un fondo de color contraste. Los textos deberán incluir información mínima necesaria. La imagen puede estar integrada por sujetos, objetos o formas.

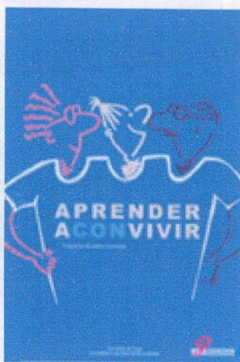
El cartel formativo

Se define como aquel que es capaz de producir conocimiento, cambio de actitudes y valores; dicho en otras palabras es el que produce alguna educación.

Es muy utilizado para proporcionar el desarrollo de hábitos como: limpieza, seguridad, orden, higiene, salud, etc. También se usa para fomentar

actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc. o para rechazar situaciones de: agresividad, discriminación, sincretismo, malos hábitos, desconfianza, delincuencia, adicciones, etc.

En el cartel formativo la imagen desempeña el papel más importante, pues prevalece sobre el texto; el mensaje es expresado gráficamente en forma clara y sólo se apoya en un corto texto; que enfatiza la idea sugerida. Observe con cuidado el ejemplo que se muestra a continuación:



Según la página Web
tuobra, (2006)

Características

El mensaje del cartel debe ser integral, es decir, debe percibirse como un todo, donde cada elemento armoniza, creando una unidad visual estética de gran impacto. Un cartel de calidad es aquel que llama la atención espontáneamente, es decir, independientemente de la voluntad del observador.

Para entender mejor cómo participan cada uno de los elementos que integran un mensaje en este medio, se desentosan en dos grandes aspectos: los psicológicos y los físicos.

Los elementos psicológicos son los que dentro del mensaje estimulan al espectador para que se oriente hacia lo que se pretende en dicho mensaje. Su intención es causar el impacto para que perdure el mensaje.

Los elementos físicos son aquellos que constituyen el arreglo o tratamiento estético y el atractivo visual.

Estos elementos físicos que producen el efecto de atención son su: composición, tamaño, formato, imagen, texto y color (observar la imagen a continuación).



Según la página Web tuobra, (2006)

La composición: Se logra mediante el equilibrio y la armonía de imagen, los textos y los colores empleados en ambos. Por lo tanto, el mensaje debe de estar compuesto de forma integral, como si fuera una unidad perfectamente equilibrada.

Tamaño del cartel: Este estará determinado por el o los lugares en que se coloquen y la distancia en la que pasarán las personas que lo observen. Así, el tamaño será mayor si es expuesto a mayor distancia en la que pasarán las personas que lo observen. Así, el tamaño será mayor si es expuesto a mayor distancia de los viandantes.

Medidas para el cartel: Los tamaños más comunes son de 28 x 40plgs. (Hoja completa), de 20 x 28plgs. (Tamaño media hoja), y el más pequeño, es de 14 x 20plgs. (De un cuarto de hoja). Este tipo de medidas son las más recomendables pues están en función de las medidas del papel, con lo cual se evitará el desperdicio.

Formato: Se refiere a la posición en que se usará el papel, es decir el vertical o el horizontal. El primero es el más clásico o más usado, sin embargo, el segundo, es de gran impacto. La sección de una u otra forma dependerá en gran medida de las intenciones del mensaje y de la estética o composición (vea la forma apaisada de la figura siguiente).



Según la página Web tuobra, (2006)

Imagen: Debe ser una síntesis que resuma la idea a la mínima expresión gráfica, sin dejar de ser clara y significativa. Sin embargo, tampoco son recomendables las simplificaciones exageradas, así como el abuso de abstracciones, ya que presentan dificultades para su comprensión o decodificación del mensaje, y por lo tanto, el número de observadores que perciban el mensaje será menor.

Formas: Las imágenes de los carteles están integradas por formas, que a su vez pueden ser de tres tipos: geométricas, abstractas o naturales.

En cuanto a su elaboración, las imágenes que se colocan en el cartel pueden ser: fotográficas o las dibujadas.

La tendencia actual es hacia la sencillez (minimalista), pues se sintetizan los elementos que lo integran; esto exige del realizador gran imaginación y creatividad.

El tipo de dibujo utilizado dentro de la propuesta para material promocional:

Caricaturizado: Es más adecuado, pero hay que usarlo con moderación y buen gusto, sin caer en la exageraciones. Por ejemplo, no hay que utilizar situaciones negativas como ridiculización, los objetos repugnantes y escenas dramáticas o hirientes.

Texto: Éste tiene una función doble en el cartel, por un lado refuerza el mensaje implícito en la imagen y por otro forma parte importante en la composición.

En este elemento del cartel debe cuidarse la redacción, el tipo de letra, tamaño de la misma y su ubicación.

Redacción: no debe ser muy extensa, sino más bien como un destello al observador que la

visualizará por unos segundos. Dicho en otras palabras, para que la percepción sea rápida los textos deben ser cortos, directos y claros; buscando al igual que la imagen, comunicar el mensaje con el mínimo de elementos, sin utilizar palabras o frases largas.

Clásicamente el cartel tiene dos elementos de texto muy importantes que son la entrada y la salida del texto, es decir, *una cabeza y un pie*.

La primera es fundamental para atraer la atención del transeúnte, pues es la frase que "pesca" a la distancia a la persona, obligándola a acercarse para leer un texto de menor tamaño que se encuentra por lo regular en la parte media del cartel. Este encabezado se escribe con letras de gran tamaño y en forma muy breve (cinco palabras cuando mucho).

El pie tiene como función rematar o completar la idea que se inició en el encabezado. Su función es reforzar lo dicho en la parte intermedia. La tipografía empleada en estos es un poco más pequeña, pero mayor a los textos intermedios.

El tipo de letra es también un elemento importantísimo, pues a través de ésta se puede transmitir significados emotivos y sentimientos; combinada con la imagen pueden resultar más impactante en su mensaje global.

Cita Esparza, (2002). Diferentes tipos de material promocional:

1. Postal

Es el pedazo de cartulina, pequeño y de forma rectangular o cuadrada, que lleva impreso uno o ambos lados.

Es una comunicación que usualmente se envía sin sobre. En la parte posterior se pone la dirección, el sello y el mensaje que se comunica. Es más barata que el correo por cuanto que no se involucra ninguna secretividad. Se emplea para comunicaciones breves, de poca



importancia, también para promover regiones, actividades, ciudades, lugares turísticos, entre otros.

2. Periódico

También de enorme influencia en la sociedad que proporciona credibilidad y valor testimonial, a lo largo del contenido presentado en la variedad de clases y tipos de ideologías que se manejan y se adaptan a determinados grupos sociales.

La ventaja de un periódico es que abarca a un grupo amplio de personas simultáneamente a diferentes grupos sociales acerca de una temática de interés general.

3. Vallas

Son carteleras gigantes situadas en las orillas de las carreteras, destinadas mayormente a la publicidad y a la difusión de mensajes de tipo político, cultural, económico; bien sea regional, nacional e internacional.

4. Revista

Es un medio impreso de gran alcance su publicación, que puede ser semanal, quincenal, mensual, etc. Algunas revistas se especializan en una temática en general por lo que logran captar la atención de un grupo más específico.

Artículos promocionales:

Dalley, (2006). Menciona que entre los artículos promocionales se encuentran:

1. Playera

Menciona que gracias a la versatilidad y bajo costo de la playera es utilizada en el diseño como medio alternativo para promocionar diversas campañas a nivel publicitario. El sistema de impresión utilizado en las playeras es la serigrafía.

2. Calcomanía

Es un medio de expresión del diseño gráfico y al mismo tiempo éste se sirve de ella; es reproducible y de bajo costo. Su procedimiento consiste en pasar imágenes de un papel a objetos diversos. Puede imprimirse en serigrafía como en litografía.

Según Programa de Especialización en Epidemiología de Campo - "PREC" (2005). Define el Material Educativo como:

Materiales educativos

Instrumentos físicos concretos, que portan mensajes educativos a través de uno o más canales o medios de comunicación educativa. Instrumentos que median la comunicación: Mensajes educativos.

Un medio educativo

Es un canal a través del cual se desplazan mensajes educativos. Todo medio educativo es un canal de comunicación pero no todo canal es un medio educativo.

Características de los Medios y Materiales

Los materiales educativos necesitan reunir características de calidad para que estos cumplan su función en el proceso formativo, respondan a las necesidades individuales y tengan un impacto positivo en el participante.

- Explícitos, bien contruidos, con un verbo operativo que permita evaluar los resultados.
- El participante debe saber qué será capaz de hacer al finalizar el programa.
- Estructurados, claros, coherentes, relevantes y modularizados. Los conceptos deben ser totalmente explicados, acompañados de ejemplos, gráficos, ilustraciones.
- Así mismo, su relevancia está en relación con la experiencia de la persona en formación. Frecuentes, formuladas con claridad, relacionadas con los contenidos.

Por medio de actividades el participante puede evaluar su aprendizaje y verificar sus avances. A través de un diseño atractivo, una introducción interesante, un estilo amistoso, de interacción con el material, de aplicación del aprendizaje y con una extensión razonable, se estimula el interés del participante

Las actividades y ejercicios facilitan el aprendizaje y su transferencia. El participante tendrá así la posibilidad de relacionar los contenidos del programa con su trabajo y experiencia. Los ejemplos y casos de estudio que se presentan deben basarse en la realidad.

1. • Manual

Es un material impreso o digital cuyo fin se centra en dar orientaciones para facilitar el desarrollo de un proceso metodológico.

Características de un manual:

- Es imperativo
- Tiene temas específicos
- Responde la duda que hay que hacer
- Explica paso a paso una secuencia de acciones sin razonamiento,
- Estructura lineal
- Debe ser formato fácil de utilizar (menor de media carta).
- Jerarquización de los datos y no siempre se enumeran la páginas.
- Es impersonal el trato.
- Explicación puntual
- Procedimiento

Estructura de un manual:

- Índice
- Introducción
- Contenido
- Evaluaciones

1. Según información recibida durante el curso de síntesis 3, por el catedrático Alejandro Azurdia, (2006) define el manual, sus características y su estructura.

6. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

6.1 PERFIL DEMOGRÁFICO^{1y3}

Personas del sexo masculino y femenino, con edades entre los 18 a 27 años de edad, viven en el área urbana principalmente en las zonas: 5, 6, 10, 11, 15 y en carretera a El Salvador, en la ciudad de Guatemala. Con un nivel socioeconómico medio.

Son personas que disfrutan de la vida, realizando actividades físicas. Algunos poseen trabajo pero en su mayoría son dependientes económicamente de su familia. Los que poseen trabajo, ganan mensualmente al rededor de Q4, 000 a Q8, 000. Los que son dependientes tienen un ingreso familiar entre Q12, 000 a 24,999 al mes.

En cuanto a educación, para los padres es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país. Los jóvenes que concluyeron sus estudios secundarios y se encuentran cursando sus estudios universitarios. Poseen un nivel de vida bastante holgado. Son hijos de ejecutivos de empresas privadas o públicas, los padres también pueden ser dueños de negocios medianos.

Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones. Además, disponen de la mayoría de los bienes de confort, en el servicio doméstico poseen 1 persona como mínimo. Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente recientes.

Viajan al extranjero por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.

1 Según información de prodatos, (2004).

3 Según Instrumento realizado para conocer al grupo objetivo.

6.2 PERFIL PSICOGRÁFICO^{2 y 3}

El entretenimiento para ellos se encuentra en la música, ya que disfrutaban de diversos movimientos musicales, marcados en dos tendencias:

Tendencias Latinas: principalmente el reggeton, la salsa y la música ranchera.

Tendencias Europeas y estadounidenses como: R&B, Punk, Electrónica, Dance hall y Rock.

Principalmente disfrutaban de salir a bailar, ver televisión y salir a comer a lugares como: Lugares de comida rápida y Cafés con tendencia lounge.

³ Para ampliar la información, sobre el perfil, se realizó una entrevista a la psicóloga Karina Ortiz.

Esta es la etapa en la cual se piensa en tener autonomía y "libertad", los jóvenes experimentan. Por lo general, dado que en el colegio y en casa han tenido límites muy marcados, su forma de experimentar es en el desborde (fiestas, bebidas, actividades extremas, etc.

En este momento, los jóvenes intentan formar parte de grupos y se plantean ideales por alcanzar. A veces se sienten perdidos pues han vivido de acuerdo a los valores de su hogar y estos probablemente no corresponden a los de la sociedad. Deben encontrar su propio camino.

En cuanto al desempeño Académico pueden verse dos tendencias: aquellos que se orientan al ideal y se esfuerzan por "llegar a ser" profesionales,

rodeándose de amistades que se orientan a lo mismo. Y por otro lado, aquellos que buscan diversión constantemente y no establecen compromiso con nada ni con nadie, sus conductas se tornan auto-destructivas.

Como base se podría decir que se requiere de un grupo al que se le facilite la experimentación y que posea capacidad de cambio, además, tomar en cuenta que ellos serán la base para un cambio de actitud a mediano plazo dentro de la sociedad guatemalteca, por lo que se requiere de personas que influyan de manera positiva en la sociedad.

Las formas de entretenimiento que suelen tener se dividen en dos grupos:

1er. Hobbies/Alternativo (familias con más libertad) que suelen frecuentar teatros, cafés, tiendas de libros, galerías de arte, 4 grados o centros culturales casi todos los días.

2do. Son los de Status (poca supervisión de padres) que suelen frecuentar discotecas de moda, bares reconocidos o reuniones en casas, y tiene un alto consumo de cigarrillos, bebidas alcohólicas, etc.

El trato entre sí suele ser agresivo verbalmente. Incluso, entre más confianza y afecto se tienen peores adjetivos (utilizados casi como nombres (sustantivos)) utilizan para llamarse entre sí.

En cuanto a viajes que realicen tienden a buscar más que todo experiencias significativas como: encuentros personales, encuentros con otras culturas, conocer lugares interesantes, conocer lugares en donde puedan alejarse y divertirse y algunos pocos buscan donde descansar.

2 Según entrevista realizada a Karina Ortiz, especializada en Psicología Clínica en la Universidad Rafael Landívar, se desarrolló el perfil psicográfico de los jóvenes.

3 Según Instrumento realizado para conocer al grupo objetivo.

7. PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

Para definir el concepto, se realiza un juego de palabras o frases que se busca a través de tres ejercicios conceptuales: lluvia de ideas, analogías y opuestos. (Para poder llegar al concepto central, el cual se debe reflejar en todo el material gráfico de manera que se transmita el mensaje deseado de una forma optima para el grupo objetivo).

La lluvia de ideas que a continuación se presenta está relacionada con la discapacidad, habilidades especiales, bienestar social, derechos humanos.

Discapacidad: dependencia, deficiencia, limitación, cuidado, paciencia, comprensión, lucha, restricción social, reintegración, carencia, parcialidad, sensorial, física, mental, participación, condición de salud, estilo de vida, adaptación del ambiente, desigualdad.

Habilidades especiales: sensoriales, físicas, adaptación, mejoramiento, agudización, igualdad, extra, capacidad, potencialidad, actividad, explotar, enfocar, retribución, independencia, cuidado propio, reintegración, ejemplo, incentivar, apoyo, salir adelante.

Bienestar social: reintegración, calidad de vida, paz, tranquilidad, salir adelante, físico, ambiental, mental.

Derechos humanos: rehabilitación física, social, psicológica, educación especial, formación profesional, acceso a todo servicio, no a las barreras arquitectónicas, servicios de comunicación especiales, participación en actividades políticas y de trascendencia nacional, obligaciones, responsabilidades sociales, no explotación, grupos, garantizar la calidad de vida.

Personas con habilidades especiales, motivación, salir adelante, progresar, apoyo, cuidado, deseo de autonomía, comprensión, paciencia, amor, alegría, actitud, superación, empeño, prejuicios, fortaleza, sensibilización, sensibilidad, lucha, personas, igualdad, visión, salud, demostrar habilidades.

Selección de palabras clave:

Barreras-habilidades
Prejuicios-romper
Lucha-igualdad
Demostrar-vida
Trascender-actitud

FRASES RELACIONADAS CON LAS PALABRAS ANTERIORES:

Frases

Rompiendo barreras, demostrando habilidades.
Rompiendo las barreras con habilidad
Rompiendo los prejuicios que nos atan.

Con actitud se trascenderá
Con actitud, lograremos trascender
Logremos trascender con actitud
Trascendencia con actitud

Frase seleccionada:

Trascendencia, con actitud

Se escogió este concepto debido a que expresa la actitud de cambio que se desea transmitir en la

campana, la trascendencia es por el cambio de que se busca, también es para darle énfasis a la importancia sobre el tema de discapacidad, con la actitud se va a buscar es trascendencia, para provocar ese cambio.

ANALOGÍAS

Palabras relacionadas con el propósito de la campaña:

Cambio
Libertad
Capacidad
Bienestar
Trascendencia

Frases

El bienestar es como un atardecer en el ocaso.
El propósito de cambio es como un nuevo amanecer.
El cambio es como un rayo luz que ilumina en la oscuridad.
La falta de bienestar es como una eternidad sin felicidad.
El bienestar es tan necesario como el aire que respiramos.

Frase seleccionada:

El cambio es como un rayo luz que ilumina en la oscuridad.

Se tomó ese concepto en base a la esperanza de cambio que se desea proponer en el material, tomando en cuenta que todo cambio es progresivo, y por lo tanto no es un cambio que se dará de la noche a la mañana, ese rayo de luz en la oscuridad es la esperanza en que la pequeña porción se expanda con el tiempo y se llegue a un cambio total.

Para los opuestos se elaboró la siguiente lluvia de ideas, tomando como base el proceso de reintegración de las personas con habilidades especiales:

Fortaleza, voluntad, paciencia, amor, potencia, progreso, cuidado, lucha, dominio, superación, actitud, libertad, trascendencia, visión, vida, concentración, progreso, continuidad, empeño, corazón, alegría, satisfacción, apoyo, meta, actitud positiva, personalidad, incapacitado, barreras.

OPUESTOS

Fortaleza-debilidad
Igualdad-diferencia
Progresar-fracasar
Cuidado-abandono
Lucha-rendirse
Potencia-debilidad
Positivo-negativo
Incapacidad-capacidad
Trascendencia-simplesza
Visión-oscuridad
Meta-inicio
Libertad-Barrera

Frasas

Rompiendo barreras conociendo capacidades
Rompiendo barreras a través de las capacidades
La diferencia esta en romper las barreras
Las barreras se rompen conociendo las capacidades
Conociendo las capacidades se rompen las barreras
Con actitud y personalidad romperemos las barreras
Rompiendo las barreras con actitud

Frase seleccionada:

Rompiendo las barreras con actitud

El opuesto que se tomo fue barreras, ya que es el sentimiento que se desea atacar, mostrando una actitud positiva.

Se interesa rescatar la palabra actitud, ya que, lleva hacia la manera en que ellos deben ver la vida, como una lucha diaria por integrarse a las cosas simples y complejas de la vida, además, porque De las frases principales y de las listas anteriores, se utilizó lo más esencial para poder transmitir el concepto que pretende reflejar, igualdad y reintegración, para romper con los prejuicios con que la sociedad ve a las personas con habilidades especiales.

Siendo este el concepto central:

“Rompiendo las barreras con actitud”.

Con este concepto se transmite que las personas con habilidades especiales poseen actitud y que por ende se desean potenciar esa cualidad para mostrarle a la sociedad una visión positiva. Ya que a pesar de las limitaciones que poseen, salen adelante, por medio de la actitud con la que ven la vida. Como una superación constante. Este concepto encierra la imagen que se desea trabajar en el material. Ya que las barreras son los prejuicios y la actitud es la estrategia para atacarlos y vencerlos.

8. CONTENIDO DE MATERIAL GRÁFICO

8.1 CONTENIDO DE TEXTO

Testimonios de Personas con habilidades especiales

Material Promocional

1. Testimonio de persona con trauma craneo encefálico grado 3.
2. Testimonio de persona no vidente
3. Testimonio de persona con paraplejia.
4. Testimonio de persona con sordera bilateral profunda.

Material Educativo

5. Juegos motrices sensibilizadores
 - 5.1 Dibujo
 - 5.2 ¿Qué es?
 - 5.3 Collage expresivo
 - 5.4 Mímica
 - 5.5 Carrera en parejas
 - 5.6 Pie pintor
 - 5.7 Boca escritora
 - 5.8 ¿Qué es?
 - 5.9 Teléfono descompuesto
 - 5.10 Circuito cerrado
 - 5.11 Ruido escondido
 - 5.12 Pingüinitos
6. Reflexión

8.2 CONTENIDO GRÁFICO

ELEMENTO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
FORMATO	Generar impacto visual por tamaño.	<p>Para material promocional Se podrán usar formatos verticales u horizontales que permitan legibilidad y comprensión del material. Con un tamaño mínimo de 14 x 20plgs y un máximo de 28 x 40plgs.</p> <p>Playera tipo polo color banca en tamaños: pequeño, mediano, grande y extra grande.</p> <p>Para material educativo Se podrán usar formatos verticales u horizontales que permitan legibilidad y comprensión del material. Con un tamaño mínimo de 3.25 x 4.25plgs y un máximo de 5.5 x 8.5 plgs.</p>	Deberán reflejar curiosidad
COLOR	Generar impacto visual.	<p>Se utilizarán colores calidos en mayor cantidad, con su color complementario.</p> <p>Full color CMYK</p>	Deberán reflejar sensación de curiosidad.

<p>TIPOGRAFÍA</p>	<p>Jerarquizar los contenidos dentro del diseño.</p> <p>En títulos Impacto</p> <p>En subtítulos</p> <p>Caja de texto</p>	<p>EN MATERIAL PROMOCIONAL</p> <p>En títulos se utilizarán tipografías serif y san serif. Tipografías realizadas a mano, escaneado y manipulado en Photoshop. Tamaño mínimo de 40pts. Y un máximo de 60pts.</p> <p>Caja de texto Tipografías digitales san serif. Tamaño mínimo de 12pts. Y un máximo de 18pts.</p> <p>EN MATERIAL EDUCATIVO</p> <p>En títulos se utilizarán tipografías serif y san serif. Tipografías realizadas a mano, escaneado y manipulado en Photoshop. Tamaño mínimo de 15pts. Y un máximo de 25pts.</p> <p>En subtítulos se utilizarán tipografías digitales san serif con textura visual. Tamaño mínimo de 10pts. Y un máximo de 12pts.</p> <p>Caja de texto Tipografías digitales san serif. Tamaño mínimo de 8pts. Y un máximo de 12pts.</p>	<p>Títulos: Deberán reflejar dinamismo.</p> <p>En subtítulos</p> <p>Caja de texto: Deberá reflejar optimismo.</p>
<p>IMAGEN</p>	<p>EN MATERIAL PROMOCIONAL</p> <p>Reforzar la imagen que se desea reflejar de las personas con habilidades especiales.</p>	<p>EN MATERIAL PROMOCIONAL</p> <p>Fotografía Se utilizarán fotografías de una forma más cercana a la realidad de, que faciliten lo que se quiere transmitir en el material.</p> <p>Se contemplará la utilización de las fotografías full color a color con manipulación digital a dúo tono y en blanco y negro, con variaciones de tonos y</p>	<p>EN MATERIAL PROMOCIONAL Y EDUCATIVO</p> <p>Deberán reflejar sensación de extroversión.</p>

	<p>EN MATERIAL EDUCATIVO</p> <p>Ejemplificar las actividades contenidas en el material.</p>	<p>texturas para que se integren dentro del material.</p> <p>Ilustración Se realizarán ilustraciones hechas a mano con nivel de abstracción medio y alto. A línea con pruebas de color.</p> <p>Ilustraciones que ayuden a la animación de las fotografías dentro del material.</p> <p>EN MATERIAL EDUCATIVO</p> <p>Personajes realizados a mano, a línea y con alto nivel de abstracción y pruebas de color para ejemplificar las actividades contenidas en el material.</p>	
Ejes de Diagramación	<p>Deberá ayudar a que la composición refleje la imagen que se le quiere dar a la campaña.</p>	<p>Para que apoye el concepto se utilizarán ejes libres.</p>	<p>Deberá reflejar libertad.</p>
Soporte	<p>Hacer presentable el material.</p>	<p>Promocional Texcote y Tela</p> <p>Educativo Cauché.</p>	<p>Sensación de calidad.</p>

9. TABLA DE REQUISITOS

9.1 ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

La estrategia de implementación desarrollada, es una propuesta para el programa PROGEDIS, en el cual ellos podrán planificar detalladamente el semestre en que se desarrollará, los días específicos y horarios. Dicha estrategia, fue creada para proporcionarles una guía sobre el orden de las actividades a realizar, y el uso de los materiales realizados.

Se empieza la estrategia de implementación, con la reproducción del material Promocional, formativo e informativo, reproducido por PROGEDIS, siendo estos: Afiches, Manual y Playera, para poder distribuirlos durante seis meses que durará la campaña, para sensibilizar a los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar.

La campaña inicia el primer día del primer semestre de universidad, en el cual se comenzará a promocionar la actividad durante 3 meses con los 4 afiches de expectativa, colocando uno a la vez.

Después, cuando se coloque el último afiche de los 4, se comenzarán a utilizar el manual, con juegos sensibilizadores, dentro de las instalaciones de la Universidad Rafael Landívar, para que los estudiantes puedan tener experiencias similares a las que tienen las personas con habilidades especiales. A la campaña asistirán personas con habilidades especiales que interactuarán con los estudiantes. Las actividades del manual serán planificadas por Facultad, esto ayudará a llevar un orden sobre las personas a las que ya ha sido

La playera, será utilizada por los coordinadores de la campaña y por personas con habilidades especiales durante la campaña para poder ser identificados por los estudiantes.

Como punto final en la campaña, en el último mes se colocará el último afiche, que promocionará la actividad final que consiste en un torneo de básquetball, en donde interactuarán personas con habilidades especiales y estudiantes de la Universidad Rafael Landívar.

9.2 DESCRIPCIÓN DE CADA PIEZA

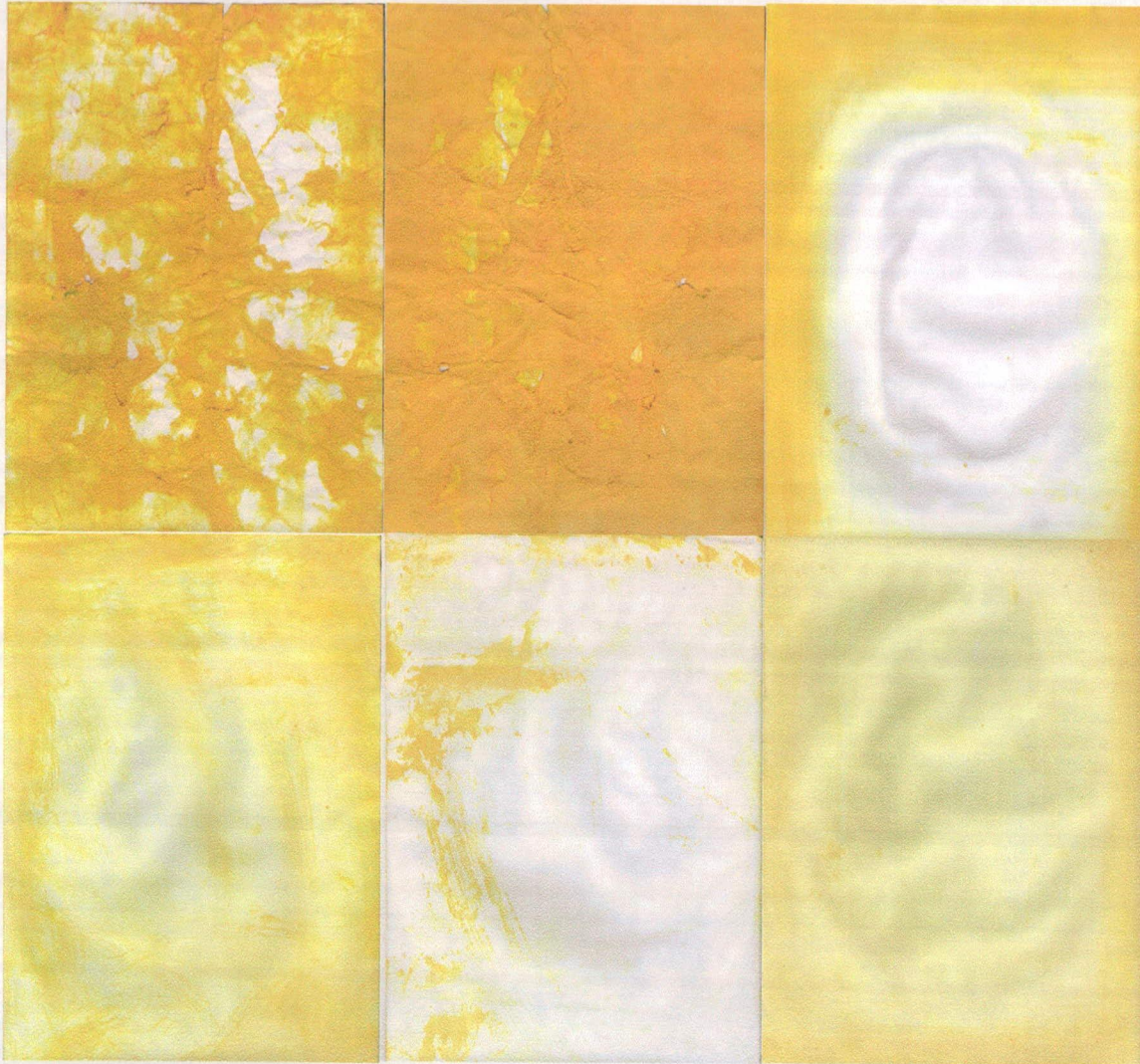
PIEZA	MEDIO		FORMA DE DISTRIBUCIÓN		
	FÍSICO	CARÁCTER	A TRAVÉS DE QUIEN	DURACIÓN	LUGAR
<p>AFICHES</p> <p>Afiche de carácter formativo e informativo, sensibilización sobre el tema discapacidad y promoción de actividades a realizarse en la campaña.</p>	Impreso	Promocional formativo e Informativo.	La persona encargada de los afiches es Ana Meléndez del departamento de comunicación social, del programa PROGEDIS.	<p>3 de carácter formativo</p> <p>Estarán colocados durante tres meses durante la etapa de promoción de la campaña.</p> <p>1 afiche de carácter formativo, informativo</p> <p>Estará colocado durante el último mes del semestre, después de los afiches anteriores, para promocionar la actividad que culminará la campaña.</p>	<p>Serán colocados en diferentes carteleras dentro de la Universidad Rafael Landívar.</p> <p>Con una altura mínima de:</p> <p>1.20 mts.</p>

<p>MANUAL</p> <p>Enseñar los diferentes juegos que se pueden aplicar para sensibilizar sobre el tema.</p>	<p>Impreso</p>	<p>Promocional formativo</p>	<p>La persona encargada de repartir los manuales a los coordinadores de la campaña es Ana Meléndez del departamento de comunicación social, del programa PROGEDIS.</p>	<p>Los manuales serán utilizados durante el penúltimo mes del semestre, durante la etapa de promoción de la campaña.</p>	<p>Serán utilizados dentro de las instalaciones de Universidad Rafael Landívar.</p>
<p>PLAYERA</p> <p>Promover la causa de la campaña e identificar a los coordinadores de los diferentes</p>	<p>Serigrafía</p>	<p>Promocional</p>	<p>La persona encargada de repartir las playeras a los coordinadores de la campaña es Ana Meléndez del departamento de comunicación social, del programa PROGEDIS.</p>	<p>La playera será utilizada durante la promoción de la campaña hasta la culminación de la misma.</p>	<p>Será utilizada dentro de las instalaciones de Universidad Rafael Landívar.</p>

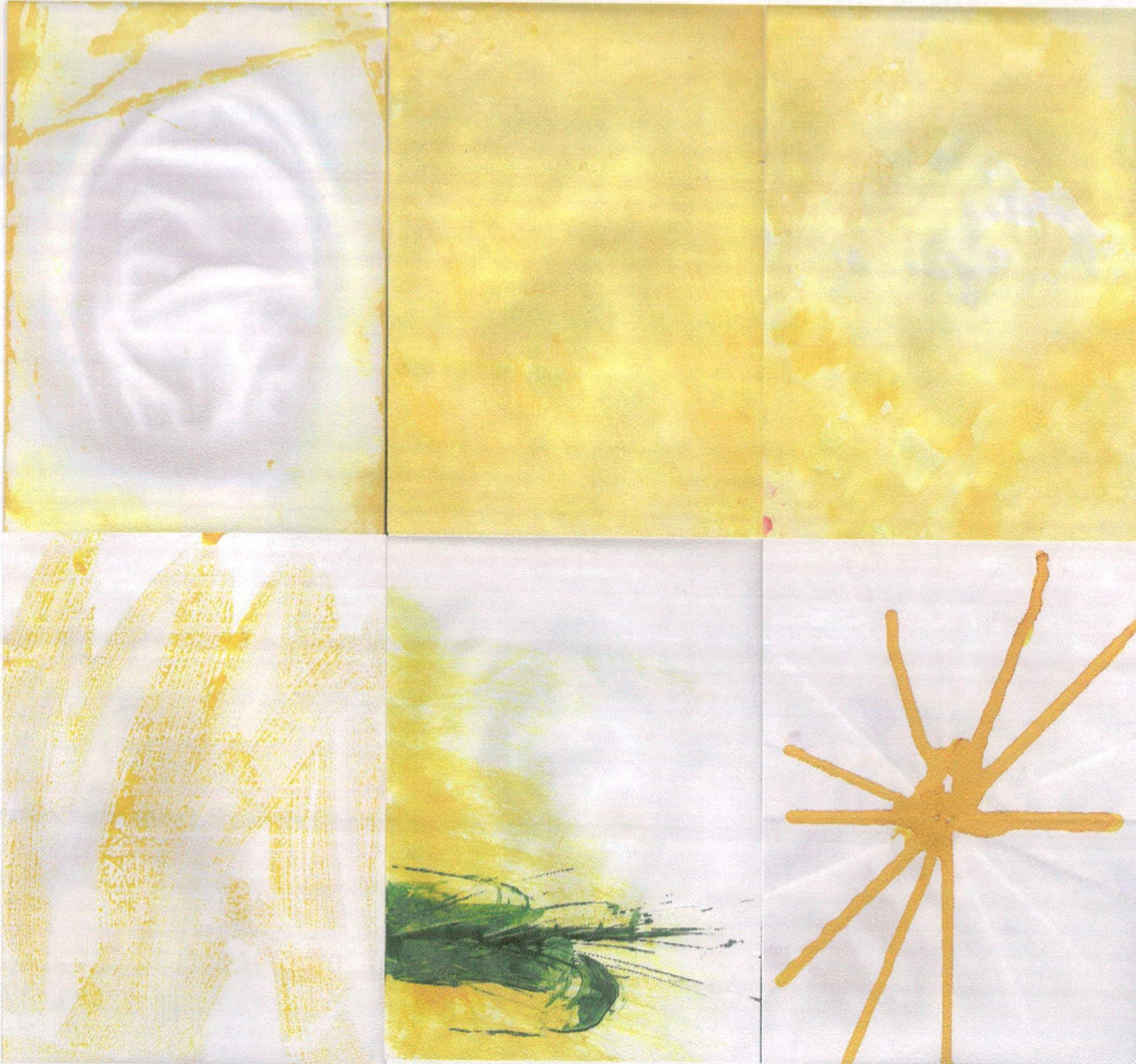


10. BOCETAJE Y PROPOSTA PRELIMINAR

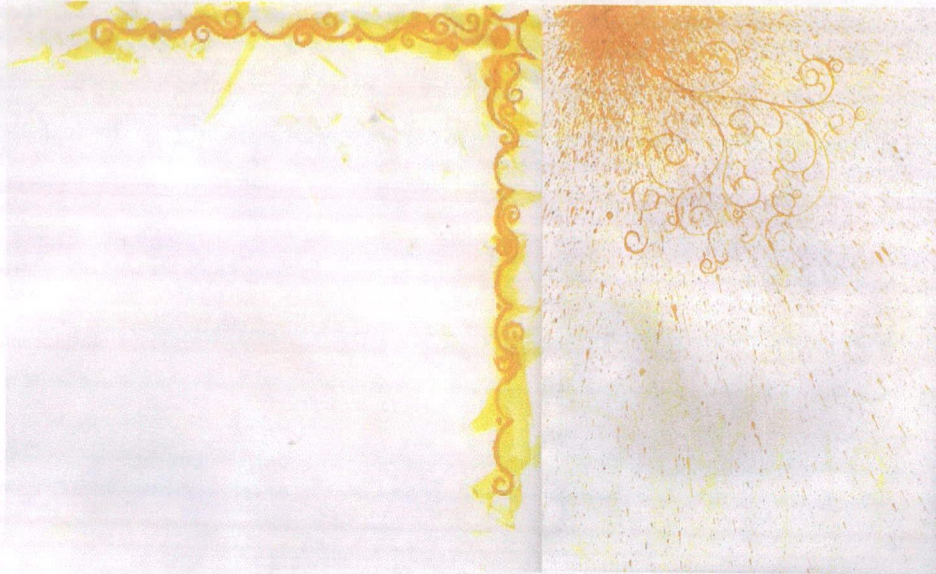




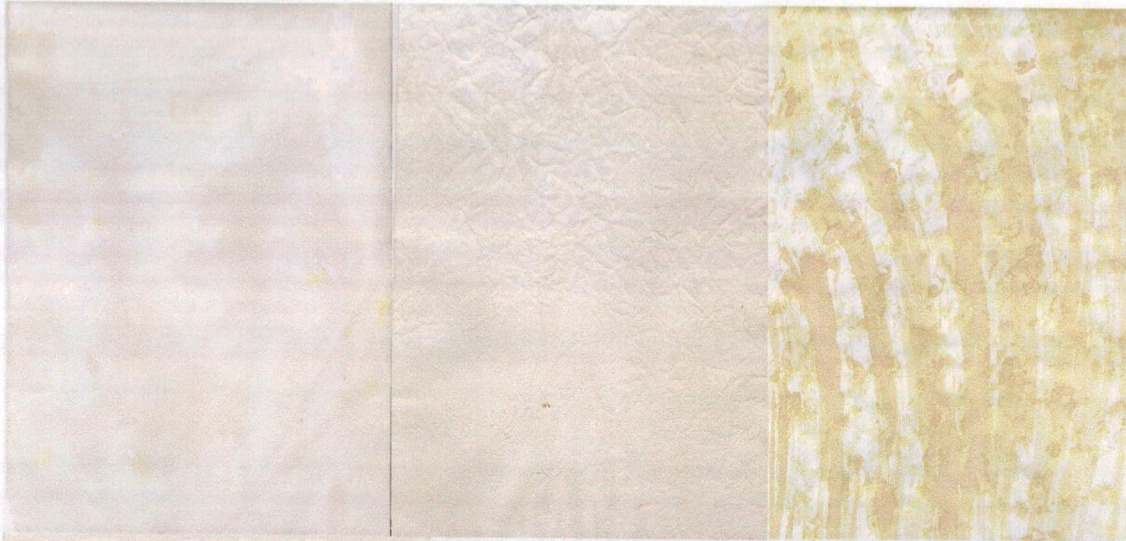
Se comenzó experimentando con texturas hechas a mano con esencias naturales, en este caso es una esencia de crema, comestible. Se experimentó tanto en textura, como en intensidad de color y manipulación del papel.



Se siguieron experimentando texturas y pruebas de color para encontrar texturas que favorecieran al diseño, en algunos casos se realizaron técnicas mixtas, de acuarela verde sobre la esencia para ver si se mostraba interesante la mezcla.



Después de realizar texturas realizadas un poco al azar, se fue un poco al proceso más puntual, realizando grafismos con la esencia aplicada con plumilla, buscando formas orgánicas que favorecieran el diseño, siempre con un poco de libertad se realizaron trazos al azar para seguir con la línea de texturizado.



Después, se siguieron realizando texturas con esencia de vainilla, siguiendo el mismo proceso que el mencionado con la esencia de crema, se realizaron pruebas de textura y tonalidad de color, trazos libres y por último de la misma forma se realizó un grafismo orgánico con la esencia.

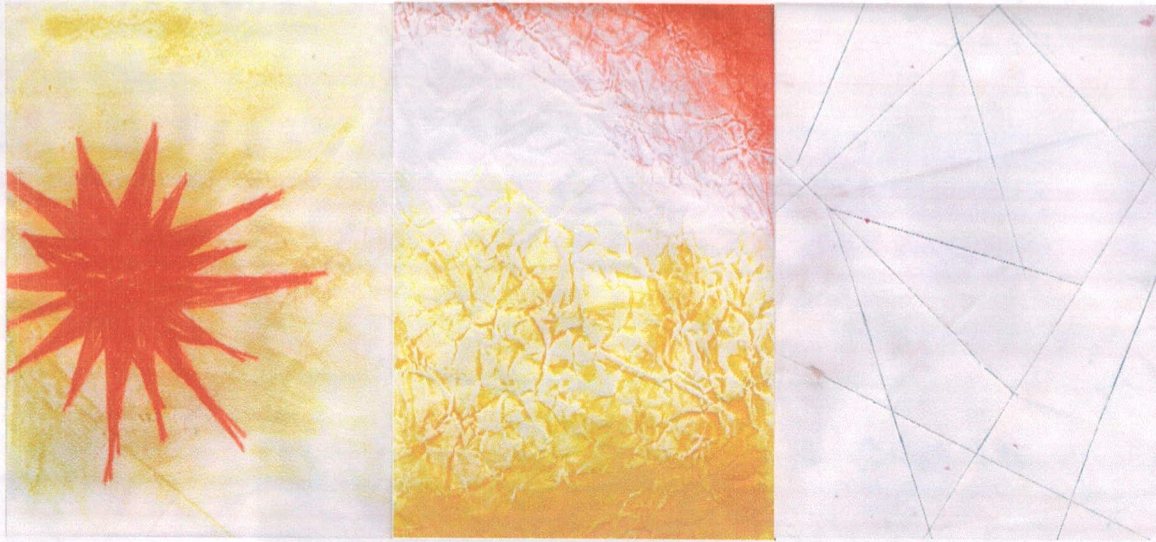


TEXTURAS

FASE 3



Al experimentar con ambas esencias por separado, se mezclaron sobre papel kraft y periódico, para ver cómo combinaban, además se agregó la técnica de pastel seco, y se realizó una composición junto con las tiras de papel y cinta adhesiva, proponiendo la ubicación de los textos.



Se experimentó también con la técnica pastel seco, manipulando tanto el papel como la textura que se pudiera lograr con los caracteres de la técnica.

TEXTURAS

FASE 5



Se intentó experimentar de alguna forma con cera líquida y colorante natural, pero fue fallido, ya que fue difícil trabajar con el material y la manipulación se ve forzada.



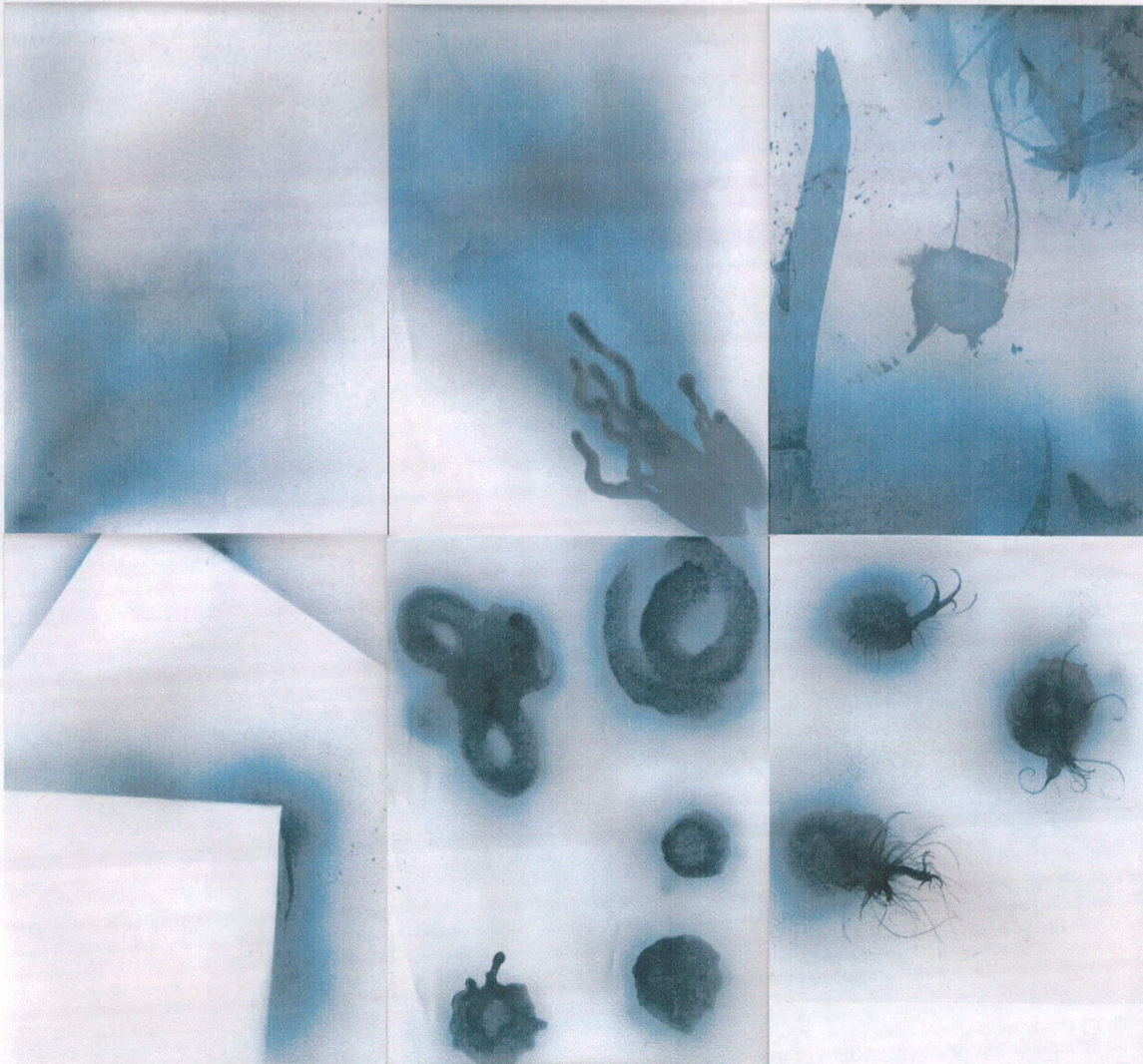
Al final se logró manipular la cera, aplicándola desde la vela hacia el papel, sobre tinte vegetal y esencia de crema, logrando textura interesante. Además también se probó sobre una textura de esencia un poco más simple, logrando formas interesantes.

TEXTURAS

FASE 7

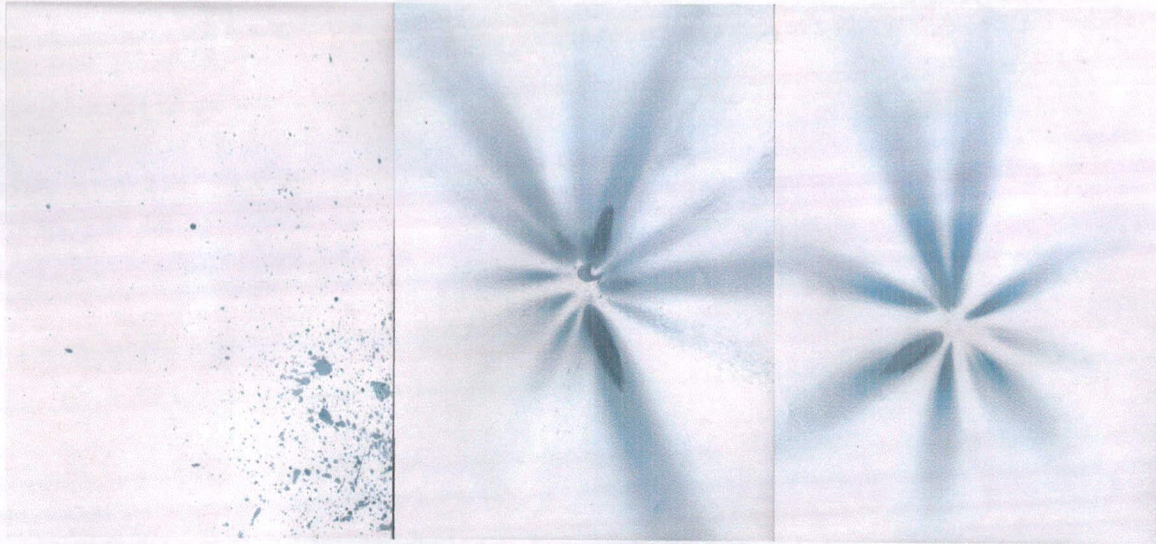
Por último, se experimentó con spray, diferentes formas interesantes, respaldando en la libertad y expresión que se requiere en la tabla de requisitos.

Se tomaron diferentes ángulos, tamaños, formas para enriquecer el diseño.



TEXTURAS

FASE 7



Siguiendo con las texturas con spray, realizando unas texturas con efecto de profundidad.



LABCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNOOPPQQRRSSTTUUVVWXXYYZ
234567890

abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890
abBccddeeffghhijjkkllmmnnnooppqqrrssttuuvvwwxxyyz
234567890

abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890
abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890

LABCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNOOPPQQRRSSTTUUVVWXXYYZ
234567890

abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890

ABBCDDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNOOPPQQRRSSTTUUVVWXXYYZ
234567890

abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890

abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890
abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890

abBcCdDeEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
234567890

Se inició, tomando referencia de diversas tipografías que expresaran dinamismo, según la tabla de requisitos, por lo que al escoger las referencias se tomó en cuenta la variedad, forma y expresión.



Se sigue con la fase de recopilación de referencias para la elaboración de los títulos.

AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNÑÑOOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
0000000000 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNÑÑOOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AaDbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNÑÑOOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^

AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNÑÑOOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890 1"#%&/()=?!*@-~_`+^



AABBCDDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNN OOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890
aabbccddeeffgghhijjkkllmmnnnooppqqrrssttuuvvwwxxyyzz
1234567890

APROBADO

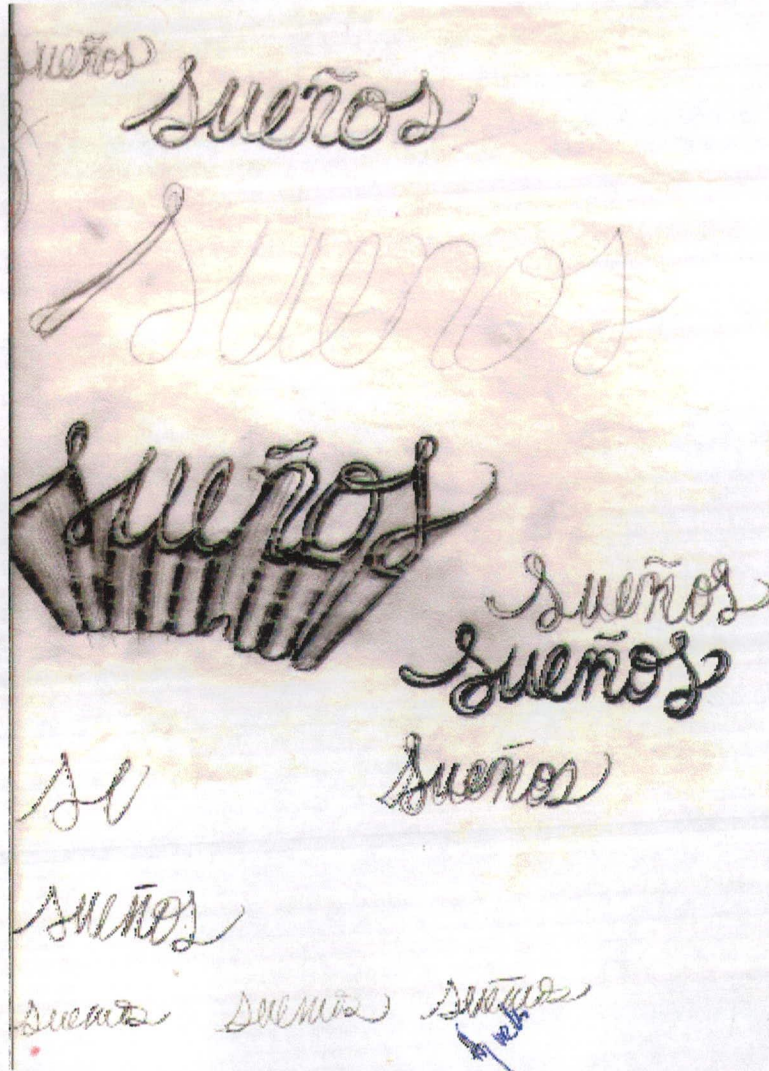
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890
aabbccddeeffgghhijjkkllmmnnnooppqqrrssttuuvvwwxxyyzz
1234567890

AABBCDDDEEFFGGHHIIJJLLMMNN OOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890

AABBCDDDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNNNOOPPPQRRRSSTTUUVVWXXYYZ
1234567890
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZ
1234567890

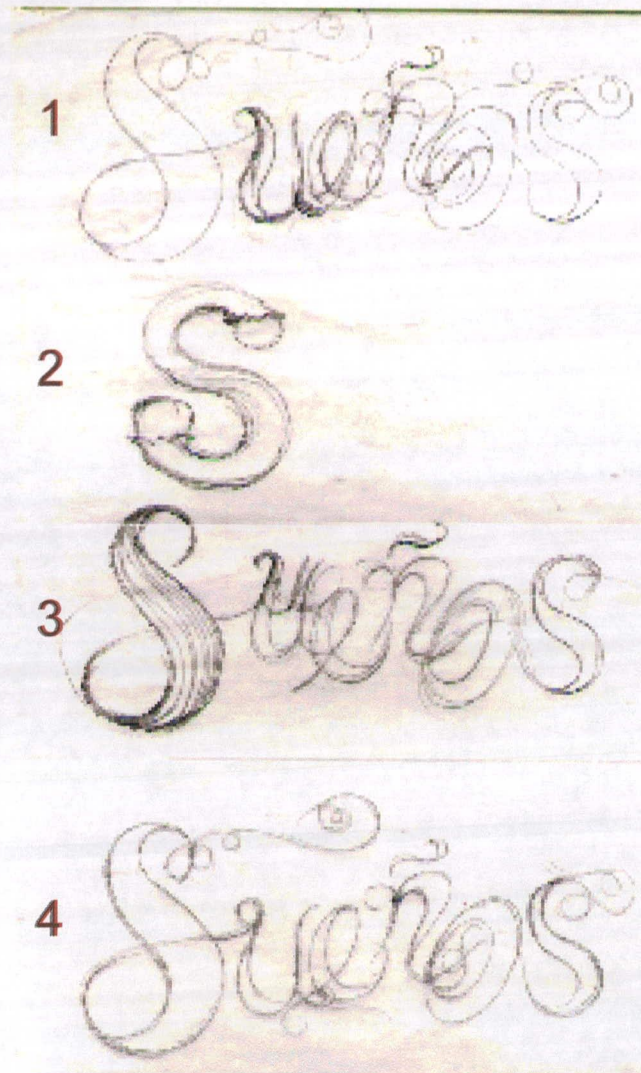
Buscando también tipografías que se pudieran utilizar para los subtítulos dentro del manual, quedando la segunda tipografía, de arriba hacia abajo.





Después de tomar referencia de las tipografías, se comenzó a trazar las primeras tipografías manuales, que expresaran visualmente lo que quieren decir, en este caso la palabra sueño, usando tipografías script.





Ya después, la tipografía evolucionó, tomando en cuenta, el tipo script, pero combinado ya con otros tipos para la letra inicial.

La letra inicial que más se adaptó a la idea fue la cuarta S de arriba hacia abajo, más adelante se mostrará su evolución.



Ya que en un principio se buscaba generar impacto con la tipografía, se probó con una tipografía estilo comic, para generar ese impacto, buscando diferentes ángulos, pero sin éxito, ya que la tipografía no lograba expresar visualmente el juego de palabras que se realizó en la campaña.

Di disfrut

DISFRUTAR

DISFRUTA
DISFRUT

Aranda

Al inicio se puede observar que se quiso seguir con el tipo comic, usando mucha perspectiva, y sin un estudio profundo sobre los tipos de letra a utilizar.

Con el último titular, hubo una mejor evolución, ya que se comenzaron a mezclar tipografías más elaboradas e interesantes.



Se probó también con otros titulares que servirían para el afiche de promoción, siempre buscando expresar la palabra, pero el título soló se quedó en esa fase ya que se cambió de concepto la invitación.





Después de la evolución en la mezcla de tipografías, se realizaron estas tres propuestas, en la primera propuesta, se puede observar el texto marcado con una línea por debajo, esta anotación, mostró que el eje del título se encontraba muy rígido, igual que la tercera propuesta; al contrario de estas, la segunda propuesta mostró dinamismo y más soltura, por el eje curvo que se le aplicó.

Además en esta etapa se muestra la evolución de la letra S realizada anteriormente.

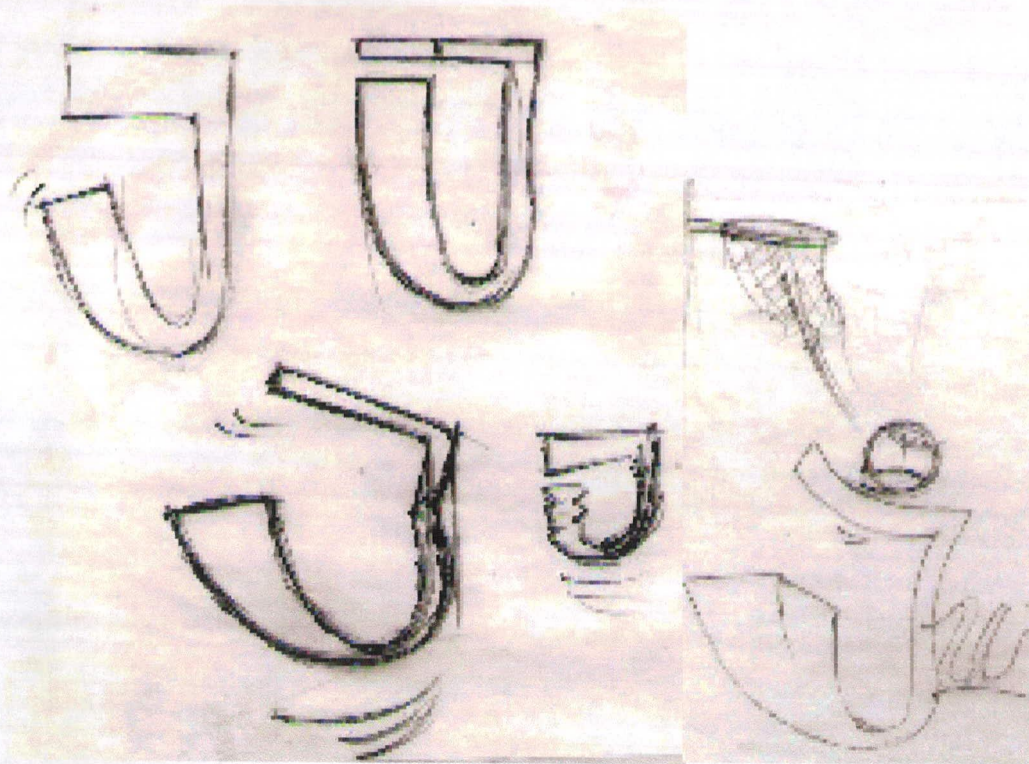
Disfrutar
Escucha

Al probar el eje curvo, las propuestas 3 y 4 quedan como finales para ser utilizadas en los afiches, además, el título de escuchar, fue reemplazado, más adelante se muestra la palabra por la que se sustituyó.

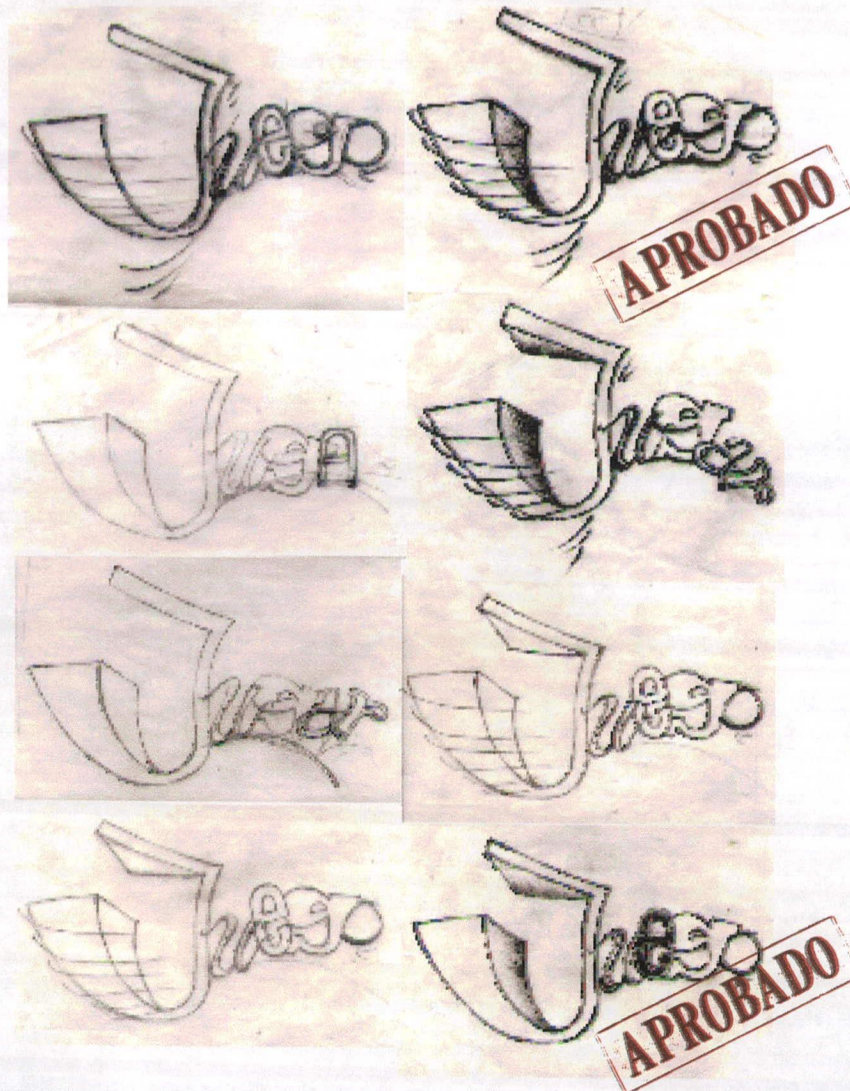
Soñar
APROBADO

Disfrutar
APROBADO





En esta etapa, se siguió diseñando tipografía, esta vez para un afiche de juego y para el manual de juegos motrices, pero casi todas carecían de personalidad, sólo la última propuesta, se destacó de las demás ya que mostraba la actitud de juego.



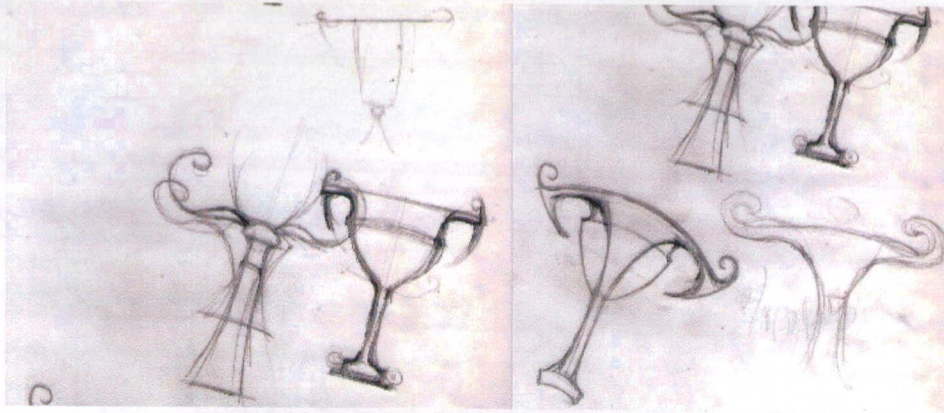
La propuesta de la letra J se adaptó a diferentes tipos de letra para integrar la palabra Juego que es una palabra clave para la campaña, quedando 2 propuestas para diferentes materiales dentro de la campaña.





Para la tercera propuesta de la palabra Juego, se buscó un tipo diferente, pero que mostrara la misma actitud de la J utilizada en las propuestas anteriores.





Como se mencionó antes, la palabra escuchar fue omitida, y en su lugar se propuso la palabra triunfar, ya que es el sello que completa el juego de palabras positivas.

Primero se realizaron bocetos de la forma que se quería hacer la letra inicial del titular, tomando como base un trofeo, se realizaron abstracciones del trofeo que se pudieran integrar a la letra T, mostrando la evolución, tanto de la palabra titular, como de los tipos que componen la palabra.





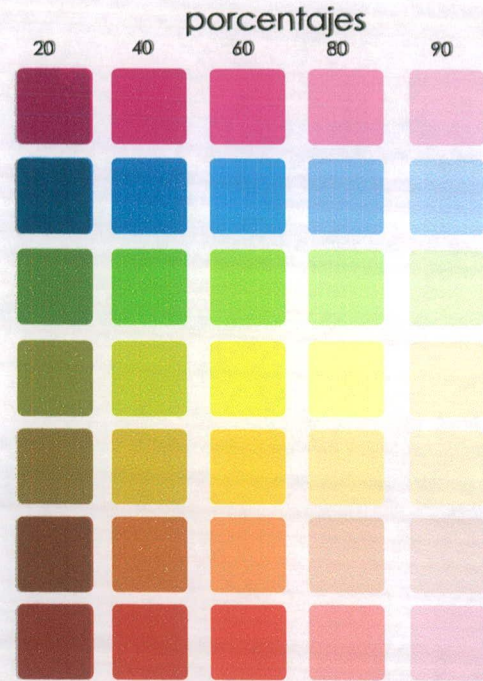
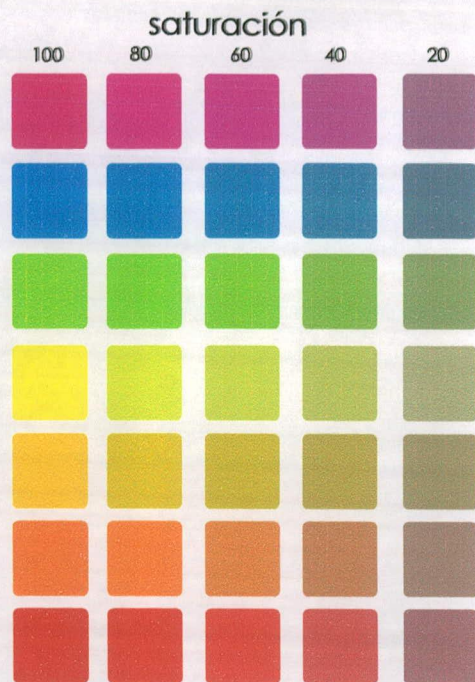
Esta es la propuesta final de la palabra triunfar, integrando la letra inicial junto con las demás letras.

Se seleccionaron letras predefinidas para crear estos subtítulos, tomando en cuenta los parámetros de las demás propuestas.



COLOR

FASE 1

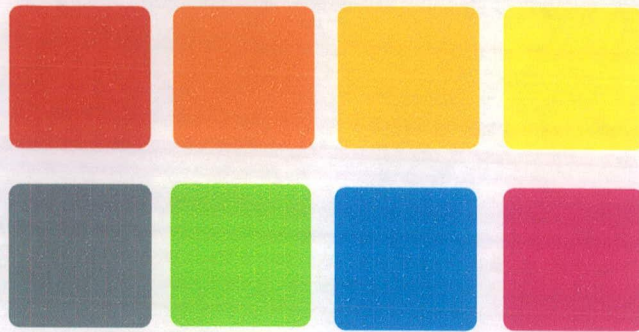


Se inició visualizando la paleta de color con opciones generalizadas, observando saturaciones y porcentajes, para determinar de qué manera se utilizarían los colores.

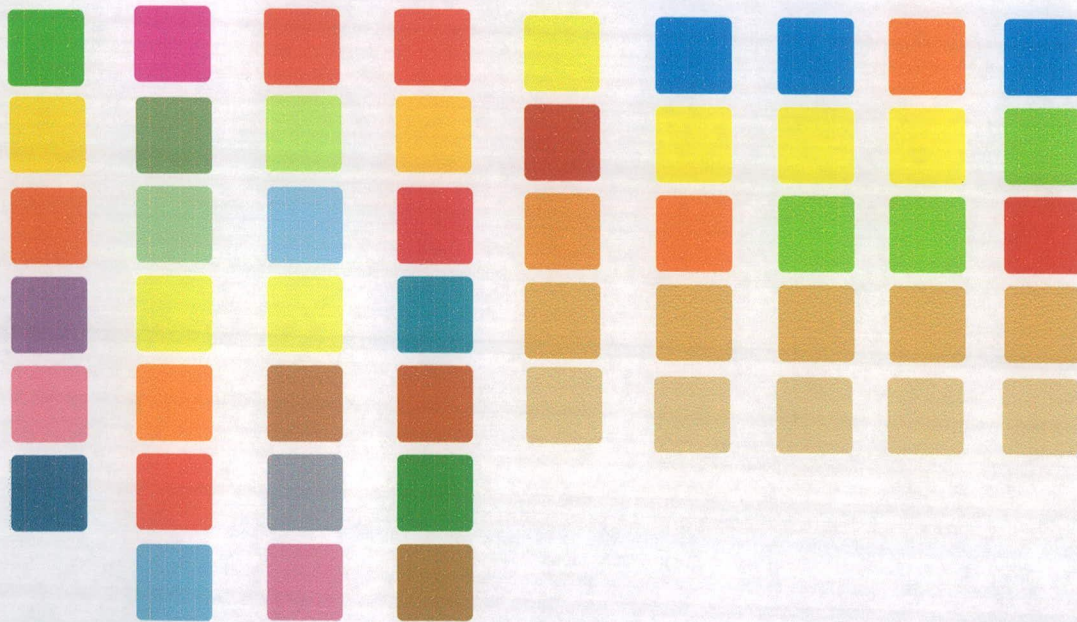


COLOR

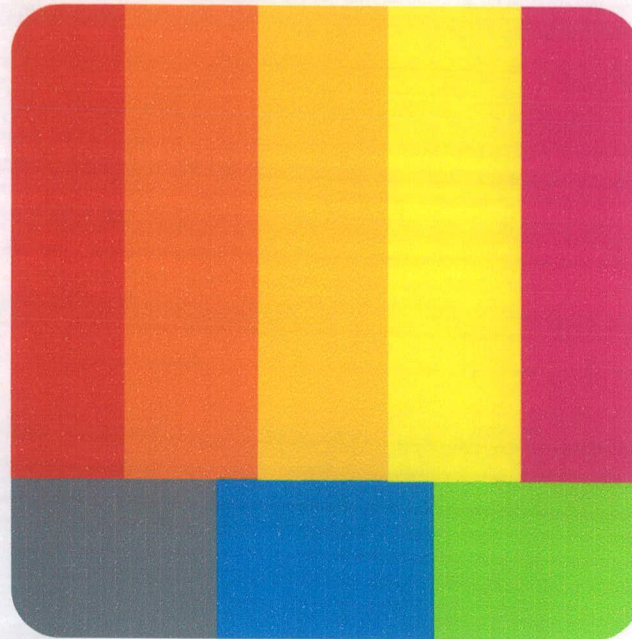
FASE 2



Después se estudió la combinación de colores, es decir, de qué manera interactuarían, determinando la paleta de color final, integrada por 8 colores.

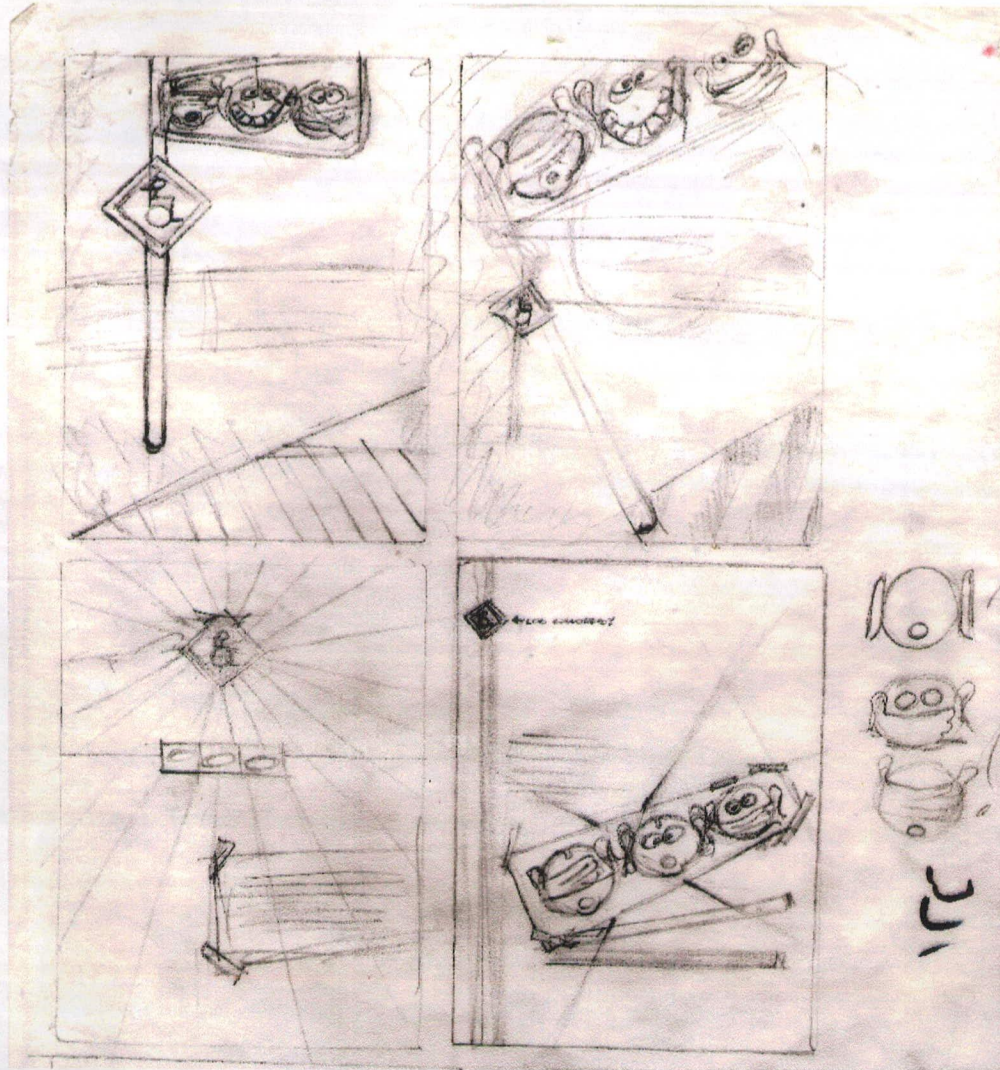


COLOR FASE 3

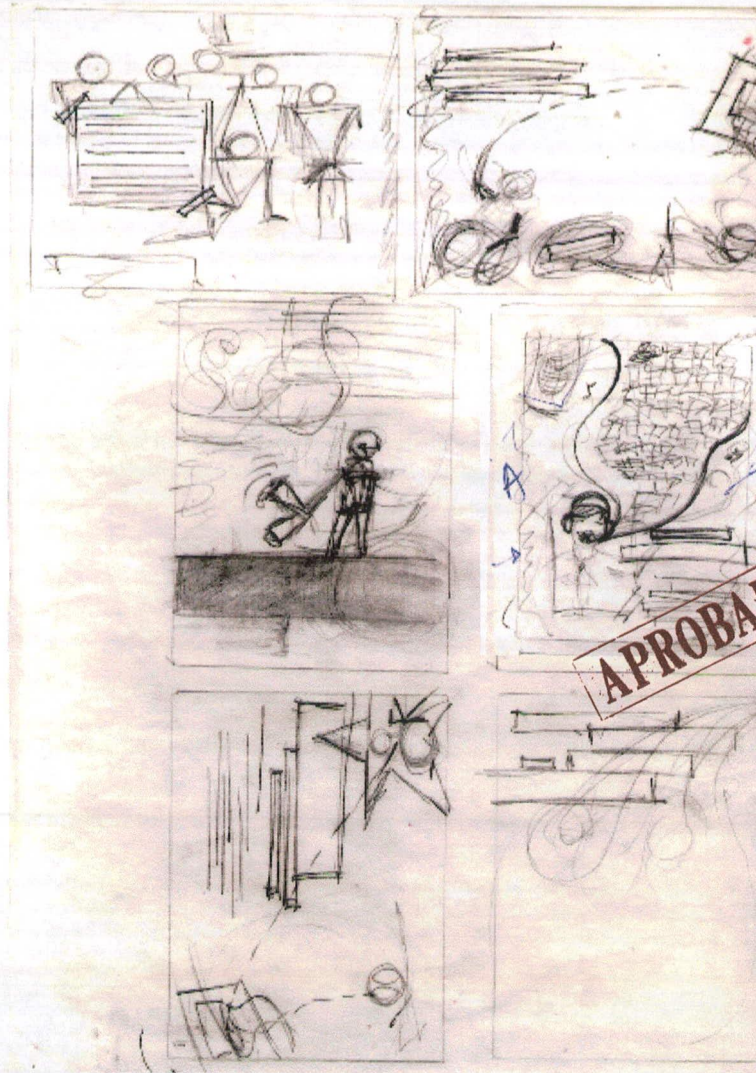


Definida la paleta de color, se establece la cantidad de color en proporción, siendo de predominancia los colores cálidos, además se establece que se podrá experimentar con cada color, el porcentaje y la saturación que sea requerido en cada diseño.





Se inició definiendo la imagen de la campaña, las propuestas que se observan, consistían en la semejanza que las discapacidades pudieran tener con los 3 monos sabios, realizando diferentes diagramaciones para la propuesta, pero se quedó en propuesta ya que no respondía al concepto de diseño.



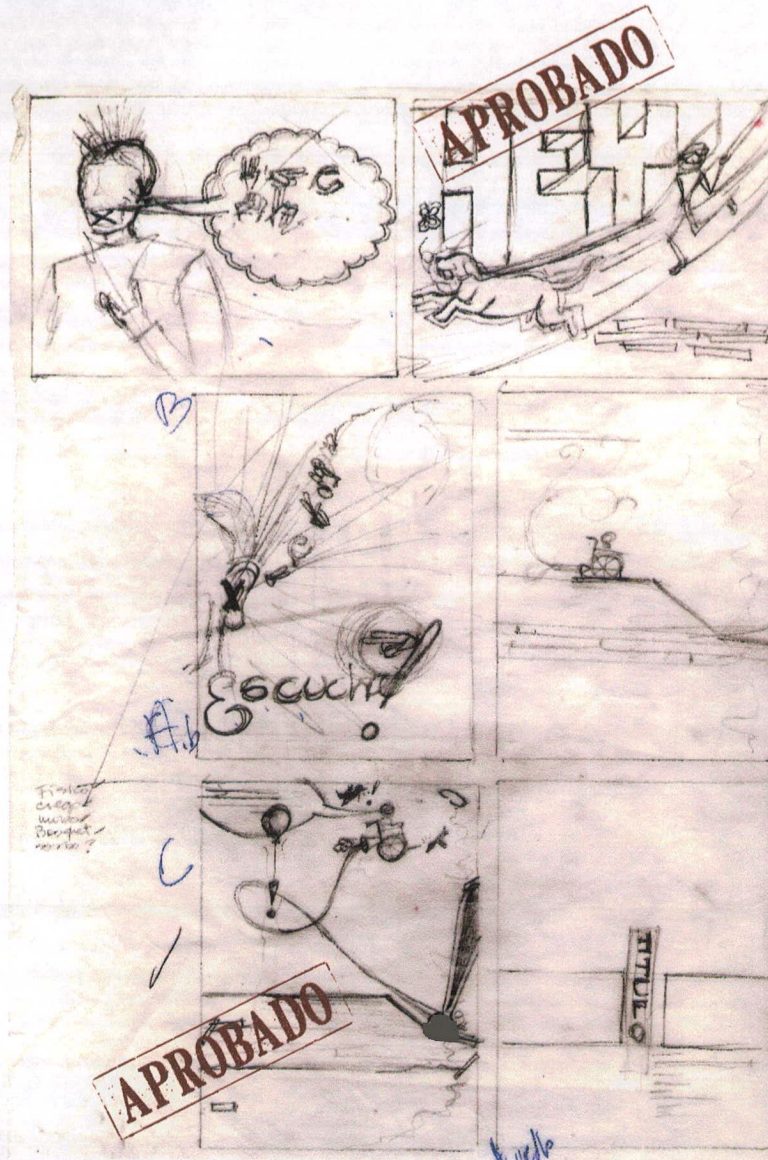
En la segunda propuesta, se realizaron bocetos que mostraban a las personas con habilidades especiales de una forma más positiva, dejando a un lado sus discapacidades y enfocarse mejor con sus capacidades.

Se pueden observar diferentes propuestas que muestran más actitud, actitud positiva que se busca en el concepto.

Además se pueden observar bosquejos del tipo de estética que se buscaba en la propuesta, como textos pegados manualmente y grafismos orgánicos.

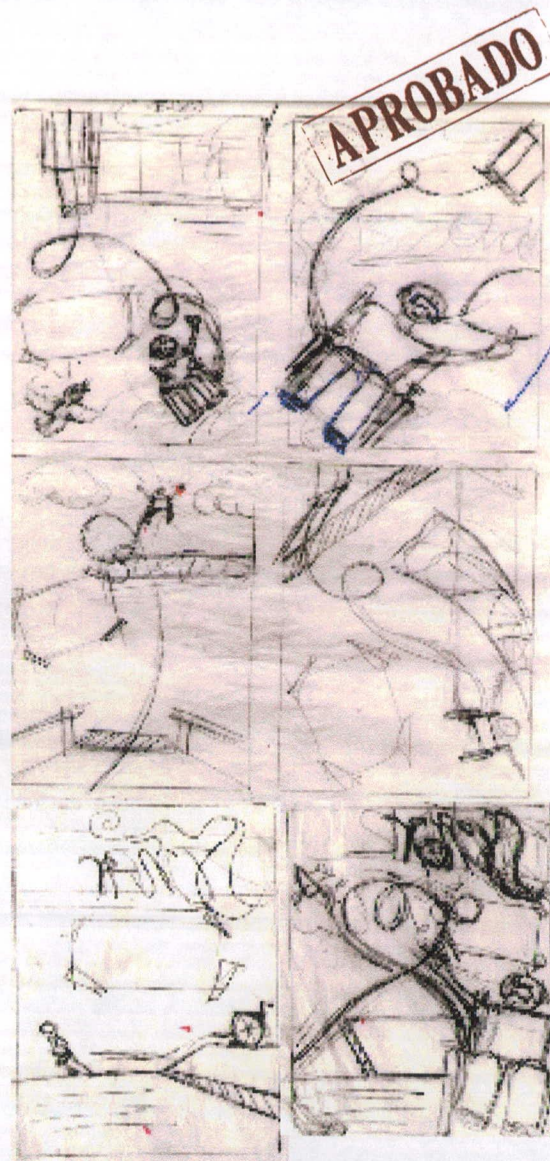
DIAGRAMACIÓN

FASE 1



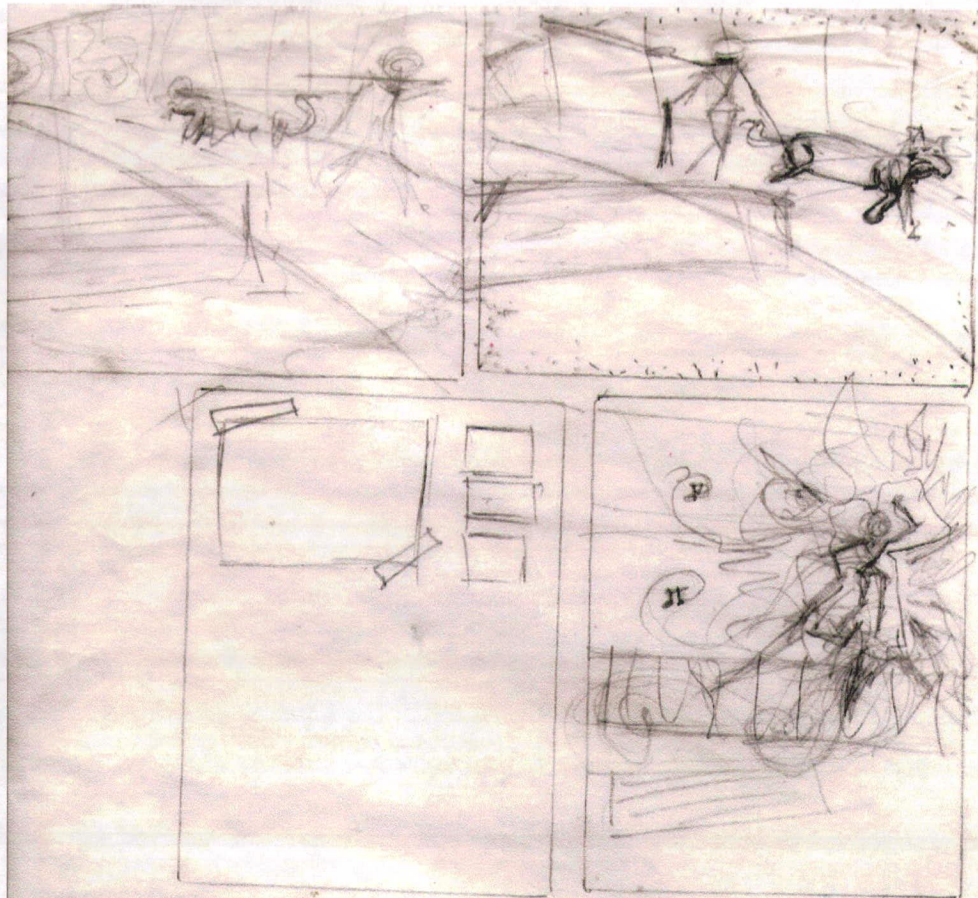
Como parte de la etapa se siguieron bocetando las diferentes actitudes de las personas con habilidades especiales. Pero los ejes se veían marcados dentro de las propuestas y no respondían a la tabla de requisitos, ya que se definieron ejes libres de diagramación.



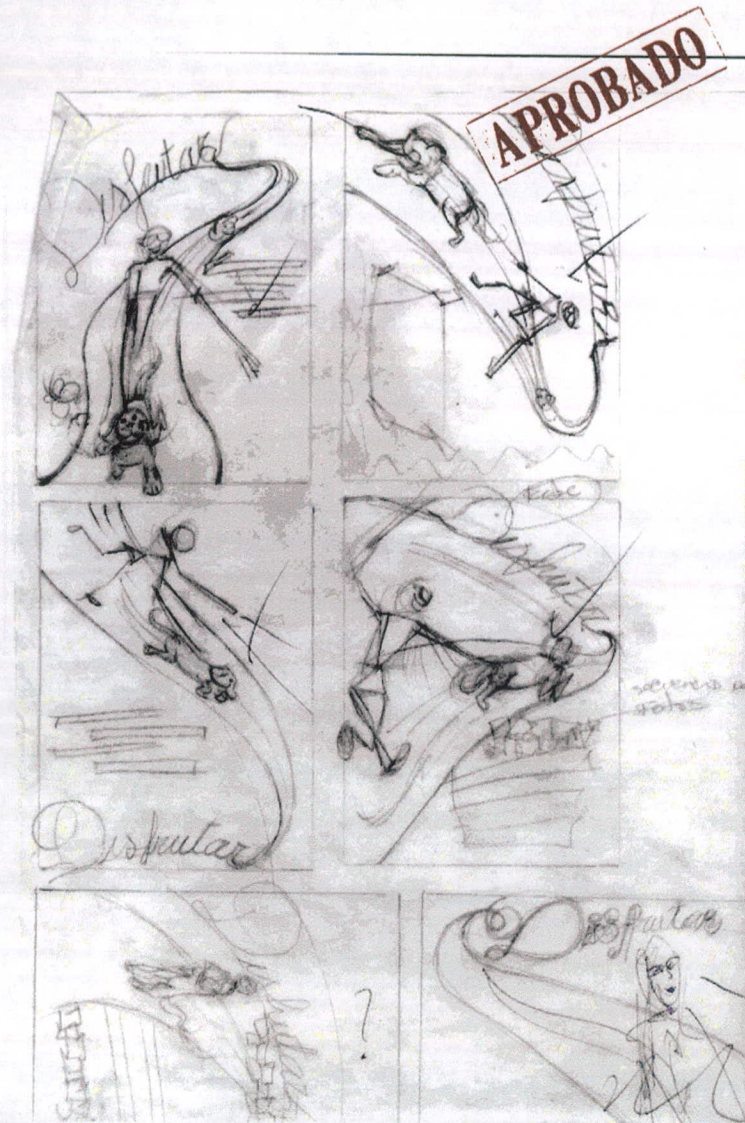


Aprobada la imagen de la campaña, se comenzó a realizar diferentes versiones de las propuestas a realizar para cada afiche.

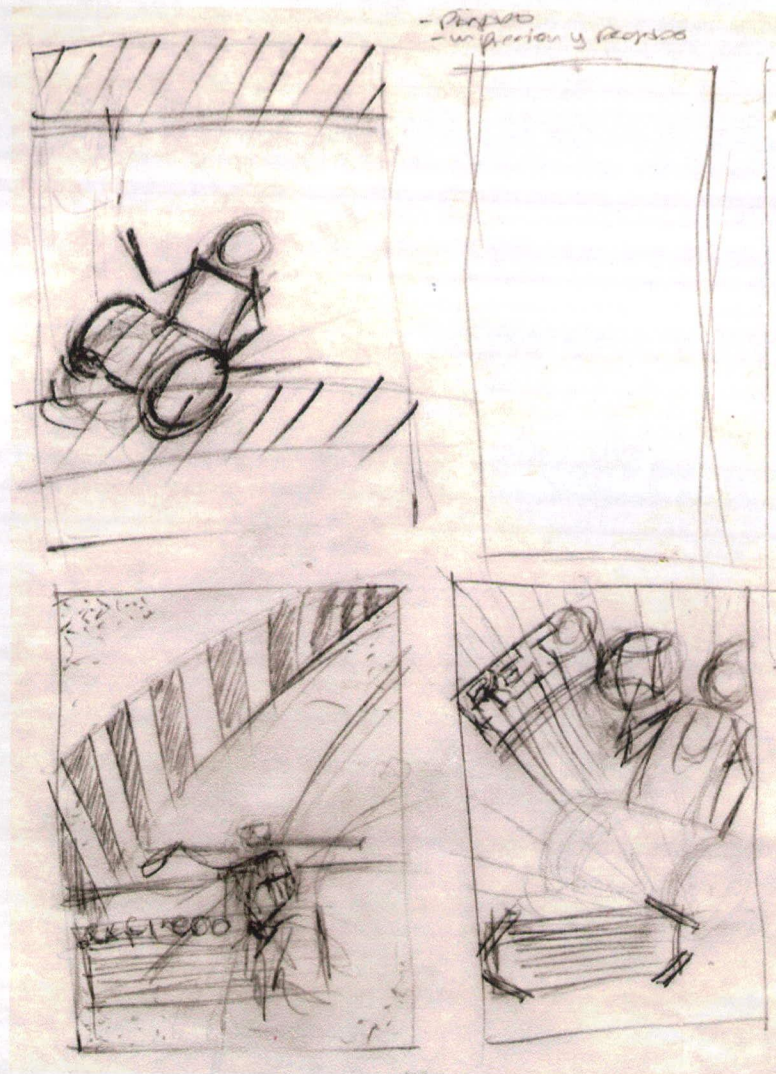
Comenzando con el afiche de la persona que ejemplificaría la paraplejia, se realizaron propuestas en donde la persona se encontraría volando, apoyando el título de "Soñar", definiendo diferentes ángulos interesantes. Mostrando la idea aceptada.



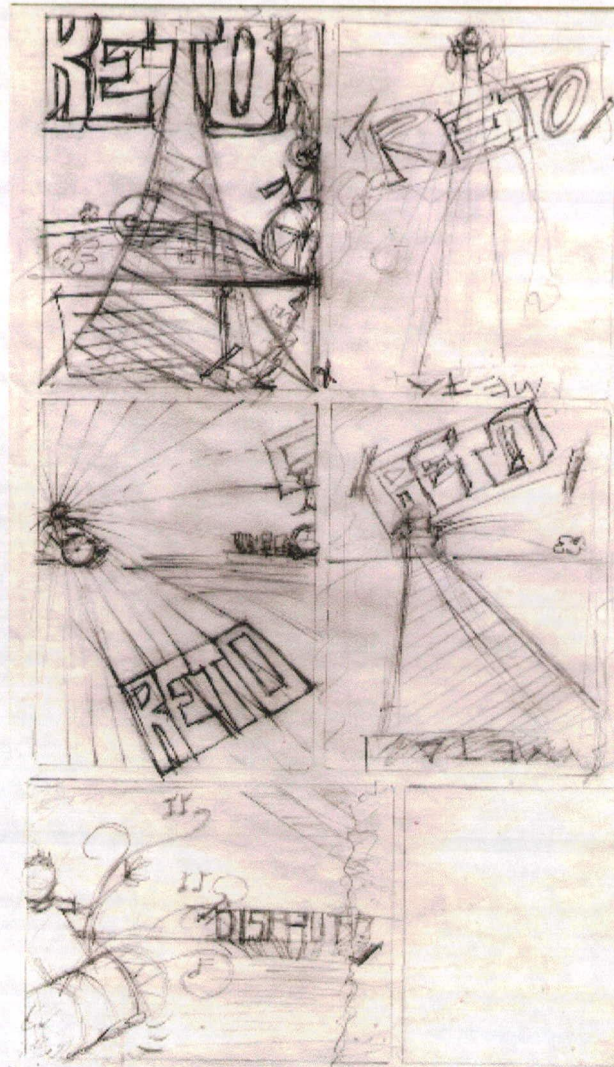
Primeros bocetos para el afiche número 2, en donde se puede observar la idea central de la propuesta y los elementos que contiene.



Se muestran variaciones para la propuesta del afiche número. 2 en donde va la palabra de disfrutar, diferentes ángulos de foto; ilustraciones y texto. La propuesta aprobada al final es la segunda, pero en formato vertical.

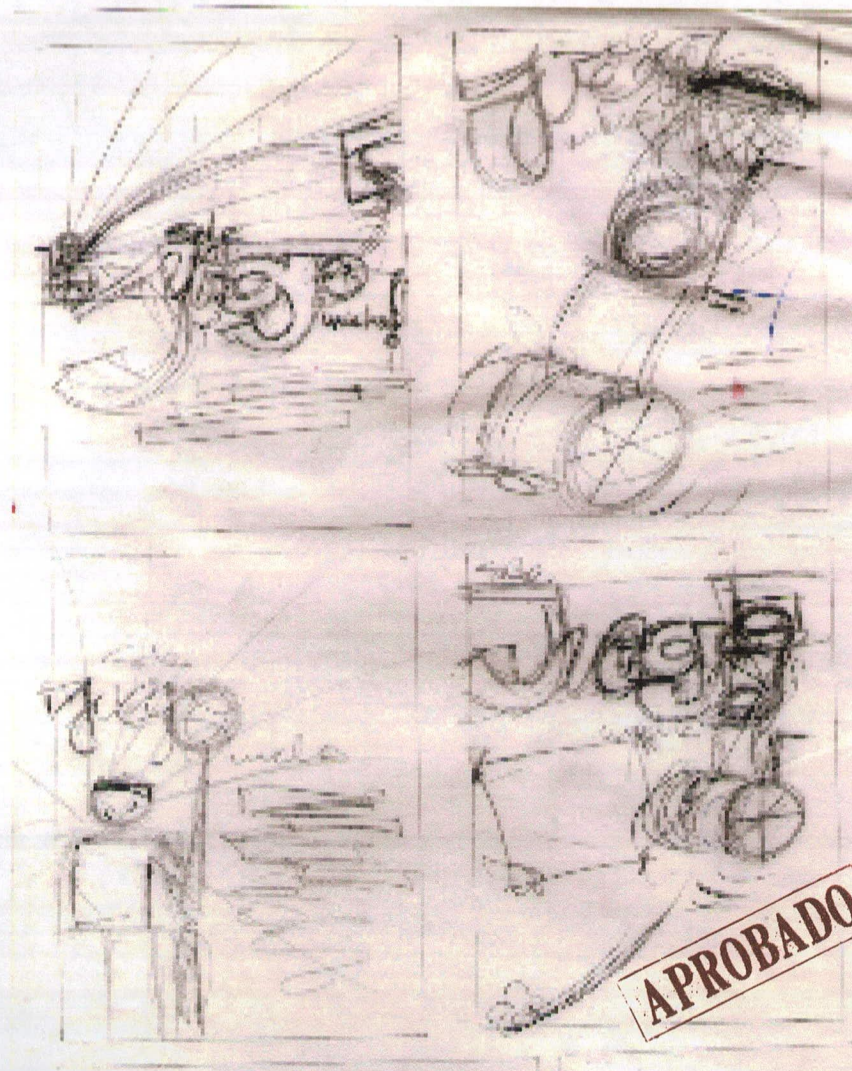


Se comenzó a idear la imagen de la actividad final planificada dentro de la campaña, ideando la imagen para la persona con habilidades especiales, además algunos bosquejos de la ubicación del texto y títulos.



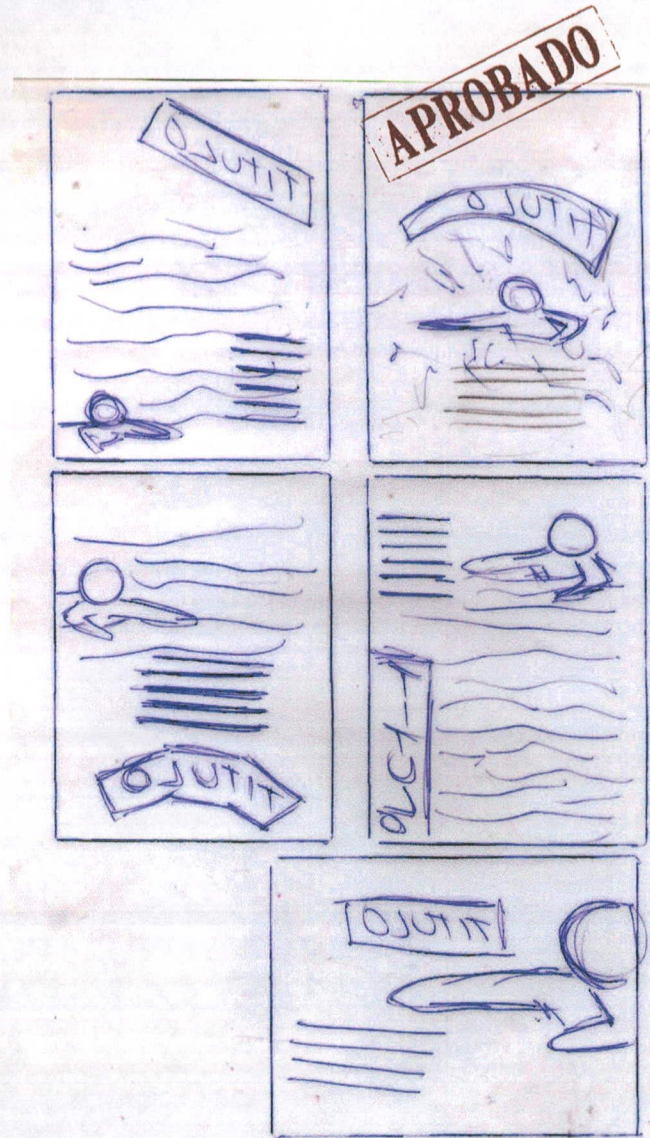
En un inicio se pensó en dos tipos de actividades, se puede observar dos diferentes actividades, la primera consistía en una carrera en silla de ruedas y la segunda en un juego de básquet ball en sillas de ruedas.

La forma en que se plantearía la actividad al inicio sería con la palabra reto, pero como no es una palabra muy positiva dentro de un juego, entonces a continuación sigue la evolución de la imagen para la actividad.



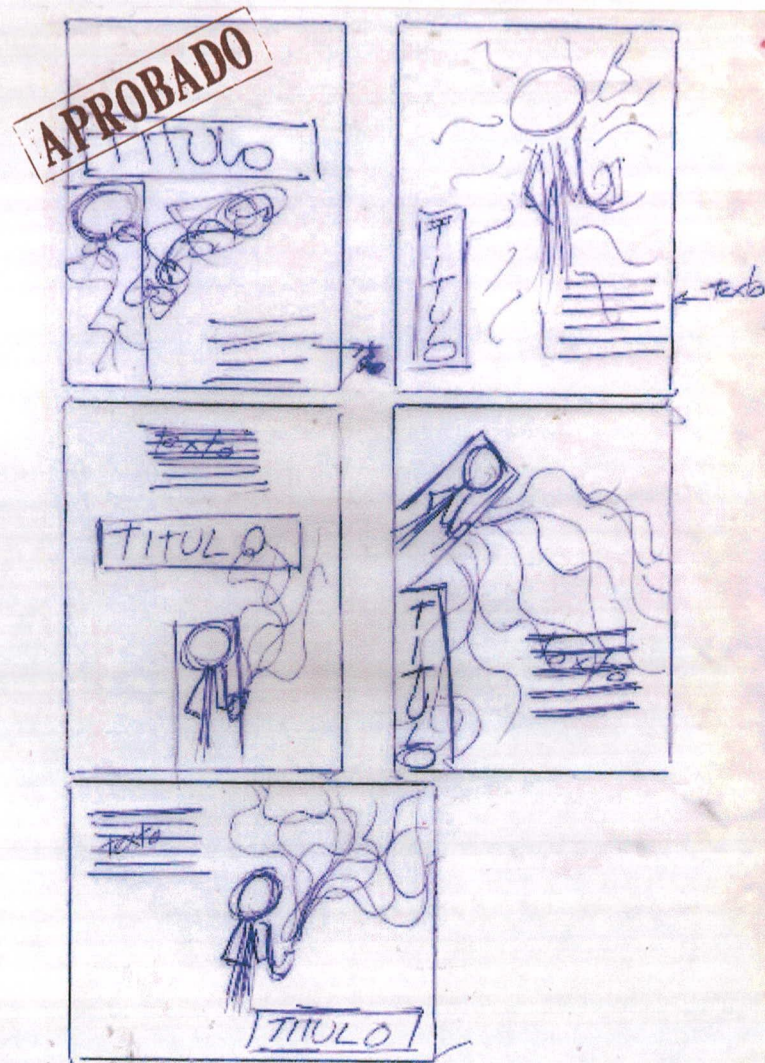
Se cambió la palabra reto y se sustituyó por la palabra juego que es más amistosa y dinámica, al establecer la palabra, se realizaron diferentes propuestas del afiche número 3, siempre realizando diferentes ángulos y ubicación de los elementos dentro del área de diseño.

Se decidió que la cuarta opción era la mejor opción, ya que la disposición de los elementos favorecía a la imagen que se quería mostrar de la actividad, además del equilibrio que muestra la integración de todos los elementos.



Distintas versiones para la propuesta de afiche número 4, va junto con la palabra triunfar, igual que las propuestas anteriores se proponen diferentes vista, de las cuales se decidió que la opción aprobada era la mejor, ya que la composición de los elementos son favorables a la imagen que se le desea dar a la persona en el afiche, además hay integración en los elementos título, fotografía y texto.

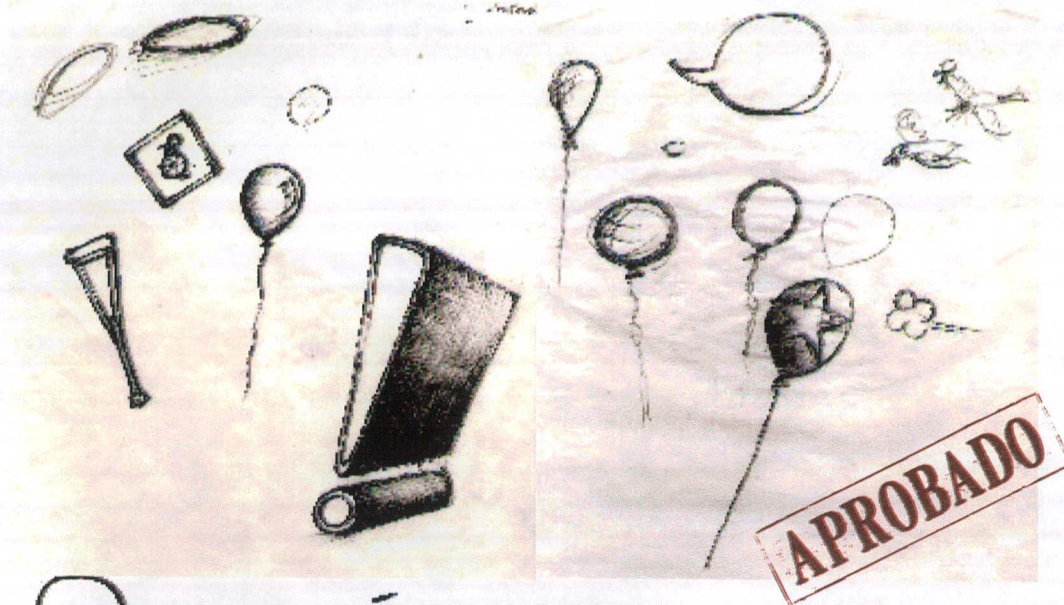




Se siguió con una segunda propuesta para el afiche número 2, ya que se descubrió que la persona a la que se le tomó la foto también sabía tocar saxofón, de diferentes versiones, se decidió que la primera es la mejor, ya que la integración de los elementos título, fotografía y texto, son favorables a la propuesta.

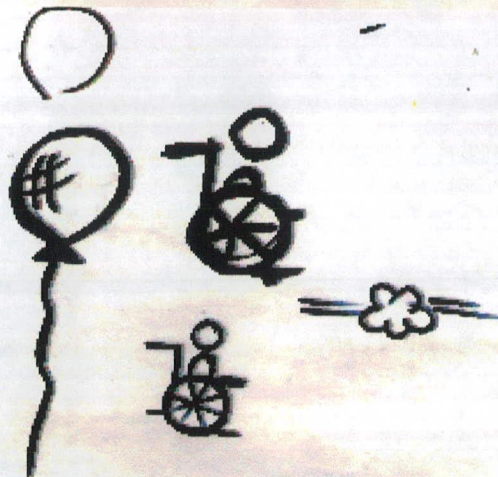
ILUSTRACIÓN

FASE 1



En primera fase se puede observar que se experimentó con 3 diferentes técnicas para definir el estilo de trazo que se utilizaría en las ilustraciones, en la primera se puede observar el trazo a tinta, en el segundo se puede observar el trazo a lápiz y en el tercero se puede observar el trazo a marcador un tanto más grueso que en la primera propuesta.

Se escogió el trazo a lápiz, ya que posee más expresión por textura que las demás técnicas.



ILUSTRACIÓN

FASE 2



Afiche "Soñar"

En la segunda fase se observa ya la aplicación del trazo escogido, iniciando las ilustraciones que van dentro del material.

Tomando en cuenta la diagramación aprobada para el afiche, se realizó el elemento de fuego y movimiento que iría apoyando el concepto del afiche.

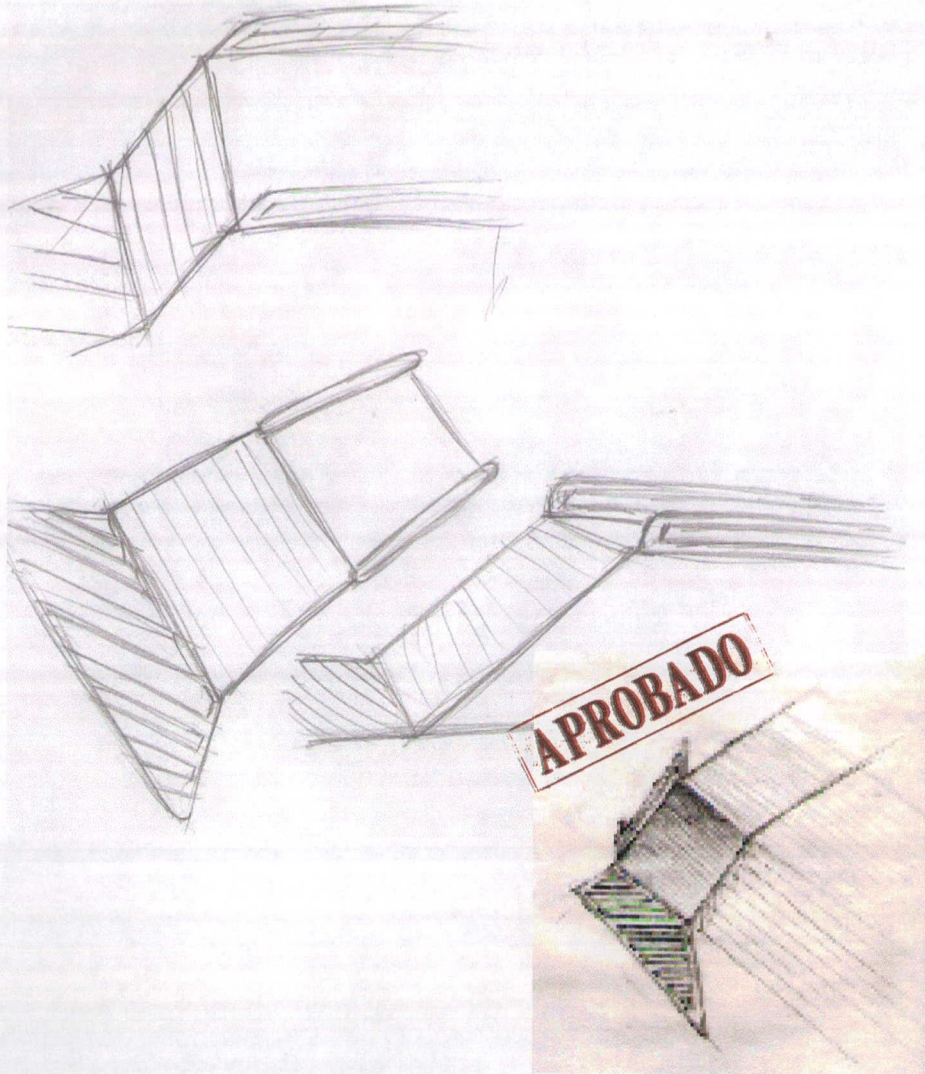
Como ilustración final se puede observar la propuesta marcada.



Afiche "Soñar"

Dentro de la misma propuesta del afiche "Soñar", se realizaron diferentes propuestas del casco que llevaría la persona que interactuaría dentro de la dinámica del afiche. Quedando como final la propuesta marcada ya que le favorecía más a la foto.



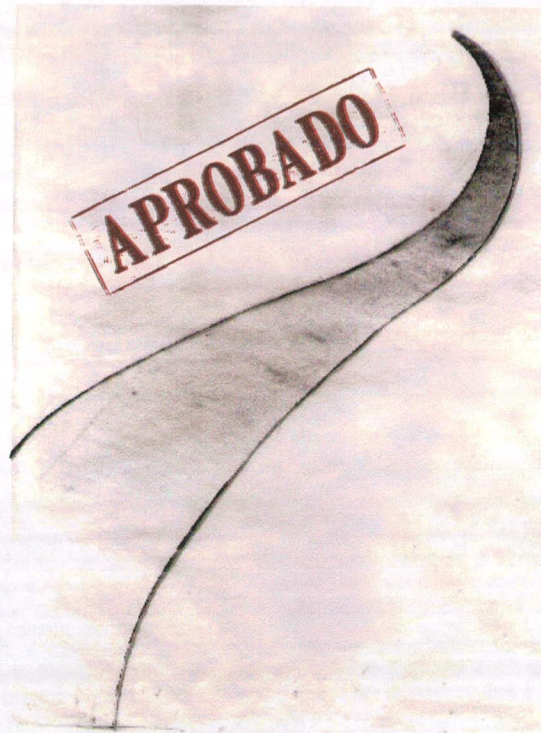


Afiche "Soñar"

Siguiendo con los elementos para el afiche de "Soñar", se realizaron propuestas para la rampa para silla de ruedas, basado en la perspectiva predefinida en diagramación.

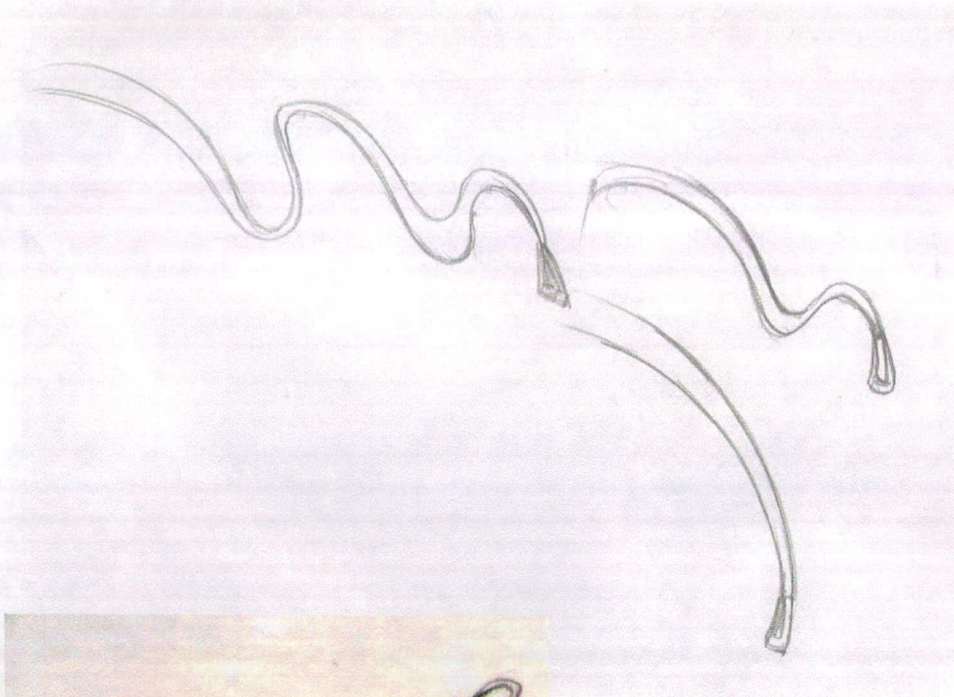
Quedando como final la propuesta marcada, ya que se ajustaba a la estética y el ángulo que se manejó en el material.





Afiche "Disfrutar"

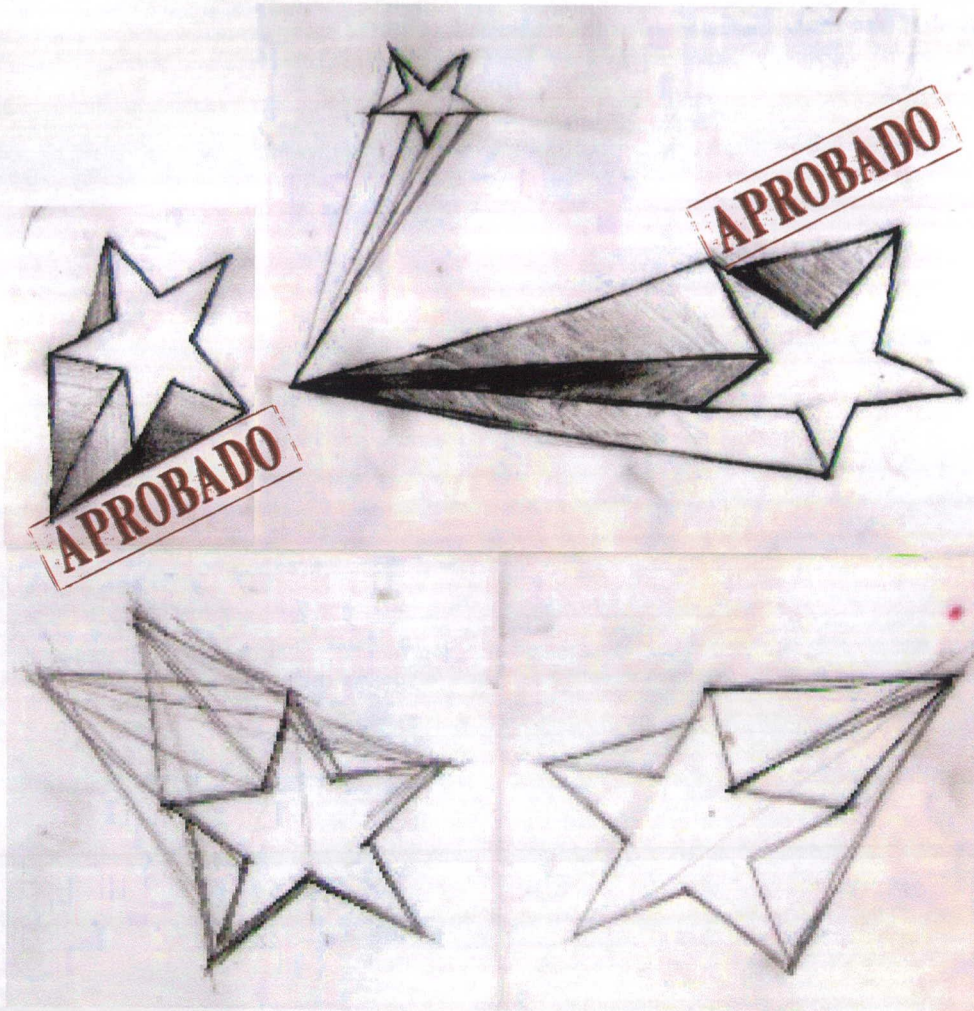
Basado en la diagramación de la propuesta del afiche de "Disfrutar", ya con el ángulo predefinido, se realizaron pruebas del camino en dicha propuesta, se terminó seleccionando el camino que se mostraba más fluido y que concordara más dentro de la propuesta de diagramación ya establecida.



Afiche "Disfrutar 1"

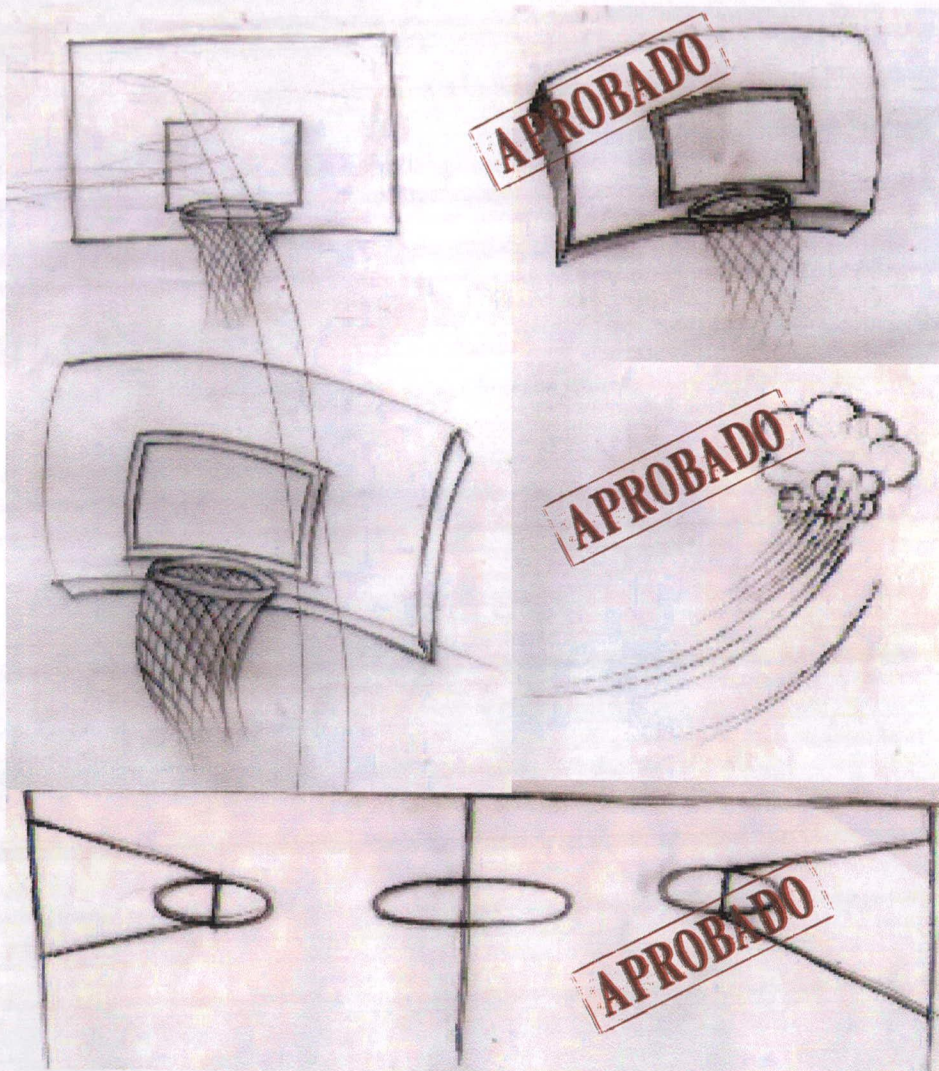
Siguiendo con las propuestas de ilustración para el afiche de "Disfrutar", se realizaron diferentes propuestas acerca de la tensión que debería de tener la correa que lleva al personaje de perro dentro de la propuesta. Seleccionando el marcado, ya que la tensión era la adecuada.





Afiche "Juego"

Como se puede observar, las ilustraciones propuestas son estrellas que irán dentro de una propuesta de afiche, se experimentaron diferentes ángulos que favorecieran la propuesta, quedando por último las dos propuestas señaladas, ya con acabado final.

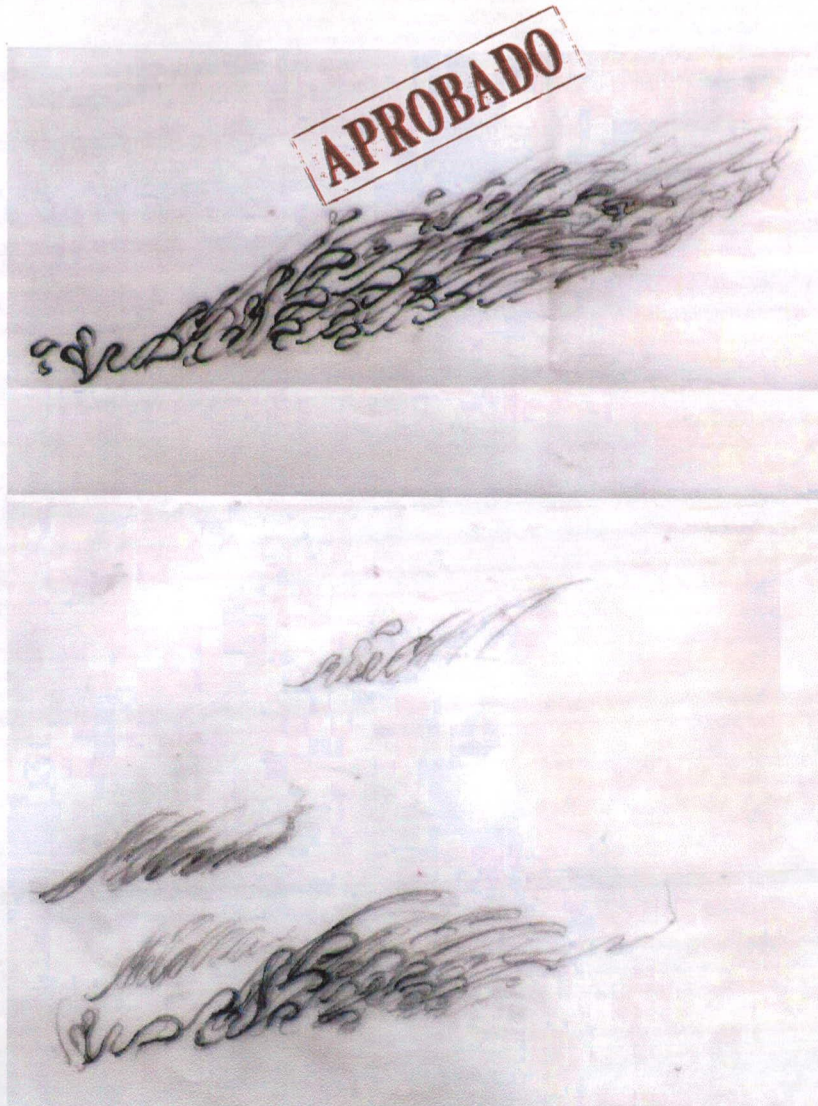


Afiche "Juego"

Definiendo la posición y angulación del tablero de básquet ball, se realizaron 3 pruebas que favorecieran a la propuesta, escogiendo la propuesta marcada.

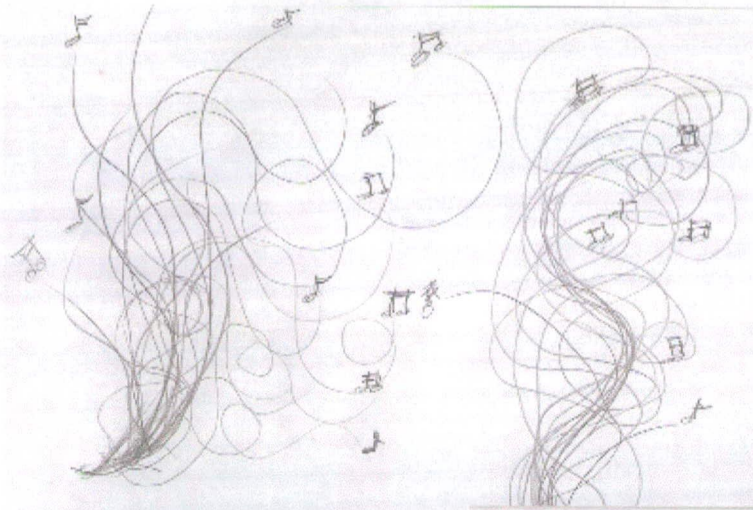
Dentro del mismo proceso se realizaron las propuestas finales que harían juego con el tema de básquet ball para el afiche de "Juego".

Ya que eran elementos de ilustración secundarios, no se detallaron tanto para que el peso dentro de la composición no cayera en esos elementos.



Afiche "Triunfar"

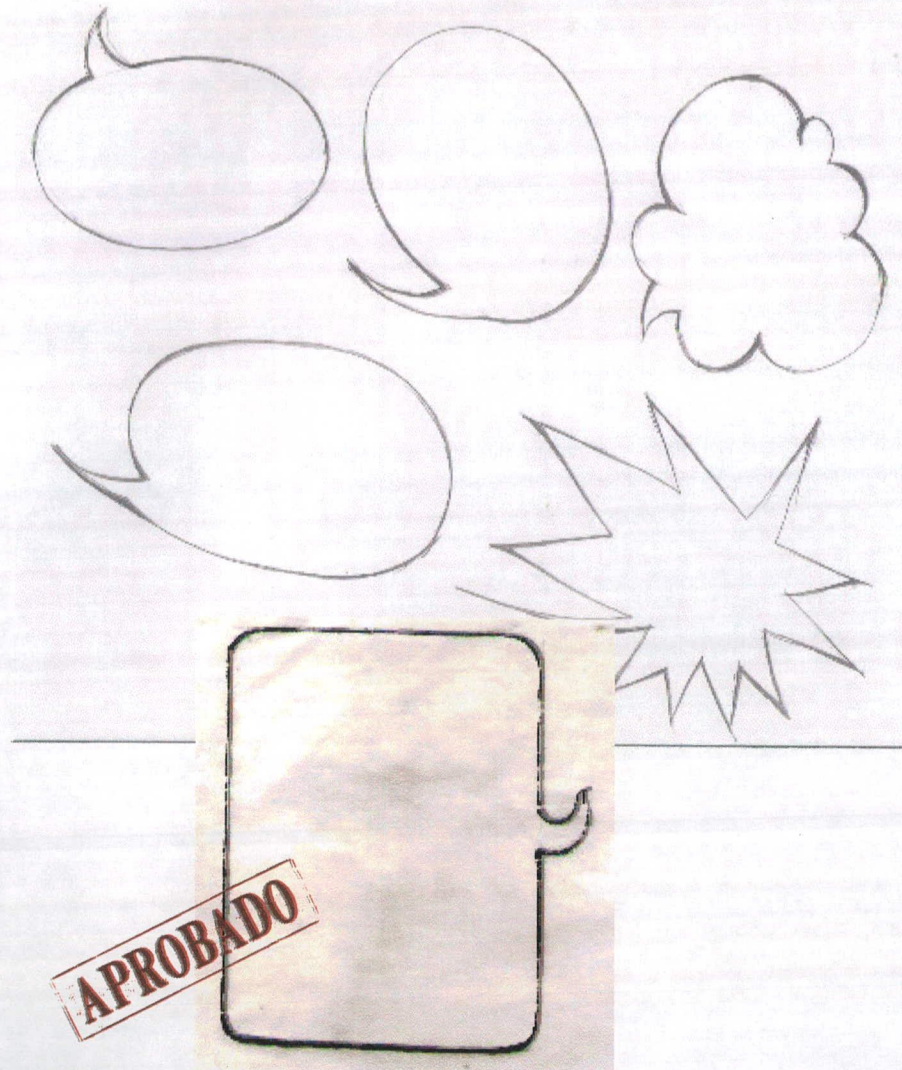
Se puede observar que en la parte inferior, se experimentaron pruebas lógicas tanto de la dirección, como de la ilustración en sí. Ya en la parte superior, se puede observar la propuesta final de la ilustración de agua.



Afiche "Disfrutar"

Para la segunda propuesta del afiche de "Disfrutar", se realizaron propuestas de cómo debería de fluir la música. Quedando como final la propuesta marcada, ya que los elementos fluyen de manera gradual.





Manual

Para las actividades contenidas dentro del manual, se realizaron diferentes propuestas de nubes o globos relacionados con los utilizados en historietas para poner lo que los personajes dicen, de la misma forma se tomó para el manual, ya que cada actividad está ejemplificada con personajes, para integrar la información se utilizaron estos globos de información.

Quedando como final el marcado, ya que la forma es más funcional, permitiendo colocar la información de manera ordenada.

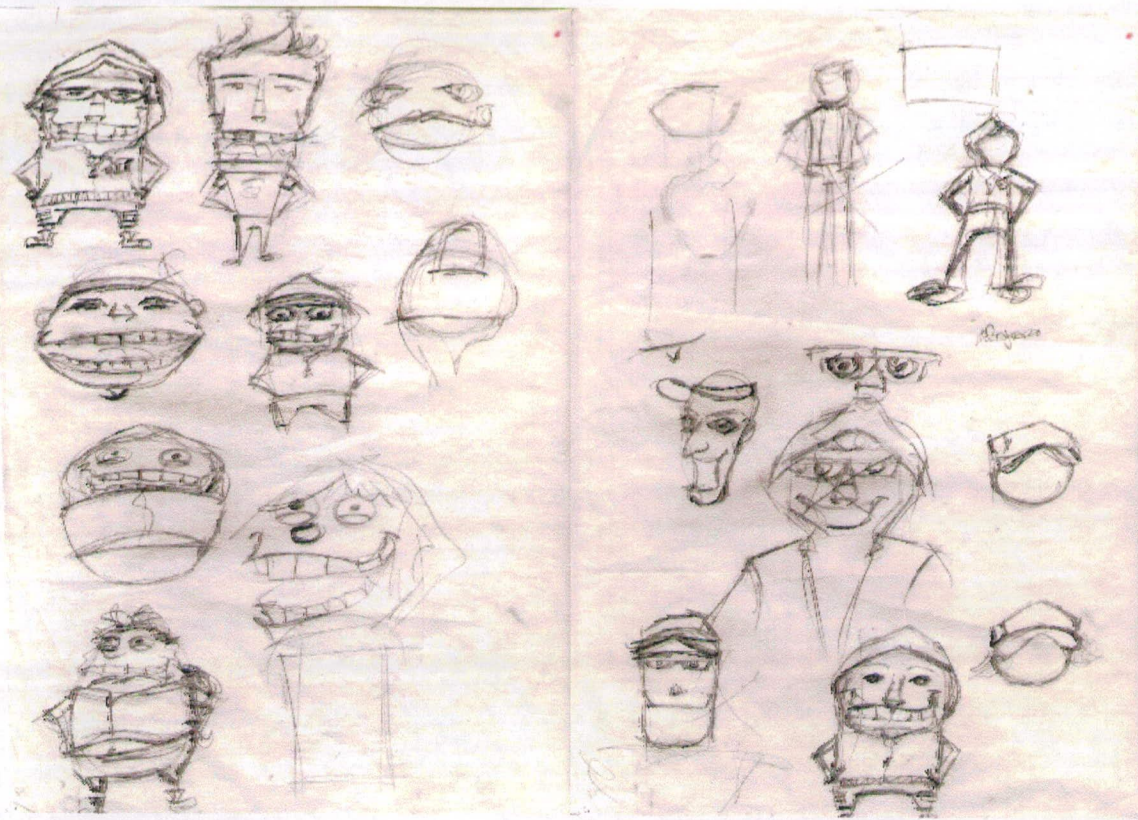


Se comenzó con bosquejos básicos definiendo tanto la actitud como el aspecto físico del personaje, buscando formar una fisonomía que se adecuara al requerimiento del personaje dentro del material, como lo es ejemplificar las actividades contenidas dentro del material.

En cuanto a la actitud del personaje, se comenzó desarrollando una actitud extrovertida, ojos muy abiertos y amplia sonrisa.

PERSONAJES

FASE 1



Se sigue con la construcción de las características que tenía que llenar el personaje, además, se profundiza más sobre el aspecto físico del mismo, asemejándolo con el grupo objetivo, y dándole una connotación positiva.



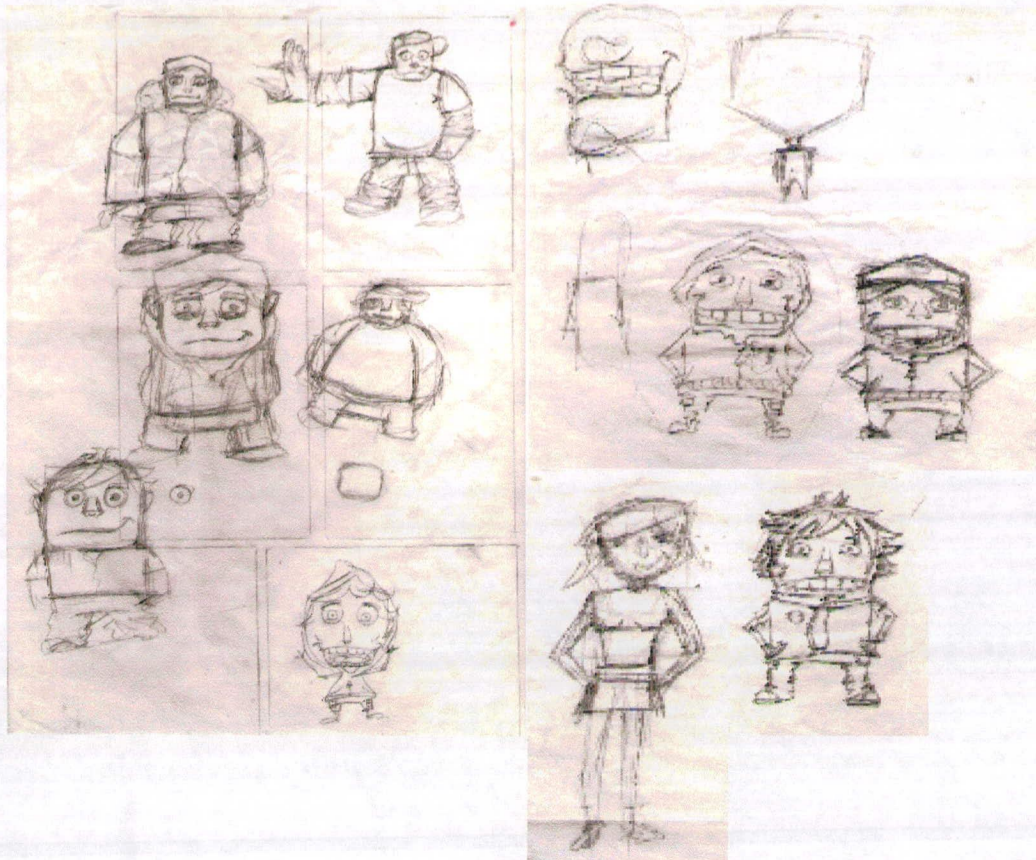
PERSONAJES

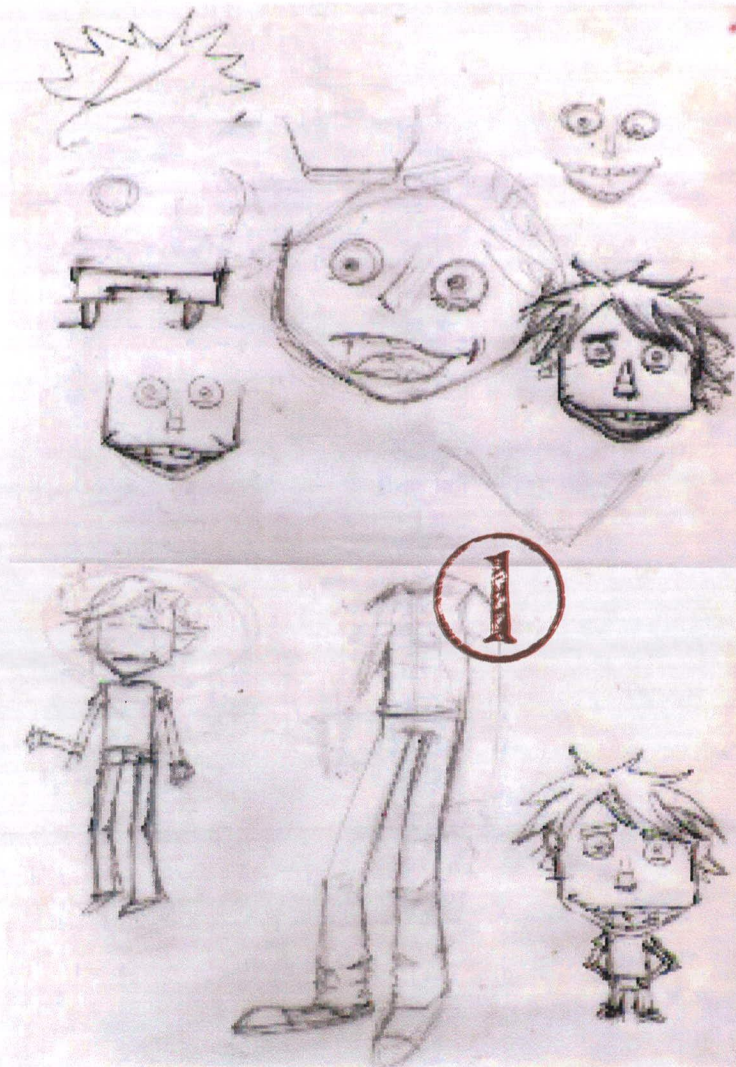
FASE 1

La continuación del proceso de definición del personaje, realizando propuestas del personaje con una apariencia más gordita, lo que no favorece al requerimiento del personaje dentro de la propuesta, ya que se dificultaría ejemplificar las actividades.

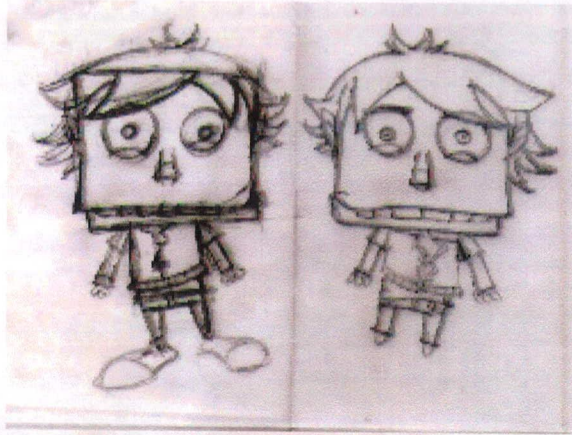
Después en los tres bocetos, abajo se puede observar que se disminuyó la masa corporal del personaje, además, los tres bocetos constituyen la base del personaje final, tanto en actitud y estilo, pero en fisonomía no llenaba los requerimientos.

También se puede ver un bosquejo del personaje femenino.

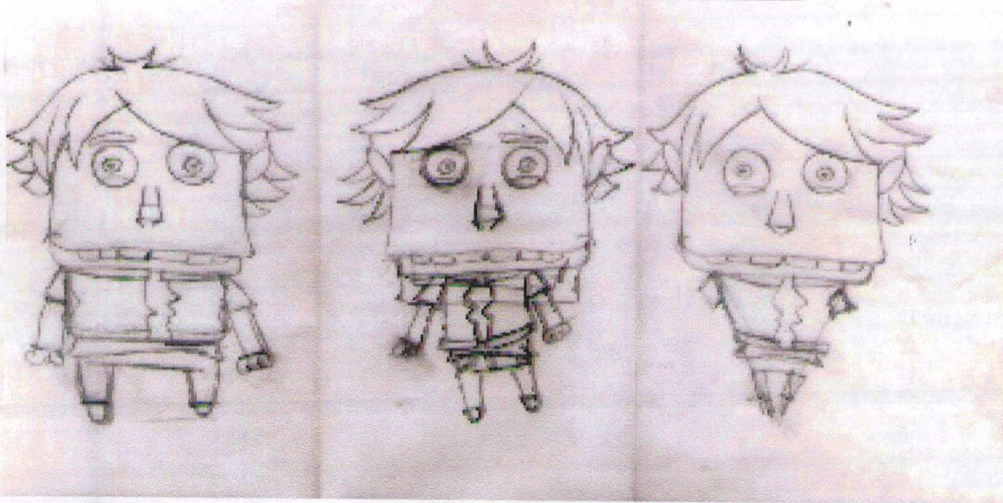


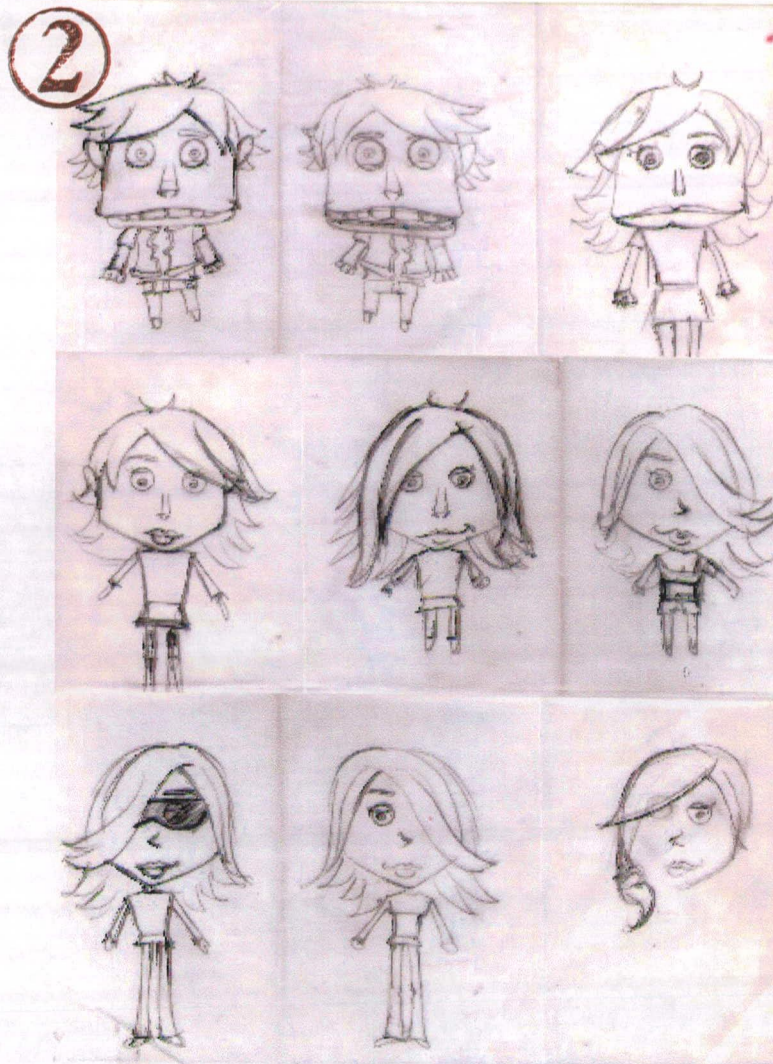


De los bocetos que se utilizaron como base para el personaje final, se abstraieron los faciales y se realizó una nueva propuesta, quedando como preliminar la marcada. Después de definido el rostro se comenzó a definir el cuerpo, alto bajo, pero aún no definido.



En esta etapa se abstrajo la propuesta facial del personaje, mostrando un trazo más recto, y un cuerpo pequeño, además se experimentó con las proporciones del cuerpo del personaje, construyéndolo: gordo, medio y transformado.





Después de experimentar con la abstracción y cuerpo del personaje, se tomó como segundo preliminar al cuerpo con proporción media.

Además, se siguió con la definición de la mujer, tomando como base el boceto preliminar 1 y 2 del hombre, pero el preliminar 2 no favorecía a la apariencia de la mujer, ya que eran formas muy rectas, por lo que se siguió bocetando mezclando las dos propuestas preliminares, en los últimos 3 bocetos, se siguió sólo con la propuesta 1, mostrando una mejoría estética del personaje.

Además, se comienza a definir el estilo y la actitud del personaje de la mujer, pero no la adecuada ya que no cumple con la expresión de extroversión.

1



APROBADO

APROBADO

Se regresó a la propuesta 1, pero el tamaño del personaje no se identificaba con el grupo objetivo, por lo que se alargó el tamaño de las piernas, lo que favoreció el aspecto del personaje.

Se siguió con el bocetaje de la mujer, definiendo mejor cuerpo, actitud y estilo, definiendo la postura, tipo de ropa y peinado.

Definiendo como propuestas finales los personas hombre y mujer.

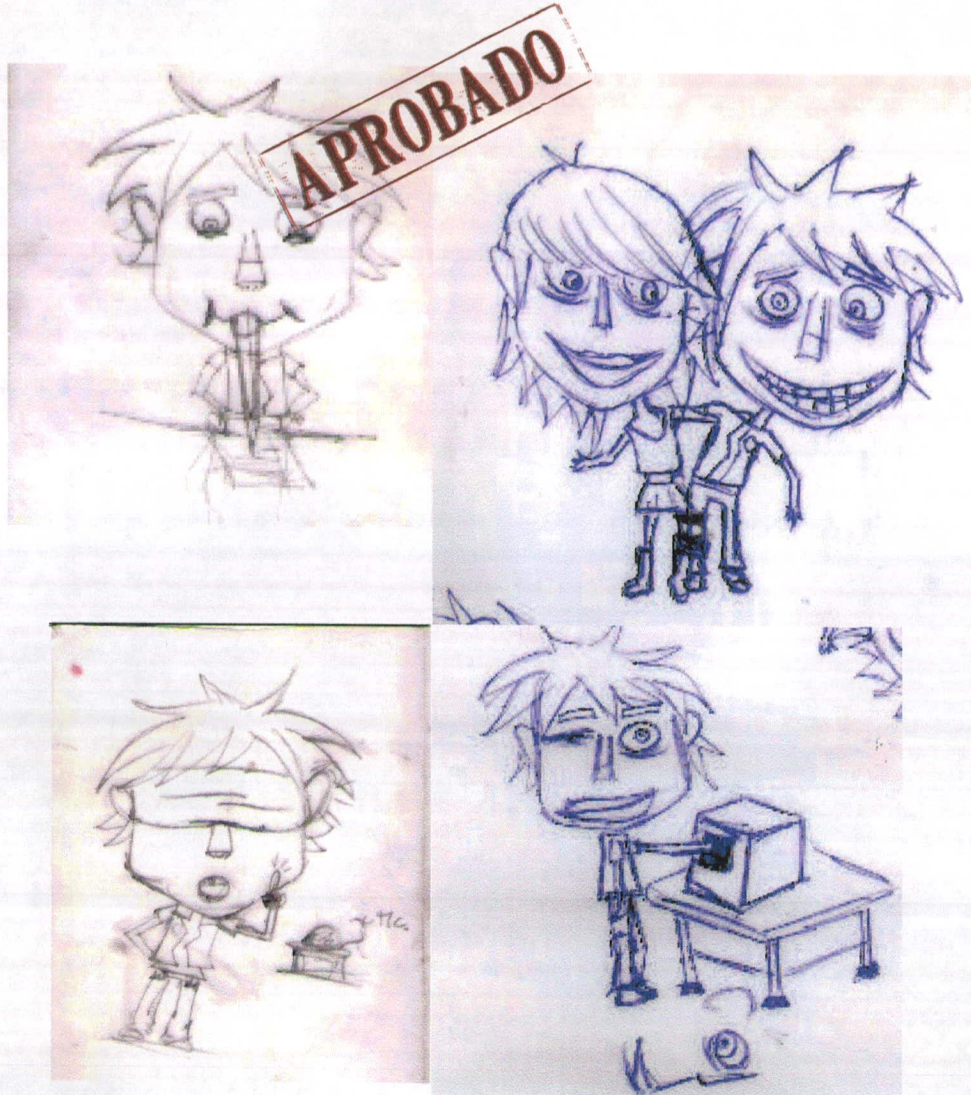


Se realizaron propuestas preliminares de las actividades a desarrollar dentro del material. La primera actividad es una competencia de silla de ruedas, la segunda es mímica, la tercera es sobre pintar con los pies y la cuarta sobre hacer un collage.



PERSONAJES

FASE 5



Se siguen haciendo las propuestas preliminares, la siguiente actividad es sobre sentir cosas al tacto y adivinar que es sin ver, seguida de la otra actividad que consiste en amarrar a dos personas de una pierna y que se ayuden a caminar.



Se entra en la etapa de propuestas finales a lápiz.

Propuesta final de escenas que ejemplifican las actividades que irán dentro del material, como lo son la carrera con silla de ruedas, la mímica, pintar con los pies, y realizar un collage entre otras.



En esta etapa se puede mostrar se experimentó con la vista de perfil del personaje, para poder ilustrar la actividad que se refiere a la parte de apoyo y experimentación de ser no vidente. Mostrando las propuestas finales a lápiz.



APROBADO

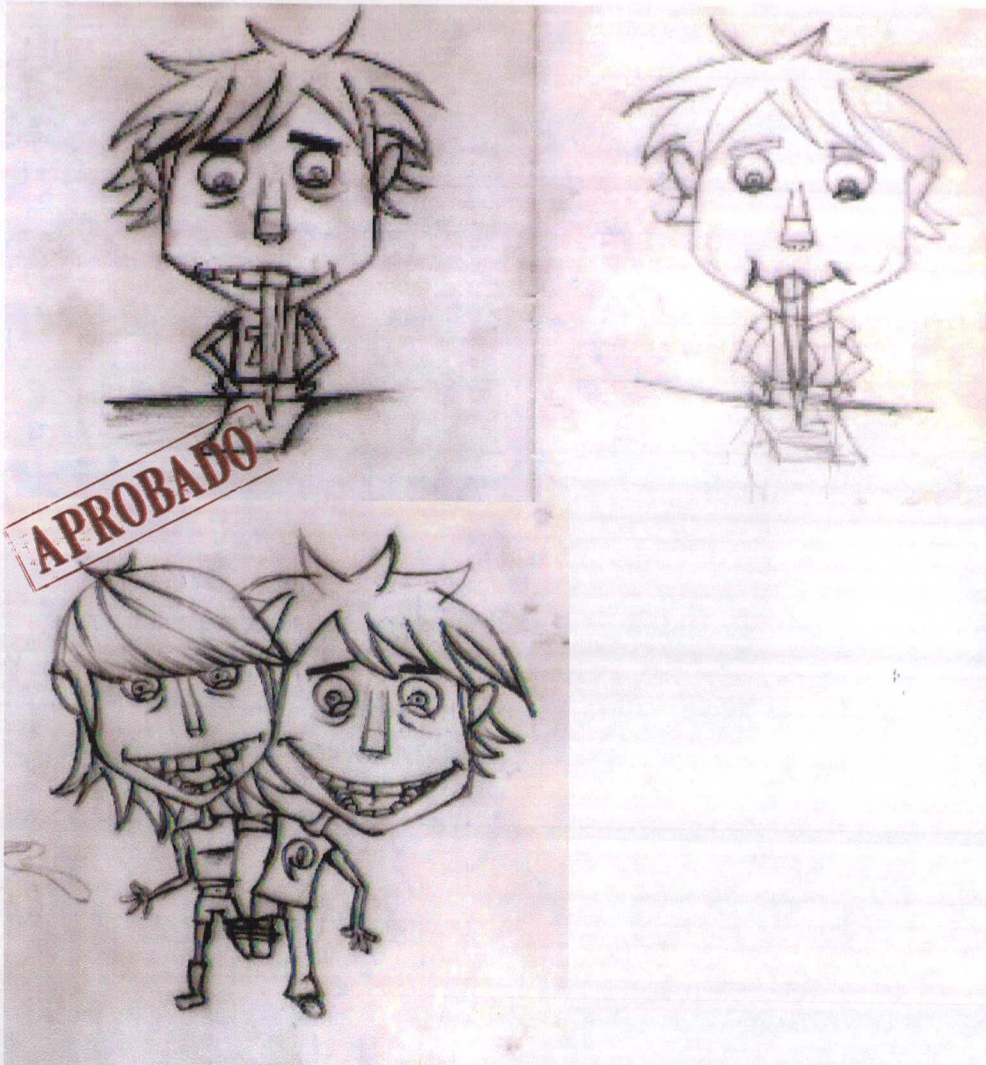


Propuesta final a lápiz de la actividad que consiste en sentir al tacto objetos, y adivinar lo que son.

Propuesta final de dibujo a lápiz que ejemplifica la actividad que consiste en no hablar.

Propuestas preliminar y final a lápiz que ejemplifica la actividad de adivinar quién hace el ruido, sin ver.



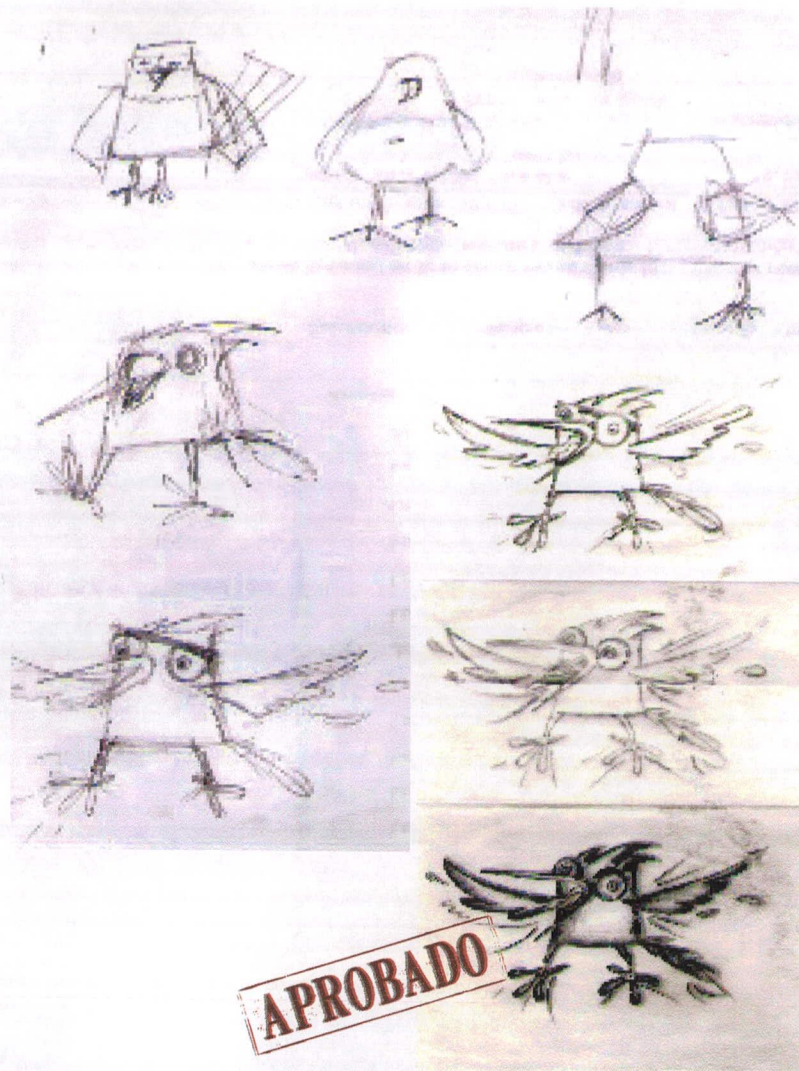


Propuestas preliminar y final a lápiz que ejemplifica la actividad que consiste en escribir con la boca.

Propuesta final a lápiz que ejemplifica la actividad de amarrar a dos personas de una pierna y que se ayuden a caminar.

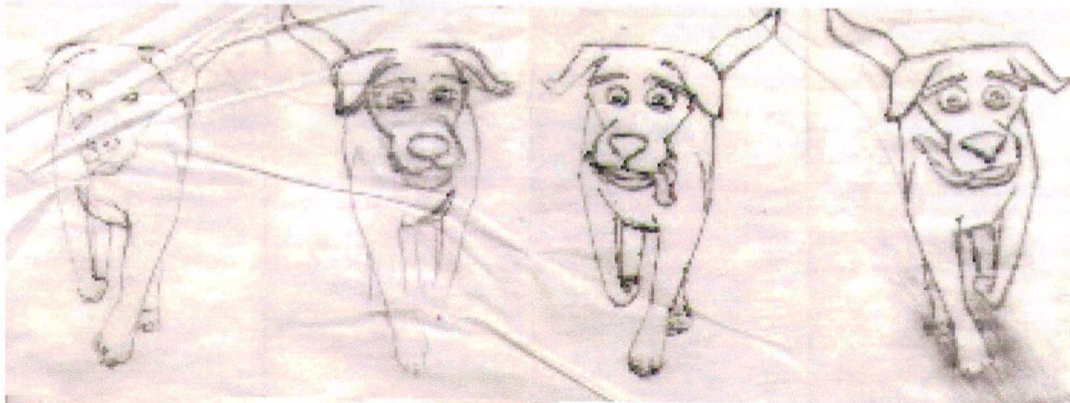
PERSONAJES

FASE 7

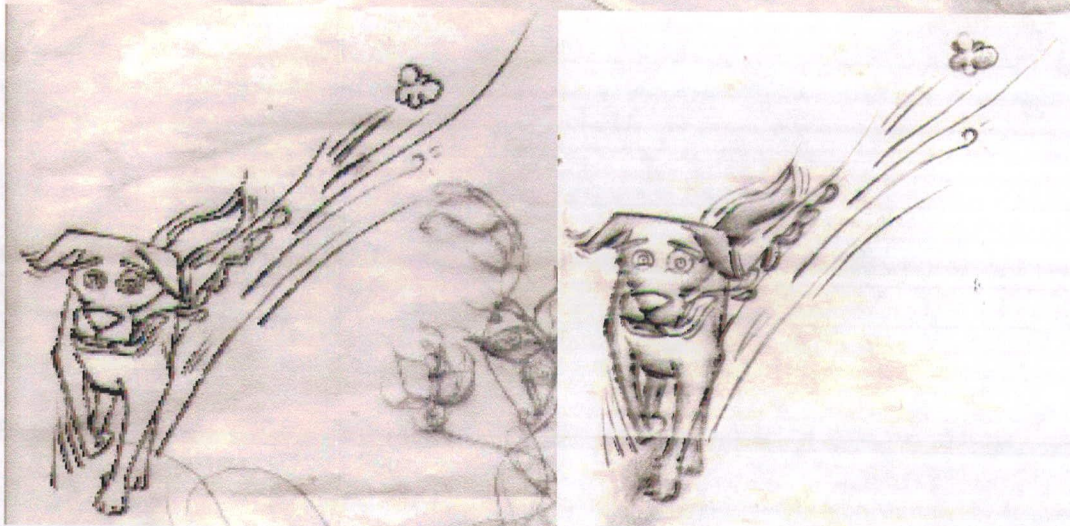


Se comenzó con formas ya abstraídas del pájaro, tomando en cuenta la estética de dibujo manejada, y la expresión de la tabla de requisitos, la extroversión es clave para la construcción de la personalidad del pájaro, y en la escena tiene que salir asustado, por lo que se optó por una postura de grito, y simulando el movimiento de las alas en señal de que se encuentra volando.

La propuesta final muestra la clara expresión del personaje.



Con el perro se realizó un proceso más largo, debido a la postura que se requería del personaje, y la complejidad del mismo, se comenzó abstrayendo de lo más básico, pasando por diferentes niveles de abstracción como se muestra en los ejemplos arriba, ya en la parte de abajo se puede observar la propuesta preliminar del personaje a calidad de línea y sombreado, con su respectiva animación.





Como la muestra preliminar del perro no se encontraba en la misma línea de dibujo, se siguió abstrayendo y deformando, primero engrandeciendo la cabeza, y parándolo, luego, para dar un poco de perspectiva, se ensancho el hocico del animal y se simplificó el cuerpo del mismo, quedando el boceto señalado como preliminar.



Aquí ya se muestra una transformación menos obvia, ya que el preliminar anterior se fue muy al extremo y no concordaba con la estética.

En cambio se apostó a la perspectiva en este caso, acercando la pata, haciendo la más grande en el extremo de abajo y realizando una disminución obvia para dar esa sensación de profundidad, se realizó un personaje más dinámico y simpático.

Como propuesta final se puede mostrar al perro con calidad de línea y sombreado a lápiz, siguiendo a unas mariposas, siempre con su respectiva animación en base a líneas que provocan movimiento visual.





Como se puede ver en la evolución de la propuesta del afiche con título "Soñar", de a poco se van colocando los elementos que integran la propuesta.

También se puede observar, que comienza a armar el segundo afiche con el título "Disfrutar", colocando el titular final y la ilustración del camino final.

Se puede observar la corrección en textura, bajo el texto, ya que hacía ruido visual y se veía como error.

Aunque el perro no es el final, es una muestra preliminar de cómo quedará el personaje dentro del diseño.



Aquí ya se muestra un avance del afiche de "Disfrutar", ya con el personaje final, pero siempre con una corrección entre el personaje y el texto, ya que quedaban muy juntos, y con las mariposas finales, además se le agrega a la propuesta grafismos de lado derecho.

Además se crea el fondo para el afiche de "Jugar", mezclando varias texturas, aplicando los dos títulos finales para afiche y manual.

Y una muestra del afiche "Triunfar", con su título final, y grafismos al lado derecho que simulan aplausos en el lenguaje por signos.

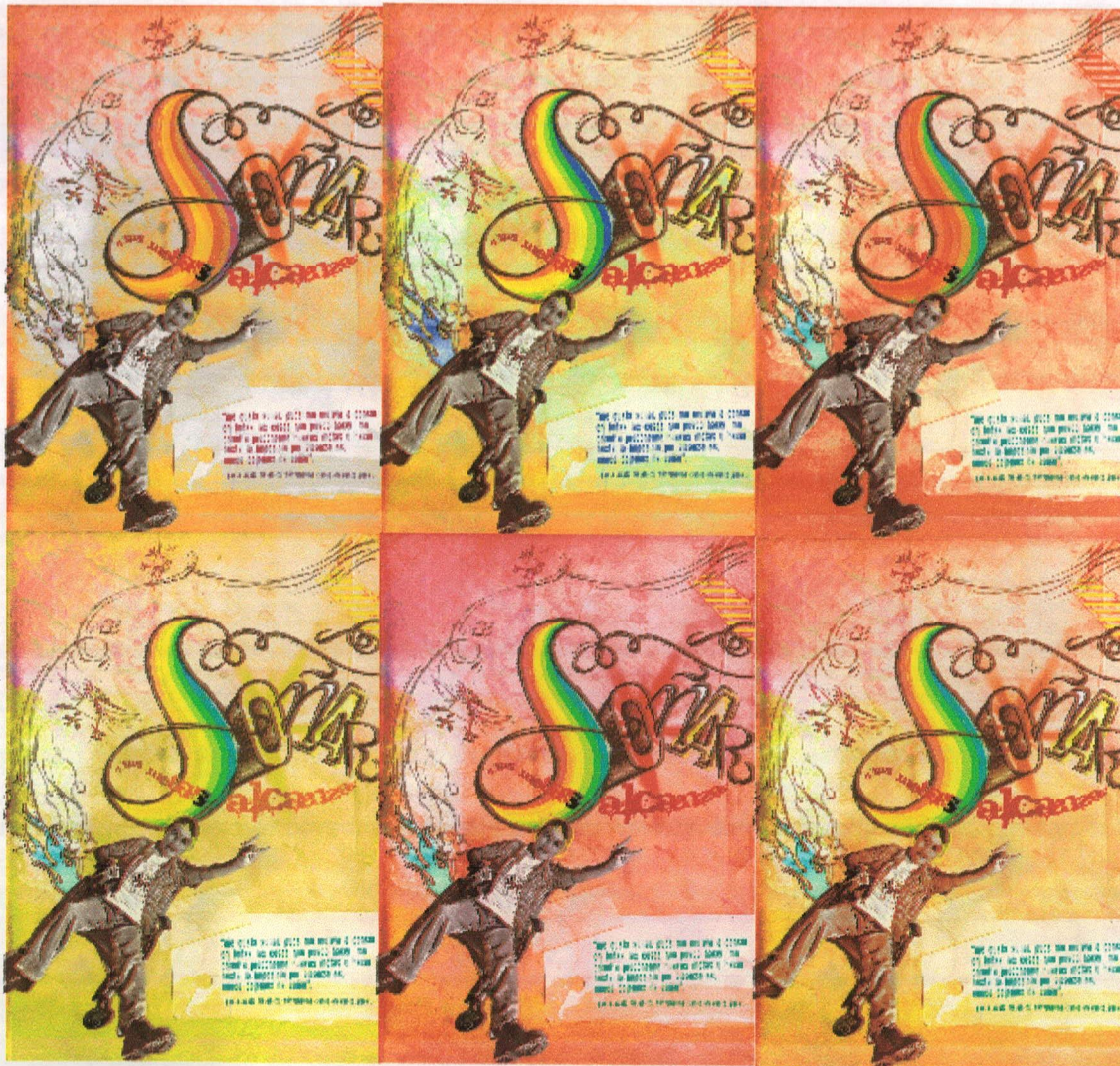


En el manual, ya aplicados los fondos y los títulos finales, se puede observar que el índice requiere de más diseño y que en la colocación de los textos se debe de dividir más el espacio entre subtítulo y caja de texto. Además el personaje dentro de la propuesta sólo sirve para visualizar el espacio que ocuparan los personajes finales.

Afiche "Soñar"

Ya con los elementos realizados durante toda la etapa de bocetaje, se integran en cada propuesta de acuerdo a la diagramación ya aprobada, durante esta etapa, se realizan las pruebas de color necesarias para establecer cual propuesta de color favorece más a cada propuesta.

Se inició con el afiche de "Soñar", probando las intensidades de color de acuerdo con los porcentajes de color delimitados anteriormente, prevaleciendo siempre los colores cálidos, y pequeños porcentajes de los complementarios.



Afiche "Soñar"

Se sigue en pruebas de color, siempre del afiche de "Soñar", pero en este caso se quiso arriesgar un poco con el color, al prevalecer el complementario celeste y con el gris, en dos prueba, comprobando que los colores no favorecen al concepto ni a la imagen que se le desea dar a la campaña.

La propuesta final es la marcada, ya que favorece totalmente la imagen cálida y dinámica de la propuesta.



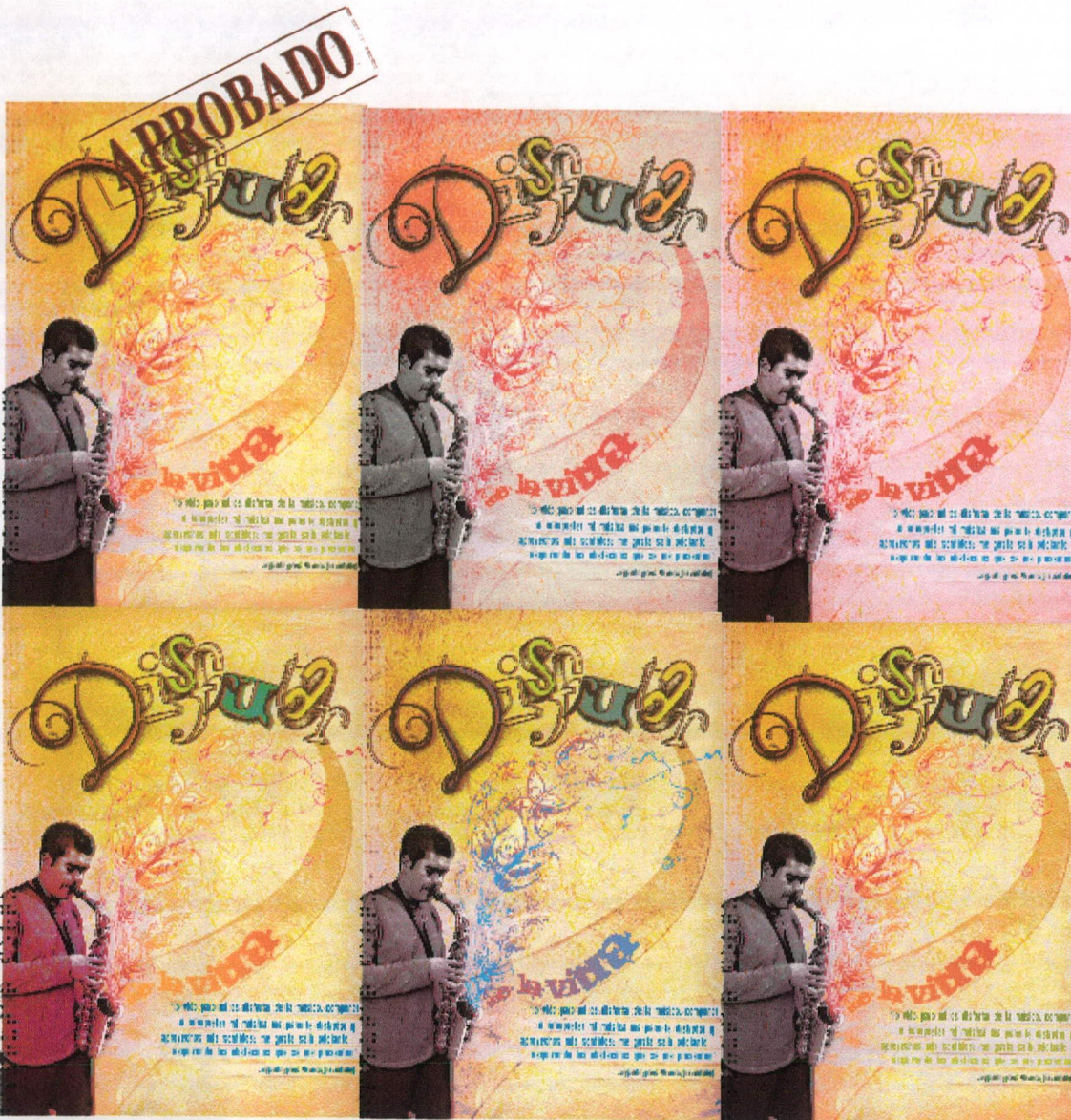


Afiche "Disfrutar 1"

En el afiche de "Disfrutar", de la misma manera se realizaron las pruebas de color correspondientes hasta llegar a un resultado favorecedor a la propuesta, probando intensificar los diferentes tonos cálidos.

La propuesta final es la marcada, ya que de la misma forma, favorece a la propuesta, otorgando balance en color.





Afiche "Disfrutar 2"

Después de las pruebas de color aprobadas anteriormente, se siguió una estética similar para las siguientes propuestas, en cuanto a balance de color. Pero de la misma forma, se realizaron las pruebas de color necesarias para llegar a un resultado favorecedor a la propuesta.

Quedando como final la propuesta marcada.



Afiche "Jugar"

Las propuestas de color en este caso, se muestran menos obvias, cambios como en el color de la letra inicial J y diferentes saturaciones de color, prevaleciendo siempre el magenta en el fondo.

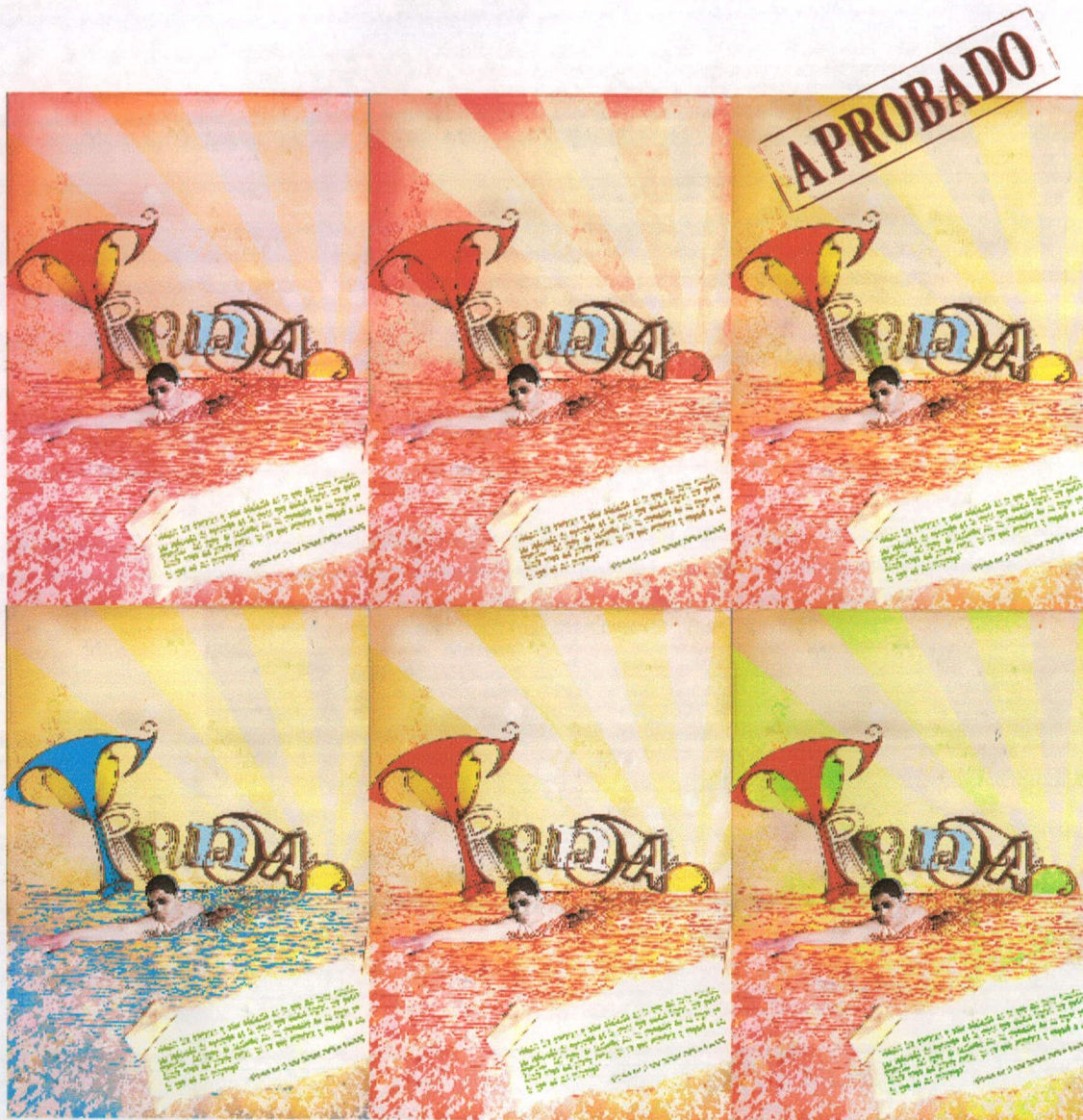
La propuesta aprobada es la marcada, ya que el balance de color es el mejor.



Afiche "Jugar"

Se sigue con el proceso de prueba de color para el afiche de "Jugar".





Afiche "Triunfar"

Pruebas de color para el afiche de "Triunfar", de la misma forma, por el elemento agua, se trató de utilizar el color celeste en mayor cantidad, pero como se puede observar, le quita calidez a la propuesta, de igual forma con el verde en el cielo para la última propuesta.

Por último, se determina que la mejor propuesta es la marcada, ya que la combinación de colores es favorable a la propuesta.





Manual

De la misma forma que se realizó la prueba de color para los afiches, se aplicó al manual, siempre prevaleciendo los colores cálidos sobre los complementarios.

En la primera propuesta se puede observar que el color prevaleciente en los complementarios es el celeste, pero no favorecía a la propuesta y se cambió por el rojo, con pequeñas aplicaciones de verde y escaso celeste.





Manual

Se sigue probando la aplicación de color, esta vez, con los fondos, en el primer caso se puede observar que el fondo se torna en un color muy cálido, mezclando el rojo con el naranja, utilizando el complementario celeste. En siguiente caso se observa en los fondos una tonalidad más ocre saturado.



Manual

En este caso, se llegan a dos propuestas que aportan el balance de color, la seleccionada es la segunda, ya que muestra colores más saturados y brillantes sobre el fondo con efecto añejado, lo que favorece a la propuesta, por el tipo de imagen que se desea manejar.



APROBADO





Manual

Para la segunda parte del manual, de la misma forma se trabajaron los colores, en la primera propuesta prevalecen los naranjas y el celeste, en la segunda, un naranja rojizo son detalles verdes.

Manual

En éstas dos propuestas, se destaca la primera quedando aprobada, ya que favorece al diseño del manual, y a la imagen que se le desea dar a la campaña.



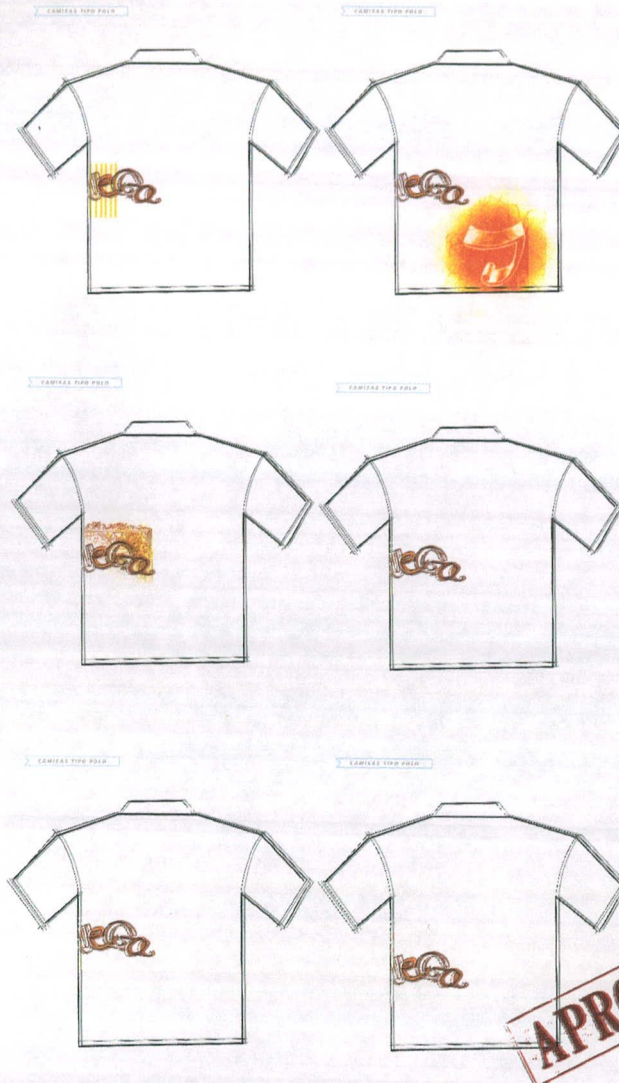
Playera "Tiro"

Determinada la propuesta de tipografía "Juego" para el manual de juegos motrices sensibilizadores, se determinó que la tipografía sería utilizada para la playera tipo polo blanca, delimitado por la organización de carácter gubernamental.

De esta manera, se aplicó la tipografía en el formato de la playera en la parte de enfrente la frase "Únete al" y la J de la palabra juego, junto con el logotipo del gobierno de Guatemala para identificar a la entidad.

Quedando como final de la parte de enfrente, la propuesta marcada, ya que la ubicación de los elementos le da balance a la composición dentro de la playera.





Playera "Retiro"

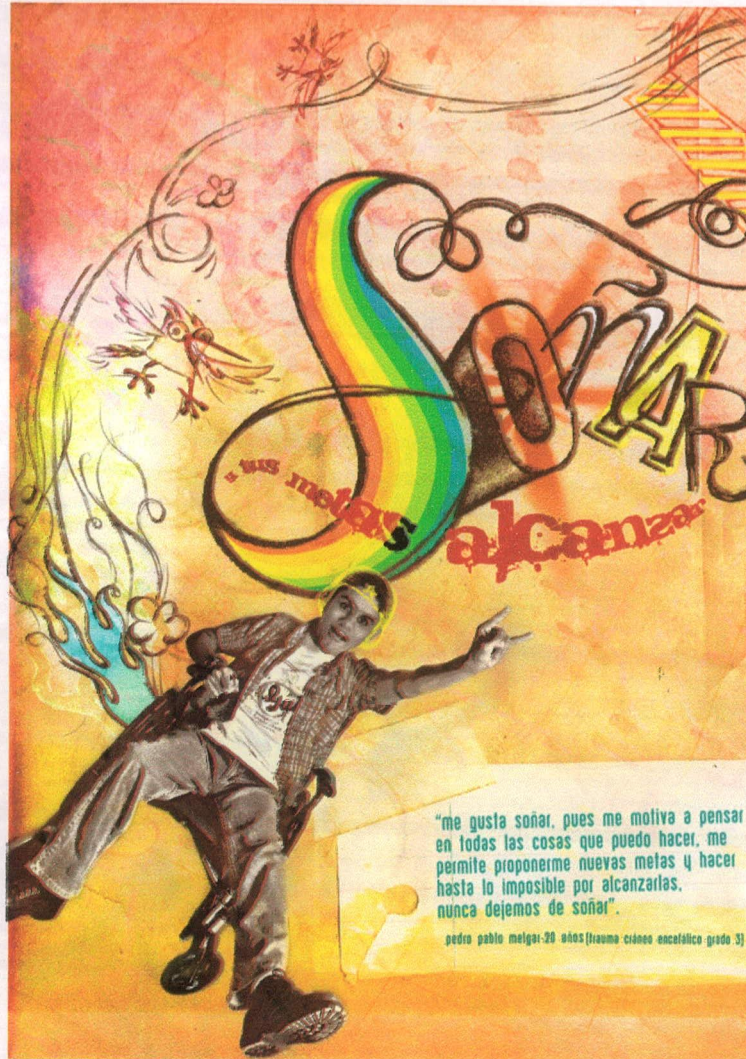
Para la parte de atrás de la playera, de la misma forma se jugó la segunda parte de la palabra "Juego", aplicando texturas extras y jugando con la altura del texto.

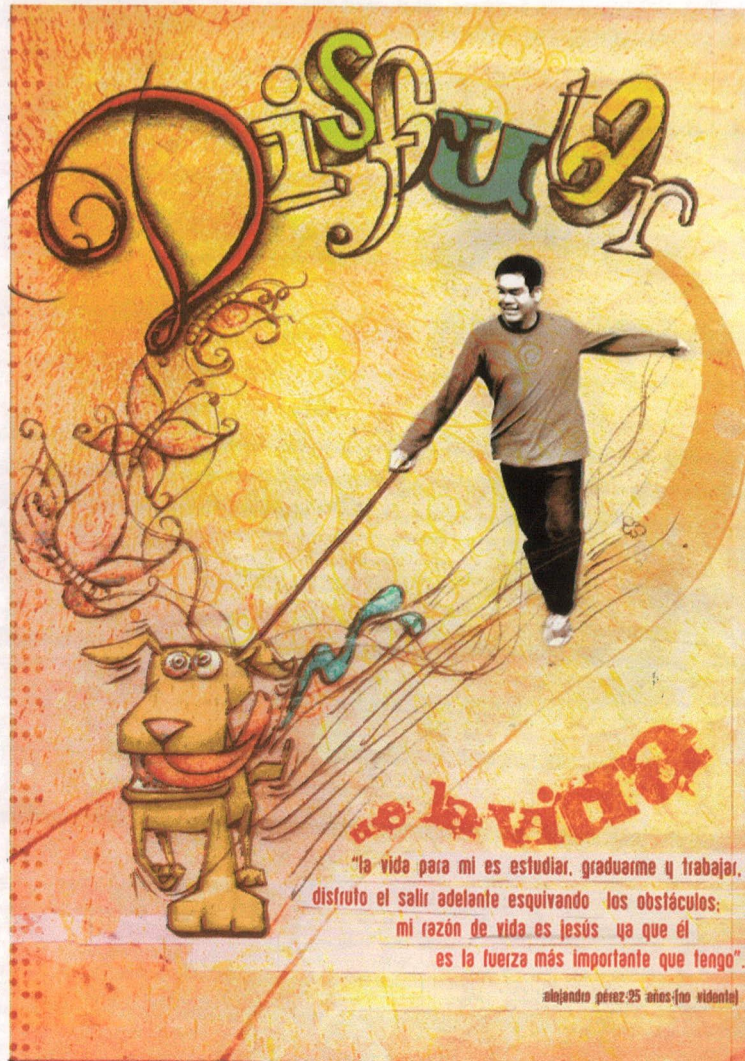
Quedando como final, la propuesta marcada, ya que es la continuación de la parte de enfrente de la playera, además de que, se determinó que el peso del diseño de la playera caería en la parte de enfrente, dándole atrás un descanso visual.

Afiche "Soñar"

Después de experimentar con los cambios de color en las propuestas seleccionadas se resume la decisión de la elección de las propuestas preliminares de la siguiente forma:

La pieza seleccionada para el afiche de "Soñar", reúne los aspectos requeridos en la tabla de requisitos, ya que como se puede observar, los colores manejados por textura, se integran y generan impacto visual, al mismo tiempo se puede observar que tanto la fotografía como las ilustraciones que la integran, transmiten la extroversión requerida; la tipografía del título, se integra de una forma dinámica tanto con los fondos como con los elementos gráficos que la rodean.

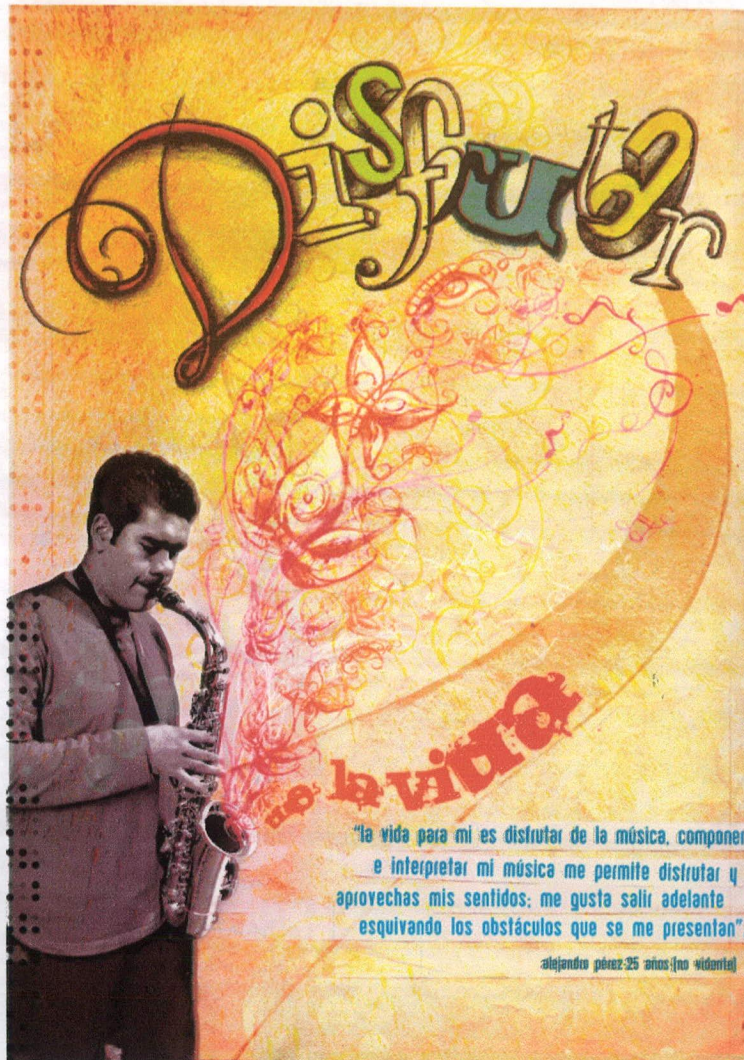




Afiche "Disfrutar 1"

Bajo los mismos aspectos, fue seleccionada la propuesta preliminar del afiche "Disfrutar", como se puede observar, los colores seleccionados se integran a la propuesta anterior, a diferencia que en esta propuesta están aplicados de diferente forma y con diferente saturación.

Como se puede observar, existe un balance visual, los colores se encuentran aplicados de manera que no satura a la vista, a pesar de que son colores saturados y brillantes.

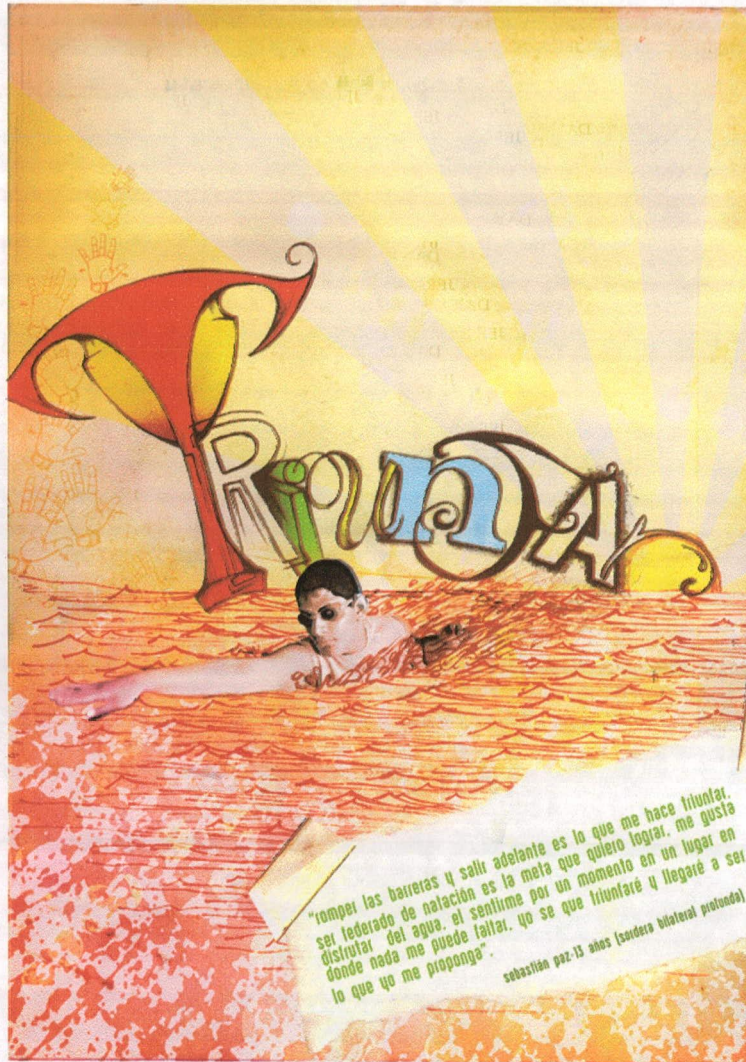


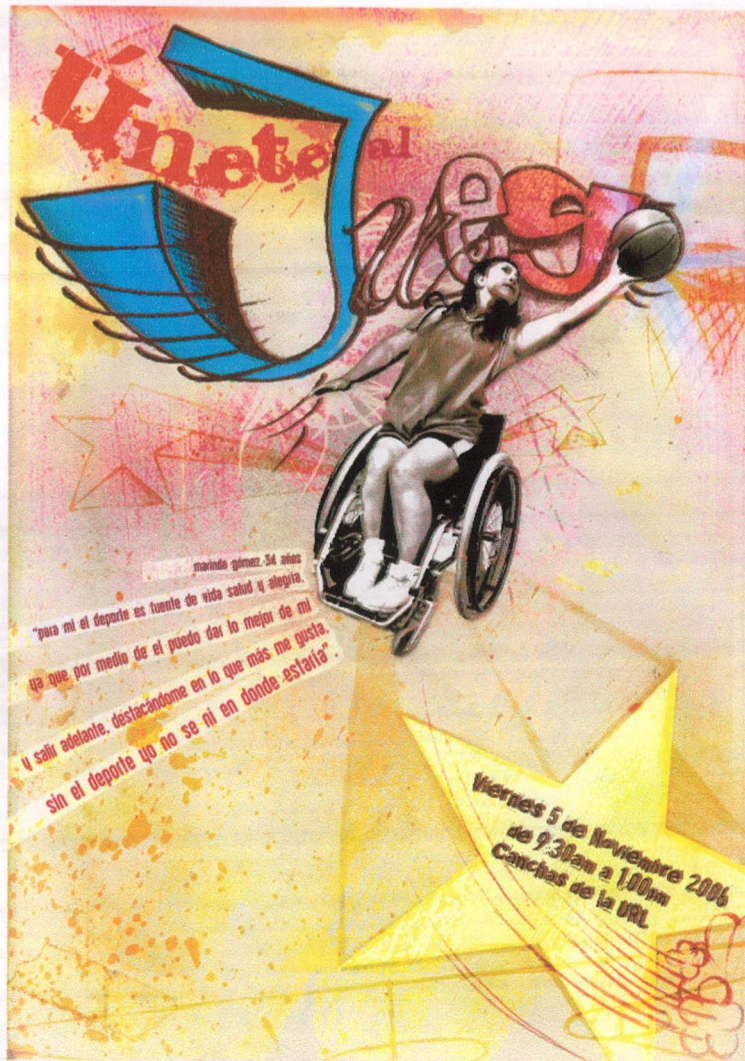
Afiche "Disfrutar 2"

En la segunda propuesta para el afiche de "Disfrutar", la selección final, se basó en los colores aplicados a las mariposas y a las notas musicales, ya que otorgan tonos cálidos que le agregan a la propuesta dinamismo y vida, apoyando al mismo tiempo el significado de la palabra en el título, siempre balanceado con los colores complementarios aplicados en el título y en la caja de texto.

Afiche "Triunfar"

La propuesta final del afiche de "Triunfar", fue seleccionada de la fase de color, tomando en cuenta los colores de los fondos, que le agregan a la propuesta tanto profundidad como armonía, ya que se integran con las texturas y la tipografía del título. Los colores aplicados a la propuesta en el título y de la caja de texto son los complementarios que apoyan la propuesta, otorgándole dinamismo por color a la propuesta.





Afiche "Juego"

A diferencia de las propuestas anteriores, se puede observar que la textura por color, se concentra en el título, dejando el área restante con blancos que equilibran la propuesta y dan espacio visual a la estrella que contiene la información sobre el evento.

Siguiendo con el color, otra razón de selección, es el equilibrio que aportan tanto el color y la ubicación de la estrella, y el color amarillo detrás de la letra J.

Manual

Continuación de la propuesta preliminar del manual de juegos motrices sensibilizadores.

<h3>Collage</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 	<h3>Mímica</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 
<h3>Carreras</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 	<h3>Boca escritora</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 
<h3>Pie pintor</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 	<h3>¿Qué es?</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 
<h3>Chisme</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 	<h3>Omo Pingüinos</h3> <p>Materiales: Papel Cinta adhesiva</p> <p>Objetivo: Formar grupos de 3 personas. Toda la zona está dividida en los números del 1 al 3. Se reparte a cada grupo un número del 1 al 3. El grupo que tiene el número 1 debe ir al número 2 y así sucesivamente hasta llegar al número 3. El grupo que tiene el número 3 debe ir al número 1 y así sucesivamente.</p> 



CAMISAS TIPO POLO

CAMISAS TIPO POLO



Playera

En cuanto a la diagramación de la playera, se seleccionó dicha diagramación, ya que permite un equilibrio visual en todo el formato. Además, la ubicación de la frase permite que se observe mejor la terminación de la frase.

La ubicación del escudo nacional en el pecho, fue la mejor propuesta a los requerimientos que la entidad tiene de la ubicación del mismo, además crea un contraste por color, y complementa la composición dentro del formato de la playera.

Se determinó que el peso visual del diseño de la playera caería en la parte de enfrente, dándole atrás un descanso visual.

II. VALIDACIÓN

II.1 RESULTADOS DE VALIDACIÓN

A continuación, se presentan los resultados de validación, para su aplicación se requirieron 6 validaciones dirigidas al grupo objetivo, 4 validaciones para diseñadores y 2 validaciones para expertos en el tema de discapacidad, por lo que suman 12 validaciones en total. (Ver instrumento en anexo No.4)

Instrumento de validación grupo objetivo

1. ¿Qué te transmite el tamaño de los afiches y el manual?

- a) Curiosidad II
- b) Pasan desapercibidos I
- c) Novedad III

2. ¿Qué te dice el color utilizado en los afiches y manual?

- a) Pasan desapercibidos
- b) Novedad II
- c) Curiosidad IIII

3. ¿Qué expresa el tipo de letra en los afiches?

- TÍTULOS
- a) dinamismo IIIII
 - b) estático
 - c) alegría I

TEXTO

- a) optimismo ||||
- b) pesimismo ||
- c) alegría |

4. ¿Qué expresa el tipo de letra utilizado en el manual?

TÍTULOS

- a) dinamismo ||||
- b) estático ||
- c) alegría ||

SUBTÍTULOS

- a) limitación |
- b) libertad |||
- c) rebeldía ||

TEXTO

- a) pesimismo
- b) seguridad |||
- c) optimismo |||

NÚMERO DE PÁGINA

- a) rebeldía |
- b) limitación ||
- c) libertad |||

5. ¿Qué expresan las fotografías y las ilustraciones dentro de los afiches y el manual?

- a) Introversión
- b) Extroversión |||
- c) Comunicación |||

6. ¿Qué expresan la forma en la que se encuentran distribuidos los elementos dentro de los afiches el manual?

- a) Desorden
- b) Libertad |||||
- c) Limitación

7. ¿Qué te transmite, el material en el que están impresos los afiches y el manual?

- a) Mala Calidad
- b) Buena Calidad |||||
- c) Distinción |

8. ¿Qué expresan los personajes dentro del manual?

- a) Comunicación |||
- b) Introversión
- c) Extroversión |||

Instrumento de validación Diseñador Gráfico

1. El tamaño del formato de los afiches:

- a) Pasa desapercibido I
- b) Impacta visualmente II
- c) Llama la atención I

2. El tamaño del formato en el manual:

- a) Dificulta el manejo del material
- b) Permite la manipulación I
- c) Facilita el manejo del material III

3. Los colores cálidos con su complementario dentro de los afiches y manual:

- a) Llamam la atención I
- b) Impactan visualmente III
- c) Pasam desapercibido

4. La tipografía realizadas a mano en los títulos en los afiches y manual:

- a) Pasa desapercibida
- b) Impacta IIII
- c) Llama la atención

5. La tipografía san serif en la caja de texto, de los afiches contiene:

- a) Testimonios positivos de personas con habilidades especiales IIII
- b) Vivencias de la vida cotidiana.
- c) Testimonios negativos de personas con habilidades especiales

6. La tipografía san serif con textura en subtítulos, del manual tienen la función de:

- a) Nombrar todos los subtítulos en el manual
- b) Nombrar las actividades contenidas en el manual IIII
- c) Integrarse con la imagen del manual.

7. La tipografía san serif en la caja de texto del manual:

- a) Ubica los contenidos en el manual II
- b) Desordena los contenidos del manual
- c) Dispone de los contenidos en el manual II

8. La variedad de tipografías contenidas en los números de página dentro del manual:

- a) Se integran a la estética trabajada en el manual I
- b) Guían al lector de manera rápida III
- c) Desorientan al lector dentro del manual

9. Las ilustraciones utilizadas dentro de los afiches:

- a) Respaldan a la fotografía I
- b) Animam y ponen en contexto a las fotografías III
- c) Descontextualiza a la fotografía dentro del diseño

10. Las fotografías utilizadas dentro de los afiches:

- a) Refuerzan la imagen positiva de las personas con habilidades especiales IIII
- b) Dan una imagen irreal de las personas con habilidades especiales
- c) Idealizan a las personas con habilidades especiales

11. Los personajes contenidos en el manual:

- a) Confunden al lector sobre las actividades contenidas en el manual.
- b) Explican las actividades dentro del manual
- c) Ejemplifican las actividades contenidas dentro del manual IIII

12. Los ejes libres de diagramación dentro de los afiches y manual:

- a) Dificultan a que las composiciones reflejen libertad.
- b) Ayudan a que las composiciones reflejen libertad III
- c) Contribuyen a que las composiciones reflejen libertad I

13. Los soportes: Texcote en afiches, Couché en manual y Tela en promocional:

- a) Hacen presentable el material II
- b) Le dan una buena imagen al material. II
- c) Hacen que el material se vea impresentable.

14. ¿Qué expresan las fotografías y las ilustraciones dentro de los afiches y el manual?

- a) Introversión
- b) Extroversión III
- c) Comunicación I

15. ¿Qué expresan la forma en la que se encuentran distribuidos los elementos dentro de los afiches y el manual?

- a) Desorden
- b) Libertad IIII
- c) Limitación

16. ¿Qué te transmite, el material en el que están impresos los afiches y el manual?

- a) Mala Calidad
- b) Buena Calidad III
- c) Distinción I

17. ¿Qué expresan los personajes dentro del manual?

- a) Comunicación
- b) Introversión
- c) Extroversión IIII

Instrumento de validación expertos

1. El tamaño del formato en los afiches:

- a) Curiosidad
- b) Pasa desapercibido II
- c) llama su atención

2. Los colores cálidos con su complementario transmiten dentro de los afiches y manual:

- a) Curiosidad II
- b) Pasan desapercibido
- c) llama su atención

3. La tipografía de los títulos en los afiches y manual le transmite:

- a) dinamismo II
- b) estático
- c) alegría

4. La tipografía en la caja de texto, que contiene los testimonios de las personas con habilidades especiales contenidos dentro de los afiches le transmiten:

- a) optimismo II
- b) pesimismo
- c) alegría



5. Los nombres de los juegos en los subtítulos, contenidos en el manual le dan la sensación de:

- a) limitación
- b) libertad II
- c) rebeldía

6. ¿Qué expresan los personajes dentro del manual?

- a) Introversión
- b) Extroversión II
- c) Comunicación

7. La tipografía en las actividades contenidas en la caja de texto del manual reflejan:

- a) pesimismo
- b) seguridad
- c) optimismo II

8. La tipografía contenida en los números de página dentro del manual reflejan:

- a) rebeldía II
- b) limitación
- c) libertad

9. El refuerzo de la imagen de las personas con habilidades especiales por medio de la fotografía e ilustración utilizada dentro de los afiches dan sensación de:

- a) Introversión
- b) Extroversión II
- c) Comunicación

10. La ejemplificación de las actividades contenidas dentro del manual por medio de personajes ilustrados, dan sensación de:

- a) Introversión
- b) Extroversión II
- c) Comunicación

11. Los ejes libres de diagramación dentro de los afiches y manual reflejan:

- a) Desorden
- b) Libertad II
- c) Limitación

12. Los soportes: Texcote en afiches, Couché en manual y Tela en promocional le dan sensación de:

- a) Mala Calidad
- b) Buena Calidad II
- c) Distinción

13. La tipografía san serif en la caja de texto, de los afiches contiene:

- a) Testimonios positivos de personas con habilidades especiales II
- b) Vivencias de la vida cotidiana.
- c) Testimonios negativos de personas con habilidades especiales

14. La variedad de tipografías contenidas en los números de página dentro del manual:

- a) Se integran a la estética trabajada en el manual
- b) Guían al lector de manera rápida II
- c) Desorientan al lector dentro del manual.

15. Las ilustraciones utilizadas dentro de los afiches:

- a) Respaldan a la fotografía
- b) Animam y ponen en contexto a las fotografías II
- c) Descontextualiza a la fotografía dentro del diseño.

16. Los personajes contenidos en el manual:

- a) Confunden al lector sobre las actividades contenidas en el manual.
- b) Explican las actividades dentro del manual.
- c) Ejemplifican las actividades contenidas dentro del manual II

17. Las fotografías utilizadas dentro de los afiches:

- a) Refuerzan la imagen positiva de las personas con habilidades especiales II
- b) Dan una imagen irreal de las personas con habilidades especiales
- c) Idealizan a las personas con habilidades especiales.

II.2 INTERPRETACIÓN DE VALIDACIÓN

Formato

En las dimensiones de formato en los afiches, se hace evidente que no representa una diferenciación, ya que quienes validaron consideran que el tamaño es regular a lo ya existente, por lo que se considerará un aumento de tamaño para la propuesta final, para que los afiches se distingan de los demás, dentro de las carteleras en la URL. En el tamaño del manual, la funcionalidad es lo más importante, ya que se debe manejar el material sin dificultad, y no se debe de entorpecer el proceso de educación y sensibilización en los estudiantes, por lo que se manifestó la efectividad de la función.

Color

Los colores cálidos con su complementario, son colores que al combinarlos en proporciones adecuadas, según las personas que validaron, consideran que los colores llegan a provocar el interés del que observa el material. Para ellos, el impacto visual es evidente, por lo que no se consideró ningún cambio.

Tipografía

Según las personas que validaron, la tipografía en esta propuesta de imagen provoca sensaciones positivas, por lo que se utilizó una variedad de tipografías en títulos, subtítulos, caja de texto y números de página. Cada una, expresó sensaciones positivas. Además de cumplir de una forma precisa a la función que cada una posee, también llaman la atención e interés, que se desea proyectar. Es por ello que no se consideró ningún cambio.

Imagen- Fotografía

En cuanto a fotografía, se encontró que para las personas que validaron, comunican sensaciones positivas, además de que refuerzan la imagen que se le desea dar a la campaña.

Imagen- Ilustración

Afiches

Es importante la expresión de las ilustraciones, ya que le dan a la fotografía un contexto en donde se pueden destacar y expresar de mejor forma. Según las personas que validaron, las ilustraciones comunican sensaciones positivas ya sea en los afiches o en el manual

Manual

Dentro del manual, se busca una función importante, ejemplificando las actividades en el manual, por medio de personajes que expresan sensaciones positivas y dinámicas, además se encuentran siempre en diferentes posiciones por la misma función.

La carga positiva que poseen los personajes hace que el manual sea atractivo y diferente, además de ser un apoyo visual para entender el contenido, en el caso del manual.

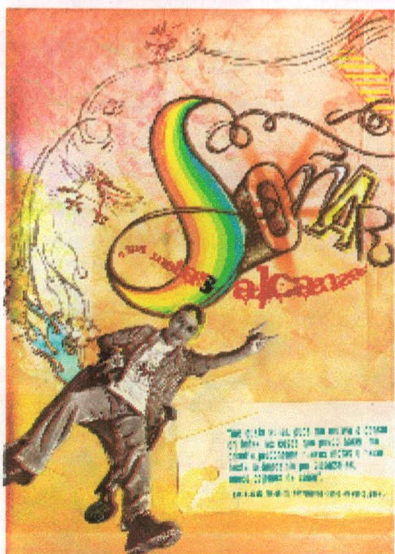
Soporte

La importancia de transmitir atributos positivos en todo el material es importante, según las personas que validaron y se logra calidad que refleja el positivismo que se busca, por medio de materiales que respaldan de manera óptima las propuestas trabajadas y que faciliten la visualización de la propuesta final.

Ejes de Diagramación

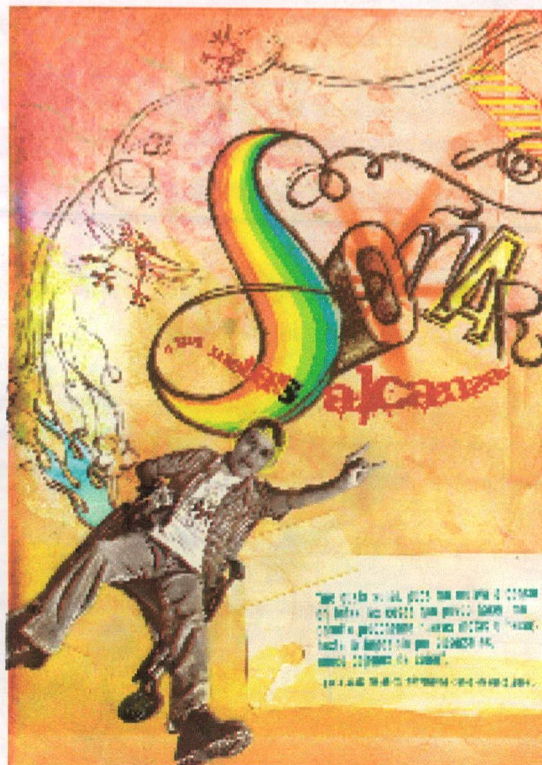
En la propuesta se hacen a un lado las limitantes que se puedan tener es por ello que para las personas que validaron cada elemento dentro de las propuestas, puede ser parte de cada composición sin un parámetro o regla general. Logrando en cada propuesta, algo único y diferente, sin ninguna mediada, solamente se responde a lo que cada composición debe decir sobre el tema a tratar en cada propuesta.

20 pulgadas



28 pulgadas

28 pulgadas



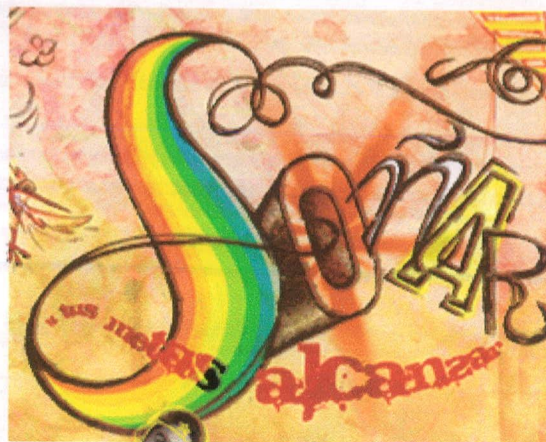
40 pulgadas

Cambio de tamaño de los afiches.

De acuerdo a los resultados, se considera que para que la pieza impacte por tamaño, se requiere un tamaño superior al establecido anteriormente, por lo que se consideró el cambio en función a la tabla de requisitos.

El tamaño final es el doble del propuesto anteriormente, ya que son tamaños estándar dentro del diseño de carteles.

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN



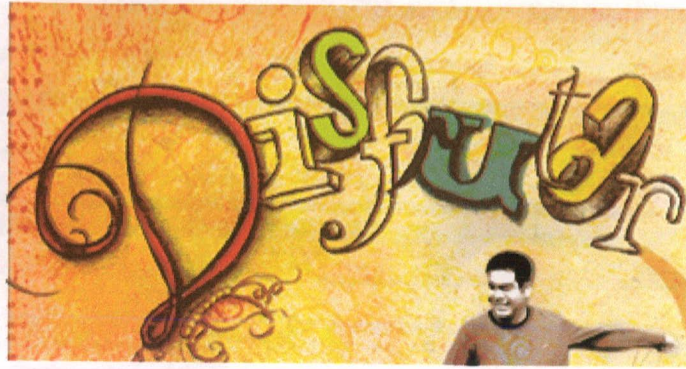
Tipografía-afiches

Títulos

Las tipografías manuales fueron elaboradas en función de expresar visualmente el título central de los afiches, como se verá a continuación:

En el afiche con el título de Soñar, se elaboró de esa manera, debido a que cuando se piensa generalmente en esa palabra, vienen sentimientos de suavidad, fantasía, y es por eso que se colocaron franjas de colores dentro de la letra inicial S simulando un arco iris, además de las formas orgánicas de la letra que complementa la sensación de suavidad.

Las demás tipografías de la palabra sirven de complemento de la idea central de Soñar.

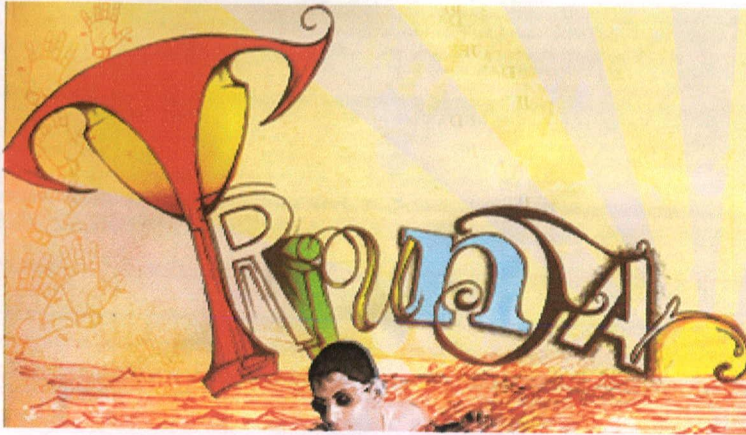


Tipografía-afiches

En el afiche de Disfrutar, de la misma forma para la letra inicial D se tomaron formas orgánicas, debido a que cuando se percibe ese sentimiento, las emociones son muy abiertas, muy fluidas; las formas orgánicas proporcionan una sensación de bienestar y es por eso que se utilizaron de la misma forma en este título. Siempre complementando la palabra, se tomaron diversas tipografías para crear dinamismo en la palabra.

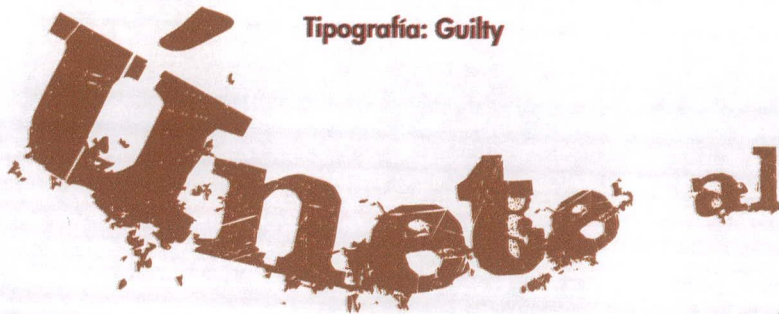


En el afiche de Juego, se elaboró una tipografía dinámica, con líneas de acción que dan sensación de movimiento, si se puede observar es una elaboración pensada en transmitir diversión y juego, ya que la J tiene movimiento y la g tiene una expresión de sonrisa, en la letra o del final se colocó un trazo muy simple debido a que la pelota de básquet ball va sobre la letra, pensando en la integración de fotografía y título en el diseño.



Tipografía-afiches

En el afiche de Triunfar, se elaboró una letra titular T, abstrayendo la forma de un trofeo, ya que esa forma materialmente es lo que representa la palabra. Siempre complementando la palabra, se utilizaron diversas tipografías que se mostraran dinámicas



Tipografía: Guilty

Tipografía-Título digital

En cuanto a los complementos de los títulos, se utilizó la tipografía de Guilty, debido a que es un tipo muy dinámico y además, como se quiere representar el sentido de renovación, por lo que se seleccionó también por ser un tipo serif, pero moderno, y visualmente se ve manual.

Tipografía: Joost

sordera bilateral profunda



Afiche-texto

En los textos se escogió el tipo Joost, ya que es el tipo moderno, y claro, sus líneas son muy limpias y claras y le da balance al diseño, ya que ayuda a que no se vuelva un diseño de imagen muy añeja o antigua.

Color

Los colores se escogieron para todos los elementos de la campaña, ya que es una mezcla que transmite modernidad y calidez, debido a que se estableció que los colores complementarios, se utilizarían sólo en algunos detalles, prevaleciendo los colores cálidos, utilizados de manea que transmitan vigor y personalidad al diseño.

Afiche "Soñar"

Se iniciará mencionando que cada persona que se encuentra dentro de las propuestas, poseen tales atributos, cada afiche está realizado en base a sus atributos como persona, lo que hace al material más único y especial.

En la integración de los elementos, se puede observar en el afiche de "Soñar" que se logra una imagen positiva, en la que se muestra una situación irreal, ya que las personas con discapacidad tienen esa capacidad de soñar, y alcanzar metas a igual cualquier persona.

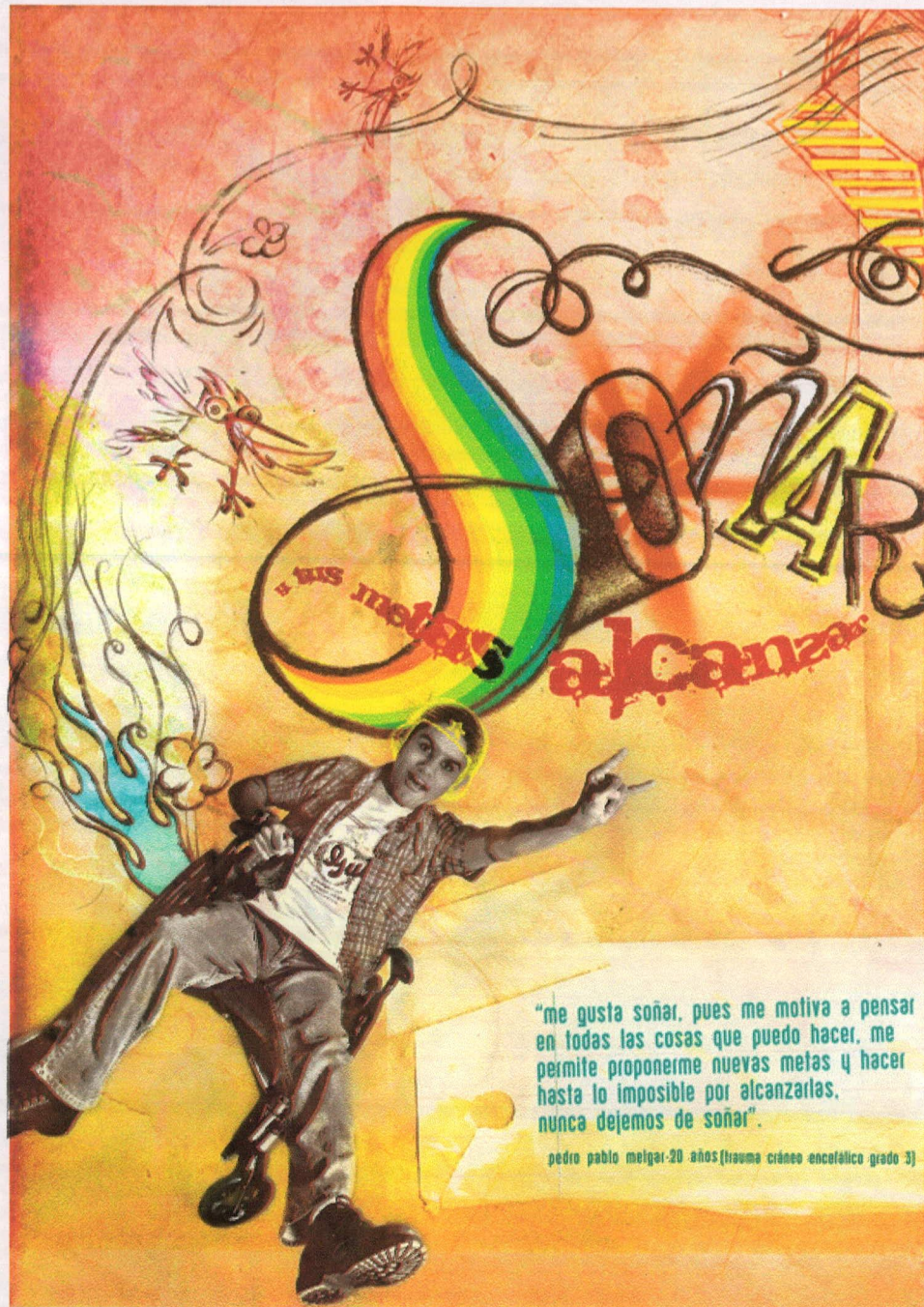
Tanto los colores que se proponen en la letra titulas de la palabra, como el entorno y la historia que se cuenta, proporcionan esa ilusión de sueños.

Como se puede observar en la fotografía, la persona con habilidades especiales, muestra una actitud extrovertida, y alegre, respondiendo a lo requerido en la tabla de requisitos.

Las ilustraciones, ayudan a que la fotografía se ubique en un entorno, dándole sentido a la expresión de la persona.

Como se observa, la tipografía se integra completamente a la propuesta visual, de manera que es parte de la misma.

En síntesis se podría decir que la propuesta del afiche "Soñar" es una propuesta que muestra una imagen diferente de lo que es una persona con discapacidad, mostrando una imagen más cercana a una realidad desconocida.



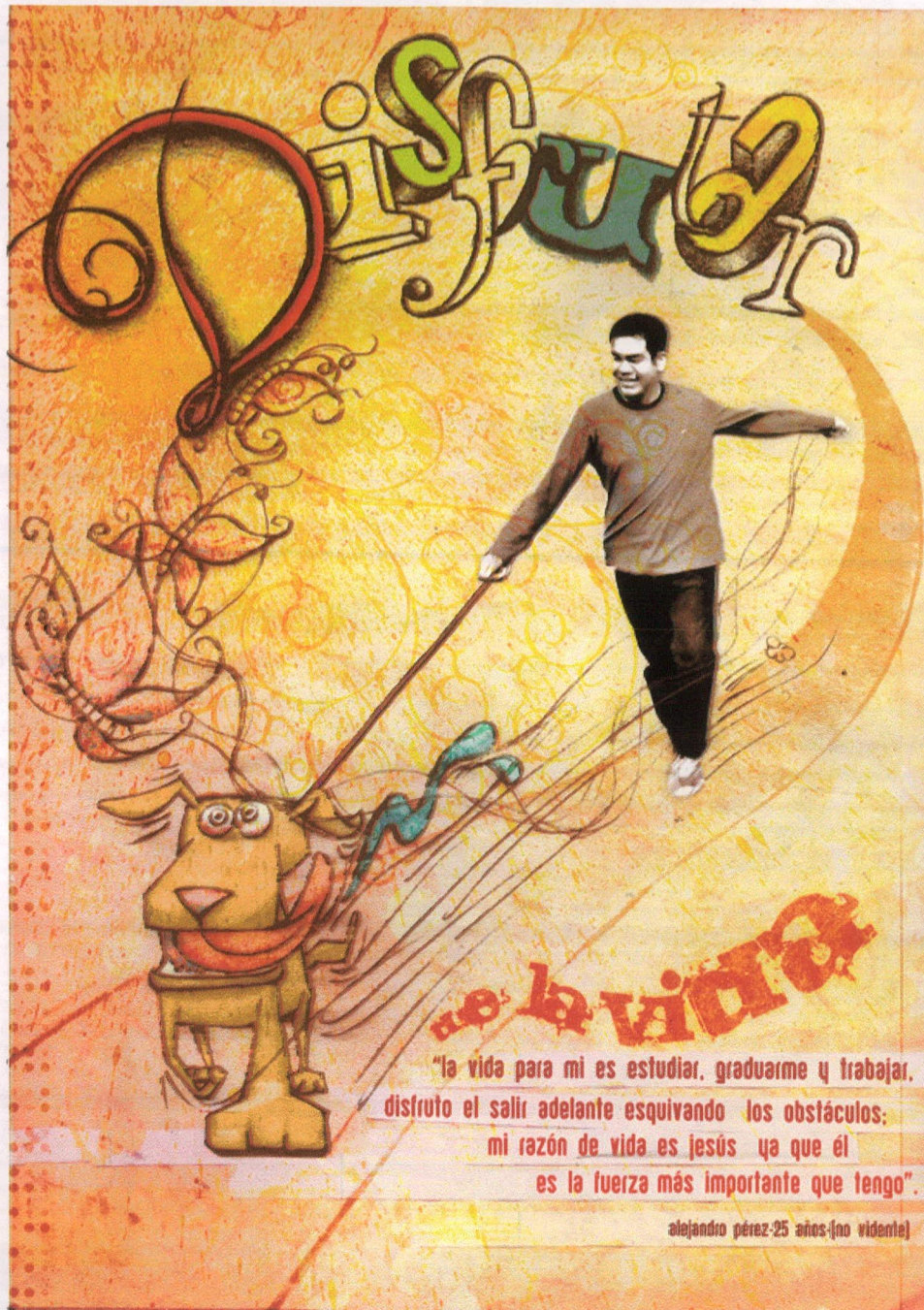
Afiche "Disfrutar 1"

En el afiche de "Disfrutar", al igual que en afiche anterior, se tomaron elementos que dieran la sensación de bienestar, utilizando formas orgánicas, en fondo y letra inicial en el titular, así como también en las mariposas.

En esta propuesta se quiere reflejar, la espontaneidad y alegría que puede tener una persona con habilidades especiales, mostrando a un joven no vidente, corriendo con su perro.

Como se menciona en la propuesta anterior, la tipografía se incorpora a la propuesta, para que no se rompa unidad en los elementos dentro del diseño.

En síntesis en esta propuesta, se puede decir de igual forma que la propuesta representa una visión diferente de las personas con habilidades especiales, mostrando otro atributo que es la espontaneidad y alegría que puede tener cualquiera de estas personas.



Afiche "Disfrutar 2"

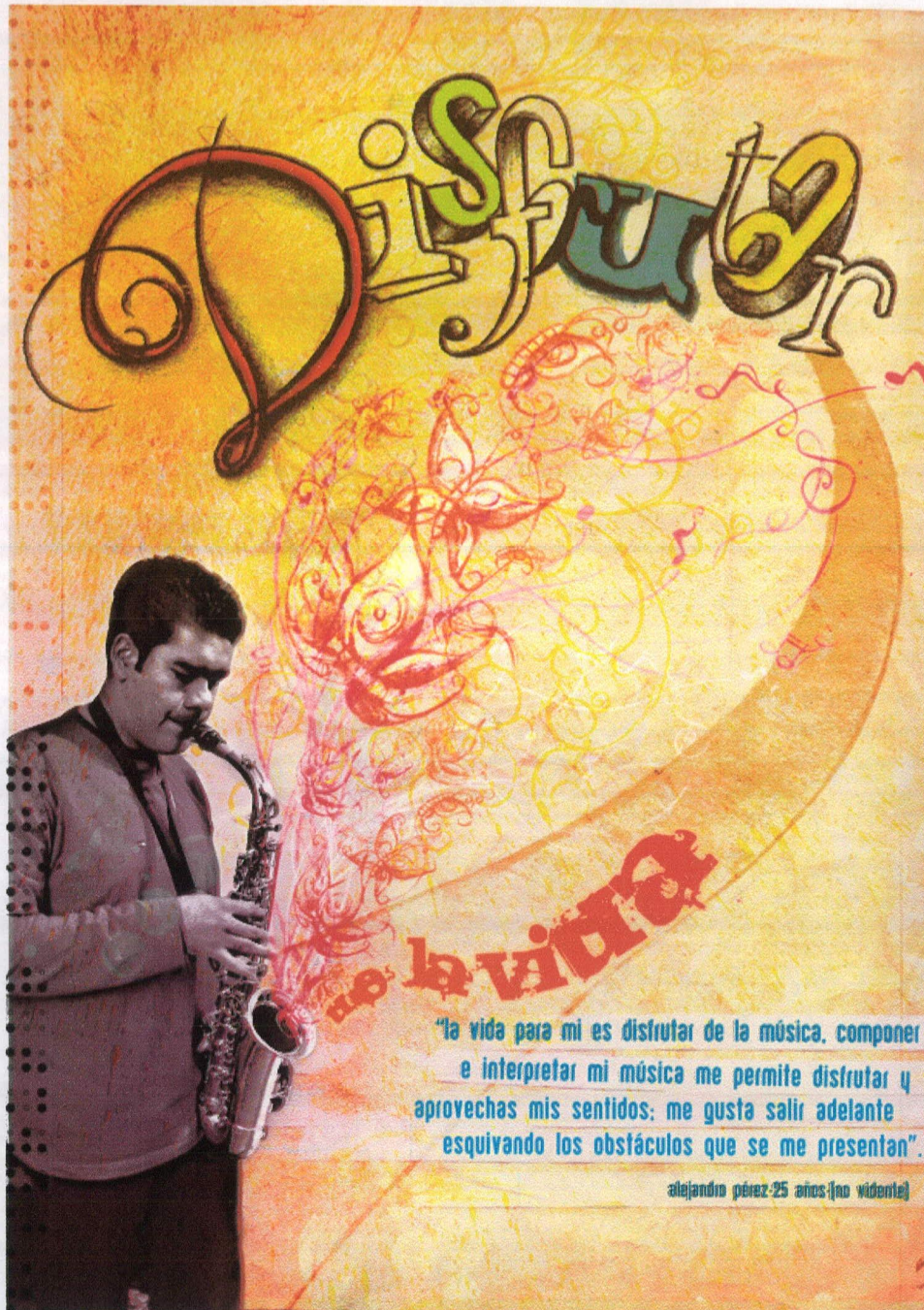
Debido a que la persona poseía un talento desconocido, se realizó una segunda propuesta que muestra una habilidad que puede desarrollar una persona no vidente, la inclinación musical.

Como se puede observar, la propuesta contiene casi los mismos elementos que la propuesta anterior, solo que se encuentran en una composición diferente la fotografía e ilustración.

En esta propuesta se quiere hacer énfasis a la vida por medio de la música, las mariposas representan esa vida que sale del instrumento musical.

En conjunto el afiche expresa "Disfrutar la vida por medio de la música".

En la fotografía, se puede observar la pasión y dedicación que la persona le da a la música, atributos que se manifiestan para dar a conocer al grupo objetivo otra cara positiva de la situación que viven estas personas.



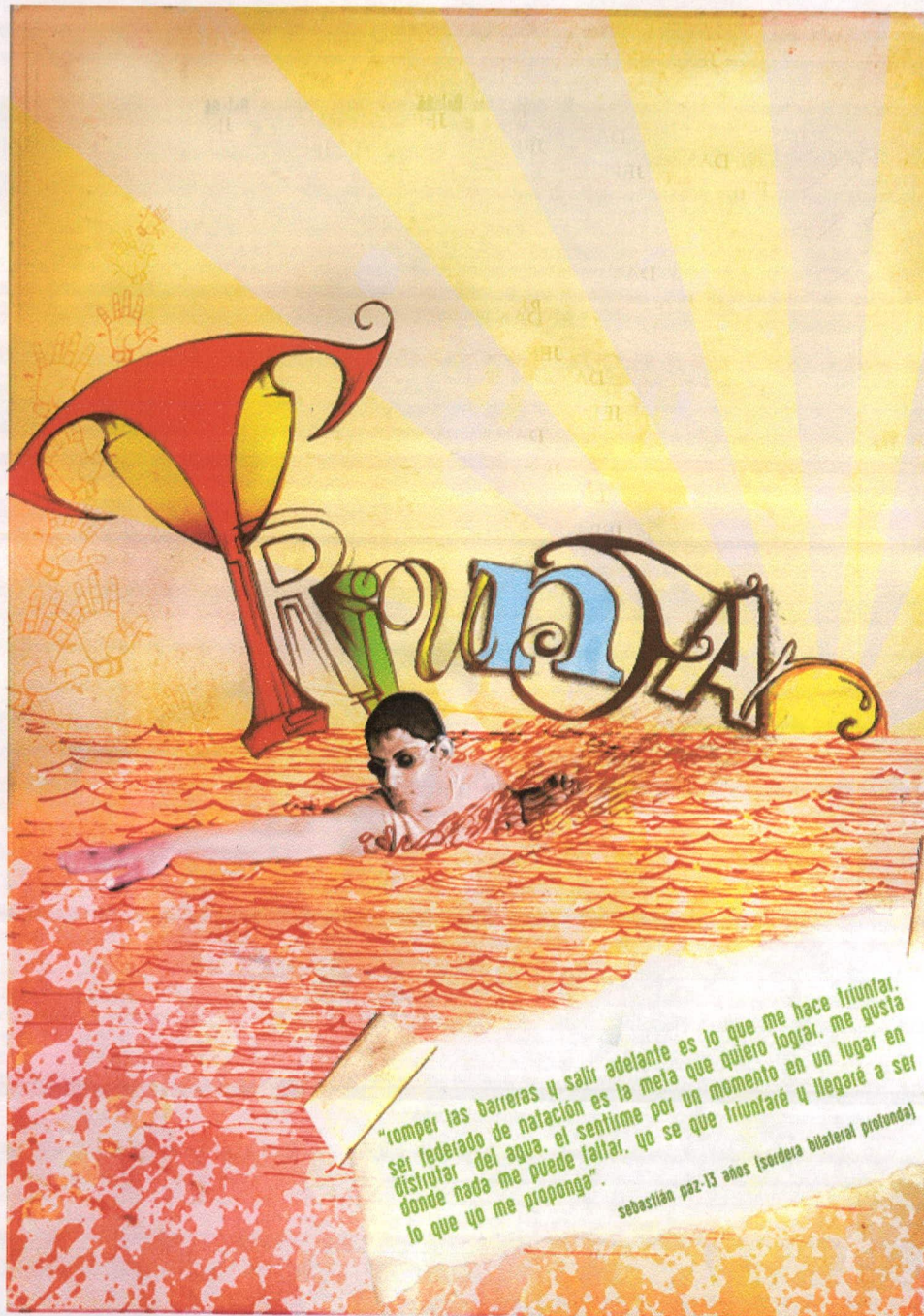
Afiche "Triunfar"

En este afiche se puede observar una composición que permite ver otro atributo que poseen las personas con habilidades especiales, este es la perseverancia que ellos tienen para salir adelante, se representó colocando a un niño con sordera que realiza natación, en un entorno en el que se ve un largo camino por recorrer, mostrando un horizonte lejano, el cual ya ha recorrido.

La palabra "Triunfar", complementa esta composición, ya que el triunfo es lo que se obtiene con perseverancia y lucha para llegar a una meta.

Las manos que se observan de lado izquierdo en la composición, son manos que en el lenguaje de signos significan aplausos, estos aplausos son el respaldo y apoyo que cada persona con habilidades especiales debe de tener, ya que solo no llegará a la meta.

Al igual que en las propuestas anteriores, la tipografía se integra a la composición de manera que son parte del entorno.



"Romper las barreras y salir adelante es lo que me hace triunfar. Ser federado de natación es la meta que quiero lograr. Me gusta disfrutar del agua, el sentirme por un momento en un lugar en donde nada me puede faltar. Yo sé que triunfaré y llegaré a ser lo que yo me propongo".

Sebastián Paz-13 años (Sordera bilateral profunda)



Afiche "Juego"

Para concluir la campaña, se realizó un afiche en el que se invita a los estudiantes a que se involucren con personas con habilidades especiales, después de todo el proceso de campaña. Esto permitirá que los estudiantes tengan una propia visión sobre lo que es una persona con discapacidad y formen su propio criterio.

Se realizó un afiche que promoció la actividad e invitó de manera positiva a involucrarse más en el tema.

En la composición se puede observar, a una persona con discapacidad en una situación un poco irreal, pero a la vez muestra una actitud positiva.

La mujer se encuentra dentro de la composición, saltando desde la superficie hasta llegar al tablero de básquet ball, con estrellas que le salen de los costados, diciendo que ella es la estrella del juego.

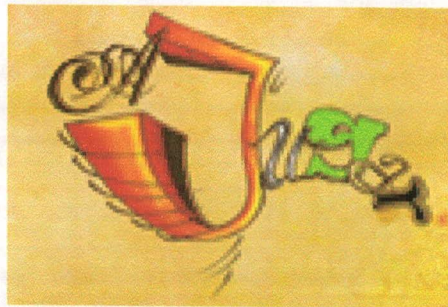
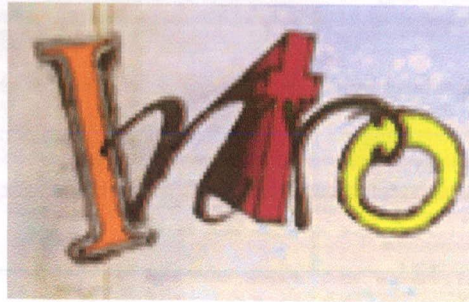
Para integrar la información sobre el evento, se colocó la información dentro de una de las estrellas, de esta forma, se le da una función al elemento visual, haciendo más interesante la propuesta.



Tipografía títulos y subtítulos

La tipografía elaborada para la portada es juguetona, por lo mismo de la palabra, pensando en el color verde del la J para que resalte sobre el fondo, además, la combinación de verde y naranja se asocia con la juventud.

Para el índice se comenzó con una letra más formal pero con formas orgánicas, debido a que cuando nos imaginamos el índice pensamos en algo mas formal, pero siempre se quiso seguir jugando con las letras y quitarle lo formal integrándola con tipos más juveniles y modernos, de igual forma con el título de introducción.



Tipografía títulos y subtítulos

Para la introducción se manejó el mismo concepto que en el índice, tipografías que se mostraran dinámicas.

En el título de "Jugar", se tomó casi el mismo del afiche sólo que invertido, ya que representa de manera clara lo que es el juego, y para amarrar el material, en esta versión, se colocó una letra a script, para formar una invitación para jugar, incentivar a los alumnos, dándoles una frase positiva antes de comenzar a jugar.

Tipografías

Broken 15

Motrices

Sensibilizadores

Diesel

Manuale

Texto
Folks

Materiales

Tiempo: 5 min.

Folks-Light

Vivir y experimentar una discapacidad puede ser un buen recurso.

Tipografía

Subtítulos digitales

Se utilizó broken 15 ya que forma parte de la técnica manual que se esta proponiendo en el material, por lo que se complementa totalmente con la imagen.

Se utilizó Diesel, para darle equilibrio a la diagramación, para dar descanso visual, ya que no es un tipo relleno, solo el borde que es agradable a la vista y de un buen tamaño.

En los textos, se utilizaron estos tipos ya que son muy limpios y legibles, y al mismo tiempo tiene una imagen moderna que se acopla totalmente con la imagen y permite la legibilidad.



TURBO ripped



Depraved



DIESEL



Base 02



GM Exp Offset Doubleoutline



Hair of the dog



Retro Rock Poster



Bill Hicks



Print Error



Misproject

Tipografía

Numeración de páginas

Se utilizó una variedad de tipografías dentro del manual, para hacer más atractiva la numeración de las actividades, ya que al momento de jugar, el mediador va a decirle al alumno que busque tal número de juego, es por ello que el número de juego es lo más sobresaliente, incluso hasta más que el nombre del juego, ya que les servirá como una guía para facilitarles el manejo del material, guiándose de los números y no de los títulos, que son más difíciles de localizar.

Siguiendo con la variedad de tipografías, se utilizaron varios tipos debido a se quisieron diferentes actitudes de los estudiantes, que se relacionaran con los tipos, y es por ello que hay tanto topos script, como texturizados y unos más libres o de apariencia manual.

Ya que a la vez de ser atractiva la mezcla de dos tipos como se trabajó en este caso, se busca que al estudiante se le quede más rápido en dónde se encuentra determinada actividad.

Manual

Ésta es la propuesta final del manual, al visualizar los fondos de apariencia vieja, pero con todo el diseño que lleva sobre él, tanto tipografías e ilustraciones, se logra transmitir la transición que deseaba, renovando lo viejo con lo nuevo, tomando como analogía de cambio de pensamiento, de lo viejo a lo nuevo.

Se escogió ese tipo de personajes, ya que por la estructura del cuerpo permite hacer las demostraciones de los diferentes juegos, además, la forma de las caras y el tamaño, permite observar claramente las expresiones de los personajes al momento de realizar las actividades, de manera que el estudiante se dará una primera impresión de las actividades contenidas.

Los personajes, permitieron más dinamismo dentro del manual, ya que de cierta manera le orienta al estudiante de qué se trata la actividad a realizar, antes de leer el texto



Manual

La forma en que están pintados tanto los personajes, como los tipos es intencional, ya que por el mismo concepto de cambio, renovación, se dejaron algunos espacios sin pintar para expresar el proceso de cambio, ya que mientras mas pintado este mas renovación o cambio habrá y es por ello que pintaron a medias.

Se le pusieron nubes a los textos, para que de alguna forma interactuara con los personajes, haciendo como si el personaje explica los juegos, y no sólo poner el texto porque sí, el propósito es que todo sea parte de todo, incluso en algunos casos la numeración de las actividades interactúa con los personajes sirviendo de piso o de fondo.

El tamaño al final quedo de 14cms. x 11cms. debido a que se dificultaba a la hora de distribuir el texto, no cabía a pesar de ser poco y también porque no se iban a apreciar bien los personajes.

<h3>Collage</h3>  <p>Materiales: - Escudo - Pegamento - Tijeras - Papel</p> <p>Objetivo: - Formar grupos de 3 personas. - Todo lo que sea necesario se lo entregamos a cada grupo a la hora de hacer el collage. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>3to</p>	<h3>Mímica</h3>  <p>Materiales: - Papel - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>4to</p>
<h3>Carreras</h3>  <p>Materiales: - Papel - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>5to</p>	<h3>Boca escritora</h3>  <p>Materiales: - Papel - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>6to</p>
<h3>Pie pintor</h3>  <p>Materiales: - Escudo - Pegamento - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>7mo</p>	<h3>¿Qué es?</h3>  <p>Materiales: - Escudo - Pegamento - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>8mo</p>
<h3>Chisme</h3>  <p>Materiales: - Escudo - Pegamento - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>9mo</p>	<h3>Como Pingüinos</h3>  <p>Materiales: - Escudo - Pegamento - Tijeras</p> <p>Objetivo: - Se divide en grupos de 3 personas. - Cada uno de los niños va a hacer un dibujo de un personaje. - Los niños van a hacer un collage de sus personajes. - Al final los niños van a hacer un collage de sus personajes.</p> <p>10mo</p>



Mensaje
Tipografía hecha a mano



Tipografía

Se seleccionaron esas tipografías para que se amarran a las frases de complemento junto con los afiches ya se usa de la misma forma interactuando con la tipografía manual para que el grupo objetivo relacione los juegos que se impartirán en la campaña, con las personas que integran la campaña, y sepan que son parte de la campaña.

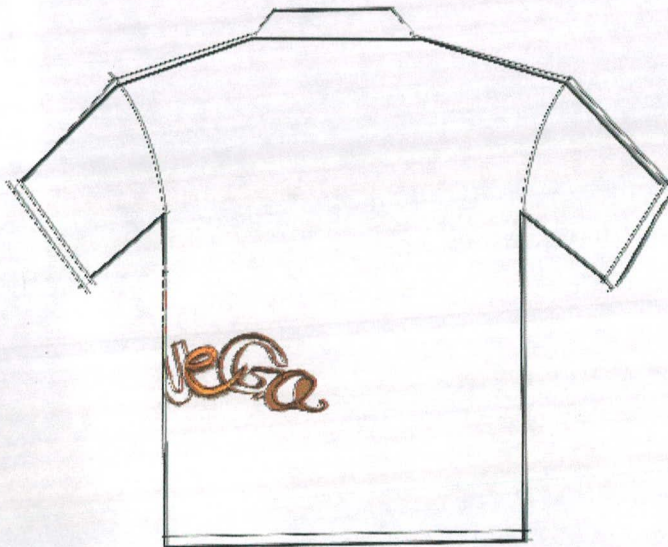
Mensaje
Tipografía Guilty

Únete al

CAMISAS TIPO POLO



CAMISAS TIPO POLO



Playera

Se escogió una playera polo de color blanca porque ya está establecido por el gobierno, además de que es el color que más se acopla a la imagen, ya que permite que el mensaje se vea con claridad.

El mensaje está distribuido de esa manera en la playera, debido que se quiere que al g.o sienta curiosidad del por qué de la playera, que no esté todo el mensaje del lado frontal es intencional por lo mismo, para que la gente siga viendo hasta terminar de leer el mensaje.

La imagen que se está tratando tanto en la playera como en la visera, es juvenil, por lo mismo que el g.o son jóvenes, de esta manera se podrá llamar más la atención de ellos, dando esa imagen juvenil.

13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

13.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

PIEZA: Afiches

DIMENSIONES: 28 X 40 pulgadas.

SOPORTE: Texcote, calibre 12.

LADOS DE IMPRESIÓN: Tiro

COLOR: Full color.

CANTIDAD: Se imprimirán 5,000 afiches, 1000 afiches para cada etapa.

PIEZA: Manual

DIMENSIONES: 3.25 X 4.25 pulgadas.

SOPORTE: Coshé 80.

LADOS DE IMPRESIÓN: Tiro y retiro.

COLOR: Full color.

CANTIDAD: Se imprimirán 13,300 manuales, 1,470 manuales que serán repartidos a los estudiantes de las 9 facultades dentro de la universidad.

PIEZA: Playera tipo polo color banco

DIMENSIONES: Small (pequeña), médium (mediana), large (grande) y extra large (extra grande).

SOPORTE: Playera tipo polo de algodón.

LADOS DE IMPRESIÓN: Tiro y retiro

COLOR: Full color.

CANTIDAD: Se imprimirán 500 playeras.

13.2 INFORME TÉCNICO

A quien interese:

El CD incluye una carpeta nombrada como "Proyecto PROGEDIS", dicha carpeta incluye 3 sub carpetas. Estas carpetas están identificadas como: "Afiches", "Manual" y "Playera".

La carpeta "Afiches" contiene 5 archivos en Freehand 10. Dichos archivos son: "Afiche 1.f10", "Afiche 2.f10", "Afiche 3.f10", "Afiche 4.f10" y "Afiche 5.f10". Los documentos de Freehand, poseen un exceso de 0.125 de pulgada.

La carpeta "Manual" contiene 2 archivos en Freehand 10. Dichos archivos son: "Manual 1.f10" y "Manual 2.f10". Los documentos de Freehand, poseen un exceso de 0.125 de pulgada.

La carpeta "Playera" contiene 3 archivos en Freehand 10. Dichos archivos son: "Escudo Gobierno tiro.f10", "Playera tiro.f10" y "Playera retiro.f10".

13.3 PRESUPUESTO DE DISEÑO E IMPRESIÓN

PRESUPUESTO DE DISEÑO:	
Área investigativa	Q 5, 000.00
Área creativa	Q 15, 000.00
Producción final	Q 20,000.00

Presupuesto de impresión:

(ver anexo 16.6)

AFICHES

LUGAR: OFÁBRICA LICECA

DIRECCIÓN: Diagonal 17, 22 – 80, Zona 11

TELÉFONO: 24762262-24760770-24423647-24423648

PRECIO: Q.26, 250.00

MANUAL

LUGAR: IMPRESIONES PALACIOS, S.A.

DIRECCIÓN: Ruta 1, 3-09 zona 4 (sótano), Guatemala, C.A.

TELÉFONO: 2 334-4582 al 84 FAX. 2334-4526

PRECIO: Q12, 768

PLAYERA

LUGAR: Union Cotton

DIRECCIÓN: 12 CALLE 0-93 ZONA 9 C.C. Montufar Local 28

TELÉFONO: 2331-1246

PRECIO: Q19, 875.00

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO	
Presupuesto de diseño	Q 20, 000.00
Presupuesto de impresión	Q 58, 893.00
Precio total	Q 78, 893.00

13.4 SISTEMA DE IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN

Afiches

Impresión litográfica ya que por la cantidad requerida, además, ofrece un costo favorable en un tiempo corto.

Manual

Impresión litográfica ya que por la cantidad requerida, además, ofrece un costo favorable en un tiempo corto.

Playera

Impresión serigráfica ya que ofrece un costo menor al bordado. Además, es conveniente ya que el formato de la playera contiene varios elementos. Estéticamente es la mejor solución.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ★ El material promocional realizado, posee diferentes elementos que se integran de manera tal que logran transmitir una imagen positiva sobre las personas con habilidades especiales, ya que invitan a la reflexión sobre lo que realmente son estas personas. Esto se logra a través de diferentes códigos contenidos en cada elemento de diseño, como la fotografía, la textura, el color y la ilustración, que como resultado transmiten vigor y alegría, sensaciones positivas, esto ayuda a desestereotipar a estas personas e invita a tener una opinión diferentes sobre ellos.
- ★ De manera positiva, se plantea la campaña realizada, invitando a los estudiantes a ser parte de la reflexión, por medio de la interacción entre ellos y las personas con habilidades especiales, después de que los estudiantes ya han tenido una retroalimentación y una reflexión sobre lo que es en realidad una persona con habilidades especiales.
- ★ El manual educativo realizado, muestra al igual que los afiches una visión positiva sobre el tema. Un elemento importante dentro del manual, son los personajes, ya que visualmente se identifican con el grupo objetivo, invitándolos a realizar las actividades contenidas por medio de una actitud positiva y dinámica.

El manual también ayuda a que los estudiantes experimenten la situación de las personas con habilidades especiales por medio de juegos sensibilizadores.

RECOMENDACIONES

- ★ Se recomienda, a los diseñadores que se involucren en proyectos de esta índole, introducirse en el tema, siendo parte del mismo. Por medio de la participación dentro de la Asociación o Programa designado, como en este caso en donde se participó en la junta mensual integrada por personas con habilidades especiales que coordianan PROGEDIS.

También es necesario conocer e involucrarse con personas con habilidades especiales, esto permite tener una visión objetiva sobre el tema.

- ★ Es importante mencionar en cuanto a fotografía, la importancia de crear un ambiente cómodo para que a las personas se les facilite ser fotografiadas, y de esta forma tener un resultado óptimo de las mismas.

Es necesario involucrarse con ellos para conocer su punto de vista sobre el tema. Como resultado a estas recomendaciones, se obtendrá una concepción total sobre el tema que facilitará el desarrollo de la propuesta que se realice.

15. BIBLIOGRAFÍA

- ★ Dalley, T., (1981). Guía completa de ilustración y Diseño, Técnicas y materiales, (pp. 104-108). (1era. Edición) Barcelona: Ediciones H. Blume.
- ★ Dondis, D., (1990). La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Editorial Gustavo Gill, S. A. IX Edición Española.
- ★ *Entrevista a psicóloga Karina Ortiz. (2006)*
- ★ Esparza, M. (2002). El león no es como lo Pintan. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- ★ IIDH (Instituto Internacional De los Derechos Humanos) y Organización Mundial de la Salud (OMS), (2006). Discapacidad y Derechos Humanos.
- ★ Ríos, M., (2000). El Valor educativo de los juegos motrices sensibilizadores, Revista: Minusport. No. 135, Abril 01, 01.
- ★ Ruiz, A., (2002). El diseño gráfico como apoyo al tratamiento de la espina bífida. Tesis Inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Facultad de Arquitectura y Diseño, Departamento de Diseño.
- ★ Werner, D. y Coger, H., (1987). Aprendiendo a promover la salud. Editado por Fundación Hesperian, 2da. Edición en español, Estados Unidos.
- ★ _____ (1999) [Web]. Significado de discapacidad. <http://www.newsartesvisuales.com/funda/COLOR8.HTM>. Consulta realizada en Agosto, 2006.
- ★ _____ (2005) [Web]. El Cartel. Educar. <http://www.tuobra.com/>. Consulta realizada en Agosto, 2006.
- ★ _____ (2006) [Web]. PROGEDIS. Consulta realizada en Agosto, 2006.
- ★ _____ (1999) [Web]. Importancia y significado del color. <http://www.newsartesvisuales.com/funda/COLOR8.HTM>. Consulta realizada en Agosto, 2006.
- ★ _____ (1999) [Web]. Discapacidad visual, auditiva y física. <http://www.wikipedia.org.HTM>. Consulta realizada en Agosto, 2006.
- ★ _____ (2005) [Web]. Programa de Especialización en Epidemiología de Campo -"PREC" Material Educativo. EDUCACIÓN UNIDAD III UNIDAD. Disponible en: _ . Consulta realizada en Agosto de 2006.

16. ANEXOS



ANEXO NO.

2

A decorative graphic in the bottom right corner featuring a blue star with a white outline and the number '2' inside it. The star is surrounded by red and orange swirls and splatters, creating a dynamic and artistic effect.

Nombre: Jarina Ortiz

Especialización: Psicología Clínica

Buen día por este medio se le solicita contestar a las siguientes preguntas que serán de mucha utilidad para realizar una guía eco turística para jóvenes de 18 a 25 años de edad pertenecientes a la clase media de Guatemala.

1) ¿Qué actitud ante la vida diaria suelen tener estos jóvenes?

Esta es la etapa en la cual se piensa en tener autonomía y libertad". Los jóvenes experimentan. Por lo general, dado que en el colegio y en casa han tenido límites muy marcados, su forma de experimentar es el desborde → fiestas
→ bebidas
→ actividades "extremas"

En este momento, el joven intenta formar parte de grupos y se plantea ideales por alcanzar. A veces se siente perdido pues ha vivido de acuerdo a los valores de su hogar y éstos probablemente no corresponden a los de la sociedad. Debe encontrar su propio camino

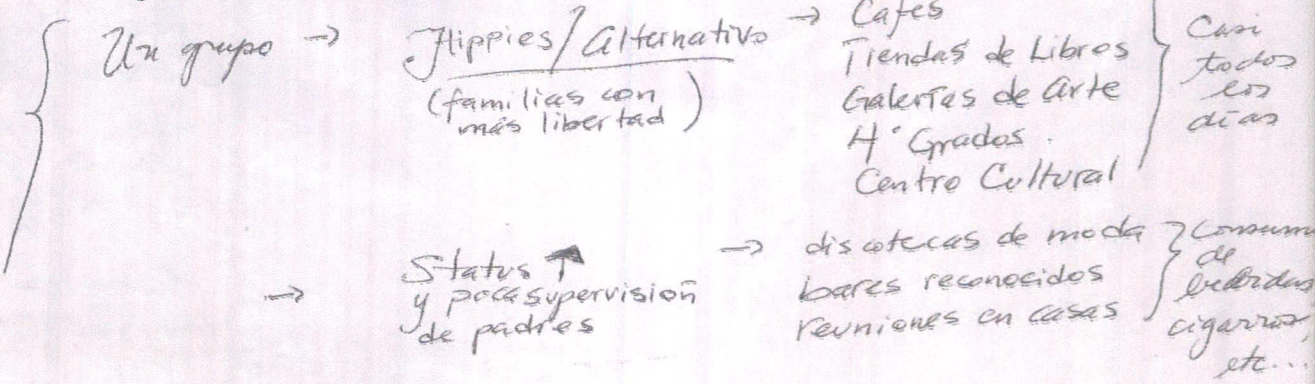
2) Generalmente ¿Cómo es el desempeño Universitario de estos jóvenes?

Pueden verse dos tendencias: Aquellos alumnos que se orientan al ideal y se esfuerzan por "llegar a ser" un/a profesional, rodeándose de amistades que se orientan a lo mismo. Por otro lado, aquellos que buscan diversión constantemente y no establecen compromisos con nada ni con nadie. Sus conductas se tornan auto-destruitoras

3) ¿Qué hábitos de consumo suelen tener, y cada cuanto lo hacen?

Y ¿Qué formas de entretenimiento tienen?

Buscan sitios de reunión



4) ¿Cuáles son sus formas de expresión verbal?

Su trato entre sí suele ser agresivo verbalmente.
Incluso, entre más confianza y afecto se tienen pocos adjetivos utilizan para llamarse entre sí.

↳ utilizados casi como nombres (sustantivos)

5) ¿Qué buscan estos jóvenes al salir de viaje, cuáles son sus intereses?

1. Experiencias significativas → de encuentro personal
→ de encuentro con otros/as (otras culturas)
→ conocer lugares interesantes
→ conocer lugares en donde puedan alojarse y divertirse
→ algunos pocos buscan donde descansar.

ANEXO NO. 3



Encuesta

Buen día solicito tu cooperación para realizar mi proyecto de diseño. Por tu ayuda muchas gracias.
A continuación se presentan una serie de preguntas, subraya las respuestas que se te pidan.

1. ¿En qué zona vives? _____

2. ¿Qué carrera estudias en la URL? _____

3. Aparte de estudiar, ¿Te encuentras trabajando?

Sí

No

4. ¿Qué género de música prefieres? (puedes seleccionar varias)

Trova

Hip-Hop

Reggeton

Gospel

R&B

Alternativa

Salsa

Merengue

Country

Clásica

Punk

Electrónica

Dancehall

Religiosa

Pop

Ranchera

Jazz

Rock

Otros: _____

5. ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre? (puedes seleccionar varios)

a. Salir a bailar

b. Salir a comer

c. Hacer deporte

d. Ir de compras

e. Ver televisión

Otros: _____

6. ¿Qué lugares frecuentas para salir a comer? (puedes seleccionar varios)

a. Mc Donalds

b. Burger King

c. Pollo

Campero

d. Pizza Hut

e. Dominos Pizza

f. Pizza Mía

g. Subway

h. Quiznos

i. Café di Culti

j. Café Barista

k. Café Saúl

Otros: _____

7. ¿Qué lugares de la Universidad Rafael Landívar frecuentas durante los recesos?
(Puedes seleccionar varios)

a. El peladero del L

b. El peladero del M

c. La cafetería

d. Plaza techada

Otros: _____

8. ¿Qué estilo de caricatura prefieres?



9. ¿Cómo percibes mejor a una persona con discapacidad?

- a. Fotografía con fondos ilustrados
- b. Ilustración con fondos fotografiados

10. ¿Qué tipo de impresión prefieres en la fotografía?

- a. Fotografía en blanco y negro
- b. Fotografía a color

10. ¿Con qué tipo de letra asocias "Personalidad y acción"?

- a. personalidad y acción
- b. Personalidad y acción
- c. PERSONALIDAD Y ACCIÓN
- d. PERSONALIDAD y acción
- e. PERSONALIDAD Y ACCIÓN

11. ¿Con qué colores asocias personalidad y acción? (puedes seleccionar varios)

Amarillo
Naranja
Rojo
Azul
Celeste

Verde
Aqua
Morado
Fucsia
Café

Gris
Negro
Blanco

Otros: _____

ANEXO NO. 4



NOMBRE: _____

PROFESIÓN: _____

TELÉFONO: _____

E-MAIL: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

Buen día, por este medio solicito tu apoyo para la elaboración de mi proyecto de diseño.

INSTRUCCIONES: Marca una respuesta, por cada inciso a lo que se te pide.

1. ¿Qué te transmite el tamaño de los afiches y el manual?

a) Curiosidad	b) Pasan desapercibidos	c) Novedad
---------------	-------------------------	------------

2. ¿Qué te dice el **color** utilizado en los **afiches y manual**?

a) Pasan desapercibidos	b) Novedad	c) Curiosidad
-------------------------	------------	---------------

3. ¿Qué expresa el tipo de letra en los afiches?

TÍTULOS	a) dinamismo	b) estático	c) alegría
TEXTO	a) optimismo	b) pesimismo	c) alegría

4. ¿Qué expresa el tipo de **letra** utilizado en el **manual**?

TÍTULOS	a) dinamismo	b) estático	c) alegría
SUBTÍTULOS	a) limitación	b) libertad	c) rebeldía
TEXTO	a) pesimismo	b) seguridad	c) optimismo
NÚMERO DE PÁGINA	a) rebeldía	b) limitación	c) libertad

5. ¿Qué expresan las **fotografías y las ilustraciones** dentro de los **afiches y el manual**?

a) Introversión	b) Extroversión	c) Comunicación
-----------------	-----------------	-----------------

6. ¿Qué expresan la forma en la que se encuentran distribuidos los elementos dentro de los afiches y el manual?

a) Desorden	b) Libertad	c) Limitación
-------------	-------------	---------------

7. ¿Qué te transmite, el **materia**l en el que están impresos los **afiches y el manual**?

a) Mala Calidad	b) Buena Calidad	c) Distinción
-----------------	------------------	---------------

8. ¿Qué expresan los **personajes** dentro del **manual**?

a) Comunicación	b) Introversión	c) Extroversión
-----------------	-----------------	-----------------

OBSERVACIONES: _____

NOMBRE: _____

PROFESIÓN: _____

TELÉFONO: _____

E-MAIL: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DISEÑADOR GRÁFICO

Buen día, por este medio solicito su apoyo para la elaboración de mi proyecto de diseño.

INSTRUCCIONES: Marque una respuesta, por cada inciso a lo que se le pide.

1. El tamaño del **formato** de los **afiches**:

a) Pasa desapercibido I	b) Impacta visualmente II	c) Llama la atención I
-------------------------	---------------------------	------------------------

2. El **tamaño** del formato en el **manual**:

a) Dificulta el manejo del material	b) Permite la manipulación I	c) Facilita el manejo del material III
-------------------------------------	------------------------------	--

2. Los **colores** cálidos con su complementario dentro de los **afiches y manual**:

a) llaman la atención I	b) Impactan visualmente III	c) Pasan desapercibido
-------------------------	-----------------------------	------------------------

3. La **tipografía** realizadas a mano en los **títulos** en los **afiches y manual**:

a) Pasa desapercibida	b) Impacta IIII	c) llama la atención
-----------------------	-----------------	----------------------

4. La **tipografía** san serif en la **caja de texto**, de los **afiches** contiene:

a) Testimonios positivos de personas con habilidades especiales IIII	b) Vivencias de la vida cotidiana.	c) Testimonios negativos de personas con habilidades especiales
--	------------------------------------	---

5. la **tipografía** san serif con textura en **subtítulos**, del **manual** tienen la función de:

a) Nombrar todos los subtítulos en el manual	b) Nombrar las actividades contenidas en el manual IIII	c) Integrarse con la imagen del manual.
--	---	---

6. La **tipografía** san serif en la **caja de texto del manual**:

a) Ubica los contenidos en el manual II	b) Desordena los contenidos del manual	c) Dispone de los contenidos en el manual II
---	--	--

7. La variedad de **tipografías** contenidas en los **números de página** dentro del **manual**:

a) Se integran a la estética trabajada en el manual I	b) Guían al lector de manera rápida III	c) Desorientan al lector dentro del manual
---	---	--

8. Las **ilustraciones** utilizadas dentro de los **afiches**:

a) Respaldan a la fotografía I	b) Animar y ponen en contexto a las fotografías III	c) Descontextualiza a la fotografía dentro del diseño
--------------------------------	---	---

9. las **fotografías** utilizadas dentro de los **afiches**:

a) Refuerzan la imagen positiva de las personas con habilidades especiales IIII	b) Dan una imagen irreal de las personas con habilidades especiales	c) Idealizan a las personas con habilidades especiales
---	---	--

10 Los **personajes** contenidos en el **manual**:

a) Confunden al lector sobre las actividades contenidas en el manual.	b) Explican las actividades dentro del manual	c) Ejemplifican las actividades contenidas dentro del manual IIII
---	---	---

11 Los **ejes libres de diagramación** dentro de los **afiches y manual**:

a) Dificultan a que las composiciones reflejen libertad.	b) Ayudan a que las composiciones reflejen libertad III	c) Contribuyen a que las composiciones reflejen libertad I
--	---	--

12 Los **soportes**: Texcote en **afiches**, Couché en **manual** y Tela en **promocional**:

a) Hacen presentable el material II	b) Le dan una buena imagen al material. II	c) Hacen que el material se vea impresentable.
-------------------------------------	--	--

13 ¿Qué expresan las **fotografías y las ilustraciones** dentro de los **afiches y el manual**?

a) Introversión	b) Extroversión III	c) Comunicación I
-----------------	---------------------	-------------------

14 ¿Qué expresan la forma en la que se encuentran distribuidos los elementos dentro de los **afiches y el manual**?

a) Desorden	b) Libertad IIII	c) Limitación
-------------	------------------	---------------

15 ¿Qué te transmite, el **material** en el que están impresos los **afiches y el manual**?

a) Mala Calidad	b) Buena Calidad II	c) Distinción I
-----------------	---------------------	-----------------

16 ¿Qué expresan los **personajes** dentro del **manual**?

a) Comunicación	b) Introversión	c) Extroversión IIII
-----------------	-----------------	----------------------

OBSERVACIONES: _____

NOMBRE: _____

PROFESIÓN: _____

TELÉFONO: _____

E-MAIL: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN EXPERTOS

Buen día, por este medio solicito su apoyo para la elaboración de mi proyecto de diseño.

INSTRUCCIONES: Maque una respuesta, por cada inciso a lo que se le pide.

1. El tamaño del **formato** en los **afiches**:

a) Curiosidad	b) Pasa desapercibido	c) llama su atención
---------------	-----------------------	----------------------

2. Los **colores** cálidos con su complementario transmiten dentro de los **afiches y manual**:

a) Curiosidad	b) Pasan desapercibido	c) llama su atención
---------------	------------------------	----------------------

3. La tipografía de los **títulos** en los **afiches y manual** le transmite:

a) dinamismo	b) estático	c) alegría
--------------	-------------	------------

4. La tipografía en la **caja de texto**, que contiene los testimonios de las personas con habilidades especiales contenidos dentro de los **afiches** le transmiten:

a) optimismo	b) pesimismo	c) alegría
--------------	--------------	------------

5. Los nombres de los juegos en los **subtítulos**, contenidos en el **manual** le dan la sensación de:

a) limitación	b) libertad	c) rebeldía
---------------	-------------	-------------

6. ¿Qué expresan los **personajes** dentro del **manual**?

a) Introversión	b) Extroversión	c) Comunicación
-----------------	-----------------	-----------------

7. La tipografía en las actividades contenidas en la **caja de texto del manual** reflejan:

a) pesimismo	b) seguridad	c) optimismo
--------------	--------------	--------------

8. La tipografía contenida en los **números de página** dentro del **manual** reflejan:

a) rebeldía	b) limitación	c) libertad
-------------	---------------	-------------

9. El refuerzo de la imagen de las personas con habilidades especiales por medio de la **fotografía e ilustración** utilizada dentro de los **afiches** dan sensación de:

a) Introversión	b) Extroversión	c) Comunicación
-----------------	-----------------	-----------------

10. La ejemplificación de las actividades contenidas dentro del **manual** por medio de **personajes ilustrados**, dan sensación de:

a) Introversión	b) Extroversión	c) Comunicación
-----------------	-----------------	-----------------

11. Los **ejes libres de diagramación** dentro de los **afiches y manual** reflejan:

a) Desorden	b) Libertad	c) Limitación
-------------	-------------	---------------

12. Los **soportes**: Texcote en **afiches**, Couché en **manual** y Tela en **promocional** le dan sensación de:

a) Mala Calidad	b) Buena Calidad	c) Distinción
-----------------	------------------	---------------

13. La **tipografía** san serif en la **caja de texto**, de los **afiches** contiene:

a) Testimonios positivos de personas con habilidades especiales	b) Vivencias de la vida cotidiana.	c) Testimonios negativos de personas con habilidades especiales
---	------------------------------------	---

14. La variedad de **tipografías** contenidas en los **números de página** dentro del **manual**:

a) Se integran a la estética trabajada en el manual	b) Guían al lector de manera rápida	c) Desorientan al lector dentro del manual.
---	-------------------------------------	---

15. Las **ilustraciones** utilizadas dentro de los **afiches**:

a) Respaldan a la fotografía	b) Animán y ponen en contexto a las fotografías	c) Descontextualiza a la fotografía dentro del diseño.
------------------------------	---	--

16. Los **personajes** contenidos en el **manual**:

a) Confunden al lector sobre las actividades contenidas en el manual.	b) Explican las actividades dentro del manual.	c) Ejemplifican las actividades contenidas dentro del manual
---	--	--

17. Las **fotografías** utilizadas dentro de los **afiches**:

a) Refuerzan la imagen positiva de las personas con habilidades especiales	b) Dan una imagen irreal de las personas con habilidades especiales	c) Idealizan a las personas con habilidades especiales.
--	---	---

OBSERVACIONES: _____



ANEXO NO.

5

A decorative graphic in the bottom right corner featuring a blue five-pointed star with a white outline. The star is surrounded by orange and yellow splatters and faint, swirling lines, creating a dynamic and artistic effect.



12 CALLE 0-93 ZONA 9 C.C. Montufar Local 28
Teléfono: 2331-1246
C.C. Pacific Center Zona 11 Loca 220 Segundo Nivel
Teléfono: 2476-5376

Fecha: 04 de mayo de 2007

Atención: Marisol Ovalle
Empresa: Sosep
Mail: movalle@sosep.gob.gt

A continuación someto a su consideración la siguiente cotización

Cantidad	Descripción	Costo Total
500	Playeras tipo polo en color a su elección con una impresión mediana en serigrafía. (Tallas pendientes de definir)	19,893.00
		Q.19,893.00

FORMA DE PAGO

50% de Anticipo
50% contra entrega

FECHA DE ENTREGA: 15 días hábiles después de recibido el anticipo.

Esperando servirles de la mejor manera, les agradecemos su preferencia.

Josué David Rodríguez
Ejecutivo de Ventas

Autorizaron de Trabajo

OFABRICA LICECA

CAJAS, LITOGRAFIA Y FOTOGRABADO

Diagonal 17, 22 – 80, Zona 11

Tels.: 24762262-24760770-24423647-24423648

FAX : 24762262 E-MAIL: liceca@intelnet.net.gt

Guatemala, 08 de mayo de 2007.

Señorita:

GUISELA MELGAR

Pte.

Atn:

Estimado Señorita:

A continuación detallamos a ustedes la siguiente cotización.

MANUALES

Tamaño 3.25 x 4.25", de 16 páginas incluyendo carátula, impresas a full color tiro y retiro en papel couche 80, pegadas en caliente

13,300 a Q.59,000 total

AFICHES

Tamaño 28 x 40, impresos a cuatro colores tiro en texcote calibre 12, a

5,000 a Q.26,250.00 total

Facturamos a nuestros clientes el 10 % más o menos de la producción.

Los precios anteriores ya incluyen el 12 % de IVA.

Tiempo de entrega: A convenir.

Forma de Pago: 50% ANTICIPO 50% CONTRA ENTREGA.

Sin otro particular y en espera de sus respetables órdenes, nos es grato suscribirnos;

Atentamente;

DOUGLAS RIVERA

5318-0948



COTIZACION No.

23732

Código SOSEP-1

IMPRESIONES PALACIOS, S.A.
 Ruta 1, 3-09 zona 4 (sótano)
 Guatemala, C.A.
 Tels.2 334-4582 al 84 FAX. 2334-4526
 E-mail: mariaimpala@intelnet.net.gt

FECHA: Viernes, 04 de Mayo de 2007
EMPRESA: SOSEP
ATENCION: MARISOL OVALLE
DIRECCION: CIUDAD
TELEFONO:

DESCRIPCIONES	CANTIDAD	UNITARIO (Q.)	TOTAL (Q.)
TRABAJO: BIFOLIARES (MANUALES) TAMAÑO ABIERTO 3.25 X 8.5" IMPRESOS TIRO Y RETIRO A FULL COLOR EN COUCHE 80, DOBLADOS SIN BARNIZ CON BARNIZ U.V. BRILLANTE AFICHES TAMAÑO 18 X 24" FULL COLOR CON BARNIZ U.V., EN TEXCOTE 12 CLIENTE PROPORCIONA ARTE FINAL	80,000	#¡VALOR!	9,800
	80,000	0.15	12,000
	5,000	2.00	10,000

Tiempo de entrega: **Forma de pago: 50% DE ANTICIPO Y 50% CON LA ENTREGA.**
 Emitir Cheque a nombre de IMPRESIONES PALACIOS, S.A.

CONDICIONES DE CONTRATACION	AUTORIZADO	ESTOS PRECIOS INCLUYEN IMPUESTOS
1.- Si una orden fuera suspendida por el cliente, se cobrará el trabajo realizado hasta el momento. 2.- El cliente acepta una variante del + ó - 10% en las cantidades entregadas, debiendo pagar proporcionalmente. 3.- IMPRESIONES PALACIOS, S.A. garantiza el servicio y la calidad de su trabajo y materias primas. No se responsabiliza por defectos o errores que se originen en los artes, negativos, CD's, diskettes, zip u otros elementos proporcionados por el cliente. 4.- Todo dibujo, negativo, positivo o placa, realizado en IMPRESIONES PALACIOS, S.A. es propiedad de la misma.	FIRMA NOMBRE Y CARGO SELLO	MARIA ROMPICHE CEL 5308-1460 Por IMPRESIONES PALACIOS, S.A.