

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: La intervención de la ilustración para el fomento del hábito de lectura en libros infantiles.**ESTRATEGIA:**
Desarrollo de la imagen visual y material promocional e informativo para el proyecto Soy Pastoral.

PROYECTO DE GRADO

MARÍA ALEJANDRA CHINCHILLA NATARENO
CARNET 11503-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: La intervención de la ilustración para el fomento del hábito de lectura en libros infantiles. ESTRATEGIA: Desarrollo de la imagen visual y material promocional e informativo para el proyecto Soy Pastoral.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
MARÍA ALEJANDRA CHINCHILLA NATARENO

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. CLAUDIA MARIA AQUINO AREVALO

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. INÉS DE LEON VALDEAVELLANO
LIC. PABLO ANDRÉS DUBÓN CARRILLO
LIC. SÚA YASMIN SUELLY GARCÍA PÉREZ



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

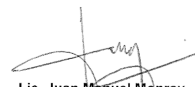
Reg. No. DG.090-2017

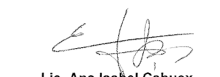
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los doce días del mes de Julio de
dos mil diecisiete.

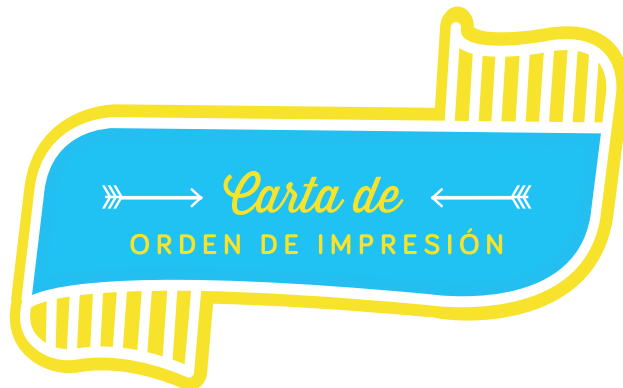
Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **CHINCHILLA NATARENO, MARÍA ALEJANDRA** con carné **1150313**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Lic. Claudia María Aquino
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Juan Manuel Monroy
Asesor Proyecto Digital


Lic. Ana Isabel Cahuex
Asesor Proyecto de Estrategia



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031047-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante MARÍA ALEJANDRA CHINCHILLA NATARENO, Carnet 11503-13 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03138-2017 de fecha 28 de agosto de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: La intervención de la ilustración para el fomento del hábito de lectura en libros infantiles. ESTRATEGIA: Desarrollo de la imagen visual y material promocional e informativo para el proyecto Soy Pastoral.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, al día 1 del mes de septiembre del año 2017.



MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SÁNCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

DESARROLLO DE LA IMAGEN

» —→ *visual y material* « —←

PROMOCIONAL E INFORMATIVO PARA

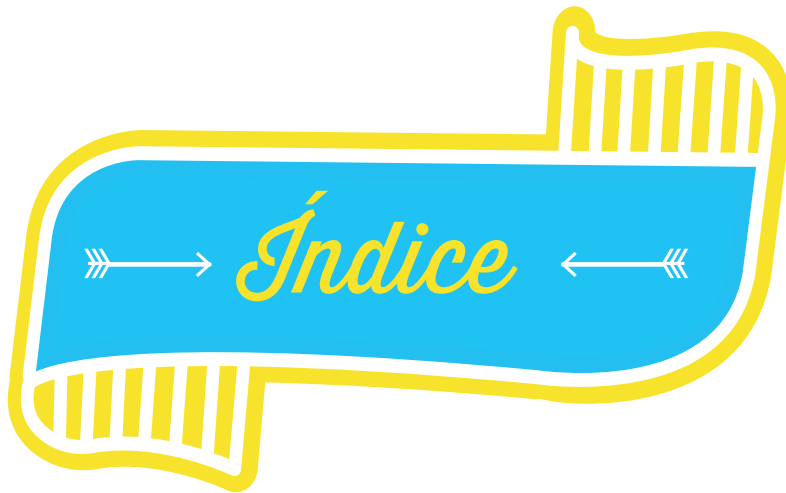
EL PROYECTO SOYPASTORAL

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO
ELABORACIÓN DE PORTAFOLIO ACADÉMICO

MARÍA ALEJANDRA CHINCHILLA
CARNÉ: 1150313

[0]





- INTRODUCCIÓN **pág. 10**

Gestión de la Estrategia de Diseño

- 1. FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE Y PROYECTO **pág. 11**
- 2. COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD **pág. 14**
- 3. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS **pág. 16**

- 4. MARCO DE REFERENCIA **pág. 18**
 - 4.1 Información del enlace con el cliente **pág. 19**
 - 4.2 Análisis de Antecedentes y Competencia **pág. 30**
 - 4.3 Análisis de antecedentes gráficos (PUL) **pág. 34**
 - 4.4 Análisis de Casos Análogos **pág. 38**
 - 4.5 Recopilación de Información del Tema **pág. 46**
- 5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO **pág. 61**
- 6. COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO **pág. 89**

Gestión del Proceso de Diseño

- 7. CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO **pág. 107**
- 8. DISEÑO DEL CONCEPTO **pág. 110**
- 9. CODIFICACIÓN DEL MENSAJE **pág. 142**
- 10. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS **pág. 155**

- 11. PROCESO DE BOCETAJE **pág. 165**
 - 11.1 Propuesta Preliminar **pág. 246**
- 12. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR **pág. 281**
 - 12.1 Cambios en las piezas **pág. 286**

Gestión de la Implementación de Diseño

- 13. PROPUESTA FINAL E IMPLEMENTACIÓN **pág. 294**

- 13.1 Propuesta Final **pág. 343**

- 14. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN **pág. 354**

- 15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **pág. 368**

- 16. REFERENCIAS **pág. 371**

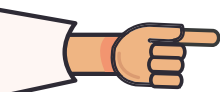
- 17. ANEXOS **pág. 380**



INTRO- DUCCIÓN

Actualmente Guatemala cuenta con varias Universidades, la cuales se basan y enfocan en temas intelectuales, sin embargo la Universidad Rafael Landívar es la única jesuita en el país de origen católico que no solamente imparte la excelencia si no una educación con valores, así lo realiza también la segunda universidad católica ISTMO la cual se enfoca en el desarrollo integral e intelectual de sus alumnos.

Es importante que los profesionales del futuro no solamente se especialicen en áreas de su profesión, si no que sean íntegros y fijos en sus principios es por ello que la Universidad Rafael Landívar cuenta con un departamento especializado en el pensamiento ignaciano y se ve enfocado en ser un espacio de acompañamiento para los estudiantes landivarianos, colaborando con su desarrollo integral y espiritual, así mismo se puede evidenciar que muchos de los estudiantes no conocen de dicha unidad dentro del campo universitario debido a la falta de comunicación en relación a los jóvenes, es por ello que se buscó implementar una propuesta que solventara el problema de comunicación logrando que los estudiantes landivarianos conozcan y asistan a los espacios que esta unidad ofrece, además de fortalecer el pensamiento ignaciano basado en los principios y valores de la Universidad Rafael Landívar.



[1]

FAMILIA- RIZACIÓN

CON EL CLIENTE
Y EL PROYECTO



FAMILIARIZACIÓN DEL CLIENTE

P A S T O R A L U R L

La fe es un tema sugestivo y de conceptos diversos, sin embargo se basan en un mismo principio que es creer en un solo Dios; por ello es importante que los jóvenes estimen su fe y se aferren a sus principios, asimismo siendo personas de luz y servicio para los demás; de esta forma nace la Pastoral Universitaria de la Universidad Rafael Landívar la cual tiene por misión ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento, donde los miembros de la comunidad landivariana redescubran su potencial humano, fortalezcan su vínculo con Dios y de manera especial, su compromiso con aquellos que están en desventaja, el cual es parte fundamental del pensamiento ignaciano que es el amor al servicio de los demás.

En palabras del sacerdote jesuita Peter Hans Kolvenbach: “El auténtico criterio para evaluar las universidades de la Compañía de Jesús no es lo que nuestros estudiantes hagan, sino lo que acaben siendo y la responsabilidad cristiana adulta con la cual trabajen en el futuro a favor de sus prójimos y de su mundo”; en virtud de esto, la URL siendo una universidad de inspiración cristiana católica, brinda espacios de “reflexión sobre el sentido último de la ciencia y la tecnología, el conocimiento de los principios fundamentales de la religión católica, el compromiso con los más necesitados y la consolidación de una comunidad universitaria capaz de lograr un servicio cualificado a la humanidad” explica la Pastoral Universitaria.

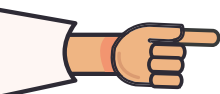
La Universidad Rafael Landívar se conforma por estudiantes de 17 años en adelante que residen en diversos sectores del

país, en su mayoría en la Ciudad Capital; el nivel socio-económico se define en las categorías A, B y C+, debido a que la Universidad Rafael Landívar cuenta con diferentes programas y becas, con el fin de brindar un financiamiento que les permita desarrollarse como profesionales íntegros.

La Pastoral Universitaria es un departamento que forma parte de la Universidad Rafael Landívar, la cual es una institución católica jesuita que promueve la educación con valores. En el mundo existen aproximadamente más de 80 universidades jesuitas entre ellas 24 se encuentran ubicadas en Estados Unidos, actualmente esta red de universidades maneja programas académicos y financieros para los estudiantes, brindando oportunidades para estudiar en el extranjero ya sea por maestrías o intercambios. Cada una de estas universidades cuenta con un departamento o unidad de pastoral.

En Guatemala la Universidad Rafael Landívar es la única jesuita católica sin embargo la Universidad del Istmo, es una universidad católica bajo la Prelatura del Opus Dei a pesar de ello esta no cuenta con un departamento de pastoral pero cuentan con una "Capellanía Universitaria" que se dedica a inculcar en los estudiantes el anhelo por mejorar su vida cristiana al igual de la Pastoral Universitaria Landivariana.

Por ello se debe reconocer el valor que posee el departamento de la Pastoral Universitaria dentro de la Universidad Rafael Landívar sin embargo por parte de los estudiantes landiva-



rianos no se tiene una asistencia constante en los espacios, talleres o eventos que la Pastoral Universitaria realiza, en su mayoría la percepción por parte de los estudiantes no es la más acertada, ya que este departamento busca ser un espacio amigable y confiable de encuentro y acompañamiento para los estudiantes landivarianos.

Parte de los retos que se buscan superar en base al diseño es capturar la atención de los estudiantes por medio de una percepción más amigable y juvenil en la que se destaque el pensamiento de la alegría de vivir en la fe y cómo la Pastoral Landivariana puede influir en ello, asimismo conozcan el propósito y misión de ella por medio de material que fomente el pensamiento y personalidad de esta unidad.

El éxito se medirá por medio de varios factores, principalmente si los estudiantes tienen una asistencia constante a los talleres, eventos y espacios que la Pastoral Landivariana realice, su incremento de seguidores y publicaciones compartidas en Facebook ya que en su mayoría los materiales deberán dirigir a estas donde se publica contenido actualizado; por último el agotamiento del material colocado y distribuido dentro de la Universidad Rafael Landívar. Al cumplirse estos factores se podrá evidenciar el interés y participación de los estudiantes landivarianos.

La Pastoral Landivariana no cuenta con un presupuesto establecido ya que deben realizar un presupuesto anual donde

especifiquen lo que necesitarán durante el año para que se les brinde los fondos; sin embargo cuentan con 35 afiches para imprimir, así como carpetas y camisetas.

De acuerdo a las fechas basadas en el proyecto se espera que esta se realicen de la siguiente forma:

CRONOGRAMA DE TRABAJO 2016	
ACTIVIDADES	FECHAS
Reunión con PUL (Pastoral Universitaria Landivariana) 1era Entrevista	26/01
Reunión con la Pastoral (PUL) conocimiento de actividades 2da Entrevista	05/02
Análisis del Grupo Objetivo (Estudiantes Landivarianos)	10/02
Reunión con PUL presentación del Concepto y Piezas a realizar dentro del proyecto.	30/02
Proceso de Bocetaje	Del 14/03 al 4/04
Validación del Material con la Pastoral Universitaria (PUL)	06/04
Validación del Material con G.O y Expertos en Diseño	Del 8 al 7/04
Presentación de Cambios Finales a la Pastoral (PUL)	20/04
Presentación Final / Entrega de CD con Artes a la PUL	05/05
Publicación del Proyecto	Mayo a Diciembre



The background is a solid yellow field with a white line-art architectural drawing. The drawing depicts a site plan with various building footprints, some of which are filled with diagonal hatching. A specific building is labeled 'PASTORAL EDIFICIO I' with a location pin icon. Other letters like 'M', 'H', 'G', and 'TEC' are scattered throughout the plan. The overall style is minimalist and technical.

[2]

COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN
DEL PROBLEMA O

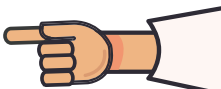
NECESIDAD



NECESIDAD

P A S T O R A L U R L

La Pastoral Universitaria Landivariana es un departamento de la Universidad Rafael Landívar, que tiene por misión ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para los miembros de la comunidad landivariana, actualmente esta carece de comunicación atractiva para los estudiantes, lo que conlleva a una percepción poco amigable de la Pastoral, como consecuencia no asisten a las actividades que brinda esta unidad por lo que también se necesita fortalecer del pensamiento ignaciano que se basa en crear un vínculo de amistad con Dios en base a los principios y valores de la Universidad Rafael Landívar.





[3]

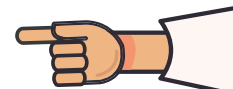
DEFINICIÓN

OBJETIVOS

OBJETIVOS

P A S T O R A L U R L

- Diseñar la imagen visual del proyecto "Soy Pastoral", la cual consta de una línea gráfica atractiva para que incentive a los estudiantes landivarianos a conocer de la Pastoral Landivariana Universitaria.
- Proponer material informativo/divulgativo que refuerce el mensaje de apropiación del pensamiento ignaciano a través de los valores y la amistad con Dios, para que los estudiantes asistan a los espacios, talleres y eventos que esta ofrece.





[4]

MARCO DE REFERENCIA

MARCO DE REFERENCIA

4.1 PROFUNDIZAR EN LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/ Información General del Cliente



Logo URL, <http://bit.ly/2kYb4wl>

HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

La Universidad Rafael Landívar. (2015), comenta en el portal universitario que la fecha de fundación de la Universidad fue el 18 de octubre de 1961 en la Casa Yurrita, en ella se celebró la sesión solemne la cual fue presidida en ese tiempo por el Presidente de la República, la apertura de la sesión estuvo a cargo del Lic. José Falla el cual fue fundador y presidente del patronato, asistieron autoridades civiles, eclesiásticas de la Universidad de San Carlos, Cuerpo Diplomático y del Patrono de la Universidad Católica Centroamericana en dicha reunión se firmó el protocolo de la fundación de la Universidad Rafael Landívar.

El Primer Rector de la Universidad fue el Lic. José Falla Aris el cual se eligió el 17 de noviembre de 1961, el 22 de Enero

de 1962 se dio inicio a las primeras clases, estas fueron en las instalaciones del Liceo Guatemala con 138 estudiantes distribuidos en tres facultades: Economía, Derecho y Humanidades, luego el 30 de enero se realizó la primera sesión inaugural del Primer Ciclo Académico.

La primera bendición del primer edificio dio lugar en la Sede de Zona 10 el 16 de Julio de 1962 esta construcción se le dio el nombre de “edificio ondulado” debido a la construcción del techo.

La ubicación actual de la Universidad Rafael Landívar es el Campus Central en Vista Hermosa III zona 16, la cual se construyó en 1973, los primeros edificios fueron utilizados en 1974 específicamente en el mes de enero. Se integraron más facultades como Ingeniería y el Departamento de Arquitectura, en 1976 se trasladaron todas las facultades y las oficinas administrativas.

Actualmente la Universidad Rafael Landívar tiene varias cedes y fundaciones:

El Campus Central cuenta actualmente con 140 catedráticos de dedicación completa y aproximadamente 1,000 catedráticos de horario los cuales imparten en 38 carreras de pre-grado en nueve facultades, además de 20 maestrías y una serie de diplomados.



El Campus de Quetzaltenango fue fundando en 1963, una sede en Jalapa fundada en 1966. Sede en Antigua Guatemala, Jutiapa y Zapaca en 1977, Sede en Retalhuleu en 1980. Además cuenta con una sede en Escuintla en 1989, en La Verapaz en 1992, y en El Quiché en el 2000.

En el 2005 la Universidad Rafael Landívar funda el TEC el cual se conoce como el Tecnológico Landívar el cual contiene treinta y dos laboratorios que tienen por misión fortalecer la docencia, la investigación y la proyección de la Universidad, se basa en temáticas de ciencias básicas, electrónica, hidráulica, autotrónica y mecatrónica.

Se construyeron instalaciones deportivas, en las cuales se ha llevado acabo actividades como “XXV Encuentro de Juegos Interuniversitarios del Sistema de Universidades Jesuitas (INTERSUJ-2008) en el cual participan estudiantes de varias partes de Centroamérica como México, El Salvador y Guatemala comenta la Universidad Rafael Landívar. (2015).

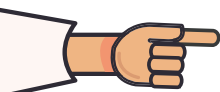
Esta toma como base la experiencia y orientación de la formación universitaria la cual es administrada por la Compañía de Jesús en los años 2007 y 2008 en la cual se modificaron para aprobar nuevos estatutos y reglamentos de la Universidad.



Construcción del Campus Central (1) Extraída del Portal de la Universidad Rafael Landívar



Construcción del Campus Central (2) Extraída del Portal de la Universidad Rafael Landívar



ACERCA DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

En el portal académico de la Universidad Rafael Landívar. (2015), explica que esta busca principalmente la excelencia académica, la cual tiene por significado ser una educación de calidad superior de ideas, principios “y actuaciones de quienes, como profesores, administrativos y alumnos, puedan situarse por encima del simple cumplimiento material y rutinario de su deber” explica el Portal Universitario.

Parte de su meta es ir más allá de formar profesionales preparados en su disciplina y exitosos en su práctica. Buscan exhortar a los alumnos a que sean agentes de cambio donde propongan soluciones creativas y transparentes en base a las necesidades del país. La docencia se mejora por medio de cursos, talleres y conferencias a docentes por expertos.

Así mismo esta explica que tiene por objetivo la mejora académica continua siendo la calidad un rasgo que la hace diferente de las demás universidades. Así mismo es una universidad comprometida con la formación integral, la cual busca una formación que une la pedagogía de la inteligencia y la del corazón explica, busca que los estudiantes busquen el servicio como la manera visible y adecuada de mostrar el amor comenta en su página principal.

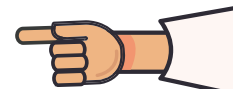
MISIÓN

La Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuita.

La Universidad en su búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se compromete a contribuir al desarrollo integral y sostenible, transformando a la persona y la sociedad hacia dimensiones cada vez más humanas, justas, inclusivas y libres.

VISIÓN

En el 2020 la Universidad Rafael Landívar se destaca por ser el mejor sistema universitario de la región, caracterizado por ser una comunidad académica con una identidad distintiva, motivada, comprometida y servicial. También es reconocida por formar profesionales competentes, conscientes, compasivos y comprometidos. Al mismo tiempo, identificada por desarrollar investigación pertinente que incrementa el patrimonio intelectual y cultural que aporta soluciones a los desafíos del país y de la región. Además valorada por realizar incidencia y proyección social sustentada en la fe, la justicia y la opción preferencial por los pobres, mediante una eficaz, eficiente y articulada gestión estratégica, administrativa y académica.



LA INFLUENCIA DE LOS CFI (CURSOS DE FORMACIÓN INTEGRAL)

PROFASAR. (2003), en su libro "Pensamiento Ignaciano" material realizado especialmente para los estudiantes explica que esta institución no se dedica solamente a promover la excelencia académica para la formación de profesionales, parte de su misión es formar ciertos valores que identifican a la institución como cristiana católica a la Compañía de Jesús, la cual se relaciona con su identidad como la integración de la excelencia académica, la pertenencia a una comunidad y el testimonio de los valores sólidos, siendo ese el propósito del curso *Pensamiento Ignaciano y Landivariano*.

CURSO PENSAMIENTO IGNACIANO Y LANDIVARIANO

Los objetivos principales de este curso son lograr que el estudiante se ubique en relación al papel que desempeña la Universidad Rafael Landívar en el contexto regional donde se encuentran, buscar que los estudiantes se apropien de la historia, fundamentos, misión y principios de la URL integrándolos en sus procesos de aprendizaje en su vida, así mismo que se identifiquen con la parte integral de la Compañía de Jesús y la Universidad al servicio de la sociedad guatemalteca e identificar a Rafael Landívar como un modelo guatemalteco a imitar.

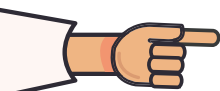
La URL se define así misma como una institución de educación superior, católica, guatemalteca, independiente y no lucrativa, la cual se encuentra destinada a servir universitariamente a los hombres y mujeres guatemaltecos, por medio de docencia,

investigación y proyección social iluminadas por los valores cristianos y el espíritu de la tradición educativa jesuita.

En base a ello la comunidad universitaria landivariana busca transformar la sociedad guatemalteca y Centroamérica educando personas más humanas, más justos y más libres donde los estudiantes conozcan, enseñen, aprendan, actúen y sirvan éticamente. Para cumplir su misión la Universidad se compromete a:

- Promover el ingreso y desarrollo integral del estudiante que por su propia inclinación o formación donde sean potenciales agentes de transformación de la sociedad guatemalteca.
- Formar profesionales éticos, competentes en el ejercicio de su profesión y trabajo, abiertos al cambio, con capacidad crítica, receptivos a la actualización permanente del conocimiento, comprometidos con su país y solidarios con el ser humano y sus necesidades.
- Fortalecer y ampliar su servicio a la sociedad y la formación integral del estudiante por medio de actividades en los campos de la religión, la cultura, la tecnología, el arte, el trabajo, el deporte y la ciencia.
- Diversificar sus fuentes de financiamiento y aumentar sus recursos económicos, para facilitar la excelencia de sus servicios.

La URL busca la libre expresión de los estudiantes, busca ser abierta a una diversidad de corrientes de pensamiento y de opinión, no buscan ser una universidad en la que se debe pensar de una determinada forma, busca la reflexión intelectual.



La Universidad Rafael Landívar. (2015), comenta que dentro del pensum académico de cada carrera añade los cursos de formación integral (CFI) los cuales buscan el desarrollo de los estudiantes no solamente profesional si no en todo lo que compone a una persona humana con valores entre ellos se pueden mencionar los siguientes:

- Pensamiento Ignaciano Landivariano actualmente llamado Magis Landivariano
- Estrategias de Razonamiento
- Estrategias de Comunicación Lingüística
- Estrategias Básicas de Investigación
- Desarrollo del Ser Humano
- Juventud y Vida Saludable
- ¿Quién fue Jesús de Nazaret?
- Ética General
- Ética Social
- Sociedad Democrática y Ciudadanía
- Sociedad Sustentable y Medio Ambiente
- Sociedad Incluyente y Economía
- Ética Profesional

En sí cada uno de estos cursos posee como finalidad formar a estudiantes que sigan el pensamiento de San Ignacio por medio de una actitud de servicio a los demás y aplicación de los valores parte de los CFI que más se enfocan al sentido del desarrollo integral y espiritual son los siguientes:

Por medio del curso de **Magis Landivariano** se conoce acerca de la institución donde el estudiante se formará como profesional, así mismo se toman en cuenta enseñanzas de aprendizaje de San Ignacio Loyola, en base a la Compañía de Jesús.

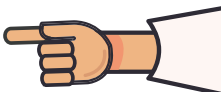
El curso de **¿Quién fue Jesús de Nazaret?** busca introducir a los estudiantes sobre la historia de Jesús en el mundo, como fue juzgado injustamente y parte de su biografía.

El curso de **Sociedad Democrática y Ciudadanía** brindan al estudiante un nuevo enfoque sobre los acontecimientos más importantes de Guatemala, tiene como finalidad promover la participación activa en su país.

El curso de **Sociedad Sustentable y Medio Ambiente** se enfoca en crear una conciencia ecológica en el estudiante, por medio de proyectos e iniciativas que ayuden al medio ambiente.

El curso de **Sociedad Incluyente y Economía** busca generar un nuevo pensamiento en los estudiantes, donde busquen integrarse a proyectos de ayuda a los demás, para crear una mejor sociedad guatemalteca, se tratan temas de economía e inclusión.

Cada uno de los cursos son importantes para el estudiante, sin embargo el curso que más se enfoca en el desarrollo de los valores y pensamiento ignaciano es el de Magis Landivariano ya que el estudiante puede apropiarse de la entidad y pensamiento en la que estudia para aplicarlo en su día a día donde el departamento de la Pastoral Landivariana participa activamente, ofreciendo a los estudiantes ayuda integral y espiritual por medio de charlas, acompañamiento, talleres, etc.



PASTORAL UNIVERSITARIA LANDIVARIANA

La Pastoral Universitaria Landivariana. (2015), menciona que es un departamento que forma parte de la Universidad Rafael Landívar asimismo es una unidad de apoyo de la URL, conformada por profesionales calificados en su área y comprometidos con la causa de la evangelización desde la Espiritualidad Ignaciana.

MISIÓN DE PUL

La misión de Pastoral es ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, donde redescubran su potencial humano, su experiencia de Dios y de manera especial, su compromiso con aquellos que están en desventaja.

Entre los programas que maneja la Universidad desde la Pastoral son los siguientes:

- Programa de Formación Espiritual e Ignaciana
- Programa de Compromiso desde la fe y la justicia.
- Programa de Diálogo de fe, ciencias y cultura.
- Programa de Identidad Institucional Ignaciana.
- Programa de Vinculación con la Iglesia y la Compañía de Jesús.

Estos programas se desarrollan de una forma transversal con el eje de la realización de confirmaciones de redes juveniles con el compromiso de la fe.

3.1.2 Programa de Formación Espiritual e Ignaciana:

Este está diseñado en base a los ejercicios Espirituales de San



Logotipo Identificador de la unidad de Pastoral Universitaria Landivariana (PUL)

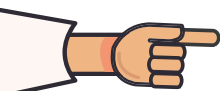
Ignacio, especialmente para los jóvenes en un fin de semana. Por medio del silencio y oración al estilo de San Ignacio, Estas experiencias de Ejercicios Espirituales son un beneficio y crecimiento en la fe y sobre todo en la espiritualidad ignaciana del día a día. También cuentan con un proyecto de vida sobre las experiencias del joven logrando su encuentro con Jesús, además que cuenta con retiros espirituales con experiencias para un acercamiento a Dios que le permita reflexionar sobre lo que pasa en su vida, Dios y su alrededor. Cuenta con talleres de oración, donde se enseñan herramientas que faciliten su relación con Dios.

3.1.3 Programa de Compromiso desde la fe y la justicia:

Lo que busca este programa es generar experiencias desde la fe y la justicia, siendo un espacio en el que se forma conciencia, en la situación actual de como crear un compromiso con la fe.

3.1.4 Programa de Diálogo de fe, ciencias y cultura:

Este es un espacio que tiene como finalidad crear un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la



ciencia? Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura que se inspira por Dios y es escrita por hombres.

3.1.5 Programa de Vinculación con la Iglesia y la Compañía de Jesús.

Dentro de este programa se tiene a la “Pascua Juvenil Arquidiocesana la cual esta conformada por universitarios en misión como:

- Misión País-Guate
- Campamento Misión a nivel centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.

Además de contar con la “Jornada Nacional de la Juventud” y el Grupo MAGIS

ACTIVIDADES POR COORDINACIÓN

1. Coordinación de Capellanía

La Pastoral Universitaria Landivariana. (2015), comenta que la coordinación de capellanía, se dedica, en gran parte, a los aspectos litúrgicos de la comunidad Landivariana. Desde esa perspectiva, se encarga de las celebraciones litúrgicas diarias, estar al tanto de los insumos litúrgicos de capilla Santa Sofía. Así mismo se encarga de la planificación, organización y posterior ejecución de las celebraciones litúrgicas institucionales (Misa de Inicio de Ciclo, Misa de Pentecostés, Misa de San Ignacio de Loyola, Misa de aniversario de fundación de la Universidad, Misa del convivio). El público objetivo al que se atiende en este aspecto es a la comunidad Landivariana en general, tanto estudiantes, docentes y administrativos; como a personas

externas a la universidad, como los vecinos que viven las eucaristías con la comunidad.

Se encarga de la coordinación de la formación sacramental, tanto de Confirmación, como, en algunos casos, de Primera comunión, como bautizo. Esta formación está abierta la comunidad Landivariana, así como a estudiantes de otras universidades de Guatemala.

Coordinación y acompañamiento de las comisiones pastorales de Evangelización a través de la cultura, y eucarística, que se dedica a celebrar la fe, a través de demostraciones externas, reflexiones, como lo es el Vía Crucis, concierto de Marchas procesionales, que exponen la cultura religiosa del país. Estas experiencias están abiertas a toda la comunidad Landivariana.

2. Coordinación de Formación y Ejercicios Espirituales

Actividades con Becados Loyola

Taller de discernimiento y retiro ignaciano:

Esta experiencia busca favorecer la iniciación al camino al discernimiento humano y cristiano. Mediante la aproximación al Dios de Jesús y la vivencia de los valores que posibilitan el camino al discernimiento. De igual manera en los retiros espirituales el encuentro consigo mismos/as, con Dios, desde su experiencia de fe.

Taller ser para los demás

Se intenta Facilitar herramientas que encaucen sus capacidades y cualidades a favor de los demás y de su propia realización como ser humano y cristiano

Campamentos jesuitas (Campus y sedes regionales)

Facilitar herramientas para que el/la joven tenga elementos



para conocer la espiritualidad ignaciana desde los Ejercicios Espirituales en modalidad de campamento como una manera de iniciar un proceso de construcción del sentido de su existencia. **Diplomado de liderazgo latinoamericano (estudiantes líderes elegidos por facultad)**

Taller de crecimiento personal y retiro ignaciano

Facilitar espacios que propicie el encuentro consigo mismo/a, con Dios y con los/as demás. Conocer los dos rostros del corazón para luego comenzar un proceso de integración. Conocer y desarrollar la positividad.

Experiencia de retiro Ignaciano:

El encuentro consigo mismos/as, con Dios, desde su experiencia de fe.

Acompañamiento académico en línea

Retiros Ignacianos para docentes y administrativos.

3. Coordinación Promoción de la Fe y la Justicia

Generar en la comunidad landivariana, una nueva manera de experimentar la fe que lleva a un mayor compromiso con la justicia, a través de charlas, conferencias, paneles, conservatorios y otras actividades, sobre diversas temáticas en función del contexto.

GENERALIDADES GEOGRÁFICAS Y CULTURALES

El domicilio de la Pastoral Universitaria Landivariana se establece en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala y su sede se encuentra dentro de la Universidad Rafael Landívar ubicada en Vista Hermosa III, Campus Central, Zona 16, situada en el Edificio I junto al Banco Industrial.

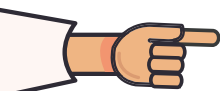


Realización de Alfombras (Pastoral) (2016) Extraída: <http://bit.ly/2kS8gjT>

 **Pastoral Universitaria
Landivariana**



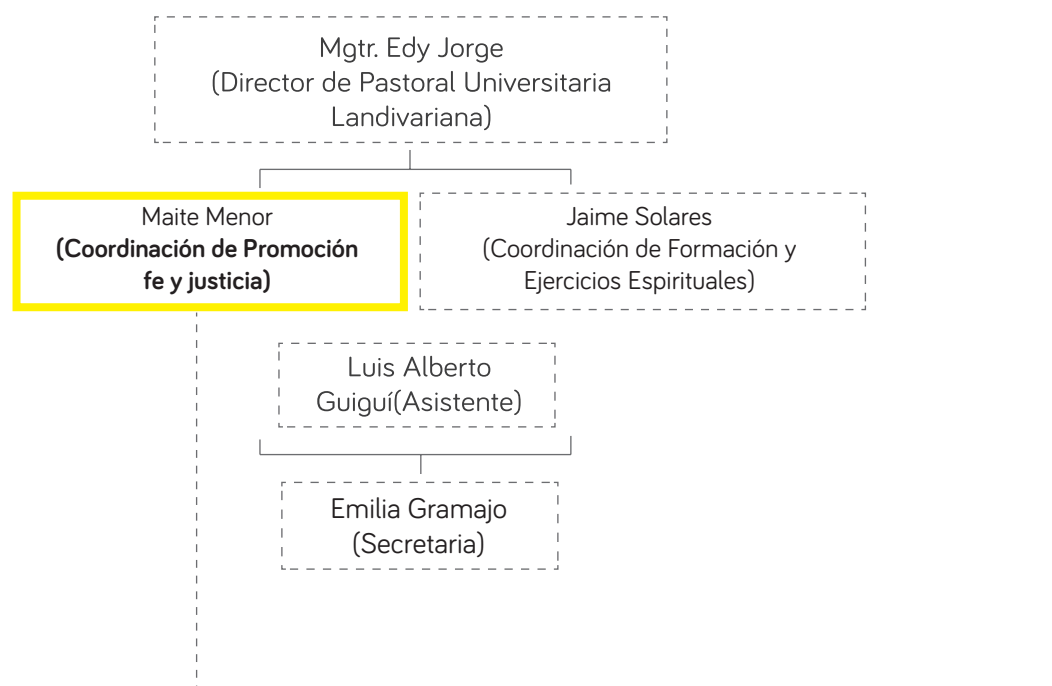
Ubicación de PUL (Magis) Imágen Extraída del Portal URL



UNIDADES DE PASTORAL

CLIENTE / PASTORAL, URL

La Pastoral Universitaria Landivariana se conforma por varios integrantes los cuales cumplen con una función específica para el desarrollo y crecimiento de la unidad dentro de la Universidad, a continuación se presenta un organigrama que establece la división de personal:



Organigrama realizado por Alejandra Chinchilla según la estructura de la Pastoral Universitaria Landivariana. (2016)

La intervención de diseño será en la **Coordinación de Promoción fe y Justicia**, con un enfoque en toda la Pastoral Universitaria Landivariana.

Es importante cambiar la percepción que se tiene por la Pastoral (PUL) por parte de los estudiantes ya que esta unidad busca llevar a toda la comunidad universitaria el mensaje de amor por Jesús, asimismo promover la integración y la formación ignaciana para el desarrollo integral de los estudiantes.



EQUIPO DE PUL

INTEGRANTES DE LA PASTORAL
UNIVERSITARIA LANDIVARIANA

Mgtr. Eddy Jorge
(Director de PUL)



Maite Menor
(Coordinadora de Promoción
Fe y Justicia)



Jaime Solares
(Coordinador de Formación
y Ejercicios Espirituales)



Luis Alberto Guiguí
(Asistente)



Emilia Gramajo
(Secretaria)



Fotografías de URL, Pastoral (Facebook)

ANTECEDENTES COMUNICATIVOS

¿CUÁL ES LA PERSONALIDAD DE LA PASTORAL LANDIVARIANA?

Dentro de la Pastoral Universitaria Landivariana se realizan no solamente celebraciones de la fe encarnadas en el hoy, si no también se realizan espacios de reflexión para el desarrollo de la persona, asimismo busca que los jóvenes se interesen y participen en las actividades que realiza. Uno de los problemas que se identificaron en el momento de realizar la entrevista es que muchos ven a pastoral como un punto donde solo se realizan celebraciones eucarísticas (misas) y realización de alfombras para Semana Santa o solamente se asiste porque es un requerimiento para alguna clase donde se dan puntos extras o ya sea porque son becados loyola. La Pastoral Universitaria Landivariana desea que los jóvenes los vean como un lugar donde se juega con el papel de la mente y el corazón para fortalecer la fe para el desarrollo de la persona. Buscan crear un **vínculo de amistad** con los estudiantes landivarianos, para que vean a Pastoral como un espacio de realización personal.

Dentro de Pastoral no se realizan únicamente celebraciones de la fe encarnadas en el hoy, si no también se efectúan espacios de reflexión para el desarrollo de la persona. Pastoral busca principalmente que los jóvenes se interesen y participen en las actividades que realizan, ya que es una unidad especialmente para ellos.

La Pastoral explica que cada uno de estos programas se desarrolla transversalmente con el eje de conformación de redes juveniles, desde el compromiso de la fe. Las actividades que realiza la PUL son: misas institucionales, retiros espirituales, talleres de discernimiento, ejercicios espirituales en la vida ordinaria y para universitarios, campamentos juveniles ignacianos, talleres de proyecto de vida, experiencias de solidaridad, misión Semana Santa, formación para universitarios para la celebración del Sacramento de la Confirmación, actividades de formación con la Pastoral Juvenil Arquidiocesana entre otros.

Entrevista Completa
Ver Anexo 1





[4.2]

ANÁLISIS DE
**ANTECEDENTES
Y COMPETENCIA**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

UNIVERSIDAD DEL ISTMO (UNIS)



Logotipo Universidad del ISTMO Imágen Extraída: <http://bit.ly/2moN8X6>

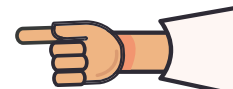
La Universidad del ISTMO. (2015) en su portal universitario explica que es una institución de identidad cristiana, esta se encuentra vinculada a su propia historia y origen ya que parte de los promotores de la Universidad han recibido enseñanzas de "San Josemaría Escrivá de Balaguer" quien es fundador del Opus Dei, siendo parte de sus objetivos ser una institución para emprender en Guatemala por medio de una visión cristiana del hombre y del mundo, donde se promueva la educación superior y el perfeccionamiento personal integral de profesores, administrativos y estudiantes, explican en su sitio web.

La Prelatura del Opus Dei es una institución de la Iglesia Católica de ámbito universal el cual, difunde entre personas de toda clase y condición social, el mensaje del trabajo y

actividades diarias que en diversas ocasiones son de un encuentro con Dios, servicio a los demás y la mejora de la sociedad. Esta posee como finalidad contribuir por medio de la misión evangelizadora de la Iglesia, donde se promueva entre los fieles cristianos una vida en la fe en los momentos ordinarios por medio de la santificación del trabajo, explican.

La Universidad del Istmo desde los inicios el Opus Dei ha prestado los medios espirituales y pastorales necesarios para que la Universidad pueda mantener y desarrollar su identidad cristiana; así mismo esta cuenta con una "Capellanía Universitaria" la cual ofrece sus servicios a todos los miembros de la comunidad universitaria que lo deseen, donde se respetan las creencias personales de cada estudiante, para lograr el objetivo de la formación y atención espiritual esta promueve diversas actividades abiertas a todas las personas que deseen o posean interés de participar, así lo comenta la UNIS en su portal universitario.

La Capellanía Universitaria busca inculcar en todos los que forman parte de la Universidad del Istmo, el anhelo por mejorar su vida cristiana. Para llevar a cabo esta tarea de formación y atención espiritual, la Capellanía promueve distintas actividades que están abiertas a todas las personas que tengan interés en participar, donde los Capellanes atienden gustosamente cada una de las preguntas y consultas de todos los que soliciten su consejo y orientación para el desarrollo de su vida personal, tomando en cuenta los aspectos humanos o los espirituales comentan en su sitio.





Se realizan actividades donde los estudiantes pueden participar para fortalecer aspectos humanos o espirituales.



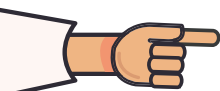
Pbro. Dr. René Grimaldi I. Acompañado de alumnos, parte de los Capellanes brindan consejos y acompañamiento a estudiantes que lo desean.



Para facilitar la práctica sacramental y la vida de oración, la Universidad cuenta con un Oratorio en el edificio de Rectoría. Entre los actos de culto, se celebra diariamente la Eucaristía y los confesionarios están atendidos con regularidad para recibir el sacramento de la Penitencia.

Al igual que la Universidad Rafael Landívar se celebra diariamente la Eucaristía.

Imágenes Extraídas del Portal de la UNIS (Sección Capellanía)



PEDIR ORACIONES

PLATAFORMA WEB EN EL SITIO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

La Universidad del ISTMO. (2015), explica que maneja una plataforma donde se explica que todos pueden rezar por todos ya que Dios escucha cada oración si se hace con confianza y constancia. "Él sabe lo que cada uno necesita, sin embargo Él no busca imponerlo, por ello la oración despierta y alimenta la confianza y bondad de Dios explican, así mismo se debe pedir con sencillez y fe que Él ama a cada uno y hará lo mejor aunque no sea lo que cada uno pida.

Por ello dentro de la Capellanía los capellanes se encargan de rezar y hacer rezar por lo que se necesita, ellos expresan que no se necesita ser católico ni prácticamente para pedir oraciones ya que Dios siempre escucha a quien le pide con rectitud y confianza; estas oraciones al celebrar la Eucaristía se pedirá por las intenciones que se manden o digan. Dichas peticiones llegan a la Asistente de la Capellanía Fabiola de la Roca la cual hará llegar la petición al sacerdote que se indique.

Dentro de la página web o el portal oficial de la Universidad del ISTMO. (2015), cualquier persona puede realizar una petición, la persona debe llenar los siguientes campos además de poder elegir al Sacerdote que desea hacer llegar la petición, este tipo de plataformas une a las personas; por medio de ella se puede evidenciar el papel de una comunidad cristiana para la ayuda y servicio de los demás.

REZO PORTI

¿Por quién quieres que recemos? por familiares y amigos fallecidos; por las necesidades personas que amamos; por las necesidades personales, o del mundo, etc.

Los campos marcados con * son requeridos.

Nombre y Apellido

Email

Petición *

Remisión a un capellán en concreto *

Pbro. Dr. René Grimaldi I.

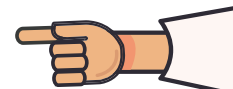
No soy robot *

☐ No soy un robot

 reCAPTCHA
Privacidad - Condiciones

ENVIAR

Solicitud de Peticiones Imagen Extraída del Portal de la UNIS





[4.3]

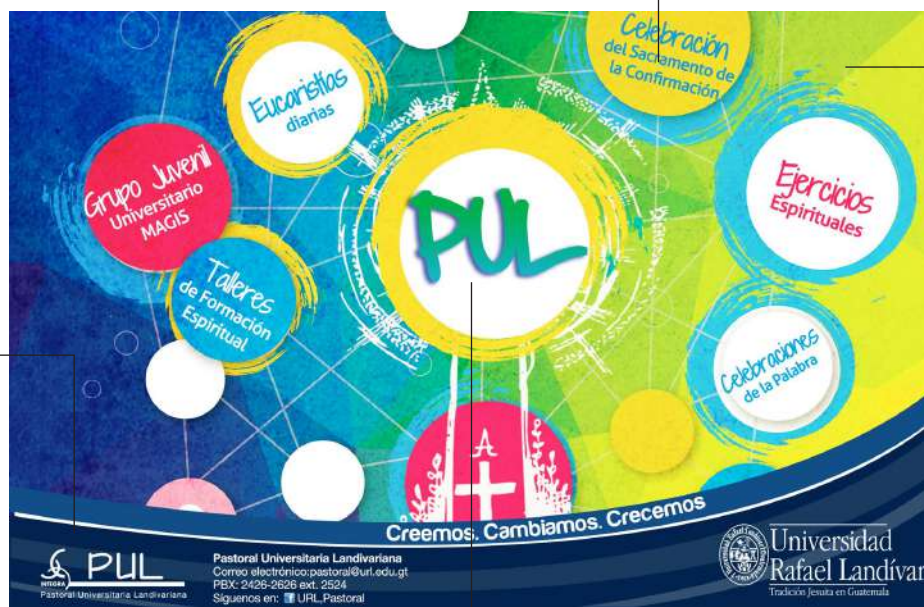
ANÁLISIS DE
**ANTECEDENTES
GRÁFICOS (PUL)**

ANTECEDENTES GRÁFICOS /1

PIEZA DE AFICHE PARA CARTELERAS, UTILIZADO COMO PORTADA EN FACEBOOK SOBRE LAS ACTIVIDADES DE PASTORAL

Esta fotografía fue publicada el 7 de Enero del 2016 tanto en afiches impresos como utilización en redes sociales específicamente en Facebook.

Por medio del uso de colores intensos y contrastes se puede llegar a cautivar al estudiante.

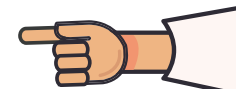


El cintillo es el que actualmente se maneja en todos los afiches e información. Es el que ya está establecido, por los departamentos dentro de la Universidad, este tipo de cintillo se puede percibir saturado para los estudiantes debido a la posición de los elementos y líneas de fondo.

Este tipo de cintillo puede llegar a crear confusión en los estudiantes acerca de las otras facultades ya que todas manejan el mismo tipo de cintillo con un diferente identificador en este caso PUL.

Esta portada contiene varias tonalidades en su mayoría colores análogos fríos. En la pieza se muestran las áreas de actividades que maneja la Pastoral Landivariana, evidenciando que por medio de estas composiciones con diferentes orientaciones y posiciones se logra un ritmo visual y una lectura fluida.

El formato que manejan lo adaptan desde los afiches, la tipografías buscan que sean modernas y simples, la manejan en diferentes colores sobre blanco para crear contrastes, además del uso de otros colores para crear una composición más dinámica.



ANTECEDENTES GRÁFICOS /2

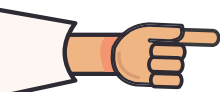
PORTADA PARA FACEBOOK, PARA LA
SEMANA IGNACIANA 2015

Este banner es simple utilizado especialmente para la semana ignaciana por la utilización del hashtags que actualmente es una de las modalidades para crear tendencia en las redes sociales, se utilizó una mezcla de contrastes y colores para el relleno de las letras, la tipografía en libre, curvilínea y dinámica, es un punto focal ya que es lo único que posee color por lo que la vista se dirige a ello.

El contraste de colores de interesante además del uso tipográfico que le da un mensaje más juvenil o moderno a los estudiantes, por medio de ello se logra percibir a la Pastoral Universitaria Landivariana como una entidad fresca y motivadora.



El uso de hashtags es una estrategia de comunicación ya que por medio de ellos los estudiantes se apropian del contenido.



ANTECEDENTES GRÁFICOS /3

AFICHES PARA ACTIVIDADES LITÚRGICAS PUBLICADOS EN CARTELERAS EN EL 2015, ADEMÁS DE FACEBOOK.

Es importante resaltar el uso de los cintillos en azul, además del uso de variación de colores y tipografía, para no caer en la monotonía.

La tipografía no es constante o la misma en todos los anuncios esta es adecuada al tema a tratar, lo cual evidencia el adecuado su uso adecuado para las ocasiones.



Muchos de los afiches de la Pastoral Universitaria Landivariana son manejados por medio de fotografías religiosas en este caso se utilizó al Santísimo o la marca del miércoles de Ceniza, utilizan la fotografía como un representante del tema, lo cual aporta a captar la información más eficaz, sin embargo no es la forma más innovadora para hacerlo.

PUL utiliza en su mayoría frases positivas ya sean versículos de la Biblia o frases del Papa Francisco entre otros, este aspecto es interesante ya que genera más empatía en relación al tema y refuerza el mensaje.





[4.4]

ANÁLISIS DE
CASOS
ANÁLOGOS

CASO ANÁLOGO #1/ ANT.GRÁFICO

PASTORAL JUVENIL ARQUIDIOCESANA
(G U A T E M A L A)

PASTORAL JUVENIL ARQUIDIOCESANA
(@PJAGuate)

> ¿Quiénes son?

La Pastoral Juvenil Arquidiócesana. (2012), explica en su página oficial de facebook que son, bajo los lineamientos de la Iglesia Católica en la Arquidiócesis de Santiago de Guatemala, la acción organizada para acompañar a los jóvenes, promoviendo la evangelización y formación constante para descubrir, seguir y comprometerse con Jesucristo, con su iglesia y su sociedad; integrando fe y vida, a través de la implementación de actividades continuas con la participación de todas las fuerzas juveniles.

> Visión

Parte de su visión es ser una estructura organizada donde estén involucradas todas las instancias de carácter juvenil, que levante, acompañe y oriente espiritual y moralmente a los jóvenes mencionan en su sitio.

> Misión

Buscan unificar esfuerzos para la formación dirigida hacia los jóvenes comprometidos con la iglesia y la evangelización de los jóvenes de la Arquidiócesis de Guatemala desde su realidad .



Logotipo (Pastoral Juvenil Arquidiócesis de Guatemala)



Imágen Extraída de su Página Oficial (Pastoral Juvenil Arquidiócesana)





Imagen (1)



Imagen (2)



Imagen (3)



Imagen (4)



Imagen (5)

ANÁLISIS DE MATERIAL

PUBLICADO EN REDES SOCIALES (FACEBOOK)
INVITACIÓN A EVENTOS, CHARLAS E INFO.

En estas publicaciones se puede observar la utilización de **fotografía**, sin embargo es importante retomar lo que se percibe de ellas, se identifica el valor de la **amistad**, en la imagen (1) se hace referencia a la frase "Quien ha encontrado un amigo ha encontrado un tesoro" *Eclesiástico 16:4* siendo así un elemento importante para llamar la atención de los jóvenes guatemaltecos.

El uso de la **tipografía** es diversa ya que se utilizan contrastes para crear armonía en la composición, además de crear jerarquía en las palabras más importantes.

La **retícula y diagramación** no es constante sin embargo mantiene unidad por la utilización de logotipos.

Los **paleta de color** es contrastante y vibrante lo cual connota energía y vitalidad, además de cautivar a los jóvenes.

La utilización de la **ilustración** se implementa en algunas publicaciones, por medio de ella se cambia la percepción del mensaje al utilizar el prototipo de imágenes de Jesús y elementos religiosos, en la imagen (3) se utiliza una imagen del santísimo sin embargo el bloque de colores amarillo capta la atención del jóvenes.

CASO ANÁLOGO #2/ ANT.GRÁFICO

UNIVERSIDAD JESUITA
/ IBERO, MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO IGNACIANO(CUI)

La Universidad Iberoamericana. (2016), explica en su sitio web que posee un sello característico que compromete toda su acción educativa y que brota de la inspiración de la Compañía de Jesús. Este sello particular se fundamenta en la Espiritualidad Ignaciana y coloca la propuesta de la Pastoral Universitaria y el Diálogo Fe-Cultura, como partes de su apostolado intelectual en un lugar privilegiado, comentan en su sitio web.

Parte de su misión es participar en los procesos de confirmación como comunidades cada vez más libres, solidarias e incluyentes, capaces de contactar y escuchar, desde su experiencia, la expresión del amor a sí mismas, los demás y la naturaleza, para proteger pacíficamente su integridad y vivir en armonía conforme a su dignidad, como hombres y mujeres confiados/as en su capacidad de aprender y ser en comunión sustentable y en sinergia con la gratuidad y abundancia de la vida ofreciendo lo mejor de sí mismas, en vinculación con la Comunidad Universitaria, la Compañía de Jesús, instituciones afines y la diversidad de tradiciones religiosas.

¿QUÉ HACEN?

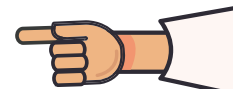
Contextualizar permanentemente la Pastoral Universitaria en la Comunidad Educativa de nuestra universidad.

Promover, organizar y acompañar Ejercicios Espirituales y Retiros según el método de san Ignacio de Loyola, como una experiencia fundamental que ponga en movimiento mecanismos vitales del ser de las personas y su que hacer.

Desarrollar procesos de formación y crecimiento personal con la Comunidad Educativa de la Universidad Iberoamericana.

Fortalecer los mecanismos de comunicación y divulgación de la Pastoral Universitaria, en las diferentes instancias de la Comunidad Educativa.

Estimular el intercambio de experiencias de Pastoral Universitaria entre miembros de la comunidad, partiendo de nuestra inspiración cristiana, pero en un ambiente universal y de respeto a otras confesiones religiosas.



Logotipo de CUI (Centro Universitario Ignaciano)
este se puede percibir informal debido al uso de
tipografía manuscrita utilizado.



ANÁLISIS DE MATERIAL PUBLICADO EN REDES SOCIALES (FACEBOOK) DONDE SE INVITA A EVENTOS O INFORMACIÓN

En su mayoría los afiches contienen el logotipo de la IBERO, además del de CUI, ya que es una Universidad Jesuita maneja el mismo pensamiento de la Universidad Rafael Landívar, por ello el contenido es similar.

Sin embargo el uso tipográfico se percibe como informalidad, por el tipo de trazos, por ello pierde seriedad acerca del tema.



Al igual que la Pastoral Landivariana, ellos poseen campañas dentro de sus redes sociales, donde manejan diferentes tipos de talleres, conferencias y actividades, se puede evidenciar que el contenido es exclusivo para los estudiantes sin embargo no logra capturar su atención, ya que no posee imágenes o elementos que ayuden a identificar acerca de lo que es el CUI.

Manejan diferentes tipos de técnicas para el material informativo y publicitario, no se establecen en una sola línea gráfica, cambian sus cintillos, la tipografía cambia en base al tema y el contenido.

Por medio de la utilización de diferentes técnicas se logra cautivar al estudiante, utilizando formas no convencionales.

CASO ANÁLOGO #3/ ANT.GRÁFICO

JÓVENES CATÓLICOS
(ESPAÑA)

JÓVENES CATÓLICOS (@Católicos.es)

> ¿Quiénes son?

Jóvenes Católicos. (2013), en red afirma que el proyecto nació en el año 2011 como un medio de evangelización a través de las redes sociales. Poco a poco su aceptación fue tal que se convirtió en una de las páginas católicas más importantes de España y de gran parte del mundo. GivenFaith nació el pasado verano (2015), entre un grupo de amigos a los que unía las ganas de hacer algo por los demás, de cambiar el mundo.

Sus post van dirigidos a jóvenes, para que ellos cambien. No van dirigidos “al mundo” sino a los jóvenes. Y cuando los jóvenes cambien, se empezará y hará cambiar al siguiente que tengan al lado. ¡Esto debe ser una cadena! Expresan en un sitio, su fin no es ser mejor que nadie, buscan ser ellos mismos por ello han puesto manos a la obra para ser mejores y ayudar a los demás a conseguir lo mismo.

> Misión

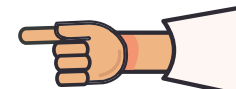
Su misión es transmitir la alegría de la Fe, explicar la doctrina social de la iglesia, proporcionar material católico (vídeos, textos, etc) y servir como punto de unión entre todas las iniciativas creadas.

> ¿Cómo funciona el proyecto?

Todo el proyecto esta formado por jóvenes voluntarios que de forma altruista colaboran para hacer posible el proyecto. Siendo así la primera web católica de jóvenes para jóvenes explicar.



Logotipo "Católicos" Extraída de la Página Oficial





ANÁLISIS DE MATERIAL

PUBLICADO EN REDES SOCIALES (FACEBOOK)
INVITACIÓN A EVENTOS, CHARLAS E INFO.

En la página se muestran varias publicaciones como la primera imagen donde se explica la "Palabra del Día" siendo una iniciativa para aplicarla cada día, siendo así es una publicación que maneja la jerarquía y contraste tipográfico con el uso de colores intensos capturando la atención de los jóvenes.

Utilizan publicaciones en varios formatos como la imagen tres, donde realizan publicidad para eventos, en este caso utilizan la duda para despertar la curiosidad de los jóvenes, en la siguiente imagen utilizan un patrón y el uso de la tipografía en contraste genera jerarquía y dinamismo lo cual es funcional a la hora de comunicarse con los jóvenes.

En esta publicación se puede observar el uso de la ilustración, por medio de ella logran comunicar de forma diferente a la tradicional que es por medio de imágenes, generan una diferente percepción del contenido, más amigable e interesante para conocer sobre el tema así mismo el uso de la tipografía es predominante en la mayoría de sus publicaciones.

CONCLUSIÓN / ANTECEDENTES Y CASOS ANÁLOGOS

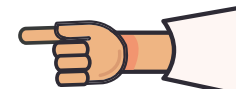
GRÁFICOS ANALIZADOS

Por medio de los casos análogos analizados enfatizados en la fe católica en los jóvenes se logró percibir material dinámico no tradicional para capturar su atención, por medio de mensajes motivacionales y de amistad; lo cual es un aspecto que se debe aplicar en la Pastoral Universitaria Landivariana.

Las publicaciones en su mayoría se destacan por el uso de colores vibrantes e intensos y el manejo tipográfico por medio de contrastes para generar jerarquía y ritmo visual.

La fotografía es un medio que utilizan pero agregan bloques de color con transparencias para transmitir una sensación más juvenil, esta placa de color tiene la función de cambiar el mensaje de la fotografía a una mucho más amigable, donde no se muestre el tradicional elemento religioso si no ese elemento de forma más vivaz; en consecuencia de ello los jóvenes logran percibir un mensaje más amigable de la fe.

Así se puede concluir que el mensaje de la fe en los jóvenes debe ser tratado desde su perspectiva, muchos de ellos esta en busca de contenido sobre la fe hecho especialmente para ellos, donde se represente su juventud y alegría.





[4.5]

RECOPIACIÓN DE
INFORMACIÓN DEL

TEMA
(ÁREA DE ESTUDIO)

MARCO DE REFERENCIA DEL TEMA / PASTORAL, URL

EJE TEMÁTICO / DISEÑO SOCIAL

López, A. (2014), comenta que el Diseño Social se ayuda por medio del Diseño Gráfico interviniendo y apoyando los procesos de comunicación que funcionan para el desarrollo y el progreso de las comunidades estas pueden llegar dar a conocer los servicios que ofrece para llevar a cabo esa labor social, o pueden llegar a atender problemas sociales de diferentes dimensiones que pueden llegar afectar a una familia o a sus miembros y que son obstáculos para su bienestar por medio de material informativo, educativo, recursos pedagógicos, juegos educativos, material didáctico y material de apoyo para talleres o capacitaciones.

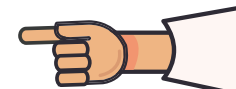
EL ROL SOCIAL DE LA IGLESIA

El papel principal que imparte la Iglesia Católica en la sociedad, se basa en la misión de evangelizar el mundo, así mismo otros de sus propósitos son el matrimonio y la familia. Dentro del tema de la familia se debe encargarse de temas de educación, humanización, identidad y responsabilidad social.

Por ende la misión de la iglesia busca evangelizar, realizar obras sociales, adorar a Dios, ayudar a la formación y el desarrollo de los creyentes y el compañerismo cristiano, así mismo la

iglesia es parte de un grupo social. Arráiz, J. (s.f), explica que parte del trabajo social de la Iglesia Católica en América se basa en la fundacional y cuidado de más de 15,000 escuelas maternas, 22,500 Escuelas Primarias, 1,669 Hospitales, 3,839 casas para ancianos, enfermos crónicos, minusválidos, 2,463 Orfanatos entre otros, y así lo realiza en todo el mundo no solo en latinoamericana, de la misma forma la fundación Caritas Internacionalista es una confederación de 162 organizaciones católicas que se enfocan en la asistencia, desarrollo y servicio social. Esta organización trabaja sin tomar en cuenta la raza, género, etnia o beneficiarios de basa en las redes humanitarias del mundo, ya que esta fundación arriga la doctrina de la iglesia, buscando ante todo la dignidad de la persona humana.

Otro gran ejemplo del papel que realiza la Iglesia Católica es la Madre Teresa de Calcuta la cual fundó en 1950 "Misioneras de la Caridad" donde se cuentan actualmente con 4500 monjas que realizan votos de pobreza, castidad y obediencia, esta organización ayuda a los refugiados, enfermos mentales, niños abandonados, leprosos, víctimas del sida, ancianos y convalecientes, además cuenta con escuelas, comedores de caridad y escuelas para niños de la calle. Como cada una de estas organizaciones la iglesia se ve envuelta en el desarrollo social de la humanidad.





IGLESIA CATÓLICA

Es importante reconocer que la iglesia tiene una serie de características que la diferencian de los grupos étnicos, políticos, religiosos o culturales: En Catholic.net. (2006), comenta que “Es el Pueblo de Dios, la reunión de todos aquellos que viven en unión con Dios” esto quiere decir que cualquier lugar donde existan personas que crean en Dios son una iglesia. Para poder formar parte de la Iglesia Católica solo se necesita ser bautizado; como lo dice un versículo bíblico “Para formar parte de la iglesia basta con volver a nacer de lo alto, por el agua y el Espíritu” (crf. Jn. 3, 3-5). La iglesia tiene por jefe a Jesús, parte principal que distingue a los participantes o miembros de la iglesia es el Espíritu Santo. Él se encuentra en los corazones de todas las personas, este les da dignidad y la libertad de ser hijos de Dios. Uno de los mandamientos por los que se rige la iglesia es “Amara todos como el mismo Jesús nos amó”.

En sí la misión de la iglesia y de sus miembros es ser la luz del mundo y la sal de la tierra, ya que se toma a cada persona como una semilla de la salvación para todo ser humano. El Reino de Dios es el destino de la Iglesia, ya que con Jesús comenzó este mundo por lo tanto este debe ser anunciado por todos sus miembros así logrando que reine Dios para siempre en el corazón de cada uno. Catholic.net (2006), explica que la iglesia es solamente UNA, y que es la única formada por Cristo; es santa porque sus miembros y sus misión son santos; CATÓLICA porque es universal; y APOSTÓLICA, porque esta fundada sobre el legado y autoridad de los apóstoles. “La Iglesia Católica maneja una jerarquía en la cual el Papa es la cabeza, luego están los obispos como sucesores de los apóstoles, los cuales son los encargados de enseñar y dirigir a los que asisten o son miembros.



EL PAPEL DEL VATICANO

Actualmente el Vaticano es un "país soberano" ubicado en la Ciudad de Roma, en Italia. En el Vaticano se alberga la "Santa Sede" la cual es la máxima institución de la Iglesia Católica donde la principal autoridad es el jefe de Estado, en este caso el Papa.

Vizcaíno, M. (2005), explica las funciones del Vaticano desde el aspecto religioso y económico.

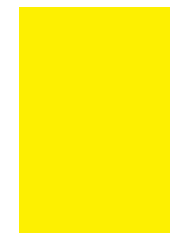
El Papa se refiere a la autoridad más alta de la Iglesia, siendo así el representante de Jesús, él tiene la capacidad debido a que es sucesor de San Pedro, a quien Jesús le confirió ser uno de los primeros apóstoles (Mt 16, 13-19) explicado en dicho versículo de la Biblia, esto quiere decir que Jesús o Cristo dejó encomendada a Pedro su Iglesia, por ello la fe católica sostiene que esta no es una institución humana.

El código de Derecho Canónico define la función del Papa como a la persona que permanece en la función que el Señor encomendó a Pedro, el primer Apóstol, de esta forma debía transmitirse a sus sucesores, este sería el Pastor de la Iglesia Universal como representante en la tierra; el cual tiene la potestad, suprema, plena, inmediata y universal de la Iglesia donde puede ejercer libremente comenta Vizcaíno, M. (2005).

Así mismo expresa que la misión del Papa es la conferida a Pedro, donde en los Evangelios se expresa que Jesús le otorgo las "llaves del Reino de los Cielos" (Mt 16,19) con el poder de "atar y desatar" para "confirmar a los hermanos de la fe" (Lc. 22,23) y guiar a su rebaño, por ello este es un servicio de unidad donde se toman dos aspectos importantes el gobierno y la enseñanza.

Las facultades del gobierno del papa se basan en el servicio de su ministerio, por ello este tiene la facultad de realizar actos de gobierno necesarios o en beneficio para la Iglesia, por ejemplo establecer leyes donde se aprueben algunos institutos religiosos entre otros, así mismo es importante que el Papa siempre mantenga la unidad de la fe.

En el sitio oficial del Estado de la Ciudad del Vaticano. (2007), explica que la bandera pontificia o la de la Ciudad, esta formada por dos campos verticales una de color amarillo del lado izquierdo y una blanca del lado derecho donde se encuentra ubicado el escudo que representa dos llaves cruzadas, una corona o tiara súper puesta y el asta.



Bandera de la Ciudad del Vaticano obtenida de:
<http://bit.ly/2ldPVyd>

Basílica del Vaticano "Santa Sede" obtenida de:
<http://clar.in/2lK5mQD>

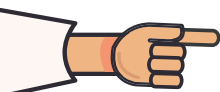


JESÚS Y LA AMISTAD

Rivero, A. (2003), comenta que muchas veces no es suficiente un amor de sentimiento o de emociones para estar bien con Dios, si no es amar a Jesús con entrega y fidelidad por medio de nuestras obras. El define la amistad como una experiencia humana que es hermosa, enriquecedora, humanizante y digna de elogiar, la amistad es un valor, y es uno de los más altos de Dios, ya que Dios se presenta siempre como un amigo, Jesús tuvo muchos amigos y estableció muchas relaciones importantes y gratificantes ya que el era hombre. Muchos se harán la pregunta de que es en realidad la amistad, pero muchas veces se vive una vida tan agitada que se olvidan de las cosas importantes, los que nos rodea no evita tener un diálogo entre los humanos, el menciona una frase que dice “cada vez se tienen más conocidos y menos amigos”. Así mismo describe a la amistad como algo que debe ser cincelada, debe ser cuidada como una obra de arte. Algunas veces la amistad es difícil rara y delicada. Pero hay que cuidarla como un tesoro.

Esta es una de las facetas por las que pasa el amor. Rivero, A. (2003), explica que para Aristóteles la amistad se puede definir como querer y procurara por el bien del amigo como yo lo hago por mi mismo. Si uno posee una buena comunicación y se tiene un acuerdo mutuo se puede perfeccionar la humanidad, Esta tiene que ser libre sin presiones, quitar el egoísmo todo esto se necesita para tener una relación de amistad con Jesús. Según Martín Descalzo en su libro “Razones para el amor”:

Blog Amistad con Jesús (2013) Extraída: <http://bit.ly/2kFIHsujpg>



JESÚS TE ACEPTA COMO UN AMIGO

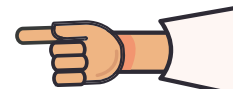
Delgado, R. (2010), explica que parte de la amistad con Jesús se basa en una relación de aceptación entre ellos:

- > El respeto a lo que el amigo es y como el amigo es.
- > La franqueza, que está a media distancia entre la simple confianza y el absurdo descaro. Franqueza como confidencia o intimidad espiritual compartida.
- > La generosidad como don de sí, no como compra del amigo con regalos.
- > Aceptación de fallos.
- > Imaginación, para superar el aburrimiento y hacer fecunda la amistad.
- > La apertura.

La experiencia de perder un amigo es triste , hay una cita bíblica que dice "Un amigo fiel es poderoso protector; el que lo encuentra halla un tesoro. Nada vale tanto como un amigo fiel; su precio es incalculable" (Si 6, 14-17). Jesús durante su tiempo en la tierra experimento la amistad, el ama a todos por igual, sin condiciones sociales o económicas. El hasta puede amar a sus enemigos, los ama hasta la muerte. El amor de Jesús es caridad, siempre se dirige hacia los demás con un corazón abierto, va hacia el cuento de los que ama, consuela, perdona, da de comer, hace descansar a las personas, se compadece de quien le necesita, ademas el no discute, el los corrige pero para no hacer conflictos. Se alegra en sus momentos felices, rechaza las intenciones desviadas, no busca dar para recibir, Jesús ama alas personas sobrenaturalmente no por sus cualidades humanas.



Sitio Comunidad Redonda (Imágenes Religiosas) Extraída: <http://bit.ly/2m1CV3h>





REQUISITOS PARA SER AMIGO DE JESÚS

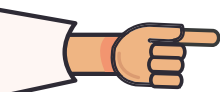
Jesús dice “Vosotros sois mis amigos, si hacéis lo que os mando” (Jn 15,14) y lo que mande Jesús a que se haga es que se amen los unos a los otros, como el ha llegado a amarnos. Nos manda a rezar y vigilar, quiere que las personas sean mansas y humildes de corazón. Quiere que se sean Santos como su Padre, si se cumple todo esto Jesús aceptará a las personas como una amistad, hay que hacer un amor de obras que son amores y no hacer obras por razones. No quiere amigos que lo abandonan y le llama solo cuando le necesitan, tampoco que se aprovechen de él para conseguir mejores lugares en el cielo, el ama la humildad y a las personas que son pacíficas de alma pura y libre sin ataduras todo esto logrará que las personas se acerquen a Jesús.

LOS JÓVENES Y LA FE

Babin, P. (1962), se cuestiona acerca de los signos de la fe en los adolescentes en su mayoría los jóvenes se pierden por teóricas científicas, o porque no ha existido la presencia de Dios en sus vidas, se cita una frase de Jesús de la Biblia “El que obra verdad viene a la luz”, el comenta que de esta forma se ve claro el acto de fe y su ley de crecimiento, donde se evidencian los valores. El resume y concluye que los fenómenos de la evolución han logrando que la juventud sea más escéptica hacia el tema de fe y los cambios de mentalidad.

Así mismo comenta la importancia de hablarle a Jesús como se le habla a una persona viviente, con todo su ser y sus necesidades, siendo un amor personal por Jesús.

Bagot, P. (1969), explica que es primordial primero conocer a los jóvenes para poder anunciar a Dios, él expresa que los “jóvenes son rebeldes más por reacción espontánea que por virtud” lo que hace que pocas veces piensen de forma diferente a la convencional, son personas impulsivas y de cierta forma más osados.





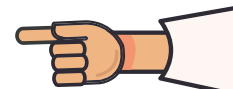
URL, Pastoral (Talleres) Extraída: <http://bit.ly/2lnSv6n>

JÓVENES Y DIOS: PROYECTO DE PASTORAL CON JÓVENES

El Equipo Adsis de Pastoral. (2007), con Jóvenes en su proyecto “Jóvenes y Dios” comenta que durante su desarrollo, su finalidad fue compartir con los jóvenes aspectos como el crecimiento personal, un encuentro personal con Jesús y el crecimiento de su fe expresan.

Explican que los jóvenes están llenos de potencia, a pesar que estos viven dificultades positivas y negativas tanto como “oscuridades” Dios los ve con la misma mirada de amor, él esta presente en todos los jóvenes de hoy, siendo semillas de luz, donde se combate con estas oscuridades.

Ellos resumen que los jóvenes se les caracteriza es su necesidad de encontrarse a ellos mismos, su identidad, la pertenencia y sobre todo el sentido para la vida, por lo mismo son personas dispuesta a conocer sobre muchos temas, abiertos a las posibilidades, siendo así tan diversos se encuentran abiertos a conocer y tener un encuentro con Jesús, ya que les apasiona conocer, expandir sus capacidad y experimentar nuevas emociones en su diario vivir.



LA PERSONALIDAD DEL PAPA FRANCISCO

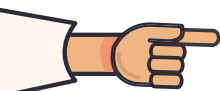
Vidal, J. (2013), comenta que el Papa Francisco ha tenido un gran impacto en todo el mundo, y no solamente en las personas que son católicas sino también en otras religiones incluyendo personas que no son creyentes. Las personas que lo conocen le describen como una persona carismática, sencilla, sensible, humilde y su forma tan fácil para tratar a las personas con su cercanía. Se le reconoce además por ser el primer Papa Latinoamericano, además de ser el primer Papa Jesuita, el primero con el nombre de Francisco el cual hace referencia a San Francisco de Asís, el cual fue un hombre de la pobreza, de la paz, amor y el cuidado de la naturaleza comenta. Gracias al Papa se ha dado a conocer la pobreza y la desigualdad en la que han vivido los países que están en desarrollo.

Al Papa se le describe como una persona llena de bondad natural, inteligencia para lograr tener una forma clara de percibir lo que esta a su alrededor o la realidad, tiene un lenguaje directo en los temas fuertes como la injusticia y la corrupción, debido a que es un Papa Jesuita esto lo ha hecho ser una persona austera, que se sensibiliza de los pobres, los débiles y los desheredados. Así mismo tiene un gran sentido del humor, es una persona alegre, aunque a veces es serio y de pocas palabras, sin embargo el sabe como sonreír, no es una persona que disfrute llamar la atención ni ser un protagonista, si no una persona que esta hecha de una gran libertad interna, expresa Vidal, J. (2013). El lo describe como un persona virtuosa y un hombre de Dios. Debido a su espiritualidad ignaciana y su fe tan devota, tiene una profundidad de pensamiento, se puede mencionar que habla en si el idioma universal del amor y de



Foto del Diario NY (2015) Extraída: <http://bit.ly/2kRWXIG>

la bondad. Debido a la forma en la que es el Papa Francisco ha logrado que las personas recuperen las esperanzas y expectativas de la iglesia. El tiene como objetivo que todos tengan a Dios en sus vidas como un centro. El siempre estará del lado de las personas que menos tienen, desde que era Obispo en Argentina, Buenos Aires tenia la costumbre de visitar villas pobres o barrios que fueran marginados dentro de la ciudad, convivía con las familias. Ahí se le conocía por el nombre de Padre Jorge, era una personas que se preocupaba por las personas que sufrían de explotación, siempre le ha gustado convivir con las personas que más necesitan esperanza, sin embargo es una persona humana y tiene gustos por el futbol, tango y la ópera comenta Vidal, J. (2013).

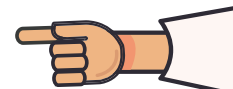


SAN IGNACIO LOYOLA

Vergara, J. (2015), comenta que San Ignacio es una persona importante en la Universidad Rafael Landívar la cual tiene como principal objetivo lograr que los estudiantes landivarianos compartan su pensamiento. San Ignacio nació en 1491, en el Castillo de Loyola, al norte de España, cerca del límite con Francia. Venía de familias muy distinguidas su padre era Bertrán De Loyola y su madre Marina Sáenz. Tuvieron 8 hombres y 3 mujeres, Ignacio fue uno de los más pequeños. Al principio entro en la carrera militar, pero a los 30 años de edad fue herido, se le envió a su Castillo de Loyola para que le trataran la herida, tuvieron que hacerle 3 operaciones en la rodilla sin anestesia, le amarraron pesas a su pie para que esta no le quedara más corta pero lamentablemente quedó cojo, Paso algo interesante con el cuando su hermana. Así mismo explica que le leía obras narrativas e imaginarias sentía satisfacción pero esta duraba muy poco, pero cuando ella le leía libros como La Vida de Cristo y el Año Cristiano su satisfacción duraba muchísimos días más.

Cada vez que leía siempre pensaba que porque no trataba de imitarlos (a los Santos), quería ser como ellos, llegar a ese grado de espiritualidad. Le gusto mucho un versículo de la Biblia que dice “Dichosos los que tienen un gran deseo de ser santos, porque su deseo se cumplirá (Mt. 5, 6). Una noche se le apareció la Virgen María con su Hijo Santísimo, esto hizo que se propusiera dedicarse a servir a Dios. Hizo una penitencia por sus pecados, cambio sus lujos por cosas más sencillas y se confeso. Se dedico a la oración y la meditación; fue en ese momento donde decidió realizar ejercicios espirituales. Hubo un momento en el que sintió que estos mismos ejercicios le

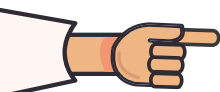
Rubens, Blog Espolon (2013) Extraida: <http://bit.ly/2lzRI4l>



aburrían, a esta crisis el le llamo "la noche oscura del alma". Luego paso los escrúpulos a los cuales el llamo como enfermedades espirituales, en este el imaginaba que la mayor parte de las cosas eran pecado. Todo esto que el sentía el lo apuntaba porque así el más adelante con sus ejercicios espirituales el podría enseñar según sus experiencias.

En 1543 fue en peregrinación a Jerusalén, en todo el camino fue pidiendo limosna, aun era impulsivo; casi agredía a alguien que ataba a la religión, se le aconsejo que no se quedara ahí porque habían muchas personas que no aceptaban el catolicismo. Con el tiempo logro adquirir bondad y paciencia, Fue a estudiar a Barcelona y muchos de sus compañeros eran muy jóvenes por lo mismo lo molestaban a el por ser mayor pero el fue muy tolerante. Se fue a Francia a estudiar y conoció a 6 personas importantes, con ellos decidió hacer los votos de ser puros, obedientes y pobres. Luego se fueron a Roma ahí fueron Sacerdotes, ahí fue donde Ignacio se dedico a predicar sus ejercicios espirituales y catequizar a el pueblo comenta EWTN. (s.f). En 1540 el Papa Pablo III el cual aprobó a su compañía de Jesús o Jesuitas. El fue el Superior general hasta que murió. Uno de sus lemas era "Todo para mayor regla de Dios. La comunidad Jesuita es una de las más grandes en la Iglesia Católica.

Blog Católico (2015) Extraída: <http://bit.ly/2m5E7zt>



PENSAMIENTO IGNACIANO

El pensamiento Ignaciano se basa principalmente en San Ignacio de Loyola, la Universidad Rafael Landívar en su libro “Pensamiento Ignaciano”- PROFASR. (2003), comenta que una de las característica que posee San Ignacio es su carisma y el Espíritu que el tiene, viendo la vida de una forma diferente, el buscaba fortalecer la fe de los demás por medio de los ejercicios espirituales.

Estos ejercicios tienen el fundamento de mostrar una experiencia con Dios, desde el punto de vista en la libertad, el lo define como “esa capacidad para auto determinarnos para ser artífices de nuestra propia historia”, el comenta que en si este pensamiento se basa en el desarrollo integral de las personas. Estos además se basan en los valores landivarianos que son:

El Servicio: el cual busca ayudar a los demás sin algo a cambio de forma espontánea, un ejemplo de esto es la Madre Teresa de Calcuta.

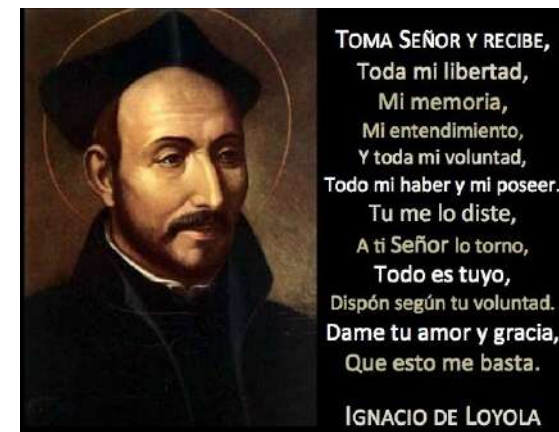
La Responsabilidad, es un valor fundamental ya que se debe aprender a tomar las consecuencias de lo que se hace, buscar no perjudicar a los demás con nuestras decisiones.

La dignidad humana, este se basa en tener respeto por la persona misma y a los demás, sin manipular, amar a los demás sin humillaciones.

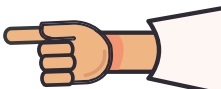
La Libertad, porque San Ignacio comentaba que este es el regalo más grande que Dios pudo brindar

Sin embargo es importante aprender a diferenciar la libertad y libertinaje, hacer lo correcto sin lastimar a los demás.

De esta forma es que se basa la comunidad landivariana, siendo una universidad que no solo se basa en los conocimientos si no en el desarrollo integral de los estudiantes, por medio del pensamiento ignaciano.



Blog Dios y Santidad (2016) Extraída: <http://bit.ly/2lORcJH>



EL ESTILO IGNACIANO COMO PROPULSOR DE UNA UNIVERSIDAD DE INSPIRACIÓN CRISTIANA

Vergara, J. (2015), explica en el texto que al referirse como estilo, se da a entender a la forma en la que se expresan los pensamientos, emociones y sentimientos. San Ignacio menciona que todos los jesuitas, poseen un estilo personal por su forma de ser, actuar y mirar. Por ello se le llama al estilo ignaciano un modo de ser actuar y mirar la vida, en base a los Ejercicios Espirituales o que se asemeje a este estilo.

En estos ejercicio San Ignacio explica que se debe confrontar la vida propia, para reorientarla en sintonía con Jesús, en el mundo de hoy el estilo ignaciano puede aplicarse de diversos modos, estos buscan principalmente ayudar al cristiano a mejorar su compromiso con la fe, Vergara comenta que este posee dos niveles diferentes el primero se basa en la práctica cristiana que se basa en el bautizo y respetar los Sacramentos, la confesión y "el cumplimiento de la moral cristiana" que se basa en los mandamientos; así mismo la práctica humana significa vivir en búsqueda de la verdad o promoción de la justicia.

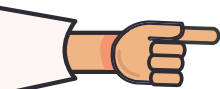
EL ESTILO IGNACIANO EN UN UNIVERSITARIO LIBRE

Vergara, J. (2015), señala que la vida universitaria basada en una consagración en la búsqueda de la verdad es ardua, ya que esta se basa en acabar con la vida superficial y adentrarse a la vida de reflexión, estudio, diálogo y aceptación de los demás, comprender sus ideas, sentimiento y motivaciones.

Durante el texto explica que parte de la preparación cristiana es trascendente, donde se especifica que todos son hijos de Dios y en eso se basa la dignidad. La aceptación se basa en el amor de Dios, amando a los hombres a pesar de ser pecadores, su amor va más allá de los obstáculos y busca respetar la libertad humana; así es como funciona la aceptación a la hora de aceptar a una persona se le esta aceptando con todos su defectos y sentimientos.

Los cristianos y no cristianos, reconocen la historia humana desde los orígenes de la misma, la cual se encuentra introducida en el bien y el mal, la verdad y la mentira o la luz y la oscuridad, el hombre vive en una lucha constante en estos aspectos. La actitud de servicio es fundamental en los Ejercicios ya que se debe ir más allá de las condiciones y fronteras, dejar atrás el individualismo.

Durante el texto el autor describe a los universitarios como personas optimistas porque creen en el triunfo de la verdad sobre la mentira. San Ignacio explica que el fin de la Universidad basada en principios cristianos, su principios se deben basar en ser el alma de una universidad donde se trascienda la experiencia de Dios, creando una manera ideal de vivir en el universitario, por ello el papel de la Pastoral Universitaria y la Pastoral en la Universidad encuentran su origen, justificación y estímulo en la formación humana de los estudiantes, donde se genere la motivación se seguir los pasos de San Ignacio.



CARISMA IGNACIANO Y MÍSTICA DE LA EDUCACIÓN

Dentro de la Universidad Rafael Landívar la palabra Magis es un término que los estudiantes no conocen, Lange, I. (2005), determina en el vocabulario ignaciano que la palabra "Magis" es un término usual de la espiritualidad ignaciana, la cual parte de su origen traducida al latín "solamente deseado de lo que más conduce al fin para el que somos criados" esto se presenta en los Principios y Fundamentos de los Ejercicios Espirituales, se basa en la busca de seguir el estilo ignaciano y el servicio, siendo una respuesta al continuo aprendizaje de Dios, el Magis Ignaciano no se refiere al voluntariado si no que esta debe nacer de la "experiencia del acercamiento y amor a Dios" donde la persona entregue todo de si al servicio de los demás por amor a Dios.

La Compañía de Jesús se basa en el carisma de San Ignacio, donde sus objetivos y fin eran las acciones donde se ayudara a las ánimas, en este caso ayudar a los demás, los ejercicios espirituales buscan ser un camino pedagógico los cuales buscan ejercitar y aprender a discernir para optarlos como estilo de vida.

Se le define a el discernimiento como el arte de distinguir y elegir lo que es específicamente de Dios, la clave de escoger bien se basa en encontrar lo que se experimentará y a que llevara esta experiencia, para conocer si será algo que perjudicara a la persona o no determina Lange, I. (2005). De esta forma se puede describir comprender el papel que posee la Pastoral Universitaria dentro de las Universidades Jesuitas.



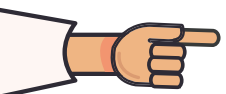
Conexión SUD (2015) Extraída: <http://bit.ly/2LUgg0>





LA PÉRDIDA DE FE EN LOS ADOLESCENTES

Olabarri, M. (2011) define que muchas veces los jóvenes pierden su fe no es porque no reciban una educación cristiana en el colegio, si no esta no viene desde sus padres, por lo que las familias que no tienen a Jesús en su vida no tienen una vida espiritual plena. Muchas veces entre más inteligentes se vuelven las personas se llegan a plantear dudas sobre la fe, comienzan a pensar de una forma más crítica para resolver sus dudas sobre las verdades, buscan recursos que muchas veces se les confunde más. La religión no debe ser un tema TABU ya que se tiene que hablar de Dios con naturalidad, no se debe ser neutros ni mucho menos los padres deben sentirse intimidados cuando le enseñan a sus hijos valores cristianos, los padres son parte fundamental para una educación moral y religiosa segura. El educar la fe en los jóvenes, se debe dar con mucha información, así como se educa para formar a una persona profesionalmente, hay grandes recursos para conocer como transmitir y educarlos. Entre más pequeños se les debe enseñar a que deben ir a misa entre otros, los padres deben dar esa formación integral para el desarrollo de sus hijos. Enseñar con experiencias ayuda a fortalecer la fe..





[5]

CONTENIDO
TEÓRICO DE
DISEÑO

MARCO TEÓRICO DE DISEÑO / ÍNDICE

A continuación se presentan los temas desarrollados en base a los objetivos que se mencionaron anteriormente, el objetivo de desarrollar estos temas es comprender los términos en los que se basará la estrategia de diseño, se divide en los siguientes términos generales:

- Imagen Gráfica
- Material Informativo y Divulgativo
- Material Multimedia

ÍNDICE ESPECÍFICO

- Imagen Visual (Identidad) vs Imagen Corporativa
- La Importancia de la Voz de Marca
- Personalidad de Marca
- Identificadores
- Diseño Inteligente (¿Cómo diseñar para las personas?)
- Campaña Promocional
- *Comunicación en el diseño Gráfico: la lógica de los Mensajes visuales en diseño, publicidad e Internet
- Colores Litúrgicos
- La ilustración
 - Signo e ícono
 - Niveles de iconicidad
 - Pictograma
 - Línea
 - Estilo Monoline
- Primeros Auxilios en la Tipografía
- ¿Qué es un BTL y cuáles son sus tipos?
- ¿Cómo lograr una exitosa activación de BTL?
- 6 Calves para diseñar material impreso
- Un Brochure como herramienta de mercadeo
- Nuevas Tendencias publicitarias en la era digital dirigida a los Jóvenes
- Del Advertainment al Advergaming
- Etiquetas: Uso de Hashtags
- Guía para utilizar los GIF's como estrategia de contenidos
- Felicitación de Cumpleaños - e-mail marketing

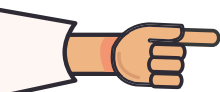


IMAGEN VISUAL(IDENTIDAD) VS IMAGEN CORPORATIVA

IOMarketing. (2015), explica que en su mayoría las empresas tienden a confundir estos términos o que son similares, sin embargo en el área de marketing se implementan de forma diferente.

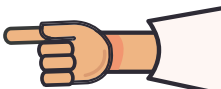
Así mismo comenta que la identidad corporativa se refiere al nombre de la empresa, el diseño de logotipo y el material que identificará a la empresa dentro y fuera de ella, es fundamental que el consumidor reconozca la marca de forma instintiva.

Sin embargo Molina, J. (2011) explica que la identidad corporativa se basa en la combinación del naming (identidad verbal) con la identidad visual que es la marca y sus códigos de conducta, por medio de esta combinación se obtiene la marca que se basa en el uso de tipografías, colores o formas las cuales serán reconocidas por los consumidores. La marca es capaz de transmitir los valores de la empresa comenta Molina, debido a que su presentación en el exterior.

Asimismo Molina, J. (2011) expresa que la imagen corporativa es la concepción psicológica que se tiene de la empresa o entidad, para lograr la imagen corporativa se deben tomar en cuenta la combinación de 2 elementos, la actitud empresarial y la identidad visual. Estos se basan en el comportamiento de los trabajadores de la empresa y la forma en que estos se expresan, creando así la percepción de la marca ante los consumidores.



Blog GRUPOGRAFCOL (2016) Extraída: <http://bit.ly/2IKAJKR>



LA IMPORTANCIA DE LA VOZ DE MARCA

Puig, C. (2016), explica que el 90% de los casos el éxito de una marca se basa en la conexión emocional y una relación con sus consumidores, él la define como la identidad verbal debido a la comunicación y relación que tiene con el público.

Es importante definir la esencia de la marca comenta Puig ya que por medio de ella se pueden transmitir los valores y atributos, la forma en que una marca se expresa genera su personalidad, valores y actitudes frente a lo que le rodea.

Él explica que existen 3 elementos para transmitir dicha personalidad por medio de la identidad verbal:

- La voz se refiere a la personalidad única y distintiva de la marca explica en su artículo, este genera respuestas emocionales en los consumidores.

- El tono el cual se refiere a la forma en la que la voz se usará en diferentes situaciones o diferentes audiencias comenta Puig, él lo explica con un ejemplo básico, a la hora de entablar una conversación las personas suelen cambiar el tono dependiendo a la persona que este se dirigía o el tema que se este hablando, sin embargo la voz sigue presente por ello el tono puede llegar a generar empatía en el consumidor o usuario.

- Y por el último el estilo que se basa en el conjunto de reglas que edifican los mensajes, en este caso la ortografía, las mayúsculas, vocabulario entre otros.

Puig explica que la voz de marca se basa en varios principios de construcción o las 3'C, que se basa en una alineación de "Cultura-Comportamiento-Comunicación", asimismo él explica que el principal objetivo no es la forma en la que se emiten los mensajes si no de cómo estos son recibidos por los consumidores y fundamentalmente su percepción.

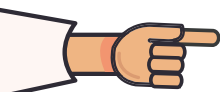
La cultura es el núcleo de la voz de marca, él explica que cada empresa posee un distintivo algo que la hace ser diferente. él se basa en 3 preguntas fundamentales para definir la cultura, las cuales deben ser los pilares de la propia voz de marca:

- ¿Para qué está?
- ¿Por qué es importante?
- ¿De qué habla?

Luego se encuentra el comportamiento que se define con otras 2 preguntas:

- ¿Cómo debe comportarse?
- ¿Qué tipo de relaciones deben construir con su comunidad?

Y por último la comunicación que se basa en identificar la creación de un diálogo agradable donde se le puede identificar a la marca de forma clara.



Puig explica que luego de definir las 3'C, es imprescindible recopilar los detalles de la marca, el comenta que se puede realizar por medio de estas 5 preguntas:

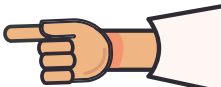
- Si la marca fuera una persona, ¿Cuáles serían sus rasgos de personalidad?
- Si la marca fuera una persona, ¿Cuál sería su Relación con el consumidor?
- ¿Cómo no sería su personalidad?
- ¿Hay algún competidor con una personalidad Similar a la nuestra? ¿Por qué se parece? Esta se refiere a la competencia de la marca.
- ¿Cómo quiere que la marca sea percibida?

Puig, C. (2016), concluye que es importante medir la percepción del consumidor y su comportamiento, por medio de la voz de marca.



Carlos Puig Falcó 

Presidente de Branward, consultora de marca.



PERSONALIDAD DE MARCA

AGREGA PERSONALIDAD Y AGITA

Loredo, N. (2004), explican que es importante establecer la personalidad de una marca como si tuviera la capacidad de relacionarse con otra persona, por ello se deben definir rasgos, valores, principios y otras características que le identifiquen con la empresa en base a lo que desea expresar.

Zorraquino. (2012), define en su diccionario de “Branding” a la Personalidad de Marca como la naturaleza emocional que puede llegar a conferir un producto, servicio o compañía con rasgos humanos, se busca encontrar cualidades estratégicas que le otorguen vida a la identidad de marca, ella le denomina como un proceso de humanización por el cual se busca mejorar al trato con el consumidor diferenciándole de otras marcas con servicios parecidos. Ella comenta que la identidad de marca debe ser permanente sin embargo la personalidad tiene posibilidad de experimentar cambios o ajustes en base al momento. Pueden llegar a utilizar 3 elementos que son personajes famosos, animales u objetos animados como mascotas o personajes ficticios creados para la ocasión para que se perciba la personalidad que se desea alcanzar.

Bhargava, R. (2009), comenta en el capítulo “Agrega Personalidad y Agita” que es importante comprender los momentos de personalidad ya que este puede llegar a ser un detonante en la marca, ella lo define como el punto en el tiempo donde la marca tiene la probabilidad de construir su relación con el cliente, estos momentos son pequeños incidentes que llegan a suceder en la interacción del cliente y la marca, ya sea antes o después de ofrecer una compra o servicio; por ello es

importante identificar y usar de forma efectiva los momentos, por medio de ella se genera lealtad.

Molina explica en su artículo que los rasgos de personalidad pueden ser divididos en 4 en busca de una distribución que genere una personalidad:

- **Racionales:** estos expresan conceptos que se puedan medir o tangibles.
- **Emocionales:** este refleja estados de ánimo, sensaciones que pueden reflejar opiniones.
- **De relaciones interna:** se refiere al personal que este involucrado en la marca.
- **De relaciones externa:** esta explica que son más necesarias o más útiles ya que así generar una opinión o percepción positiva en los consumidores, usuarios o grupos de interés.

De esta forma se puede evidenciar que la personalidad de marca es un elemento fundamental a la hora de establecer una marca, para que esta sea percibida en base a los valores y principios, logrando una conexión y empatía con el usuario o el público.



IDENTIFICADORES

FUNCIONAMIENTO

Calderón, B. (2015), explica su libro Guía para diseñar una Marca para generar identificación institucional se debe dividir en 3 grupos importantes:

1. Identificadores Básicos que se basan en nombres, logotipos e imagotipos)

2. Sistemas de Identificación Visual que se refiere a la aplicación de nombres y símbolos en varios soportes gráficos, ya sea como papelería, material institucional, soportes gráficos, folletos, catálogos, etiquetas etc.

3. Programas Integrables de Identificación que se refiere a los espacios arquitectónicos, uniformes, indumentaria, atención al público y el producto.

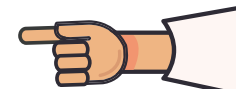
Los identificadores básicos se dividen en dos aspectos en la identificación que se refiere al proceso donde la empresa se ve responsable de las cualidades que le definen y la denominación la cual se basa en la codificación de la identidad, por medio de la asociación de un nombre que manifieste sobre que es la empresa, estos se refieren a los nombres, logotipos, símbolos como Apple, Ford, Colgate etc.

Los sistemas de Identificación Visual se basan en el conjunto de signos y modo de aplicación de la marca en varios soportes gráficos, como se mencionaba anteriormente material editorial, espacios, señalización, decoración etc.

En base a la forma y el color de la imagen se deben derivar los colores y formas que se utilizarán en la papelería para que exista legibilidad y unidad en la propuesta gráfica. Así mismo se debe desarrollar un Manual de Identidad Corporativa, donde se especifiquen las necesidades de comunicación además de los usos incorrectos y correctos explica Calderón, B. (2015).

Y por último los programas integrales de identificación el cual consiste en las estrategias que logran la “compatibilidad semántica y estilística entre distintos mensajes de la empresa” en este aspecto se desarrollan elementos como la comunicación visual, el servicio al cliente y todos los productos gráficos. Ella explica que se deben tener 4 elementos primordiales para realizar la identificación de marca adecuadamente:

- Compromiso con la Calidad
- Generación de Conciencia Social
- Promoción de lealtad hacia la marca
- Desarrollo de una identidad de marca clara y poderosa

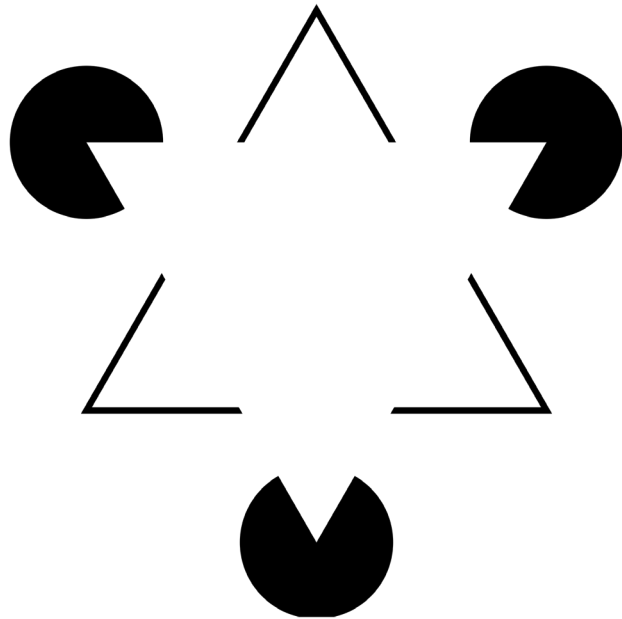


DISEÑO INTELIGENTE/

100 COSAS SOBRE LA GENTE QUE TODO DISEÑADOR
DEBE SABER

Weinschenk, S. (2011), explica en su primero consejo que la visión es el sentido más importante, en si el cerebro se dedica a interpretar lo que se ve y su percepción, al ver imágenes el cerebro automáticamente las interpreta.

Un ejemplo claro se basa en la ley de cierre, se muestra el triángulo de Kanizsa, realizado por el psicólogo italiano Gaetano Kanizsa en 1955, el cerebro captará 2 triángulos sin embargo son solamente medios-círculos y líneas.



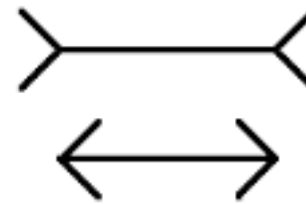
Triángulo de Kanizsa, 1955

El cerebro crea atajos, debido a la cantidad de información que recibe y estímulos sensorial cada segundo, por ello busca comprender todo lo que le rodea, ella explica esta teoría por medio de 2 mensajes que se dicen lo mismo pero al representarlos gráficamente de diferente forma se entiende lo contrario, así lo afirma Weinschenk, S. (2011).

1	2								
<table><tr><td>STOP</td><td>WAR</td></tr><tr><td>PEACE</td><td>NOW</td></tr></table>	STOP	WAR	PEACE	NOW	<table><tr><td>STOP</td><td>WAR</td></tr><tr><td>PEACE</td><td>NOW</td></tr></table>	STOP	WAR	PEACE	NOW
STOP	WAR								
PEACE	NOW								
STOP	WAR								
PEACE	NOW								

1 Stop War, Peace Now
2 Stop Peace, War Now

Otra ilusión óptica inventada en 1889 fue la de France Müller Lyer siendo la ilusión más antigua. Esta se basa en 2 líneas donde una parece ser más alargada que la otra pero en realidad cuentan con la misma longitud.



France Müller, 1889

Otro consejo fundamental es el conocer cómo lee la gente, la lectura es la forma más sencilla de comunicación. Kenneth Paap (1984) y Keith Rayner (1998) demostraron que lo que el ser humano realiza al leer es “reconocer y anticipar” letras, de esta forma logra reconocer las palabras. Al leer se utiliza la visión periférica ya que se utilizan saltos para avanzar al siguiente renglón de la lectura.

Así mismo menciona que la tipografía es un elemento influyente en la lectura, muchos al leer ejercicio o instrucciones en letra como Arial se perciben menos complicadas que al leerlas en una tipografía decorativa, por ello ella explica que se deben tomar en cuenta varios elementos a la hora de diseñar:

- Las fuentes ya sea serif o sans serif son iguales en términos de legibilidad, las dos pueden leerse por igual.
- Las fuentes decorativas puede interferir con los patrones y reconocimientos, lo cual hará que sea más difícil de leer o comprender.
- Si la gente tiene problemas al leer una fuente, lo asociarán con dificultad de comprensión y percepción.

Otro elemento que explica es fundamental para el diseño es el tamaño de la fuente, ya que esta debe ser grande para que los usuarios puedan leerla sin ninguna complicación, ella ejemplifica las fuentes de Tahoma y Verdana que fueron diseñadas de forma que sea más sencilla leerlas en el monitor o pantalla.

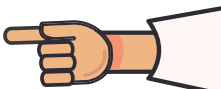
Disonancia Cognitiva

Este concepto lo define Leon, F. (1956), como la “incómoda sensación que se experimenta cuando 2 ideas propias entran en conflicto” la persona tendrá 2 formas que el sujeto tomará que son o cambiar sus ideales o negar una de las ideas.

Weinschenk, S. (2011), comenta en su publicación que “cuanto más insegura es la gente, más defiende sus ideales” por ello es importante conocer al público objetivo ya que al crear esta disonancia es probable que se pierda la comunicación.

En su consejo número 90 explica que la mayoría de las personas toma las decisiones de forma inconsciente, presenta un ejemplo a la hora de comprar un televisor la persona piensa que lo está realizando de forma consciente de forma que para realizar la compra considero aspectos como el tamaño, el precio, la marca, el peso entre otros pero de forma inconsciente analiza factores como dejarse guiar por los comentarios, los gustos o aficiones, al comprarlo puede ser útil para devolver algunos favores, miedo a la pérdida en dado caso se encuentre en rebaja ya que será forzado a comprarlo y sus motivaciones.

Pero ella comenta que si las decisiones son inconscientes esto no significa que sea malo, ya que el cerebro debe procesar cantidades grandes de información, por ello el inconsciente busca tomar decisiones por medio de la personalidad y principios de la persona, muchas veces se le define como el instinto.



CAMPAÑA PROMOCIONAL/

¿QUÉ ES UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL Y CÓMO FUNCIONA?

Salén, H. (1999), describe la promoción como el acercamiento al producto o servicio al consumidor por medio de técnicas de comunicación, las cuales sean el impulso para adquirir la compra o el servicio. La Real Academia Española define a la promoción como la "acción de promover, iniciar o impulsar una cosa procurando su logro" y la Asociación Americana de Marketing (AMA) explica que la promoción de ventas se basa en las funciones básicas del marketing, donde esta es "el conjunto de actividades de marketing, distintas de la venta personal y de la publicidad, las cuales estimulan las compras de los clientes y la eficacia de los vendedores, como las exhibiciones, demostraciones u otros esfuerzo de venta o servicio poco comunes" así mismo el Instituto Internacional de Promoción de Ventas le define como "el conjunto de técnicas integradas en el plan de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, para determinados grupos objetivos", sin embargo la palabra promover viene del latín "promover" lo cual significa "mover hacia adelante", estas deben funcionar en un tiempo determinado no por mucho tiempo ya que pierde el efecto de capturar, duran aproximadamente de 1 a 2 meses máximo.

5 NOTAS CLAVES DE LA PROMOCIÓN

Es importante que se tomen cinco elementos importantes a la hora de promocionar un servicio o producto se presentan a continuación:

La primera se basa en la agilidad y rapidez la campaña promocional no debe ser larga, durante el proceso se comenta que la inversión de promoción no debe ser fuerte, ya que parte de esos presupuestos se destinan a la publicidad. La eficacia en el desarrollo de las ventas, la rentabilidad, la imagen que es un aspecto fundamental vender o adquirir un servicio por medio de ella se transmite la esencia del producto y la credibilidad

La promoción no necesariamente debe tener como objetivo aumentar las ventas menciona Salén, H. (1999), si no este puede tener como objetivo un cambio de comportamiento o ayudar a la enseñanza, el coloca el ejemplo de la empres The Giant Texaco en 1992 donde para prevenir la seguridad en las rutas se lanzó la campaña "Los chicos deben ser cuidados y no dañados", utilizando calco manías para automóviles explica.



COLORES LITÚRGICOS/ FRAGMENTOS DEL LIBRO DISEÑAR PARA LOS OJOS

Costa, J. (2007), explica en su publicación que en la doctrina católica los colores poseen ciertos significados simbólicos ya sea por una fecha festiva o su contexto denominados “los cinco colores litúrgicos”:

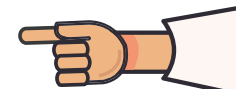
-  - El color rojo simboliza el “amor divino” y la “sangre”. Este se utiliza en fiestas del Espíritu Santo, iluminando la llama del amor divino y en las fiestas de los Mártires en la pasión y Pentecostés.
-  - El blanco representa la pureza y la luz, además de expresar la alegría y la inocencia, el triunfo, la gloria y la inmortalidad. Este es utilizado comenta Costa en fiestas de la Virgen, Santos ángeles, por confesores y ceremonias de boda o nupcias.
-  - El color verde representa la esperanza, los bienes por venir y el deseo de vida eterno, el comenta que este color es propio del año “eclesiástico” y de numerosas fiestas, incluidos en ciertos domingos antes de Pentecostés.
-  - El violeta es un color representado como la penitencia, se utiliza en la Cuaresmas y semana de Adviento, además de vigiliyas y plegarias.
-  - El negro es un color que representa el luto, este se utiliza en misas de difuntos y el Viernes Santo debido al día del fallecimiento de Jesús.

-  Además de estos 5 colores litúrgicos también se utiliza el
-  Amarillo en San José y el Azul en representación del color del cielo en las fiestas de los ángeles.

Además Costa explica que estos significados simbólicos son exclusivos de la doctrina católica ya que si se ven estos colores en la iglesia anglicana tienen significadores totalmente diferentes.

- El rojo representa la caridad y los mártires.
- El Verde representa el bautismo
- El Azul la esperanza, sinceridad, piedad, paz, conciencia y amor a la belleza
- El Amarillo son los confesores
- El Púrpura es la dignidad de la justicia
- El Oro representa la gloria y la potencia
- Y el color gris representa las tribulaciones.

De esta forma se puede determinar que el color tiene una variación de simbolismo dependiendo su corriente o representación.



LA ILUSTRACIÓN: TIPOS DE ILUSTRACIÓN

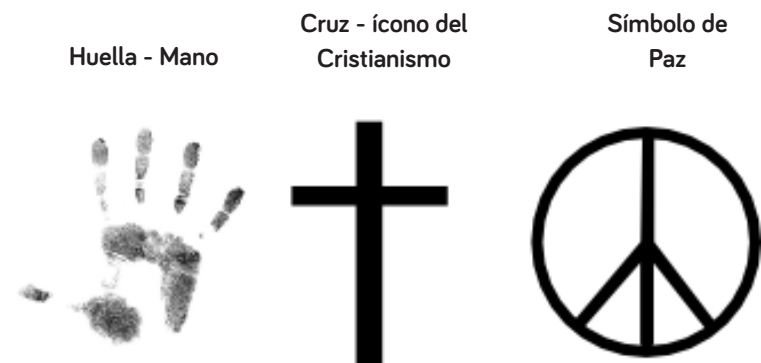
Fernández-Coca A. (2012), explica que el ilustrador es parte del proceso de comunicación por medio de ellas puede transmitir ideas o conceptos de un producto o servicio. La comunicación es parte fundamental de la utilización de la ilustración por medio esta brinda mensajes, se puede dialogar, compartir un resultado u opiniones, las ilustraciones cuentan por medio de dibujos, muchas veces las historias necesitan comunicar a un tercer, ese es el momento donde se accede al trabajo de un ilustrador.

Es importante a la hora de dibujar personajes humanos la correcta proporción de la figura y el rostro, para el rostro se deben tomar en cuenta los ojos, la nariz y la boca, se debe tomar en cuenta la simetría y la percepción de lo que se desea dibujar.

Parte de las herramientas visuales para la comunicación por medio de la ilustración es la persuasión por medio de ella se despierta la curiosidad del espectador para buscar su atención hacia algo en específico, además esta puede ser utilizada en publicidad y campañas, estas tienen la finalidad de dejar el producto o servicio en la memoria del consumidor por ello se busca que la imagen del producto sea reconocible, así creando una posición de marca y creando personalidad por el uso de ilustraciones diferentes donde el usuario valore lo que ve.

SIGNO E ÍCONO

Acaso, M. (2006), en su libro sobre el "Lenguaje Visual" explica varios términos que deben ser considerados a la hora de la creación de símbolos de los cuales existen varias definiciones entre ellos se encuentra el signo el cual hace referencia a la representación de un elemento, luego se encuentra el signo visual el cual se basa en la representación por medio del lenguaje visual dentro de este tipo se encuentran las huellas, íconos y símbolos, la huella se forma por medio de un signo a través de restos físicos del elemento que se desea representar, puede ser un indicio, el ícono es un signo con significado el cual se encuentra conectado con el significante y por último el símbolo pierde las características primordiales y completas del significado original. A continuación se muestra un ejemplo:



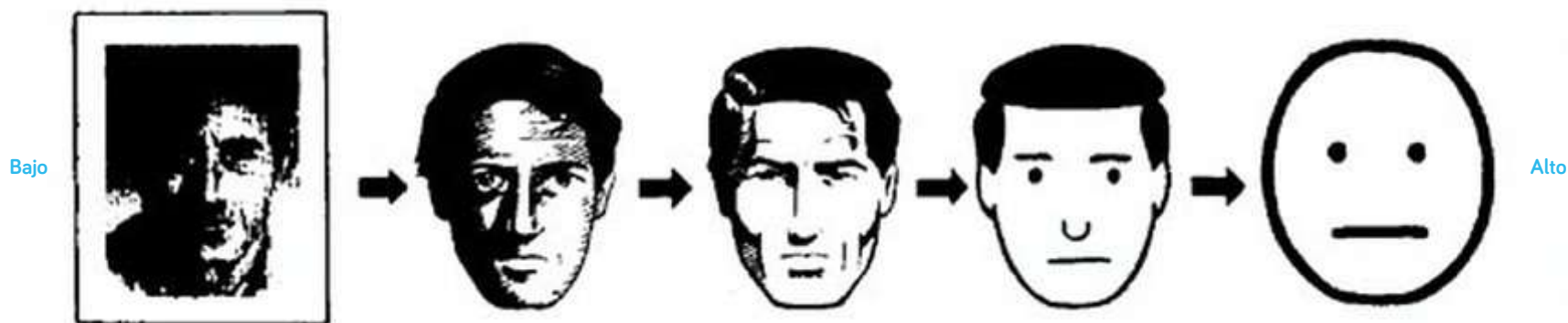
Fuente: http://www.saregune.net/ikasi/hezigune/disenno/iconos/iconos_01.png



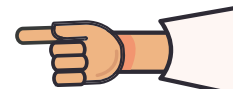
NIVELES DE ÍCONICIDAD

Fernández-Coca A. (2012), menciona que “una imagen no es la realidad sino la representación de la misma” esto quiere decir que el ilustrador busca darle un significado a la imagen, en ella se mezcla el interés del cliente, a la persona que se dirige y el estilo propio del ilustrador para que sea una creación propia.

Los niveles de íconicidad, estos se pueden clasificar por la representación fiel casi fotográfica, la media cuando aún se puede interpretar y bajo cuando esta es más esquemática. A continuación se muestra un ejemplo de dichos niveles.



Fuente: <http://narceaeduplastica.weebly.com/uploads/8/9/2/8/8928253/5587339.jpg?866>



PÍCTOGRAMA

FotoNostra. (2006), explica que el pictograma se basa en un signo el cual es una representación esquemática de un objeto existente. En si el diseño de un pictograma elimina todo los detalles poco necesarios o superfluos para obtener una representación, un ejemplo de ello son los jeroglíficos.

Estos se forman de una síntesis de detalles, de tal forma que logran transmitir su significado de una forma mucho más rápida por su concepto.

Definición.de. (2013), en red, define a los pictogramas como signos los cuales por medio de una o varias figuras desarrollan una representación.



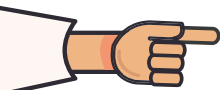
Fuente: <http://definicion.de/wp-content/uploads/2013/03/pictograma.jpg>

LÍNEA

Red Gráfica Latinoamérica. (2009), comenta que la línea se basa en conectar dos puntos en un espacio determinado, así mismo se le puede definir como la unión o la aproximación de varios puntos. Estas definen dinamismo y dirección.

Aráoz, L. (2011), en su sitio Designals que la línea puede llegar a poseer un simbolismo como lo utiliza el color. A continuación se mencionan lo que puede llegar a significar una línea:

- La línea fina puede expresar algo simple, delicado y ligero.
- Las líneas gruesas representan fuerza y energía.
- Las líneas pesadas o más densas generan violencia debido a su grosor y fuerza.
- Las líneas largas puede representar vida.
- El uso de la línea corta puede llegar a ser firmeza.
- La línea horizontal representa el horizonte, la estabilidad y la tranquilidad.
- La línea vertical muestra el infinito, la velocidad y las dificultades.
- La línea curva puede sugerir el significado de suavidad, alegría y juventud.
- Las líneas en forma diagonal pues dar la sensación de movimiento o caída.



MONOLINE TIPOS DE ILUSTRACIÓN



Extraída: <http://bit.ly/2l2a13e>



Extraída: <http://bit.ly/2lpLhOl>

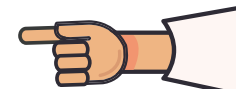


Extraída: <http://bit.ly/2lXWfD>

La ilustración monoline se basa en la utilización de líneas simples en base a la realización de abstracción del elemento, la técnica es desarrollada de forma digital debido a la exactitud de las líneas.

Este tipo de ilustración actualmente se encuentra en tendencia, es un estilo sobrio sin elementos recargados, la simplicidad es fundamental en su realización, esta se puede utilizar ya sea solamente con elementos lineales o líneas con planos vectoriales; en la segunda referencia se puede observar el uso de elementos lineales para crear contrastes y luces dentro de la ilustración.

Actualmente los jóvenes se ven atraídos por este tipo de ilustración en consecuencia de su simplificación con detalles lineales.



PRIMEROS AUXILIOS EN TIPOGRAFÍA

USO DE LA TIPOGRAFÍA

Willberg, H. (2003), explica que la tipografía puede dividirse en 2 ámbitos, uno de ellos es la macro-tipografía que se refiere a la elección del formato, el tipo de letra, los colores, el papel y por último la composición de las páginas. Luego se encuentra la micro tipografía que se basa en todo lo relacionado con el espaciado, los caracteres, las palabras, las líneas y la composición tipográfica.

La tipografía puede producir sensaciones, Willberg comenta que los caracteres de forma abstracta como redondos, tiernos, rudos, gigantes pueden producir experiencias en el usuario, el muestra un ejemplo en su libro en base a la tipografía que utilizan en los menús de los restaurantes por ejemplo los que son Gourmet utilizan tipografías caligráficas elegantes, un restaurante mexicano en su diferencia utilizará una tipografía más dinámica que ejemplifique la personalidad del restaurante y sus sabores.

Se debe diseñar textos legibles donde el usuario no se pierda dentro del contenido como el uso adecuado de espaciado, el cuidado de los ríos y lagos, etc.

Varias Fuentes Tipográficas Extraída: <http://bit.ly/2loznFr>

*Laissez votre
cœur vous guider.*

ESTÉE LAUDER / FOR HILARY DUFF

California

CALIFORNIA TOURISM

Mushroom & Garlic

KRAFT

Talking Rain

TALKING RAIN

Boutique^{the} Collection

BRAND EXPLORATION

Passion

STUDIO A

¿QUÉ ES UN BTL Y CUÁLES SON SUS TIPOS? ACTIVACIONES DE BTL

González, E. (2015), explica que las siglas de este significan “Below the Line” esto quiere decir Bajo la Línea; por ello estos tienen a estar abajo del presupuesto esperado, ya que son medios mucho más baratos de realizar; no se necesita de un gran presupuesto para su publicación pero por lo tanto necesitan llevar el mensaje más claro y sobre todo más creativo. Algunos de ellos pueden ser:

- Product Placement, Advergaming
- Punto de Venta (Displays)
- Marketing Directo
- Publicidad Online
- Relaciones Públicas y Patrocinio

Estos generalmente utilizan canales de comunicación directa con grupos objetivos específicos, con una alta dosis de creatividad y sobre todo sentido de oportunidad, son mas económicos que los medios ATL, tienen un feedback instantáneo, a la hora de medir la efectividad de la publicidad es más efectivo y se coloca en lugares específicos de interés.

Los dos son propuestas validas a la hora de decidir qué medios utilizar pero todo depende del tipo de cliente al que se esté realizando ya uno debe adaptarse al tipo de presupuesto que se tenga disponible y aparte hay que buscar el tipo de necesidad que se adecuo al grupo objetivo.



YEUX Columna Universitaria (2014) obtenida de: <http://bit.ly/2mBmkj6>

¿CÓMO LOGRAR UNA EXITOSA ACTIVACIÓN DE BTL? ACTIVACIONES DE BTL

Medina, A. (2014), el comenta que una de las campañas que realizo fueron horas arduas. la marca que fue utilizad fue Old Spice quienes deseaban presentar un nuevo producto que estaba enfocado a los jóvenes por lo que desarrollar un concepto que hiciera match con el producto que fue “Desata tu lado Salvaje”. Ellos lograron un una cantidad de 53 mil impactos publicitarios.

En la activación poderosa que logro esta agencia fue colocar un stand sofisticado para presentar el producto de la marca de Old Spice, por lo que decidieron crear una serie de elementos que le dieran identidad a la nueva fragancia que estaba presentando la marca. Luego de un gran proceso creativo por medio del comercial que se realizo se busco reactivar la marca



donde se encontraban elementos como una casa victoriana, un giro, una mujer y un auto, además de unos lobos para que el tono salvaje estuviera representado. Por lo mismo para lograr fomentar la interacción entre los usuarios y la marca, buscaron realizar una serie de playeras las cuales eran regaladas dentro del stand, pero para obtenerlas tenían que hacer una dinámica en este caso era tomarse una fotografía con alguno de sus elementos y luego subirlas a sus redes sociales creando así una campaña global que fuera más allá que el festival en si mismo comenta Medina, A. (2014).

Para realizar algo exitoso debe siempre tratar de ser algo diferente, un experto comenta que es importante buscar cosas que impacten al usuario que pasa cerca de ti, ya que así se le llevara a conocer lo que se esta presentando. Mina que es parte del equipo de diseño explica que ellos querían hacer un awareness muy alto, así que pensaron en elementos de identidad con que las personas quedaran impactadas por lo mismo así puede ser acaparar su atención y desarrollar la interacción con estos usuarios. Así mismo hace énfasis en abordar una serie de pasos para lograrlo, se mencionan a continuación:

La concepción

Son cuatro fases que se deben abordar para lograr una campaña exitosa de BTL, la cual debe generar un contacto verdadero con la marca y el usuario.

1. Objetivo

Todo lo que se realice debe tener un objetivo claro, para dar un énfasis claro al objetivo que se quiere plantear. Para así tocar los temas que se quieren plantear durante el proceso, así generando un contacto con el usuario. Mina comenta que ellos



Blog Todo Marketing (2015) obtenida de: <http://bit.ly/2ml2WLM>



querían un número determinado de impactos directos pero estos también debían superarse.

2. La Idea

Este en sí es concebir la idea para la activación del BTL, lo cual busca generar un impacto fuerte en el usuario que lo este viendo, por ello se deben tomar en cuenta todas las cualidades que la marca o el producto tenga. Por ejemplo lo que llamaba la atención del Old Spice era el Ferrari que tenían, ya que era el gancho de la marca con el lado mensaje, lo importante es enamorarse de la idea.

3. Complemento

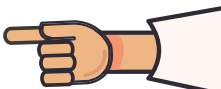
La tecnología en estos tiempos junto con las redes sociales son una gran estrategia de mercadeo, ya que es una nueva oportunidad para que se realicen las campañas de BTL. Ya que se puede interactuar de una forma diferente con la gente desde la vía digital. Medina, A. (2014) expresa que el logro de la estrategia se cerrara con el uso de las redes sociales.

4. Cliente

Es importante tener siempre en cuenta la relación que se va a tener con el cliente ya que esto ayuda a fortalecer el trabajo que se realiza, además de explicar porque se dan los pasos ideales para llegar a la meta. Así mismo el autor comenta que durante toda la relación de la campaña mantuvieron una buena relación con el cliente, ya que así conquistaron a la marca y al G.O.



Blog Cruzando Líneas (2015) obtenida de: <http://bit.ly/2mtZpqG>



CLAVES PARA DISEÑAR MATERIAL IMPRESO

6 CLAVES PRINCIPALES

Olachea, O. (2013), explica cuales son los fundamentos para lograr entablar una relación sólida con el público consumidor. El primer paso es el enfoque, es primordial conocer muy bien el mensaje que se desea transmitir, nunca hay que gastar el tiempo en tratar de hacer el anuncio demasiado llamativo para todo el mundo si no que sea a un grupo en específico y que el mensaje sea muy completo. Es importante siempre contar con un brief del cliente ya que así se pueden solventar todas las preguntas que se tengan. Hay que encontrar dos o una idea que puedan ser memorables, ya sea desde el nombre de la marca o la imagen de un producto inclusive un eslogan. Dos ideas en si es mucho tiempo para el espectador ya que debe tener un impacto desde el principio. Hay que concentrarse solamente en las ideas claves.

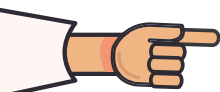
2. Considerar el tipo de presentación según la audiencia en este aspecto se debe pensar como el G.O ya que hay que analizar que se le hará más interesante para ellos. En este aspecto entra el espacio del diseño se colocara una imagen central se usaran viñetas se usan textos ya listos o textos con los que se identifique el grupo objetivo.

3. Hay que elegir o crear las imágenes correctas

Estas imágenes serán ese pitch que atrapara al G.O ya que las imágenes tienen la capacidad de dejar algo memorable si capta su atención. Inclusive pueden ser frases publicitarias que sean fáciles de memorizar un ejemplo es Nike con su eslogan Just Do It, las imágenes deben estar relacionadas con ese concepto clave del principio. Ese mensaje que se quiere representar debe estar visible en esa imagen.

4. Contar con un esquema de colores

La mayor parte de veces se piensan que los colores brillantes logran captar la atención del espectador pero un arco iris es algo exagerados. Luego de tener las imágenes que si representan el mensaje, hay que encontrar una combinación adecuada en base a sus colores. Olachea, O. (2013), explica un ejemplo si en la fotografía aparece alguien con un vestido rojo y negro utilizar colores en el texto que combinen con esos colores. O si se tiene un logotipo por medio de el buscar los colores adecuados también, para que la atención del usuario no se desvíe.



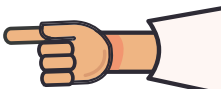
5. Oferta corta, texto simple

No es que sea una regla pero existe un límite de palabras que se pueden utilizar para poder transmitir un mensaje. Se debe mantener enfocado a las ideas que se establecieron en si la necesidad propia. Hay que hacerse una serie de preguntas como ¿Cuál es el nivel de educación que el usuario tiene? ¿Existen modismos con los que se pueda activar o desactivar el mensaje? Estas preguntas ayudan a conocer más al G.O. Siempre se debe pensar en un mensaje corto como que si fuera para una valla o un mupi. Deben ser palabras fáciles de recordar aunque se encuentren hasta la parte de abajo del anuncio.

6. Deja abierta la expectativa

Olachea(2013) comenta que no se trata de contar una historia o la historia de la empresa o todos los detalles que poseen si no que se cause un gran impacto en la persona para que se quiera buscar más allá de lo que tiene ese producto o servicio. Hay que asegurarse de darle al usuario también donde puede obtener esa información unos ejemplos son como las paginas web, la dirección, el número etc.

Behance Sport The Marks (2015) obtenida de: <http://bit.ly/2IL19gT>



CONSEJOS PARA HACER UN BROSHURE COMO HERRAMIENTA DE MERCADEO/ MATERIAL IMPRESO

Avaloz, D. (2013), comenta que con la ayuda del broshure es una forma de lograr compartir con los usuarios potenciales la información valiosa para lograr educarlos respecto al servicio o producto. Además que a la hora de ser leída por el cliente esta refuerza la propuesta y leerla sea una forma fácil para acercarse al establecimiento. Un bajo costo es la realización de un broshure que sea impreso, a continuación se presentaran algunos consejos para que se logre una estructura adecuada para la comunicación de los mensajes y estos tengan mayor impacto sin pasar desapercibido.

Fotografía+Mensaje

Esto es lo primero que se va a presentar dentro del broshure por lo mismo es muy importante, ya que hay que buscar una fotografía que represente al negocio y que esta foto represente e incentive al lector a leer más sobre lo que hace el servicio, organización o producto. Un ejemplo que comenta Avaloz, D. (2013), es que si es un servicio este debe tener un beneficio, no es bueno solamente colocar el título del servicio.

El mensaje del broshure o afiche

El objetivo siempre de un broshure sera facilitar los pasos para que la persona se sienta incentivada a conocer el servicio, que le guste, que confíe, pruebe compre, repita y logre referir este servicio. Por lo mismo este debe representarse de una forma atractiva explica el autor.

Sobre lo que hacemos

En este aspecto se debe colocar información de la organización, servicio o producto, ya que esa es la oportunidad de poder educar a la persona sobre lo que hace la institución.

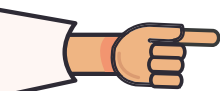
Puntos Fuertes del Negocio

Aquí se deben colocar por ejemplo si es número 1 explicar porque, explicar su trayectoria, en si colocar la finalidad del negocio para así asegurar la confianza del usuario en el negocio.

Avaloz, D. (2013), comenta que con la ayuda del broshure es una forma de lograr compartir con los usuarios potenciales la información valiosa para lograr educarlos respecto al servicio o producto. Además que a la hora de ser leída por el cliente esta refuerza la propuesta y leerla sea una forma fácil para acercarse al establecimiento. Un bajo costo es la realización de un broshure que sea impreso, a continuación se presentaran algunos consejos para que se logre una estructura adecuada para la comunicación de los mensajes y estos tengan mayor impacto sin pasar desapercibido.

Beneficios

Aquí se deben colocar todo lo que el servicio nos brinda, en si se enfoca del que si no se enfoca en el “para qué” comenta el autor, ya que esto es resultado que las personas tendrán al adquirir el servicio. Así representando la necesidad para el cliente, este punto en donde se logra que el usuario se conecte con el valor del servicio o negocio.



Adquirir servicio o producto

Aquí se coloca una fotografía que aporte para que este no sea solamente texto, se necesita agregar elementos ilustrativos, siempre es importante lograr tomar fotografías que realmente sean del negocio no una que sea genérica ya que no se logra la misma conexión con el usuario.

Agregar testimonios y contacto

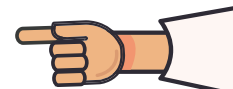
En esta sección se deben colocar algunos comentario de clientes para que el lector pueda sentirse identificado, y darle un buen reconocimiento al establecimiento. El contacto debe ser pequeño al final y tener los datos más importantes.



Obtenida de: <http://bit.ly/2lpvOxW>

NUEVAS TENDENCIAS PUBLICITARIAS EN LA ERA DIGITAL DIRIGIDAS A LOS JÓVENES/ MATERIAL DIGITAL

La Revista Mediterránea de Comunicación. (2016), comenta que en la actualidad el desarrollo de las estrategias de publicidad para los jóvenes se ha vuelto más tecnológica, ellos lo describen como una nueva forma de contar historias, las cuales se pueden definir como prácticas de entretenimiento donde lo que se presentan son escenarios similares a los de un juego donde se pueda interactuar y tener las gratificaciones semejantes, sentir la competencia y la colaboración entre otros aspectos.



DEL ADVERTAINMENT AL ADVERGAMING/ MATERIAL DIGITAL

Así mismo la Revista Mediterránea de Comunicación. (2016), define el termino del advertainment como una practica de resultados entre la publicidad y el entretenimiento (Martínez, 2003). aquí las marcas buscan que se promuevan productos del interés del consumidor, por medio de experiencias que sean interactivas y gratificantes. Ahora el Advergaming este va mas allá del anterior, este busca que la publicidad de apropie de las formas y las dinámicas en base a las videojuegos, tratando de dar un nivel de penetración más grande a ese sector. Se ponen al servicio de la marca siendo así una forma de convertir a los clientes en los aliados de la marca. Siendo así una forma de estrechar los lazos con ellos y los productos. El fin de este proceso es agregar el toque emocionar y que se les permita jugar para activar todas sus habilidades pero especialmente las cognitivas que sean orientadas a realizar diferentes tareas logrando que se aproveche la posibilidad de la persuasión, siendo así una forma de fidelización con la marca.



Anagrama obtenido de: <http://bit.ly/2mBgsGP>

ETIQUETAS O UTILIZACIÓN DE HASHTAGS / CONTENIDO DIGITAL

Nieto, T. (2014), comenta en su libro "Emprender en Internet" que el uso de los hashtags se basa en dejar opinar a los demás sobre un tema en específico por ello la utilización del identificador o etiqueta para conocer la tendencia acerca del tema y las opiniones. Nieto le define como la "etiqueta que se utiliza para marcar palabras clave o temas claves en un tweet y para hacer una búsqueda de conversaciones" explica un ejemplo donde si se desea conocer acerca del tema emprendimiento a la hora de realizar la búsqueda se debe escribir en el buscador #emprendimiento para conocer acerca del tema. Twitter fue la red social que dio auge a estas etiquetas con el tiempo otras redes sociales como Instagram y Facebook han implementado este tipo de estrategias.

El autor recalca que es importante el uso de los hashtags a la hora de conseguir seguidores ya que por medio de ellos las personas pueden encontrar a la marca, servicio o persona. Así mismo comenta que los hashtags establecen cierta categoría dentro de la temática en los tweets o publicaciones que realiza el usuario, sirven de complemento además que se puede llegar a generar tendencias por medio de ellos de esta forma se puede conocer que tanto se está hablando de cierto tema.

A la hora de anunciar eventos por medio de los hashtags con son herramienta fácil para anunciar y e informar de forma efectiva los futuros eventos, además del uso de publicar fotos con los hashtags para que se publiquen en base al tema relacionado, hace referencia Nieto, T. (2014).

Otro autor que se puede resaltar es Gómez, R. (2012), en su libro Etiquetas en la Web Social comenta que los hashtags denominados en inglés (hash como almohadilla y tag de etiqueta) hace referencia a una "cadena de caracteres formados por una almohadilla (#) seguida de una o varias palabras" define Gómez, por medio de estos hashtags se puede conocer que otras personas están hablando o han utilizado esa etiqueta (hashtag).

Por medio de los hashtags también es posible conocer el porcentaje de usuarios que participaron en el movimiento o tema a tratar, por ello el uso de hashtags ha trascendido ya que por medio de ellas se pueden conocer los "trending topics" que son los temas más hablados en el mundo; siendo así una herramienta de mercadeo y comunicación.



Obtenida de: <http://bit.ly/2gXnBjv>



GUÍA PARA UTILIZAR LOS GIFS EN ESTRATEGIA DE CONTENIDOS / MATERIAL DIGITAL

Núñez, V. (2016), comenta que las estrategias de marketing en la actualidad pueden llegar a manejarse con GIF'S Se ha logrado posicionar en el G.O de las redes sociales de una forma trascendental; además de lo bien que funcionan para conectar con la audiencia. Ella asegura la eficacia que este tienen el G.O como una estrategia de comunicación.

Hay una pregunta que se hace la autora: *¿Por qué postar por los GIFs con tu marca?*

Una de las características que ella presenta es que te ayudaran a conectar con tu público de una forma que sea más cerca y directa ya que los utilizan, para interactuar con el. Estos ayudan a responder un mensaje sin necesidad de utilizar palabras, además que utilizar los GIF's que ya existen o crear unos nuevos. Se puede crear con ellos una conversación divertida entre las marcas y las personas que la siguen. A los seguidores les gusta este formato, lo utilizan y lo consumen constantemente. Son fáciles de hacer y de compartir, además que ayudan a que se refuerce la llamada a la acción.

Algunas ideas de contenidos con GIF's

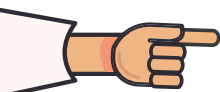
- Pueden funcionar como un e-mail de Marketing, ya que el formato es muy dinámico, se puede observar en cualquier navegador y en los móviles, además que los usuarios los aman. En ellos se pueden crear mini tutoriales, o explicar algún tipo de procedimiento puede funcionar para hacer recordar las promociones de una forma que se anime.

- Ayudan a que se destaque la llamada a la acción en correos, puede funcionar como un extracto de un vídeo de email Marketing comenta Núñez, V. (2016), ya que no es necesario compartir todo el vídeo completo si no encontrar una parte en la que se vea lo mejor.

- Ayuda como una promoción en Paginas web ya que son bajos en su peso y ayuda a ilustrar las funcionalidades o los proceso de sus servicios o productos.

- Pueden funcionar como una animación en pop-up, muchas veces se piensan que estos pueden llegar a ser invasivos pero es que se pueden utilizar para hacer pagos ofreciendo algún contenido extra u otras acciones comenta la autora.

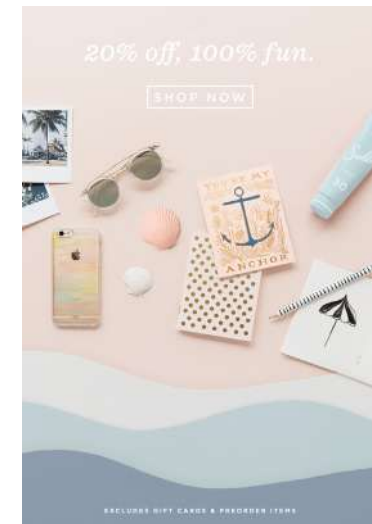
- Otras ideas para GIF's es para poder compartir la vista previa de un libro en linea, las cabeceras de campañas en paginas web, botones para llamadas, contador en campañas, promocionar algún producto en sus diferentes versiones.



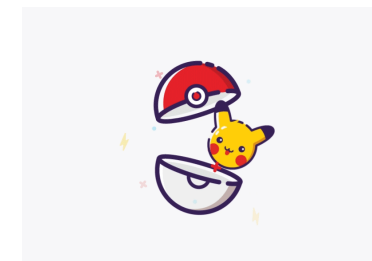
RECOMENDACIONES PARA REALIZAR GIF'S

Así mismo Núñez, V. (2016), recomienda varios aspectos a considerar a la hora de realizar los GIF's:

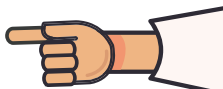
- Los GIF's deben durar entre 6 a 10 segundos si no pierden su propósito.
- Si es un tutorial debe ser más lento porque se puede llegar a marear o confundir al usuario.
- No se deben colocar marcas que no se desean ya que serán recordadas, es importante quitar el branding que no se desea mediante ya sea reduciendo el tiempo o eliminándolos, manualmente.
- Personalizar los GIF's agregando las llamadas a la acción y los textos personalizados.
- En Outlook 2007-2013 y en Windows Phone 7 es muy probable que los usuarios tengan problemas a la hora de visualizarlos.
- Si se llegan a utilizar GIF's como campañas de Email Marketing es importante agregar un texto o un enlace.
- No se deben realizar GIF's con diversas animaciones, los más interesantes solamente animan uno o dos elementos.
- Hay que realizar pruebas A/B para comprobar que los GIF's están funcionando.
- Nunca se deben subir a una página o una campaña un GIF muy pesado.



GIF (2015) Obtenida de: <http://bit.ly/2lpuU4o>



GIF Pikachu Obtenida de: <http://bit.ly/2m1bRkj>



¿POR QUÉ ENVIAR UN E-MAIL DE FELICITACIÓN DE CUMPLEAÑOS? - E-MAIL MARKETING

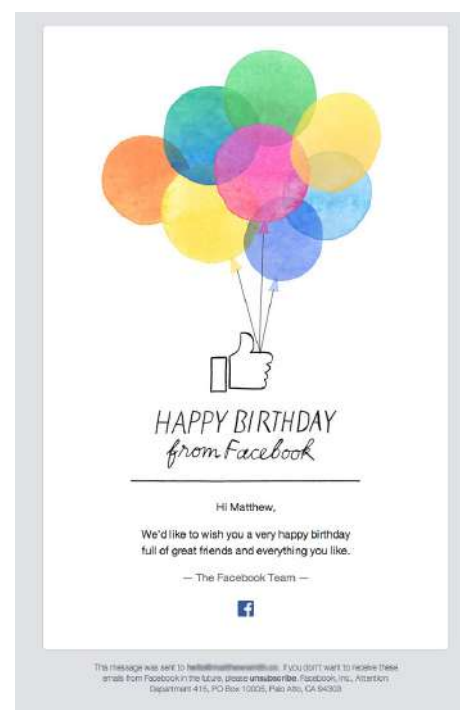
Ganassini, M. (2016), explica que este tipo de e-mail es uno de los más simples y eficaces, así mismo es importante que por medio de este tipo de medios los mensajes no son masivos y segmentados, si no se basa en crear un diálogo personal e importante con los destinatarios. Según los datos de Experiencia, los e-mail's de felicitación de cumpleaños generan una inversión excelente en base a las campañas de promoción estos pueden ofrecer índices de conversión, ingresos por mensaje e índices de clics únicos. Además el mantenimiento del proceso es a bajo costo.

Parte de los beneficios que poseen este tipo mensajes son los siguientes:

- Refuerzan el placer del cliente, logrando que este se sienta especial y consentido, ya que la marca se recuerda de una fecha importante para el cliente.
- Generan conversiones, debido al medio de inclusión puede generar compras o visitas.
- Estimula a los inactivos, debido a que es un contenido diferente del habitual enviado, es personalizado y poco rutinario, logrando que los usuarios se sientan complacidos de recibir un e-mail especialmente hechos por ellos.

Este tipo de mensajes no solo son funcionales para el comercio si n o para la reputación de la marca.

Dentro el contenido que debe ser incluido dentro del e-mail son las felicitaciones ya que es elemental, un simple mensaje para el usuario será contenido emocional que provocará en el alegría, es importante colocar un mensaje cálido y personal, ya que esto refuerza el mensaje, un tip que aconseja la autora es firmar las notas estilo a mano para lograr un efecto más artesanal así mismo incluir el nombre del equipo y no de la empresa ya que será un agregando al detalle, concluye Ganassini, M. (2016).



Extraída de:
<https://blog.mailup.es/wp-content/uploads/2017/03/Happy-Birthday-Customer-Email-from-Facebook.png>



[6]

COMPRENSIÓN DEL
GRUPO
OBJETIVO



GRUPO OBJETIVO

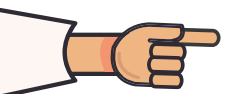
/ VER ANEXOS 2

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- Observación No Participante
- Cuestionario

DEFINICIÓN Y ANÁLISIS

- Grupo Objetivo (Estudiantes Landivarianos)
 - > Primario: Jornada Matutina
 - > Secundarios: Jornada Vespertina



OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE /

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

> GRUPO OBJETIVO PRIMARIO:

Estudiantes Landivarianos que residen en la ciudad capital o municipios aledaños como Mixco y San Cristóbal, o de Carretera El Salvador, de las edades de 19 a 23 años de edad de la Jornada Matutina.

Fecha: Lunes 20 de Febrero del 2016

Tiempo Analizado:

- 15 Minutos en el área de Restaurantes
- 15 Minutos en la parte de abajo del Edificio M
- 15 Minutos en la Capilla "Santa Sofía en la URL"

> OBJETIVO:

Analizar el comportamiento de los estudiantes landivarianos de la jornada matutina donde se tomen en cuenta aspectos como la forma de vestir, gestos, expresión corporal, uso de sus dispositivos entre otros.

Zonas de Estancia

Los estudiantes landivarianos de la jornada matutina poseen ciertas características distintivas, la mayor parte de los estudiantes entre las 10:00 y 10:45 se establecen en las zonas de restaurantes y cafetería en comparación de las 12:00 de la tarde que muchos se movilizan en el edificio "M" debido a la cercanía de las torres de estacionamiento.

Vestimenta

La mayoría de los estudiantes landivarianos visten con calzado deportivo de diversas marcas las más reconocidas se encontraban entre Nike y Adidas, utilizan jeans y camisetas de colores intensos y otras con patrones o diseños dinámicos como serigrafía evidenciando un estilo cómodo e informal o deportivo; asimismo caminan mientras observan su dispositivo móvil y otros solamente lo llevan en su mano. A la hora de estar en grupo los estudiantes en general utilizan el celular mientras conversan, lo cual demuestra parte de su dependencia hacia la tecnología y la necesidad de estar en constante comunicación, así mismo se muestra este comportamiento a la hora de estar solos, utilizan su celular como método de distracción o trabajan en sus ordenadores.

Observación Capilla

Parte de los 15 minutos que se observó en la capilla entraron 2 estudiantes de género femenino el tiempo aproximado de su visita fue de 3 a 5 minutos, lo cual permite determinar que el motivo puede ser por agradecimiento o pedir consuelo, siendo así un espacio de vínculo para fortalecer la comunicación de forma espiritual. Sin embargo según las encuestas de ENJU. (2011),¹ la religión es un aspecto fundamental en la defición de las identidades juveniles y fuente moral para definir a una persona a nivel individual.





Fotografías Tomadas el 12 de Febrero de 2016 "Edificio M"



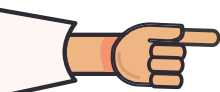
Fotografías Tomadas el 12 de Febrero de 2016 "Edificio M"

Actitudes y Proceso de Socializar

ENJU. (2011),¹ en su primera entrevista a la juventud guatemalteca explica que parte de los procesos de socializar y aprendizaje de los jóvenes se basa en el uso de tecnología, según las encuestas realizadas por ENJU,¹ el 68.9% de los jóvenes posee un dispositivo móvil y el 48% a utilizado el internet estadísticas basadas 2011, en contraste con la actualidad los estudiantes poseen más accesibilidad al uso del Internet y celulares por los precios y planes que brindan las compañías de teléfonos.

Los estudiantes más jóvenes suelen ser más expresivos, esto se determino debido a sus movimientos corporales, expresiones faciales y tono de voz.

¹ INFORMACIÓN EXTRAÍDA DE: ENJU (2011) Primera Encuesta Nacional de Juventud en Guatemala





Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016 "Edificio M"



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016 "Cafetería"



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016 "Edificio M"



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016 "Capilla Santa Sofía"



OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE /

GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

> GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO:

Estudiantes Landivarianos que residen en la ciudad capital o municipios aledaños como Mixco y San Cristóbal, o de Carretera El Salvador, de las edades de 21 a 25 años de edad de la Jornada Vespertina.

Fecha: Lunes 20 de Febrero del 2016

Tiempo Analizado:

- 15 Minutos en el área de Restaurantes
- 15 Minutos en la parte de abajo del Edificio M
- 15 Minutos en la Capilla “Santa Sofía en la URL”

> O B J E T I V O :

Analizar el comportamiento de los estudiantes landivarianos de la jornada vespertina donde se tomen en cuenta aspectos como la forma de vestir, gestos, expresión corporal, uso de sus dispositivos entre otros.

Zonas de Estancia

Los estudiantes landivarianos de la jornada vespertina, se encuentran en mayor cantidad entre las 19:00 a 19:45 hrs se mantienen en las zonas de restaurantes, cafetería o fuera de los salones de clases.

Vestimenta

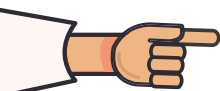
Su forma de vestir es diversa ya que parte de los estudiantes trabajan, por ello algunos se visten formales, sin embargo otros se visten con un estilo más casual, ya sea con jeans o leggings y camisas o blusas más casuales, utilizan calzado deportivo de diversas marcas las más reconocidas se encontraban entre Nike y Adidas o el uso de zapatillas, en comparación con la jornada matutina estos estudiantes no reflejan una gran dependencia hacia sus dispositivos móviles por lo contrario utilizan más sus ordenadores, debido a que existe una mayor carga de trabajo por ser años más avanzados, además del mayor consumo de cafeína por parte de los estudiantes, esto se determinó por la fila de estudiantes en Café Barista y Café Gitane.

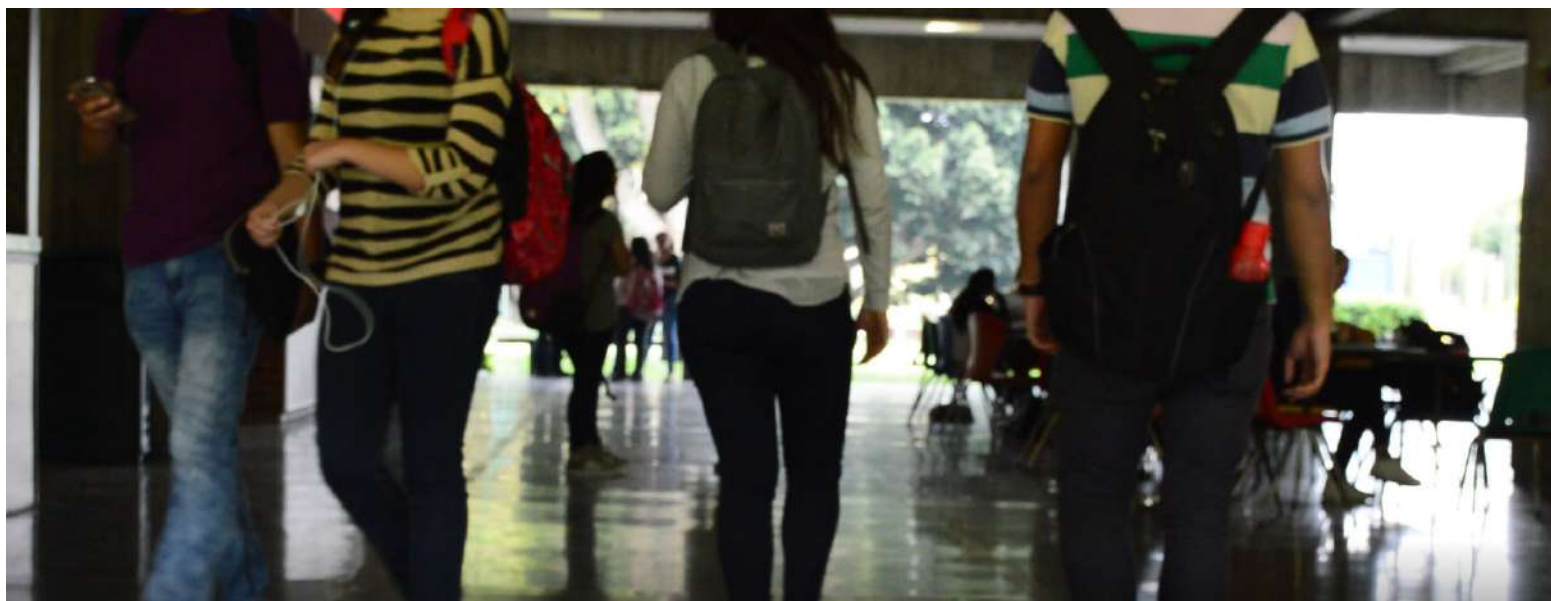
Observación Capilla

Por la noche la capilla no es visitada por ningún estudiante esta cierra a las 19:00 hrs, por lo cual es más visitada en el horario matutino. Los intereses de los estudiantes de la jornada vespertina van variando debido a que parte de su objetivo es graduarse por ello pierden el interés por actividades extra académicas que la Universidad puede llegar a brindarles.

Gestos

Los gestos y actitudes de los estudiantes de esta jornada no son tan expresivos son más reservados a la hora de expresarse, mantienen un tono de voz no tan elevado a la hora de hablar y tampoco se toman fotografías.





Fotografías Tomadas el 12 de Febrero de 2016 "Cafetería"



Fotografías Tomadas el 12 de Febrero de 2016 "Capilla Santa Sofia"



ENCUESTA PREGUNTAS ABIERTAS Y CERRADAS /

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO y SECUNDARIO

> GRUPO OBJETIVO PRIMARIO Y SECUNDARIO:

Estudiantes Landivarianos que residen en la ciudad capital o municipios aledaños como Mixco y San Cristóbal, o de Carretera El Salvador, de las edades de 19 a 25 años de edad de la Jornada Matutina y Vespertina

Fecha: Estos se pasaron el Lunes 20 y Martes 21 de Febrero de 2016

El instrumento fue distribuido a 32 estudiantes de la Jornada Matutina y 20 de la Jornada Vespertina por medio de un dispositivo móvil.

> OBJETIVO:

Recopilar información acerca de gustos, actividades recreativas, hobbies o intereses, preferencias gráficas, uso de redes sociales así mismo conocer su interés por la Pastoral Universitaria Landivariana.

Ver Anexo 4 y 5 (resultados)

Este cuestionario realizado para los estudiantes de la Jornada Matutina se dividió en 4 secciones los cuales colaboran para determinar los 3 perfiles del grupo objetivo

> Perfil Geográfico

Se realizaron preguntas que determinen la residencia y ubicación de los estudiantes, para solventar este requerimiento se realizó la pregunta sobre la zona en la que residen.

> Perfil Demográfico

Este perfil colabora con los datos estadísticos los cuales permiten conocer la estructura poblacional de la Universidad Rafael Landívar, por ello se integran características de carácter biológico, social, económico y cultural, por ello se realizaron preguntas acerca de la edad, sexo, ocupación; sin embargo el nivel socio económico se determinó por medio la pregunta sobre el transporte con el que vienen a la Universidad, ya que los estudiantes de primer y segundo año no suelen trabajar bajo un salario.

> Perfil Psicológico

Por medio de este perfil se puede recopilar información acerca de los intereses, estilos de vida, motivos para adquirir un servicio o producto, conductas, gustos entre otros por ello se realizaron preguntas relacionados con estos estatutos.

> Preferencias Gráficas

Por medio de este se determinan gustos gráficos de elementos del diseño como colores, tipografías, percepción de imágenes o ilustraciones.



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016
"Edificio M" cerca de la Torre de Estacionamientos



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016
"Área de Restaurantes" cerca de Café Barista.



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016
"Cafeteria"





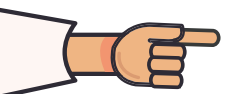
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO /

PERFILES GRÁFICOS

- Geográfico
- Demográfico
- Psicográfico

DEFINICIÓN Y ANÁLISIS

- Grupo Objetivo (Estudiantes Landivarianos)
 - > Primario: Jornada Matutina
 - > Secundarios: Jornada Vespertina



La estructuración para definir el grupo objetivo del proyecto de la Pastoral Universitaria Landivariana (PUL) se dividió en 2 segmentos; A. Estudiantes de la Jornada Matutina y B. Estudiantes de la Jornada Vespertina. Se decidió segmentar a los grupos de esta forma para aportar un análisis y comprensión más objetiva, por consecuente se logró determinar comportamientos y rasgos característicos distintivos de cada uno.

Por ello para analizar al grupo objetivo de forma óptima se decidió utilizar 2 herramientas o instrumentos de estudio mencionados anteriormente.

> **Observación NO Participante** (Ver Anexo 2)

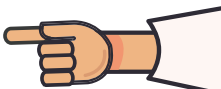
Se utilizó una guía de observación con diversos parámetros, el objetivo de esta es analizar el comportamiento de los estudiantes durante el período de receso, específicamente en los edificios más transcurridos como el M y el J. Esta guía de observación se realizó en las dos jornadas, la **matutina y la vespertina**, por medio de esta se determinó el comportamiento distintivo entre los estudiantes recién ingresados y otros en años más avanzados que están por egresar.

> **Encuesta de Preguntas Abiertas y Cerradas**

(Ver Anexo 4 y 5)

Este instrumento al igual que la guía de observación se realizó por las dos Jornadas tanto matutina como vespertina. El objetivo de la encuesta es reconocer sus gustos, preferencias gráficas y de compra, uso de redes sociales y cómo se encuentra su relación con Dios/Jesús.

Para la jornada matutina se le realizó a 32 estudiantes con preguntas cerradas y a 20 estudiantes con preguntas abiertas; para la jornada vespertina fueron un total de 20 encuestas realizadas.



DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO / PRIMARIO

> PERFIL GEÓGRAFICO:

Estudiantes de la Universidad Rafael Landívar ubicada la Ciudad de Guatemala en Vista Hermosa III, Zona 16, Campus Central. El grupo objetivo vive el 33% en Carretera El Salvador, el 17% en San Cristóbal y el otro 50% en zona aledañas a la Universidad Rafael Landívar entre ellas el municipio de Mixco.

> PERFIL DEMOGRÁFICO:

Hombres y Mujeres guatemaltecas/os estudiantes de la Universidad Rafael Landívar de 17 a 23 años de edad, pueden ser tanto alumnos Becados Loyola como alumnos que no cuentan con una beca, en su mayoría son estudiantes de primer y segundo año que estudian en la Jornada Matutina de 7 AM a 12:10 PM.

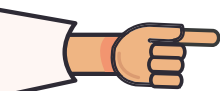
El nivel socio-económico es diverso ya que por parte de la Universidad se cuenta con varios planes o financiamientos para estudiar entre ellos becas, convenios entre otros; en su mayoría son C1 de clase media alta y baja, otros son de clase alta sin embargo hay estudiantes con becas completas donde se reconoce su desarrollo académico y nivel de economía. Parte de la recopilación de datos para determinar este estrato fue su medio de transporte, el 45% de los alumnos viaja en bus particular de la Universidad, el 40% tiene automóvil propio y el otro 15% lo vienen a dejar o caminando. Todos

cuentan con un dispositivo móvil o un Smartphone además de computadoras. La mayor parte de los estudiantes viven en Carretera El Salvador, San Cristóbal, Zona 11, 5, 2 y las zonas cercanas a la ubicación de la Universidad. Vienen de familias de 3 a 5 integrantes.

Los estudiantes pertenecen a varias Facultades dentro del centro universitario, varios no trabajan debido al horario que se maneja que es por la mañana por ello en su mayoría los padres son los que pagan la cuota mensual de estudio universitario.

> PERFIL PSICOGRÁFICO:

Parte de sus hobbies o actividades favoritas es cocinar, a ver películas y al resto les gusta realizar actividades como jugar videojuegos, salir, escuchar música, dibujar, leer entre otros. El 60% de los estudiantes no se consideran personas extrovertidas y el resto si se considera extrovertido, sin embargo al 60% de estudiantes si les gustaría participar en actividades o dinámicas. Estas personas revisan constantemente sus redes sociales en base a la observación no participativa que se realizó en la Universidad Rafael Landívar; el 90% de los estudiantes usa sus redes sociales constantemente en un promedio de más de 4 horas o todo el día.



Según ENJU (2011) ¹ los jóvenes utilizan las redes sociales para socializar, entre las más utilizadas se encuentran Facebook y Messenger sin embargo actualmente utilizan redes como Whatsapp, Snapchat e Instagram; debido al auge de la tecnología los estudiantes se informan de lo que sucede en el mundo por medio de las redes sociales en comparación con el año 2011 donde ENJU explica que el 75.6% utilizaba la televisión para informarse sobre las noticias.

Para conocer su actividad espiritual se recopiló información donde el 24% de los estudiantes lo primero que hace al levantarse es darle gracias a Dios, el otro 75% se levanta a bañar, revisa su dispositivo móvil o redes sociales entre otros. El 70% de ellos habla con Dios constantemente y consideran que su amistad con Dios se encuentra en un nivel bueno, medio bueno o excelente se consideran personas felices, solidarias, divertidas y extrovertidas. No conocen las actividades que realiza Pastoral, en base a las encuestas realizadas se determinó que 26% de ellos se entera de las actividades de la Universidad por medio del portal; así mismo el estudio de mercado realizado para la Pastoral por estudiantes de mercadotecnia explican que el 52.38% de los estudiantes se informa por redes sociales el 16.67% por los afiches y el 14.63% por correo electrónico, o comentarios de sus amigos, según encuestas realizadas por mí autoría.

Estas personas consideran que no tienen muchos amigos en su caso “amigos verdaderos” la mayoría tiene un aproximado de 5 amigos que consideran verdaderos; por ello se puede determinar que conocen el valor de la amistad y su significado.

El 70% de los estudiantes no conoce la misión de la Pastoral Universitaria Landivariana dentro de la Universidad Rafael



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016 “Edificio M”



Fotografías Obtenida por URL, Landívar (Facebook) Semana INTEGRA



Landívar, los estudiantes de Mercadeo de la URL realizaron un estudio a la Pastoral donde estos determinaron que el 62.79% de los estudiantes son Católicos, el 28.91% son Evangélicos, 4.8% son ateos y el resto son de otras doctrinas religiosas

Los estudiantes consideran a Jesús como un amigo, héroe o salvador, el papel de la religión según ENJU (2011) ¹ es fundamental ya que esta es la otra entidad en la que más confían luego de su familia; dentro de la encuesta se encontraban personas que el 5% de ellas era atea o agnóstica estas personas sin embargo consideran al Papa Francisco como un líder con carisma, de mente abierta y lleno de bondad; por parte de las encuestas realizadas se determinó que los estudiantes mantienen una relación entre buena y medio buena con Jesús debido a las actitudes, una de las mayores circunstancias para determinar este nivel es que no leen la Biblia y no asisten a la iglesia regularmente. Diversos estudiantes landivarianos católicos no asisten a la mayoría de celebraciones litúrgicas en Guatemala, parte de las celebraciones que más participan es la Natividad de Jesús (Navidad) con un 87% y el Miércoles de Ceniza con un 66.5% lo cual evidencia que no se encuentran en constante relación con Dios, no asisten los domingos a la iglesia y son participativos solo en las fechas más populares.

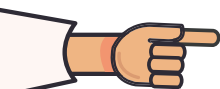
Por parte de sus gustos gráficos el 59.4% prefirió una ilustración a una imagen, además del uso de carteles con lettering dinámicos, a la hora de asociar una paleta de colores con la Juventud el 60% considero que los colores intensos le representan sin embargo el 28% considera que los colores suaves también pueden ser también característicos.



Fotografías Tomadas el 10 de Febrero de 2016 "Capilla Santa Sofía"

INFORMACIÓN EXTRAÍDA DE: ENJU (2011) Primera Encuesta
¹ Nacional de Juventud en Guatemala

Estudio de Mercado de la Carrera de Mercadotecnia





Perfil Psicográfico



Redes Sociales

90% utiliza sus redes sociales durante todo el día



*facebook es la más utilizada

Noticias

ENJU (2011) comenta que el 70% se enteraba de los acontecimientos por TV actualmente utilizan las Redes Sociales para ello



Gustos y Hobbies

> Les gusta la pizza, salir a restaurantes.

> Les gusta Cocinar

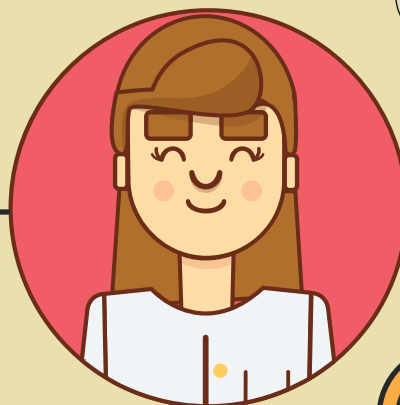


> En sus tiempos libres miran videos o películas, además de pintar, escribir y leer.



Gustos Gráficos

60% Prefiere la Ilustración
Paleta de Color = Juventud



Perfil Geográfico



Ubicación:

Estudiantes URL,
Campus Central
Zona 16

Residen:

Mixco
San Cristóbal
Zonas Aledañas
Carretera el Salvador



Perfil Demográfico

- > Hombres y Mujeres
- > Edad: 17 a 23 años
- > Algunos son Becados Loyola
- > NSE: Es variado ya que la Universidad brinda becas y planes de financiamiento, sin embargo se podría determinar en los siguientes:

- A (Clase Alta)
- B (Clase Media)
- C (Clase Media Baja)



Aspectos Religiosos

Relación con Jesús

La mayoría califica su amistad con Jesús en Buena, Medio Buena y Mala.

Religiones

Católicos > 62.79%

Evangelicos > 28.91%

Ateos y Agnosticos y otras Religiones > 8.3%



Celebraciones Liturgicas

La Navidad (87%)

Miércoles de Ceniza (66%)

* No asisten regularmente a la Iglesia

* En Semana Santa salen de viaje



10% Escucha Música Cristiana

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO / SECUNDARIO

> 6.1 PERFIL GEÓGRÁFICO:

Estudiantes de la Jornada Vespertina de la Universidad Rafael Landívar ubicada la Ciudad de Guatemala en Vista Hermosa III, Zona 16, Campus Central. Residen en la ciudad capital o municipios aledaños como Mixco y San Cristóbal, o de Carretera El Salvador.

> 6.2 PERFIL DEMOGRÁFICO:

Hombres y Mujeres guatemaltecas/os estudiantes de la Universidad Rafael Landívar de 21 a 23 años de edad, en su mayoría son estudiantes de tercer, cuarto y quinto año que estudian en la Jornada Vespertina de 15:50 PM a 21:00 hrs.

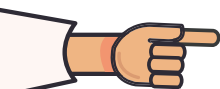
El nivel socio-económico es diverso ya que por parte de la Universidad se cuenta con varios planes o financiamientos para estudiar entre ellos becas, convenios entre otros; en su mayoría son C1 de clase media alta y baja, otros son de clase alta sin embargo hay estudiantes con becas completas donde se reconoce su desarrollo académico y nivel de economía; por parte de esta jornada varios estudiantes ya cuentan con un empleo fijo ya que la jornada les permite trabajar, por ello su nivel de dependencia a su padres es menor a comparación de la jornada matutina, sus profesiones son variadas muchos poseen empleos en relación con sus estudios académicos.

> 6.3 PERFIL PSICOGRÁFICO:

Por parte de la guía de observación realizada en las instalaciones de la Universidad Rafael Landívar (ver anexo 3) se determinó que los estudiantes debido a la jornada visten de forma más casual, formal o informal ya que poseen empleos y luego del trabajo asisten al centro universitario, sin embargo hay estudiantes que viste de zapatos deportivos o zapatillas, jeans y camisetas o sudaderas, los colores a utilizar varían pueden llegar a ser intensos y neutros, en comparación con los estudiantes de la jornada matutina los estudiantes del horario vespertino no tienen un contacto frecuente con sus dispositivos móviles ya que muchos se encuentran en sus ordenadores.

No suelen tomarse fotografías como los estudiantes del horario matutino, los grupos son más reservados al igual que su expresión corporal o tono de voz.

Respecto a su relación con Dios/Jesús los estudiantes de la jornada vespertina en su mayoría son católicos, el 42% de los estudiantes considera su relación con Jesús buena sin embargo el 36.8% la considera en una categoría regular las razones por las que lo consideran así es porque no asisten regularmente a la iglesia y no tienen una comunicación fluida con él, al igual que los estudiantes de la jornada matutina la celebración más seleccionada fue Navidad y el asistir a las procesiones



para Semana Santa el 25% de los estudiantes landivarianos católicos compra turnos para cargar en las procesiones y el 58% asiste al Miércoles de Ceniza; así mismo han participado en actividades como donaciones y voluntariado sin embargo consideran ayuda social al comprar en el McDía Feliz, más del 78% no pertenece a un grupo religioso solamente el 21% pertenece a un grupo de jóvenes de la iglesia. A las actividades que más participarían sería en los Retiros Juveniles y Campamentos las cuales son actividades que brinda la Pastoral Universitaria Landivariana.

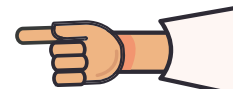
El uso de redes sociales también es evidenciado ya que siguen fanpages de noticias, marcas de ropa, deportes entre otros, la música que más escuchan es el género de Pop y Rock, solamente el 10.5% escucha música cristiana.

Por parte de su percepción gráfica el 57.9% prefiere la ilustración en los carteles que el manejo fotográfico y el 31% considera el uso de tipografía atractivo, los colores que asocian con la juventud son los colores intensos un 68% lo considera así sin embargo la paleta de colores fríos obtuvo el 15.8%.

En base a estos datos se puede determinar que los estudiantes de la jornada vespertina cambian sus prioridades ya que se enfocan más en los estudios académicos y su meta final es graduarse a comparación de los estudiantes de la Jornada Matutina que son nuevos en busca de nuevas experiencias y conocimientos por parte de la Universidad, son más participativos y extrovertidos por ello son más potenciales a conocer de la Pastoral Landivariana.

Parte de sus preferencias gráficas por parte de la Jornada Vespertina fue la elección del cartel realizado con ilustración, el 60% prefirió el uso de ilustraciones y el 30% seleccionó el uso de composiciones tipográficas, así mismo seleccionaron su preferencia por letterings con dos variantes tipográficas.

Para el uso de la paleta de color el 70% seleccionó los colores brillantes y vibrantes como el celeste, morado, amarillo y verde como colores que representan o asocian con la juventud.



Infografía G.O

-- Secundario



Jornada Vespertina

15:00 a 21:00 pm

Se considero a la Jornada Vespertina como parte del G.O secundario ya que debido a los años y la carga académica les es más difícil participar dentro de las actividades brindadas por la Universidad, sin embargo se consideran parte de la institución académica ya que forman parte de la misma. *

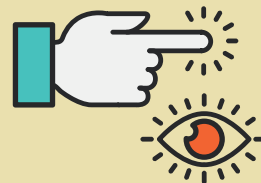


Redes Sociales

Utilizan sus redes sociales aproximadamente de 4 a 6 horas al día

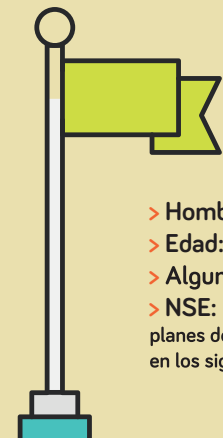


*facebook es la más utilizada



Gustos Gráficos

Prefieren la Ilustración
Paleta de Color = Juventud



Perfil Demográfico

- > Hombres y Mujeres
- > Edad: 20 a 26 años
- > Algunos son Becados Loyola
- > NSE: Es variado ya que la Universidad brinda becas y planes de financiamiento, sin embargo se podría determinar en los siguientes:
 - A (Clase Alta)
 - B (Clase Media)
 - C (Clase Media Baja)



Perfil Geográfico



Ubicación:

Estudiantes URL,
Campus Central
Zona 16



Residen:

Mixco
San Cristóbal
Zonas Aledañas
Carretera el Salvador



Gustos y Hobbies

Parte de sus gustos han cambiado ya que debido al nivel académico suelen enfocarse más en su carrera así mismo poseen poco tiempo para realizar actividades recreacionales.



Aspectos Religiosos

Religiones

Católicos > 50%
Evangelicos > 20%
Ateos y Agnosticos y otras Religiones > 30%



Celebraciones Liturgicas

La Navidad
Miércoles de Ceniza
* No asisten regularmente a la Iglesia



El 10% escucha música cristiana



[7]

C O N T E N I D O D E

MATERIAL GRÁFICO

CONTENIDO DE MATERIAL GRÁFICO /

POR PIEZA EN BASE A LOS OBJETIVOS

BTL PROMOCIONAL (MEDIO ALTERNO)

1. Estrategia de Medios

BROSHURE

1. ¿Qué es Pastoral?
2. Programa de Formación Espiritual Ignaciana
3. Programa de Compromiso desde la fe y justicia
4. Programa de Diálogo de la fe, ciencia y cultura
5. Programa de Vinculación con la Iglesia y la Compañía de Jesús
6. Contacto
7. Redes Sociales

STICKERS

1. Título del Personaje
 - Virgen María
 - San Ignacio
 - Jesús
 - Papa Francisco
 - Espíritu Santo
 - Madre Teresa de C.
 - Juan Pablo II
2. Ilustración
3. Versículo de la Biblia o Frase Célebre (por personaje)

BOLETÍN INFORMATIVO

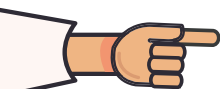
1. ¿Cuál fue mi experiencia en PUL?
2. Fotografía
3. Título: Actividad de Participación
4. Comentarios

GIF'S ANIMADOS

1. Título de Personaje
 - Virgen María
 - San Ignacio
 - Jesús
 - Papa Francisco
 - Espíritu Santo
 - Madre Teresa de C.
 - Juan Pablo II
2. Ilustración
3. Versículo de la Biblia o Frase Célebre (textos animados)

AFICHE DISPENSADOR DE STICKERS

1. Frase en base los valores
2. Dispensador de Stickers
3. Ilustración
4. Datos de Pastoral

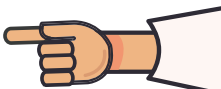


MATERIAL REDES SOCIALES

1. Publicaciones Informativas
2. Publicaciones de Consejos de Cuaresma
3. Publicaciones de Checklist
4. Publicaciones sobre ¿Cómo fortalecer la fe?
(Consejos o Tips)

CORREOS PERSONALIZADOS (FELIZ CUMPLEAÑOS)

1. Nombre del Cumpleañero
2. Ilustración de Cumpleaños con Personaje
3. Mensaje de la Pastoral Universitaria Landivariana





[8]

DISEÑO DEL CONCEPTO

IDEA CENTRAL DEL DISEÑO /

TÉCNICAS CREATIVAS

Para el proceso de búsqueda del concepto para el proyecto #SOYPASTORAL se realizaron una serie de técnicas de conceptualización creativas (2 técnicas tradicionales y 3 técnicas innovadoras) por cada técnica una se realizaron 25 frases para luego seleccionar 5 de las cuales de cada proceso, posteriormente se pre-fundamentaron para luego elegir seleccionar el concepto final. Estas contribuyeron a darle un enfoque diferente a la realización del material e idea principal de todas las piezas. Se seleccionaron dichas técnicas ya que por medio de ellas se pueden generar varios puntos de vista los cuales funcionaran para darle una perspectiva diferente al proyecto y no una tradicional

Previo a comenzar dicho proceso de conceptualización por cada uno de los métodos elegidos se tuvo en cuenta varios aspectos que la Pastoral Universitaria Landivariana deseaba transmitir como el ser una unidad amigable y de apoyo para los estudiantes, se mantuvo presente su misión y la idea central que es "dar a conocer a la Pastoral Universitaria dentro de los estudiantes y buscar que asistan a los espacios que esta unidad ofrece" tomando en cuenta estos aspectos se procedió a realizar cada una de las técnicas creativas a continuación se muestra un resumen de lo que se realizó por cada una:

TÉCNICAS TRADICIONALES

> **Lluvia de Ideas:** Se escribieron alrededor de 100 palabras de las cuales se procedió a realizar las frases conceptuales, para luego elegir una.

> **6 Sombreros:** Se realizó un análisis de diferentes perspectivas acerca del tema para luego realizar frases en base a dichas posiciones, para luego elegir 5 y escoger la más gráficable.

TÉCNICAS INNOVADORAS

> **Post-its:** Se eligieron una serie de frases del Papa Francisco las cuales ha expresado durante su período dentro del vaticano respecto al tema y la influencia que desea dar en los jóvenes, se desarrollaron 25 frases para depurar en 5 y elegir 1.

> **Disruption:** Se desarrollaron diversas preguntas de carácter irracional las cuales colaborarán en darle una perspectiva diferente a las piezas, de ellas se formularon 25 frases, para luego elegir 1.

> **Rétorica:** Se buscó en base a las analogías para encontrar un concepto que ayudara a enfatizar la fe como un elemento primordial en la vida de los estudiantes, se realizaron 25 frases y luego se eligió 1.



Se desarrolló la siguiente iconografía para identificar fácilmente los elementos funcionales, con potencial o que no eran graficables, a continuación se presentará la iconografía utilizada para representar varios puntos dentro de los proceso de conceptualización:



FRASE GRAFICABLE



FRASE NO GRAFICABLE



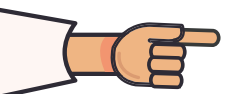
FRASES O PALABRAS ELEGIDAS



FRASE ELEGIDA FINAL POR TÉCNICA



PROBLEMA



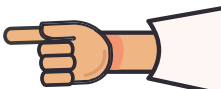
LLUVIA DE IDEAS (100 PALABRAS) /

TÉCNICA TRADICIONAL

- ✱ El creador de esta técnica fue Alex Osborn fue un famoso especialista en creatividad y publicidad en los años 30, esta técnica fue publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination". A este se le conoce como torbellino o lluvia de ideas, por medio de ella se logra la generación de nuevas ideas.

Para esta técnica se utilizó una mesa, un cuaderno de notas para apuntar todas las ideas y una grabadora para no olvidar las más importantes.

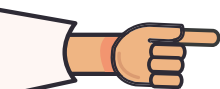
El proceso consiste en generar ideas de las ideas que se van mencionando, se estableció la meta de 100 palabras. Luego se procedió a elegir las palabras que más se relacionaran con el tema y al grupo objetivo, para así formar conceptos posibles para la base del proyecto.



LLUVIA DE IDEAS (100 PALABRAS) /

TÉCNICA TRADICIONAL

- | | | | | |
|------------------|-----------------|------------------|-------------------|--------------------|
| 1. Jesús | 26. Culpa | 51. Creer | 76. Emoción | 101. Generosidad |
| 2. Fe | 27. Tristeza | 52. Astucia | 77. Sensaciones | 102. Laboriosidad |
| 3. Alegría | 28. Vergüenza | 53. Habilidad | 78. Humanidad | 103. Lealtad |
| ✓ 4. Esperanza | 29. Bueno | ✓ 54. Mensajes | 79. Desarrollo | 104. Perseverancia |
| 5. Sueños | 30. Paciente | 55. Experiencias | ✓ 80. Invisible | 105. Prudencia |
| 6. Metas | ✓ 31. Amor | 56. Testimonios | 81. Honestidad | 106. Dignidad |
| 7. Confianza | 32. Dulzura | 57. Palabra | 82. Solidaridad | 107. Tolerancia |
| 8. Compañía | 33. Lindo | 58. Cordero | 83. Pasión | 108. Principios |
| 9. Fuerza | 34. Maravilloso | 59. Música | ✓ 84. Crecimiento | 109. Participación |
| ✓ 10. Chispa | 35. Grande | 60. Cara | 85. Cielo | ✓ 110. Semillas |
| 11. Vida | 36. Imponente | 61. Presente | 86. Nubes | 111. Plantar |
| 12. Pensamientos | 37. Agradecer | 62. Paz | 87. Contrastes | 112. Sangre |
| 13. Servicio | 38. Día | ✓ 63. Calidez | 88. Bien | 113. Clavos |
| 14. Ayudar | 39. Noche | 64. Poder | 89. Positivo | 114. Euforia |
| 15. Conocer | 40. Perdón | 65. Respeto | 90. Negativo | 115. Gratitud |
| 16. Cruz | ✓ 41. Luz | 66. Creencias | 91. Defraudar | 116. Admiración |
| 17. Sacrificio | ✓ 42. Camino | 67. Doctrinas | 92. Creatividad | 117. Satisfacción |
| 18. Ejercicios | 43. Crucifijo | 68. Diversidad | 93. Creaciones | 118. Agrado |
| 19. Conversación | 44. Rosario | 69. Dios | 94. Naturaleza | 119. Envidia |
| 20. Amistad | 45. Iglesia | 70. Altísimo | ✓ 95. Reino | 120. Entusiasmo |
| 21. Don | 46. Eurcaristía | 71. Gobierno | ✓ 96. Viaje | 121. Templanza |
| 22. Manos | 47. Regocijo | 72. Cristo | 97. Atajos | 122. Tranquilidad |
| ✓ 23. Pecados | 48. Disculpas | ✓ 73. Creer | 98. Conocimiento | ✓ 123. Valentía |
| 24. Males | 49. Errores | 74. Dignidad | ✓ 99. Bondad | ✓ 124. Sorpresa |
| 25. Groserías | 50. Misterio | 75. Interior | 100. Humildad | 125. Empatía |



PRE-FUNDAMENTACIÓN DE 5 CONCEPTOS /

TÉCNICA DE LLUVIA DE PALABRAS

25 FRASES CONCEPTUALES

1. Chispa de Esperanza
2. Contrastes de Perdón
3. Contraste de Emociones y Acciones
- ✓ 4. Semillas de Luz
5. Un viaje de crecimiento
6. El Reino del Amor
7. Un viaje de esperanza
- ✂ 8. La bondad de esperanza
- ✓ 9. Mensajes de Amor/Amistad
10. Un viaje hacia los valores
11. Servicio de Amor
12. Un viaje hacia el progreso
13. La bondad de los pecados
- ✓ 14. Una chispa de alegría
- ✓ 15. Sorpresas en mensajes de esperanza
- ✓ 16. Pecados de Amor
17. Amor al progreso
18. Semillas de Bondad
19. Corazones de Luz
- ✂ 20. Reino de la imperfección
21. Errores humanos de valentía
22. Crecimiento de Luz
23. Semilla de Amistad
24. Un viaje de mensajes de amor
25. Mensajes de Valentía

1. SEMILLAS DE LUZ

Por medio de este concepto se desea dejar como metáfora; plantar una semilla de luz(esperanza, anhelos, sueños) en los estudiantes landivarianos, siendo personas de luz que buscan ayudar a los demás, viven con alegría y gozo.



2. MENSAJES DE AMOR/AMISTAD

Esta frase conceptual es el reflejo del amor de Jesús, siendo esta un tesoro; la idea principal es cautivar a los estudiantes por medio de mensajes de amistad de Jesús para ellos, así mismo que sientan su amor y no una imposición de creencias.

Se complementan



3. UNA CHISPA DE ALEGRÍA

Este concepto busca reflejar la alegría de vivir en los estudiantes, siendo la Pastoral quien puede darles esta chispa, donde se encuentre un incentivo o motivos para vivir felices.



4. MENSAJES DE ESPERANZA

Con este concepto se busca darle a los estudiantes mensajes que los alienten y motiven a ser mejores cada día, donde crezcan integralmente y se superen, siendo la Pastoral la que envía estos mensajes de luz.



5. PECADOS DE AMOR

Por medio de este se busca representar que los humanos cometen errores o poseen imperfecciones siendo esto lo que les hace diferentes a lo que les rodea, se desea transmitir el amor de Jesús a pesar de ser imperfectos.



6 SOMBREROS (PARA PENSAR) /

TÉCNICA TRADICIONAL



- ✱ Esta técnica fue creada por Edward De Bono, es una herramienta de comunicación utilizada en todas partes del mundo, así mismo facilita la resolución de problemas desde varios puntos de vista o perspectivas.

El autor propone un método que permite pensar de forma eficaz. Los seis sombreros representan las 6 formas de pensar y estos deben ser considerados como direcciones de pensamiento, parte de sus beneficios es fomentar el pensamiento paralelo, ampliar las ideas y separa el ego del desempeño.

Para solventar este tipo de resolución de problemas De Bono propone el uso de los 6 sombreros a continuación se menciona cual es la función de cada uno de ellos:

El **sombrero blanco**: representa los pensamientos en los que se deben centrar por medio de datos disponibles, además de observar la información que se tiene y aprender de lo que se posee

El **sombrero rojo**: por medio de este sombrero se observan los problemas por medio de la intuición, los sentimientos

y las emociones. En esta parte se debe exponer toda clase de sentimientos sin necesidad de ser justificados.

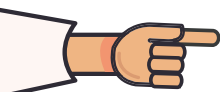
El **sombrero negro**: pone en marcha el pensamiento, el juicio y la cautela, por medio de él se analizan los negativos del tema a tratar.

El sombrero amarillo: analiza los elementos positivos del tema, por medio de él se observará que va a funcionar y sus beneficios.

El **sombrero verde**: representa a la creatividad, por medio de él se pueden desarrollar toda clase de técnicas creativas a interesantes para desarrollar diferentes perspectivas del tema.

El **sombrero azul**: genera el control y gestión del pensamiento con este se llegan a las conclusiones y su resumen.

Luego de desarrollar cada sombrero se procedió a crear 25 frases conceptuales para luego depurar en 5 frases y finalmente elegir una.



6 SOMBREROS (PARA PENSAR) /

TÉCNICA TRADICIONAL

1. SOMBRERO BLANCO/DATOS DISPONIBLES

La misión de la Pastoral Universitaria Landivariana es un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para los miembros de la comunidad landivariana, fortaleciendo su vínculo con Dios y el servicio hacia las personas que lo necesitan. Este departamento realiza actividades como retiros, talleres, charlas, jornadas juveniles, actividades misioneras entre otros, se basa en los principios de San Ignacio por medio de los Ejercicios Espirituales.

2. SOMBRERO ROJO/SENTIMIENTOS Y EMOCIONES

La Pastoral busca ser un espacio que se perciba de forma amigable y confiable, donde los estudiantes se acerquen para mejorar su desarrollo integral no solo académico; así mismo fortalecer su vínculo de comunicación con Dios/Jesús para mejorar su relación y ser cristianos felices de vivir en la fe. Se quieren transmitir las emociones y/o sentimientos de amor, alegría, esperanza, desarrollo, motivación y empatía.

3. SOMBRERO NEGRO/ASPECTOS NEGATIVOS

Un aspecto negativo que se puede mencionar es el que se perciba a la Pastoral como un espacio donde se obligue a las personas a ser católicos o cambiar su doctrina religiosa; además de lastimar u ofender las creencias de los demás, por ello es importante tomar en cuenta este aspecto para que el resultado del proyecto no afecte en estos dos temas, así mismo el incomodar a los estudiantes.

4. SOMBRERO AMARILLO/ASPECTOS POSITOS

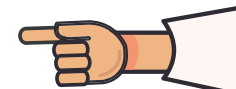
Es importante resaltar la importancia de la Pastoral dentro de la Universidad Rafael Landívar, ya que esta es la única universidad jesuita católica dentro de Guatemala; así mismo la que posee un departamento especial para el desarrollo espiritual e integral de los estudiantes landivarianos. Otro aspecto son las diversas actividades que ofrecen donde no solo se explican temas de la fe si no también temas de interés social y desarrollo.

5. SOMBRERO VERDE/USO DE LA CREATIVIDAD

A la Pastoral se le puede dar la personalidad de Jesús aportándole características de comportamiento y emociones; el era una persona bondadosa, amigable, serena y feliz; así mismo se le puede identificar con San Ignacio como un ser que busco ayudar a los demás y fortalecer su relación con Jesús, el Papa Francisco con su espíritu vibrante sin prejuicios y María con su pureza, amistad e intercesora por sus hijos en el mundo.

6. SOMBRERO AZUL/CONCLUSIONES

Se puede concluir que la Pastoral es un espacio que busca transmitirle a los estudiantes un mensaje de motivación y desarrollo de todas sus capacidades; siendo un valor agregado para la comunidad landivariana, buscan formar jóvenes con conciencia social y una actitud de servicio; características de los jesuitas. Cabe resaltar la percepción que desean reflejar en los estudiantes como una entidad de amor, abierta a opciones.



PRE-FUNDAMENTACIÓN DE 5 CONCEPTOS /

TÉCNICA 6 SOMBREROS PARA PENSAR

25 FRASES CONCEPTUALES

1. Jesús mensaje de amor
-  2. Fe de esperanza
3. Colores de Fe
4. Aventura del amor de Jesús
5. Sacrificio de Amor
-  6. Tesoro de la amistad
7. Casa de Sonrisas
8. Sonrisas de Fe
9. Viajes de mensajes de sonrisas
10. Sonrisas de Amistad
11. Expresión de Amor
12. Espacio de Motivación
13. Libertad de Crecimiento
-  14. Sonrisas de Esperanza y Alegría
15. Luces de Alegría
16. Creaciones de Amor
-  17. Emociones Encontradas
18. Arco iris de Alegría en la Fe
-  19. Amanecer del Espíritu
-  20. Lazos del encuentro de amistad
21. Patrones de Encuentro
22. Desarrollo espiritual
-  23. Conexiones de luz interna
-  24. Raíces de Valor en la Fe
25. Cadena de Servicio

1. EL TESORO DE LA AMISTAD

Por medio de este concepto se busca reflejar la relación de la amistad entre los estudiantes y Jesús, donde esta se aprecie como un vínculo especial; así mismo que lo que se perciba de la entidad sea este mensaje de encuentro.

2. SONRISAS DE ESPERANZA Y ALEGRÍA

Con esta frase conceptual la representación de la sonrisa es el efecto que surge de vivir en la fe, donde se realice un compromiso con la humanidad en busca del bien común, dejando por un lado el individualismo; ver más allá de las fronteras y servir.

3. AMANECER DEL ESPÍRITU

Este se representa el día a día de las personas en busca de un espíritu fuerte y lleno de fe; este hace referencia a la lucha constante por no cometer errores y estar en el camino adecuado del bien, por ello se quiere presentar a Pastoral como ese amanecer.

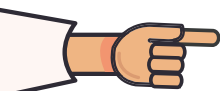
4. LAZOS DE ENCUENTRO DE AMISTAD

Esta frase representa la unión entre la Pastoral, Jesús y los estudiantes siendo esta un espacio de encuentro que una lazos de amistad con Jesús para ser mejores día a día; no solo con conocimientos si no con un desarrollo constante en la persona.



5. RAÍCES DE VALOR EN LA FE

Este representa el crecimiento de las "raíces" en este caso obtener un buen cimiento para la fe, donde esta se fortalezca por medio de agua, luz y tierra reflejados en elementos como la Biblia (la palabra), el servicio y la esperanza.



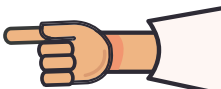
POST IT - FRASES (PAPA FRANCISCO) /

TÉCNICA TRADICIONAL

- ✱ La creadora de esta técnica es Marta Falcon, ella explica la cual parte de un mapa de ideas, donde se deben colocar ideas principales y secundarias en forma de secuencia. Por medio de estos mapas se logra clarificar la mente y el pensamiento para generar nuevas ideas.

En el centro se debe colocar la idea central o principal para luego proceder a las secundarias y por último a las ideas, logrando así desarrollar relaciones entre las ideas, esquematizar la información y concretar, sin embargo el uso del post it aporta al procedimiento creatividad y orden, para la técnica se procede a escribir en cada post it una frase o idea para comenzar a formar el mapa con las ideas, colocándoles en una pizarra o cartulina, logrando así mover los post it's si se desea jugar con las ideas.

Para esta técnica se decidió utilizar las frases del Papa Francisco para la juventud, luego de escribir cada una de las frases se eligió la palabra o frase que más cautivara al diseñador y se relacionara con el tema, para luego formar varios conceptos y depurar en 5 para finalmente elegir uno.



POST IT (FRASES PAPA FRANCISCO) /

TÉCNICA INNOVADORA

Durante la técnica se buscaron frases importantes que el Papa Francisco a dicho a los jóvenes en todas su visitas:

"Quiero que se salga afuera, quiero que la iglesia salga a la calle"

"No robemos la esperanza, más aún, hagámonos todos portadores de esperanza"

"Aquellos que durante su vida han escogido la vía del mal, como los mafiosos no estan en comunión con Dios"

"No tengo oro ni plata, pero traigo conmigo lo más valioso: Jesucristo"

"Seamos luces de esperanza. Tengamos una visión positiva de la realidad"

"Sean cristianos en serio, no cristianos a medio tiempo... no cristianos de fachada"

"Los jóvenes tienen que hacerse valer. Los jóvenes tienen que luchar por los valores"

"Jóvenes: nunca se desanimen, no pierdan la confianza, no dejen que la esperanza se apague"

"La fe está viva cuando se comparte"

"No tengan miedo de lo que les pide Dios. Vale la pena decir sí. En él está la alegría"

"Les pido que sean revolucionarios... tengan el coraje de ir contra la corriente. Tengan el coraje de ser felices"

"El dinero tiene que servir, no gobernar"

"Dar provoca mayor alegría que recibir"

"Hay que humanizar la economía"

"Vayan sin miedo a servir. Sigán adelante y no tengan miedo"

"Siempre hablen con Jesús. En las buenas y en las malas"

"El odio, la envidia, la soberbia ensucian la vida"

"Como me gustaria una Iglesia Pobre para los Pobres"

"Para conseguir la Paz se necesita valor mucho más que para hacer la guerra."

"Sean los primeros en tratar de hacer el bien, de no habituarse al mal, sino a vencerlo"

"Cuando nos sentimos perdonados uno se siente renovado, es tener una nueva oportunidad de vivir"

"Uno de los secretos más grandes radica en ser amigo de Jesús"

"La amistad es de los regalos más grandes que una persona puede ofrecer"

"Ustedes son el campo de la fe. Ustedes son los atletas de Cristo. Ustedes son los constructores de una Iglesia más hermosa y de un mundo mejor"

"A todos nos llama Dios pero hay un camino para cada uno."

"No balconeen la vida, métanse en ella como hizo Jesús"



CREACIÓN DE FRASES CONCEPTUALES /

TÉCNICA POST IT'S

"Un lío secreto de amistad"

"Juego secreto de amistad"

"Servir para vivir"



"El camino secreto de la amistad"



"Una guía hacia la felicidad"

"Mensajes de encuentro hacia la luz"

"Búsqueda del secreto de esperanza"



"Brújula de Luz y Esperanza"

"Encuentro hacia los mensajes de esperanza"

"La brújula del camino de la amistad"

"Un laberinto en dirección de luz"

"Un viaje de luz y alegría"

"En búsqueda de una chispa de vida"



"Un Regalo de crecimiento"



"Un viaje secreto de mensajes de luz"

"Un viaje hacia las chispas de vida"

"Dar provoca mayor alegría que recibir"

"Un viaje en dirección del conocer"

"La fe está viva cuando se comparte"

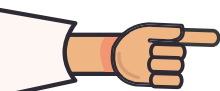
"Fronteras de amistad"

"Crecimiento de luz "

"Brújula de una chispa de luz"

"Nuevos caminos de amor"

"Vías de amistad y alegría"



PRE-FUNDAMENTACIÓN DE 5 CONCEPTOS /

TÉCNICA DE POST IT'S

1. EL CAMINO SECRETO DE LA AMISTAD

Parte del problema de la Pastoral es que muchos no conocen su ubicación por ello por medio de la frase conceptual se quiere reflejar ese camino hacia un encuentro de nuevas amistades que se fortalezcan bajo el pensamiento ignaciano y la fe.

2. BRÚJULA DE LUZ Y ESPERANZA

Esta frase se basa en la búsqueda de la Pastoral, siendo ello la guía para mejorar la relación con Dios; brindando mensajes de luz y esperanza a los estudiantes, los cuales puedan fortalecer su fe, siendo landivarianos que destaquen afuera por sus principios y valores ignacianos.



3. UN REGALO DE CRECIMIENTO

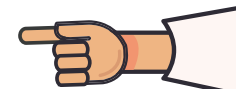
En esta frase se toma a la Pastoral como un regalo el cual puede colaborar con el crecimiento personal y espiritual de los estudiantes landivarianos, por ello se pondría en conocimiento sobre las actividades que realiza la Pastoral como pequeños regalos para su bienestar y desarrollo.

4. UNA GUÍA HACIA LA FELICIDAD

La guía hace referencia al camino que se debe tomar para encontrar a la Pastoral que este mismo será ese guía para encontrar la felicidad verdadera y no la superficial que se basa en el bien unitario y no en el de los demás.

5. VIAJE SECRETO DE MENSAJES DE LUZ

La frase conceptual busca manifestar una experiencia de encuentro con la Pastoral por medio de mensajes que cautiven su atención para ser llamados a una nueva experiencia de crecimiento y motivaciones para ser seres humanos de valor, sin egoísmos; así mismo con el ánimo de compartir y servir.





WHAT - IF (DISRUPTION) /

TÉCNICA TRADICIONAL

- ✱ Esta técnica se conoció en 1996 por medio de un libro de Jean-Marie Drue, dicho método se había utilizado desde hace mucho tiempo siendo el resultado de una actitud, mind set y una cultura fuera de estereotipos, su filosofía se basa en un acercamiento estratégico y una forma de trabajar y pensar.

El proceso para realizar la técnica se basó en buscar una idea principal o central y probar el potencial de la idea para ser ampliada, luego se comienza a realizar una serie de preguntas basadas en el "¿qué tal si...?" Para así llegar a una solución creativa e interesante fuera de lo establecido.

Luego de seleccionar cada una de las preguntas más interesantes se procedió a realizar una serie de frases en relación a ella, depurando los conceptos a 5 para finalizar en una sola opción.



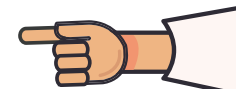
WHAT IF (DISRUPTION) /

TÉCNICA INNOVADORA

Durante la técnica se crearon frases disruptivas que le agregarán al proyecto otra perspectiva, realizando cuestionantes sobre que pasaría::

- > ¿Qué pasaría si pastoral no fuera religioso y fuera un lugar para divertirse?
- > ¿Qué pasaría si el Papa no fuera hombre si no que fuera mujer?
- ✓ > ¿Qué pasaría si la religión no existiera y todos solo creyéramos?
- > ¿Qué pasaría si pastoral fuera un club nocturno?
- > ¿Qué pasaría si en pastoral hubieran fiesta todos los viernes como el R?
- > ¿Qué pasaría si en la vida no estuviera “Jesús” y solo los valores y la ética?
- > ¿Qué pasaría si la biblia no existiera?
- > ¿Qué pasaría si todos conocieran pastoral? ¿irían?
- ✓ > ¿Qué pasaría si si en pastoral se presentara Jesús? Si lo encontrarías pero no físicamente.
- ✓ > ¿Qué pasaría si Jesús tuviera una red social?
- > ¿Qué pasaría si pastoral estuviera en cada facultad?
- > ¿Qué pasaría si pastoral estuviera en el bosque?
- > ¿Qué pasaría si nadie pensara en hacer cosas buenas solo malas?
- > ¿Qué pasaría si nadie creyera en el pecado?
- > ¿Qué pasaría si todo fuera permitido y no existieran los mandamientos?
- > ¿Qué pasaría si el papa Francisco estuviera siempre en pastoral?

- > ¿Qué pasaría si todos fuéramos católicos?
- > ¿Qué pasaría si pastoral fuera una laberinto?
- ✓ > ¿Qué pasaría si pastoral fuera un tesoro y hay que encontrarlo?
- > ¿Qué pasaría si todos todos fuéramos ateos?
- > ¿Qué pasaría si pastoral no existiera?
- > ¿Qué pasaría si los sueños no significarán nada?
- > ¿Qué pasaría si todos fuéramos ciegos?
- > ¿Qué pasaría si pastoral fuera un barco?
- ✓ > ¿Qué pasaría si pastoral regalara el perdón?
- > ¿Qué pasaría si todos hiciéramos el bien y nunca el mal?
- > ¿Se perdería el equilibrio? ¿Nunca nos equivocáramos?
- > ¿Qué pasaría si pastoral fuera la única carrera en la Universidad?
- > ¿Qué pasaría si pusiéramos pastoral en el R(readucto)?
- > ¿Qué pasaría si pastoral fuera el único departamento que trabajara de noche?
- ✓ > ¿Qué pasaría si pastoral cumpliera sueños? Que fuera mágica
- ✓ > ¿Qué pasaría si pastoral fuera un mural de pecados?
- > ¿Qué pasaría si todos fuéramos cómo Jesús? ¿Todos seríamos buenos?



PRE-FUNDAMENTACIÓN DE 5 CONCEPTOS /

TÉCNICA DE WHAT IF? (DISRUPTION)

1. Unión de Creencias
2. Creencias de Luz
3. Traspasando las fronteras
4. Uniones en desarrollo
5. Mensajes de Jesús
6. Sigamos a Jesús
- ✓ 7. Conexiones sin fronteras
8. Redes de Amistad
- ✓ 9. El regalo del perdón
10. El encuentro del perdón
11. Frutos de Perdón
12. Sueños de Crecimiento
13. Sueños de Esperanza
14. Sueños de
15. Muro de Sueños de Fe
- ✓ 16. Muro de Imperfecciones
17. Las imperfectas perfecciones
18. Estrellas de Fe
- ✓ 19. Muro de Estrellas
20. Estrellas sin luz
21. Fortuna de Fe
22. Muro de Emociones
- ✓ 23. Luz de Aventuras
24. La luz del mundo
25. Resplandor de amor



1. CONEXIONES SIN FRONTERAS

Este hace referencia a la pregunta del What if? ¿Qué pasaría si Jesús tuviera redes sociales? por medio de ellas se puede relacionar la relación con Jesús de forma como se mantiene con las personas, una comunicación fluida y sincera.

2. EL REGALO DEL PERDÓN

Esta frase nace de la pregunta ¿Qué pasaría si Pastoral regalara el perdón? Este enfatiza en las bases que da esta unidad para tener una relación con Dios basada en la amistad, donde Jesús brinda el perdón a todos.

3. MURO DE IMPERFECCIONES

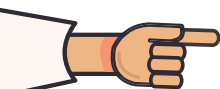
Esta frase hace referencia a los muros que se deben derriban a la hora de tener una relación con Dios ya que esta se basa en errores pero también aciertos. Dios es un ser bondadoso que ve más allá de los errores de las personas como lo hace Pastoral.

4. MURO DE ESTRELLAS

El muro de las estrellas hace referencia a como los estudiantes son las estrellas de Jesús como sus discípulos, los cuales buscan su amor sin embargo no saben como hacerlo o se siente culpables por ello.

5. LUZ DE AVENTURAS

Este refleja el camino que se puede tomar en la Pastoral donde pueden ser diversas aventuras que aporten nuevas experiencias para la mejora de la relación con Jesús, además de conocerle por medio de los talleres y charlas.



ANALOGÍAS (FIGURA RETÓRICA) /

TÉCNICA TRADICIONAL

- * Esta técnica fue creada por Gordon, la cual consiste en resolver un problema por medio de rodeos o comparaciones. El procedimiento de dicha técnica se basa en presentar un problema para luego generar ideas y seleccionar la mejor.

Durante este proceso se colocó la necesidad planteada anteriormente ya que es un problema de comunicación para luego presentar varias soluciones comparativas en circunstancias a relación al problema.

Luego se procedió a seleccionar varias de las analogías que se consideraron las más adecuadas en relación a la solución y el tema. Luego se generaron depuró la selección de analogías a solamente 5 y finalmente a una.

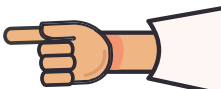


FIGURA RETÓRICA/ ANALOGÍAS /

TÉCNICA INNOVADORA

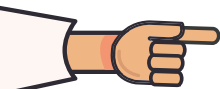
1. El camino de un encuentro.
2. El encuentro de la fee
3. Creer para conocer.
4. Conoce creyendo.
5. Interés del creer.
6. Conocer el interes del camino.
7. Desarrollo de un camino de fe.
- ✓ 8. Conocer para vivir
9. ¿Que pasaría si no existiese la religión y todos solamente creyeramos?
10. Camino, creer, brújula, encuentro
- ✓ 11. Los tiempos del creer
12. Laberito de creencias.
13. Ubicación de emociones
14. Magnestismo de fe.
15. Fe de Hierro
- ✓ 16. La fe de un gigante
17. El Vuelo de un camino hacia la fe.
18. El camino de la fe
19. Un encuentro con la fe
- ✓ 20. La Búsqueda del camino del creer
21. Crece para conocer.
22. Vive para creer.
23. Misión de ubicación del creer.
24. El viaje del creer de la fe
25. El viaje de un camino de fe.

26. El viaje de un camino del conocer.
27. Pensamientos de fe
28. El pensamiento de un viaje del conocer.
- ✓ 29. Creer para conocer,
30. Buscar para conocer y creer.



PROBLEMA/NECESIDAD

Pastoral es un departamento de la Universidad Rafael Landívar que actualmente no cuenta con una personalidad amigable en los estudiantes landivarianos, por consecuente no conocen su misión ni su propósito dentro de la Universidad, por ello no se apropian del pensamiento ignaciano y no se sienten parte de él, lo que con lleva a que los estudiantes landivarianos no sientan ningún interés por esta unidad.



PRE-FUNDAMENTACIÓN DE 5 CONCEPTOS /

TÉCNICA DE FIGURA RETÓRICA - ANALOGÍA

1. CONOCE PARA VIVIR

Esta frase conceptual refleja a la Pastoral como un centro que enseñará a los estudiantes a ver la vida de otra forma donde corresponda a la fe y el estilo de vida ignaciano. La palabra conocer les hace referencia y el vivir la función que poseen dentro de la Universidad y la ayuda su desarrollo integral.



2. TIEMPO DEL CREER

El tiempo hace reflexión a los días y los momentos que viven los estudiantes, donde este se les recuerde la importancia de la fe en sus vidas, por medio de esta frase se busca encontrar el momento y modo adecuado para incentivar a los estudiantes.

3. FE DE UN GIGANTE

Esta analogía hace referencia a el fortalecer la fe de alguien, no hace referencia de grande en tamaño si no en la fe de las personas. Esto busca conectarse con la misión de Pastoral para los estudiantes landivarianos.

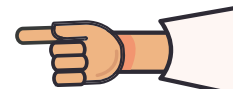


4. BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CREER

Este concepto hace referencia al crear una travesía en busca de la Pastoral, donde se presenta información y hechos que ayudaran al crecimiento integral de los estudiantes, para ser mejores humanos día a día con principios de acero y valores ignacianos.

5. RAÍCES DEL CONOCER

Las raíces se hace referencia al crecimiento de la persona, como estas son como una pequeña semilla donde la Pastoral busca brindar herramientas para mejorar su relación con Dios, por medio de la constancia y participación de los estudiantes.





[8.1]

VENTAJAS Y
DESVENTAJAS DE
**CONCEPTOS
PRELIMINARES**

1. MENSAJES DE AMOR Y ESPERANZA

ASPECTOS POSITIVOS



La palabra "mensajes" puede ser graficada por varios elementos ya sea por frases o elementos de correo etc.



La palabra "amor" puede ser graficada por corazones, colores o material con mensajes amigables.

ASPECTOS NEGATIVOS



Puede llegar a parecer un eslogan o frase de una marca.



La palabra esperanza es difícil de graficar ya que es ambigua o muy general.



Para los estudiantes puede llegar a ser incomodo el tema del amor o cariño.

2. UN REGALO DE CRECIMIENTO

ASPECTOS POSITIVOS



La palabra "regalo" es graficable con varios elementos y conceptos.



La palabra "crecimiento" tiene varias análogas ya sea por medio de montañas o la naturaleza.



Se integra tanto con el eje por el desarrollo social, el cliente y el G.O

ASPECTOS NEGATIVOS



Puede parecer el eslogan de una empresa de emprendimiento.



Le hace falta algo relacionado con la Fe o la espiritualidad



3. RAÍCES DE VALOR EN LA FE

ASPECTOS POSITIVOS



La palabra "raíces" es gráficable en varios aspectos, por ello tiene potencial para representar el crecimiento de la fe.



Este se conecta con el G.O ya que se busca fortalecer su vínculo con Dios; al igual con el cliente siendo ellos quienes forjen esas raíces.

ASPECTOS NEGATIVOS



La palabra "valor" es difícil de graficar, es una palabra muy general no se especifica en que valor o en que aspecto.



La palabra "fe" se puede reflejar en varios elementos o situaciones por ello no se tiene un concepto definido.

4. CONEXIONES SIN FRONTERAS

ASPECTOS POSITIVOS



Se conecta con el G.O ya que se busca una conexión con Dios donde no se encuentren fronteras o dificultades para comunicarse.



La Palabra "conexiones" contiene varios elementos para ser graficada como flechas entrelazadas, redes etc.

ASPECTOS NEGATIVOS



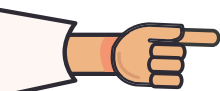
No posee un elemento que represente la Fe o el aspecto de la espiritualidad.



Parece eslogan de una compañía de teléfonos.



La palabra "fronteras" puede representar algo malo, no es tan gráficable se necesita una palabra más específica.



5. BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CREER



ASPECTOS POSITIVOS



La palabra "búsqueda" puede ser gráfica en varios elementos, como mapas, brújulas, elementos de viaje entre otros.



La palabra "camino" puede ser representada por vías, flechas y otros contiene un potencial gráficable.



Se relaciona con el cliente ya que ellos son el camino para creer y fortalecer la fe de los estudiantes.



Por medio de la búsqueda se logra cautivar a los estudiantes.

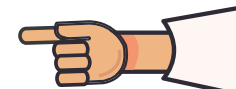
ASPECTOS NEGATIVOS



La palabra creer puede ser relacionada con varias respuestas no se especifica en que se puede creer.

Este concepto es el que posee más aspectos positivos a comparación de los demás conceptos por ello este se procedió a validar.

A continuación se explica el proceso de validación del concepto.



PREVALIDACIÓN DEL CONCEPTO /

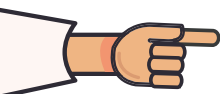
PRE-ELECCIÓN

En el proceso de validación consto de la elaboración de un instrumento breve con preguntas acerca del valor y funcionalidad del concepto tomando en cuenta elementos como la su valor gráfico y representación con el tema.

Este proceso se realizó en clase de forma grupal, donde se explicó el concepto para luego proceder a evaluarlo en base al proyecto y la necesidad establecida. El estudiante debía pasar explicar el concepto y cómo este se integraría con el proyecto, seguidamente los diseñadores calificaban el concepto o mencionaban algún aporte o crítica constructiva acerca del mismo, en base a una rúbrica de categorías.

Cómo resultado en base al concepto pre-elegido **"En búsqueda del camino del creer"** se enfatizo que al realizar el material este no tendría la finalidad de hacer creer o convertir a la persona ya que para ello se deben tomar en cuenta otras circunstancias, si no este tiene como finalidad el dar a conocer a la Pastoral y que los alumnos asistan a las actividades a realizar, en su mayoría católicos. Por ello la frase conceptual se transformo **"En búsqueda del camino del crecer"** donde la Pastoral adoptara este papel para influenciar a los alumnos a crecer en su desarrollo integral y a fortalecer su fe.

A continuación se presentará la rubrica que se utilizó para la toma de las decisiones anteriormente mencionadas:



RÚBRICA DE VALIDACIÓN /

El grupo de diseñadores gráficos analizaron el concepto para comprobar su funcionalidad de acuerdo al proyecto en base al grupo objetivo y la necesidad que se debía solventar con el cliente.

Las siguientes preguntas se dividieron en varias categorías:

"BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CREER"
¿A qué grupo objetivo va dirigido? ☐ Niños ☐ Jóvenes ☐ Adultos
¿El concepto es graficable ? ☐ Si ☐ No ☐ Parcialmente
¿Considera que es un eslogan ? ☐ Si ☐ No
¿A qué temática se enfoca? ☐ Desarrollo Social ☐ Religión
¿Lo considera innovador ? ☐ Si ☐ No ☐ Parcialmente
¿Tipo de cliente ?
¿En qué áreas de diseño se puede aplicar? ☐ Publicidad ☐ Branding ☐ Web ☐ Otro: _____

A la hora de tabular las respuestas se llegaron a las siguientes conclusiones por parte del:

- **Grupo Objetivo:** El 90% considero que el concepto se dirigía a los jóvenes.

- **Gráficoable:** Este se concluyo por medio de las connotaciones de los elementos gráficos por palabra, de esta forma se considero que la palabra búsqueda y camino son graficables a excepción de "creer".

- **Slogan:** El 100% considero que no hace referencia a un eslogan, sin embargo la redacción se debe mejorar.

- **Temática:** Se determino que la temática principal era sobre la religión o fe, asimismo se necesita relacionarlo con el tema de desarrollo integral.

- **Innovación:** El 60% considero que es innovadora por la relación del proceso de encontrar un tesoro, mientras que el 40% considero lo contrario.

- **Cliente:** El cliente que se determino fue una asociación religiosa o instituciones con relación a ese tema.

- **Áreas de Diseño:** El 70% considera que el área en relación es la Publicidad y el resto lo relaciono con diseño web y material informativo/divulgativo.

Instrumento de Validación





LA BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CRECER /

CONCEPTO PRE-FINAL

En base a la pre-validación del concepto que se realizó anteriormente se determinó que la frase conceptual debía mejorarse en los aspectos de redacción y sinónimos ya que parte de la frase no se percibe como un concepto inspiracional si no como una afirmación por ello se determinó realizar este proceso de variaciones tomando en cuenta conservar la esencia del mismo.



PRUEBAS DE REDACCIÓN Y SINÓNIMOS

CONCEPTO PRE-FINAL

PRE-CONCEPTO

BÚSQUEDA+CAMINO+CRECER

SINÓNIMOS	Búsqueda		Camino		Crecer		Frases con Sinónimos
	Pesquisa	Waze	Vías	Calzada	Desarrollar	Aumentar	
	Averiguar	Indicar	Laberinto	Carretera	Medrar	Raíz	1. Vías de Progreso
	Investigar	Rastrear	Recorrido	Bulevar	Prosperar	Sabiduría	2. Un viaje para Crecer
	Explorar	Señales	Paseo	Carril	Avanzar	Amistad	3. Guía del viaje para crecer
	Perseguir	Guía	Vereda	Viaje	Progresar	Montañas	4. Mensajes en el camino del progreso
	Brújula	Mensajes	Autopista	Travesía	Subir	Semillas	5. En busca de la dirección del crecimiento
	Mapa	Ubicar	Sendero	Ruta	Madurar	Sueños	6. Una travesía hacia el florecer
	Navegar		Calle	Dirección	Florecer	Ascender	7. Navegar por un mar de crecimiento
REDACCIÓN	Frases Nueva-Redacción						
	1. El crecer cómo búsqueda del camino		11. Buscando el camino del crecer				
	2. El camino en busca del crecer		12. En busca de un camino para crecer				8. Mapa del recorrido hacia el desarrollo
	3. Buscar el camino para crecer		13. En busca del crecimiento				9. Mapa del recorrido de la sabiduría
	4. Buscar caminos para crecer		14. Un camino para crecer				10. Sendero de Amistad
	5. Un camino que buscar y crecer		15. En busca del camino del crecer				11. Explorar un camino de Crecimiento
	6. Buscando caminos de crecimiento		16. Crecer buscando un camino				12. Brújula en dirección del florecer
	7. Creciendo mientras busco		17. Buscando y creciendo en el camino				13. Dirección de sabiduría
	8. El camino del crecimiento		18. Creciendo buscando				14. Un camino en dirección al crecer
	9. Creciendo en el Camino		19. Crecer buscando el camino				15. Explorar un camino hacia el crecer
							16. Explorar el camino hacia el crecimiento
							17. Explorando vías de sabiduría
							18. Brújula de Vías en desarrollo
							19. Un mapa de guía hacia el crecer.
							20. Un recorrido de búsqueda del ascender





[8.2]

C O N C E P T O
CENTRAL

CONCEPTO FINAL

ASPECTOS DE CONNOTACIÓN Y DENOTACIÓN

BÚSQUEDA /

Denotación

Esta palabra la define la RAE como *"el verbo que permite nombrar a la acción de hacer algo para hallar a alguien o algo, hacer lo necesario para conseguir un objetivo, ir por una persona para llevarla a alguna parte o provocar ciertas reacciones en ella"*, esto se puede reflejar dentro de la realización de material ya que se quieren enfatizar en buscar, investigar, orientarse hacia Pastoral, por lo mismo de la palabra se pueden utilizar elementos para:

Connotación

Por medio de la búsqueda del tesoro se puede tomar a Pastoral como ese "tesoro" que los landivarianos pueden descubrir en su formación no solamente académica si no también en el área espiritual y personal.

Graficación

Esta palabra puede ser representado por medio de elementos como brújulas, mapas, descubrimientos, constelaciones, telescopios, lupas, elementos de exploración como indicadores, señales, binoculares entre otros.

CAMINO /

Denotación

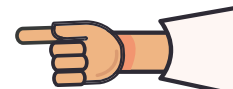
Esta palabra la define la RAE desde varios aspectos el primero lo describe como la *"dirección que ha de seguirse para llegar a algún lugar"* otra definición más denotativa es el *"modo de comportamiento moral."* cuando se describe un mal camino o uno bueno-; se refleja desde el aspecto de conocer la ubicación de este departamento, hasta ese camino espiritual y personal en el que puede ayudar Pastoral a los Universitarios. Dentro de esta palabra se pueden utilizar elementos para:

Connotación

En el sentido de metáfora este tiene como finalidad ser un camino de experiencias y conocimiento sobre las cosas que hay que afrontar para poder llegar a esa meta que se quiere realizar, todos esos elementos que se presentan en ese camino hacia dicha finalidad.

Graficación

Como fronteras, laberintos, direcciones, espacios con guías como líneas, direcciones, senderos, autopistas, viajes, veredas, carreteras, calzadas entre otros.





CRECER /

Denotación

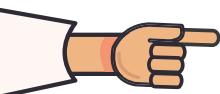
La real academia española define la palabra crecer desde la perspectiva de la persona como el *"tomar mayor autoridad, importancia o atrevimiento"* o desde la perspectiva de la luna como el *"aumentar la parte iluminada del astro visible desde la Tierra"* por medio de esta palabra se pueden utilizar elementos para:

Connotación

Esta palabra representa en el sentido de connotación la vida en sí, como esta puede representarse como una planta donde se necesita agua, sol y tierra; así es la formación de las personas por medio de valores, principios y sueños para "crecer" y ser mejores cada día.

Graficación

Este puede ser representar por medio de flechas, montañas, árboles o plantas, años (edad), metro, medidas, semillas, líneas, escaleras, el cielo, las estrellas, raíces, entre otros.



RELACIÓN CON

GRUPO OBJETIVO/CLIENTE/TEMA

Grupo Objetivo

La frase conceptual busca reflejar esa búsqueda que debe realizar el estudiante landivariano, del camino para llegar al tesoro que es Pastoral donde al conocerle el estudiante crecerá en base al conocimiento de su fe además de la apropiación del pensamiento ignaciano como identidad universitaria landivariana, esta frase conceptual busca despertar la curiosidad de los estudiantes por conocer esta unidad, así mismo a los estudiantes les gustan los desafíos, debido a que son jóvenes están en la constante búsqueda de nuevas experiencias.

Cliente

La Pastoral Universitaria Landivariana representan ese propio camino que llevara a los universitarios a conocerse mejor y conocer más de su fe. Esta palabra tiene como finalidad, tomar a Pastoral como ese camino en si, la importancia de él y como puede ayudar a que los estudiantes conozcan del pensamiento ignaciano que es el reflejo de la institución en la que se están formando.

Tema/Desarrollo Social/Religión

En el tema se refleja la personalidad y propósito de la Pastoral dentro de la Universidad Rafael Landívar ya que por medio de ella los estudiantes pueden obtener un crecimiento o desarrollo integral para ser mejores el día de mañana, el fin de la

Pastoral es ser un espacio de encuentro donde se mejore el vínculo con Dios o Jesús, mediante una amistad hacia él; no busca forzar la religión en los demás si no a ser mejores en base al pensamiento ignaciano y la actitud de servicio que la Universidad mantiene como filosofía sin omitir los valores y principios que le representan.

Relación General

Toda la frase en si busca reflejar la búsqueda que debe tener el estudiante landivariano, por medio del seguimiento o búsqueda del camino para llegar al tesoro que hace referencia a la Pastoral Landivariana Universitaria y crecer de forma integral por medio de los valores landivarianos, mejorar su comunicación con Dios, fortaleciendo su fe y espíritu y su desarrollo académico por medio de sus conocimientos, además del conocimiento del pensamiento ignaciano como identidad universitaria landivariana.

Así mismo el concepto busca que tanto los estudiantes como la Pastoral generen una conexión emocional de confianza y alegría, ya que por medio de este departamento los estudiantes logran un desarrollo humano completo, evitando caer en una relación monótona, siendo así la finalidad de la Pastoral como una unidad que ayude y apoye a los estudiantes.





[9]

CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

Proceso de Codificación

Luego de la selección del concepto se procede a realizar la visualización de la idea, en la cual ya se tiene un concepto e idea abstracta de lo que se desea representar en el proyecto.

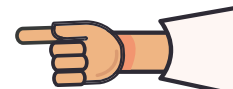
Este es el punto de partida para la realización del bocetaje ya que esta es la creación de las ideas preestablecidas, estas imágenes mentales, se deben materializar gráficamente, donde se encuentre la funcionalidad con el cliente y grupo objetivo. El proceso se divide en 3 características principales:

La **función** que representa el porque del material, el fin que este posee.

La **tecnología** hace referencia a cómo se va a representar el concepto, por medio de que elementos gráficos puede representar la función.

Y la **expresión** que es la forma en la que se percibirá el material en el G.O.

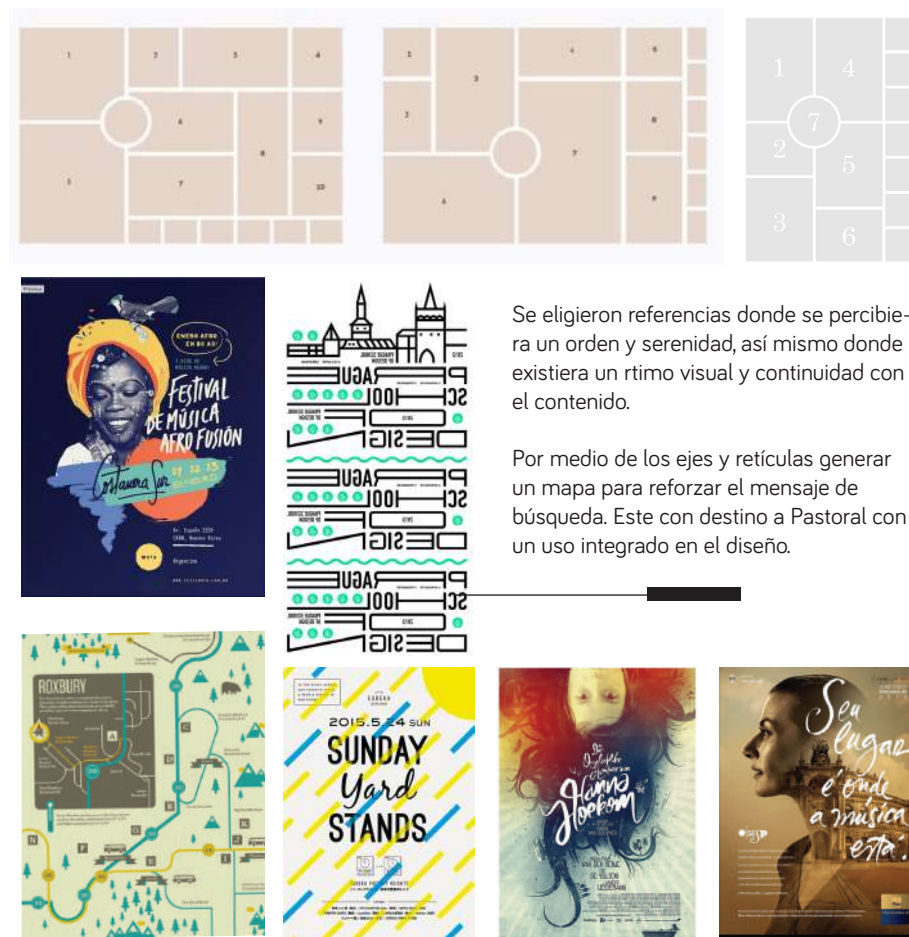
Luego de ello se procede a la realización de un moodboard general con la implementación de las ideas finales para proceder al área de bocetaje.



CODIFICACIÓN EN BASE A LA EJES/RETÍCULAS

"EN BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CRECER"

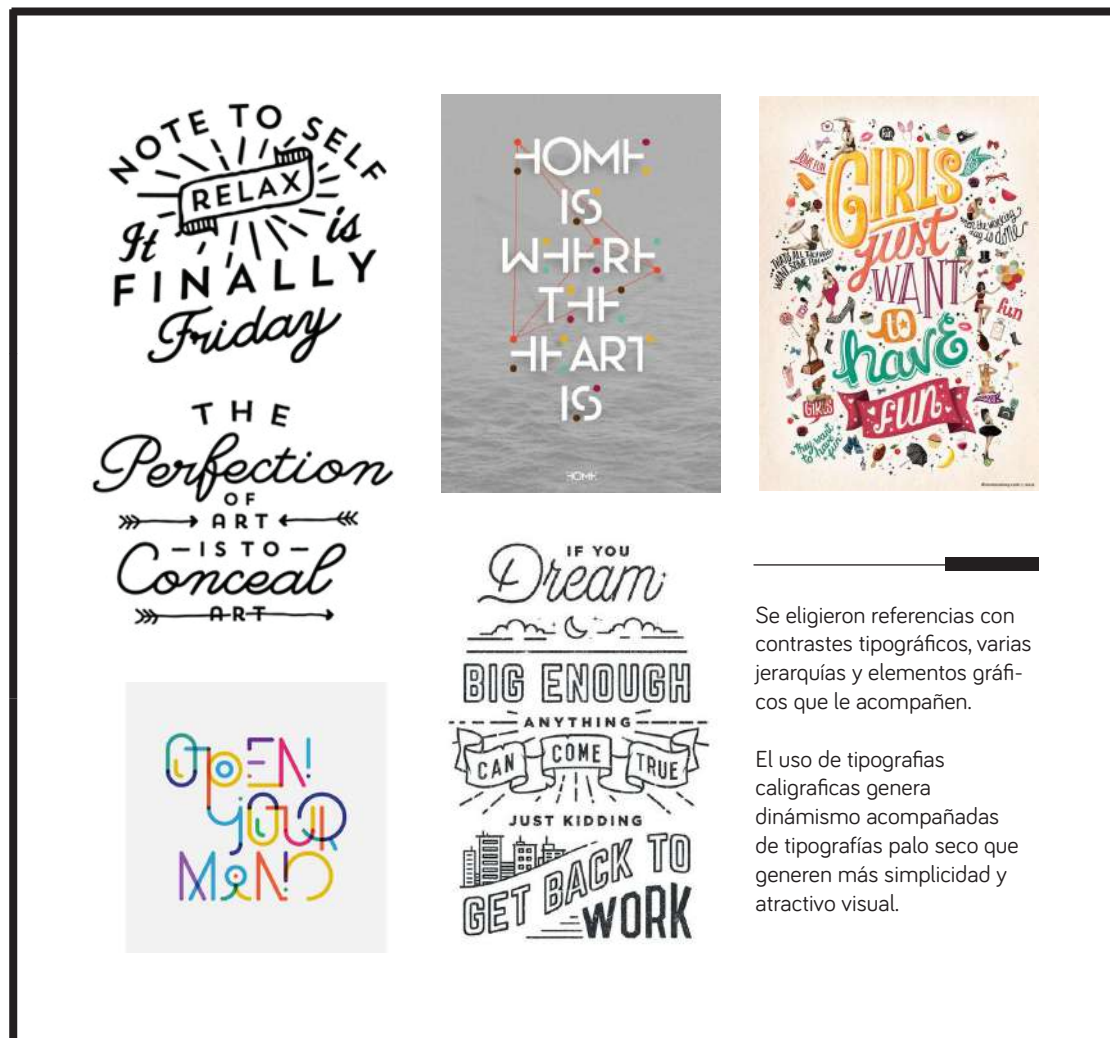
FUNCIÓN	Facilitar a los usuarios la lectura de los contenidos, por medio de secuencias de nivel lógico, así logrando que la comunicación sea eficaz y el contenido comprensible.
TECNOLOGÍA	Uso de secuencias modulares donde se utilice jerarquías que generen ritmo visual así creando continuidad, utilizando ejes horizontales.
EXPRESIÓN	Sensación de Serenidad/Orden



CODIFICACIÓN EN BASE A LA TIPOGRAFÍA

"EN BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CRECER"

FUNCIÓN	Brindar una jerarquía visual al estudiante, que genere personalidad, además que logre identificar los títulos y los cuerpos de texto dentro de la composición para un comprensión fluida y dinámica.
TECNOLOGÍA	Uso de las familias y contrastes tipográficos para jerarquizar la información, generar un recorrido visual que represente un orden a la lectura; uso de colores para generar más estructura.
EXPRESIÓN	Sensación de Positivismo/ Empatía



Se eligieron referencias con contrastes tipográficos, varias jerarquías y elementos gráficos que le acompañen.

El uso de tipografías caligráficas genera dinamismo acompañadas de tipografías palo seco que generen más simplicidad y atractivo visual.



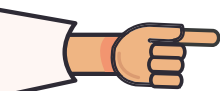
CODIFICACIÓN EN BASE A LA P.COLOR

FUNCIÓN	La paletas de color debe adecuarse al concepto y G.O por ello debe captar la atención, así mismo se generen una identidad con el proyecto.
TECNOLOGÍA	Uso de diferentes tonalidades para generar jerarquías; identificar la fe por medio de ellos, así mismo la combinación de colores cálidos y fríos representativos de la juventud y la religión.
EXPRESIÓN	Emoción de Alegría

"EN BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CRECER"



En base a la investigación previa de los colores litúrgicos se realizó la búsqueda de varias tonalidades de dichos colores que reflejen alegría y capturen la atención del G.O



CODIFICACIÓN EN BASE A LA ILUSTRACIÓN

"EN BÚSQUEDA DEL CAMINO DEL CRECER"

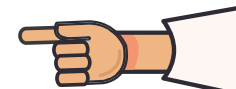
FUNCIÓN	La función de la ilustración es representar a los personajes más importantes de la fe católica de forma amigable y juvenil.
TECNOLOGÍA	Uso de técnicas de ilustración de personajes en tendencia que generen empatía y curiosidad en los estudiantes.
EXPRESIÓN	Sensación de Respeto/ Amigable





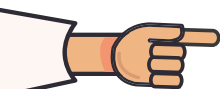


Se seleccionaron varios tipos de ilustración los cuales generan la expresión establecida, el uso de líneas connota dirección y simplicidad. Las texturas generan diferentes contrastes para crear armonía visual.



CODIFICACIÓN EN BASE A LA BROSHURE

ELEMENTO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
SOPORTE	El soporte debe ser resistente para su manipulación además de ser manejable e interactivo.	Utilizar material de impresión como husky o couché en dado caso sea un troquel, buscar que el estudiante interactue con él.	Emoción de Curiosidad
FORMATO	Este tiene como función informar al estudiantes, así mismo ser cómodo y versátil.	Uso de materiales y tamaños adecuados a la manipulación y resguardo para los estudiantes.	Sensación de Comodidad

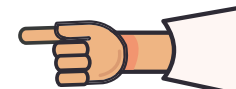


CODIFICACIÓN EN BASE A LA MEDIO ALTERNO

ELEMENTO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
SOPORTE	Su función es generar y cautivar al estudiante por medio de estrategias de comunicación, donde estos interactuen con el material	Por medio de la implementación de stickers de piso, murales, redes sociales o estructuras.	Sensación de Intéres/Emoción
FORMATO	La función del formato se basa en ser un medio que permita a los estudiantes conocer sobre la Pastoral sin incomodarlos.	Mezclar el uso de soportes digitales y materiales, donde se interactue con los estudiantes.	Sentimiento de Alegría

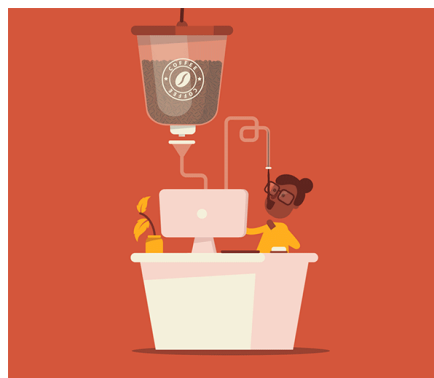
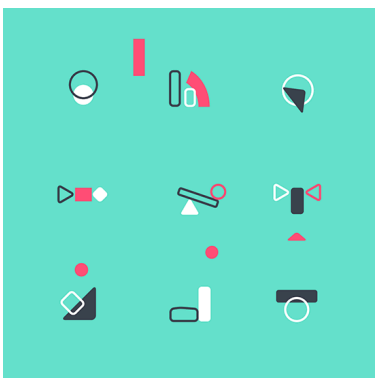


Las referencias utilizadas mezclan reflejan la interacción del usuario y llamar la atención, se pueden retomar conceptos para las propuesta, en ellos se genera empatía y felicidad.



CODIFICACIÓN EN BASE A LA GIF'S

ELEMENTO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
FORMATO	El formato es digital, por lo mismo este será contenido de redes sociales, su función es crear interacción y motivación para los estudiantes.	Este puede implementarse en diferentes tamaños, donde los estudiantes no lo pasen desapercibido.	Sensación de Interés
ANIMACIÓN	La función de la animación es cautivar al estudiante por medio de las animaciones en un tiempo alternado, el cual comparten.	La aplicación de la animación puede ser con la interacción de un click o la herramienta de compartir.	Sentimiento de Motivación



A la hora de realizar un GIF es importante animar un elemento que cree un punto focal, ya que al animar todo puede perderse la finalidad del GIF; por ello se eligieron referencias donde se animan el fondo, las olas o el proceso de tomar café.

CODIFICACIÓN EN BASE A LA BOLETÍN

ELEMENTO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
SOPORTE	El soporte del boletín tiene la función de ser un material que se comparta o actualice mensualmente, por ello debe ser durable.	Por medio de material digital se puede implementar elementos creativos para crear un boletín que genere armonía e interés.	Sentimiento de Intriga
FORMATO	El formato debe ser digital por lo mismo su función es tecnológica y busca ser visto en la red para conocer experiencias de los estudiantes.	Publicaciones por medio de fotografías y ejes interesantes donde se refleje y se interactue por parte de los estudiantes.	Sensación de Atención



Este puede ser una versión editorial publicada por medio de ISSU, por ello se colocaron libros digitales o en este caso la utilización de post en redes sociales.



CODIFICACIÓN EN BASE A LA STICKERS

ELEMENTO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
FORMATO	La función es crear identificación con la Pastoral Landivariana así mismo por medio de los stickers ser un incentivo y recuerdo del amor de Jesús.	Este se puede representar de varias formas geométricas, como círculos, cuadrados sin embargo el uso de troqueles captura la atención de los estudiantes.	Sentimiento de Agradecimiento

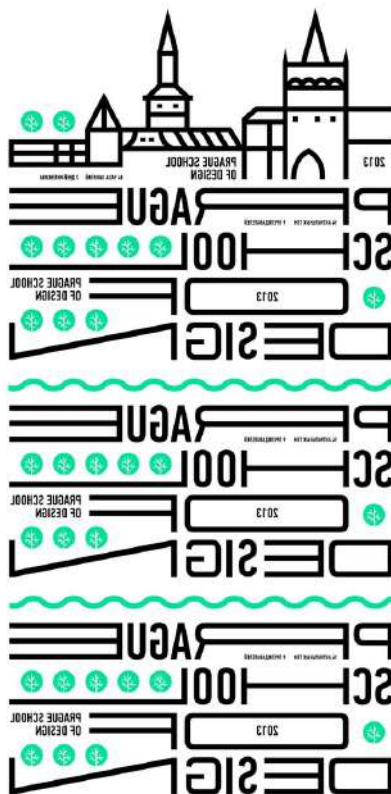
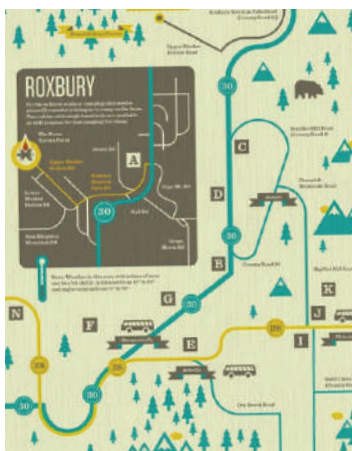


Por medio del uso de la palabra búsqueda se pueden implementar varios troqueles como brújulas, mapas, regalos o elementos de crecimiento.

CODIFICACIÓN FINAL

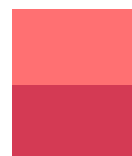
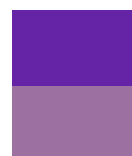
MOODBOARD

EJES/RETÍCULAS



Se seleccionaron este tipo de ejes y retículas para la elaboración de las estructuras y elementos gráficos ya que presentan orden y simplicidad, así mismo el uso de varias direcciones genera orientación, el uso líneas curvilíneas generará en los estudiantes un aspecto más amigable para percibir a la Pastoral.

PALETA DE COLOR



Para la paleta de color se seleccionaron colores que generarán armonía entre ellos, además que representaran la juventud y la alegría de vivir en la fe, así mismo se seleccionaron los colores que representan la liturgia católica en base a las celebraciones o significados simbólicos.



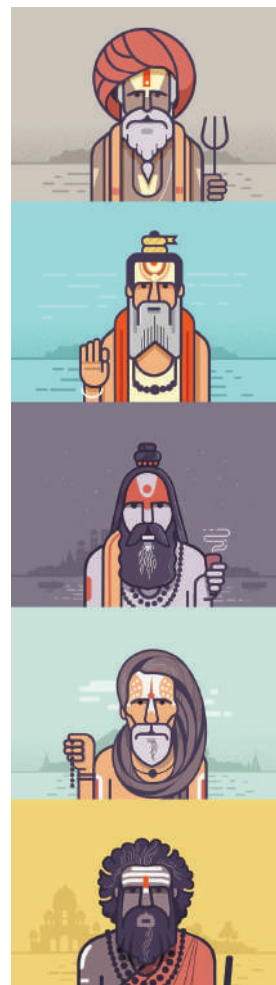


TIPOGRAFÍA

Se seleccionó este juego tipográfico ya que dentro de las preferencias gráficas por parte del G.O se evidencio un interés más específico por la ilustración y la tipografía.

El uso de fuentes tipográficas ordenadas y contrastadas lograran presentar a la Pastoral como una unidad amigable e interesante.

ILUSTRACIÓN



Se selecciono este tipo de ilustración ya que para el G.O era una de las más interesantes, así mismo es una tendencia la cual abstrae elementos primordiales para comunicar, logrando más efectivo el proceso de comunicación.

La simplicidad de la ilustración se asocia con la juventud, además del uso de elementos lineales para la abstracción.



[10]

PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA
DE MEDIOS

PLAN DE MEDIOS

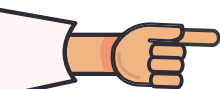
MATERIAL PUBLICITARIO

MEDIOS A UTILIZAR

PIEZAS, MEDIO, SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO
1 ✱ (BTL) Recaudador de Oraciones/Medio Impreso y Digital	Material Promocional	Su finalidad es dar a conocer a la Pastoral como una entidad que apoya a los alumnos.
2 Afiche dispensador de stickers y brochure, medio impreso	Área de Intervención (Publicidad)	Su propósito es dar a conocer a la Pastoral en los estudiantes de forma amigable.
3 Stickers (Adhesivo Brillante) Material Impreso	Área de Intervención (Publicidad)	Su propósito es dar a conocer a Pastoral como un espacio amigable y motivarlos por medio de frases.

FORMA DE DISTRIBUCIÓN

LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Este será distribuido en el departamento de Pastoral y también se implementará en línea.	Esto se implementarán todos los meses del año para los estudiantes que lo necesiten.	Estas cajas serán ubicadas por la Pastoral dentro de la Universidad, y serán rotadas dentro de la Institución
Este será distribuido en las carteleras de cada facultad, la capilla Santa Sofía y salones varios.	Se implementará del mes de Junio a Julio en el horario Matutino y Vespertino	Los encargados de Pastoral colocarán los afiches en los respectivos lugares mencionados.
Este será distribuido en las carteleras de cada facultad, la capilla Santa Sofía y otros sectores	Estos podrán ser obsequiados en cualquier año y época.	Estos se brindarán por medio de los afiches y departamento de la Pastoral.



MATERIAL INFORMATIVO

MEDIOS A UTILIZAR

PIEZAS, MEDIO, SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO
4 Brochure con medio impreso	Material Informativo/ divulgativo	Su finalidad es dar a conocer la misión de la Pastoral así mismo brindar información de esta unidad.
5 Gif's Motivadores medio digital	Material Digital/ Informativo	Su propósito es que los estudiantes se sientan motivados por medio de las frases, compartiendo con los demás.
6 Post de Facebook, medio digital	Material Digital/Informativo	La finalidad de estos es brindarle información a los estudiantes sobre lo que hace Pastoral y cómo fortalecer su fe.

FORMA DE DISTRIBUCIÓN

LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Este será distribuido en el departamento de Pastoral y se colocarán en los afiches donde los estudiantes más concurran.	Estos se implementarán todos los meses del año para futuros conocedores.	Estos se entregarán por medio de la secretaria del departamento de la Pastoral y los afiches.
Este será distribuido por medio de las redes sociales de la Pastoral, que es URL, Pastoral en Facebook	Estos se implementarán en el mes de Junio y Julio	Estos se distribuirán por medio del personal encargado de redes sociales de la Pastoral.
Este será distribuido por medio de las redes sociales de la Pastoral, que es URL, Pastoral en Facebook	Estos se implementarán durante el año, en base a las ocasiones que se presenten.	Estos se distribuirán por medio del personal encargado de redes sociales de la Pastoral.



MATERIAL DIGITAL/INFORMATIVO

MEDIOS A UTILIZAR

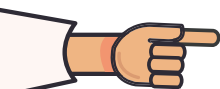
PIEZAS, MEDIO, SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO
7 Correo Electrónico de Cumpleaños, medio digital (Personalizado)	Material Digital	Este le dará un valor agregado a la Pastoral por medio de felicitaciones personalizadas, como gesto de amistad.
8 Boletín de Experiencias	Material Digital/ Informativo	Su finalidad es brindarle a los estudiantes las experiencias de sus demás compañeros incitándolos a participar.

FORMA DE DISTRIBUCIÓN

LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Este será distribuido por medio de los correos directos a los estudiantes de las bases de datos.	Estos se mandarán a diario en base a los cumpleaños que se celebren.	Estos se distribuirá por medio del personal encargado de contenido digital en la Pastoral.
Estos serán distribuidos por medio de sus redes sociales Facebook en este caso.	Estos se publicaran en quincenalmente o mensualmente.	Estos se distribuirán por medio del personal encargado de redes sociales de la Pastoral.



Este elemento fue evolucionado dentro del proceso de validación
ver Anexo 9



FASES ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN

FASE I

Esta fase posee como propósito introducir a la Pastoral por medio de una campaña promocional entre los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar. Esta fase se implementará por piezas las cuales tendrán un tiempo establecido dentro de la campaña, por ello no se puede definir en un tiempo exacto.

1 MEDIO BTL

Esta pieza se implementará dentro de las instalaciones de la Pastoral, cerca de esta unidad, será la primera en dar a conocer entre los estudiantes esta unidad, la cual buscará generar un impacto en ellos sobre la personalidad de la Pastoral Universitaria Landivariana, la duración será indefinida ya que cada 15 días esta caja será llevada a la celebración litúrgica y se pedirá por cada una de las oraciones.

RECAUDADOR DE ORACIONES

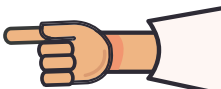
Modo de Implementación: Esta pieza se implementará dentro de las instalaciones de la Universidad, en la Pastoral y contenido digital en las redes sociales de la unidad, por medio de ella se dará a conocer a la Pastoral como entidad de apoyo, el tiempo estimado de la pieza es indefinido ya que puede implementarse todos los años, su lanzamiento es posterior al BTL, por ello debe ser en la tercera semana de Junio.

2 AFICHE DISPENSADOR DE STICKERS

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará en las instalaciones de la Universidad en cada facultad y dentro de la Capilla Santa Sofía, este afiche contendrá los stickers promocionales que serán regalados de Pastoral, la duración de estos afiches es aproximado de 2 meses, comenzando en la cuarta semana de Junio.

3 STICKERS

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará en las instalaciones de la Universidad en cada facultad y dentro de la Capilla Santa Sofía, se encontrarán en los afiches y en el departamento de la Pastoral; cuando se agoten los stickers los estudiantes si desean uno podrán recibirlo llegando a la unidad, la duración será de dos meses, comenzando en la cuarta semana de junio.



FASE II

Esta fase posee como propósito informar a los estudiantes landivarianos sobre la Pastoral por medio de material informativo/divulgativo. Estas piezas se implementarán por un tiempo indefinido ya que funcionarán por medio de etapas las cuales se explicarán a continuación:

4 BROSHURE

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará dentro de las instalaciones de la Pastoral, ya que los estudiantes pueden solicitar más información acerca de lo que hace, por ello esto tendrá una duración indefinida, debido a que es material que informa directamente de la unidad.

6 POST DE FACEBOOK

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará dentro las redes sociales, específicamente en Facebook, para esta se realizará una estrategia de publicación de posts, anexada seguidamente de esta fase. Se dividirán en Post Informativos, Post de Consejos Prácticos (Semana Santa) y Post Recopilatorios de Citas (GIF'S). El tiempo se dividirá estratégicamente para su publicación.

➤ Ver página 162

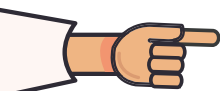
5 GIF'S MOTIVADORES

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará en las redes sociales de la Pastoral Universitaria Landivariana, solamente en Facebook ya que es la única que posee. La duración de la campaña de gif's serán lanzados en la cuarta semana de Junio, posteriormente de la publicación de los afiches.

➤ Son parte de los Post de Facebook

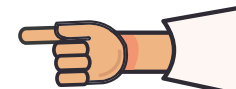
7 FELICITACIÓN DE CUMPLEAÑOS POR CORREO ELECTRÓNICO

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará por correo electrónico, será enviada a los estudiantes por sus cumpleaños, como un detalle de la Pastoral, este material será personalizado para cada alumno. Se implementará en cada día para cada cumpleaños.



8 BOLETÍN DE EXPERIENCIAS

Modo de Implementación: Esta pieza se implementará en las redes sociales de la Pastoral, específicamente en Facebook; este tipo de post son sobre experiencias propias de los estudiantes que han participado en actividades de la Pastoral. Este boletín se implementará quincenalmente.



ESTRATEGÍA DE CONTENIDO PARA PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES

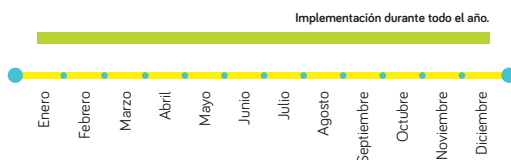
POST

INFORMATIVOS

El contenido de estos post es de carácter informativo por medio de él se informarán acerca de los siguientes aspectos:

- Fecha y Horario de Celebraciones Litúrgicas
- Actividades Próximas a realizar.
- Información sobre charlas y expositores.
- Datos Internos de la Pastoral

Tiempo



POST

CONSEJOS PRÁCTICOS

El contenido de estos post es una serie de consejo para la época de cuaresma que ayuden a los estudiantes a prepararse para la Semana Santa.

- Consejos de Preparación para la Cuaresma

Tiempo



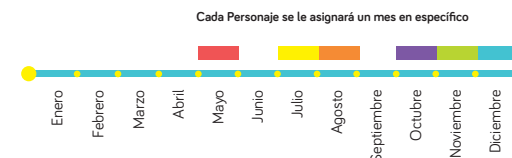
POST

RECOMPILATORIOS DE CITAS

El contenido de estos post son de citas inspiradoras que motiven al estudiante, por medio de personajes religiosos famosos e importantes entre ellos:

- Jesús
- María
- San Ignacio
- Papa Francisco
- María Teresa de Calcuta
- Juan Pablo II

Tiempo



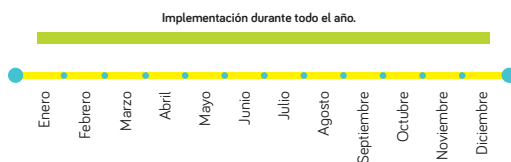
POST

TIPS PARA FORTALECER LA FE

El contenido de estos post es de carácter informativo por medio de él se informarán acerca de los siguientes aspectos:

- ¿Cómo mejorar su relación con Dios?
- ¿Qué tipo de actividades pueden realizar para fortalecer su fe?
- ¿Cómo pueden inspirar a los demás?

Tiempo



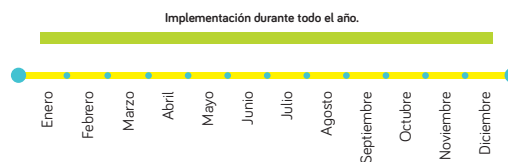
POST

CHECKLIST (¿QUÉ HACER?)

El contenido de estos post se basa en una serie de actividades que pueden realizar para mejorar su relación con Dios y los demás.

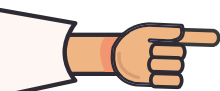
- ¿Qué puedo hacer por mi?
- ¿Qué puedo hacer por los demás?
- ¿En qué puedo participar dentro de mi Iglesia?

Tiempo



LÍNEA DEL TIEMPO DE LAS FASES ESTRATEGICAS DE IMPLEMENTACIÓN

		MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
FASE I											
	> 1. Rec. de Oraciones										
	> 2. Afiche Disp. Stickers										
	> 3. Stickers										
FASE II	> 4. Brochure										
	> 5. Gif's Motivadores			Juan Pablo II		San Ignacio	M. Teresa de C		María	Papa Francisco	Jesús
	> 6. Post de Facebook										
		Cuaresma									
		Actividades de la Pastoral y demás contenido									
	> 7. Correo de Cumpleaños										
	> 8. Boletín Informativo										



The background of the slide is a yellow grid with a faint, repeating architectural site plan. The plan includes various labeled areas: 'TORRE DE ESTACIONAMIENTO' (Parking Tower), 'PASTORAL EDIFICIO I' (Pastoral Building I), 'AUDITORIUM', 'BIBLIOTECA' (Library), 'CANCHIA DEPORTIVA' (Sports Field), and 'ESTACIONAMIENTO' (Parking). The plan also features several letters (A, B, C, D, E, F, G, H, J, L, M, N, S) and numbers (4, 5) within circular or rectangular markers, indicating specific locations or zones.

[11]

BOCETAJE

PARA DEFINIR LA
PROPUESTA PRELIMINAR

INDICACIONES DEL PROCESO DE BOCETAJE

PARA DEFINIR PROPUESTA PRELIMINAR

El proceso de bocetaje se llevó a cabo por medio de dos etapas. La primera etapa consiste en el desarrollo de los elementos gráficos principales, luego se procedió a bocetar las piezas individualmente con los elementos definidos anteriormente bajo el concepto "En búsqueda del Camino del Crecer", el bocetaje se encuentra dividido en las siguientes etapas:

Etapas I: ELEMENTOS GRÁFICOS

- > Ilustración (Personajes de la Fe)
- > Paleta de Color
- > Tipografía Primaria (Letterings y Cuerpo de Texto)
- > Elemento Gráficos
 - Mapa
 - Brújula

Etapas II: PIEZAS ESPECÍFICAS

- > Medio BTL
- > Material de Recaudación de Oraciones
- > Afiche Dispensador de Stickers
- > Stickers
- > Brochure
- > Calendario
- > Gif's Motivadores
- > Post de Facebook
 - Consejos Cuaresma y Actividades
- > Correo de Cumpleaño
- > Boletín de Experiencias

A continuación se mostrará el proceso que se llevó a cabo para la realización de la propuesta preliminar del proyecto de la Pastoral Universitaria Landivaria, para comprender fácilmente el proceso se implementaron una serie de íconos que verán durante la propuesta, esta se realizó en base los siguientes íconos:



> **Bocetaje Manual**



> **Bocetaje Digital**



> **Propuesta Seleccionada**



> **Propuesta Final Elegida**



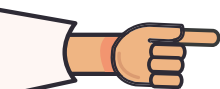
> **Propuesta Descartada**

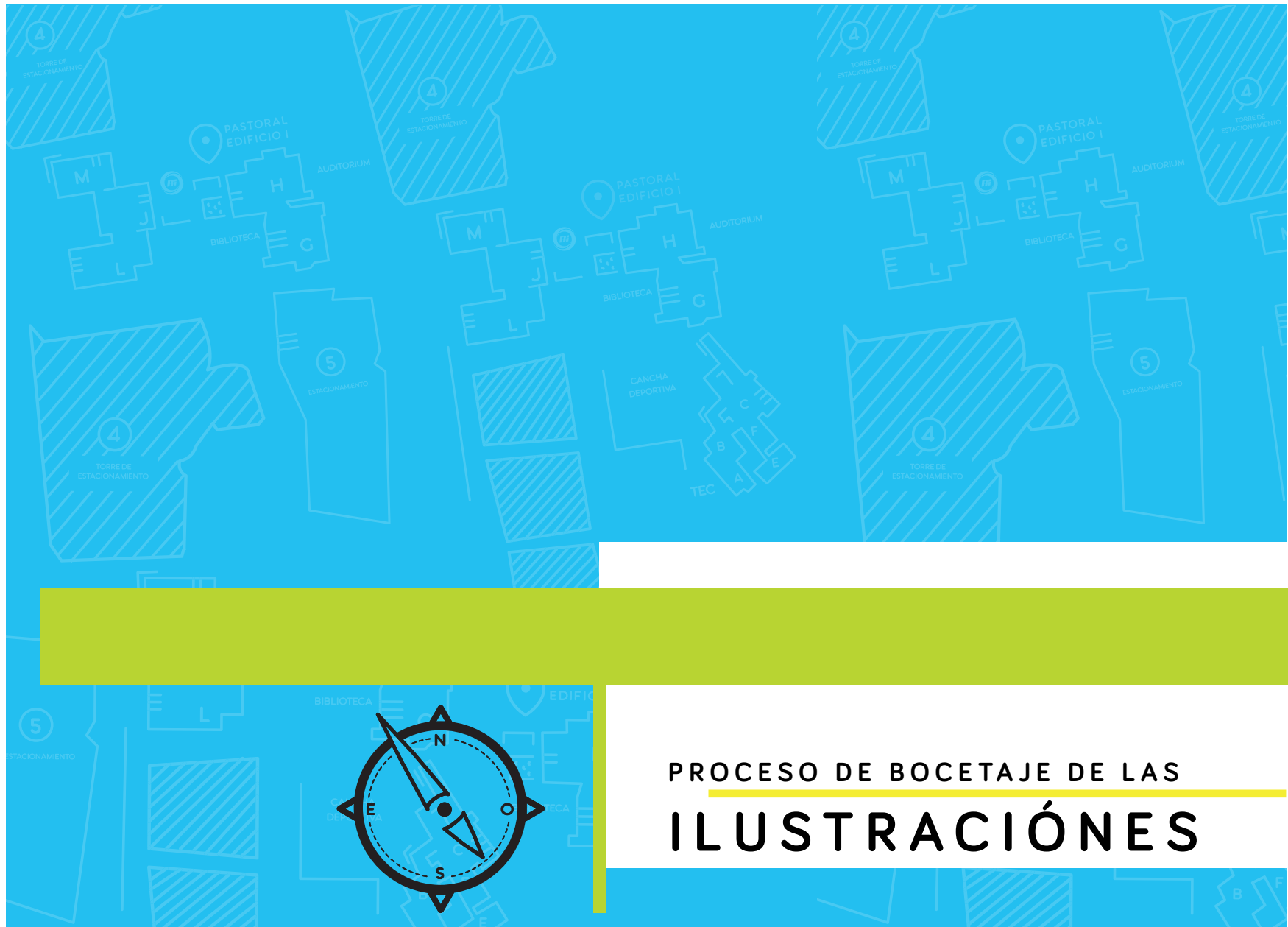


> **Anotaciones**



> **Anotaciones en base al G.O, Cliente o Autores del MT.**





PROCESO DE BOCETAJE DE LAS
ILUSTRACIONES

REFERENCIAS GRÁFICAS

Se tomó esta referencia para la ilustración de los personajes, la cual esta basada en la tendencia monoline.



El tipo de ilustración elegido se basó también en la elección del grupo objetivo ya que la gran mayoría prefirió el uso de ilustración para recibir este tipo de mensajes.

Se retomaron varios elementos de la referencia los cuales se mencionan a continuación para luego proceder a realizar el bocetaje manual y digital de cada uno de los personajes:



Se tomó de referencia la construcción de la mano para darle a los personajes un aire más amigable, la cual exprese un saludo, o señale como en la referencia.

Se eligieron retomar elementos de esta referencia como el uso de sombras y luces por medio de líneas para los personajes, los personajes dentro de la referencia no muestran mucha expresividad por ello se deben bocetar diferentes expresiones y rasgos.



BOCETAJE MANUAL

BARBAS



Las formas de la barba se ven muy saturadas, no genera simplicidad.



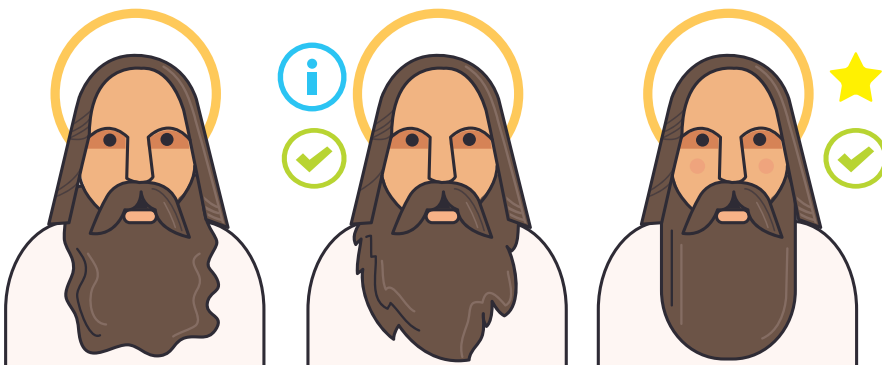
Se seleccionaron las siguientes barbas, para proceder a su digitalización; colando pruebas con diferentes formas y dimensiones.



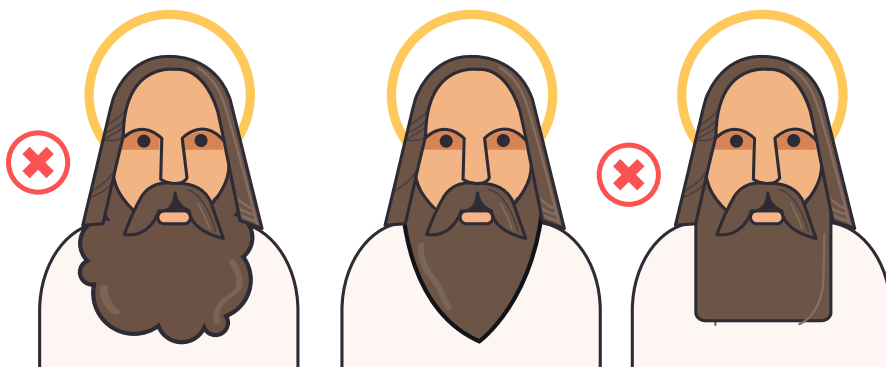


BOCETAJE DIGITAL

BARBAS



Se eligieron estos estilos de barba va más adecuado al tipo de ilustración que se esta manejando en la tendencia monoline por lo mismo se buscó que se integrara de forma correcta con los personajes y la personalidad que se quiere lograr transmitir.



La primera propuesta elegida de la barba, es con trazos irregulares con más volumen la cual transmite dinamismo, sin embargo la segunda propuesta es más simplificada, se eligió como final esta entre las demás porque se ve más integrada con el personaje y los trazos curvos son más amigables, asimismo no se sobre carga la propuesta.



El uso excesivo de trazos curvos transmite informalidad, asimismo no es una simplificación como lo maneja la tendencia lo cual hace que se vea cargado

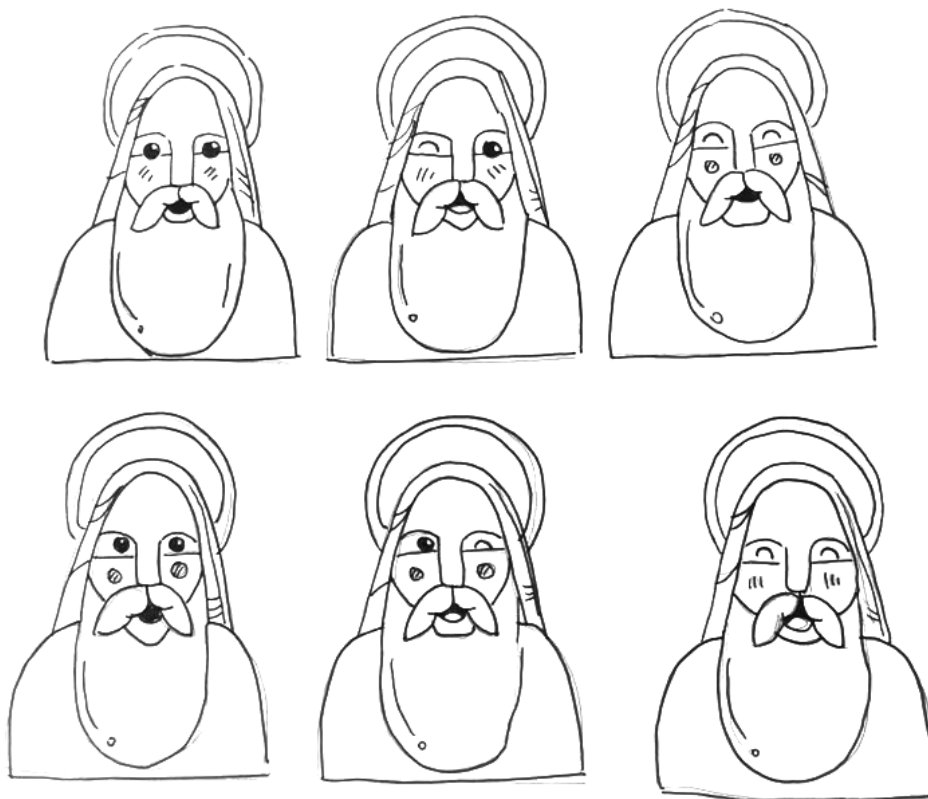


Al utilizar trazos muy rectos y cuadrados se transmiten una personalidad más tosca y poco amigable la cual no se quiere relacionar con la Pastoral.

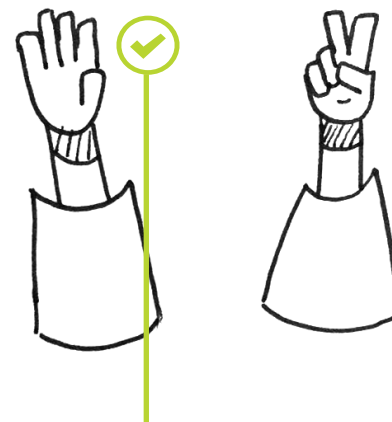


BOCETAJE MANUAL

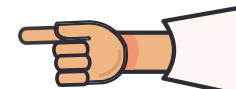
EXPRESIONES DEL ROSTRO



Se eligieron cada una de las expresiones y variaciones del rostro para observar cual de todas se ve más confiable y amigable para el G.O y la imagen de la Pastoral Universitaria Landivariana.



Se probaron dos tipos de manos, una con el símbolo de amor y paz y la otra del saludo, la opción de amor y paz es muy informal para la institución y se puede dar a interpretar de una forma más hippie no tanto de confianza de fe, por ello se eligió la mano del saludo para que se perciba una personalidad más amigable.



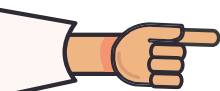
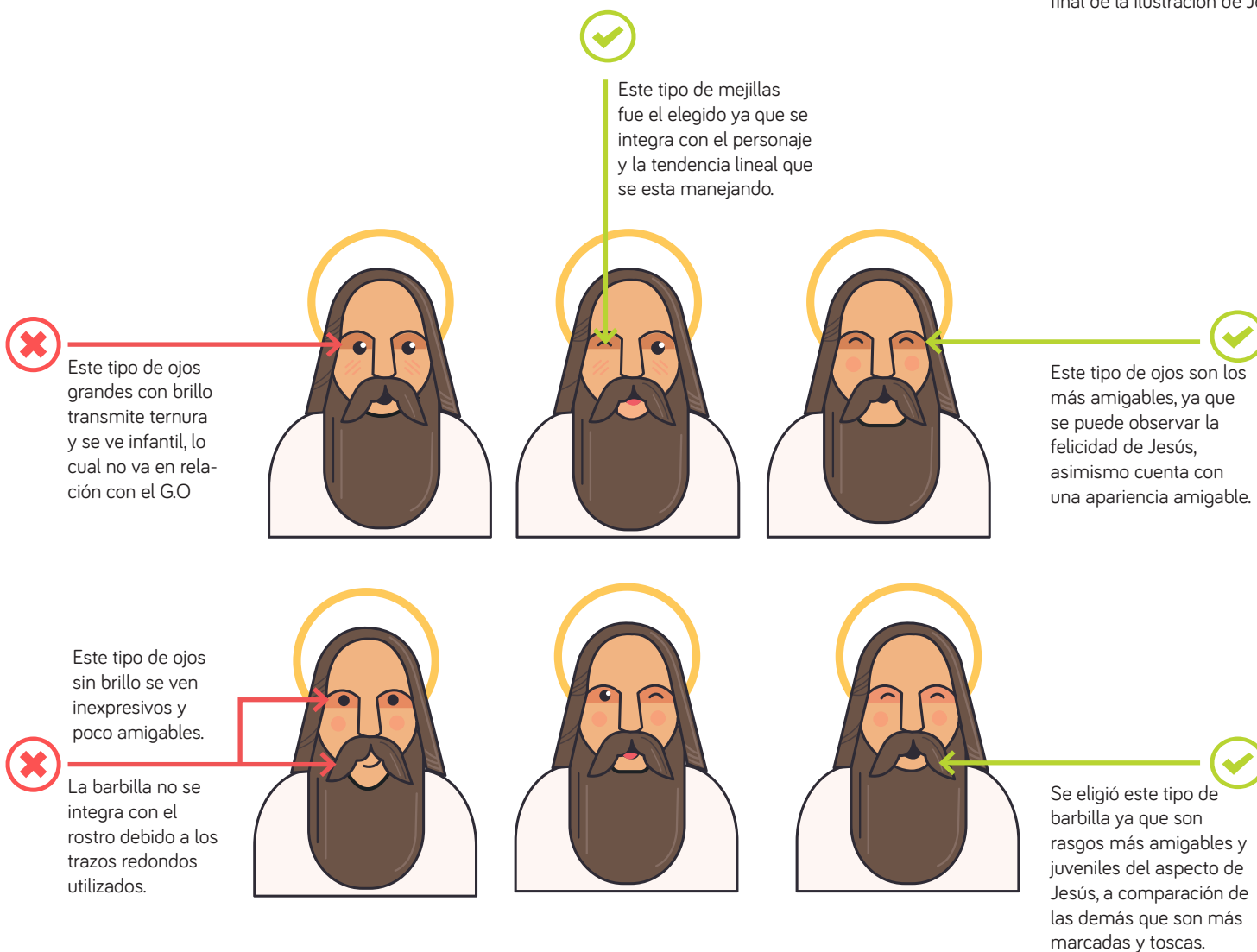


BOCETAJE DIGITAL

EXPRESIONES DEL ROSTRO



Luego de elegir la barba del personaje, se procedió a elegir los rasgos del rostro de Jesús por ello se realizaron diferentes barbillas, tipo de ojos, expresiones, bocas y mejillas. a continuación se explicarán que elementos de eligieron finales para la composición final de la ilustración de Jesús.



★ PROPUESTA FINAL

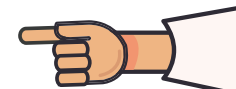
ILUSTRACIÓN JESÚS



ANTERIOR

- ▼ En base al proceso de bocetaje se logró determinar que la expresión de la primera propuesta fue muy seria en consecuencia Jesús se percibía como que si no tuviera vida por ello a la hora de cambiar la expresión de los ojos se logró que la expresión se percibiera más amigable así mismo se agregó la mano saludando lo cual le agrega a ser una persona que ofrece su amistad y no la de un gobernador.

Al final la elección de los ojos más alegres fue la acertada para su expresión y personalidad, a partir de estas expresiones, facciones Y construcción se derivó la de los demás personajes.



REFERENCIAS GRÁFICAS

Para la Virgen María se buscaron referencias relacionadas a las advocaciones más reconocidas dentro de los jóvenes entre ellas la Virgen de Fátima, la Virgen del Carmen, la Virgen de la Asunción y la Virgen de Guadalupe:

Se retomaron varios elementos de la referencia los cuales se mencionan a continuación para luego proceder a realizar el bocetaje manual y digital de las diferentes advocaciones llegando a la propuesta final:



Virgen de Fátima

Se retomó el corazón de la Virgen de Fátima y su manto color blanco con toques amarillos/dorados a la orilla.



Virgen del Carmen

Para la Virgen del Carmen se retomó el uso de los escapularios siendo este el elemento más representativo de ella, además se utilizaron los colores del manto como el café y el beige.



Virgen de la Asunción

Se retomó el color celeste del manto de la Virgen así mismo la corona de estrellas que es representativa de ella.



Virgen de Guadalupe

Se retomó el color verde del manto y las estrellas, así mismo la posición de las manos en oración.

La luna posicionada bajo los pies de la Virgen de Guadalupe también se tomó de referencia.



BOCETAJE MANUAL

ADVOCACIONES ELEGIDAS



Advocaciones Marianas

Entre varias advocaciones se eligieron 4, la Virgen de Fátima, la Virgen del Carmen, la Virgen de la Asunción y la Virgen de Guadalupe, cada una de ellas con elementos representativos.

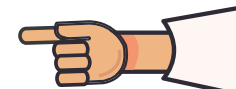
Se digitalizarán cada una de ellas para encontrar la propuesta que más se adecue a la necesidad de la Pastoral Universitaria.

Expresiones

Las expresiones elegidas se decidieron probar en las advocaciones para encontrar la que mejor se perciba con una personalidad amistosa que demuestre confianza y serenidad.



No se eligió esta ya que la expresión se observa rara y poco amigable a comparación de lo que se desea proyectar.





BOCETAJE DIGITAL

EXPRESIONES Y ADVOCACIONES

La corona le agrega un plus más parecido a la Virgen de Fátima lo cual hace más referencia a ella.



Virgen de Fátima

No se eligió a la Virgen de Fátima ya que no es tan reconocida dentro de los jóvenes, sin embargo es una advocación que demuestra humildad y esperanza.

Se abstrajo el corazón representativo de la Virgen de Fátima.

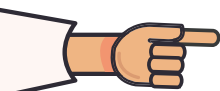
Se realizaron dos tipo de coronas sin embargo al ver la imagen se puede observar que es la mezcla de las dos.



Virgen del Carmen

Esta no fue elegida debido a que es otra de las representaciones que no es tan reconocida dentro de los jóvenes.

Se ilustró el escapulario de la Virgen, representativo de esta advocación.





Se utilizó esta corona ya que es la representación de la Virgen de la Asunción.



Virgen de la Asunción

Virgen de la Asunción se celebra el 15 de Agosto, sin embargo esta no es tan reconocida dentro de los jóvenes.

Se colocó un rosario que son elementos muy representativos dentro de los jóvenes guatemaltecos.



Se utilizó el manto verde con estrellas representativo de esta advocación, así mismo se utilizó la luna que pose la Virgen por debajo de los pies.



Virgen de Guadalupe

Se eligió finalmente a la Virgen de Guadalupe porque es ella es la patrona de toda latinoamérica, siendo así la advocación más reconocida mundialmente.

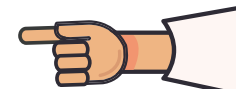
Esta fue elegida principalmente porque los jóvenes la reconocen fácilmente.

Expresiones

Esta no se eligió debido a que la boca no se percibe como una sonrisa.

Esta expresión no fue elegida ya que se percibe muy informal

Se eligió esta ya que en su mayoría la Virgen posee una expresión de paz y felicidad.





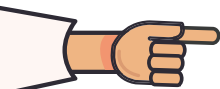
PROPUESTA FINAL

ILUSTRACIÓN MARÍA



Finalmente se eligió a la Virgen de Guadalupe por ser la patrona latinoamericana una de las advocaciones más conocidas en el mundo. Se manejaron varias estrellas de diferentes tamaños en el manto, así mismo una expresión de paz y confianza, la cual transmita a los estudiantes una persona en la que pueden confiar como su mamá.

El uso de la luna se agregó para reforzar aún más la imagen y representación guadalupana, la corona de estrellas se utilizó para reforzar el mensaje de la reina del mundo y la mamá de Jesús, siendo así una mujer santa digna de ser admirada por cada individuo, eso mismo refuerza el mensaje que es pura y santa. ***Proceso de Validación Pág. 304"**



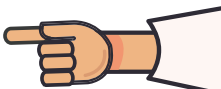
REFERENCIAS GRÁFICAS

Para San Ignacio se utilizó esta referencia para representarlo en ella utiliza un traje rojo con ornamentos dorados, posee una barba la cual le representa a San Ignacio, por ello se decidió utilizar esta referencia a continuación se muestra el procedimiento para su realización:



San Ignacio Loyola

Se retomó el traje y sus características fáciles.



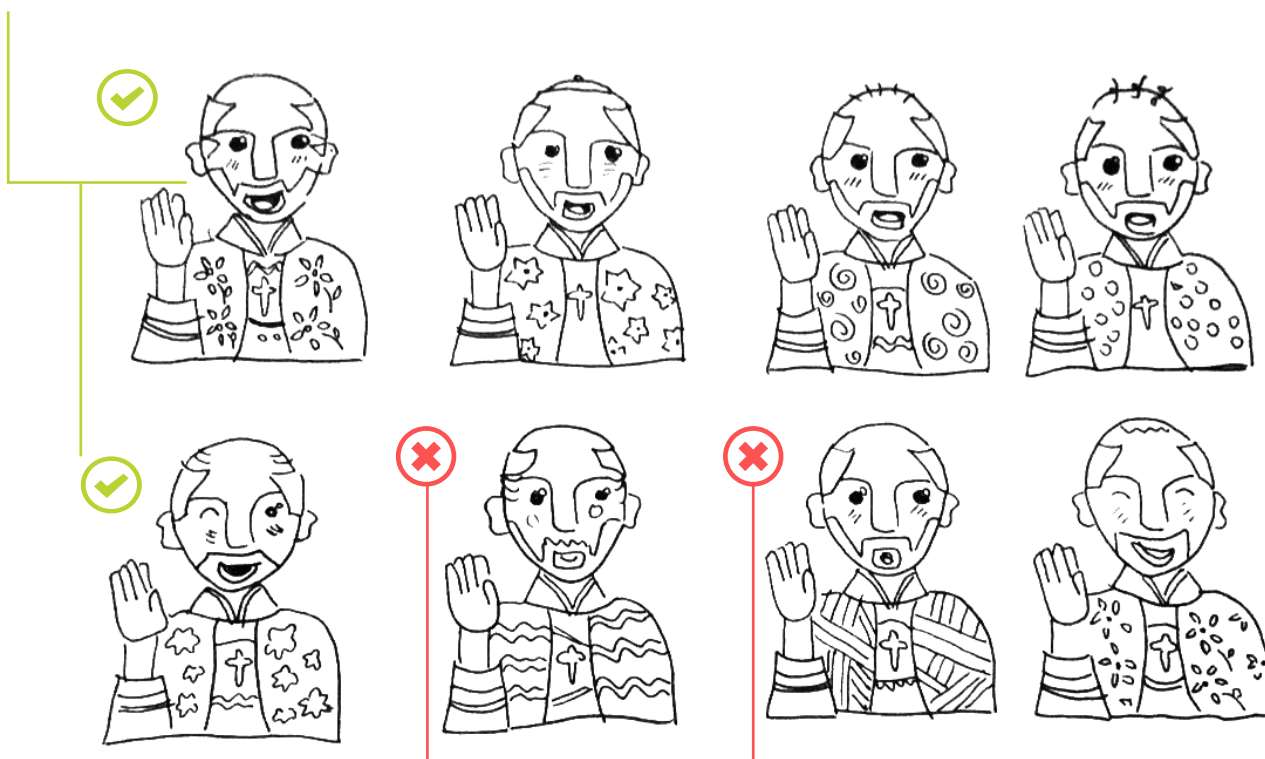


BOCETAJE MANUAL

RASGOS Y ELEMENTOS

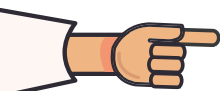
Expresiones y Traje

El uso de ornamentos con flores crea una mejor relación con la ropa que poseía San Ignacio en la referencia elegida, así mismo de la época. La sonrisa y los ojos abiertos generan una expresión más amistosa y confiable.



Expresiones y Traje

Este tipo de apliques en el traje lo harán ver muy informal como en la opción 1 y en la segunda las líneas contrarias en varias direcciones saturarían la propuesta.



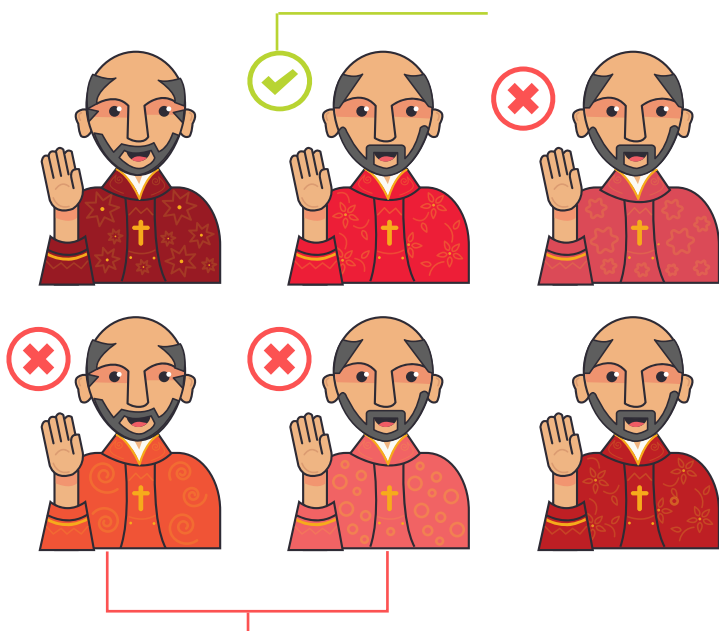


BOCETAJE DIGITAL

EXPRESIONES Y RASGOS FACIALES

Expresión y Ornamentos

Se eligió este tipo de ornamentos ya que son los que más reflejan la época de San Ignacio, así mismo el color rojo más encendido para que se perciba fácilmente por los estudiantes.

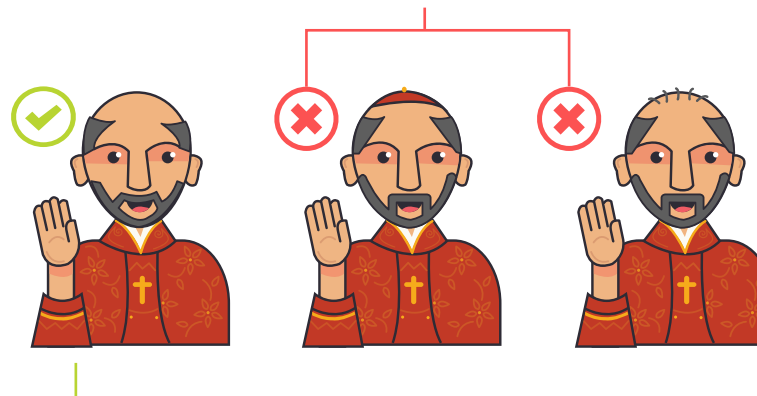


Trajes Ornamentos

Este tipo de ornamentos en el traje de San Ignacio se ven muy infantiles y no poseen características de esa época.

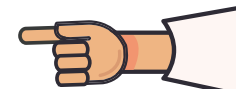
Barbas y Cabello

Estas no se eligieron ya que dentro de la referencia no posee San Ignacio el solideo que es el gorrito que cubre su cabeza, la segunda opción hace ver de forma informal a San Ignacio.



Barbas y Cabello

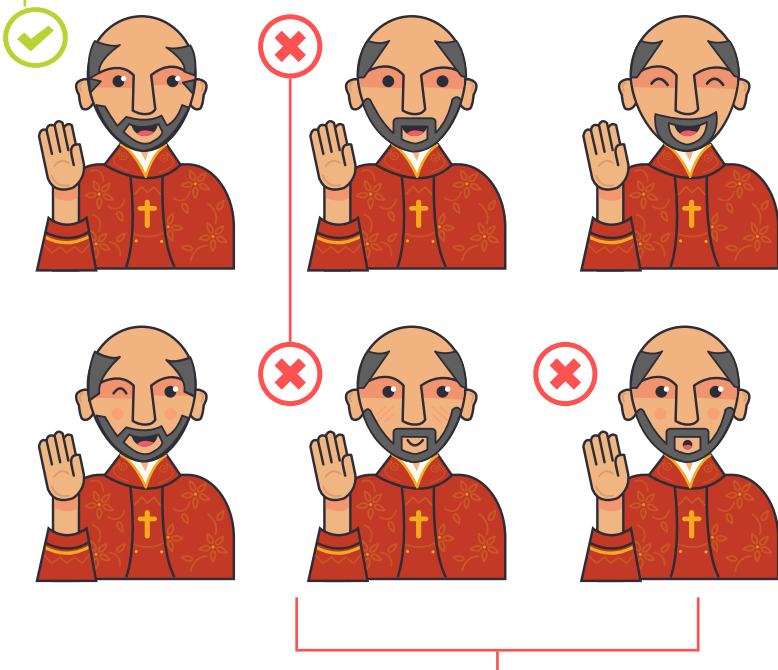
Dentro de la elección de barbas y cabello se optó por la barba que hace más relación a la referencia, que es la opción 1.





Expresiones

La Expresión elegida fue el uso de los dos ojos con brillo ya que esto le agrega a San Ignacio un apersonalidad amigable y receptiva, como se desea que se le perciba.



Expresiones

Los siguientes no fueron elegidos ya que no representan a la una personalidad amigable, la primer opción no se percibe con sentimientos ya que los ojos parecen no tener vida, la segunda opción la sonrisa no demuestra alegría y la tercera no va con el concepto o expresión que se necesita.



Se debe enfatizar en el rol del pensamiento Ignaciano por ello se busca que el reflejo de los estudiantes en San Ignacio sea de una persona de amistad y confianza, que busca reflejar su espíritu de servicio en los demás.





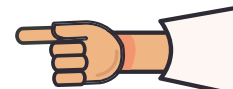
PROPUESTA FINAL

ILUSTRACIÓN SAN IGNACIO



★ Finalmente se eligió este tipo de ornamentos y expresiones de San Ignacio ya que estas transmiten a una persona confiable, con una actitud amigable y alegría, siendo así una representación del mensaje que desea la Pastoral que se refleje en los estudiantes.

El uso del color rojo intenso en el traje de San Ignacio es para cautivar a los estudiantes por medio de colores vivaces que reflejen la alegría de vivir en la fe.



REFERENCIAS GRÁFICAS

Para el Papa Francisco se buscaron elementos que le representen significativamente entre ellos se encuentra su sonrisa, sus anteojos y su gorrito el cual tiene por nombre solideo, así mismo su traje blanco y su cruz; este tipo de elementos hacen que sea más fácil reconocer al Papa Francisco.

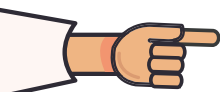
Se retomaron varios elementos de la referencia los cuales se mencionan a continuación para luego proceder a realizar el bocetaje manual y digital de las diferentes versiones del Papa para llegar a la propuesta final:

Papa Francisco

En la primera imagen se toma por referencia la sonrisa siempre presente del Papa Francisco.

En la segunda imagen se presenta el uso de los anteojos del Papa, los cuales le distiguen entre los demás.

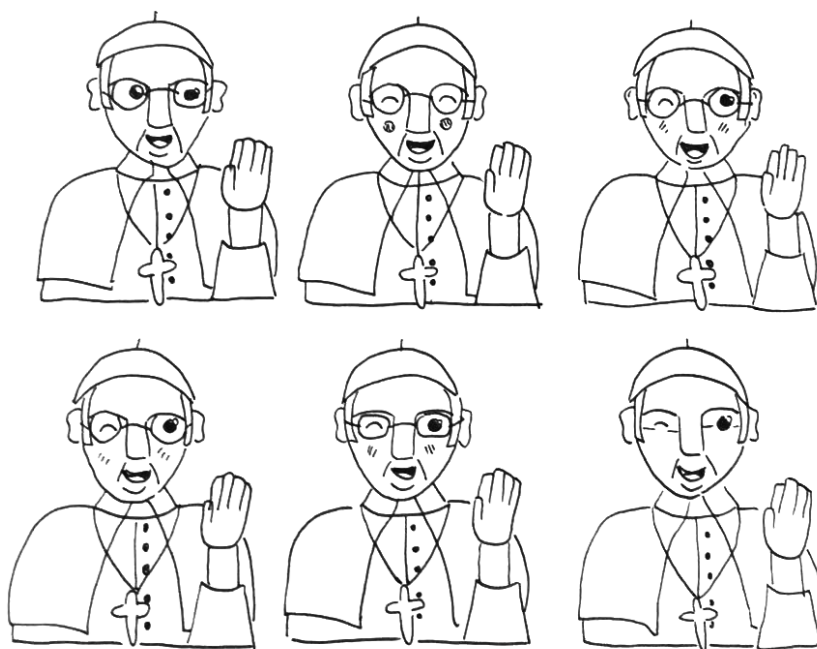
Y en la última imagen se toma de referencia la mano del Papa siempre saludando a todos, con una actitud de humildad y alegría.





BOCETAJE MANUAL

ROSTRO Y EXPRESIONES DEL PAPA

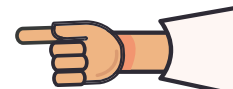


Expresión y Elementos

Se decidió digitalizar cada uno de los bocetos para poder determinar en las versiones digitales cuáles se adaptaran de mejor forma al pensamiento del Papa Francisco, cada una de estas opciones le reflejan como un Papa humilde y feliz.



Es importante que los rasgos del Papa Francisco se abstraigan de forma que se entienda su forma, por ello se decidieron retomar elementos icónicos de su vestimenta y accesorios entre ellos los lentes, la cruz y el color blanco de su ropa.



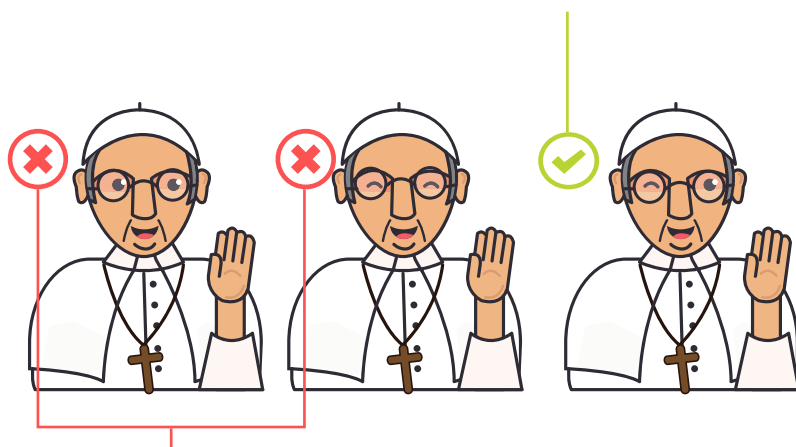


BOCETAJE DIGITAL

EXPRESIONES Y RASGOS FACIALES

Expresiones

Para el Papa Francisco se decidió utilizar esta expresión ya que él ha sido un Papa que ha brindado su amistad y fe a los demás, siendo humilde y reflejando el espíritu de Jesús además él reconoce la importancia de los jóvenes en el mundo, así mismo las arrugas características cerca de su boca y sus lentes.

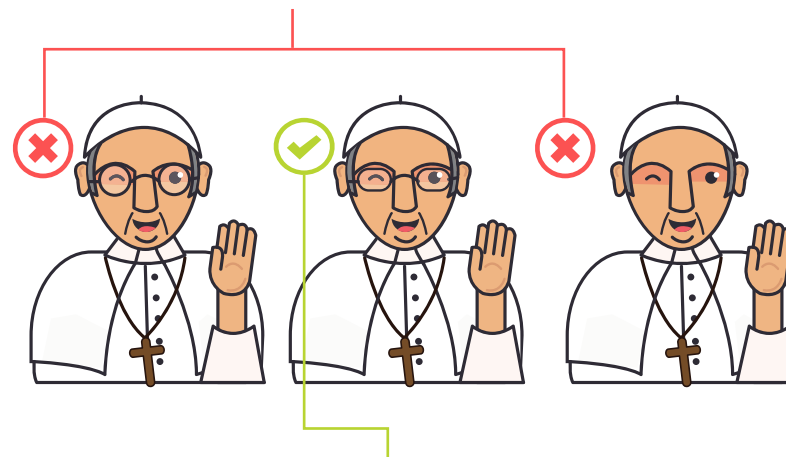


Expresiones

Estas opciones no fueron elegidas ya que se necesitaba percibir una sensación del Papa más abierto y humilde, donde brinde su amistad, el hecho de usar un guiño transmite esa sensación, sin embargo las dos opciones demuestran su alegría.

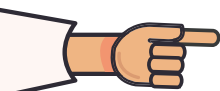
Lentes y Cruz

En la primera opción no se eligió este tipo de lentes ya que la forma no es tan redonda en los lentes del Papa y para la tercera opción sin lentes se consideró que le agregaba más personalidad la opción con lentes.



Lentes y Cruz

Se eligieron los lentes que más se adaptaban a la referencia elegida del papa, estos poseen una forma rectangular pero a la vez circular por ello se redondearon las esquinas. Se buscó hacer de sus lentes redondos y amigables pero siempre con ese aspecto jovial que el tiene, su estilo se buscaba que fuera interesante y atractivo. Se implementó una cruz de madera ya que le represente aún con más humildad.





PROPUESTA FINAL

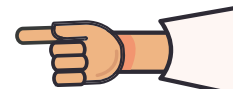
ILUSTRACIÓN PAPA FRANCISCO

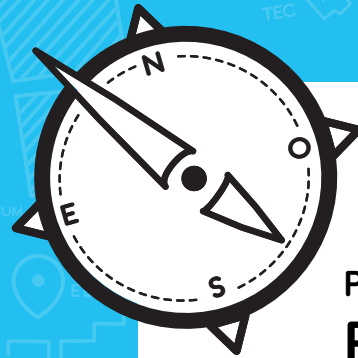


Finalmente se eligió esta opción la cual transmite al Papa Francisco como un ser humilde, alegre y que no busca juzgar a los demás si no animar a los demás a mantener una comunicación con Jesús, donde este es un Dios misericordioso y no un Dios castigador; por este tipo de mensaje el Papa ha logrado que la juventud se involucre más en asuntos de la fe, a continuación se menciona parte de las palabras durante un encuentro con jóvenes:

“Y eso es lo que necesitamos de los jóvenes hoy: jóvenes con esperanza y jóvenes con fortaleza. No queremos jóvenes debiluchos, jóvenes que están “ahí no más”, ni sí ni no, no queremos jóvenes que se cansen rápido y que vivan cansados, con cara de aburridos. Queremos jóvenes fuertes, queremos jóvenes con esperanza y con fortaleza, ¿por qué? Porque conocen a Jesús, porque conocen a Dios, porque tienen un corazón libre”. *Palabras improvisadas en el encuentro con los jóvenes en la Costanera de Asunción, el 12 de julio.*

Con este tipo de mensajes busca que los jóvenes participen con gozo en las actividades de la Iglesia y que muestren su esperanza y fortaleza, siendo este uno de los objetivos que desea reflejar la Pastoral por medio de su departamento o unidad.





PROCESO DE BOCETAJE DE LA PALETA DE COLOR

REFERENCIAS GRÁFICAS

Para la elección de la paleta de color se basó en la investigación realizada y la decisión del G.O.



Según Costa, J (2007) explica el uso de los colores en base a la doctrina católica, estos son agregados en base a significados simbólicos o ya sea por fechas con alguna festividad, así mismo se le pueden llamar los colores litúrgicos, entre ellos cabe mencionar los siguientes:

El color Rojo: símbolo del amor divino y la sangre, este es utilizado para las fiestas del Espíritu Santo.

El color Blanco que representa la pureza y la luz.

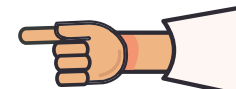
El color Verde representa la esperanza.

El Violeta representa la penitencia utilizado en cuarsema y en el Adviento

El amarillo es la representación de San José así mismo como el color de la bandera del Vaticano.

El color azul representa el cielo en las fiestas de los ángeles.

A partir de estos colores y referencias se derivarán varias paletas de color:





Opción 1



Colores Litúrgicos

Esta paleta de color se descartó ya que no posee tantos colores brillantes son más oscuros lo cual hace que no se capture la atención de los estudiantes de la forma que se desea transmitir como la amistad.

Opción 2



Colores Litúrgicos

Se eligió esta paleta de colores ya que se perciben brillantes y capturan la atención de los estudiantes, así mismo representan la alegría de vivir en la fe.

Se agregaron dos versiones del color violeta y azul para generar una paleta de color variada.

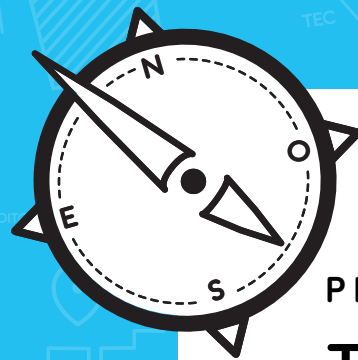
Opción 3



Colores Litúrgicos

En esta opción los colores se muestran más apagados y oscuros lo cual hace que no se perciba de forma jovial la propuesta, el uso de colores con menos saturación tiende a ver las propuestas más desanimadas y poco atractivas.





PROCESO DE BOCETAJE DE LA **TIPOGRAFÍA**

REFERENCIAS GRÁFICAS

Para la elección tipográfica se buscó crear contrastes en base a los estilos tipográficos entre ellos el uso de fuentes caligráficas y otras sans serif con acabados gruesos como se colocó en las referencias anteriores.

A continuación se mostrarán juegos tipográficos que se realizarán para la elección de la tipografía:

Variaciones tipográficas y Elementos

Por medio de las referencias elegidas se buscó realizar juegos tipográficos con fuentes caligráficas y letras sin serifas.

Se tomaron fuentes con un grosor extenso y el uso de la separación entre letras.

Se retomaron elementos como las flechas y los guiones para transmitir más un aspecto de lettering.



NOTE TO SELF
RELAX
It is
FINALLY
Friday



THE
Perfection
OF
ART
— IS TO —
Conceal



BOCETAJE DIGITAL

ELECCIÓN DE FUENTES

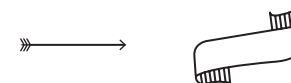
CALIGRÁFICAS

- ✓ yo estaré contigo
- yo estaré contigo
- ✓ yo estaré contigo
- ✓ yo estaré contigo
- ✗ yo estaré contigo
- yo estaré contigo
- yo estaré contigo
- ✗ yo estare contigo

SANS SERIF

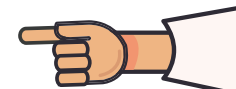
- YO ESTARÉ CONTIGO
- YO ESTARÉ CONTIGO
- ✗ YO ESTARE CONTIGO
- ✓ YO ESTARÉ C ONTIGO
- YO ESTARÉ CONTIGO
- YO ESTARÉ CONTIGO
- yo estaré contigo
- ✗ YO ESTARÉ CONTIGO

ELEMENTOS GRÁFICOS



Pruebas Tipográficas

Se eligieron las opciones de fuente que contarán con tildes y se entenderían de forma fácil debido al uso de GIF's y otros elementos.





BOCETAJE DIGITAL

COMBINCIÓN DE FUENTES

Combinación Tipográfica

Se eligió esta combinación tipográfica ya que ambas fuentes contrastan por el uso de trazos y grosores, así mismo muestra dinamismo dentro de la composición.

Combinación Tipográfica

Para el uso de las combinaciones tipográficas se descartaron las opciones que generarán trazos aburridos, se buscó dinamismo dentro de las propuestas sin embargo estas no generan empatía, la otra opción que se descartó fue por la tipografía san serif ya que es muy informal para la Pastoral Universitaria.



NO TEMAS PORQUE

yo estaré contigo

NO TEMAS PORQUÉ
yo estaré contigo



NO TEMAS PORQUE

yo estaré contigo



NO TEMAS PORQUÉ
yo estaré contigo

NO TEMAS PORQUÉ
yo estaré contigo

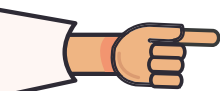
No temas porqué
yo estare contigo

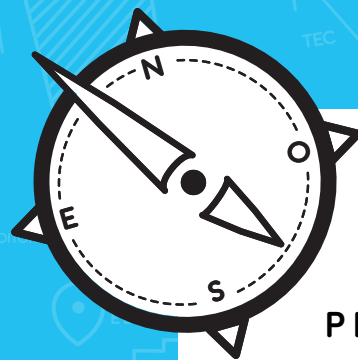
NO TEMAS PORQUE
yo estaré contigo

NO TEMAS PORQUÉ
yo estaré contigo

NO TEMAS PORQUÉ
yo estaré contigo

NO TEMAS PORQUÉ
yo estare contigo





PROCESO DE BOCETAJE DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS

REFERENCIAS GRÁFICAS

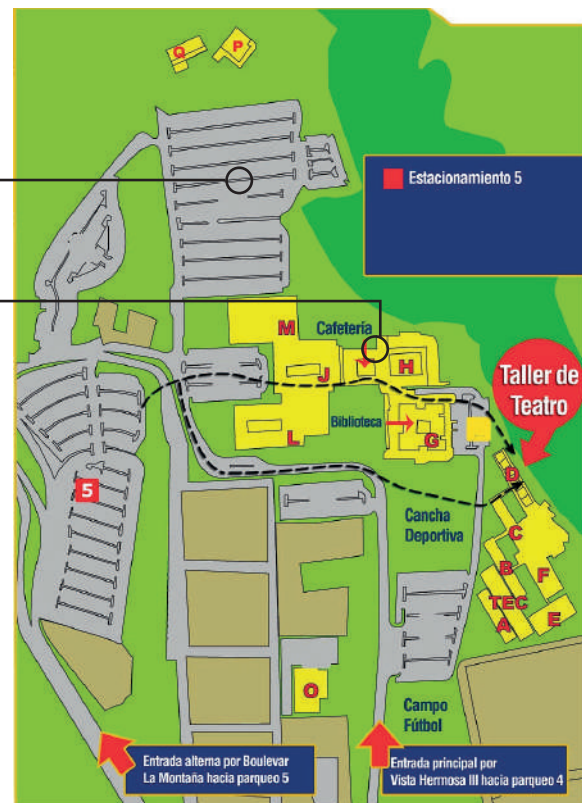
Para la elección del Mapa utilizado como fondo se tomó como referencia dos mapas de la Universidad Rafael Landívar:

A continuación se muestran las referencias utilizadas para la abstracción del mapa utilizado:

Referencias del Mapa y Edificios

De las dos referencias se busca enfatizar en los edificios que conocen los estudiantes entre ellos el M, el J, el H, el L además de la Torre de Estacionamiento y los demás parqueos.

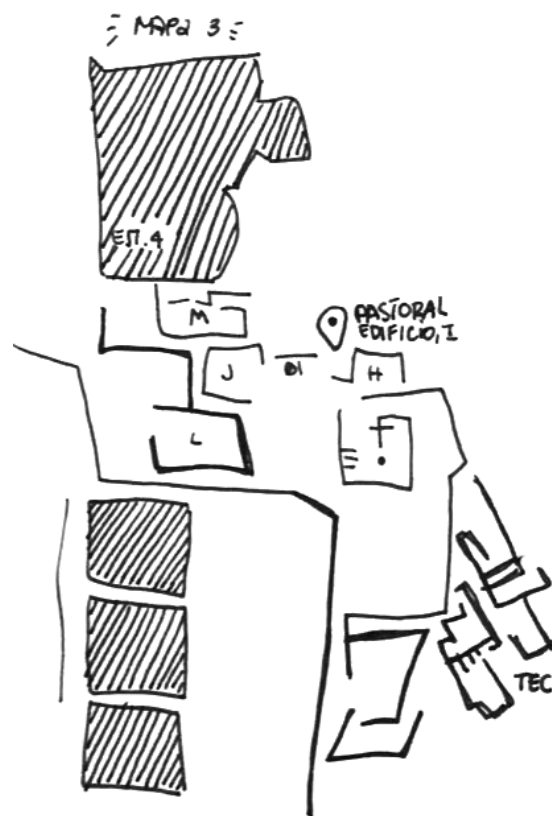
Se busca que el estudiante logre ubicarse dentro del mapa para conocer de la ubicación de la Pastoral y parte del lugar que todos conocen es el Auditorium y donde se encuentra ubicado el Banco Industrial.





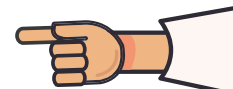
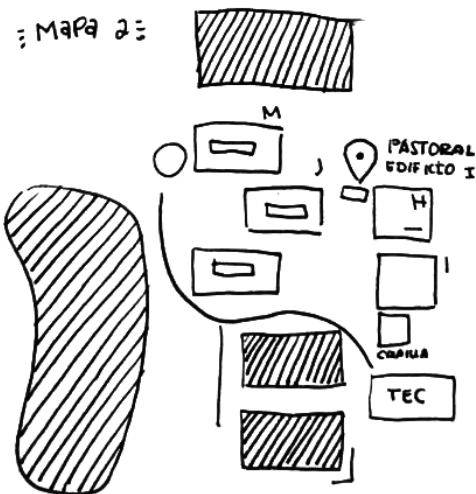
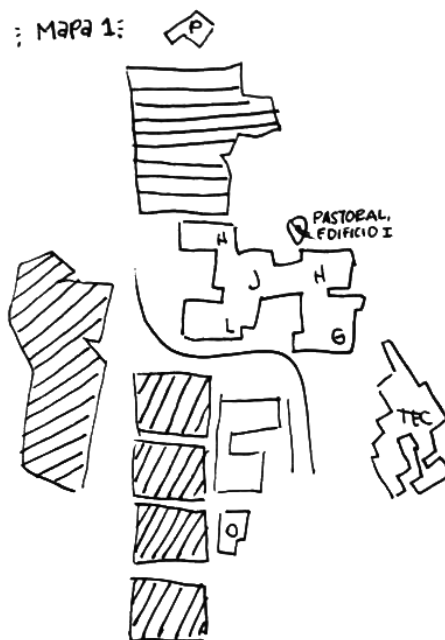
BOCETAJE MANUAL

ABTRACCIÓN DEL MAPA



Mapa Universitario

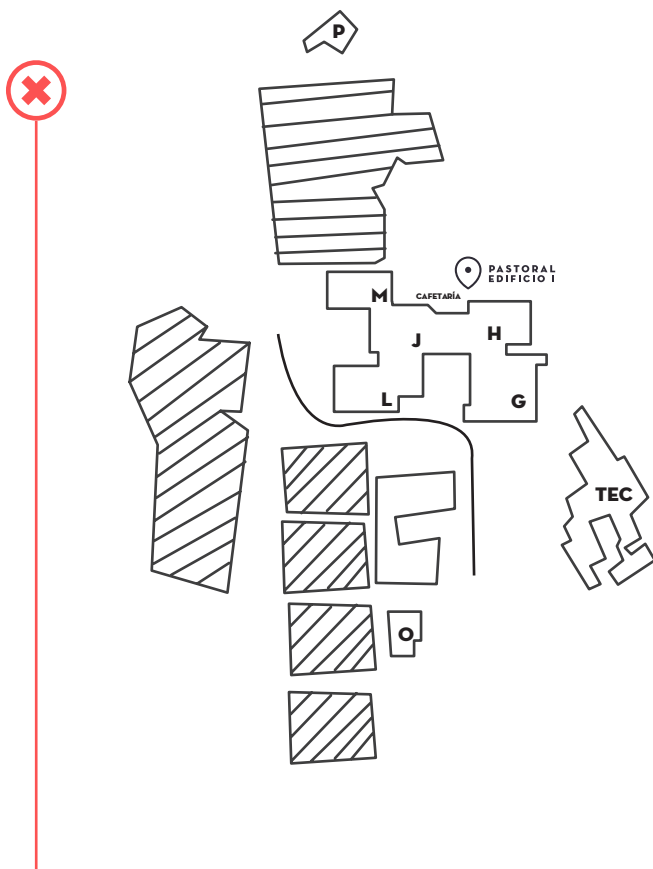
Se realizaron en total 3 mapas los cuales poseen abstracciones diferentes de los edificios, así mismo el diseño de líneas y elementos como las letras de cada edificio. El uso del ashurado dentro de los espacios identifica parques y áreas verdes.





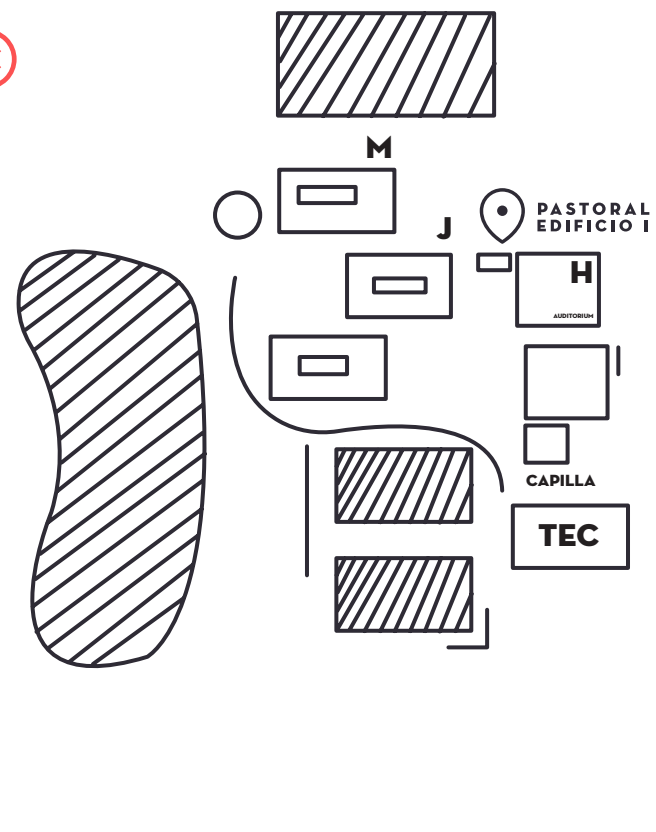
BOCETAJE DIGITAL

MAPAS DIGITALES



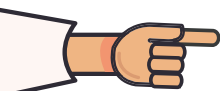
Mapa Universitario

Este mapa se abstrajo con los elementos primordiales sin embargo se omitieron varios elementos como el auditorium, las divisiones por edificio, además de la identificación de elementos que hagan referencia a que la Pastoral Landivariana se encuentra cerca, por ejemplo la referencia del Banco Industrial o el Auditorium.



Mapa Universitario

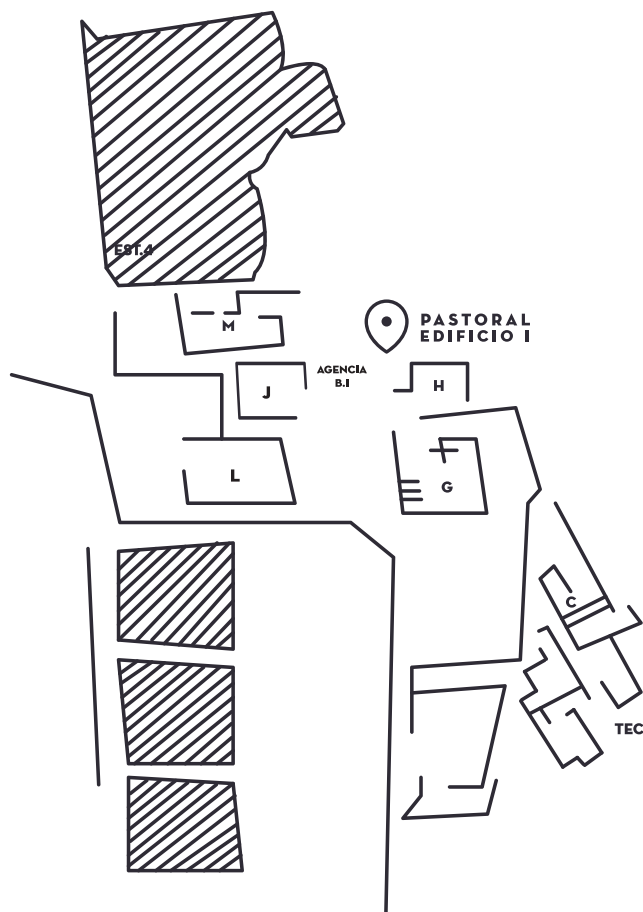
Este mapa mejoró a comparación del anterior ya que posee la división entre cada edificio lo cual hace más fácil su identificación sin embargo los elementos que se encuentran cercanos no se logran identificar bien entre ellos la torre de estacionamiento, la línea no se comprende como un camino y los estacionamientos tampoco se comprenden.





PROPUESTA FINAL

ILUSTRACIÓN PAPA ESPIRITU SANTO

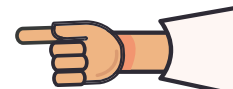


Mapara Universitario

Finalmente se eligió este mapa que posee identificado el estacionamiento 4 que es la torre de estacionamientos, así mismo la división de los edificios se encuentra mejor distribuida y a la vez se unen entre sí sin perder la conexión como lo es entre cada uno de estos edificios donde transcurren los estudiantes.

El uso de las letras se ubicó en relación que los estudiantes identifiquen el edificio se agregó que la Pastoral Universitaria Landivariana se encuentra a la par del Banco Industrial, además la ubicación de la Pastoral se hizo más grande para que su identificación fuera aún más fácil.

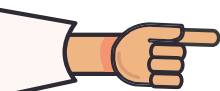
El uso de las líneas le agrega a la propuesta el estilo monoline que se esta manejando con las demás ilustraciones.



REFERENCIAS GRÁFICAS

Para la elección de la brújula se buscaron varias opciones de abstracción de la misma, utilizando los elementos más representativos de cada una para crear una composición que se adecue a la línea gráfica que se está manejando.

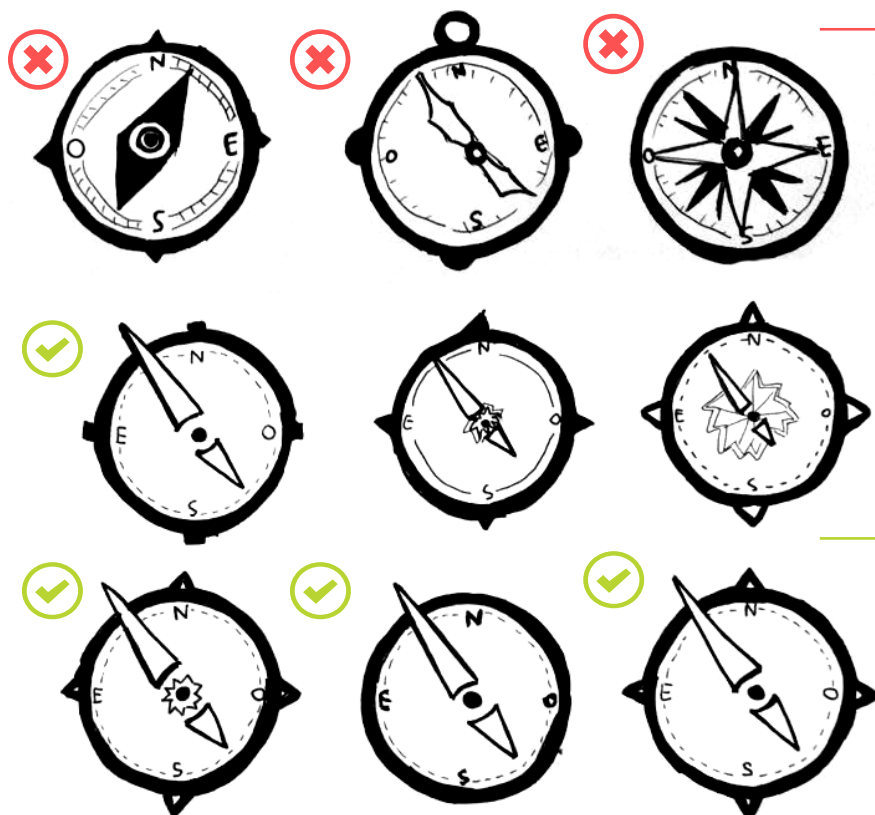
A continuación se mostrarán las referencias que se utilizaron para el diseño de la brújula que será implementada en las siguientes piezas gráficas:





BOCETAJE MANUAL

ABTRACCIÓN DEL MAPA



Brújula

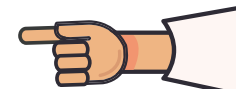
Cada una de estas opciones se descartó ya que el uso de los elementos era muy cargado como se puede observar en la opción tres donde se encuentra una estrella de 4 picos más otros negros. Las agujas de la segunda opción se asemejan a las de un reloj por ello se descartó esta opción.

En las otras el uso de la flecha que ubica la orientación posee mucho peso visual a comparación de las letras que dirigen o guían.

Brújula

Se decidió ilustrar cada una de estas brújulas para observar cual se adecua más a la línea gráfica que se esta manejando por ello se buscó abstraerla con los elementos esenciales como lo es la orientación, las agujas guías y el uso del centro.

A la hora de implementar cada una de ellas se podrá observar cuál se basa en la línea gráfica utilizada.



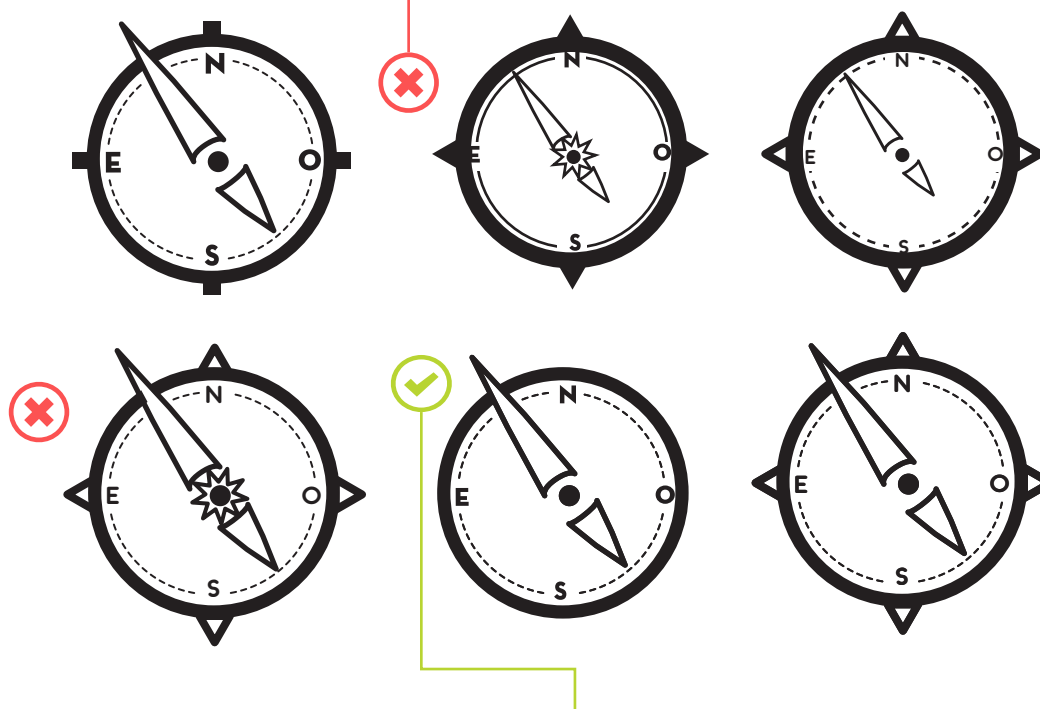


BOCETAJE DIGITAL

MAPAS DIGITALES

Brújula

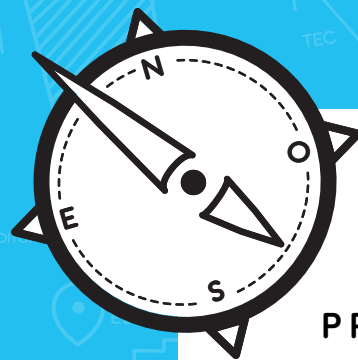
Se descartó esta brújula ya que el centro y las agujas no predominan las cuales deben capturar la atención del usuario porque son las que orientan a la persona para encontrar un camino, así mismo no se abstrae en base a la tendencia monoline.



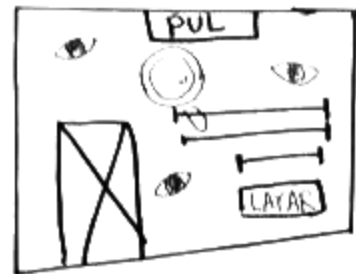
Brújula

La elección final fue esta ya que posee los elementos esenciales como lo son las agujas de orientación, las letras y el círculo que refleja una brújula. La abstracción maneja un estilo simple y adecuado a la línea que se está manejando.



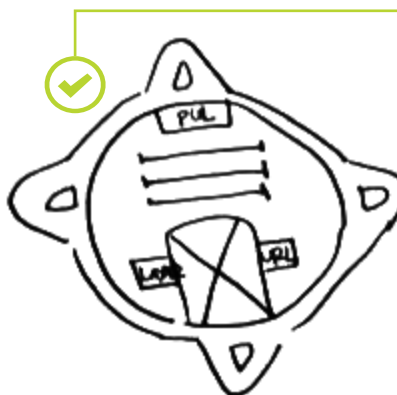


PROCESO DE BOCETAJE DE LOS PIEZAS GRÁFICAS



Nube

Esta propuesta se descartó debido a que posee muchas formas orgánicas las cuales no se han manejado durante la línea gráfica, así mismo no es una abstracción simple.



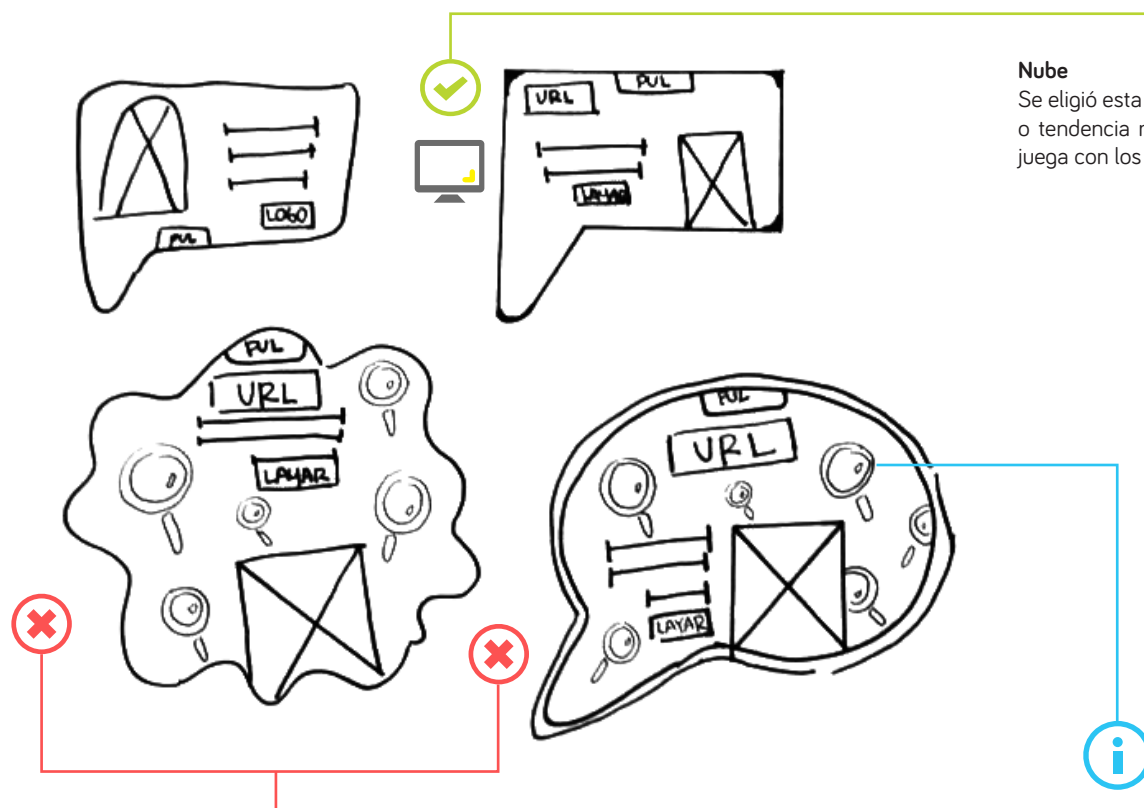
Brújula

Se consideró este elemento para reforzar el concepto de búsqueda, por ello se realizará la versión digital.



BOCETAJE MANUAL

FLOOR-PRINT FORMAS/DIAGRAMACIÓN



Nube

Se eligió esta nube de comunicación ya que se basa en la línea o tendencia monoline que se desea implementar así mismo juega con los personajes y no compite entre ellos.

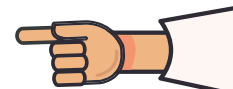
Nube

Estas dos propuestas se descartaron debido a que no se están manejando durante la línea, la primera que se está descartando es debido que parece una mancha y esto puede ser percibido como suciedad lo cual no se desea transmitir y el segundo es muy redondeado a comparación de la línea que se está llevando a cabo.



Lupas

El uso de las lupas refuerza el concepto con la palabra búsqueda siendo así un elemento fuerte dentro de la composición.



BOCETAJE DIGITAL

DIGITALIZACIÓN BTL - FLOORPRINT

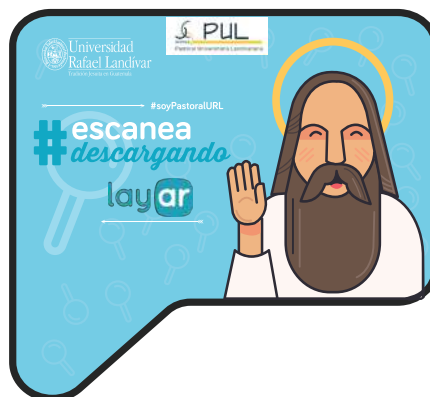
Forma de Brújula

Esta opción no se eligió ya que con la forma circular no se aprovecha tanto el espacio entre la ilustración y el texto.



Ilustración Invertida

Esta opción se descartó debido a que la ilustración no se percibe adecuadamente, así mismo el estudiante no se molestaría en invertir el sticker, sin embargo aporta dinamismo.



Ícono Comunicación

Entre las opciones digitales se eligieron esta y que guarda una composición de elementos con armonía y jerarquía.



PROPUESTA FINAL

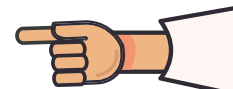
FLOORPRINT - BTL



BTL - Floorprint

Finalmente se eligió esta propuesta ya que el uso del ícono de mensaje le agrega un plus al manejo del concepto, así mismo se reforzó la palabra búsqueda por medio de las lupas que lograr generar curiosidad en el estudiante.

Este material se implementará en las mesas de la cafetería, ya que los estudiantes al estar sentados tienden a tener más tiempo para tener la oportunidad de escanear el material realizado.



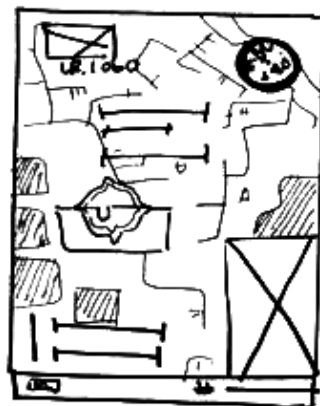
AFICHE DISPENSADOR DE STICKERES



BOCETAJE MANUAL FORMAS DEL FLOORPRINT

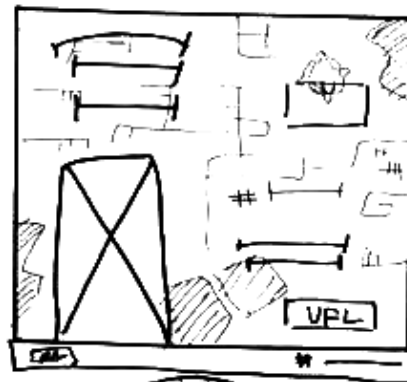
Rectangular

El afiche rectangular es el común sin embargo en base a la diagramación y elementos le da un aspecto más interesante y dinámico.



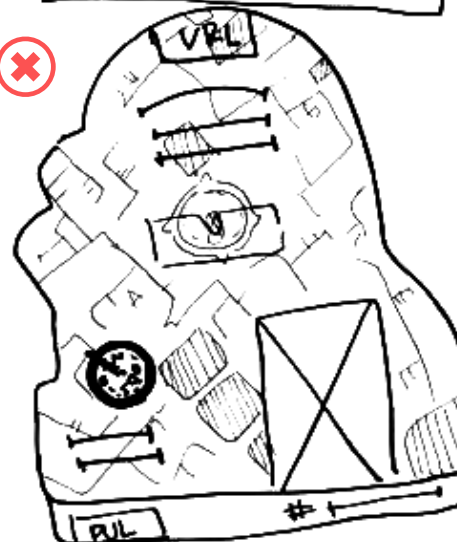
Mapa de Fondo

El utilizar como fondo en los afiche el mapa, se logrará mantener en mente el camino para llegar así mismo se refuerza con el concepto.



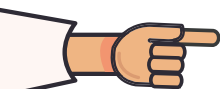
Rectangular

A la hora de hacer el afiche rectangular no se aprovechará el espacio de un afiche, por ello la información quedará más pequeña y no llamará tanto la atención de los estudiantes.



Silueta del Personaje

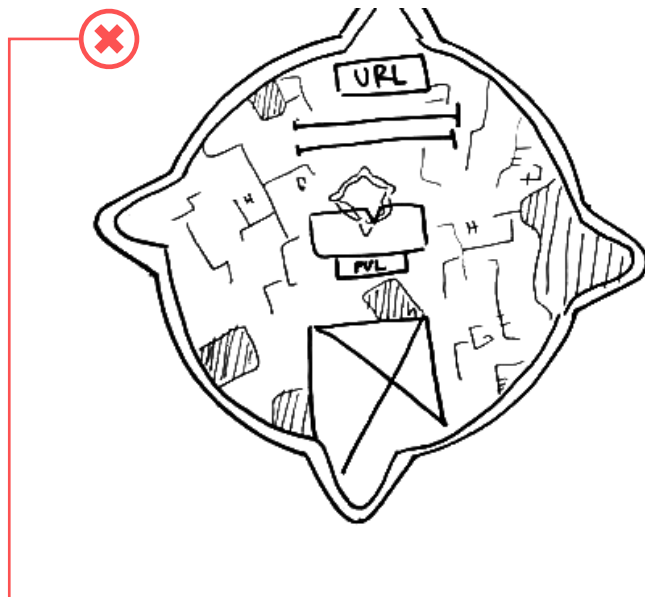
Este afiche se descartó como opción debido a que la forma o silueta del personaje será difícil de percibir por los estudiantes, así mismo el valor del troquel incrementará.





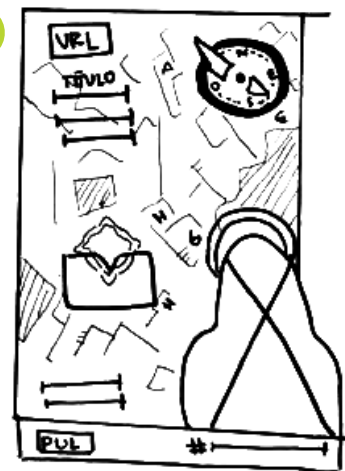
BOCETAJE MANUAL

FORMAS Y DIAGRAMACIÓN



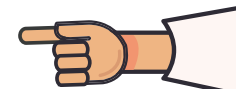
Brújula

El afiche en forma de brújula captaría la atención de los estudiantes por ser un formato diferente sin embargo a la hora de manejar el formato circular no hay un adecuado aprovechamiento del espacio.



Jesús Troquelado

El uso de Jesús hacia afuera le agrega a la propuesta más dinamismo y no la típica forma rectangular, sin embargo esto puede escatimar más gastos para la Pastoral.





BOCETAJE DIGITAL

FORMAS Y DIAGRAMACIÓN



Troquel hacia afuera

Esta opción es funcional sin embargo a la hora de troquelar el costo incrementa.



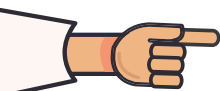
Formto alargado y troquelado

No se seleccionó esta opción ya que es muy alargado, se debe considerar el uso del espacio además del troquel.



Formato Convencional

Se seleccionó este formato debido a que la Pastoral aún no posee recursos para implementar material más elaborado, sin embargo la función de ser un dispensador de stickers captura la atención del G.O.





PROPUESTA FINAL

PROPUESTA AFICHE



Función del Troquel

La función del troquel en acetato busca sostener los stickers siendo así el material ideal para la solucionar la distribución de los stickers.

TROQUEL



Afiche Dispensador de Stickers

Finalmente se eligió esta propuesta ya que para la Pastoral será mucho más fácil reproducirlos sin embargo la opción del troquel también era funcional pero se debe considerar a la hora de tener más presupuesto dentro del departamento.

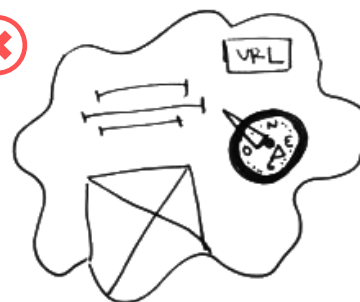
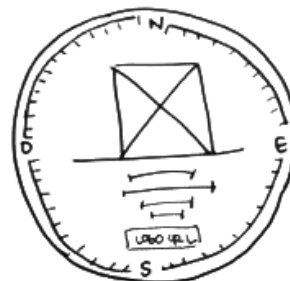
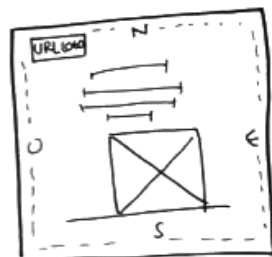
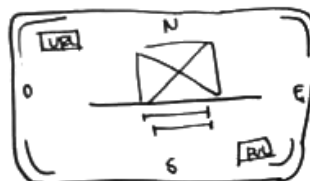
El uso del dispensador de stickers le agrega un plus a la funcionalidad del afiche, por lo que será fácil captar la atención de los estudiantes, para los demás afiches se implementará el mismo diseño en base a cada ilustración realizada y en los 5 colores que se están manejando.





Cuadrado Redondeado

Se seleccionó esta propuesta ya que es un troquel a bajo costo sin embargo no refleja el concepto que se está manejando.



Brújula Circular/Sin Picos

Se seleccionó esta propuesta ya que muchas de las brújulas no poseen picos, sin embargo puede llegar a parecer un reloj.

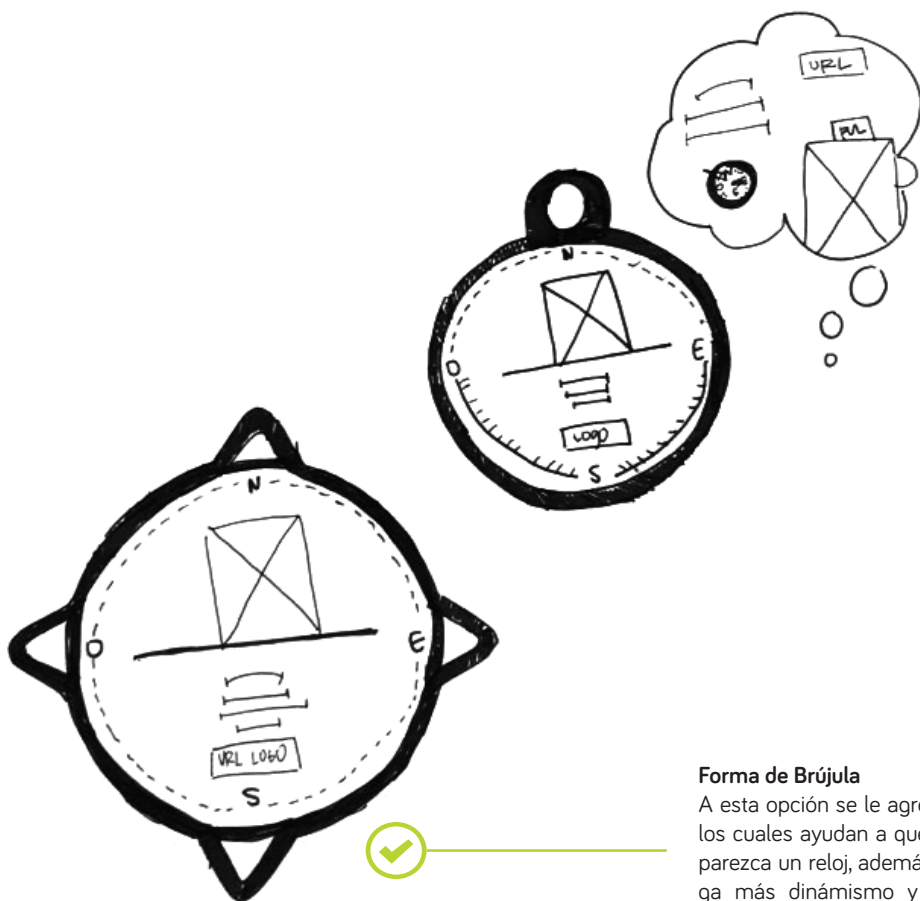
Mancha

Esta propuesta no se seleccionó debido a que posee formas muy irregulares las cuales no se han manejando durante toda la propuesta.



BOCETAJE MANUAL

FORMAS Y DIAGRAMACIÓN

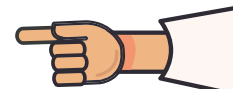


Cuadrado Redondeado

Se descartó esta opción ya que aporta al mensaje pero no aporta a la búsqueda en la que se desea enfatizar, de igual manera posee trazos muy recargados los cuales no se han manejado en las demás propuestas

Forma de Brújula

A esta opción se le agregan los picos los cuales ayudan a que la brújula no parezca un reloj, además que le agrega más dinamismo y personalidad, siendo estos estickers la guía para ser mejores por los mensajes que poseen escritos.





BOCETAJE DIGITAL

FORMAS Y DIAGRAMACIÓN

Redondo

Se descartó esta opción ya que no aporta dinamismo a la propuesta, es simple y no posee elementos innovadores.



Cuadrado Redondeado

Se descartó esta opción al igual que la redonda, ya que no poseen formas distintivas que les añada personalidad, al igual que transmitan amistad, el uso de puntas redondas ayuda a percibir los elementos de forma más amigable.



Forma de Brújula

Este fue el sticker elegido final ya que maneja los picos que le distinguen para ser una brújula y se manejan adecuadamente las proporciones de ilustración y texto.





PROPUESTA FINAL

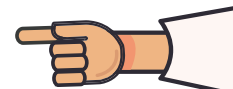
STICKER FINAL

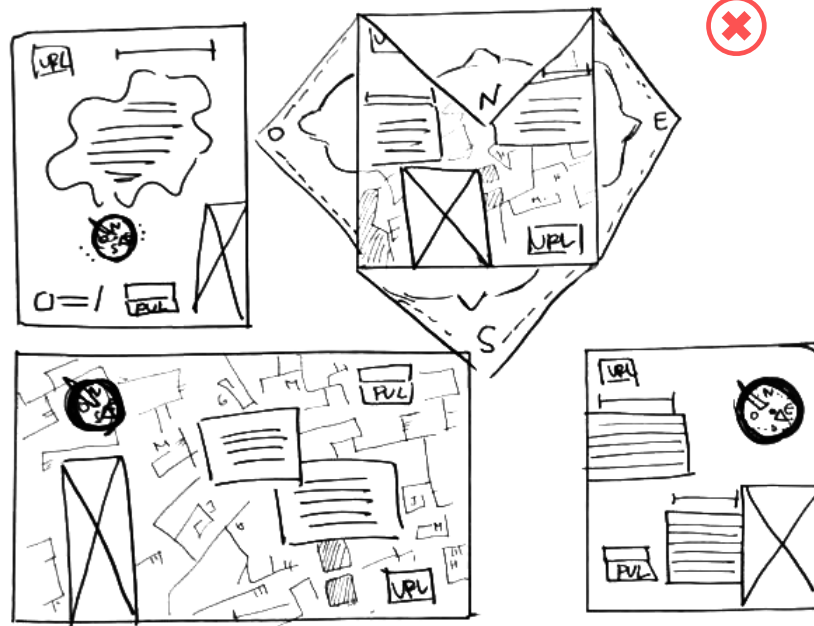


Sticker - Afiche Dispensador

Finalmente se eligió esta propuesta ya que las demás no hacían referencia tanto a una brújula, la elección de esta propuesta se basa en el concepto que es "En búsqueda del camino del crecer" el cual con la palabra búsqueda hace referencia a un camino o el uso de una guía para llegar a la meta que es el crecimiento espiritual e integral, la brújula funciona como ese elemento de guía hacia el camino que lleva a esa finalidad, por ello se realizó la elección de este elemento.

Todos los stickers estarán diseñados en base a este estilo donde solo se sustituirá la ilustración principal y se cambiará la frase según corresponda, así mismo se manejará en los 5 colores litúrgicos mencionados anteriormente.





Troquel

Esta pieza se descartó ya que a la hora de realizar un troquel se debe escatimar los gastos por ello esta opción se dejaría en caso de la Pastoral incrementar su presupuesto y desee realizarlo.

Unifoliar Alargado:

Este se seleccionó ya que posee una diagramación y orientación distinta a la comunmente manejada en los folios, por ello se realizará digital, sin embargo se debe considerar el uso de los espacios y elementos a su alrededor.

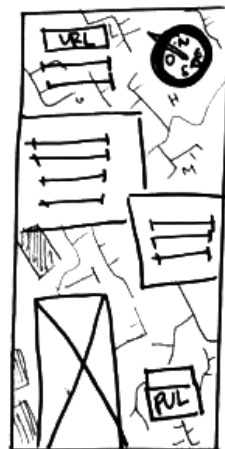


BOCETAJE MANUAL

UNIFORLIAR FORMAS Y DIAGRAMACIÓN

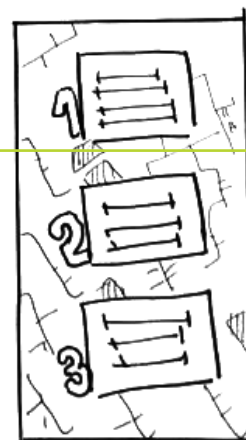
Troquel Redondo

Se descartó esta opción debido a que en ninguna pieza se esta implementado esta forma circular en l aparte de arriba, además de no ser un troquel significativo que le agregue valor a la pieza.



Unifoliar Cuadrado

Se experimentó con este formato ya que no se ha implementado a la largo de las propuestas, solamente en las piezas digitales, este formato le agregaría un aspecto innovador ya que no es alargado.



Unifoliar Alargado

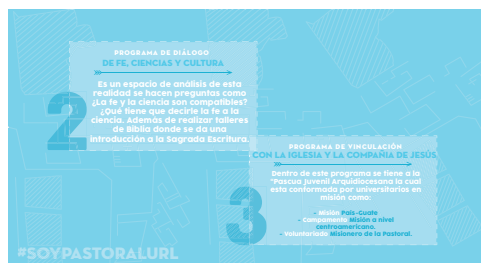
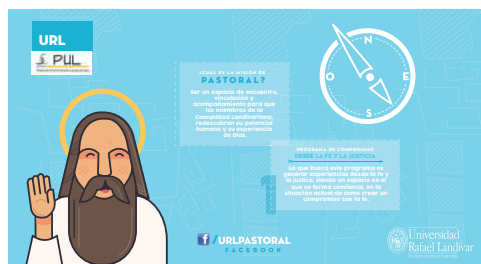
Se consideró esta propuesta ya que se obtiene un mejor aprovechamiento del espacio así mismo el contenido sigue un recorrido visual interesante para el usuario.





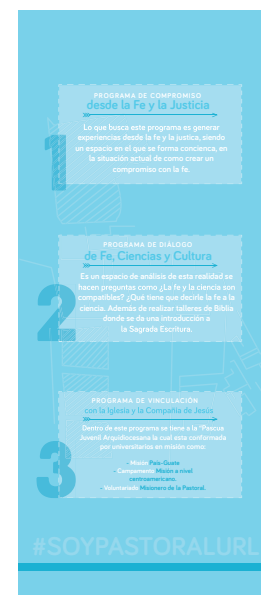
BOCETAJE DIGITAL

FORMAS Y DIAGRAMACIÓN



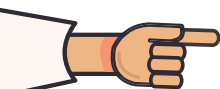
Unifoliar Alargado

Se descartó esta propuesta debido a que el ritmo visual y la lectura no era tan fluida lo cual puede incomodar al lector, además el uso de los elementos se observa desordenado.



Unifoliar

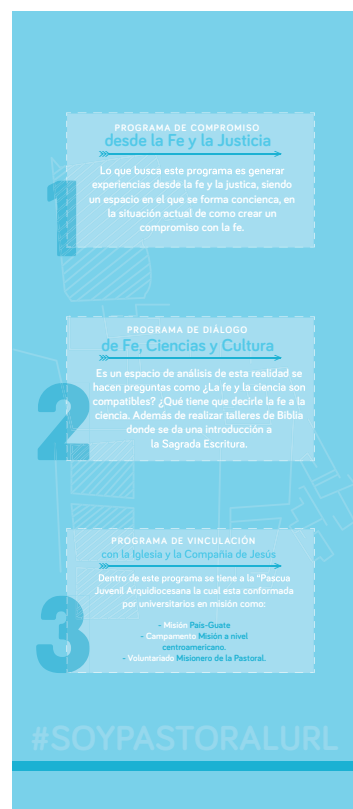
Se eligió finalmente esta propuesta ya que genera una lectura más agradable e interesante, así mismo no se ve saturación de contenido ni desaprovechamiento del espacio.





PROPUESTA FINAL

UNIFORLIAR INFORMATIVO



Uniforliar Informativo

Luego del proceso se llegó a esta propuesta donde se establece la organización del contenido en forma lineal para no perder la secuencia a la hora de leerlo, se realizó un unifoliar ya que se busca que la Pastoral Landivariana no gaste en elementos que aún no son necesarios como los son los trifoliales, por ello se realizó una versión resumida de lo que realiza la Pastoral y su misión.

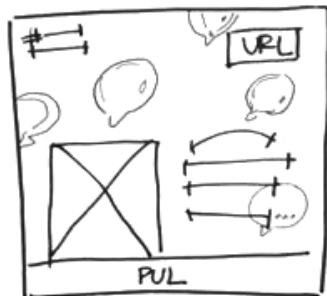
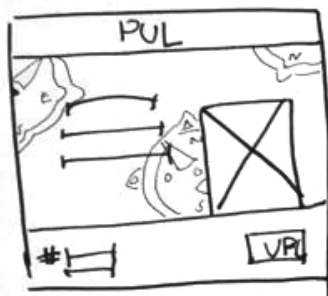
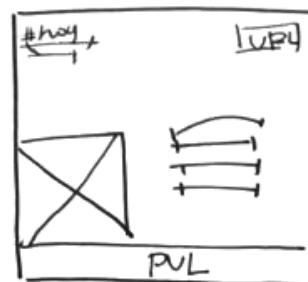
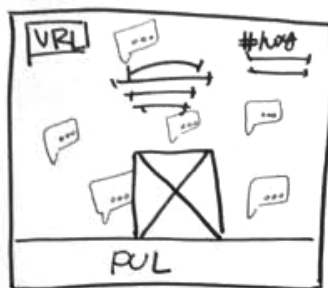
Los elementos como el mapa, la brújula, el color y Jesús logran crear la percepción de material amigable, que no busca imponer si no formar un vínculo de amistad.





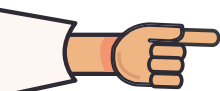
Diagramación

Esta propuesta se descartó ya que el aprovechamiento del espacio de arriba con tanta tipografía genera saturación de texto y no hay fluidez en el contenido.



Diagramación

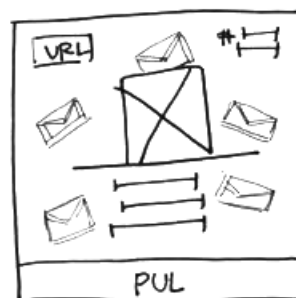
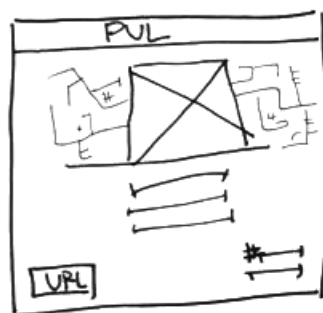
Se eligió esta propuesta para digitalizar ya que juega con las alineaciones de la ilustración y el texto lo cual genera contrastes tipográficos y de imagen, creando dinamismo y armonía entre los elementos.





BOCETAJE MANUAL

GIF'S MOTIVADORES



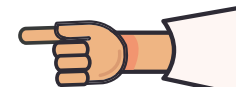
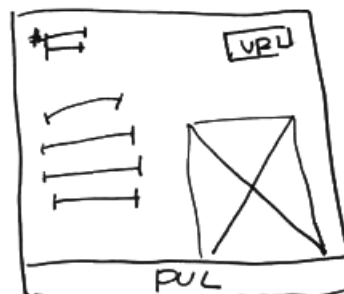
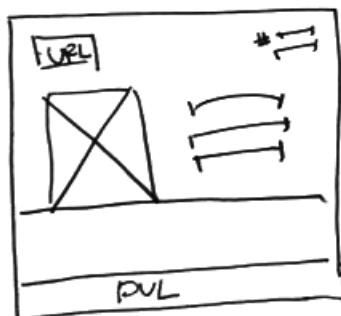
Diagramación

Esta propuesta se eligió ya que juega con los espacios y determina ejes y retículas para crear un recorrido de lectura interesante, así mismo la propuesta no debe sobrecargarse porque el fondo se cambiará de color.



Diagramación

Esta propuesta no se eligió debido a que luego del texto y la ilustración queda un gran espacio en blanco donde no se ve que hay espacio de más lo cual se percibe como un error o falta de armonía en la retícula.





BOCETAJE DIGITAL

GIF'S MOTIVADORES

Diagramación

Esta propuesta se descartó debido a que toma más énfasis el quiero decirte que la propia frase la cual debe llamar la atención porque es lo que motivará al estudiante.



Diagramación

Se eligió por último esta opción debido a que maneja un buen tamaño del personaje y el texto, lo cual no compite por la atención, a la hora de funcionar el GIF, se cambiará de color y la frase lo cual hará que los elementos cautiven al estudiante.





PROPUESTA FINAL

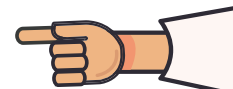
GIF MOTIVADOR



GIF MOTIVADOR

Finalmente la propuesta final es la siguiente, esta se basa en el uso de elementos íconicos en el fondo se atrás para reforzar el concepto que se está manejando que son mensajes y la comunicación con Jesús. Se utilizaron además dos contrastes tipográficos para generar más interés en la pieza.

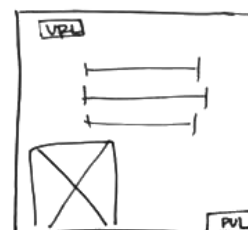
Finalmente se le agrega el logotipo de pul en la parte de abajo para conservar y no interrumpir la pieza con un bloque de color blanco.





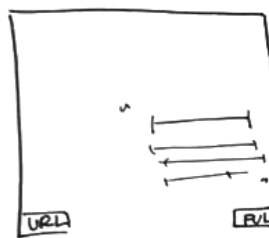
Diagramación

Debido a que es un post donde se colocará información debe ser claro sin saturación de elementos para realzar la información.



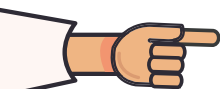
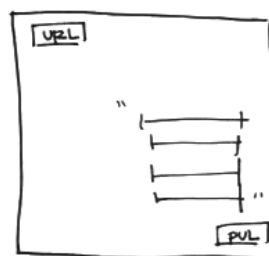
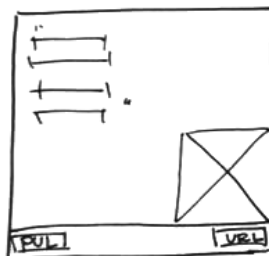
Diagramación

Este no se seleccionó debido a que en ningún material se está utilizando el logotipo de la URL en esa esquina, así mismo el uso de la alineación de texto hacia ese lado.



Diagramación

Esta propuesta se seleccionó ya que utiliza solamente una ilustración y el uso de los textos, además proporcionará a la propuesta más dinamismo.





BOCETAJE DIGITAL POST INFORMATIVOS



Diagramación

Esta opción se descartó debido a que la imagen de Jesús compite con el texto y se desea realzar el contenido textual.



Diagramación

Se seleccionó esta propuesta ya que muestra el texto como elemento primario y el uso de un contraste en el título crea un punto focal para el usuario.



Diagramación

Este post se eligió debido a que el cintillo sale del formato usualmente no se observan post de esta forma sin embargo llamará la atención del estudiante, así mismo el contenido textual es un elemento primario.

Diagramación

Este tipo de diagramación no se seleccionó ya que no se han utilizado títulos de esta forma en las demás piezas, así mismo la cantidad de elementos satura la composición.





PROPUESTA FINAL

POST INFORMATIVOS



POST INFORMATIVOS (FACEBOOK)

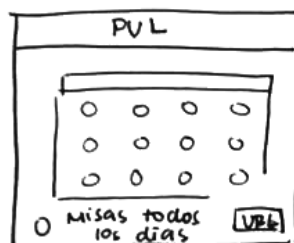
Se seleccionaron estas dos versiones de post, para crear variedad y no aburrir al estudiante con el uso de la misma versión, siendo así se buscó agregar una propuesta más simple y otra totalmente diferente para generar contrastes sin perder la misma línea que se esta manejando.

Cada una de las publicaciones debe ser contenido especial para el estudiante donde se le informe de forma amigable el propósito de la Pastoral, estas versiones cambiarán en base a los colores de la paleta seleccionada de esta forma generará diversidad.



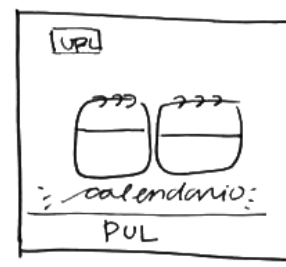
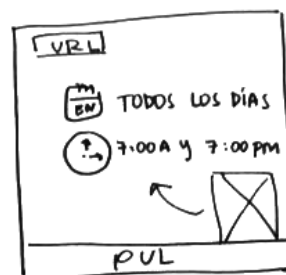
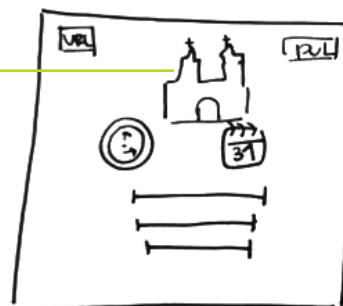
Diagramación

Este tipo de calendario se descartó ya que no se aprovecha el espacio, así mismo se deben realizar publicaciones en base al día que se realizará la actividad, al tener varios días el estudiante no tendrá un recordatorio individual lo cual dificultará la memorización de la actividad a realizar.



Elemento - Ícono

Se seleccionó este elemento para aplicarlo dentro de un post específico acerca de la hora y fecha de la realización de las misas.



Diagramación

Se seleccionó esta propuesta ya que muestra la información en base a la jerarquía e importancia del contenido textual, así mismo el refuerzo de la iconografía aporta al texto.

Diagramación

Se eligió esta publicación ya que el uso de la aplicación de la fecha dentro de un pequeño calendario será un recordatorio más claro sobre la actividad.





BOCETAJE DIGITAL

POST CALENDARIO (EVENTOS)

Se seleccionaron estas dos piezas ya que en cada una de ellas resalta la información textual y las fechas siendo así una publicación sobre eventos o actividades.

En la segunda opción se agregó el ícono de reloj para identificar el horario de las actividades, para que el estudiante logre identificar de forma clara y concisa la información acerca de la actividad.

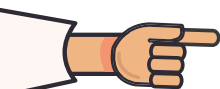


Se descartó esta versión debido a la jerarquía de los elementos, tanto la brújula como el reloj poseen formas redondas, por ello se observa repetitivo mostrando la propuesta saturada, así mismo el tamaño de la tipografía es muy pequeño y se debe resaltar esta información para el estudiante.



Este tipo de publicación captura la atención del G.O sin embargo la información del evento no destaca dentro de la composición y los elementos.

Se retomará la mano de Jesús para señalar contenido importante, agregándole más dinamismo a la propuesta.





PROPUESTA FINAL

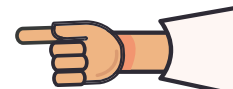
POST CALENDARIZACIÓN - EVENTOS



POST DE CALENDARIO - INFORMACIÓN DE EVENTOS

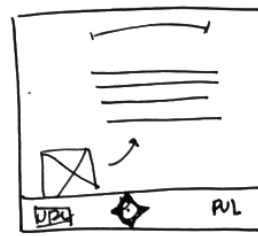
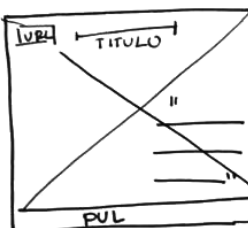
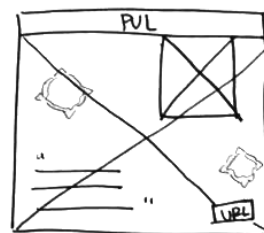
Se seleccionaron estas dos versiones de publicaciones para eventos y generar variedad dentro de las propuestas, así mismo se utilizaron los mismos elementos con una diagramación diferente para aportar a la propuesta gráfica, cada una de estas publicaciones se adaptará depende la realización de los eventos durante el mes.

Por medio de la jerarquía de elementos e iconografía se busca resaltar la información importante para que el estudiante logre una mejor comprensión sobre el contenido textual.





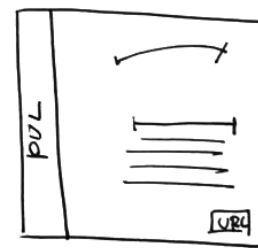
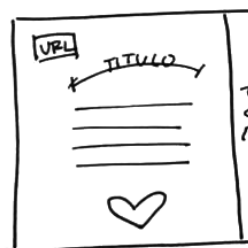
Se evaluaron este tipo de propuestas gráficas para su versión en digital por el uso de los elementos simplificados, así mismo el estudiante podrá observar los consejos cuaresmales como elemento principal.



Se descartó esta opción ya que el logotipo de la Universidad no debe colocarse del lado izquierdo inferior, sin embargo la jerarquía de los elementos genera una comprensión del contenido adecuada.



Se descartó este tipo de diagramación debido al uso del logotipo, para el usuario puede ser molesto observar la identidad de la Pastoral a los lados, así mismo este tipo de colocación no se ha manejado en el material realizado anteriormente por lo tanto podría confundir al estudiante.





BOCETAJE DIGITAL POST CUARESMALES

Se seleccionaron estas dos versiones al igual que en las propuestas anteriores para generar diversidad dentro de las propuestas gráficas así mismo estas se adecuan a la línea gráfica utilizada, el uso de la ilustración de Jesús crea una interacción entre el texto y el contenido, donde Jesús señala lo que se debe tomar en cuenta para la Semana Santa.



Se descartaron estas opciones y que en ninguna de las piezas anteriores se utilizó una fotografía como un elemento de diseño, por ello esta pieza podría chocar con la línea gráfica manejada anteriormente en las demás piezas.



Al igual que la propuesta superior este es más simple y maneja un mensaje directo por ello se seleccionó este tipo de publicación donde se genere diversidad y no sean post monótonos.



Este tipo de publicación se desliga de la línea gráfica utilizada, así mismo el uso del logotipo. El fondo en color blanco pierde personalidad ya que en la mayoría de las piezas se utiliza un color vibrante de fondo.





PROPUESTA FINAL

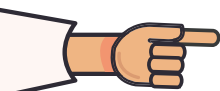
POST CUARESMALES



POST DE CUARESMA - CONSEJOS DE SEMANA SANTA

Finalmente se seleccionaron estas dos versiones de publicaciones, el color predominante de las mismas será el violeta o morado el cual la Semana Santa, así mismo el uso del color amarillo genera contraste en los elementos importantes a resaltar dentro del contenido textual.

Se utilizaron dos versiones para generar variedad dentro de la propuesta gráfica realizada, logrando mantener al estudiante cuativado.

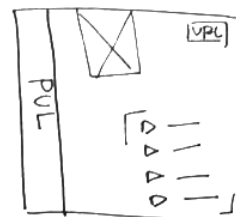


POST CHECKLIST



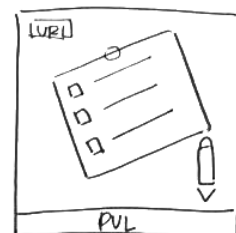
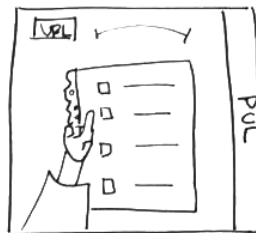
BOCETAJE MANUAL POST CHECKLIST

Se seleccionó esta opción debido a la simplicidad que maneja dentro de la composición, por medio de ella se resaltará el contenido textual.



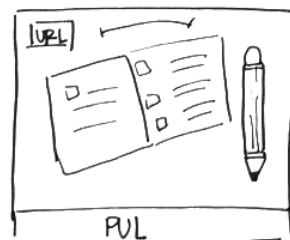
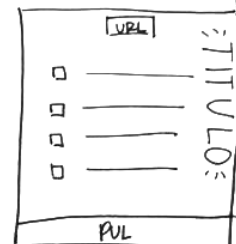
Se descartó este tipo de orientación debido a la colocación de los logotipos institucionales, los cuales pueden molestar al estudiante por la orientación.

Este tipo de diagramación se seleccionó con la intervención de la mano de Jesús, la cual busca que el estudiante al verla inmediatamente se dirija a donde señala.



Esta opción se seleccionó por el uso de la hoja en una orientación diferente no tan estructurada por medio de ello se desea connotar las imperfecciones del ser humano donde Dios no las juzga, así mismo genera contraste con los elementos utilizados.

Se seleccionó esta propuesta, sin embargo se toma en consideración la posición de los logotipos, en este caso el uso de la ilustración de Jesús puede reforzar el mensaje de servicio a los demás como se desea concientizar.



Este tipo de publicación se descartó ya que al utilizar doble página para colocar la lista estas podrían llegar a verse muy pequeñas, dificultando la lectura del estudiante, así mismo es importante resaltar las casillas y su información.

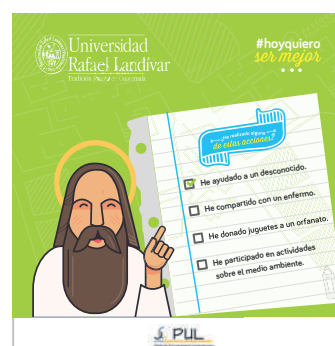
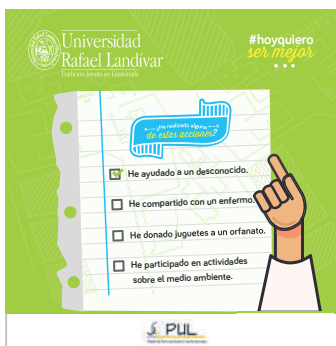




BOCETAJE DIGITAL

POST CHECKLIST

Se descartó esta versión ya que a comparación de las publicaciones anteriores es semejante, en estas se busca generar un aspecto más personal con el post donde el estudiante reflexione.



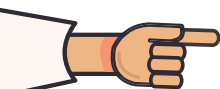
Finalmente se seleccionó este tipo de diagramación y elementos gráficos, la hoja rasgada le da un aspecto imperfecto lo cual refleja las debilidades de los humanos, así mismo la orientación inclinada genera dinamismo en la composición.



Esta opción se descartó ya que la ilustración de Jesús se ha utilizado anteriormente por ello para no generar propuestas monótonas se decidió no utilizarlo en este tipo de publicación, sin embargo se puede observar que la ilustración interactúa con el contenido.



Así mismo esta publicación se descartó ya que el lápiz no va acorde a la línea gráfica utilizada en los demás materiales.





PROPUESTA FINAL

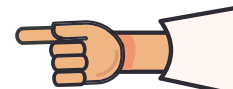
POST CHECKLIST



POST DE CHECKLIST - ¿QUÉ HE HECHO POR SER MEJOR?

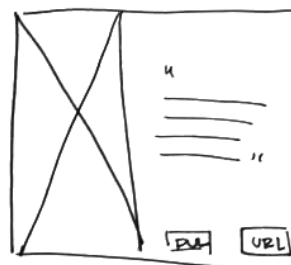
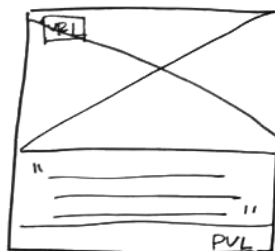
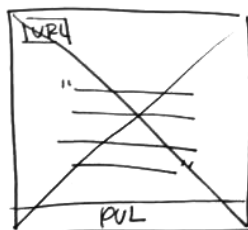
Finalmente se seleccionaron estas dos propuestas las cuales generan más diversidad dentro de las piezas, así mismo la mano de Jesús será utilizada en varios puntos de la publicación en actitud de señalar lo cual tendrá como finalidad no generar monotonía dentro de las publicaciones.

Así mismo se realizarán en varias tonalidades de la paleta de color, así se logrará cautivar más al estudiante.

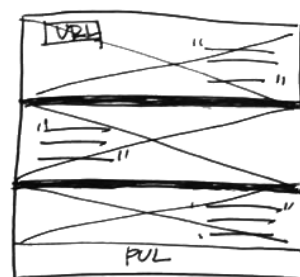
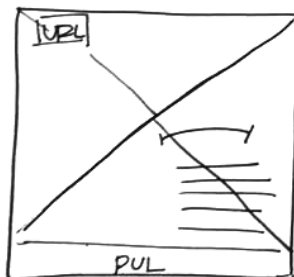




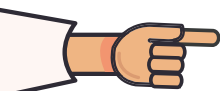
Esta opción se descartó ya que no se están utilizando fotografías como fondo principal dentro de las publicaciones o material, por ello al utilizar este tipo de elementos se desliga de la línea gráfica utilizada.



Esta opción se descartó ya que el uso de los logotipos no se está manejando de esa forma, de igual forma el uso de las fotografías a los lados.



Se seleccionó esta opción en la cual se pueden colocar varios colores y consejos, aportando más contenido a la publicación de esta propuesta se digitalizarán más opciones.

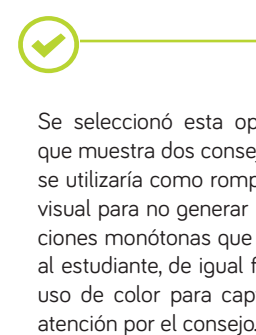




BOCETAJE DIGITAL

POST CONSEJOS SOBRE LA FE

Se descartó esta opción ya que es muy simple, no hay contrastes así mismo no captura la atención por el poco uso de elementos dentro de la composición.



Se seleccionó esta opción ya que muestra dos consejos, esta se utilizaría como rompimiento visual para no generar publicaciones monótonas que aburran al estudiante, de igual forma el uso de color para capturar su atención por el consejo.



Esta opción es complementaria con la que le sigue, en ella se colocó un post atrás para explicar que vendrá otro consejo más adelante, así mismo es importante el contraste de colores para generar puntos focales.



Se eligió esta opción ya que es simple pero conserva elementos que generan puntos focales, en este caso el contraste de los elementos dirige la vista hacia el consejo lo cual es lo más importante.



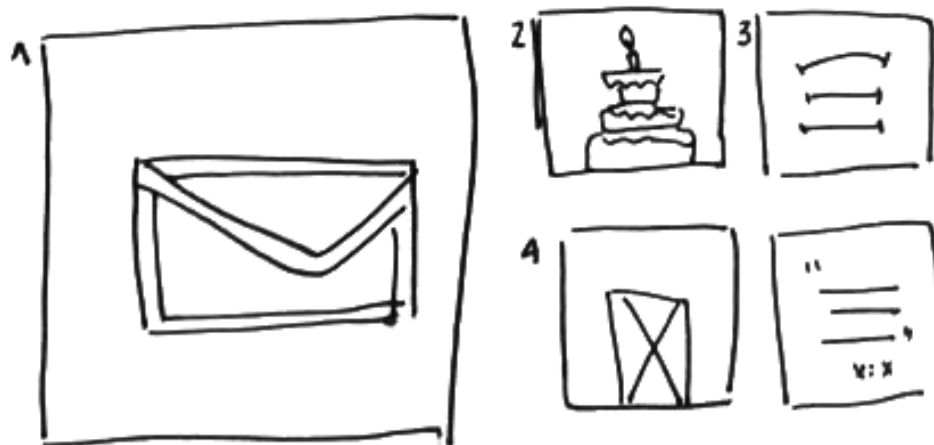
★ PROPUESTA FINAL

POST CONSEJOS SOBRE LA FE

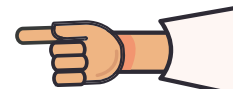


POST DE CUARESMA - CONSEJOS DE SEMANA SANTA

Finalmente se eligieron estas opciones para la colocación de consejos para fortalecer la segunda opción se utilizará como rompimiento visual dentro de las publicaciones para generar diversidad e interés, evitando post monótonos que aburran al usuario, así mismo el uso de los contrastes generan puntos focales para tomar como elemento principal el consejo descrito dentro del post it, la mano de Jesús señalando es un refuerzo para indicar que parte de los consejos son por parte de él para cada estudiante, se busca que estos generen empatía con el estudiante.



Se seleccionó esta opción ya que parte del concepto y la imagen se basa en mensajes positivos y amigables hacia los estudiantes, el uso de este ícono refuerza el concepto, la secuencia de la animación del gif se basa en animar pequeños elementos como la vela y sus destellos, cambios de color en el pastel, las chispas de colores en movimiento y los globos, por último se terminará con una frase amigable para el estudiante.



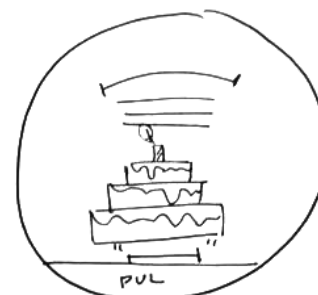
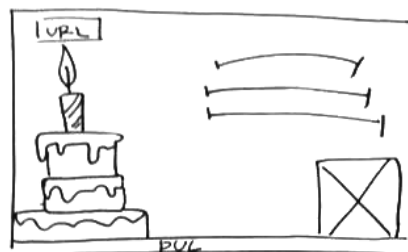


BOCETAJE MANUAL

FELICITACIÓN CUMPLEAÑOS



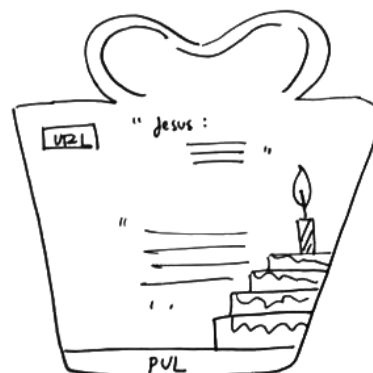
El utilizar este tipo de elementos como lo son los pasteles y las frases van más adecuados a la línea gráfica menejada en las demás piezas, para las frases se busca crear mensajes amigables que agraden al estudiante en su día.



Este tipo de versiones no son funcionales debido a la forma que poseen, a la hora de cargarse dentro del correo, ya que se busca que sea una sorpresa para el estudiante, como un detalle por parte del departamento de la Pastoral Landivariana, por ello debe seleccionarse una opción que abarque más la pantalla.



Se descartó esta opción ya que la mayoría de los materiales realizados son rectangulares o cuadrados por ello este tipo de forma chocaría con las demás piezas, así mismo al enviar la imagen por correo no abarcará el espacio correspondiente dentro de la pantalla.



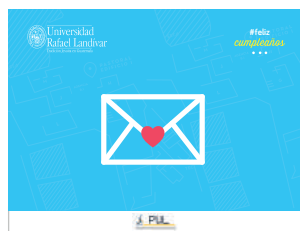


BOCETAJE DIGITAL

FELICITACIÓN CUMPLEAÑOS



Esta versión se descartó ya que el uso de la vela se ve muy repetitiva dentro del contenido de animación, de igual forma se ven saturados los elementos.



Se seleccionó esta opción ya que genera contraste por medio del uso de los elementos y no por el fondo creando saturación, así mismo la animación de los elementos es el principal atractivo.



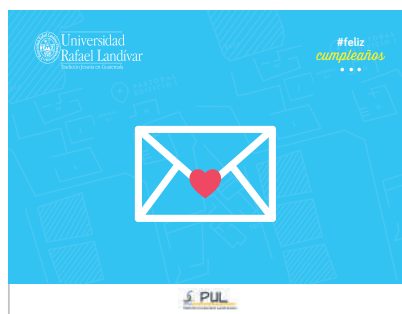
Esta versión se descartó ya que el uso de toda la paleta de color puede llegar a saturar las composiciones, así mismo el aprovechamiento del espacio se ve desequilibrado.





PROPUESTA FINAL

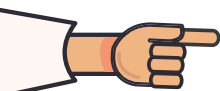
FELICITACIÓN CUMPLEAÑOS

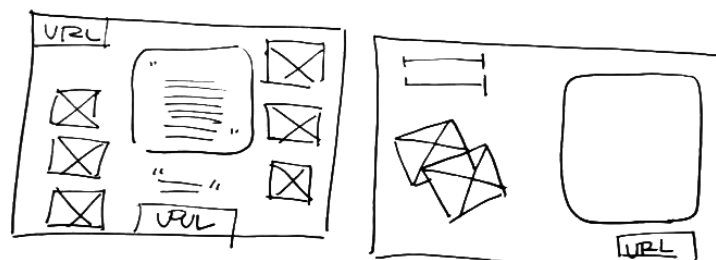


FELICITACIÓN DE CORREO - ESTUDIANTE CUMPLEAÑERO

Finalmente se seleccionó este tipo de propuesta la cual se aplicará en la paleta de color seleccionada para generar diversidad dentro del materil realizado, así mismo la animación del gif se basará en animar elementos como el corazón, los globos, el pastel y sus chispas, la velita, la mano de Jesús saludando, cambio de colores en el banderín donde los triángulos cambiarán de color, estos elementos generaran movimiento para evitar propuestas estáticas y poco atractivas para los estudiantes.

Es importante que el nombre del estudiante se encuentre dentro del lazo realizado para la propuesta así mismo la personalización del material para el estudiante, donde se perciba como un detalle por parte de la Pastoral.

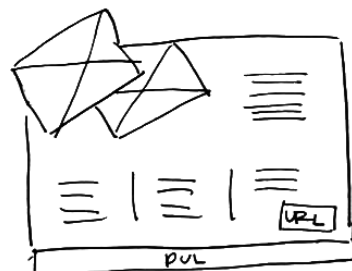
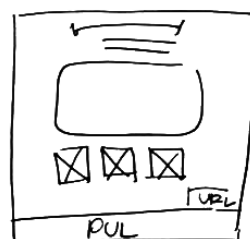
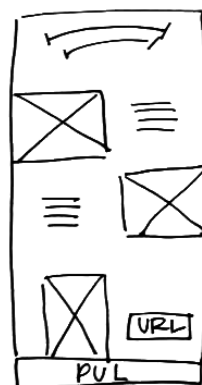


**Diagramación**

Se eligieron este tipo de diagramaciones en digital ya que se juega con las fotografías y la información logrando visualmente que el estudiante comprenda la información dada.

Diagramación

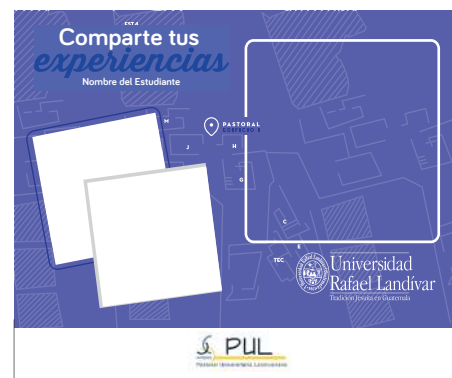
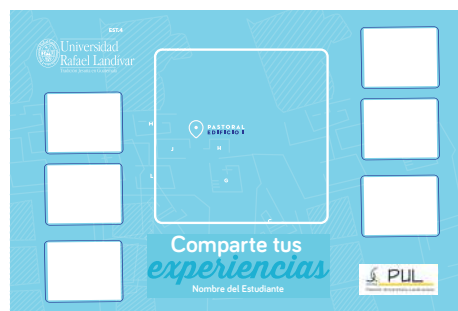
Esta propuesta se descartó ya que el formato alargado no logrará un gran impacto en los estudiantes, además de ser parecido al brochure distribuido por la Pastoral.





BOCETAJE DIGITAL

MAPAS DIGITALES



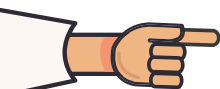
Diagramación

Se eligió esta propuesta ya que parte de lo que se desea lograr es captar a los estudiantes por medio de las fotografías, así mismo el contenido de textual informativo.



Diagramación

Este tipo de diagramación se descartó ya que no es dinámica en comparación del material, el tipo de retícula es muy estructurada en comparación de las piezas manejadas.



PROPUESTA FINAL

BOLETÍN EXPERIENCIAS



BOLETÍN EXPERIENCIAS

Finalmente la propuesta final se diagramó de forma que los estudiantes observaran tanto las fotografías de la experiencia como una pequeña reseña de lo que realizaron, se utilizó este tipo de diagramación ya que por medio de ella los estudiantes comprenderán el contenido inmediatamente.





[11.1]

PROPUESTA PRELIMINAR

BTL (FLOORPRINTS)

PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

El BTL se basa en la aplicación de varios stickers en las mesas de la cafetería ya que es un lugar estratégico donde los estudiantes poseen más tiempo para lograr realizar la activación del BTL, la cual se basa en el procedimiento de descargar la aplicación de Layar y escanear el material para conocer más de las actividades de la Pastoral Universitaria Landivariana.

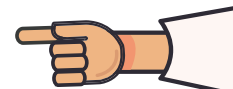
De este sticker se realizó solamente en esta versión ya que no se contaba con el presupuesto suficiente para pagar una serie de artes con este tipo de tecnología.

Dimensiones: 8.5 x 11 plgs

Material: Adhesivo Brillante

Color: CMYK Fullcolor

Solamente Tiro



AFICHE DISPENSADOR DE STICKERS

PROPUESTA PRELIMINAR

Especificaciones Técnicas

El afiche dispensador de stickers se basa en tener la funcionalidad de distribuir a los estudiantes varias calco manías con diferentes frases motivadoras que dijo cada personaje que se ilustró, el recuadro que se encuentra a la par de Jesús está realizado con acetato pegado por las orillas.

El afiche tendrá diferentes personajes los cuales solamente se sustituirán donde se encuentra el personaje, así mismo variarán de color en base a la paleta de colores seleccionada.

Dimensiones: 11 x 17 plgs

Material: Husky Cover

Color: CMYK Fullcolor

Solamente Tiro

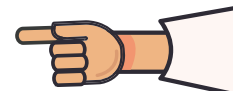


Versiones en Colores



Versiones en Personajes

MARÍA



SAN IGNACIO



PAPA FRANCISCO



STICKERS

PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

Los Stickers serán distribuidos por medio de los Afiches Dispensadores y de la Pastoral por ello habrán varias versiones de ellos, con diferentes frases en base al personaje y de diferentes personajes, estas propuestas se basan en la utilizada aquí, solamente cambia el personaje.

Dimensiones: 4 x 4 plgs

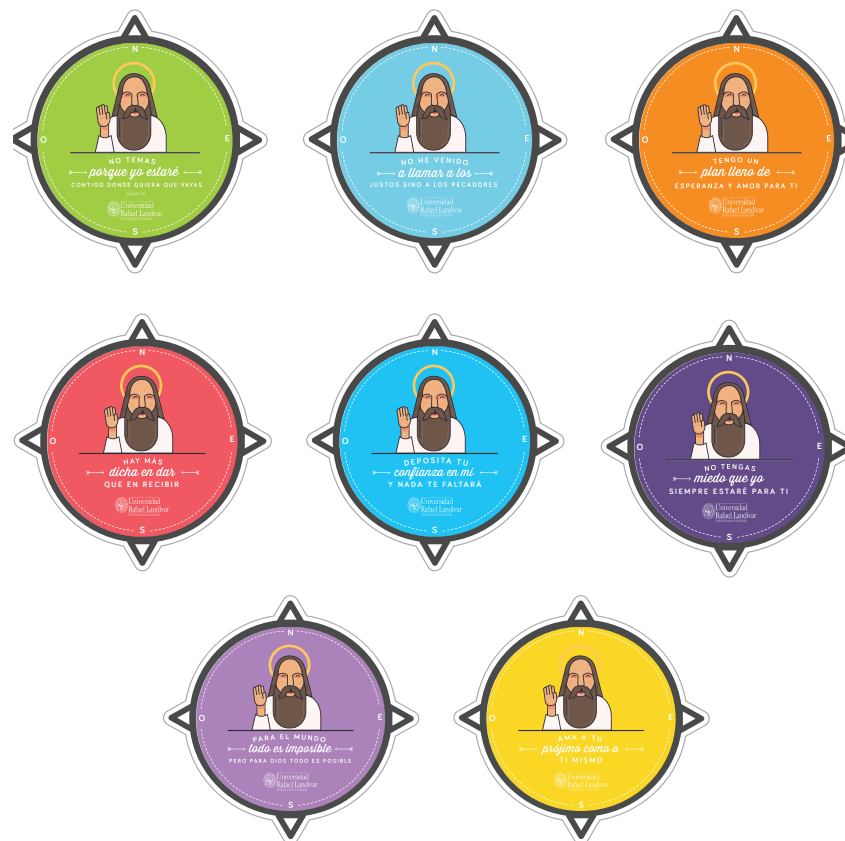
Material: Adhesivo Brillante

Color: CMYK Fullcolor

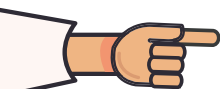
Solamente Tiro

Versiones en Personajes

JESÚS



MARÍA



PAPA FRANCISCO



SAN IGNACIO



BROSHURE

PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

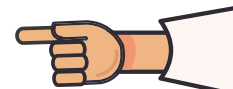
Con la realización de los unifolios se cuenta con versiones en distintos colores de la paleta de colores seleccionada en el proceso de bocetaje y con cada uno de las ilustraciones realizadas

Dimensiones: 8.5 x 4 plgs

Material: Papel Couché 100

Color: CMYK Fullcolor

Tiro y Retiro



JESÚS



URL_Pastoral
facebook

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL EDIFICIO I



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral te esperamos



#soypastoral URL

PROGRAMA DE COMPROMISO desde la Fe y la Justicia

Lo que busca este programa es generar experiencias desde la fe y la justicia, siendo un espacio en el que se forma conciencia, en la situación actual de como crear un compromiso con la fe.

PROGRAMA DE DIALOGO de Fe, Ciencias y Cultura

Es un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la ciencia. Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura.

PROGRAMA DE VINCULACION con la Iglesia y la Compañía de Jesús

Dentro de este programa se tiene a la "Pascua Juvenil Arquidiocesana la cual esta conformada por universitarios en misión como:

- Misión País-Guate
- Campamento Misión a nivel Centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.

#SOYPASTORALURL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

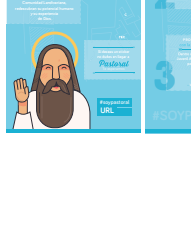
EST.4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

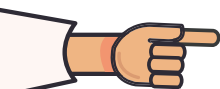
PASTORAL



Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral



#soypastoral URL



MARÍA



URL_Pastoral
facebook

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL

PROGRAMA DE COMPROMISO desde la Fe y la Justicia

1

Lo que busca este programa es generar experiencias desde la fe y la justicia, siendo un espacio en el que se forma conciencia, en la situación actual de como crear un compromiso con la fe.

PROGRAMA DE DIÁLOGO de Fe, Ciencias y Cultura

2

Es un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la ciencia. Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura.

PROGRAMA DE VINCULACIÓN con la Iglesia y la Compañía de Jesús

3

Dentro de este programa se tiene a la "Pascua Juvenil Arquidiocesana la cual está conformada por universitarios en misión como:

- Misión Paso-Quito
- Campamento Misión a nivel centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.

#SOYPASTORALURL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4



¿CUÁL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.



Si deseas un sticker no dudes en llegar a **Pastoral**. Te esperamos

#soypastoral URL



SAN IGNACIO



Universidad
Rafael Landívar

Individer, Amara en Guatemala

URL_Pastoral

facebook

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL EDIFICIO T



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

PROGRAMA DE COMPROMISO desde la Fe y la Justicia

Lo que busca este programa es generar experiencias desde la fe y la justicia, siendo un espacio en el que se forma conciencia, en la situación actual de como crear un compromiso con la fe.

PROGRAMA DE DIÁLOGO de Fe, Ciencias y Cultura

Es un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la ciencia. Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura.

PROGRAMA DE VINCULACIÓN con la Iglesia y la Comunidad de Jesús

Dentro de este programa se tiene a la "Pascua Juvenil Arquidiocesana la cual esta conformada por universitarios en misión como:

- Misión País-Guaste
- Campamento Misión a nivel centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.

#SOYPASTORALURL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL



TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL

¿Quieres *conocer* sobre la Pastoral?

EST-4



¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

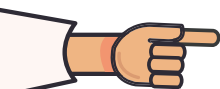


TEC

Si deseas un sticker no dudes en llegar a *Pastoral* Te esperamos



#soypastoral URL



PAPA FRANCISCO

Universidad Rafael Landívar
Escuela de Teología y Espiritualidad

URL_Pastoral
facebook

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL EDIFICIO I

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral te esperamos

#soypastoral URL

PROGRAMA DE COMPROMISO desde la Fe y la Justicia

Lo que busca este programa es generar experiencias desde la fe y la justicia, siendo un espacio en el que se forma conciencia, en la situación actual de como crear un compromiso con la fe.

PROGRAMA DE DIALOGO de Fe, Ciencias y Cultura

Es un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la ciencia. Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura.

PROGRAMA DE VINCULACION con la Iglesia y la Compañía de Jesús

Dentro de este programa se tiene a la "Pascua Juvenil Arquidiocesana la cual está conformada por universitarios en misión como:

- Misión País-Guate
- Campamento Misión a nivel centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL

Universidad Rafael Landívar / URL_Pastoral

¿Quieres conocer sobre la Pastoral?

EST.4

¿CUAL ES LA MISIÓN Pastoral?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para que los miembros de la Comunidad Landivariana, redescubran su potencial humano y su experiencia de Dios.

PASTORAL

Si deseas un sticker no dudes en llegar a Pastoral

#soypastoral URL

#SOYPASTORALURL



GIF'S MOTIVADORES

PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

Los Gif's motivadores son 6, cada uno con diferentes personajes y frases en base al personaje o persona utilizada, el proceso del GIF se basa en cambiar el color del fondo y las frases, la dinámica en redes sociales se basa en parar el GIF en la frase que salga con un clic y compartirla con los demás para motivarlos también.

Dimensiones: 1200 x 1200 px

Material o Soporte: Digital (Facebook)

Color: RGB

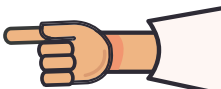
JESÚS



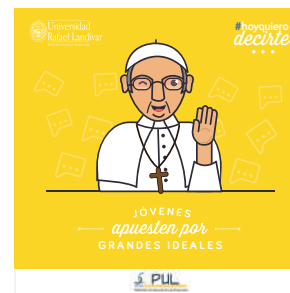
MARÍA



SAN IGNACIO



PAPA FRANCISCO



POST INFORMATIVOS PROPUESTA PRELIMINAR



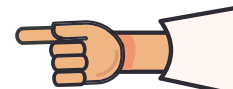
Especificaciones Técnicas

Cada uno de estos post se identificarán por medio de la brújula ya que funciona como un elemento direccional, el cual guía al estudiante sobre lo que realiza la Pastoral Landivariana. Estos se implementarán en base a la estrategia de medios.

Dimensiones: 1200 x 1200 píxeles

Material: Digital

Color: RGB




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala



¿Cuál es
 nuestra misión?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para ti, donde redescubras tu potencial humano y fortalezcas tu relación con Dios.


 PUL
 Pastoral Universitaria Landivariana


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala



Nuestro programa de fe y justicia

Lo que busca este programa es generar experiencias desde la fe y la justicia, siendo un espacio en el que se forma conciencia, con la situación actual como crear un compromiso con la fe.




 PUL
 Pastoral Universitaria Landivariana


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala



La iglesia y la Compañía de Jesús

Dentro de este programa se tiene a la "Pascua Juvenil" arquidiocesana la cual esta conformada por universitarios en misión como:

- Misión País-Guate
- Campamento Misión a nivel centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.




 PUL
 Pastoral Universitaria Landivariana


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala



PROGRAMA DE FE,
Ciencia y Cultura

Es un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la ciencia. Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura.


 PUL
 Pastoral Universitaria Landivariana

POST DE ACTIVIDADES PROPUESTA PRELIMINAR



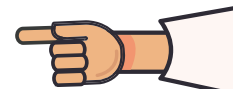
Especificaciones Técnicas

Este tipo de publicación para redes sociales se realizó en forma de machote el cual funcionará para el departamento a la hora de colocar actividades que se programen conforme va el transcurso del año.

Dimensiones: 1200 x 1200 píxeles

Material: Digital

Color: RGB





Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala



No olvides que...



Todos los días hay misa
en el polideportivo



En los horarios de:
7:00 am y 7:00 pm



MACHOTE



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala



No olvides que...



Texto sobre
actividad-



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala



No olvides que...



Recuerda que:

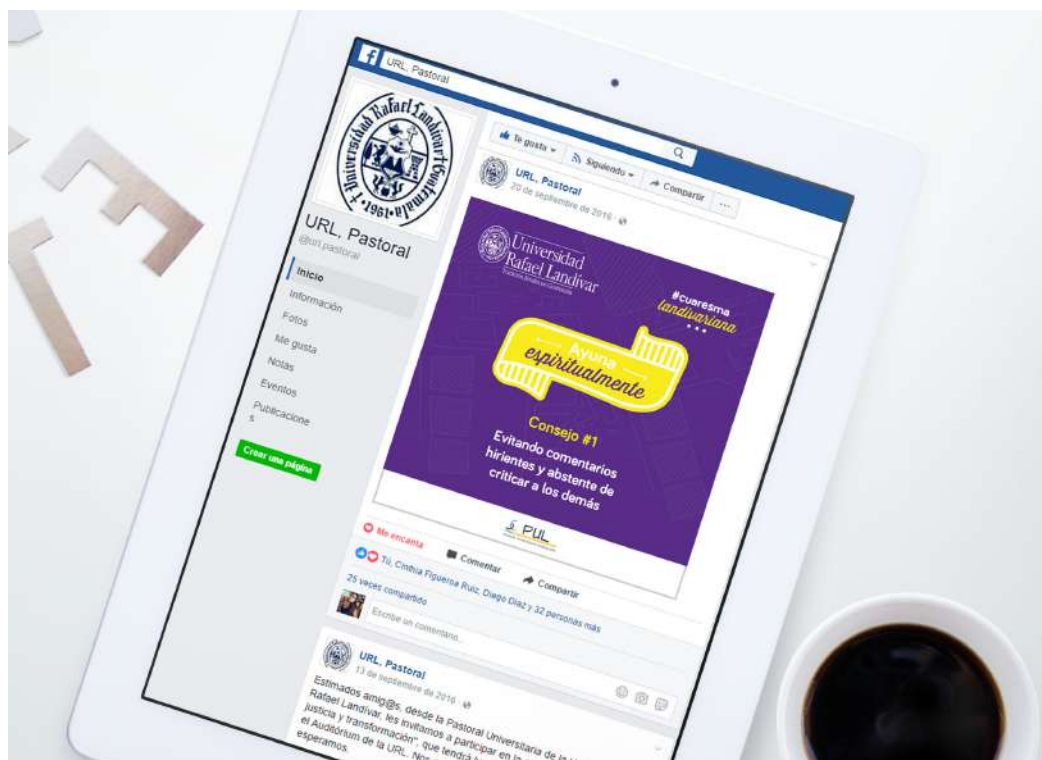
Texto Actividad



En los horarios de:
Hora de la Actividad



POST CONSEJOS PARA CUARESMA PROPUESTA PRELIMINAR



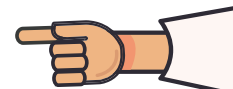
Especificaciones Técnicas

Para este tipo de publicación se realizaron 10 consejos para la preparación de los estudiantes para la semana, este tipo de material se puede implementar antes de la semana santa.

Dimensiones: 1200 x 1200 pixeles

Material: Digital

Color: RGB



AYUNA
espiritualmente

Consejo #1

Evitando comentarios
 hirientes y abstente de
 criticar a los demás



POST DE CHECKLIST

PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

El total de este tipo de publicaciones es de 3, ya que cada una cuenta con varias actividades que el estudiante puede aplicar para ser mejor en su vida espiritual y desarrollo integral, por medio de estas listas el puede sentirse motivado a realizarlas o completarlas, además de compartirlas con sus compañeros para realizarlas juntos.

Formato: 1200 x 1200 píxeles

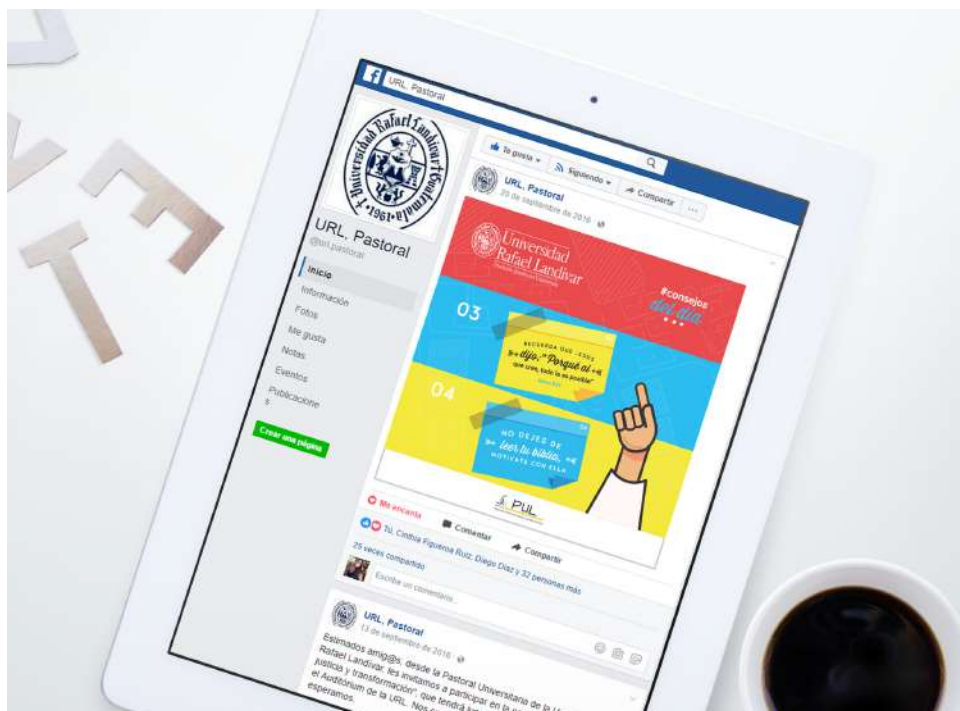
Material: Digital

Color: RGB





POST DE TIPS PARA FORTALECER LA FE PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

En total de este tipo de publicaciones se realizaron 9 consejos o tips para fortalecer la fe del estudiante, el uso de estos se busca que el estudiante los recuerde siempre por ello se busca la diversidad dentro de las publicaciones de los post.

Formato: 1200 x 1200 píxeles

Material: Digital

Color: RGB






Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#consejos del día

03

RECUERDA QUE JESÚS
 » *«dijo:»* *«Porqué al que cree, todo le es posible»* «
 Marcos 9:23

04

NO DEJES DE
 » *«leer tu biblia,»* «
 MOTIVATE CON ELLA






 #consejo del día

01

CUENTALE A LOS DEMÁS
 » *«lo buena que ha sido Dios en tu vida»* «






 #consejo del día

06

ALEJATE DE LAS PERSONAS
 » *«que te lastiman»* «
 O TE LLEVAN A OBRAR MAL






 #consejo del día

02

CADA DÍA ABRE
 » *«tu biblia y apunta»* «
 TU VERSÍCULO FAVORITO






 #consejo del día

09

Y RECUERDA, DIOS ES UN DIOS
 » *«de amor, no le importan»* «
 TUS PECADOS SI TE ARREPIENTES DE CORAZÓN






 #consejos del día

07

ALEJATE DE LAS
 » *«tentaciones y del»* «
 PECADO NO ES UNA OPCIÓN

08

NO TE OLVIDES
 » *«de Dios y de»* «
 LA COMUNICACIÓN CON EL






 #consejo del día

10

SÉ MÁS COMO JESÚS
 » *«Jesús, humilde y con»* «
 UN CORAZÓN LLENO DE ALEGRÍA






 #consejo del día

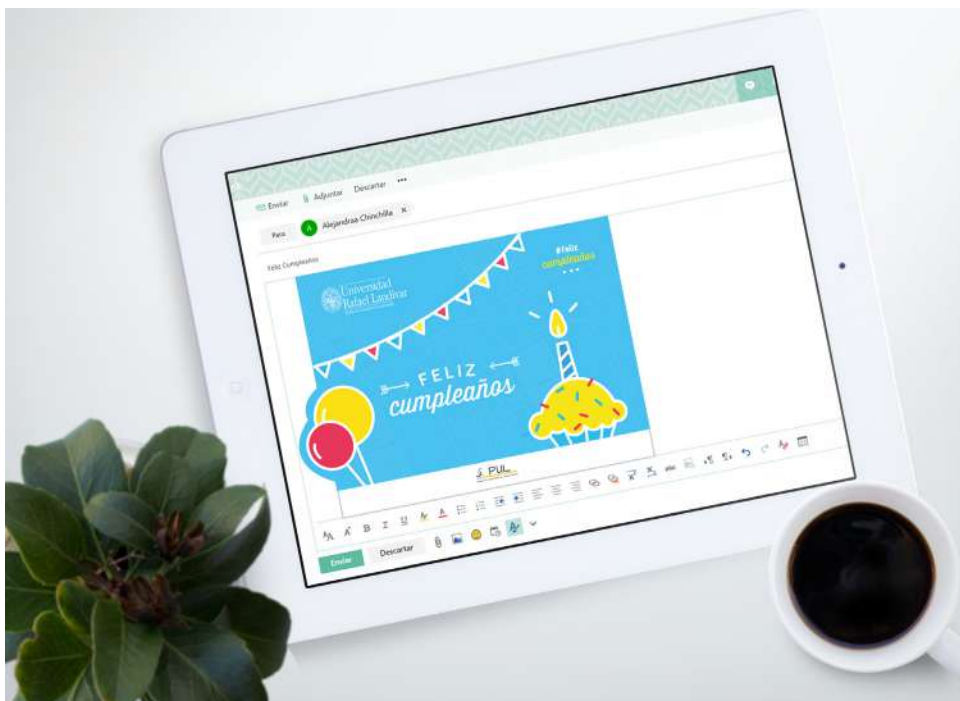
05

ÚNETE A UN GRUPO DE
 » *«jóvenes, conoce a más»* «
 PERSONAS QUE AMEN A DIOS TANTO COMO TÚ





POST DE TIPS PARA FORTALECER LA FE PROPUESTA PRELIMINAR



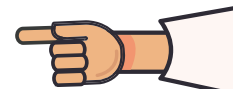
Especificaciones Técnicas

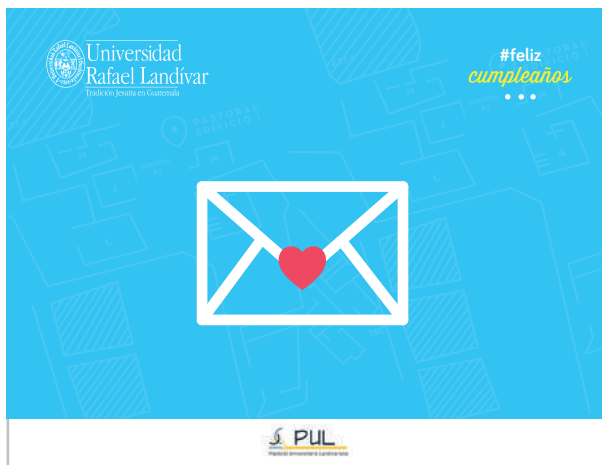
Este tipo de GIF es parte de la atención que la Pastoral busca tener con los estudiantes, este pequeño detalle para muchos significará bastante, por ello se utilizó esta estrategia como un método para evidenciar lo importante que son los estudiantes para la Pastoral.

Formato: 1800 x 1200 píxeles

Material: Digital

Color: RGB





BOLETÍN DE EXPERIENCIAS

PROPUESTA PRELIMINAR



Especificaciones Técnicas

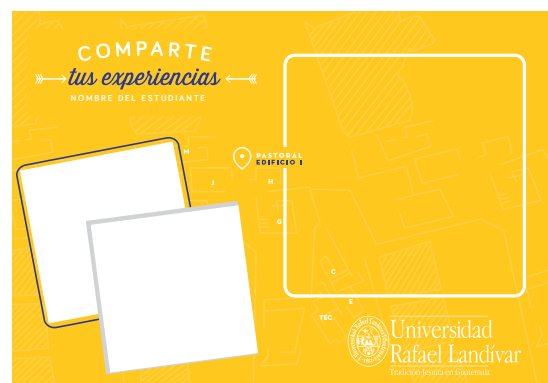
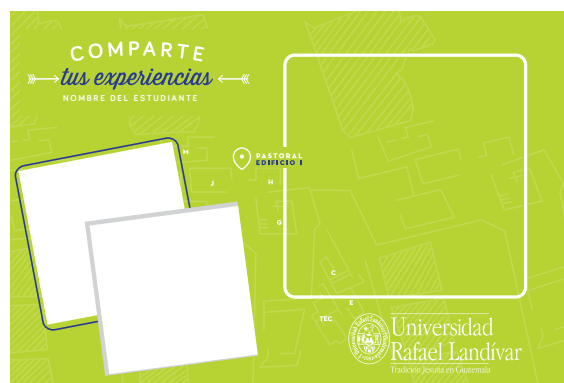
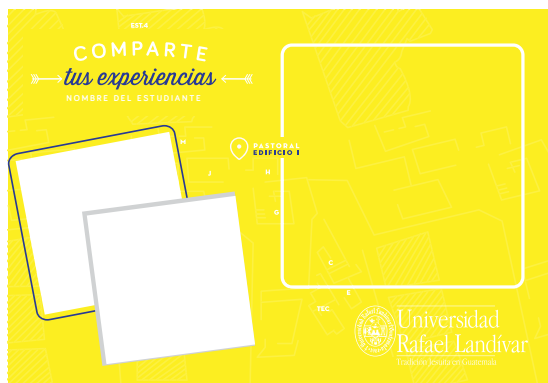
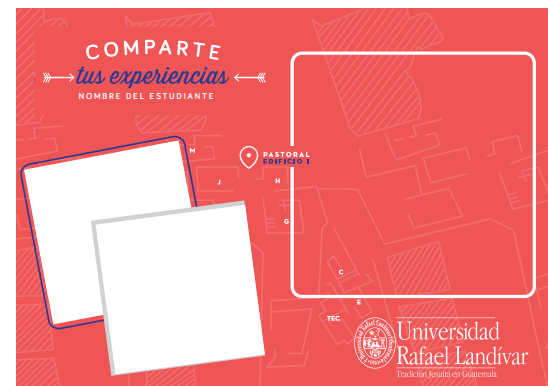
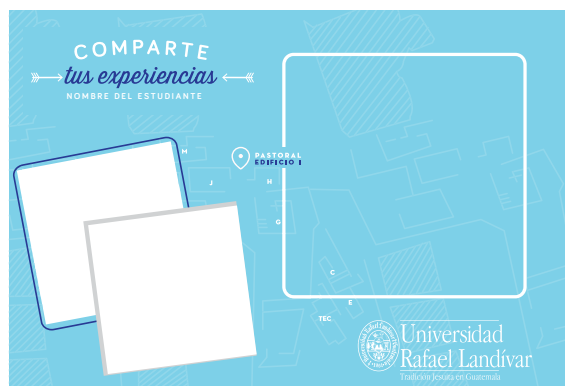
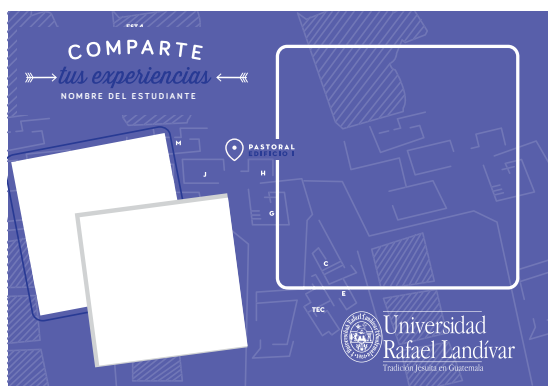
El boletín de experiencias es una pieza que se publicará mensualmente en las redes sociales de la Pastoral Universitaria Landivariana el cual tiene por función mostrar a los estudiantes las experiencias de otros estudiantes landivarianos los cuales han participado en varias actividades de la Pastoral.

Dimensiones: 1200 x 630 px

Material o Soporte: Digital (Facebook)

Color: RGB







[12]

VALIDACIÓN

TÉCNICA DEL DISEÑO
PRELIMINAR



INDICACIONES DEL PROCESO DE VALIDACIÓN

En este apartado se presentarán los resultados obtenidos a partir del proceso de validación que se realizó, este va enfocado a diferentes perfiles ya que se consideró a expertos en el tema, expertos en diseño y al grupo objetivo. De acuerdo a estos resultados se realizaron una serie de gráficas las cuales fueron tabuladas para tomar en cuenta los cambios necesarios en base a los perfiles.

A continuación se presenta el proceso que se realizó con cada uno de los grupos seleccionados:

El proceso de validación consiste en realizar una serie de evaluaciones a 3 grupos diferentes entre ellos se encuentra el grupo objetivo, los expertos en el tema y expertos en el área de diseño gráfico cada uno de ellos determina los aspectos que se deben tomar en cuenta para realizar material de acuerdo a cada principio establecido, así mismo estos sugieren si las piezas se deben someter algún proceso de cambio.

Grupo Objetivo: Se encuestaron a 15 jóvenes estudiantes landivarianos, este proceso consistió en presentarles a este grupo la propuesta gráfica digitalmente para que después contestaras las preguntas en base al material, conforme su experiencia y gustos.

Expertos en el Tema: Se encuestó a 3 expertos en el tema, en este caso fueron los mismos representantes de Pastoral los que respondieron en base a su conocimiento sobre la fe. Se le realizó a Maite Menor encargada de la coordinación de promoción y fe de Pastoral, a Eddy Jorge que es el Director de Pastoral y a Luis Guiguí Asistente de Pastoral.

Principalmente se buscó realizarles preguntas que aportaran mejorar el material desde su perspectiva y conocimiento. Sobre todo que contestaran en base a su opinión profesional.

Expertos en Diseño: Se encuestó a 5 expertos en el tema de ellos fueron Licda. Inés de León Valdeavellano (Directora Creativa y Diseñadora Gráfica), a Lic. Marcelo Ardón (Diseñador Gráfico), Lic. Silvia Barrientos (Diseñadora Gráfica), Lic. Alejandra Vázquez (Diseñadora Gráfica) y Mgtr. Regina López (Diseñadora Gráfica), de acuerdo a las preguntas de las encuestas se buscó que respondieran en base a su criterio profesional adecuados a la necesidad del material.

COMPARACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentará la comparación de los instrumentos de validación basados en las encuestas realizados a los tres perfiles manejados. Esta comparación se divide en base a la comparación de los elementos de diseño que se tomaron en cuenta a la hora de su realización. Estas comparaciones ayudarán a evaluar la necesidad y aspectos que se deben arreglar del material realizado; logrando que los objetivos del proyecto se cumplan de la mejor manera.

VER ANEXO 9
(EVOLUCIÓN DE LAS PROPUESTAS)



Concepto

En base al concepto que se utilizó el 100% del G.O consideró que el concepto si se representaba en cada una de las piezas, el 80% de los expertos en diseño consideraron que se reflejaba el concepto en la propuesta gráfica.

Formato

De forma general el grupo objetivo consideró que lo tamaños eran apropiados el 100% lo pensó de esa forma, el 60% de los expertos en diseño consideraron que logra tener una buena dimensión para cuativar al estudiante, el otro 20% que se adapta a su funcionalidad y el otro 20% en base a lo que se quiere transmitir con el concepto. Los expertos en el tema el 100% consideró que es un buen tamaño para que los estudiantes no pierdan el material.

Diagramación

En las encuestas que se presentaron a los expertos en el tema se les plateó si la diagramación era adecuada e interesante en base al tema que se estaba manejando de ellos el 33% considero que es adecuada para interpretar el tema que se esta manejando, el otro 34% que es interesante para mantener al estudiante cautivado y el otro 33% que representa adecuadamente la armonía del tema y genera o llama la atención. Los expertos en diseño consideraron en base a la rícula que se planteo el 60% considera que tiene un ritmo definido y ayuda al estudiante a tener orden, el otro 20% considera que se logra evidenciar el ritmo y el movimiento de rículas para no aburrir al estudiante y el otro 20% considera que genera fluidez en la lectura. El grupo objetivo considera en base a la diagramación del proyecto, el 53% piensa que genera fluidez a la lectura y

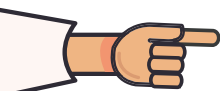
tiene jerarquías atractivas para leer. No aburre, el 27% considera que se puede ver que todo esta ordenado sin dejar de ser interesante y el 20% restante considera que todo esta en un orden el cual logra una lectura fluida.

Tipografía

En base al la tipografía utilizada los expertos en el tema el 100% considera que logra transmitir el mensaje y se adapta al aspecto juvenil que se le quiere dar a Pastoral. Los expertos en Diseño consideran en base a la jerarquía utilizada con los textos en las composiciones tipográficas el 80% considera que son simples y ayudan a generar curiosidad al leerlos y el 20% considera que son complejas de entender logrando que la atención se pierdan sin embargo el grupo objetivo considera que son interesantes y dinámicas.

Ilustración

La ilustración es muy importante dentro del material por lo mismo esta pregunta se distribuirá en los 3 perfiles el grupo objetivo consideró que la técnica utilizada en las ilustraciones el 73% reconoce que es ideal para llamar la atención de las personas porque son amigables, el otro 13% considera que los elementos son simples sin necesidad de saturar, es atractiva y por ultimo el 14% piensa que los elementos son simples sin necesidad de saturar el contenido, es atractiva. Los expertos en diseño en base a la ilustración su resultado fue que el 40% piensa que va acorde al grupo objetivo por su simplicidad logrando capturar su atención, el otro 40% considera que va en relación al contenido y el tema logrando una empatía con el estudiante y por ultimo el 20% considera que es ideal para llamar la atención en base a la personalidad del grupo objetivo.



Los expertos en el tema el 67% considera que el mensaje se transmite de una forma juvenil y amigable lo cual llama la atención de los estudiantes, el otro 33% considera que refuerzan el mensaje de la fe de una forma atractiva e interesante. En base a como se manejan las ilustraciones los expertos en el tema consideran de esta forma el 67% considera que permite que pastoral se vea como una entidad que colabora con la fe de una forma amistosa y el otro 33% considera que las ilustraciones refuerzan que Pastoral, Jesús, María, San Ignacio y el Papa Francisco se pueden considerar amigos, así mismo se sugirió agregar 3 personajes importantes como lo son el Papa Juan Pablo II y la Madre Teresa de Calcuta en representación del servicio y el Espíritu Santo.

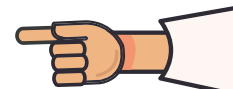
Paleta de Color

La paleta de color utilizada para el proyecto por parte de los expertos en el tema el 67% considera que se conectan adecuadamente con los fines del proyecto, transmiten adecuadamente el mensaje y el otro 33% considera que se conectan con el concepto y la temática representan la alegría de vivir con la fe. Los expertos en el área de diseño consideran que la paleta de color ayuda a darle un mensaje juvenil y amigable, el 20% considera que genera un aire de motivación y empatía con el mensaje y el otro 20% considera que permite ver que es llamativo e interesante, lo cual cautiva al grupo objetivo. Los encuestados del grupo objetivo consideraron en base a la paleta de color que se maneja el 60% piensa que este permite ver que es llamativo e interesante, además que cautiva visualmente, el otro 40% consideró que ayuda a darle un mensaje juvenil y amigable a las personas que lo observan, sin embargo parte de las observaciones por parte de los expertos fue el reducir la paleta de color a un máximo de 5 colores.

BTL

En base a esta propuesta el Grupo Objetivo considera el 53% que es adecuado colocar un floorprint en el suelo para llamar su atención cuando caminan, el 27% considera que no llamaría tu atención para escanearlo y el otro 7% considera que es ideal ya que genera curiosidad y da a conocer sobre pastoral, y el 13% considera que es poco funcional ya que pasaría desapercibido. A los expertos en el Tema no se les preguntó acerca de esto ya que ellos no conocen sobre estos aspectos, a la hora de preguntar a los expertos en diseño el 60% considera que es poco funcional ya que pasaría desapercibido, el otro 20% considera que es adecuado colocar un floorprint en el suelo para llamar la atención del estudiante y el otro 20% consideró que es ideal ya que genera curiosidad en el grupo objetivo y da a conocer sobre el tema, debido a estos datos estadísticos se consideró evaluar la propuesta ya que no era funcional para atraer a los estudiantes.

Ver anexo 9





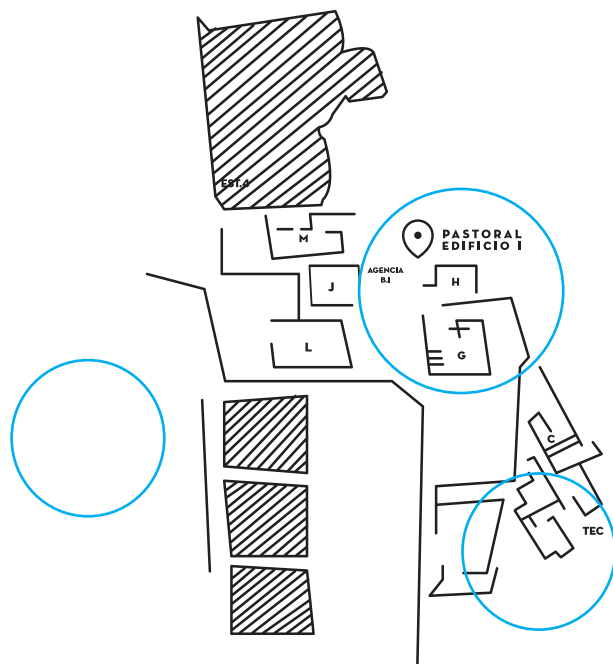
[12.1]

CAMBIOS

DEL PROCESO DE
VALIDACIÓN

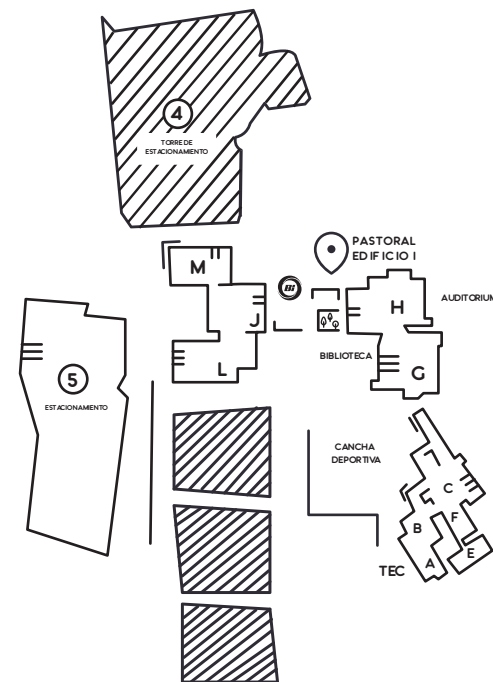
MAPA

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



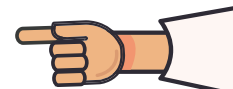
Antes

- Se sugirió por parte de los expertos mejorar el mapa ya que este puede dificultar el entendimiento en los estudiantes.
- Así mismo se comentó el agregar íconos o nombres más que los estudiantes comprendan o relacionen.



Después

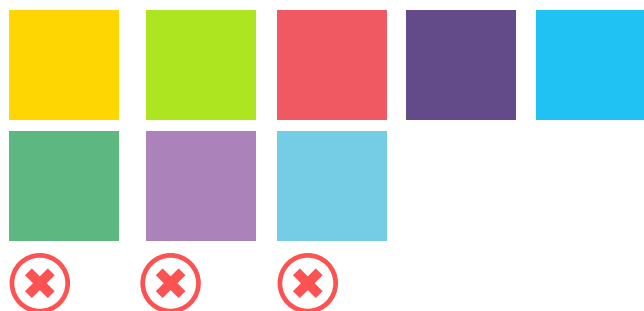
- Se cambió el mapa por medio de una abstracción más detallada de la Universidad, se agregaron más letras en relación a la ubicación de los edificios.
- Por la parte de la iconografía se agregaron varios árboles los cuales se encuentran ubicados enfrente de la Pastoral, además del nombre de los edificios importantes, otro ícono importante es el del Banco Industrial siendo el lugar más conocido dentro de la Universidad, por medio de este ícono para el estudiante será mucho más fácil identificar la ubicación de la Pastoral Landívariana.





PALETA DE COLOR

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



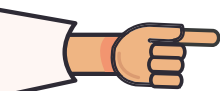
Antes

- Se sugirió por parte de los expertos eliminar varios colores análogos ya que la paleta de color se ver saturada, así mismo enfocar los colores en base a su significado litúrgico.



Después

- Se redujo la paleta de color a 5 colores, se dejaron los principales colores litúrgicos mencionados durante el contenido, los cuales poseen un nivel de saturación alto para que los estudiantes lo asocien con juventud y energía.



ILUSTRACIÓN

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



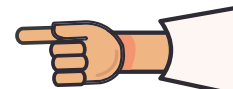
Antes

- Se sugirió por parte de los expertos en el tema cambiar la expresión de la Virgen María ya que era muy pacífica y se necesita que se proyecte como una mujer luchadora, en la que uno puede confiar. Por lo mismo se debe cambiar su expresión, así mismo agregar la luna como un elemento representativo de la Virgen de Guadalupe.



Después

- En base a estas sugerencias se colocó a la Virgen en una expresión más de amistad, como una confidente o mejor amiga, no tan pacífica como mencionaba los expertos en el tema, se agregó la luna para reforzar que es la advocación de la Virgen de Guadalupe.



ILUSTRACIÓN

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



Antes

- Por parte de los expertos en el tema, se sugirió agregar más personajes importantes dentro del ámbito espiritual, los cuales son un ejemplo de vida para los estudiantes landivarianos.



Después

- Por ello se decidió agregar a la Madre Teresa de Calcuta por su servicio por los más necesitados, al Papa Juan Pablo II por su carisma y amor y por último al Espíritu Santo el cual posee un gran valor simbólico en los cristianos.

B T L

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



Antes

- Por parte del G.O se obtuvieron varios comentarios acerca del BTL, muchos consideraron que lo observarían pero no lo escanearían por ello se consideró que era un material poco funcional para los estudiantes, ya que no se activaría, muchos de ellos consideraron que debido al proceso tan largo de bajar la aplicación escanear y obtener la información era muy lento.

VER ANEXOS DE VALIDACIÓN Y VALIDACIÓN DEL NUEVO BTL



Después

- Por ello se decidió crear otro tipo de BTL, donde los estudiantes participaran de forma consciente, se creó un recaudador de oraciones donde los estudiantes podrán colocar sus sentimientos y plegarias hacia Dios, estas quincenalmente se podrán en la celebración litúrgica y se pedirá por cada una de ellas, estas urnas serán móviles en total son 3 las cuales se rotarán en los lugares estratégicos, incluyendo una urna en el departamento de la Pastoral. **(Ver Anexo 9)**



AFICHE DISPENSADOR

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



Antes

- Por parte de los expertos en diseño consideraron que esta era la única pieza donde se implementaba ese tipo de letra, por ello se sugirió aplicar el mismo estilo tipográfico utilizado en todas las demás piezas.
- Otro cambio sugerido por parte de los expertos en diseño, fue agregar debajo del acetato un texto donde se explique que pasa si se acaban los stickers.

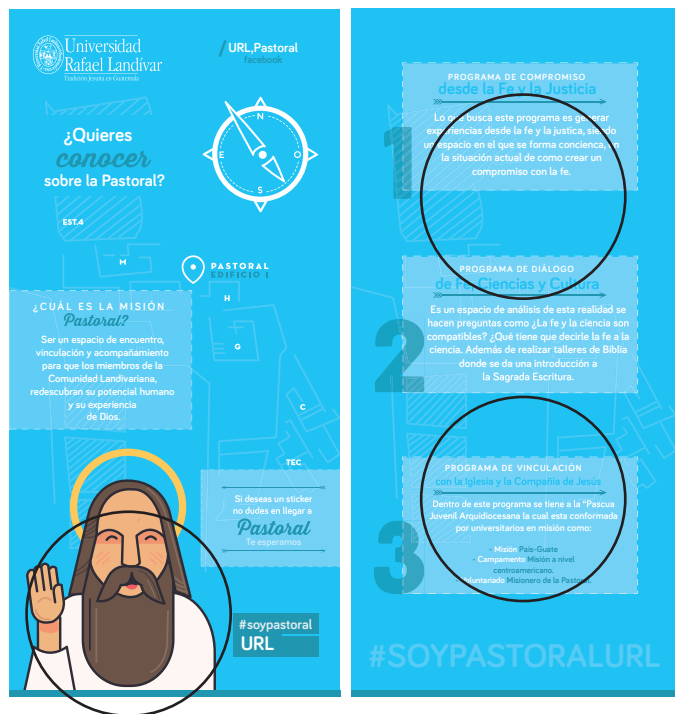


Después

- Por ello se decidió agregar los letterings utilizados anteriormente dentro de las propuestas, el uso de las flechas también fue un elemento que se debía considerar para generar una misma línea gráfica.
- Se agregó un apartado donde se coloca que si se desea obtener otro sticker los puede encontrar en la Pastoral Landivariana.

BROSHURE

CAMBIOS DE VALIDACIÓN



Antes

- Por parte de los expertos en Diseño se consideró que el brochure podría contener un tipo de doblez interesante donde el estudiante interactúe con lo que esta observando.
- Por parte de los expertos en el tema se consideró que se podría agregar en que tipo de actividades pueden participar los alumnos.



Después

- Por ello se agregó un listón el cual genera dinamismo en la propuesta, además de generar variedad dentro del contenido.
- Se agregó otro punto donde se colocan que tipo de actividades pueden realizar los alumnos dentro de la Pastoral para su desarrollo integral y espiritual, así mismo un troquel de doblez para hacer del unifoliar más compacto, logrando la interacción del estudiante con el material.





[13]

PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

La Universidad Rafael Landívar actualmente es la única Jesuita dentro del país, como se comentó a lo largo del proyecto la universidad busca brindarle a los estudiantes un espacio de desarrollo integral y formación espiritual por medio del departamento de la Pastoral Universitaria Landivariana, esta busca principalmente ser un espacio de apoyo y encuentro para los estudiantes los cuales conozcan sobre tu potencial humano y mejoren su relación con Dios.

Por esta razón la Pastoral Universitaria Landivariana busca principalmente formar parte de la vida de los estudiantes landivarianos, sin embargo el tema de la fe en los jóvenes suele para muchos ser tedioso o incómodo, siendo esta una de las razones por las que muchos estudiantes no asisten a las actividades que brinda esta unidad, como también el conocer acerca de ellos, los cuales pasan desapercibidos dentro del ámbito universitario ya que pocos conocen de su ubicación dentro de la Universidad.

Actualmente este departamento carece de comunicación poco afable por lo que su percepción por parte de los estudiantes es poco amigable o atractiva, por consiguiente los estudiantes no asisten a las actividades ni conocen sobre el pensamiento ignaciano el cual es la base fundamental para la educación landivariana, este se basa en el servicio, libertad y excelencia. Siendo así se propone realizar la imagen visual del proyecto "soypastoral" el cual busca promover a los estudiantes landivarianos a conocer sobre la pastoral, por medio de material informativo y promocional, logrando así que los estudiantes perciban al departamento como un espacio de apoyo y amistad.

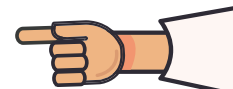
Lo que conlleva a un análisis específico sobre el G.O en este caso los estudiantes landivarianos, los cuales se ven identi-

ficados por características y comportamientos específicos, los cuales se observaron durante el proceso de investigación, era fundamental llegar al grupo objetivo de forma amigable ya que un error común en este tipo de temas es forzar a las personas a creer, sin embargo Pastoral es todo lo contrario es un espacio que busca crear vínculos de amistad con los estudiantes, por ello durante la realización del proyecto se buscó que los estudiantes estuvieran cómodos con la propuesta y percibieran a esta unidad más amigable e interesante.

Por ello se desarrolló el concepto "En busca del camino del crecer", el cual busca reflejar a la Pastoral como un tesoro por encontrar, el cual es base fundamental para el crecer espiritual e integral del estudiante, tomando en consideración este tipo de elementos se buscó utilizar elementos que hicieran alusión a una búsqueda entre ellos mapas y brújulas, así mismo se decidió asignarle a la Pastoral la personalidad de Jesús, tomando aspectos como su humildad, alegría, paz y amor.

La tendencia elegida para la imagen del proyecto fue monoline, la cual se basa en la abstracción de los elementos por medio del uso de las líneas, se eligió este tipo de tendencia debido a que en la actualidad muchos de los jóvenes se ven atraídos por ella lo cual se logró comprobar en el proceso de estudio del G.O llevado a cabo a los estudiantes.

La relación de cada una de las piezas realizadas busca generar en el estudiante un cambio de pensamiento hacia la Pastoral, por ello se buscó realizar un BTL para cautivar y llamar la atención del estudiante, por otra parte el material digital como el uso de la red social facebook aprovechando que es un espacio donde los estudiantes se mantienen la mayor parte del tiempo, de esta misma forma se propuso material personalizado que





genere en los estudiantes un impacto positivo, este proceso cuenta de dos etapas fundamentales, la primera es dar a conocer a la Pastoral como un espacio amigable así mismo que los estudiantes conozcan a donde pueden avocarse, conocer la ubicación de la Pastoral y la segunda etapa busca cambiar la perspectiva que se toma de esta unidad, por medio de material dirigido especialmente para ellos.

Se realizó la siguiente iconografía para resaltar los aspectos que ayudarán a comprender de mejor forma la fundamentación de cada pieza:



Soporte



Dimensiones



Visualización



PALETA DE COLOR

La paleta de color es un elemento a destacar ya que durante el proceso estratégico uno de los objetivos es representar la alegría de vivir en la fe por medio del color, sin embargo la paleta de color se basó en el significado de los colores litúrgicos de la Iglesia Católica, así mismo estos colores se intensificaron para representar la amistad, la alegría y juventud.

Costa, J. (2007), explica que para la doctrina católica el uso de los colores poseen ciertos significados simbólicos ya sea por fechas o por su contexto, tomando en cuenta estos aspectos se mencionarán los colores utilizados dentro de la propuesta gráfica y su significado litúrgico:

El **color rojo** simboliza el "amor divino" y la "sangre", este se utiliza en las fiestas del Espíritu Santo, iluminado por la llama del amor y en las fiestas de los Mártires en la pasión y Pentecostés menciona el autor, se seleccionó este color por su intensidad así mismo es llamativo para el estudiante y este representa el amor de Jesús por los seres humanos como la Pastoral es para los estudiantes.

El **color verde** se seleccionó dentro de la paleta de color ya que como explica Costa, J. (2007), representa la esperanza, los bienes y la vida eterna, el significado que se determinó para este color principalmente fue la esperanza ya que parte de vivir y crecer espiritualmente se basa en una actitud positiva.

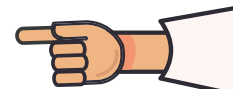
El **color violeta** se eligió ya que representa la Cuaresma y la semana de Adviento así mismo la penitencia, este color es uno de los más usados dentro de la iglesia por ello este conformó

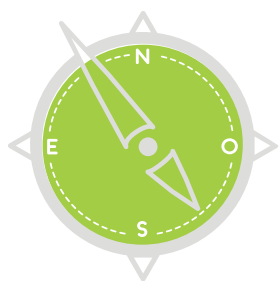
parte de la paleta de color utilizada en la propuesta gráfica reflejando una identidad y celebración importante para los católicos.

El **color amarillo** se escogió ya que es la representación de la luz, siendo así el significado que posee el departamento de la Pastoral para los estudiantes, este espacio busca ser su guía en el camino para su crecimiento.

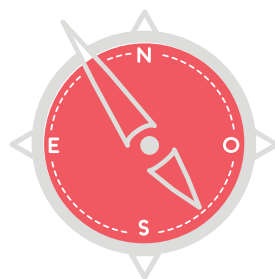
Y por último se seleccionó el **color celeste/azul** el cual representa el color del cielo y las fiestas de los ángeles. Estos 5 colores son la base principal de la realización del proyecto ya que cada uno de los materiales se realiza diferentes versiones color, para transmitir en los estudiantes la diversidad y representarles de forma juvenil, así mismo el G.O asoció estos colores para representar la juventud.

La palabra crecer del concepto se ve reflejada en los colores ya que estos representan fases de la vida de las personas, como lo es el amor, la esperanza, la luz entre otros.

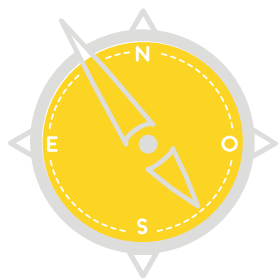




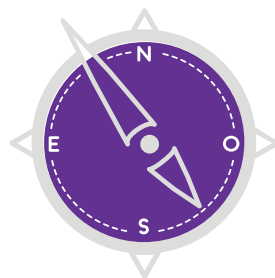
C: 41 **R:** 172
M: 0 **G:** 202
Y: 94 **B:** 943
K: 0 *#acca2b*



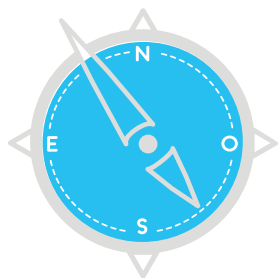
C: 0 **R:** 234
M: 80 **G:** 81
Y: 55 **B:** 90
K: 0 *#E9505a*



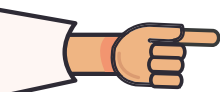
C: 2 **R:** 255
M: 13 **G:** 255
Y: 92 **B:** 4
K: 0 *#acca2b*



C: 75 **R:** 100
M: 96 **G:** 43
Y: 0 **B:** 134
K: 0 *#642686*



C: 68 **R:** 50
M: 2 **G:** 187
Y: 0 **B:** 237
K: 0 *#acca2b*



TIPOGRAFÍA

La elección tipográfica se basa en dos tipos de fuente las cuales contrastaran entre sí generan composiciones tipográficas dentro de las composiciones, Willberg, H. (2002), explica que la tipografía puede llegar producir sensaciones ya que por medio de ella se pueden producir varias experiencias al usuario, el utilizar tipografías caligráficas representa elegancia a diferencia de una sans serif.

En este caso para la realización de las composiciones tipográficas se seleccionaron 2 tipografías las cuales contrastan entre sí. La primera tipografía es una sans serif redonda por medio de ella se busca transmitir la sensación de tranquilidad y la amistad por los trazos redondos que posee esta tipografía esta se identifica como **Bariol Bold**, de igual forma se jugó con los espacios de la letra para generar mejores composiciones visuales.

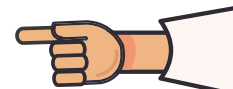
La segunda tipografía utilizada fue una caligráfica **Thirsty Script Regular**, esta se seleccionó ya que era contrastante con la tipografía anterior sin embargo esta conserva su seriedad, es importante tomar en cuenta que el uso de la tipografía transmite varias sensaciones, el contraste entre estas genera armonía en las composiciones ya que no interfiere con la lectura si no que busca resaltar los textos más importantes dentro del contenido utilizado en las piezas.

Bariol, Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Thirsty Script Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



ELEMENTOS GRÁFICOS

Mapa

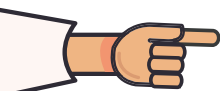
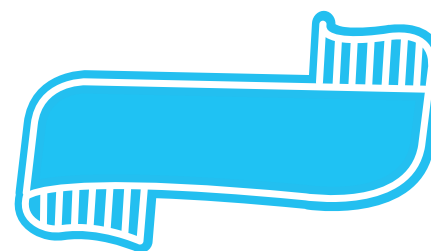
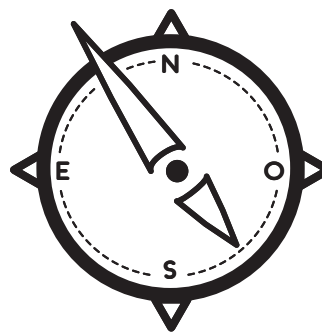
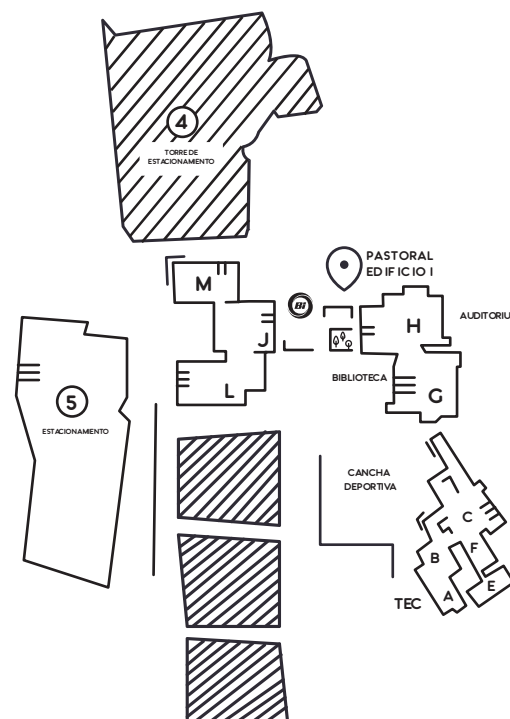
Este representa la abstracción del mapa de la Universidad Rafael Landívar visto desde planta, este se utilizó como un elemento de apoyo en los fondos de las piezas, ya que parte de la problemática que tenía la Pastoral era que muchos de los estudiantes no conocían su ubicación.

Por ende se colocaron espacios como el Banco Industrial, donde en la entrevista con los encargados de la Pastoral (**Ver Anexo 1**) comentan que su ubicación la determinan los estudiantes por medio del Banco como punto de referencia, además se agregó el sector de árboles que tiene la Pastoral enfrente, haciendo más evidente su ubicación.

Se colocó de forma implícita para que los estudiantes no lo percibieran como una imposición. El concepto se ve reflejado en este elemento ya que por medio de él los estudiantes pueden ubicar a la Pastoral y conocer el camino o a las personas que los llevarán a crecer de forma integral, espiritual y académica.

Brújula: La brújula se determinó debido al concepto ya que esta funciona de guía durante el proceso de búsqueda para encontrar el camino del crecer en este caso la Pastoral, se abstraieron elementos primordiales de ella sin perder la esencia del elemento, manteniendo el tipo de trazo manejado en la ilustración para unificar la propuesta.

Cintillo: El cintillo es una pieza identificadora que genera dinamismo dentro de las piezas gráficas.



ILUSTRACIÓN

La ilustración es uno de los elementos principales dentro del desarrollo de la imagen para la Pastoral, Fernández, A (2012) explica que por medio de las ilustraciones se pueden transmitir emociones, la tendencia del monoline se basa en el uso de líneas por medio de abstracciones, y se consideró funcional porque es una tendencia que refleja simplicidad y jovialidad ya que las líneas generan un mensaje más simple de lo que son los personajes para su fácil reconocimiento, por ello es primordial mencionar la función del pictograma, Álvarez, D de la Universidad de Buenos Aires explica que se basa en un signo simple, esquemático que sintetiza un mensaje, sobrepasando la barrera del lenguaje donde su función es informar o señalar, este se compone del significado y su representación. El significado es el grado de abstracción ya sea medio, bajo, o alto y la representación toma en cuenta elementos de estilo, complejidad y concreción de elementos por ello es fundamental encontrar el grado de abstracción para no perder la esencia del mensaje en este caso se buscó realizar abstracciones en tendencia lineal de los personajes que han marcado la historia de la religión.

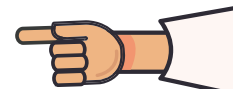
Así mismo el autor Zeegen, L. (2009), afirma que, en su mayoría, las ilustraciones se complementan del diseño gráfico ya que por medio de ello cumplen una función asertiva para realizar el proceso de comunicación.

En la mayoría de las ilustraciones se utilizó una línea fluida y redonda ya que al utilizar ejes y cortes rectos se transmite de forma menos amigable el contenido, por ello se buscó suavizar

las líneas de esta forma para las ilustraciones. Se procedió a tomar las características más importantes de los personajes, entre ellos la sonrisa, los ojos o los elementos de apoyo como lentes, vestimenta, expresiones etc.

Se ilustraron con expresiones de alegría y paz, ya que es parte de la personalidad que se desea transmitir de la Pastoral Landivariana, así mismo evoca confianza y amistad. El uso de la mano saludado en varios de los personajes refleja que Pastoral no es una unidad cerrada si no abierta y dispuesta a ayudar a los demás. En algunos se utilizaron los ojos cerrados ya que refleja carisma en el personaje, abierto a ser amigos.

La ilustración se relaciona con el concepto por el uso de las líneas las cuales crean dirección, en el caso de las ilustraciones las líneas son fluidas sin esquinas toscas. Luca (2001) explica que la línea puede llegar a tener simbolismos en este caso el uso de las líneas largas representa la vida y las líneas curvas representan la alegría y la juventud, estas se evidencian en el uso de los ojos y los contornos de la ilustración que evitan líneas rectilíneas.



ELECCIÓN DE LOS PERSONAJES

Se seleccionaron 7 personajes en total, parte de ellos son los más reconocidos por los estudiantes. A continuación se explicará el por qué de la elección de cada uno de ellos:

Jesús:

Este es uno de los personajes más importantes, ya que de él parten los demás, se buscó que las expresiones de Jesús se vieran amigables y con una actitud jovial, la cual cautivara a los estudiantes, se evidenció que el tipo de ilustración lineal fue funcional ya que el grupo objetivo se identificaba más con este estilo que el uso de estereotipos como fotografías, así mismo este fue uno de los personajes favoritos.

La personalidad de Jesús se basa en una actitud de amistad y amor tomando en cuenta siempre la comprensión a la humanidad, se buscó que características de Jesús como su alegría de vivir en la fe, su generosidad además se le describe como una persona con un corazón abierto que consuela y perdona, además de brindar su amistad a los demás sin pedir nada a cambio, logrando así que se vieran reflejadas en la Pastoral y en su papel dentro de la Universidad.

María:

Se seleccionó a María ya que para los católicos es una figura importante, se le ve como una mujer luchadora y de gran fe, por ello dentro de la personalidad de María se buscó representarla como una mujer comprensiva la cual intercede por sus hijos, se evidenció que muchas veces se le representa a María

como una mujer reservada, introvertida y siempre en paz, sin embargo por parte de Pastoral se comentó que se quería ver una imagen más amigable de María, a quien se le puede confiar los más grandes secretos.

Papa Francisco:

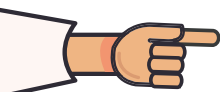
En la actualidad el Papa Francisco es una de las personas que más ha influido en los jóvenes con su humildad y personalidad, muchos ven al Papa como un amigo, parte de las características del Papa es verse siempre feliz, ya que esto es parte del amor por Jesús, por ello se eligió ya que busca servir en todo momento.

San Ignacio

San Ignacio es una de las figuras que los estudiantes desconocen, por ello se eligió ya que él es parte fundamental de la Universidad Rafael Landívar, por el se ha regido un sistema educativo basado en valores y el desarrollo integral y espiritual. Se buscó que este personaje reflejara el amor por las personas como lo tiene la Pastoral por sus estudiantes.

Madre Teresa de Calcuta

Ella fue uno de los más grande ejemplos de servicio por ello se le eligió ya que ella representa a la mujer más humilde y luchadora, cuya vida fue puesta en servicio para los demás, y fue feliz haciéndolo, logró superar las expectativas de ayudar al prójimo, por ello se seleccionó ya que fue una mujer que iba



más allá de ayudarse a ella misma, siempre buscó ayudar a los demás por muy pequeña que fuera de ayuda, lo hacía con un gran corazón.

Juan Pablo II:

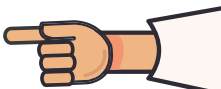
Se seleccionó a Juan Pablo II siendo este un personaje muy apreciado por los católicos, ya que es una figura que influyó a todas las naciones.

Parte de su trabajo y humildad conforman gran parte de la personalidad que más se admira de Juan Pablo II, su carisma y sonrisa fueron los aspectos que se desearon resaltar en la ilustración, además es considerado el Santo de los jóvenes.

Espíritu Santo

Por parte del Espíritu Santo que es uno de los más importantes, se buscó reflejar lo esencial, su pureza en el color blanco y su armonía, por ello se realizó con sus alas extendidas, buscando apoyar la libertad y la libre expresión.

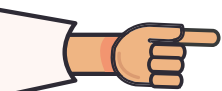
Cada uno de estas personas se relacionan en su totalidad con el concepto "La búsqueda del camino del crecer" ya que cada uno de ellos siguió ese camino que era Jesús, cada uno le fue fiel de diferente forma y crecieron de forma integral y espiritual. Jesús es el ejemplo más grande de crecimiento ya que nunca dejó de ser fiel a su padre, además trascendió por el mundo; el Papa Francisco es humilde y jesuita lo cual lo ha llevado a crecer mucho en su fe; la Madre Teresa de Calcuta fue fiel a Dios y su prioridad siempre fue ayudar a los demás, cada uno de estos personajes muestra que son parte del camino hacia la felicidad.



Jesús



María



» Francisco «



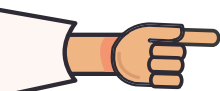
» San Ignacio «

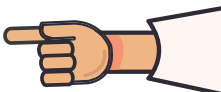
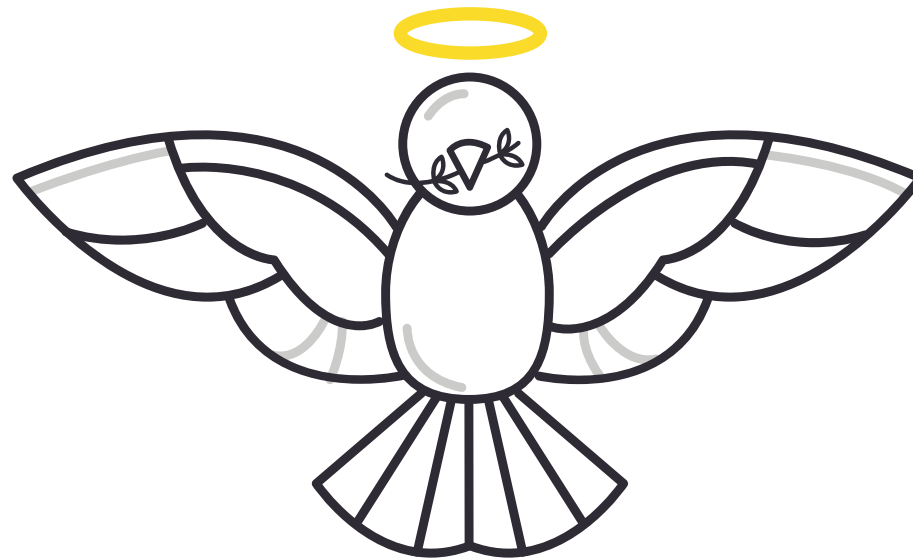


»→ Madre Teresa ←«



»→ Juan Pablo II ←«



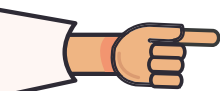


BTL (RECAUDADOR DE ORACIONES)

Medina (2014) explica que parte de las activaciones del BTL se basan en la calidad de los stands o ideas, ya que partiendo de ello se genera identidad, estos se caracterizan por obtener una respuesta al instante, ya que miden su efectividad a través de las visitas o grado de actividad hacia lo que se esté interviniendo, en el caso del "Recaudador de Oraciones", se obtendrá un feedback instantáneo ya que los estudiantes al verlo llamará su atención y aunque no escriban creará interés de conocer sobre lo que se encuentra en el pedestal.

El recaudador se conforma por una urna que posee la forma de la Biblia la cual contendrá las oraciones, a los laterales se realizaron líneas en madera las cuales identifican las páginas, se realizó de esta forma ya que parte de las respuestas a las peticiones se encuentran escritas en la Biblia, este es un símbolo de amor hacia Jesús ya que por medio de la urna se está creando un canal de comunicación con Dios, mejorando desde cierto punto su relación y amistad. Esta urna se encontrará sobre un pequeño púlpito el cual contendrá las hojas para escribir las peticiones y un lápiz o lapicero para escribir la petición u oración.

La finalidad del Recaudador es mejorar la relación entre el estudiante y Pastoral, de igual forma crear un canal de comunicación por medio de la escritura, al pedir por esas oraciones o peticiones en la santa eucaristía se está evidenciando el servicio y amor al prójimo, al incluirlo en oración, logrando el primer acercamiento con el G.O, cambiando poco a poco su percepción por la Pastoral.



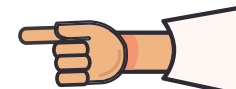
En base al concepto "En busca del camino del crecer" se ha propuesto un elemento que cautivara a los estudiantes y transmitiera a los jóvenes estudiantes la misión que busca cumplir la Pastoral dentro de la Universidad la cual consiste en ser un espacio de encuentro y apoyo para los estudiantes, por ello para demostrar su amor se ideó el recaudador de oraciones cuyo fines es realizar una urna móvil donde se introduzcan oraciones de los estudiantes.

El punto de esta urna es ubicarla en lugares estratégicos donde los estudiantes puedan visualizarlas, sin embargo se consideró utilizar lugares más privados ya que el escribir una petición u oración es personal y es una acción de reflexión por ello se consideró afuera de la Pastoral, en la Capilla o en los espacios abiertos cerca de los árboles donde los estudiantes se sientan libres de escribir. Este tipo de urna almacenará las oraciones y peticiones de los estudiantes y cada semana durante la celebración de la eucaristía, en capilla se llevará la urna para pedir por todos y orar por las peticiones realizadas.

Este tipo de acción representa el apoyo y amor que la Pastoral ve en los estudiantes landivarianos, por lo tanto la estrategia busca que los estudiantes encuentren la urna, donde conozcan que el camino para creer y ser mejores es junto a Pastoral, ya que ellos ofrecen varios espacios donde pueden ser mejores no solo de forma espiritual sino integralmente en sus valores también.

La estructura del BTL funciona de tal manera que los estudiantes al ver la caja se sientan atraídos hacia ella, al ver la caja encontrarán un mensaje al lado donde Jesús les explica que por medio de esta caja podrán comunicarse, siendo así un recaudador de oraciones. El estudiante debe tomar una hoja de anotación de la oración para luego proceder a introducirlo en la cruz ubica en la parte superior de la caja.

Luego cada mes o quince días esta caja será llevada a la celebración litúrgica y se pedirá por cada una de las peticiones, siempre respetando el derecho de discreción donde nadie más leerá las peticiones.



STICKERS (MOTIVADORES)

Como parte de la estrategia de implementación se realizó una serie de stickers con frases célebres de cada uno de los personajes seleccionados anteriormente, se colocaron 9 frases propias de cada personaje con el fin de que lleguen al corazón del estudiante, para la elección de las frases la Pastoral brindó el documento con ellas.

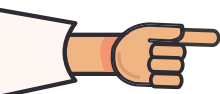
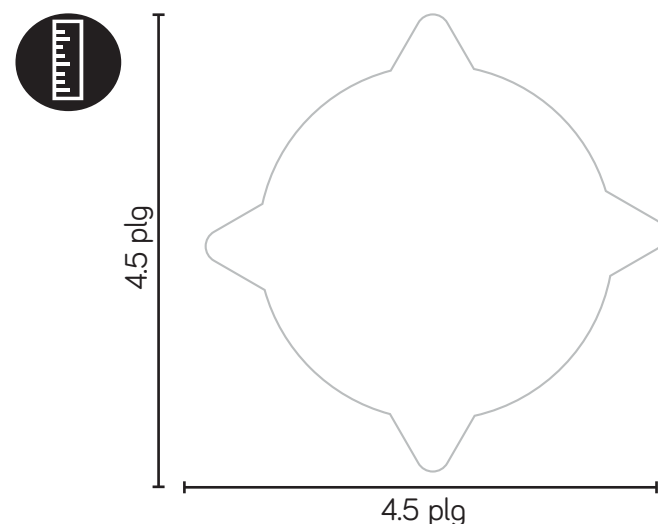
Cada una de estas frases se encuentra dirigida a los estudiantes landivarianos, por medio de ellas se busca crear un detalle de parte de la Pastoral, estos se encontrarán en los afiches, el estudiantes de cualquier forma al ver esos stickers inmediatamente tomará uno, cada personaje tiene su personalidad pero en su mayoría son amigables y buscan la sonrisa de los demás.

La forma por la que están compuestos es la de una brújula esta se determinó por ese camino para crecer espiritualmente la finalidad de la brújula es que se tome a la Pastoral como ese camino y guía, el que brinda la orientación a ser mejores como personas.

Por medio de los colores se busca crear diferentes perspectivas, como la esperanza, la alegría, el amor entre otras reflejando el concepto; así mismo para muchos estudiantes el obtener uno de cada color es un reto, busca coleccionarlos todos, sin embargo maneja una jerarquía ordenada centrada, la cual proporciona una lectura más legible y eficiente. El logotipo se encuentra en la parte inferior para no interrumpir los textos e

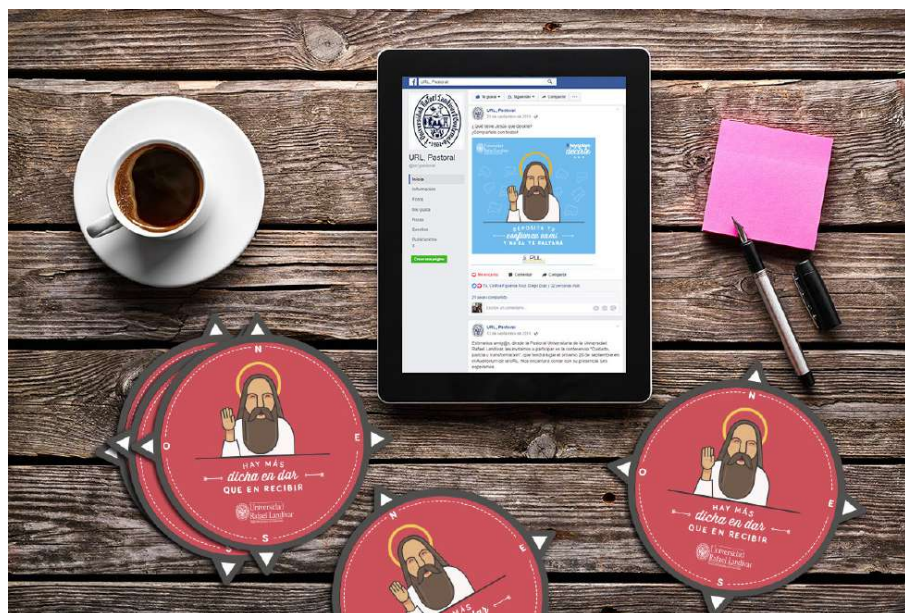
ilustración, así mismo en esta versión no se colocó el logotipo de la Pastoral debido a que "COMUNICA" (el departamento de comunicación de la Universidad) comentó que se podía omitir, sin embargo en todo el material se encuentra presente.

Las composiciones tipográficas se complementan entre sí para generar textos interesantes y dinámicos al leer poseen una pequeña curva en la primera línea para generar contrastes y armonía entre los textos rectos.





Soporte : Adhesivo Brillante
Tamaño: 4.5 x 4.5 plg



AFICHE (DISPENSADOR DE STICKERS)

Esta pieza se complementa con la pieza anterior, los afiches dispensadores juegan un papel importante entre los estudiantes ya que estos poseen la frase "_____ ama la honestidad" por cada uno se los personajes por medio de este mensaje se busca que los estudiantes sean honestos al tomar solamente un sticker ya que el estudiante interactúa con el afiche y practica los valores y principios de la comunidad landivariana.

A partir del mensaje dentro de los afiches los estudiantes lograrán interpretar la información al acabarse todos los stickers en la parte de abajo se observa una indicación con la finalidad de que los estudiantes se acerquen a la Pastoral y conozcan el lugar para adquirir más stickers, siendo este un método o condición para lograr que lleguen a visitar sus instalaciones. Así mismo el afiche indica la misma instrucción y se puede visualizar cuando el dispensador se encuentra vacío.

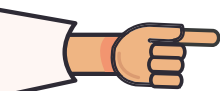
Estos afiches se realizaron por cada uno de los personajes en los 5 colores que se están manejando en la paleta de color, de esta forma la Pastoral podrá rotar los personajes variando el contenido.

El concepto se ve reflejando en la pieza por medio de la interacción del estudiante con el contenido del afiche, al leer los pequeños mensajes estos podrán sentirse mejor o tomar en cuenta el consejo, de esta forma pueden crecer espiritualmente e integralmente.



Soporte : Husky Cover

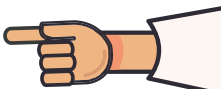
Tamaño: 11 x 17 plg

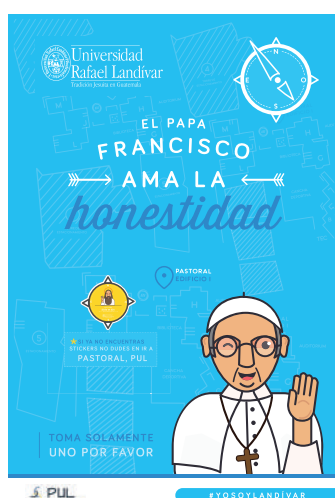


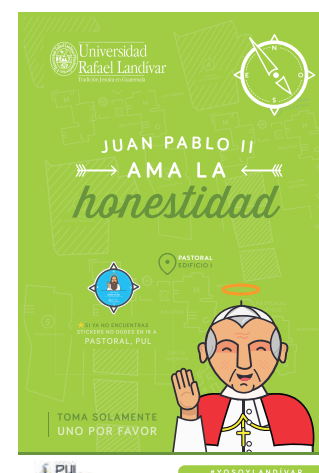
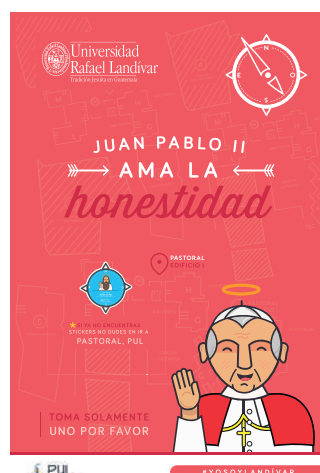
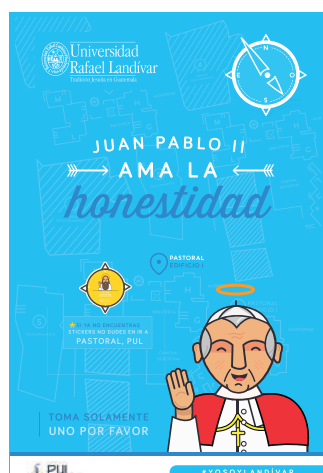
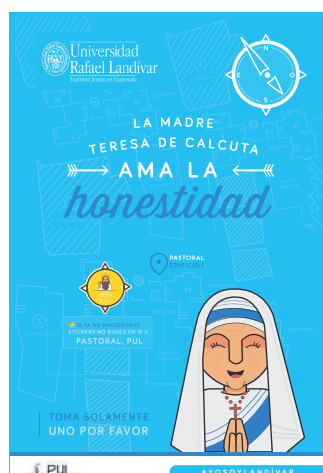
Afiches (Personaje Jesús)

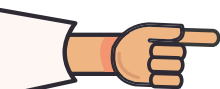


Afiches (Personaje María)



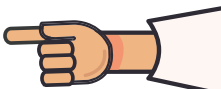
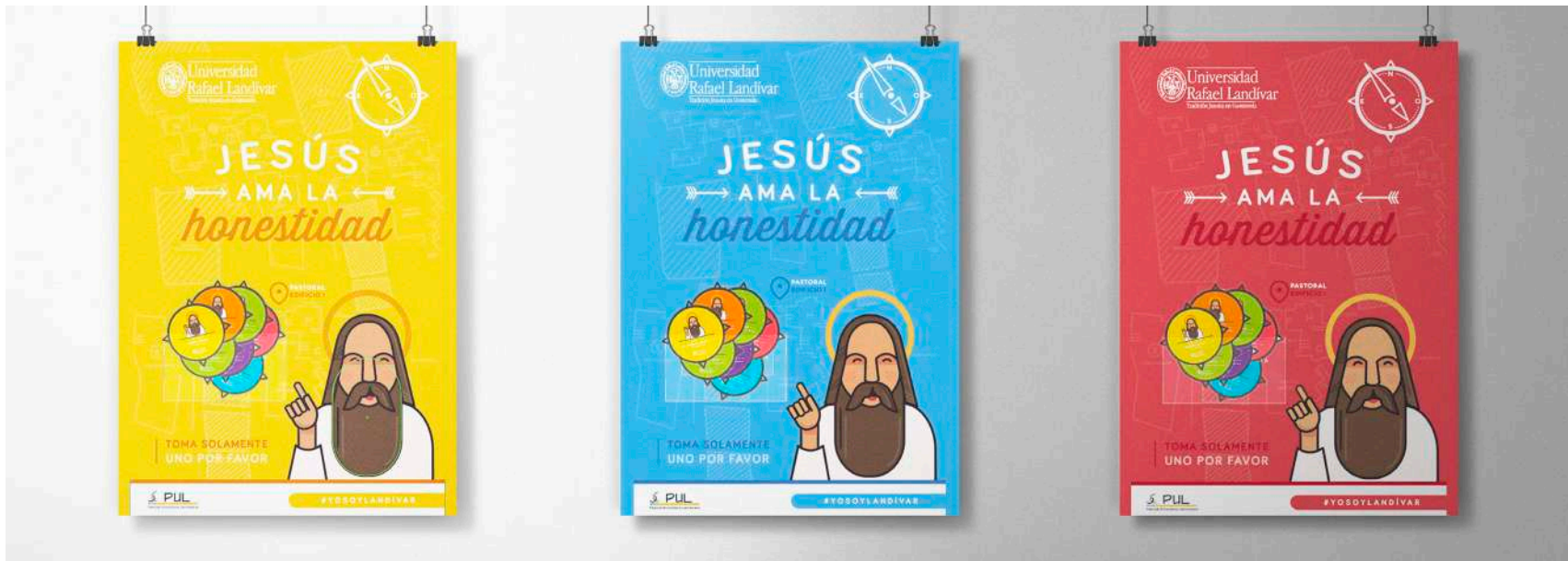








Soporte : Husky Cover
Tamaño: 11 x 17 plgs



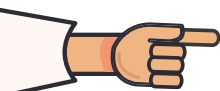
BROSHURE (UNIFOLIAR)

El unifoliar surge de la necesidad de realizar material informativo debido a que el departamento de Pastoral no contaba con con ninguna pieza que proporcionara información que diera a conocer sobre su misión, su propósito o actividades en donde se pueda participar, siendo este un papel importante ya que muchos de los estudiantes desconocen actividades que pueden ser de su interés, por lo que se realizó este tipo de material donde se proporciona toda la información necesaria.

De igual forma debido gracias a la interacción que posee el estudiante con el material se logra realizar un recorrido visual interesante para comprender el contenido.

El formato fue definido a partir del tamaño de hoja carta, se buscó que esta pieza ocupara dos unifoliales por hoja para es- catimar costos, siendo este un buen tamaño para el estudiante ya que la información es legible. Se utilizaron los 5 colores anteriormente seleccionados para variar la pieza y mantener la línea gráfica unificada.

En la parte principal se coloca un cintillo con el título para que se comprenda el contenido que se verá por dentro y en la parte de atrás se coloca un tip o un consejo sobre la fe. Por último el contenido interno del broshure se basa en información esencial y básica de lo que pueden realizar los jóvenes en este espacio de Pastoral.



PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral

PUJ

Director: Miguel Ángel Pineda
Rector: Jorge Rodríguez
Email: atp@puj.edu.uy / pastoral@puj.edu.uy

la buena que ha
SIDO DIOS EN TU VIDA

CUENTALE A LOS DEMÁS

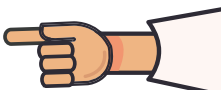
PUJ

Universidad Rafael Landívar

PASTORAL EDIFICIO I

¿CUAL ES NUESTRO propósito
EN LA UNIVERSIDAD PARA TIT

f / URL_Pastoral



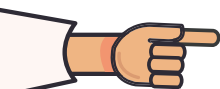


Dimensión: 7.5 x 3.5
Soporte: Couché



Este material será distribuido por el departamento de Pastoral, sin embargo este puede ser colocado en las demás facultades y salones de maestros para abarcar un mayor campo, siendo así los estudiantes podrán conocer más a fondo sobre las actividades del departamento.

La duración de esta pieza es indefinida ya que es importante contar con varios ejemplares dentro del departamento de la pastoral para que los estudiantes que desconocen del mismo, tengan acceso a un primer acercamiento con la Pastoral.



POST DIGITALES (CATEGORÍAS)

Para los post digitales se realizó una estrategia de contenido para las publicaciones en redes sociales, por medio del contenido a publicar se buscaron 4 categorías diferentes en las que la Pastoral Universitaria Landivariana lograra publicar más contenido gráfico en su red social "Facebook", Núñez, V. (2016), comenta que varias estrategias de marketing en la actualidad pueden llegar a manejarse por medio de GIF'S o publicaciones interactivas por ello en base a un análisis establecido se determinó que la hora ideal para publicar contenido es en el horario de la mañana entre 8:00 a 10:00 am, sin embargo en el horario de la tarde entre 3:00 y 6:00 pm hay movimiento dentro de su página (**ver Anexo 4**), a partir de estos datos se consideraron 4 etapas para la publicación de contenido (**ver pág 145**):

Post Informativos

Los post informativos son los primeros en publicar, cada 5 días se publicará un nuevo post, el primero que se debe considerar publicar es acerca de la Pastoral, la cuál es su misión, qué programas tienen, qué tipo de proyectos están realizados, por quiénes está conformado este departamento y toda la información que se encuentre relacionada con la historia y principios de la Pastoral de esta forma se reforzará el tema sobre conocer al departamento y cuál es su función dentro de la Universidad.

Por este tipo de post se manejó una jerarquía simple basada en títulos y pequeños párrafos de texto así mismo se mane-

jaron 3 versiones para evitar la monotonía. Se eligió un color predominante, para las publicaciones informativas se eligió el color celeste contrastando con el color amarillo para resaltar la información importante, se buscó dirigir la lectura del post por medio de una estructura de derecha a izquierda donde el contenido se presenta con un título y cuerpo de texto. La tipografía a elegir se basó en el uso del cintillo aplicado a las demás piezas y la fuente tipográfica Bariol para cuerpo de texto mientras Thirsty Script para Títulos, logrando contrastar el contenido y jerarquizar por medio de la familia tipográfica y el color.

Post Calendario

Se determinó esta publicación para publicaciones de actividades, talleres, charlas y eventos específicos de los cuales los miembros de Pastoral deseen informar a los estudiantes, en este post se colocará el título de charla y la hora para que los estudiantes se informen sobre lo que pasa con Pastoral y los temas que llegan a tratar. El color seleccionado para este post fue el amarillo, se eligió este color ya que parte de la teoría de Costa, J. (2014), explica que el color amarillo es la luz, por ende se desea connotar que las charlas informativas y talleres son luz en la vida de los estudiantes debido a que aprenden nuevas experiencias.

De este tipo de post se realizaron dos versiones los cuales se conforman por el mismo contenido, la primera opción se centra en colocar el día y mes dentro del calendario esto se utilizó





para jerarquizar de mejor forma la información dentro del post para luego colocar el nombre de la actividad y por último la hora los cuales están representados por medio de íconos en relación a la línea monoline que se está utilizando dentro de los contenidos, esta tendencia se ve aplicada en todo el material.

Post Checklist

Los post de Checklist se realizaron con el propósito de mostrarle a los estudiantes en qué tipo de actividades pueden participar o realizar para practicar su vida de servicio como lo enseña el pensamiento ignaciano, se realizaron 4 listas diferentes en las cuales varía el contenido por características específicas de cada tema, en relación a lo que puedan hacer.

Este tipo de post se adaptó a la realidad pero enfocado en el estilo de ilustración manejado, la hoja rota como de cuaderno representa como los jóvenes utilizan esos pequeños pedazos para escribir recordatorios, dentro de él el estudiante puede llevar su propia lista para contabilizar que actividades a realizado y cuales no, incentivando al estudiante a cumplir aún con más actividades, la retícula de este post se manejó en ejes inclinados para romper con las publicaciones monótonas, de esta forma los estudiantes se pueden sentir parte del reto a ser mejores personas en el mundo.

Post Tips

Este tipo de publicaciones se implementarán aproximadamente 2 por mes para que se haga un correcto uso de las

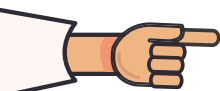
publicaciones , asegurando que los estudiantes no pierdan la atención al contenido sino que espere el contenido, de esta forma se puede realizar un mejor aprovechamiento de las publicaciones y movimiento de la página.

Se eligió el diseño tipo post ya que muchas veces uno debe recordar frases o actitudes importantes que lo ayuden a ser un mejor cristiano y de esta forma lo hacen este tipo de tips, busca brindarle al estudiante soluciones para fortalecer su fe de forma interesante.

Post Cuaresma

Este tipo de post solo puede ser publicado en las fechas de semana santa, ya que estos post están diseñados para brindarles a los estudiantes consejos de cómo vivir mejor una buena semana santa donde mantengan una reconciliación con ellos mismos, por ello el lenguaje de las publicaciones está adaptado a la forma en la que los jóvenes se comunican, de forma amigable y respetuosa, logrando que las personas puedan conocer sobre cómo renovar su espíritu, por ello estas se publicarán entre el mes de abril y marzo.

El diseño busca jerarquizar la información de forma estable para no confundir al estudiante y de igual forma se realizaron varias versiones para evitar que los estudiantes se aburran del contenido que publiquen.



Post Recopilatorios de Citas (GIF'S)

Por último los **GIF'S animados con frases célebres**, este tipo de gif's busca que dentro del sitio de facebook se publique contenido con el que los estudiantes puedan interactuar y este es el caso de estos GIF'S, la dinámica consiste en que el post cambia de frase cada 0.02 segundos y el estudiante puede interactuar pausándola la animación cuando él lo desee y cada personaje elegido posee 9 frases para motivar a los estudiantes a ser mejores cada día.

El diseño de este tipo de post se buscó que fuera en relación al contenido ya establecido, por ello se utilizan los logotipos de la misma forma al igual que los hashtags, la retícula es lineal ya que de esta forma el estudiante puede comprender que es lo que se encuentra cambiando dentro de los Gif's.

El propósito de estos es lograr que los estudiantes se sientan identificados y los compartan con personas cercanas a ellos para mostrar un pequeño detalle. Cada personaje posee su propio GIF y este debe publicarse al menos 1 por mes para que transcurra un determinado tiempo entre cada uno ya que se estará publicando los demás tipos de post. Así mismo Nuñez, V. (2016), explica que por medio de los GIF's se puede conectar con el público objetivo de forma más directa, ya que responderán a los mensajes sin necesidad de utilizar palabras, siendo así una herramienta de mercadeo y el concepto se ve reflejado en el contenido ya que por medio de esos consejos, tips y mensajes se aportará a crecimiento integral.



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

No olvides que...



Recuerda que todos los días hay Misa en el Polideportivo

En los horarios de:
7:00 am y 7:00 pm



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#hoyquiero ser mejor

¿He realizado algunas de estas acciones?

- ☐ He sido humilde con mis logros
- ☒ He sido generoso con los demás
- ☐ He regalado sonrisas y abrazos
- ☐ He participado en actividades de servicio/voluntariado



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#hoyquiero ser mejor

¿He realizado algunas de estas acciones?

- ☐ Voy a misa los domingos
- ☐ Me he confesado en este año
- ☒ He leído la Biblia en este mes
- ☐ He ofrendado en misa



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#hoyquiero ser mejor

¿He realizado algunas de estas acciones?

- ☒ He ayudado a un desconocido.
- ☐ He compartido con un enfermo.
- ☐ He donado juguetes a un orfanato.
- ☐ He participado en actividades sobre el medio ambiente.



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#hoyquiero ser mejor

¿He realizado algunas de estas acciones?

- ☐ He compartido el evangelio con los demás
- ☐ He hablado con Dios en el día
- ☒ He agradecido a Dios cada mañana
- ☐ He orado cada noche antes de dormir



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

Ayuna espiritualmente

Consejo #1

Evitando comentarios hirientes y abstente de criticar a los demás




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

RECONOCE TUS
cualidades y capacidades

Consejo #10
Práctica la humildad en todas tus acciones




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

RECUERDA SIEMPRE
escuchar a los demás

Consejo #9
Visita a alguien que se encuentre enfermo, huerfano o triste




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

BRINDA TU
ayuda y servicio

Consejo #8
Ayuda a las personas que lo necesiten sin importar si son extraños





Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

NO DUDES EN
ser generoso

Consejo #7
Carga en tu bolso comida extra para regalarle a alguien que lo necesita




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

DEJA A UN LADO
lo material

Consejo #6
Evita las compras innecesarias, si no lo necesitas no lo compres



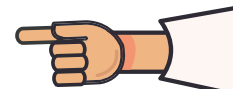


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma landivariana

NO OLVIDES
dar las gracias

Consejo #5
Por las noches haz una lista por lo que te encuentres agradecido




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma *landivariana*

COMPARTE
con los demás

Consejo #4

Comparte más con los que te rodean y tu familia




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma *landivariana*

MUESTRA
tu sonrisa

Consejo #3

Expresa tu alegría en la Universidad, en la casa o en el trabajo.


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#cuaresma *landivariana*

PERDONA
y pide perdón

Consejo #2

Perdona a las personas que te han herido o lastimado.




Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#consejo *del día*

01

CUÉNTALE A LOS DEMÁS
→ *lo bueno que ha* ←
SIDO DIOS EN TU VIDA


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#consejo *del día*

10

SÉ MÁS COMO JESÚS
→ *Jesús, humilde y con* ←
UN CORAZÓN LLENO DE ALEGRÍA


Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala

#consejo *del día*

09

Y RECUERDA, DIOS ES UN DIOS
→ *de amor, no te importan* ←
TUS PECADOS SI TE ARREPIENTES DE CORAZÓN

Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#consejos
del día

07 ALEJATE DE LAS tentaciones y el pecado NO ES UNA OPCIÓN

08 NO TE OLVIDES de orar y tener COMUNICACIÓN CON DIOS



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#consejo
del día

05 ÚNETE A UN GRUPO DE jóvenes, conoce a más PERSONAS QUE AMEN A DIOS TANTO COMO TÚ

Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#consejo
del día

06 ALEJATE DE LAS PERSONAS que te lastiman O TE LLEVAN A OBRAR MAL

Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#consejos
del día

03 RECUERDA QUE JESÚS dijo: "Porqué al que cree, todo le es posible" Mateo 9:23

04 NO DEJES DE leer tu biblia, MOTIVATE CON ELLA



Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

#consejo
del día

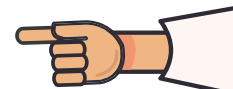
02 CADA DÍA ABRE tu biblia y apunta TU VERSÍCULO FAVORITO

Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

¿Cuál es la nuestra misión?

Ser un espacio de encuentro, vinculación y acompañamiento para tí, donde redescubras tu potencial humano y fortalezcas tu relación con Dios.







Universidad
Rafael Landívar
Escuela Superior de Guatemala



La iglesia y la Compañía de Jesús

Dentro de este programa se tiene a la "Pascua Juvenil" arquidiocesana la cual esta conformada por universitarios en misión como:

- Misión País-Guate
- Campamento Misión a nivel centroamericano.
- Voluntariado Misionero de la Pastoral.





Universidad
Rafael Landívar
Escuela Superior de Guatemala



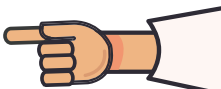
PROGRAMA DE FE, Ciencia y Cultura

Es un espacio de análisis de esta realidad se hacen preguntas como ¿La fe y la ciencia son compatibles? ¿Qué tiene que decirle la fe a la ciencia. Además de realizar talleres de Biblia donde se da una introducción a la Sagrada Escritura.



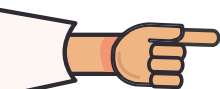
GIF JESÚS

Estas son las imágenes que conforman el gif de Jesús



GIF ESPÍRITU SANTO

Estas son las imágenes que conforman el gif de el Espíritu Santo



GIF JUAN PABLO II

Estas son las imágenes que conforman el gif de Juan Pablo II



GIF MADRE TERESA DE CALCUTA

Estas son las imágenes que conforman el gif de la Madre Teresa de Calcuta



GIF MARÍA

Estas son las imágenes que conforman el gif de María



PUL
Pastoral Universitaria Landivariana



PUL



PUL



PUL



PUL



PUL



PUL



PUL

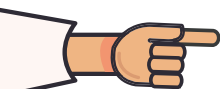
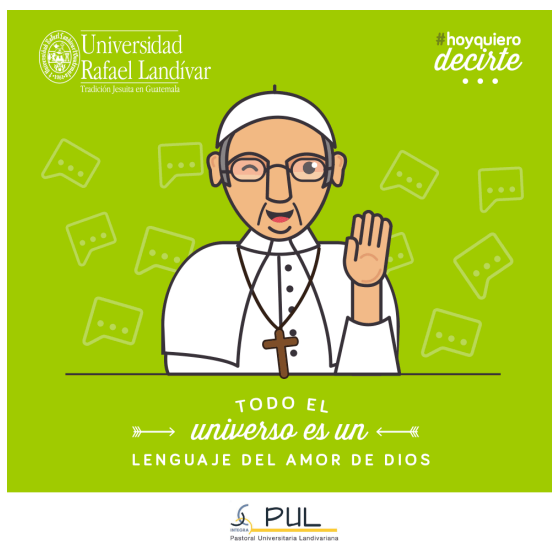


PUL



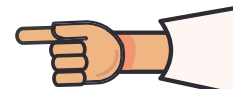
GIF FRANCISCO

Estas son las imágenes que conforman el gif del Papa Francisco



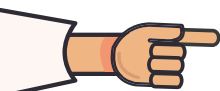
GIF SAN IGNACIO

Estas son las imágenes que conforman el gif de San Ignacio





Soporte: Digital
Tamaño: 1000 x
1000 px

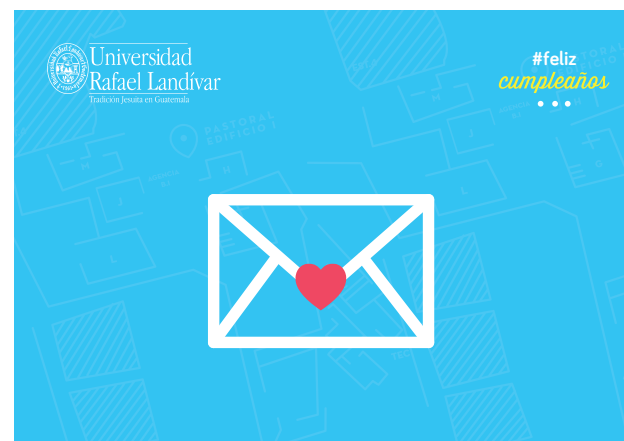


MAILING: FELICITACIÓN DE CUMPLEAÑOS

La idea principal de esta pieza es reflejar que al departamento de la Pastoral Universitaria le importa mucho los estudiantes landivarianos, por ello se propone realizar una imagen personalizada donde se le desee feliz cumpleaños a algún estudiante de su lista de contactos por parte de la Pastoral, de esta forma los estudiantes cambiarán la forma de percibir a Pastoral ya que dejan a un lado el antiguo concepto sobre una identidad aburrida y monótona que solo se dedica a realizar misas y alfombras, por medio de contenido personalizado se puede cambiar la perspectiva y la forma de ver un lugar, así lo refuerza Ganassini, M. (2016), donde explica que la finalidad de estos materiales es lograr que el cliente se sienta especial y consentido, además de hacerlo sentir importante, de la misma forma se ve enfatizado en los estudiantes landivarianos, un detalle de la Pastoral que reforzará el mensaje de amistad.

Por ende este tipo de diseño se basó en la animación de frame by frame (cuadro a cuadro) de elementos utilizados para los cumpleaños como pasteles, velas, globos y banderines, de esta forma de animó cada uno de los elementos los cuales poseen un movimiento que los hace interesantes.

Se utilizó la tendencia monoline para la ilustración de los elementos para conservar la misma línea gráfica con el demás material, se buscó realizar una diagramación simples que llevaran a cabo animaciones interesantes y romper con lo monótono que implica una fotografía.

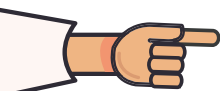
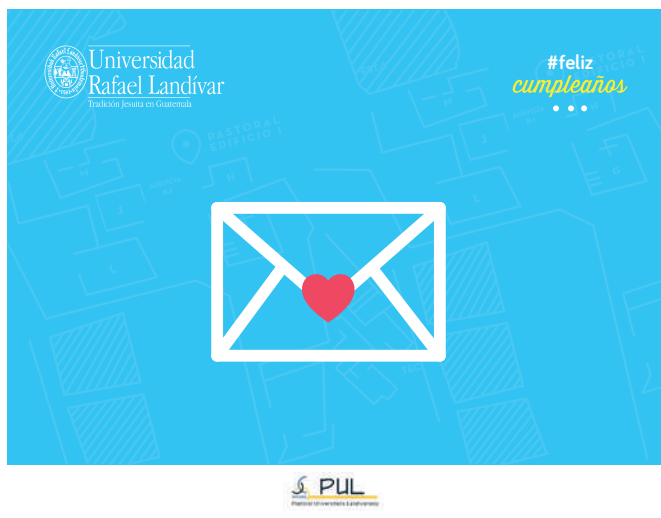


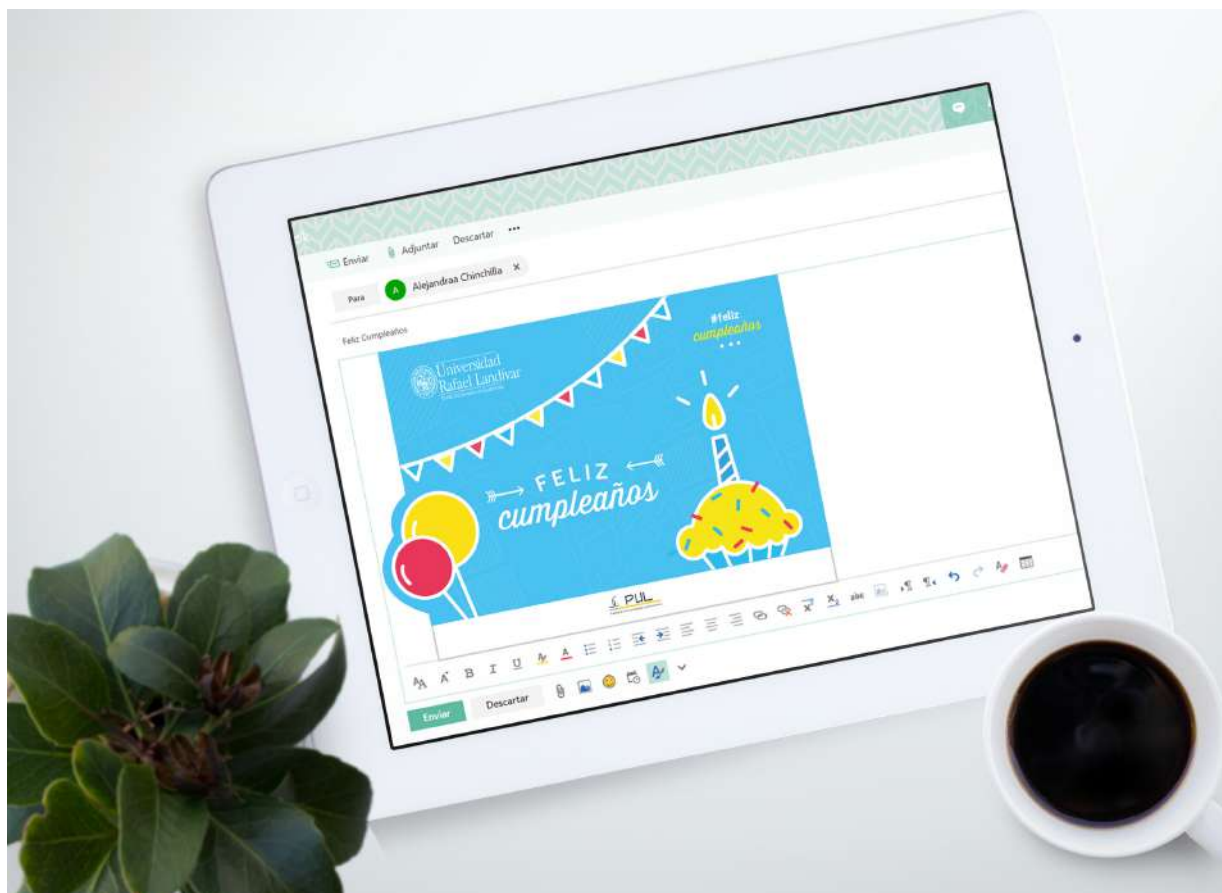
PUL
Pastoral Universitaria Landivariana



PUL
Pastoral Universitaria Landivariana







Soporte: Digital
Tamaño: 1000 x
1800 px

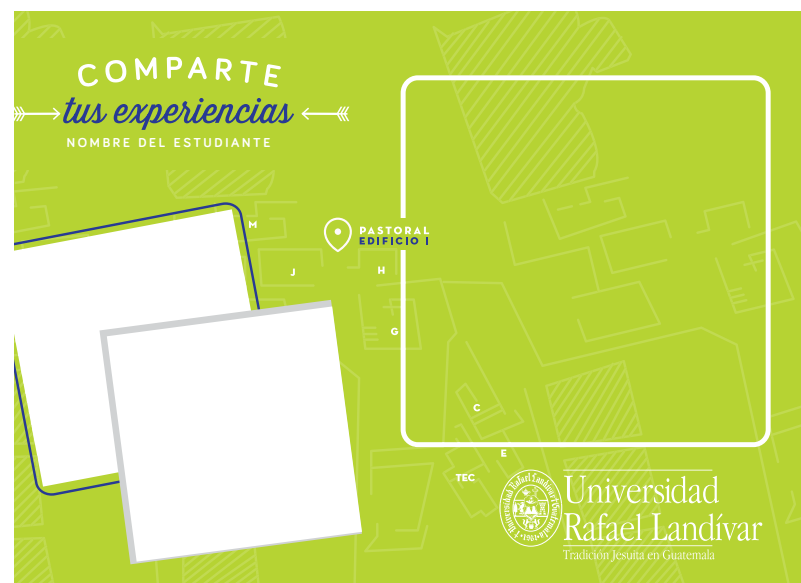


BOLETÍN DE EXPERIENCIAS

El boletín de experiencias es parte del cierre de las piezas ya que anteriormente se utilizaron piezas para dar a conocer sobre la Pastoral, su ubicación, sus actividades, comparten sus consejos con los landivarianos y por último se encuentra el boletín de experiencias donde los estudiantes pueden comentar y contar su historia sobre cómo la Pastoral les ha brindado apoyo y acompañamiento, o cómo fue su experiencia en ciertas actividades en las que los demás deseen participar, este tipo de boletín busca cerrar el ciclo donde el estudiante luego de conocer, aprender y crecer lo comparte con los demás.

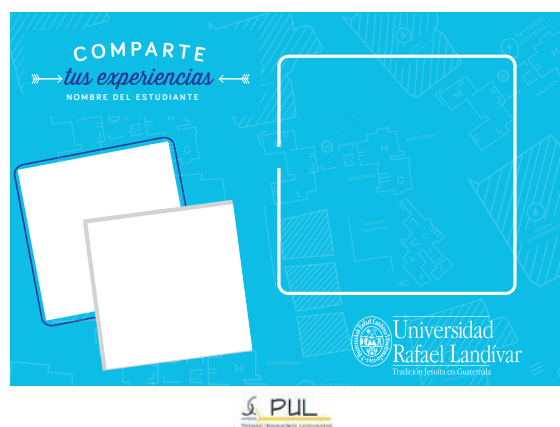
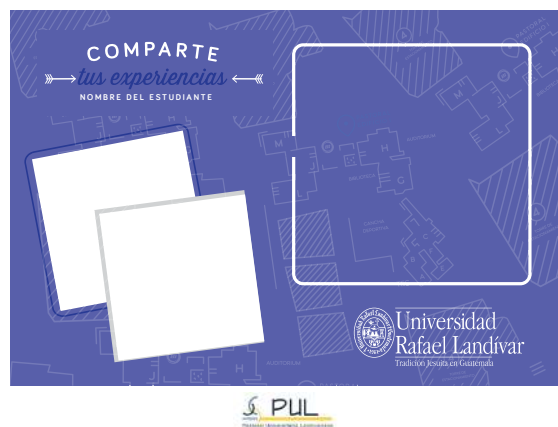
La función del boletín consiste en agregar imágenes y un pequeño comentario sobre su experiencia realizando alguna actividad de la Pastoral, este tipo de material permite que los estudiantes se sientan identificados y se vean incentivados para experimentar lo mismo que sus compañeros por ello es importante considerar publicar una vez al mes o 2 la experiencia de los estudiantes.

Por medio de la palabra "búsqueda" del concepto se representa el mapa connotando la búsqueda de caminos para crecer por medio de las experiencias, ya que aprendiendo de los demás somos mejores aún, así mismo se utilizan fotografías para mostrar ese camino que se está tomando para llegar a ser mejor cada día.



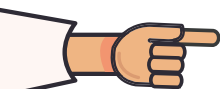
VERSIONES DE BOLETÍN

Versiones del boletín informativo.





Soporte: Digital
Tamaño: 800 x
600 px



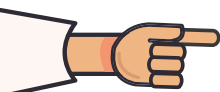


[13.1]

PROPUESTA
FINAL

CAJA DE ORACIONES

Libreta, Lapicero, Urna y Púlpito

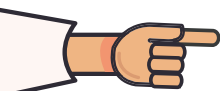
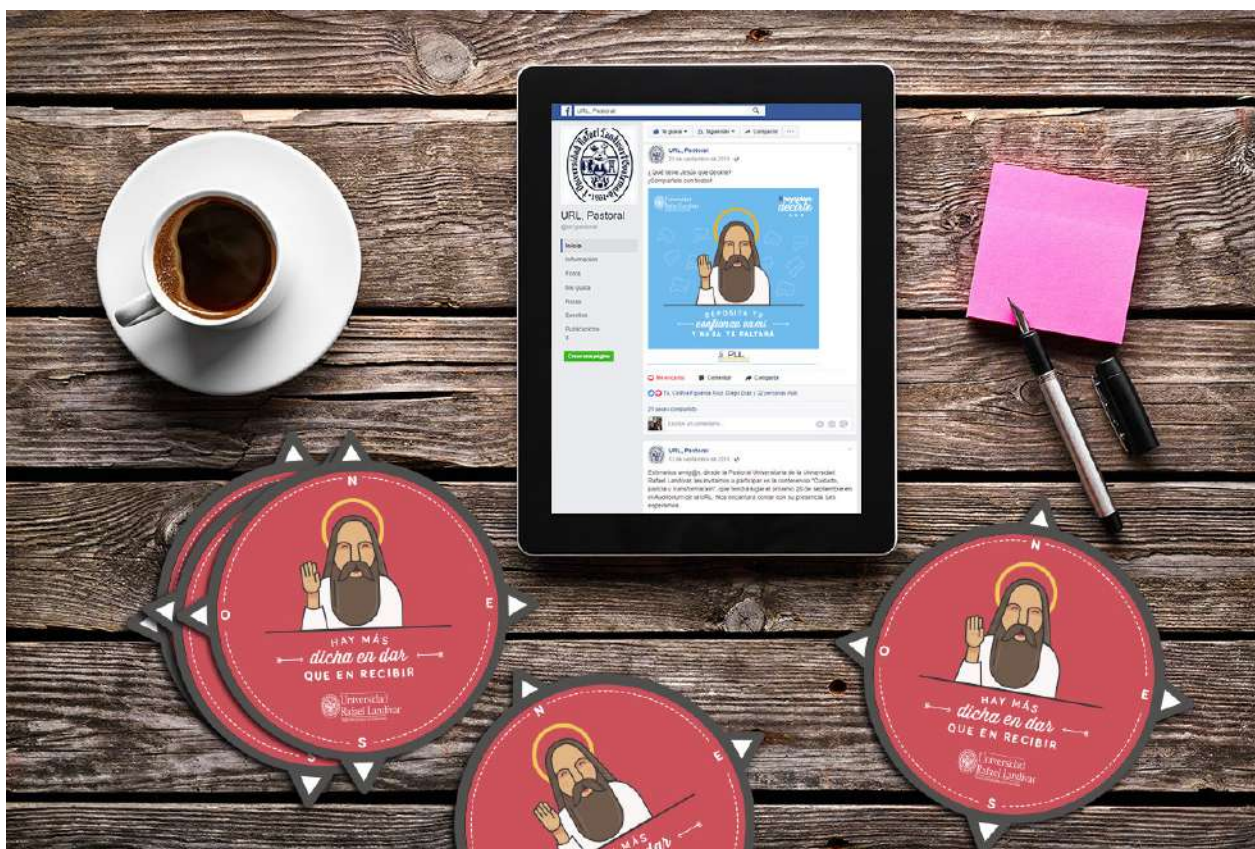


AFICHE DISPENSADOR de Stickers



STICKERS

Varios colores y personajes



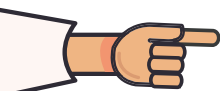
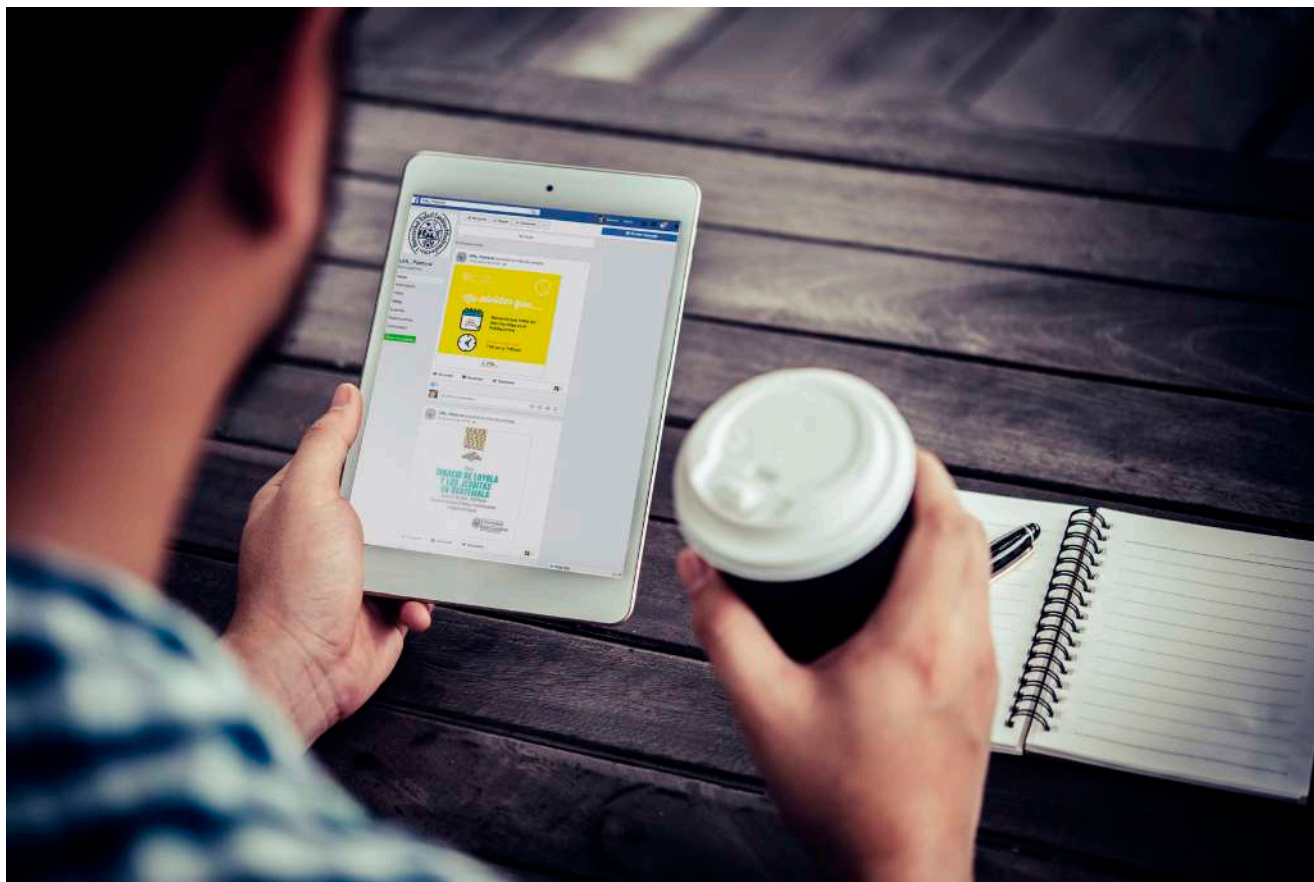
BROSHURE

Varias versiones en colores



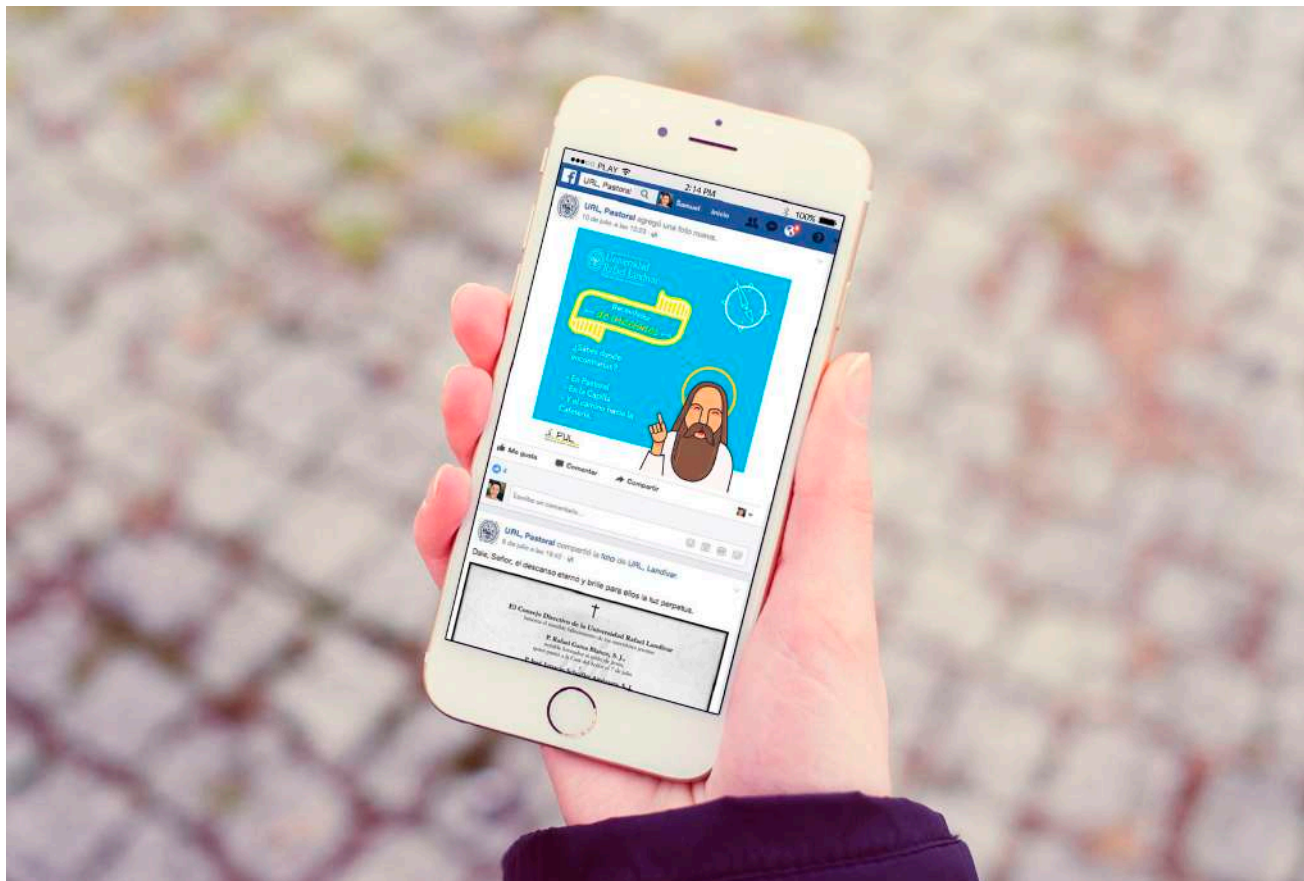
POST CALENDARIO

Varias versiones en colores



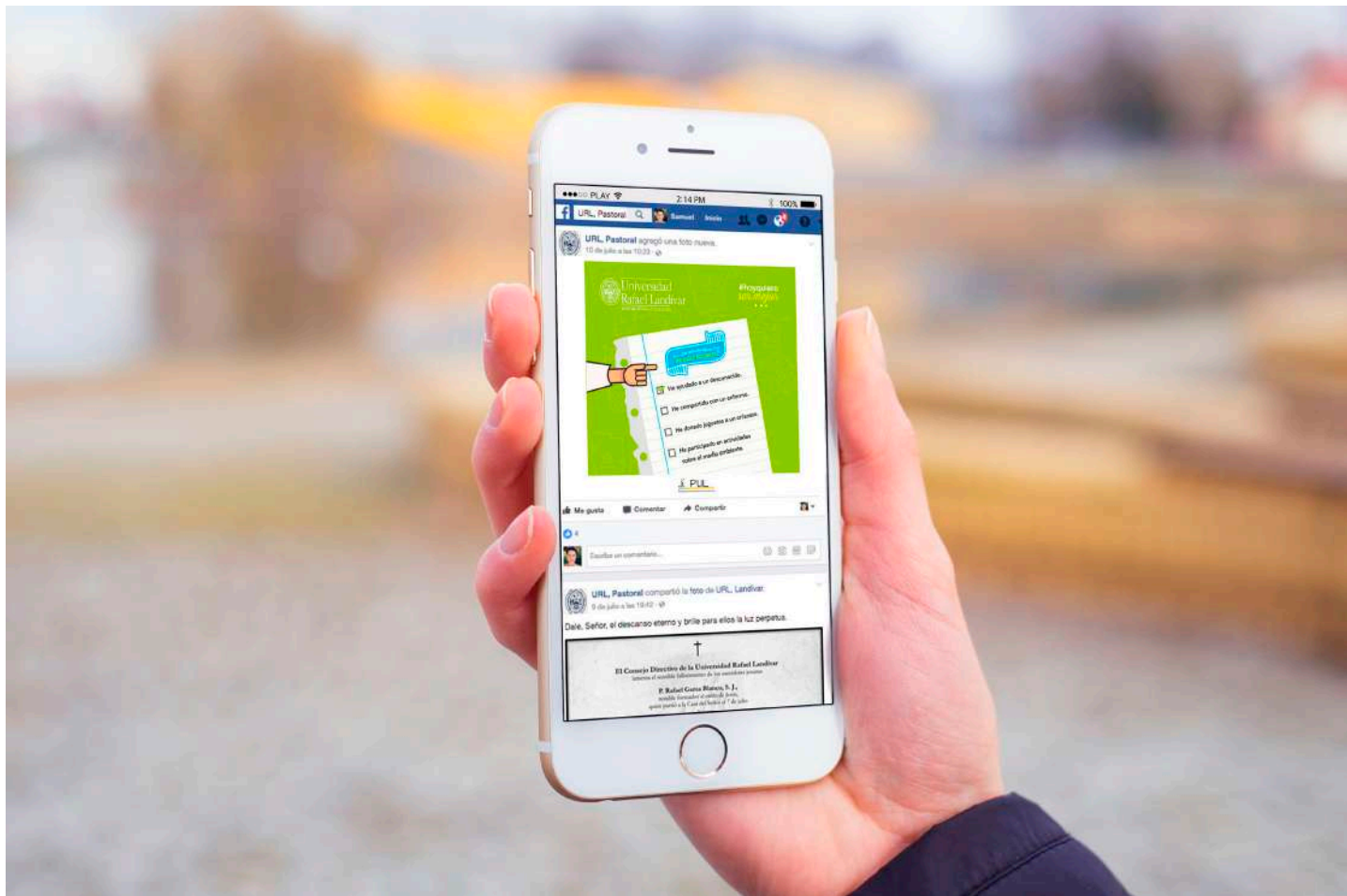
POST INFORMATIVOS

Varias versiones en colores



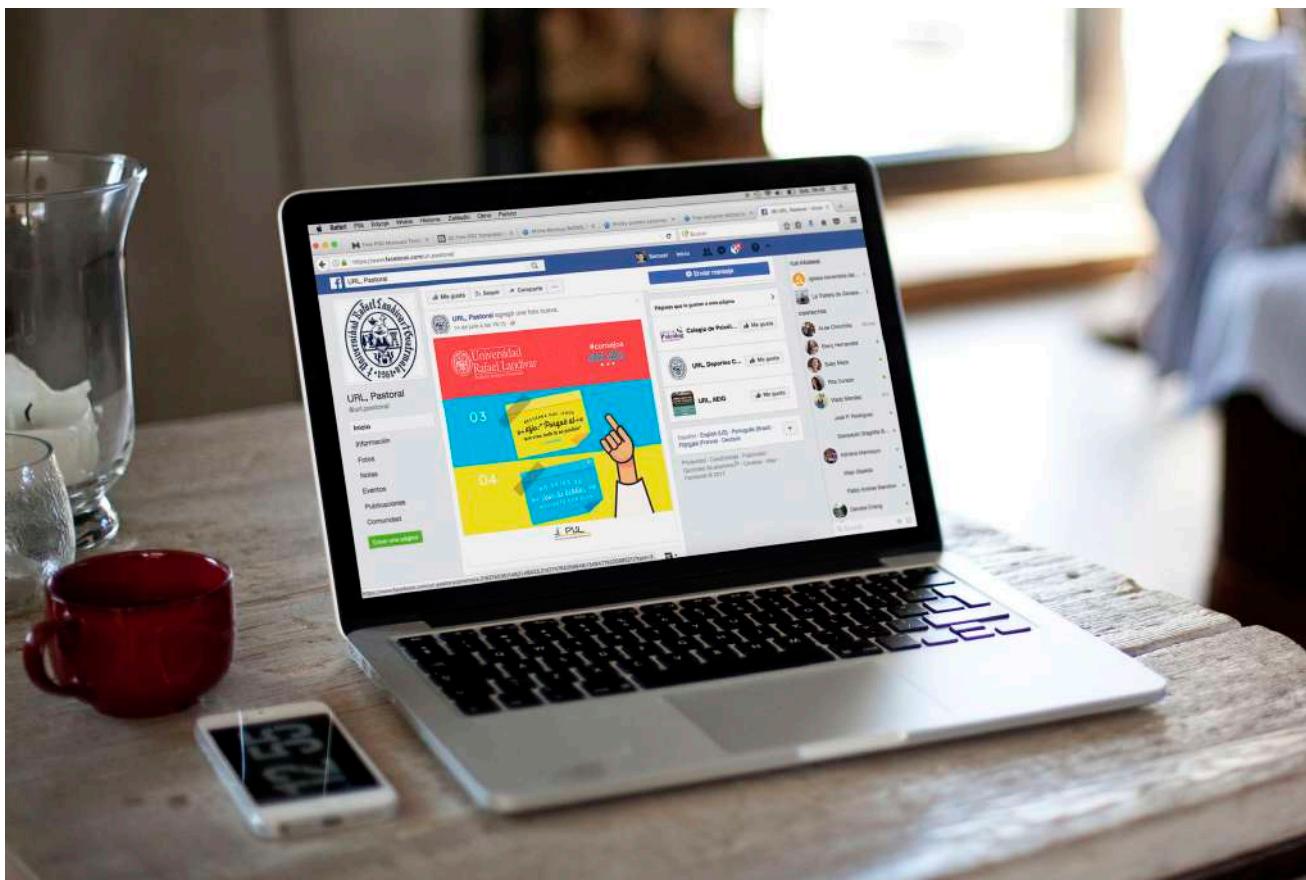
POST CHECKLIST

Varias versiones en colores



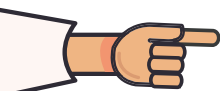
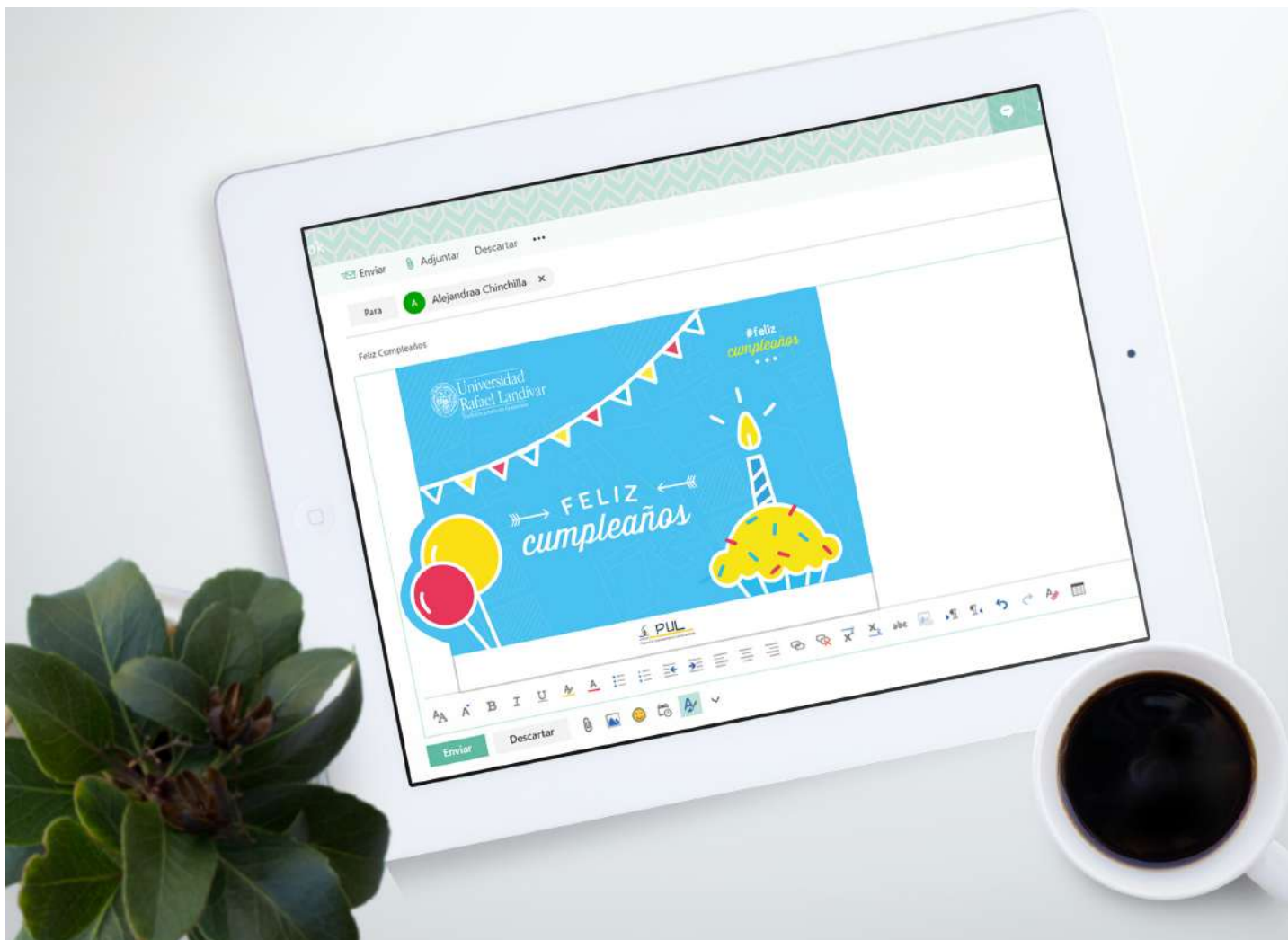
POST TIPS

Varias versiones en colores



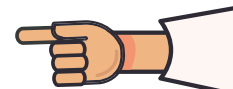
MAILING FELICITACIÓN CUMPLEAÑERO

Varias versiones en colores



BOLETÍN INFORMATIVO

Varias versiones en colores





[14]

PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Para facilitar la reproducción de las piezas se en listaré cada una de ellas individualmente, según correspondan sus aspectos técnicos:

Fase I:

BTL

Nombre del Archivo: Caja_Oraciones

Tamaño: 11*17 plg

Modo de Color: CMYK

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Adhesivo Brillante, Caja de Madera y Púlpito

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 3

AFICHE DISPENSADOR

Nombre del Archivo: Afiche

Tamaño: 11*17 plg

Modo de Color: CMYK, full color

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Husky Cover

Desarrollado en: Adobe Flash CS6

No. de Reproducciones: 1000

Sistema de reproducción: Litografía

STICKERS

Nombre del Archivo: Stickers

Tamaño: 4.5 x 4.5 plg

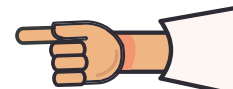
Modo de Color: CMYK

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Adhesivo Brillante

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 2000



Fase II:

BROSHURE

Nombre del Archivo: Brochure

Tamaño: 8.5 x 11 plgs

Modo de Color: CMYK

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Couché

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 1000

GIF'S MOTIVADORES

Nombre del Archivo: GIFS

Tamaño: 1000 x 1000 px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: .GIF

Soporte: Digital

Desarrollado en: Photoshop CC 2015

No. de Reproducciones: 7

POST DE FACEBOOK

Nombre del Archivo: Post

Tamaño: 700 x 700 px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: .png

Soporte: Digital

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 30

FELICITACIÓN CUMPLEAÑOS

Nombre del Archivo: Correo - Felicitación

Tamaño: 1800 x 1200px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: .GIF

Soporte: Digital

Desarrollado en: Photoshop 2015

No. de Reproducciones: 1000

BOLETÍN INFORMATIVO

Nombre del Archivo: Boletin

Tamaño: 600 x 300 px

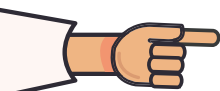
Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: .PNG

Soporte: Digital

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 5



Ficha Técnica *Caja*

Arte Final



Todo lo que pidan en,
oración,
creyendo, lo recibirán

Matr. 2122 22



» checklist «

- ☒ Excesos
- ☐ Respeto de Márgenes

Modo de Color

- ☒ CMYK
- ☐ RGB

Imágenes

Resolución: 300 dpi
Tamaño Real al 100%: _____

- ☒ Fonts en Contornos
- ☐ Editorial (Adjuntas)

- ☒ Layers Identificadas
- ☒ Paleta de Color Ordenada
- ☒ Pruebas de Color Firmadas
- ☒ Guía de Troquel
 - ☒ Aplica
 - ☐ No Aplica

sistema de reproducción

- ☐ Litografía/Offset
- ☐ Serigrafía
- ☐ Flexografía
- ☒ Digital

Colores
☒ Proceso ☐ antone

acabados

- ☐ Barniz UV _____
- ☒ Troquelado _____
- ☐ Foil _____
- ☐ Estampado _____

datos

Nombre: _____
Cliente: _____
Producto: _____
Medidas: _____
Material: _____

f. _____

Elaborado por
Alejandra Chinchilla



Ficha Técnica afiche



Esta ficha aplica para todos los artes de afiche

Arte: Afiche
Versión: Ai - PDF
Cantidad: 35

Código:

Afiche_Jesus_Editable.ai
Afiche_Jesus.pdf

(versiones en todos los personajes y colores)

Arte Final



Montaje



checklist

☐ Excesos

☐ Respeto de Márgenes

Modo de Color

☐ CMYK

☐ RGB

Imágenes

Resolución: ☐ no aplica

Tamaño Real al 100%: ☐ no aplica

☐ Fonts en Contornos

☐ Editorial (Adjuntas)

☐ Layers Identificadas

☐ Paleta de Color Ordenada

☐ Pruebas de Color Firmadas

☐ Guía de Troquel

☐ Aplica

☐ No Aplica

sistema de reproducción

Colores

☐ Litografía/Offset

☐ Serigrafía

☐ Flexografía

☐ Digital

☐ Proceso ☐ Pantone

acabados

☐ Barniz UV

☐ Troquelado

☐ Foil

☐ Estampado

datos

Nombre: Alejandra Chinchilla

Cliente: PUL (Pastoral, URL)

Producto: Afiche dispensador

Medidas: 11 x 17 plg's

Material: Husky Cover

f. _____

Elaborado por
Alejandra Chinchilla



Esta ficha aplica para todos los artes de brochure

Arte: Brochure
Versión: Ai - PDF
Cantidad: 35 Digital
1000 Unifoliales
Litografía

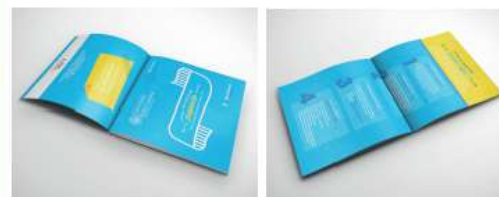
Código:
Afiche_Jesus_Editable.ai
Afiche_Jesus.pdf

(versiones en todos los colores de la paleta)

Arte Final



Montaje



checklist

- ☒ Excesos
- ☒ Respeto de Márgenes

Modo de Color

- ☒ CMYK
- ☐ RGB

Imágenes

Resolución: ☐ no aplica

Tamaño Real ai 100%: ☐ no aplica

- ☒ Fonts en Contornos
- ☐ Editorial (Adjuntas)

- ☒ Layers Identificadas
- ☒ Paleta de Color Ordenada
- ☐ Pruebas de Color Firmadas
- ☒ Guía de Troquel
- ☒ Aplica
- ☐ No Aplica

sistema de reproducción

- ☒ Litografía/Offset
- ☐ Serigrafía
- ☐ Flexografía
- ☒ Digital

Colores
☒ Proceso ☐ Pantone

acabados

- ☐ Barniz UV
- ☒ Troquelado
- ☐ Foil
- ☐ Estampado

datos

Nombre: Alejandra Chinchilla

Cliente: PUL (Pastoral, URL)

Producto: Brochure Informativo

Medidas: 7.25 * 3.5 plg's

Material: Couché

f. _____

Elaborado por
Alejandra Chinchilla



Ficha Técnica stickers



Esta ficha aplica para todos los artes de sticker

Arte Final

Montaje

Arte: Sticker
Versión: Ai - PDF
Cantidad: 2000 - Litografía
200 - Digital

Código:
Afiche_Jesus_Editable.ai
Afiche_Jesus.pdf

(versiones en todos los personajes y colores)



checklist

- ☐ Excesos
- ☐ Respeto de Márgenes

Modo de Color

- ☐ CMYK
- ☐ RGB

Imágenes

Resolución: ☐ no aplica
Tamaño Real al 100%: ☐ no aplica

- ☐ Fonts en Contornos
 - ☐ Editorial (Adjuntas)
- ☐ Layers Identificadas
- ☐ Paleta de Color Ordenada
- ☐ Pruebas de Color Firmadas
- ☐ Guía de Troquel
 - ☐ Aplica
 - ☐ No Aplica

sistema de reproducción

- ☐ Litografía/Offset
- ☐ Serigrafía
- ☐ Flexografía
- ☐ Digital

Colores
☐ Proceso ☐ Pantona

acabados

- ☐ Barniz UV
- ☐ Troquelado
- ☐ Foil
- ☐ Estampado

datos

Nombre: Alejandra Chinchilla
Cliente: PUL (Pastoral, URL)
Producto: Stickers
Medidas: 4.5 plg * 4.5 plg
Material: Adhesivo Brillante

f. _____

Elaborado por
Alejandra Chinchilla

INFORME TÉCNICO QUE ACOMPaña LOS ARCHIVOS FINALES

A continuación se presenta el informe dirigido a los miembros de la Pastoral Landivariana el cual tendría a su cargo todo lo realizado en la fase estratégica de comunicación y el lanzamiento del proyecto #soypastoral. Esto con el fin que se logre comprender la distribución de los archivos de forma idónea, así mismo que se encuentre los archivos en el CD los cuales se encuentran segmentados de la siguiente manera:

Material a Reproducir - Pastoral

- Caja Recaudadora
- Material Digital
 - Correo Felicitación
 - GIF Frases
 - Post
 - Boletín de Experiencias
- Material Impreso
 - Material Imprenta
 - Afiches
 - Broshures
 - Stickers
 - Material - Centro de Impresión
 - Afiches
 - Broshures
 - Stickers



CARTA PARA CLIENTE

Guatemala 3 de Mayo de 2016

Encargado de Pastoral Universitaria Landivariana

El motivo de la presente es para explicar el proceso de reproducción que debe llevarse a cabo para la reproducción de las piezas realizadas para su imagen.

Se adjunto un CD el cual lleva como nombre **"Material a Reproducir - Pastoral Universitaria Landivariana"**, dentro de esa carpeta se divide el material en tres carpetas generales:

- Caja de Oraciones
- Material Impreso
 - Material Centro de Impresión
 - Material Imprenta
- Material Digital

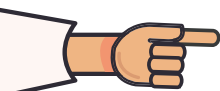
Dentro de cada carpeta se encuentran los archivos para impresión con sus respectivas fichas técnicas, las cuales establecen los parámetros para que las piezas se reproduzcan de manera eficaz.

Las piezas se encuentran divididas por personaje o especifican el material.

En caso de cualquier duda o consulta, por favor comuníquese conmigo.

Reciba un cordial saludo.

María Alejandra Chinchilla Natareno
Teléfono: 4180-5276
chinchismariale@hotmail.com



CARTA PARA CENTRO DE IMPRESIÓN O IMPRENTA

Guatemala 3 de Mayo de 2016

A quien interese:
Informe Técnico

El motivo de la presente es para explicar las especificaciones técnicas de las piezas que pertenecen a la Pastoral Universitaria Landivariana. Se realizó la planificación del lanzamiento de varios artes como el motivo de dar a conocer una nueva imagen de la Pastoral Universitaria Landivariana. En el siguiente informe se detallan las especificaciones para el manejo, reproducción en implementación de las piezas que conforman en PUL. Estas se dividen en dos fases y van acompañada de un CD con los documentos que se detallan a continuación:

BTL

Nombre del Archivo: Caja_Oraciones

Tamaño: 11*17 plg

Modo de Color: CMYK

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Adhesivo Brillante

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 1

AFICHE DISPENSADOR

Nombre del Archivo: Afiche

Tamaño: 11*17 plg

Modo de Color: CMYK, full color

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Husky Cover

Desarrollado en: Adobe Flash CS6

No. de Reproducciones: 1000

Sistema de reproducción: Litografía

STICKERS

Nombre del Archivo: Stickers

Tamaño: 4.5 x 4.5 plg

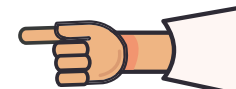
Modo de Color: CMYK

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Adhesivo Brillante

Desarrollado en: Illustrator CC 2015

No. de Reproducciones: 2000





Fase II:

BROSHURE

Nombre del Archivo: Brochure
Tamaño: 8.5 x 11 plgs
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: PDF
Soporte: Couché
Desarrollado en: Illustrator CC 2015
No. de Reproducciones: 1000

GIF'S MOTIVADORES

Nombre del Archivo: GIFS
Tamaño: 1000 x 1000 px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: .GIF
Soporte: Digital
Desarrollado en: Photoshop CC 2015
No. de Reproducciones: 7

POST DE FACEBOOK

Nombre del Archivo: Post
Tamaño: 700 x 700 px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: .png
Soporte: Digital
Desarrollado en: Illustrator CC 2015
No. de Reproducciones: 30

FELICITACIÓN CUMPLEAÑOS

Nombre del Archivo: Correo - Felicitación
Tamaño: 1800 x 1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: .GIF
Soporte: Digital
Desarrollado en: Photoshop 2015
No. de Reproducciones: 1000

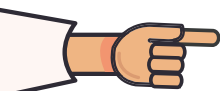
BOLETÍN INFORMATIVO

Nombre del Archivo: Boletin
Tamaño: 600 x 300 px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: .PNG
Soporte: Digital
Desarrollado en: Illustrator CC 2015
No. de Reproducciones: 5

Sin otro particular, estoy a sus órdenes con cualquier duda o comentario acerca de los artes, reciban un cordial saludo,

Atentamente.

Alejandra Chinchilla
Telefono: 4180-5276
Correo: lesly_95m@hotmail.com



PRESUPUESTO DE DISEÑO Y REPRODUCCIÓN

Tras identificar la necesidad del proyecto y el tipo de cliente, se consideró tomar en cuenta estratégicamente una imprenta que realice impresiones a bajo costo sin perder la calidad, de la misma forma se buscó implementar en su mayoría material digital para ahorrar en aspectos de impresión. A partir de ello se consideró que era relevante el realizar solamente piezas totalmente importantes para Pastoral.

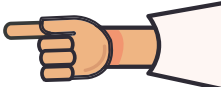
De igual forma se conoce la importancia sobre la implementación del material de forma física en base a la forma que va desarrollada, a continuación de mencionan las tres piezas que se utilizaron impresas como parte del diseño **(ver anexo adjunto 8)**:

Se eligió
Mayaprint por
su calidad y
servicio

OBSERVACIONES

COTIZACIÓN IMPRENTA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	LUGAR	UNIDAD	TOTAL
1000 Afiche	Full Color/1 Cara Tamaño: tabloide 11 x 17 plgs Material: Husky Cover sin ningún acabado	Mayaprint	Q2.69	Q2,698.00
1000 Unifoliares	Full Color/Duplex Tamaño: 4 x 8.5 plgs Material: Papel Couché 100 gr sin ningún acabado		Q1.37	Q1367.00
2000 Stickers	Full Color/ 1 cara Tamaño: 4 x 4 plgs Material: Adhesivo Brillante Acabado: troquel cuadrado		Q1.50	Q2304.00



PRESUPUESTO DE DISEÑO

Luego del proceso de comparación entre tarifa, hora y la calculadora freelance de Laura López se llegó a la conclusión de utilizar el tarifario de la Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual con un Cliente tipo C

Ver Anexo 6

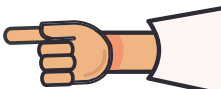
PIEZA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	\$	TOTAL
CONCEPTO	Idea base para la realización de los materiales	1	\$100	Q750.00
KEY VISUAL	Realización de elementos gráficos pruebas Tipográficas, técnicas de ilustración etc.	1	\$100	Q750.00
ILUSTRACIÓN	7 ilustraciones diferentes	7	\$150 c/u	Q7875.00
GIF ANIMACIÓN	Animación de ilustraciones con frases	7	\$70 c/u	Q3675.00
BTL	Realización de la Estrategia	1	\$1,250	Q9375.00
BOLETÍN	Realización de Plantilla	1	\$50 c/u	Q375.00
STICKERS	7 versiones con frases diferentes. 9 frases	7	\$85 c/u	Q4462.50
AFICHE	Creación del dispensador de Stickers	7	\$100 c/u	Q5250.00
TOTAL FINAL			Q32,512.50	



PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

El total final del presupuesto de reproducción y el de diseño se basaron en el tarifario argentino 2017 y la comparación con horas de estas forma se logró llegar al precio final de

Q40,631.50





[15]

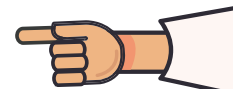
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El diseño de la imagen visual de la Pastoral Landivariana Universitaria se logró a través del desarrollo de una línea gráfica basada en su personalidad, donde esta refleja la personalidad de Jesús, amigable, jovial y lleno de amor. Esto se logró reflejar por medio de varios elementos de diseño como la paleta de color, ya que por medio de ella se transmitieron sensaciones y emociones, como la esperanza, el amor, la luz y el significado de varias celebraciones litúrgicas, otro elemento por el que los estudiantes pueden percibir a la Pastoral como una entidad amigable es por medio de la tipografía debido al uso de letras con trazos redondos y libres.

Además de la implementación de varios formatos, identificadores como brújulas y los mapas que los guían, las rículas, ejes y formas, hacen énfasis en que la Pastoral es un tesoro landivariano, debido a las oportunidades y apoyo que brinda, finalmente logra transmitir a los estudiantes una personalidad e imagen más innovadora y jovial, hecha especialmente para cada uno de ellos, la cual busca acompañarlos en su desarrollo integral y profesional, sin embargo era primordial que esta imagen transmitiera confianza y no fuera impositiva en los alumnos para así lograr obtener su confianza,

- Se propuso realizar material informativo/divulgativo para que los estudiantes landivarianos asistieran a los espacios, talleres y eventos que esta ofrece, por ello para solventar este problema, por ello se diseñó un afiche dispensador de sticker y stickers con frases motivacionales, brochure con información sobre la Pastoral Landivariana, post digitales que cubrieran temas en relación a las actividades, otros específicamente para la semana santa, tips acerca de cómo cuidar la fe, post informativos donde se explica la razón de pastoral siendo este uno de los que contribuirá para seguir sobre a la Pastoral y por último post enfocados en listas sobre actividades que han realizado los alumnos en su vida para ayudar a los demás, cada uno de estos materiales cumple la función de lograr que los estudiante se apropien del pensamiento ignaciano por medio de los valores y la amistad con Dios que ofrece la Pastoral.

Así mismo el BTL, recaudador de oraciones es parte fundamental del proceso de comunicación en la Pastoral ya que este puede ser un inicio y un final para el estudiante donde por medio de estas urnas comience a mejorar su relación y comunicación con Dios o sea parte del movimiento que la Pastoral desea influir en los estudiantes. Esta etapa del proceso refleja el conocimiento de los estudiantes por una entidad que se comunica con los estudiantes y busca su desarrollo integral, espiritual y académico.



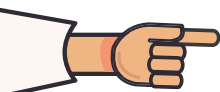


Recomendaciones

Se recomienda que para el desarrollo de los materiales en base al tema de la fe, especialmente enfocados al diseño de la imagen de una institución religiosa o que tiene una relación directa con la fe, se debe considerar utilizar el lenguaje adecuado para transmitir los conceptos y mensajes para no tergiversar la información o diseñar una imagen de libertinaje, por ello es importante retomar aspectos como el lenguaje visual dentro de este tipo de propuestas.

Por parte del material informativo y divulgativo se debe considerar tomar en cuenta elementos que representen de forma clara el mensaje, además del uso de nuevas tendencias para cambiar la perspectiva de pensamiento que se tiene por la religión o la fe.

No utilizar elementos gráficos que no se adapten al concepto ni a la realidad de las personas del G.O, si no que estos sean en base a su funcionalidad y al propósito dentro del diseño.





[16]

REFERENCIAS



A

Acaso, M. (2006). Lenguaje Visual. Barcelona, España: Editorial Paidós Ibérica, S.A.

Aráoz, L. (2011). Líneas y Contornos. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Designals Sitio web: <http://www.designals.net/2011/03/de-lineas-y-de-contornos/>

Avaloz, D. (2013). Mercadeo Emprendedores. Recuperado el 11 de Febrero de 2016, de Consejos para hacer un brochure como herramienta de mercadeo: <http://gizn.-com/blog/consejos-para-hacer-un-brochure-mercadeo/>

B

Bhargava, R. (2009). Personalidad de marca: por qué las compañías pierden su autenticidad y cómo pueden recuperarla, Editorial Mcgraw-Hill Interamericana

Babin, P. (1962). Los jóvenes y la Fe. Barcelona, España: Editorial Herder.

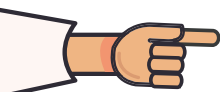
Bagot, P. (1969). Los jóvenes y Dios; Educación de la fe. Salamanca: Editorial Aldecoa.

C

Calderón, B. (2015). Guía para diseñar una Marca. México: Editorial UOC (Universidad Oberta de Catalun-ya).

Catholic.net. (2006). La Iglesia es católica y apostólica. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de Catho-lic.net Sitio web: <http://es.catholic.net/op/articulos/54195/cat/569/la-iglesia-es-catolica-y-apostolica.html>

Costa, J. (2007). Diseñar para los ojos. España: Editorial Autor-Editor.



D

Definición.de. (2013). Definición de Pictograma, Disponible en: <http://definicion.de/pictograma/>

Delgado, R. (2010). Sermon Central. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de 7 Beneficios de la Amistad con Dios: <http://www.sermoncentral.com/sermons/los-7-beneficios-de-la-amistad-con-dios-rolando-delgado-sermon-on-basics-of-christianity-150306.asp>

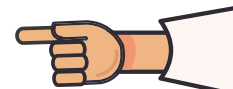
E

ENJU (2011), Primera encuesta nacional de Juventud en Guatemala, Disponible en: <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/01/16/VLCzll7wz3-DpG81lY72uk9MGDwagtGSa.pdf>

EWTN. (s.f.). Santos. Recuperado el 10 de Febero de 2016, de San Ignacio Loyola: https://www.ewtn.com/spanish/Saints/ignacio_de_loyola.htm

Equipo Adsis de Pastoral. (2007). Jóvenes y Dios: Proyecto de Pastoral con Jóvenes. Editorial PPC: Ma-drid.

Estado de la Ciudad del Vaticano. (2007). Bandera Pontificia. Recuperado el 11 de febrero de 2016, de Estado de la Ciudad del Vaticano Sitio web: <http://www.vaticanstate.va/content/vaticanstate/es/stato-e-governo/note-general/bandiera.html>





F

Fernández-Coca A. (2012). El arte de la ilustración (del concepto al éxito), España, Editorial: Ediciones Anaya Multimedia (Grupo Anaya. S.A)

FotoNostra. (2006). Pictograma. Recuperado 19 de febrero de 2016, de FotoNostra Sitio web: <http://www.fotonostra.com/glosario/pictograma.htm>

G

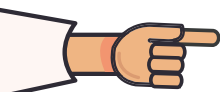
Ganassini, M. (2016). E-mail de feliz cumpleaños: por qué enviarlo y cómo construirlo. Sitio Web: <https://blog.mailup.es/2017/03/email-feliz-cumpleanos/>

Gómez, R. (2012). Etiquetas en la Web Social. España, Salamanca: Editorial UOC España.

González, E. (2015). Medios Publicitarios: BTL Página. Recuperado el 19 de febrero de 2016, de Prezi Sitio web: https://prezi.com/_2cqps8d4bi1/medios-publicitarios/

I

IOMarketing. (2015). ¿Cuál es la diferencia entre identidad e imagen corporativa? Recuperado el 18 de Febrero de 2016, de IOMarketing Sitio web: <http://www.iomarketing.es/blog/cual-es-la-diferencia-entre-identidad-e-imagen-corporativa-2/>



J

Jóvenes Católicos. (2013). ¿Quiénes Somos? Recuperado el 15 de febrero de 2016, de Jóvenes Católicos. Sitio web: <http://www.jovenescatolicos.es/quienes-somos/>

L

Lange, I. (2005). Carisma ignaciano y mística de la educación, Editorial Universidad Pontificia Comillas.

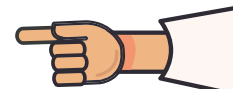
Leon, F. (1956). Teoría de la Disonancia Cognoscitiva. España: Editorial Centro de Estudios Constitucionales.

Loredo, N. (2004). Cadena de valor y ventaja competitiva. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Ges-tiopolis Sitio web: <https://www.gestiopolis.com/cadena-de-valor-y-ventaja-competitiva/>

M

Medina, A. (2014). Alto Nivel. Recuperado el 13 de Febrero de 2016, de <http://www.altonivel.com.mx/45347-como-lograr-una-activacion-btl-exitosa.html>:

Molina, J. (2011). Diferencia entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Plan-D Sitio web: <http://www.plan-des/Blog/diferencia-entre-identidad-corporativa-e-imagen-corporativa/>





N

Núñez, V. (2016). VM. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de Guía para utilizar los GIFs en tu estrategia de contenidos : <http://vilmanunez.com/2015/04/16/-guia-para-utilizar->

Nieto, T. (2014). Empezar en el Internet: Hashtags. España: Editorial Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

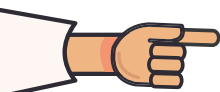
O

Olachea, O. (2013). Paredro. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de 6 Claves para Diseñar Anuncios Impresos Exitosos: <http://www.paredro.com/6-claves-para-dise-nar-anuncios-impresos-exitosos/>

Olabarri, M. (2011). La pérdida de fe en los adolescentes. Recuperado el 10 de febrero de 2011, de Catho-lic.net Sitio web: <http://es.catholic.net/op/articulos/1013/cat/4/la-perdi-da-de-la-fe-en-los-adolescentes.html>

P

PROFASR (2003), Pensamiento Ignaciano y Landivariano, 1a Edición. Disponible en: <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/pensamiento.pdf>



Pastoral Juvenil Arquidiocesana . (2012). Misión y Visión de PJA. . Recuperado el 16 de febrero de 2016, de Página Oficial de Facebook. Sitio web: <https://www.facebook.com/PJAGuate/>

Pastoral Universitaria Landivariana. (2015). Historia y Programas de la PUL. Recuperado el 16 de febrero de 2016, de Portal Académico, URL. Sitio web: <http://principal.url.edu.gt/index.php/component/k2/item/119-pastoral-universitaria-landivariana-pul#descripción>

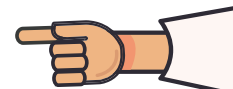
Puig, C. (2016). La importancia de la voz de marca propia y por qué deberíamos encontrarla. 18 de Febrero de 2016, de Puro Marketing Sitio web: <http://www.puromarketing.com/13/26368/importancia-voz-marca-propia-deberiamos-encontrarla.html>

R

Revista Mediterránea de Comunicación. (2016). Universidad de Alicante. Recuperado el 14 de Febrero de 2016, de El poder de la Realidad Aumentada: <http://www.mediterranea-comunicacion.org/Mediterranea/article/view/224/425>

Rivero, A. (2003). Catholic.Net. Recuperado el 08 de Febrero de 2016. Jesús y la Amistad. Sitio Web: <http://es.catholic.net/op/articulos/18623/cat/756/jesus-y-la-amistad.html>

Red Gráfica Latinoamérica. (2013). El Punto y la Línea. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Red Gráfica Latinoamérica. Sitio web: <http://redgrafica.com/El-punto-y-la-linea>





S

Salén H. (1999), La promoción de ventas o el nuevo poder comercial, Editorial ediciones Díaz de Santos.

U

Universidad iberoamericana, (2016), Centro Universitario ignaciano, Disponible en:
<http://www.iberomx.org/inspiracion-cristiana>

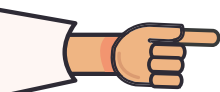
Universidad del ISTMO. (2015). Historia y Trayectoria de la Universidad. Recuperado el 16 de febrero de 2016, de Portal Académico, ISTMO. Sitio web: <http://unis.edu.gt/trayectoria/>

Universidad Rafael Landívar. (2015). Historia, Misión y Visión Universitaria. Recuperado el 12 de febrero de 2016, de Portal Académico, URL. Sitio web: <http://principal.url.edu.gt/index.php/conoceurl/historia>

V

Vergara, J. (2015). El estilo ignaciano como propulsor de una universidad de inspiración cristiana, Editorial ITESO- Instituto tecnológico y de estudios Superiores de Occidente.

Vidal, J. (2013). La Personalidad del Papa Francisco. Recuperado el 11 de febrero de 2016, de El Mundo Sitio web: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/09/21/internacional/1379756723.html>



Vizcaíno, M. (2005). Derecho Canónico - Organización de la Iglesia Universal. Recuperado 10 de febrero de 2016, de Ius Canonicum Sitio web: <http://www.iuscanonicum.org/index.php/organizacion-ecclesiastica/organizacion-de-la-iglesia-universal/205-potestad-y-funciones-del-papa-en-el-derecho-canonical.html>

W

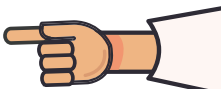
Weinschenk, S. (2011). Diseño Inteligente: 100 cosas sobre la gente que el diseñador necesita saber. España: Editorial Anaya Multimedia.

Willberg, H. (2003). Primeros Auxilios en Tipografía: Consejos para diseñar con tipos de letra. España: Editorial Gustavo Gili.

Z

Zeegen, L. (2009). Principios de Ilustración, Barcelona España, Editorial: Gustavo Gili, S.L.

Zorraquino. (2012). ¿Qué es Personalidad de Marca?. Recuperado el 19 de febrero de 2016, de Zorraquino Sitio web: <https://www.zorraquino.com/diccionario/branding/personalidad-de-marca.html>





[17]

ANEXOS

A continuación se muestra los anexos citados durante el proceso del informe. Debido a su extensión, se realiza el siguiente índice, con el objetivo de facilitar su visualización:

Anexo 01 - Brief Cliente	pág 382
Anexo 02 - Instrumentos del G.O.....	pág 383
2.1 Instrumento Guía de Observación	pág. 386
Anexo 03 - Resultados Instrumentos G.O	pág. 387
Anexo 04 - Análisis Fanpage Pastoral	pág. 406
Anexo 05 - Instrumentos de Validación	pág. 407
Grupo Objetivo	
Expertos en el Tema	
Expertos en Diseño	
Anexo 06 - Resultados Validación	pág. 412
Grupo Objetivo	
Expertos en el Tema	
Expertos en Diseño	
Anexo 07 - Presupuesto de Diseño	pág. 426
Tabla - Hora	
Tarifario - Pieza	
Calculadora Freelance	
Anexo 08 - Cotizaciones Imprentas	pág. 434
Anexo 09 - Bocetaje Piezas Nuevas Validación	pág. 444



ANEXO 01

BRIEF CLIENTE

1. ¿Qué actividades se realizan dentro de la Pastoral Landivariana?

Dentro de pastoral se realizan celebraciones de la fe encarnadas en el hoy, eucaristia, Espiritualidad, cuaresmas, pascuas y espacios de reflexión para el desarrollo de la persona. Realizan Talleres con los becados Loyola, experiencias de retiro ignaciano, campamentos jesuitas, diplomados en línea (formación personal). Tienen áreas específicas que son la coordinación encargada de la formación y ejercicios espirituales, la coordinación que lleva la promoción de fe y justicia.

2. ¿Qué tipo de personas buscan Pastoral?

Jóvenes, estudiantes, docentes,

3. ¿Tienen algún problema en específico dentro de Pastoral? Por ejemplo: no llegan muchos jóvenes, no conocen que existe pastoral, son poco participativos.

Los jóvenes miran a pastoral como un lugar que solamente se trata de misas y alfombras, no conocen en sí la finalidad de pastoral lo ven aburrido, y si asisten a actividades es porque son obligatorias o porque son puntos de algún curso etc. Por lo mismo no llegan tantos jóvenes como se espera que lleguen. No participan en las actividades aunque si son temas “picantes” asisten por curiosidad.

4. ¿Cómo desea que vean los jóvenes a Pastoral?

A ellos les gustaría que vieran a pastoral como un lugar de mente y corazón donde pueden expresarse no solo un lugar de “misas”, desean que los jóvenes conozcan de Pastoral y su ubicación, cuando les preguntan donde están ubicados y los ubican solamente porque están a la par del banco. Desean crear un vínculo de amistad con ellos, que los vean como un espacio para su realización personal.

5. ¿Cómo funciona su presupuesto?

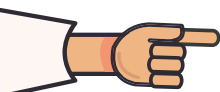
Ellos realizan en el mes de Enero un presupuesto ya establecido para el año pero dentro de eso se tiene para la realización de 35 afiches, realización de carpetas, o la realización de playeras. Pero comentaron que si se puede realizar un tipo de costo pero no tan elevado para la realización.

6. ¿Qué tipo de material desean realizar?

Primero desean realizar un boletín digital como revista donde se colocaran artículos importantes y espacios para opinión. También les gustaría que realizaran la línea gráfica que identificara al área de pastoral, no tienen trófeos ni nada que informe a los estudiantes sobre lo que realiza pastoral, sienten que Pastoral no tiene una identidad establecida. Ellos cuentan con

7. ¿Qué limitantes poseen dentro de Pastoral?

Todo lo que se realice primero tiene que ser visto por Jonathan Juárez y luego de eso ya se le presenta a COMUNICA este es el lugar donde se aprueba todo lo que se publicara dentro de la Universidad, o estos aspectos, se debe usar el logo siempre de la Universidad, existen muchas limitantes para ellos con respecto a COMUNICA que ellos tienen el control del que se dará a conocer. Para ellos es importante



ANEXO 02

INSTRUMENTOS G.O

Instrumento

Investigacion Grupo Objetivo

Edad:
Sexo: ☐ F ☐ M

Religión: _____
Año que cursas: _____
Eres Becado Loyola: ☐ Sí ☐ No

Instrucciones:
Hola, me gustaría que respondieras las siguientes preguntas y marcaras con una "X" donde corresponden.

▲ ¿En qué zona vives?

▲ ¿Podrías mencionarme cuál es tu mejor cualidad?

▲ ¿Cuál es tu hobby favorito?

▲ ¿Te vienen a dejar o ya tienes automóvil?

▲ ¿Te gusta participar en actividades o eventos, por ejemplo realizar dinámicas de promoción?

▲ ¿Te consideras una persona extrovertida?
¿Por qué?

▲ ¿Utilizas tus redes sociales constantemente?
¿Durante cuánto tiempo?

▲ ¿Conoces qué es Pastoral dentro de la Universidad?

▲ ¿Podrías contar con tus dedos cuántos amigos tienes?
¿Cuántos?

▲ ¿Qué significa Jesús para ti? ¿Qué papel toma el en tu vida?

▲ ¿Qué es lo primero que haces en cuanto te levantas?

▲ ¿Hablas con Dios?

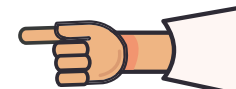
▲ ¿Cómo podrías calificar tu amistad con Jesús del 1 al 10?

▲ ¿Conoces del pensamiento ignaciano?

▲ ¿Qué piensas del Papa Francisco? ¿Lo ves como un amigo?

▲ Si conoces Pastoral, en qué actividades participas o te gustaría participar:

▲ De qué manera te enteras de las actividades dentro de la Universidad:



▲ ¿Cómo calificarías tu amistad con Jesús?

- ☐ Excelente
- ☐ Buena
- ☐ Medio Buena
- ☐ Mala

▲ ¿Si tu respuesta fue *Buena* - *Medio Buena* o *Mala*, porqué lo consideras así?

Puedes seleccionar más de 1

- ☐ Porque no asisto a misa regularmente
- ☐ Porque no soy un miembro activo dentro de la Iglesia
- ☐ Porque no tengo una comunicación fluida con Jesús, no le hablo tan seguido
- ☐ Porque no leo la Biblia
- ☐ Porque me cuesta pedir perdón y perdonar
- ☐ Porque digo groserías o poseo actitudes incorrectas

▲ ¿Participas en actividades o celebraciones católicas, cuáles?

Puedes seleccionar más de 1

- ☐ Realizar alfombras para Semana Santa
- ☐ Asisto a procesiones
- ☐ Turno para cargar en las procesiones
- ☐ Miércoles de Ceniza
- ☐ Celebro el mes del Rosario, visitando la Iglesia de Santo Domingo
- ☐ Celebro la Navidad el nacimiento de Jesús
- ☐ Asisto a la Feria de Jocotenango el 15 de Agosto por la Virgen de la Asunción

▲ ¿Participas alguna de estas actividades de servicio a los demás?

Puedes seleccionar más de 1

- ☐ Donaciones
- ☐ Voluntariado Social
- ☐ Visitar Asilos, Orfanatos u Hospitales
- ☐ Participación en Proyectos Sociales como Campañas
- ☐ Compras en el McDia Feliz

▲ ¿Si perteneces algún grupo de que tipo?

- ☐ Oración
- ☐ Coro de la Iglesia
- ☐ Jóvenes
- ☐ Pastorela
- ☐ Acolitos

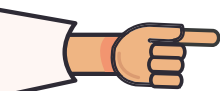
▲ ¿Si conocieras que dentro de la Universidad se realizan estas actividades religiosas en cuales participarías?

Puedes seleccionar más de 1

- ☐ Jornadas Juveniles
- ☐ Grupos de Oración
- ☐ Formación de Lectores y Acolitos
- ☐ Participar en talleres/charlas con temas relacionados a la Fe o problemas sociales como la violencia, sexo, etc.
- ☐ Práctica de los Ejercicios Espirituales en la vida ordinaria
- ☐ Jornada Misionera
- ☐ Campamentos Juveniles Ignacianos
- ☐ Talleres de Proyecto de Vida

▲ ¿Que tipo de Fanpages sigues en Facebook?

- ☐ Memes (Memes URL)
- ☐ Salud, Belleza, Moda
- ☐ Noticias (SOY 502, EMISORAS UNIDAS)
- ☐ Marcas de Ropa, Zapatos
- ☐ Deportes
- ☐ Cine



▲ ¿Que tipo de música escuchas?

- ☐ Electrónica
- ☐ Reggaeton
- ☐ Salsa/Merengue
- ☐ Rock
- ☐ Cristiana
- ☐ Otro: _____

▲ ¿Qué cartel es más atractivo a tu percepción?



- ☐ A ☐ B ☐ C ☐ D

▲ ¿Qué composición de letras consideras interesante?

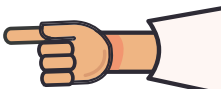
THE *real* DEAL
BEGINNER
Brush
lettering

THE
Perfection
OF
ART
- IS TO -
Conceal
ART

PROBLEMS
are not
Stop signs
they are
GUIDELINES

grateful
AND *blessed*

▲ ¿Que combinación de colores asocias con la juventud?



ANEXO 2.1

GUÍA DE OBSERVACIÓN

GUÍA DE OBSERVACIÓN

¿COMO SE VISTEN?

☐ Formal

☐ Semiformal

☐ Informal

☐ Ropa Deportiva

◆ Marcas

◆ Uso de Colores

☐ Intensos/Alegres

☐ Terrosos/Cafes, Grises

☐ Opacos

◆ Accesorios

☐ Uso de Relojes

☐ Joyas/Collares

☐ Pachones

USO DEL MÓVIL

◆ Para tomar Fotografías

☐ Grupales

☐ Selfies

☐ Paisajes

◆ Telefonos

☐ En mano

☐ Utilizandolo

☐ En sus mochilas

ACTITUDES Y GESTOS

☐ Expresión Corporal

☐ Poco Movimiento

☐ Mucho Movimiento

☐ Emociones

☐ Van escuchando música (audifonos colocados)

ELEMENTOS RELIGIOSOS

☐ Pines

☐ Stickers

☐ Joyas

☐ Mochilas

CAPILLAS - PERSONAS

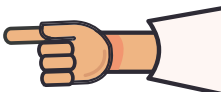
☐ 1 - 5 minutos

☐ 5-10 minutos

☐ 10-20 minutos

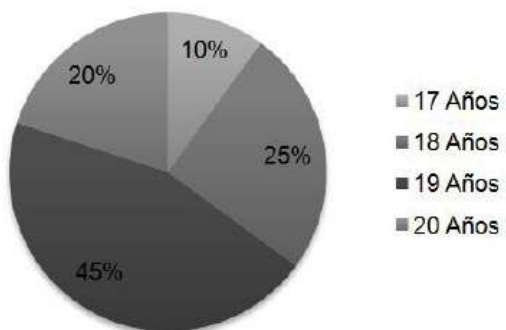
ANEXO 3

TABULACIONES



1

Edad		
17 Años		2
18 Años		5
19 Años		9
20 Años		4



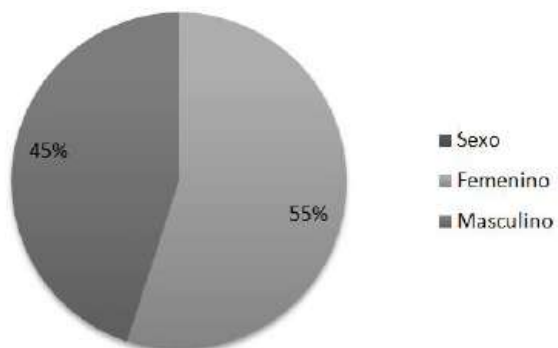
3

Religión		
Católico		10
Evangelico		5
Ateo		1
Creyentes		4



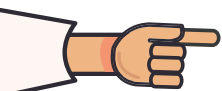
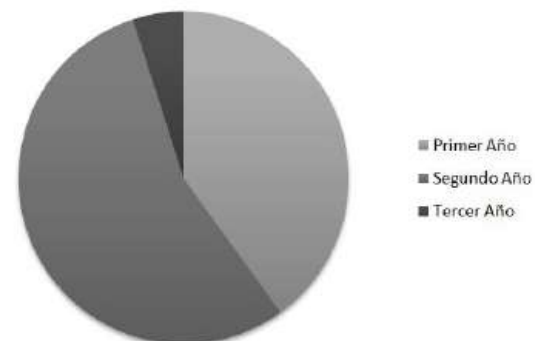
2

Sexo		
Femenino		11
Masculino		9



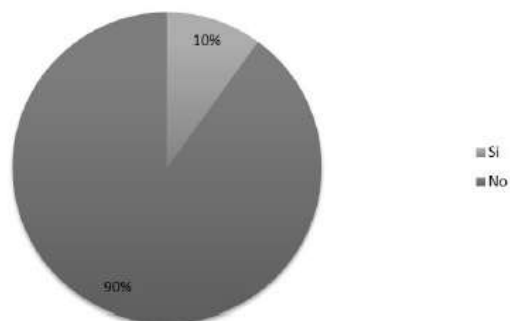
4

Año del Curso		
Primer Año		8
Segundo Año		11
Tercer Año		1



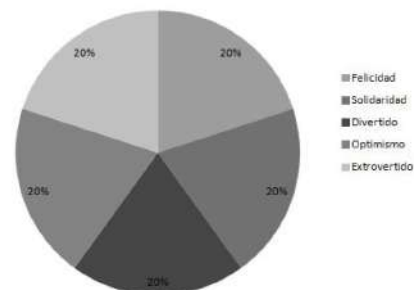
5

Becado Loyola	
Si	2
No	18



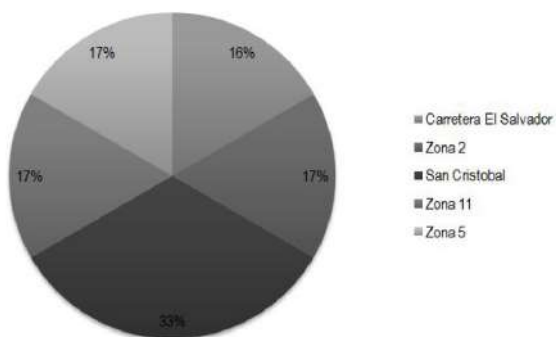
7

¿Podrías mencionarme tu mejor cualidad?	
Felicidad	2
Solidaridad	2
Divertido	2
Optimismo	2
Extrovertido	2



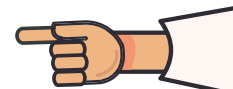
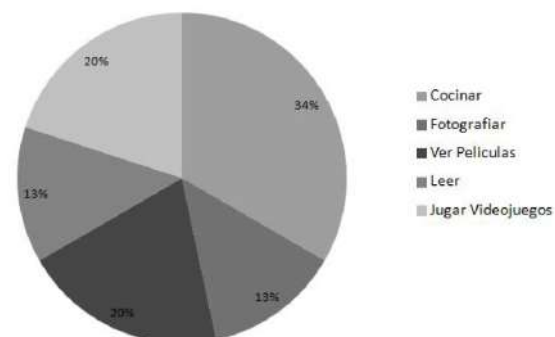
6

¿En que zona vives?	
Carretera El Salvador	2
Zona 2	2
San Cristóbal	4
Zona 11	2
Zona 5	2



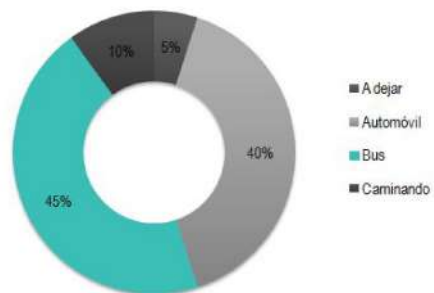
8

¿Cuál es tu hobbie favorito?	
Cocinar	5
Fotografiar	2
Ver Peliculas	3
Leer	2
Jugar Videojuegos	3



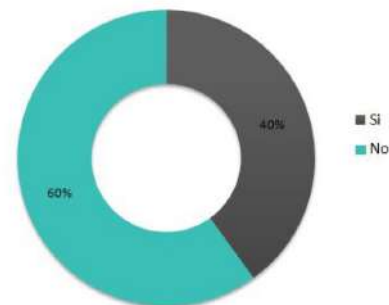
9

¿Te vienen a dejar o ya tienes automóvil?	
A dejar	1
Automóvil	8
Bus	9
Caminando	2



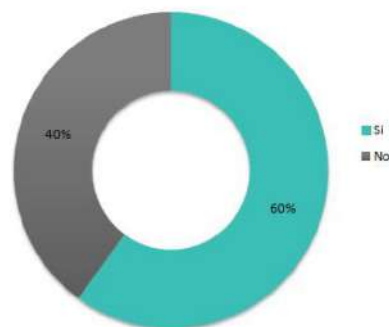
12

¿Te consideras una persona extrovertida?	
Si	8
No	12



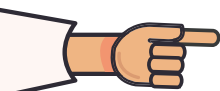
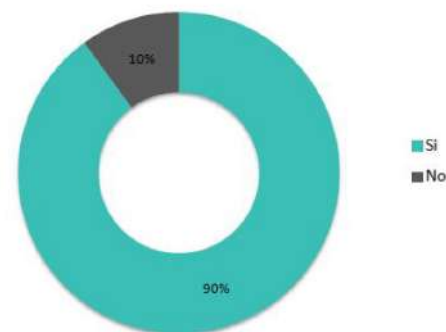
10

¿Te gusta participar en actividades o eventos por ejemplo realizar dinámicas de promoción?	
Si	12
No	8



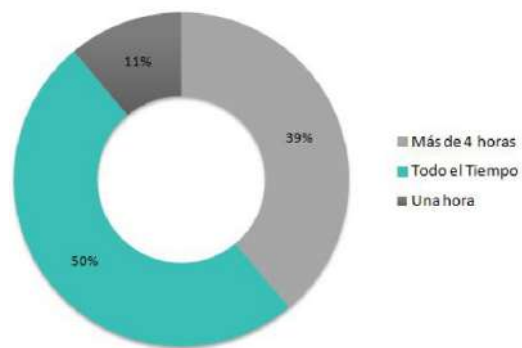
13

¿Utilizas tus redes sociales constantemente?	
Si	18
No	2



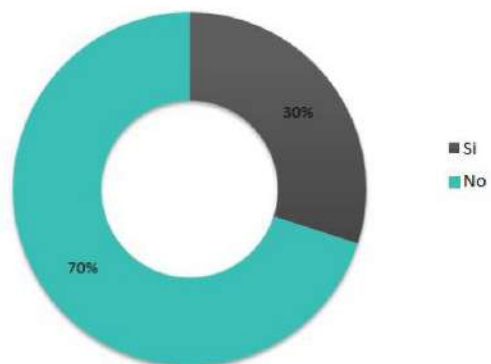
14

¿Durante cuánto tiempo?	
Más de 4 horas	7
Todo el Tiempo	9
Una hora	2



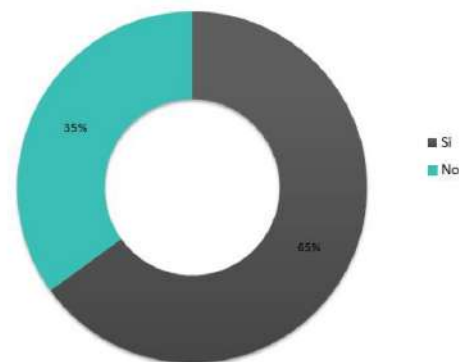
15

¿Conoces Pastoral dentro de la Universidad?	
Si	6
No	14



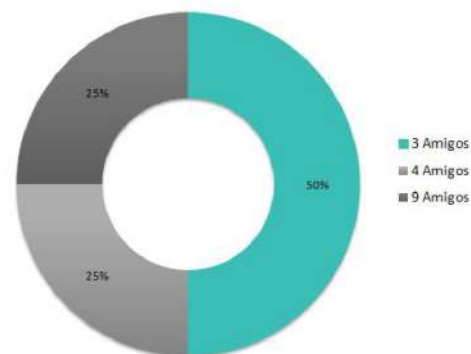
16

¿Podrías contar con tus dedos cuántos amigos tienes?	
Si	13
No	7



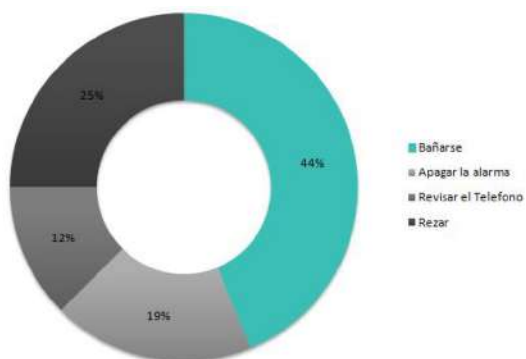
17

¿Cuántos?	
3 Amigos	4
4 Amigos	2
9 Amigos	2



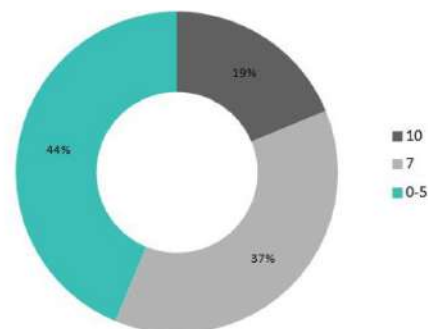
18

¿Qué es lo primero que haces cuando te levantas?	
Bañarse	7
Apagar la alarma	3
Revisar el Telefono	2
Rezar	4



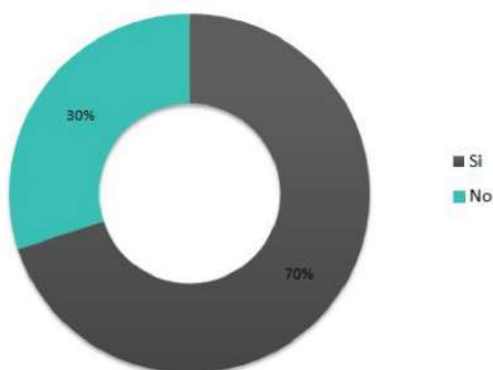
20

¿Cómo podrías calificar tu amistad con Jesús?	
10	3
7	6
0-5	7



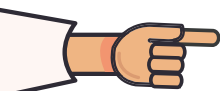
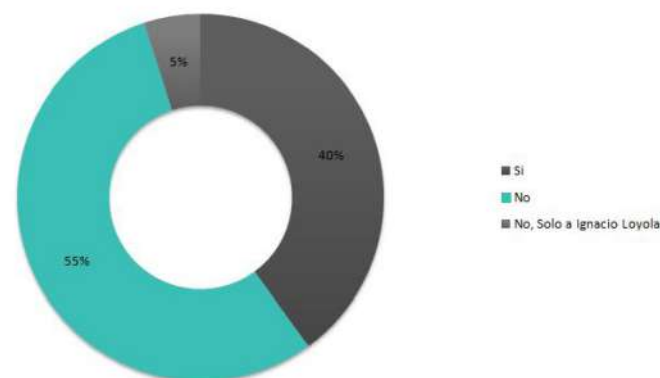
19

¿Hablas con Dios?	
Si	14
No	6



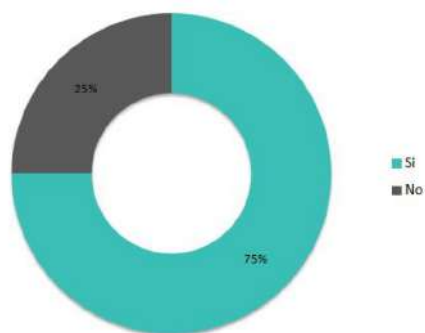
21

¿Conoces el pensamiento Ignaciano?	
Si	8
No	11
No, Solo a Ignacio Loyola	1



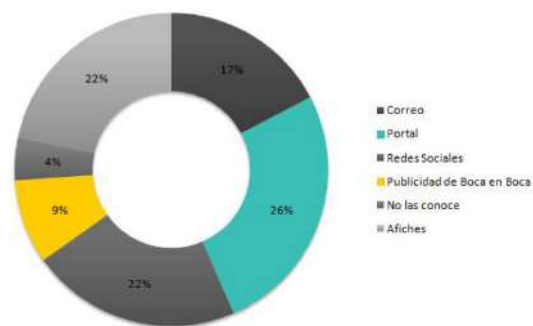
22

¿Ves como un amigo al Papa Francisco?	
Si	
No	



23

¿De qué manera te enteras de las actividades dentro de la Universidad?	
Correo	
Portal	
Redes Sociales	
Publicidad de Boca en Boca	
No las conoce	
Afiches	



24 Preguntas Abiertas

¿Qué Significa Jesús para ti? ¿Qué papel toma él en tu vida?

CATÓLICOS

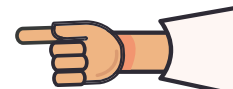
- Es hijo de Dios es mi guía.
- Es alguien en quien confío porque me cuida.
- Es el creador de la vida, es importantes porque sin él no sería nada.
- Una fuente de confianza e inspiración.
- Es la imagen de Dios en la Tierra es uno de los pilares de nuestras vidas.
- Es el salvador de la humanidad, el redentor que sacrificó todo por nuestra entrada al cielo. Es mi Inspiración.
- Es un guía para ser siempre la persona que me gustaría como amigo.
- Persona o Dios que cuida siempre de ti.
- Es lo más importante de mi vida, mi padre, mi héroe, mi consuelo, mi fuerza y mi amigo.
- Jesús murió por mis pecados, para que pudiera obtener el perdón, tanto amo Dios al mundo que envió a su único hijo para morir por nuestros pecados.

ATEOS

- Una figura Religiosa, difícil de explicar. Es una figura representante de moralidad.
- No tengo, pero se que hay algo más grande que nosotros.
- Para mí es como la conciencia, ese impulso interno a superarse y seguir mi moral.

CRISTIANOS

- Es mi salvador y mi primer amor.
- Salvador del mundo, como una figura de ejemplo, amor y padre.
- Mi modelo a seguir.
- Es un modelo a seguir un padre.
- Prioridad en mi vida. Jesús es el perdón confiable que le da sentido a mi vida.

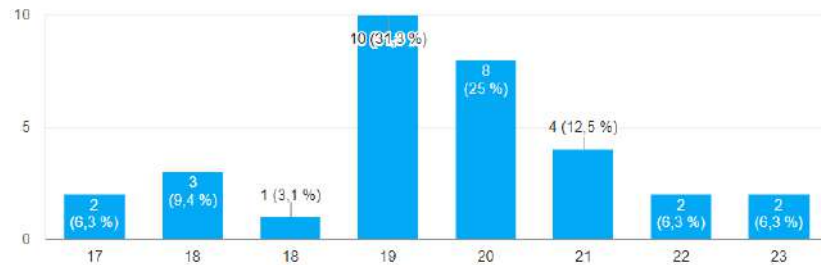


JORNADA MATUTINA

INSTRUMENTO COMPLEMENTARIO

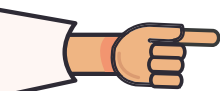
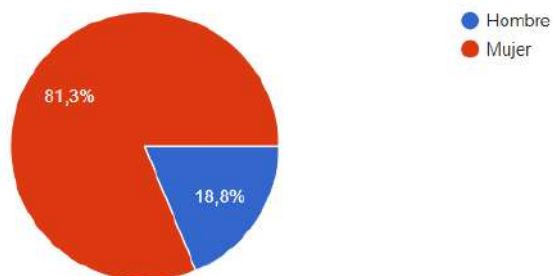
Edad

32 respuestas



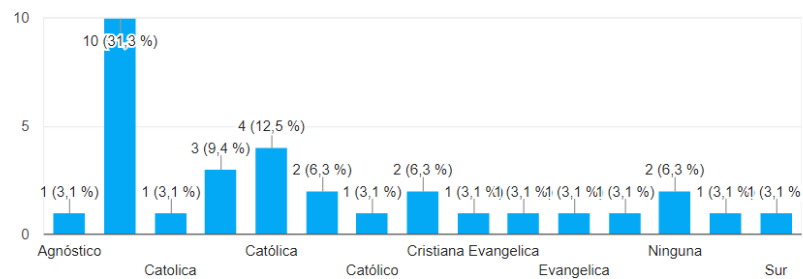
Sexo

32 respuestas



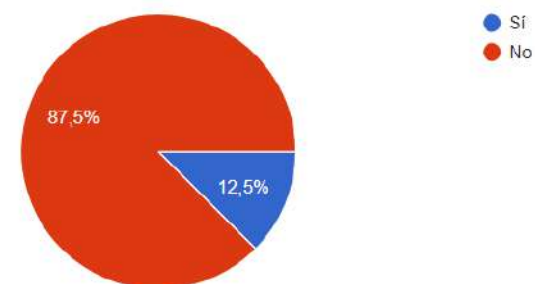
Religión

32 respuestas



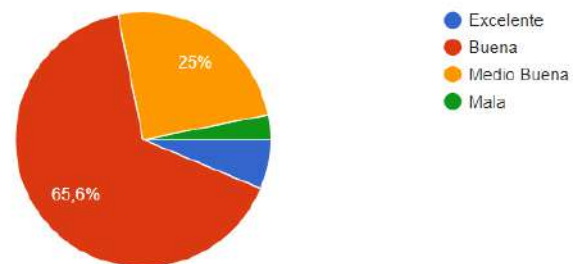
¿Eres Becado Loyola?

32 respuestas



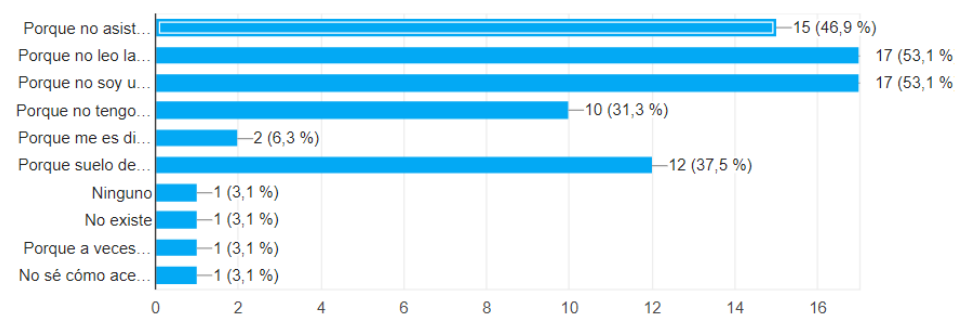
¿Cómo calificarías tu amistad con Jesús?

32 respuestas



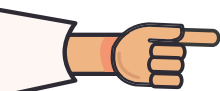
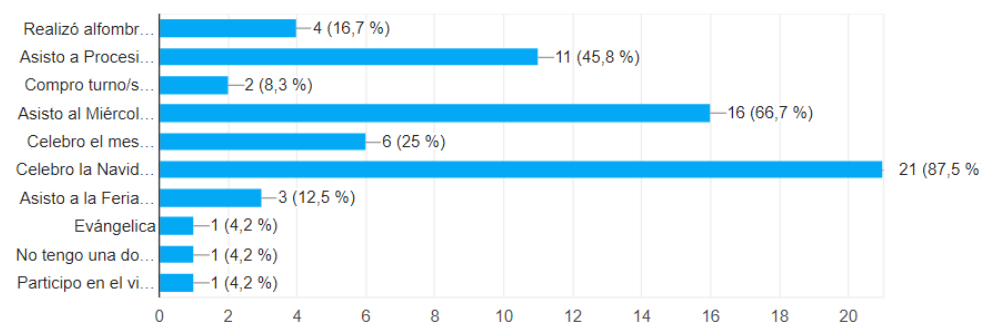
Si tu respuesta fue "Buena", "Medio Buena" o Mala ¿Porqué lo consideras así? Puedes seleccionar varias

32 respuestas



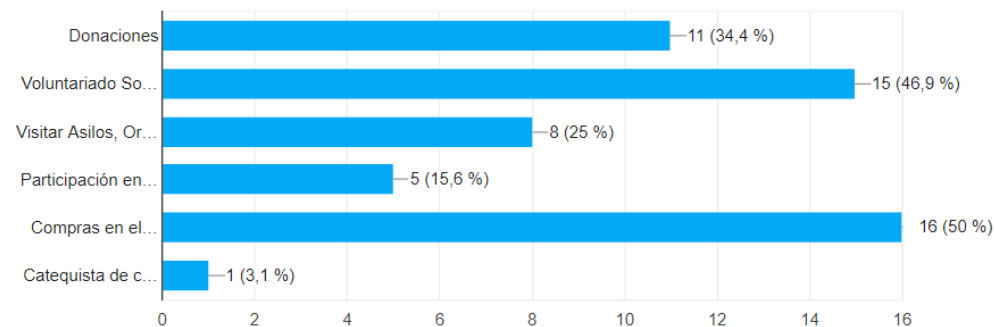
Responde solo si eres católico ¿Participas en actividades o celebraciones católicas, cuáles? Puedes seleccionar varias

24 respuestas



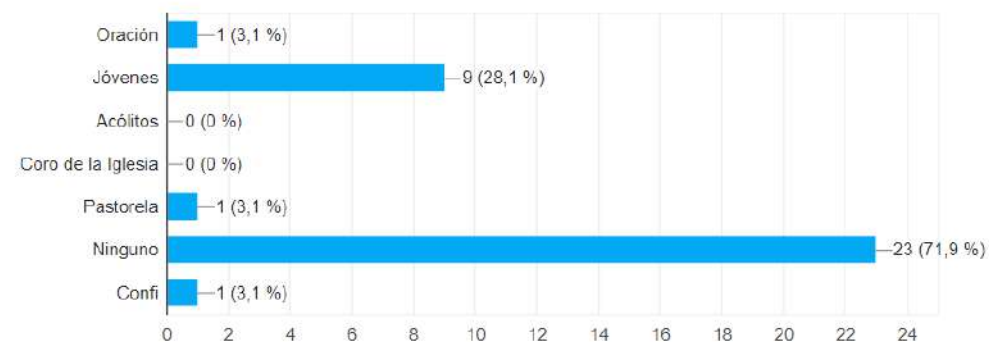
¿Participas en algunas actividades de servicio a los demás? Puedes seleccionar varias

32 respuestas



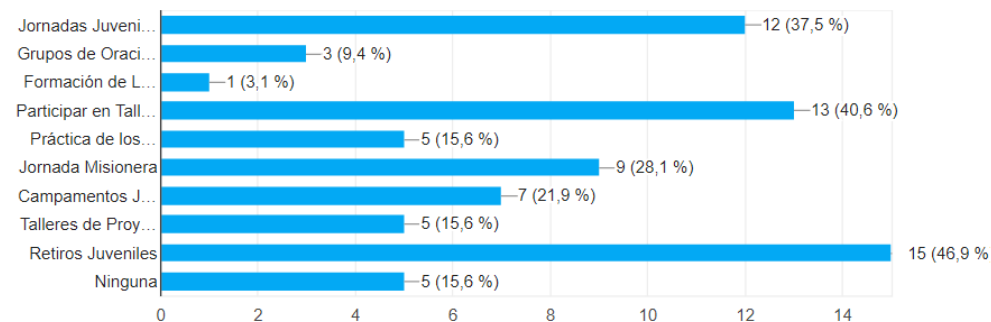
¿Si perteneces algún grupo de que tipo? *Puedes seleccionar varias*

32 respuestas



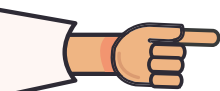
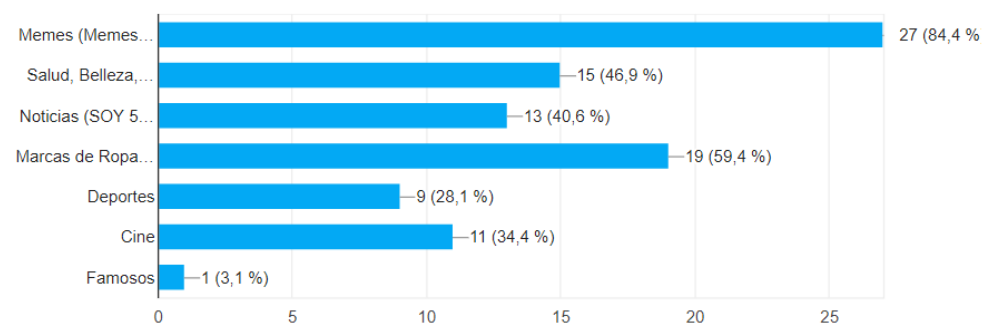
¿Si conocieras que dentro de la Universidad se realizan estas actividades religiosas en cuales participarías?*Puedes seleccionar varias*

32 respuestas



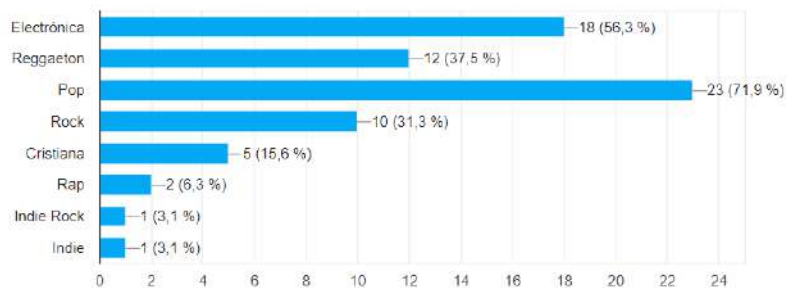
¿Qué tipo de fanpages sigues? *Puedes seleccionar varias*

32 respuestas



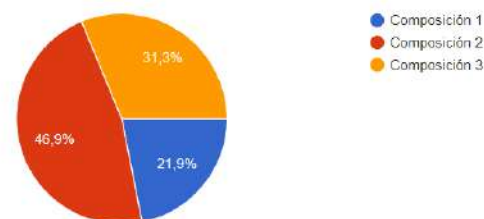
¿Qué tipo de música escuchas?*Puedes seleccionar varias*

32 respuestas



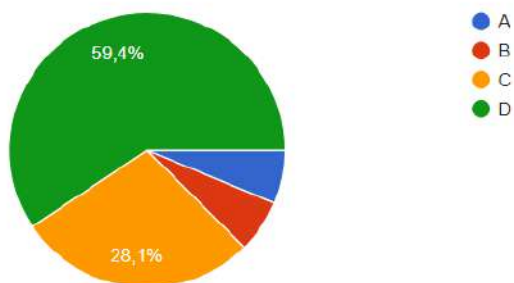
¿Qué composición de letras consideras más interesante a la hora de leer?

32 respuestas



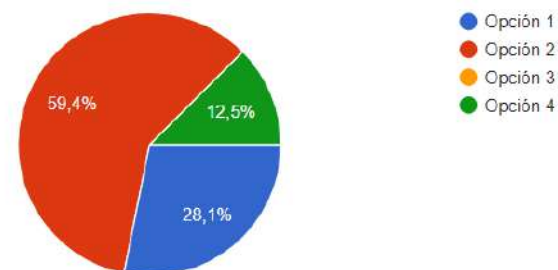
¿Qué cartel consideras más atractivo a tu percepción?

32 respuestas



¿Qué Paleta de Color asocias con la Juventud?

32 respuestas

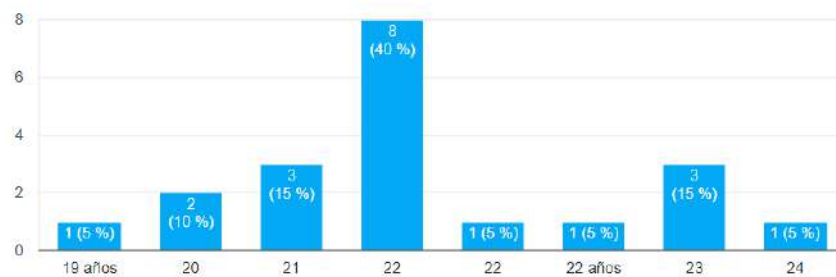


JORNADA VESPERTINA

INSTRUMENTO COMPLEMENTARIO

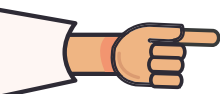
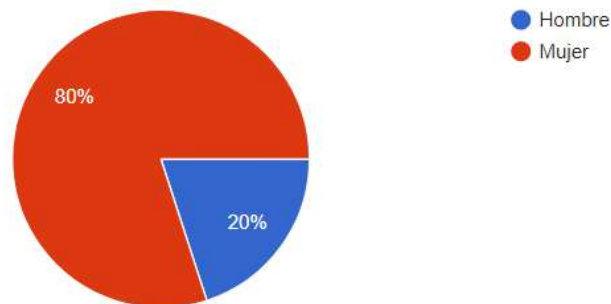
Edad

20 respuestas



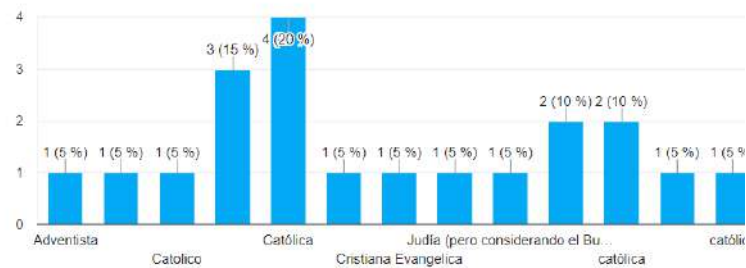
Sexo

20 respuestas



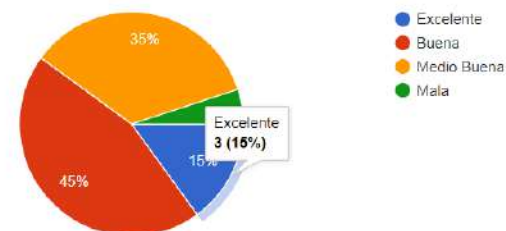
¿Religión?

0 respuestas



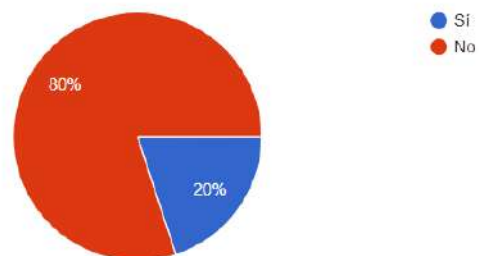
¿Cómo calificarías tu amistad con Jesús?

20 respuestas



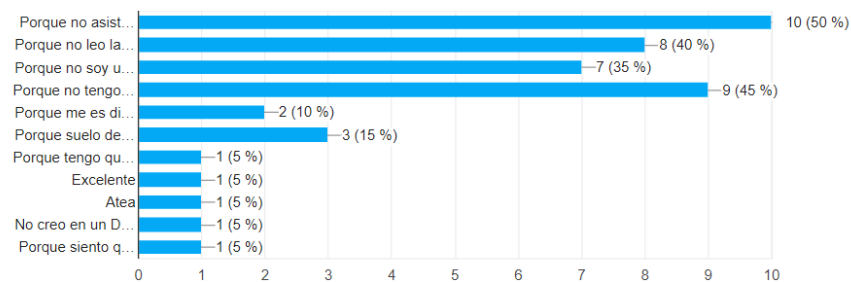
¿Eres Becado Loyola?

20 respuestas



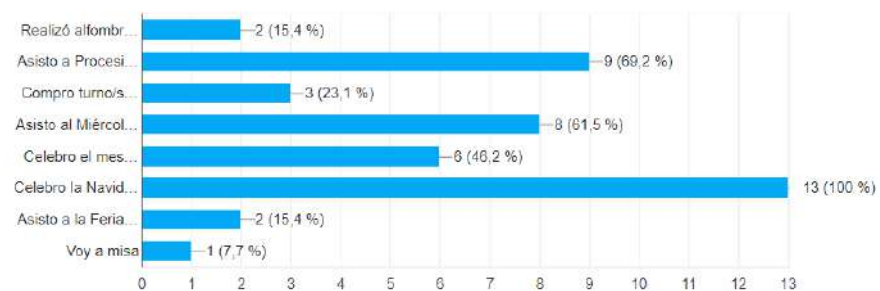
Si tu respuesta fue "Buena", "Medio Buena" o Mala ¿Porqué lo consideras así? Puedes seleccionar varias

20 respuestas



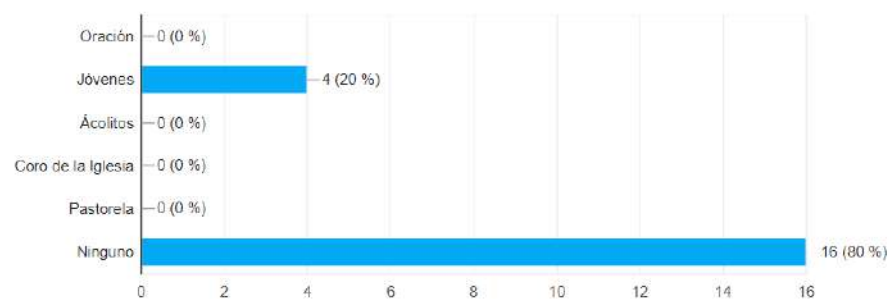
Responde solo si eres católico ¿Participas en actividades o celebraciones católicas, cuáles? Puedes seleccionar varias

13 respuestas



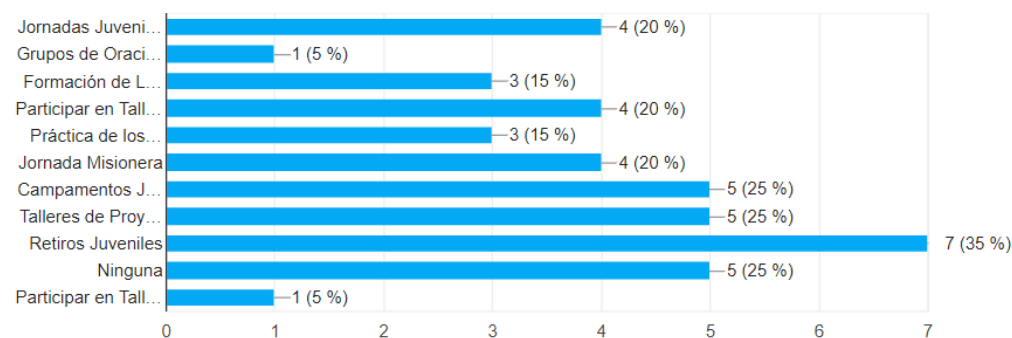
¿Si perteneces a algún grupo, de que tipo? *Puedes seleccionar varias*

20 respuestas



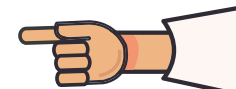
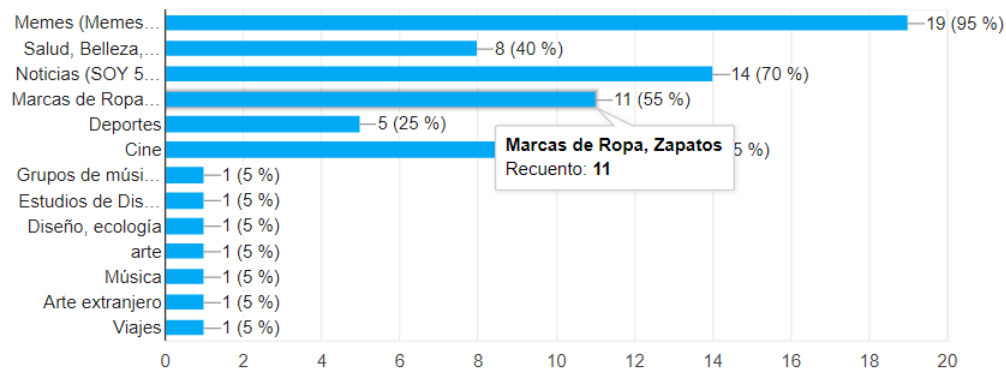
¿Si conocieras que dentro de la Universidad se realizan estas actividades religiosas en cuales participarías?*Puedes seleccionar varias*

20 respuestas



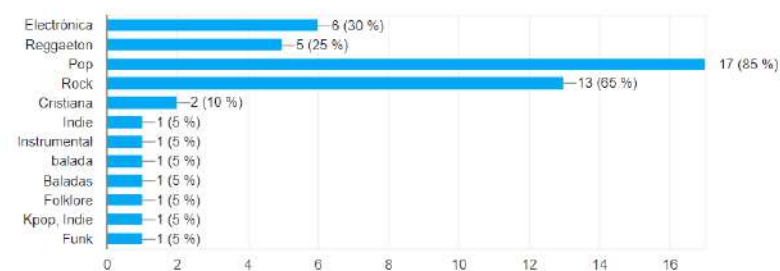
¿Qué tipo de fanpages sigues? *Puedes seleccionar varias*

20 respuestas



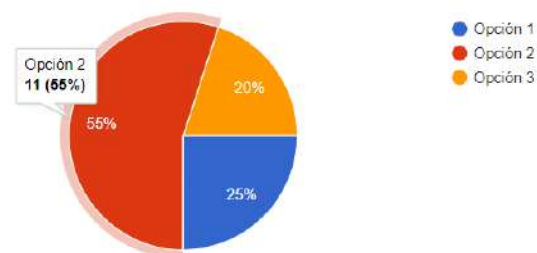
¿Qué tipo de música escuchas? • Puedes seleccionar varias*

20 respuestas



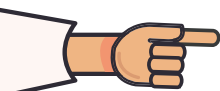
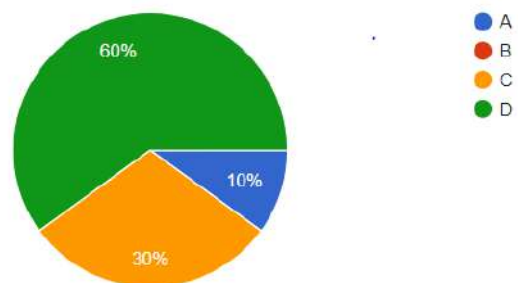
¿Qué composición de letras consideras más interesante a la hora de leer?

20 respuestas



¿Qué cartel consideras más atractivo a tu percepción?

20 respuestas



25 Preguntas Abiertas

¿Qué piensas del Papá Francisco? ¿Lo ves como un amigo?

CATÓLICOS

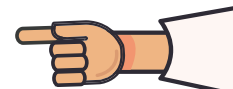
- Si, comparto y aplaudo mucho lo que hace.
- Es genial es una persona muy abierta y llena de bondad.
- Si, porque tiene ideas que nadie más había tenido.
- Pienso que es una persona muy devota pero a la vez realista y consiente del mundo en el que vivimos.
- Representa un líder de la Iglesia Católica así que sí.
- Es un ídolo para la religión católica lo veo como un aliado.
- No, a pesar de su carisma, veo que es muy grande su misión en el mundo.
- Es una gran persona que ayuda a los demás.
- Totalmente, es una de las personas a quien más admiro en la vida. Es todo amor.
- Es ejemplar, sus palabras son un aliento y Si.

ATEOS

- Me agrada como piensa tiene buenos fundamentos.
- Pienso que es una persona con buenas intenciones.
- Me parece una persona capaz y eficiente de ser líder religioso.
- La verdad siento que es algo bueno que le ha pasado al Vaticano.
- Si, pienso que es alguien de mente abierta.

CRISTIANOS

- No, solo es una persona que respeto aunque no comparta pensamientos con él.
- Me parece misterioso pero carismático.
- No creo en el.



URL, PASTORAL 1470 Likes

Información de la página

Descripción breve

Somos un grupo de jóvenes que buscamos evangelizar a los jóvenes universitarios landivarianos, promoviendo la integración y la formación ignaciana

Misión

Llevar a toda la comunidad universitaria el mensaje de Amor de nuestro Señor Jesús.

Productos

Retiros, Ejercicios Espirituales para Universitarios, Talleres de Oración

Correo electrónico

pastoral@url.edu.gt

ANÁLISIS DE FANPAGE

Se analizaron los primeros 4 meses del 2016

HORARIOS DE PUBLICACIÓN Matutino/Vespertino/Nocturno

Lunes:

10:29 AM (4 LIKES)
09:01 AM (17 LIKES)
07:14 AM (2 LIKES)
07:41 AM (3 LIKES)
11:53 AM (3 LIKES)
08:01 AM (23 LIKES)
11:17 AM (14 LIKES)
15:43 PM (2 LIKES)

Martes:

09:08 AM (2 LIKES)
15:16 PM (9 LIKES)
10:51 AM (1 LIKE)

Miercoles:

16:46 PM (13 LIKES)
18:40 PM (5 LIKES)

Jueves:

09:30 AM (2 LIKES)
10:50 AM (22 LIKES)
18:00 PM (48 LIKES)

Viernes:

12:41 PM (36 LIKES)

CONCLUSIONES Publicaciones

Se puede determinar que la mayor parte de las publicaciones reciben al menos un promedio de 3 likes, algunas que incluyen fotografías tienen aun más interacción con los usuarios.

Se comparte la mayoría de las publicaciones aunque sea una vez por publicación.

El horario en el más se publica es en el horario Matutino y es en el que más interacción tienen los usuarios, entre 8:00 a 11:00 AM es donde más se recibe feedback.

Al día realizan al menos 3 publicaciones. Si le dan seguimiento a los estudiantes cuando tienen dudas. Si suben material gráfico y fotografías sobre las charlas que imparten.

Tienen 618 fotografías en la biografía y han publicado 91 fotos de portada.

ANEXO 05

INSTRUMENTOS EXPERTOS EN TEMA



Instrumentos Experto en el Tema

Buen día, de antemano me gustaría darle las gracias por prestarme unos minutos de su tiempo. Por medio de esta validación del material realizado en el curso de Síntesis del Diseño II de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar lograre obtener mejores resultados para una correcta implementación gráfica.

El proyecto consiste en realizar una campaña universitaria donde se dé a conocer al departamento de Pastoral dentro de la Universidad. Esto busca lograr que los estudiantes landivarianos se sientan identificados con el pensamiento ignaciano. Esta campaña estará dirigida a un grupo objetivo juvenil que sean estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, de la jornada Matutina entre las edades de 17 a 20 años de edad. Pertenecientes a un nivel socioeconómico C2.

El concepto con el que se realizó fue "La búsqueda del camino del creer". Este concepto busca transmitir a Pastoral como un tesoro; donde sea un recorrido hacia el refuerzo de su fe, se busca este método para que los estudiantes se sintieran intrigados y retarlos a conocer más de ese camino.

Instrucciones:
A continuación se le presentarán una serie de preguntas, rellenar el recuadro que considere el más adecuado de acuerdo a su criterio visual.

1. Considera que el tamaño del material es:

- ☐ Apto para todos los estudiantes ya que no es fácil perderlo y fácil de manejar.
- ☐ Es muy pequeño se podría arruinar o perder fácilmente.
- ☐ Es el adecuado para todos los materiales a excepción de: _____
- ☐ Es manejable para los Universitarios.

2. Considera que los materiales utilizados logran:

- ☐ Una identidad dentro de los estudiantes landivarianos.
- ☐ Ayudan a establecer a Pastoral como un lugar de apoyo y fortalecimiento de la fe.
- ☐ Enlazar y cautivar a los estudiantes.
- ☐ No ayudan a manejar de forma adecuada el tema.

3. La diagramación de los materiales considera que:

- ☐ Es la adecuada para interpretar el tema que se está manejando.
- ☐ Es interesante para mantener al estudiante cautivado.
- ☐ Representa adecuadamente la armonía del tema y genera o llama la atención.
- ☐ No, confunde al estudiante, muy informal.

4. La tipografía o tipo de letra utilizado es:

- ☐ Es la adecuada ya que ayuda a la legibilidad del estudiante e interpretación.
- ☐ No, varía mucho y es difícil interpretar el mensaje.
- ☐ Logra transmitir el mensaje y se adapta al aspecto juvenil que se le quiere dar a Pastoral.

5. Las ilustraciones considera que:

- ☐ Ayudan a generar empatía sobre el tema de la fe y ver a esos personajes como amigos.
- ☐ Transmiten un mensaje juvenil y amigable llama la atención.
- ☐ No llaman la atención, no se relacionan con el tema de la fe.
- ☐ Refuerzan el mensaje de la fe de una forma atractiva e interesante.

8. El material realizado considera que va acorde a la personalidad de Pastoral:

6. La manera en la que están utilizadas las ilustraciones refuerzan:

- ☐ Que la fe es vista como un aspecto de felicidad en los estudiantes.
- ☐ Que Pastoral, Jesús, María, San Ignacio y el Papa Francisco se pueden considerar amigos.
- ☐ No se logra evidenciar un mensaje amigable y no se relaciona entre sí.
- ☐ Permite que pastoral se vea como una entidad que colabora con la fe de una forma amistosa.

13. ¿Tiene algún comentario en base al material realizado? ¿Considera que se podría mejorar? En que aspectos:

7. Los colores que se utilizaron para el desarrollo del proyecto:

- ☐ No se conectan con el tema y no logran aportar un aspecto más interesante.
- ☐ Se conectan con el concepto y la temática representan la alegría de vivir con la fe.
- ☐ Conectan adecuadamente con los fines del proyecto, transmiten adecuadamente el mensaje.
- ☐ Otra: _____

Nombre: _____

Profesión: _____

Firma: _____



ANEXO 5.2

INSTRUMENTOS GRUPO OBJETIVO



Instrumentos Grupo Objetivo

Hola!, de antemano me gustaría darte las gracias por prestarme unos minutos de tu tiempo. Por medio de esta validación del material realizado en el curso de Síntesis del Diseño II de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar lograré obtener mejores resultados para una correcta implementación gráfica.

El proyecto consiste en realizar una campaña universitaria donde se dé a conocer al departamento de Pastoral dentro de la Universidad. Esto busca lograr que los estudiantes landivarianos se sientan identificados con el pensamiento ignaciano.

El concepto con el que se realizó fue "La búsqueda del camino del creer". Este concepto busca transmitir a Pastoral como un tesoro; donde sea un recorrido hacia el refuerzo de su fe, se busca este método para que los estudiantes se sintieran intrigados y retarlos a conocer más de ese camino de la fe dentro de la Universidad.

Instrucciones:

A continuación te presentarán una serie de preguntas, rellenar el recuadro que considere el más adecuado de acuerdo a su criterio visual.

1. Basándose en el concepto del proyecto consideras que el concepto:

- ☐ las piezas transmiten el concepto en sus elementos gráficos y colores.
- ☐ Si, se logra ver el concepto por medio de la diagramación y los ejes.
- ☐ No se conecta ni se transmite.
- ☐ Se logra observar en todo el material, todos se conectan uno al otro.

2. En base al formato de las piezas consideras que:

- ☐ Se adaptan a la funcionalidad que tienen.
- ☐ No tienen concordancia con lo que representa, los tamaños son poco funcionales.
- ☐ Logra tener una buena dimensión para cautivar, si lo observaría.
- ☐ Es funcional en base a lo que se quiere transmitir con el concepto.

3. Consideras que el material que se llevo a cabo:

- ☐ Es atractivo y me gustaría tener parte del mismo.
- ☐ No es funcional ni atractivo, le faltan más elementos visuales.
- ☐ Debería plantearse más material.
- ☐ No es el adecuado, ya que tiende aburrir.

4. En base a la diagramación de las piezas:

No logra la lectura adecuada es confuso para las personas.

Se puede ver que todo esta ordenado sin dejar de ser interesante.

Genera fluidez en la lectura y tiene jerarquías atractivas para leer. No aburre.

Todo esta en un orden el cual logra una lectura fluida.

5. En base a la tipografía o tipo de letra consideras:

- ☐ Son simples y ayudan a generar curiosidad al leerlos.
- ☐ Son simples y aportan un aire aburrido dentro de las piezas.
- ☐ Son muy complejas de entender logran que la atención se pierda.

6. El orden de los textos consideras que:

- ☐ Ayudan al estudiante a leer y entender el contenido.
- ☐ No son claras y crean confusión.
- ☐ Son adecuadas para las personas ya que se entienden fácilmente expresan fluidez y orden.
- ☐ No son claras porque varían en todo el material.

7. La técnica utilizada para las ilustraciones:

- ☐ Es simple y atractiva para las personas, no satura ni es infantil.
- ☐ Los elementos son simples sin necesidad de saturar, es atractiva.
- ☐ La técnica no es adecuada ya que causa aburrimiento.
- ☐ Es ideal para llamar la atención de las personas, porque son amigables.

8. Considera que los colores de las piezas:

- ☐ Ayuda a darle un mensaje juvenil y amigable.
- ☐ Logra llamar la atención de las personas.
- ☐ Genera aire de motivación y empatía con el mensaje.
- ☐ Permite ver que es llamativo e interesante, cautiva visualmente.

Nombre: _____

Profesión: _____

Firma: _____

9. En base al BTL considera que:

- ☐ Es adecuado colocar un floorprint en el suelo para llamar tu atención cuando caminas.
- ☐ No llamaría tu atención para escanearlo.
- ☐ Es ideal ya que genera curiosidad y da a conocer sobre Pastoral.
- ☐ Es poco funcional ya que pasaría desapercibido.

10. En base al broshure con realidad aumentada:

- ☐ Considera que contiene la información necesaria para conocer pastoral.
- ☐ No es funcional ya que la información esta desorganizada.
- ☐ Contiene mucho contenido que no logra capturar la atención para leer.
- ☐ Es ideal ya que me llama a escanearlo y conocer sobre lo que es Pastoral.

11. En base al sticker que se realizó consideras:

- ☐ Que la forma se adecuada al concepto expresando curiosidad e identidad.
- ☐ No es el adecuado ya que pierde una mi atención fácilmente.
- ☐ Es ideal para identificar el departamento de Pastoral debido a la ilustración.
- ☐ Que es funcional trabajarlo así para innovar y generar empatía, va con la personalidad juvenil.

13. ¿Tiene algún comentario en base al material realizado? ¿Consideras que se podría mejorar? En que aspectos:

13. Considera que los Post de Facebook:

- ☐ Llaman mi atención y me parece interesante el contenido.
- ☐ Generan en mí curiosidad sobre la Pastoral, me llaman a conocer más sobre ella.
- ☐ Son atractivos, muestran una personalidad más juvenil de la Pastoral.
- ☐ Se ve confusos por la cantidad de palabras y elementos utilizados.

14. La felicitación de cumpleaños - mailing considera que:

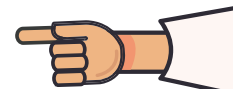
- ☐ Es memorable e inesperado ya que los elementos en movimiento capturan la atención.
- ☐ No son memorables, van muy rápido y se entienden poco.
- ☐ No son funcionales, ya que no vería mi correo al recibirlo.
- ☐ Es atractivo.

15. BTL - Recaudador de Oraciones

- ☐ Es atractivo visualmente, genera confianza y muestra la personalidad amigable de la Pastoral.
- ☐ Captura mi atención, sin embargo considero que podría ser más grande.
- ☐ Es interesante y llamativo, muestra otra perspectiva de la Pastoral.
- ☐ Considero que es una propuesta innovadora, ya que muestra cuanto le importa a Pastoral el bienestar de los estudiantes. Si lo utilizaría.

Comentario BTL:

Tu respuesta:



ANEXO 5.3

INSTRUMENTOS EXPERTOS EN DISEÑO



Instrumento de Validación Experto en Diseño

Buen día, de antemano me gustaría darle las gracias por prestarme unos minutos de su tiempo. Por medio de esta validación del material realizado en el curso de Síntesis del Diseño II de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar lograre obtener mejores resultados para una correcta implementación gráfica.

El proyecto consiste en realizar una campaña universitaria donde se dé a conocer al departamento de Pastoral dentro de la Universidad. Esto busca lograr que los estudiantes landivarianos se sientan identificados con el pensamiento ignaciano. Esta campaña estará dirigida a un grupo objetivo juvenil que sean estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, de la jornada Matutina entre las edades de 17 a 20 años de edad. Pertenecientes a un nivel socioeconómico C2.

El concepto con el que se realizó fue "La búsqueda del camino del creer". Este concepto busca transmitir a Pastoral como un tesoro; donde sea un recorrido hacia el refuerzo de su fe, se busca este método para que los estudiantes se sintieran intrigados y retarlos a conocer más de ese camino.

Instrucciones:
A continuación se le presentarán una serie de preguntas, rellenar el recuadro que considere el más adecuado de acuerdo a su criterio visual.

1. Basándose en el concepto del proyecto considera que el concepto:

- ☐ Se conecta de una forma correcta con el material gráfico.
- ☐ Logra transmitir el concepto por medio de los ejes, retículas y elementos que utiliza.
- ☐ No se conecta ni se transmite.
- ☐ Se logra observar en todo el material, todos se conectan uno al otro.

2. En base al formato de las piezas considera que:

- ☐ Se adaptan a la funcionalidad que tienen.
- ☐ No tienen concordancia con lo que representa, los tamaños son poco funcionales.
- ☐ Logra tener una buena dimensión para cautivar al estudiante.
- ☐ Es funcional en base a lo que se quiere transmitir con el concepto.

3. Considera que el material que se llevo a cabo:

- ☐ Es atractivo para los estudiantes.
- ☐ No es funcional ni atractivo para el grupo objetivo.
- ☐ Debería plantearse más material.
- ☐ No es adecuado para el G.O pero es atractivo.

4. La retícula que se planteo para el material:

- ☐ No logra el ritmo adecuado es confuso para el G.O.
- ☐ Se logra evidenciar el ritmo y el movimiento de retículas para no aburrir al estudiante.
- ☐ Tiene un ritmo definido y ayuda al estudiante a tener orden.
- ☐ Genera fluidez en la lectura.

5. Las Jerarquías usadas en los letterings y textos considera que generan:

- ☐ Son simples y ayudan a generar curiosidad al leerlos.
- ☐ Son simples y aportan un aire aburrido dentro de la composición.
- ☐ Son muy complejas de entender logrando que la atención se pierda.

6. Las jerarquías utilizadas en base al texto:

- ☐ Ayudan al estudiante a leer y entender el contenido.
- ☐ No son claras y crean confusión.
- ☐ Son adecuadas para el G.O ya que se entienden fácilmente expresan fluidez y orden.
- ☐ No son claras porque varían en todo el material.

7. La técnica utilizada para las ilustraciones:

- ☐ Va acorde al grupo objetivo por su simplicidad logrando capturar su atención.
- ☐ Va en relación al contenido y el tema logrando una empatía con el estudiante.
- ☐ La técnica no es adecuada en relación al grupo objetivo.
- ☐ Es ideal para llamar la atención en base a la personalidad del grupo objetivo.

8. Considera que la paleta de color:

- ☐ Ayuda a darle un mensaje juvenil y amigable.
- ☐ Logra llamar la atención del estudiante.
- ☐ Genera aire de motivación y empatía con el mensaje.
- ☐ Permite ver que es llamativo e interesante; cautiva al grupo objetivo

9. En base al BTL considera que:

- ☐ Es adecuado colocar un floorprint en el suelo para llamar la atención del estudiante ante.
- ☐ No llamaría su atención para escanearlo.
- ☐ Es ideal ya que genera curiosidad en el grupo objetivo y da a conocer sobre Pastoral.
- ☐ Es poco funcional ya que pasaría desapercibido.

10. En base al brochure con realidad aumentada:

- ☐ Considera que contiene la información necesaria para conocer pastoral.
- ☐ No es funcional ya que la información esta desorganizada.
- ☐ Contiene mucho contenido que no logra capturar la atención del G.O para leer.
- ☐ Es ideal ya que incentiva al estudiante a conocer sobre Pastoral.

11. Considera que los elementos manejados en relación al fondo de los GIFs generan:

- ☐ Más entendimiento sobre el tema o frase que se maneja.
- ☐ Refuerzan el concepto y el tema que se esta manejando.
- ☐ Ayudan al usuario a identificarse más con el contenido.
- ☐ No ayuda ni son necesarias para entender el tema.

12. En base al sticker que se realizó considera:

- ☐ Que la forma se adecuada al concepto expresando curiosidad e identidad.
- ☐ No es el adecuado ya que pierde una armonía visual.
- ☐ Es ideal para identificar el departamento de Pastoral debido a la ilustración.
- ☐ Que es funcional trabajarlo así para innovar y generar empatía con el G.O debido a el uso de elementos gráficos y paleta de color.

13. ¿Tiene algún comentario en base al material realizado? ¿Considera que se podría mejorar? En que aspectos:



14. Post de Facebook:

- ☐ Son adecuados ya que son dinámicos, y captura la atención del estudiante.
- ☐ No son adecuados, se perciben desordenados.
- ☐ Es idóneo, ya que llama la atención y expresan la personalidad que desea representar la Pastoral.
- ☐ No funcionan, ya que el contenido y los elementos gráficos saturan la propuesta.

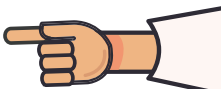
15. Felicitación de Cumpleaños - Mailing

- ☐ Es dinámico para el estudiante, sin embargo es difícil leer el contenido.
- ☐ Es funcional ya que muestra interés por el estudiante de forma personalizada y especial
- ☐ No llama la atención del estudiante, podría ser ignorado a la hora de recibir.
- ☐ Es interesante e innovador para los estudiantes, por lo tanto es atractivo, refleja el concepto y a la Pastoral.

16. Re-diseño de BTL:

- ☐ Es funcional ya que no pasará desapercibido por los estudiantes.
- ☐ Debería ser más invasivo.
- ☐ No llama la atención del estudiante, podría ser ignorado a la hora de verlo, no prestarán atención.
- ☐ Es interesante, ya que captura la atención y refleja la personalidad de Pastoral y a la Universidad.

Comentarios BTL:



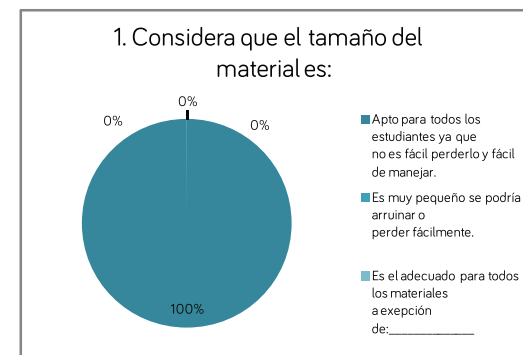


6

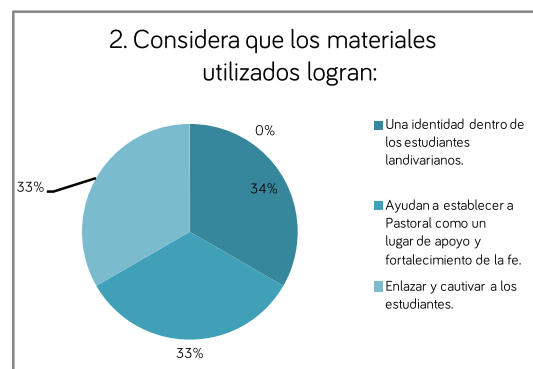
ANEXO

RESULTADOS DE VALIDACIÓN

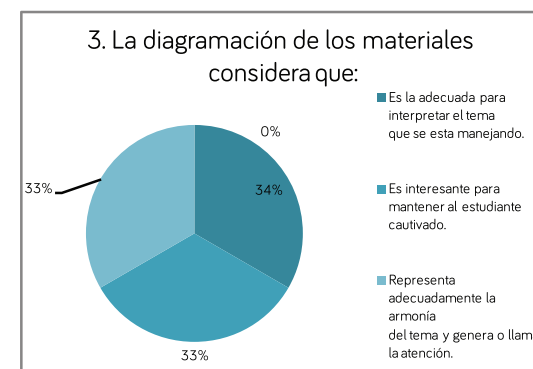
1. Considera que el tamaño del material es:	
Apto para todos los estudiantes ya que no es fácil perderlo y fácil de manejar.	1
Es muy pequeño se podría arruinar o perder fácilmente.	0
Es el adecuado para todos los materiales a excepción de:_____	0
Es manejable para los Universitarios.	0



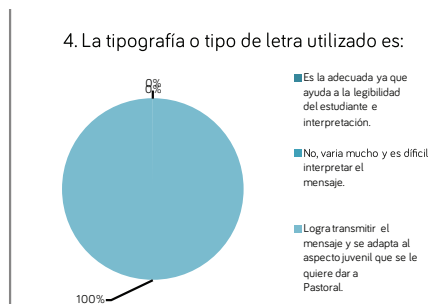
2. Considera que los materiales utilizados logran:	
Una identidad dentro de los estudiantes landivarianos.	1
Ayudan a establecer a Pastoral como un lugar de apoyo y fortalecimiento de la fe.	1
Enlazar y cautivar a los estudiantes.	1
No ayudan a manejar de forma adecuada el tema.	0



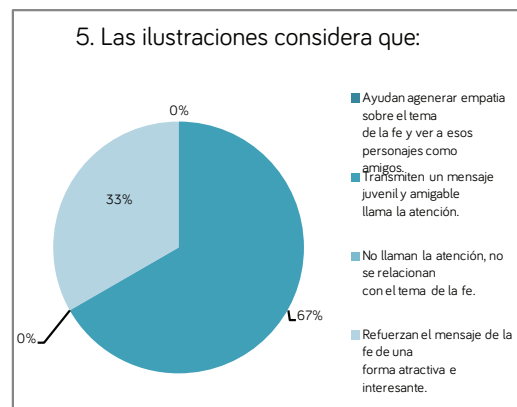
3. La diagramación de los materiales considera que:	
Es la adecuada para interpretar el tema que se esta manejando.	1
Es interesante para mantener al estudiante cautivado.	1
Representa adecuadamente la armonía del tema y genera o llama la atención.	1
No, confunde al estudiante, muy informal.	0



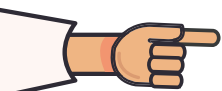
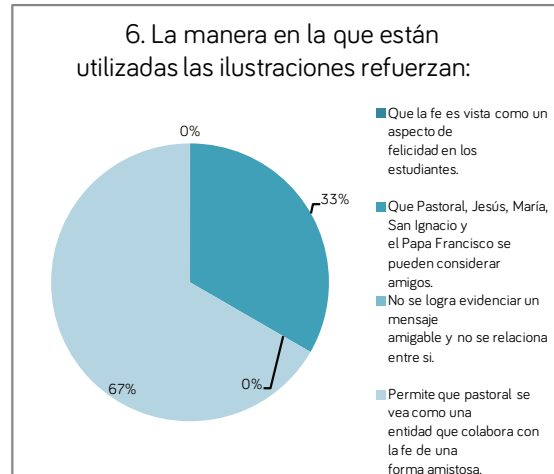
4. La tipografía o tipo de letra utilizado es:	
Es la adecuada ya que ayuda a la legibilidad del estudiante e interpretación.	0
No, varia mucho y es difícil interpretar el mensaje.	0
Logra transmitir el mensaje y se adapta al aspecto juvenil que se le quiere dar a Pastoral.	1



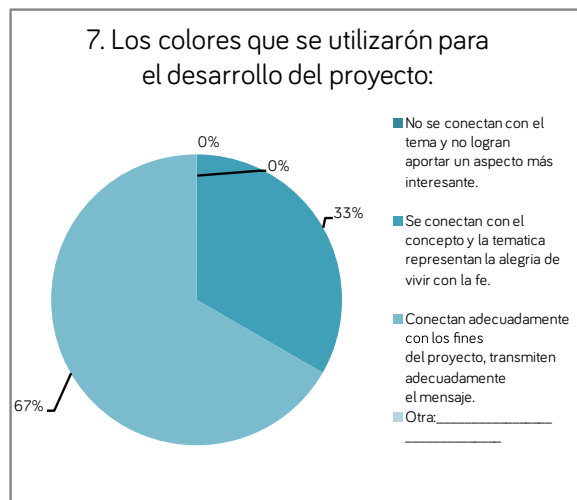
5. Las ilustraciones considera que:	
Ayudan agenerar empatia sobre el tema de la fe y ver a esos personajes como amigos.	0
T ransmiten un mensaje juvenil y amigable llama la atención.	2
No llaman la atención, no se relacionan con el tema de la fe.	0
Refuerzan el mensaje de la fe de una forma atractiva e interesante.	1



6. La manera en la que están utilizadas las ilustraciones refuerzan:	
Que la fe es vista como un aspecto de felicidad en los estudiantes.	0
Que Pastoral, Jesús, María, San Ignacio y el Papa Francisco se pueden considerar amigos.	1
No se logra evidenciar un mensaje amigable y no se relaciona entre si.	0
Permite que pastoral se vea como una entidad que colabora con la fe de una forma amistosa.	2



7. Los colores que se utilizarón para el desarrollo del proyecto:	
No se conectan con el tema y no logran aportar un aspecto más interesante.	0
Se conectan con el concepto y la tematica representan la alegría de vivir con la fe.	1
Conectan adecuadamente con los fines del proyecto, transmiten adecuadamente el mensaje.	2
Otra: _____	0



8. El material realizado considera que va acorde a la personalidad de Pastoral:

Maite Menor

Si, porque es juvenil y amigable

Eddy Jorge

De acuerdo, si tomamos en cuenta la orientación juvenil que se le esta dando.

Luis Guíguí

Si, ya que prsenta la PUL de forma juvenil y amigable.

13. ¿Tiene algún comentario en base al material realizado? ¿Considera que se podría mejorar? En que aspectos:

Maite Menor

Colocar la cara de la virgen con una expresión menos intimista. Las manos de la virgen en una postura de apertura.

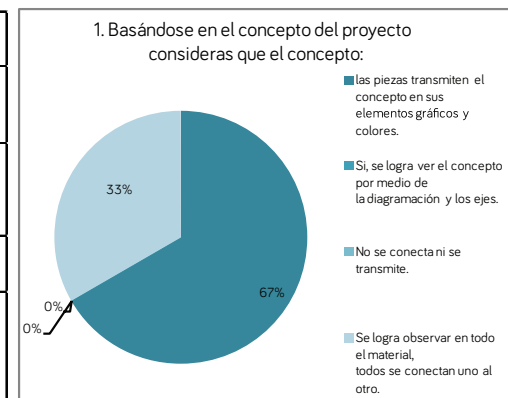
Eddy Jorge

Ortografía

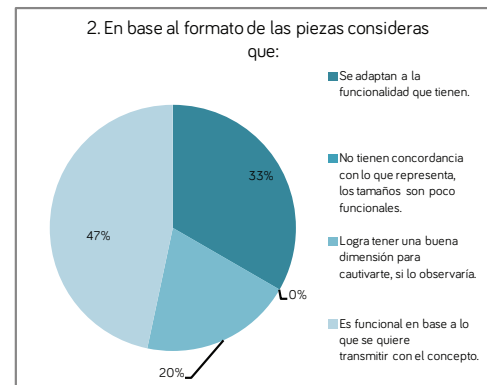
Luis Guíguí



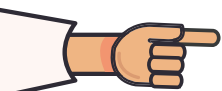
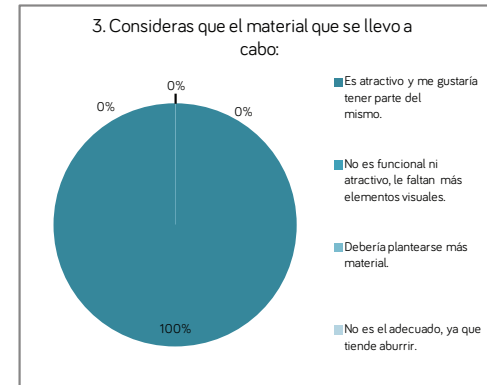
1. Basándose en el concepto del proyecto consideras que el concepto:	
las piezas transmiten el concepto en sus elementos gráficos y colores.	10
Si, se logra ver el concepto por medio de la diagramación y los ejes.	0
No se conecta ni se transmite.	0
Se logra observar en todo el material, todos se conectan uno al otro.	5



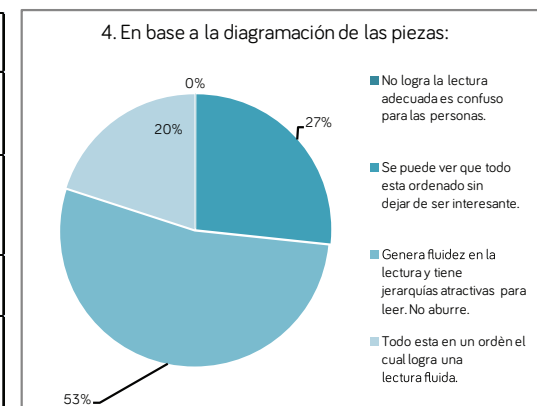
2. En base al formato de las piezas consideras que:	
Se adaptan a la funcionalidad que tienen.	5
No tienen concordancia con lo que representa, los tamaños son poco funcionales.	0
Logra tener una buena dimensión para cautivar, si lo observaría.	3
Es funcional en base a lo que se quiere transmitir con el concepto.	7



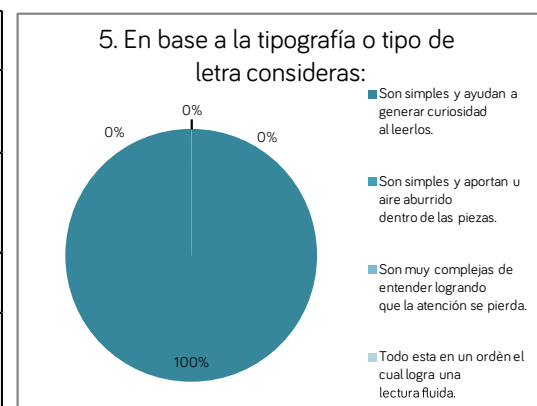
3. Consideras que el material que se llevo a cabo:	
Es atractivo y me gustaría tener parte del mismo.	15
No es funcional ni atractivo, le faltan más elementos visuales.	0
Debería plantearse más material.	0
No es el adecuado, ya que tiende aburrir.	0



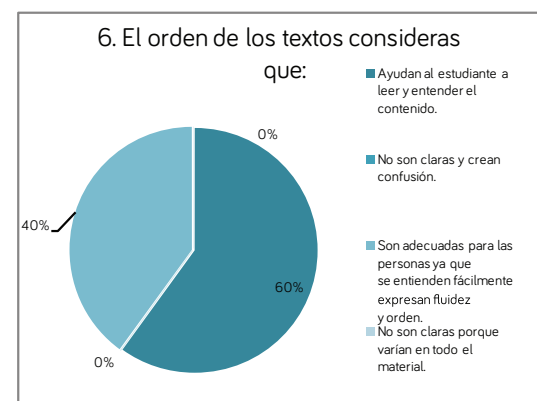
4. En base a la diagramación de las piezas:	
No logra la lectura adecuada es confuso para las personas.	0
Se puede ver que todo esta ordenado sin dejar de ser interesante.	4
Genera fluidez en la lectura y tiene jerarquías atractivas para leer. No aburre.	8
Todo esta en un ordèn el cual logra una lectura fluida.	3



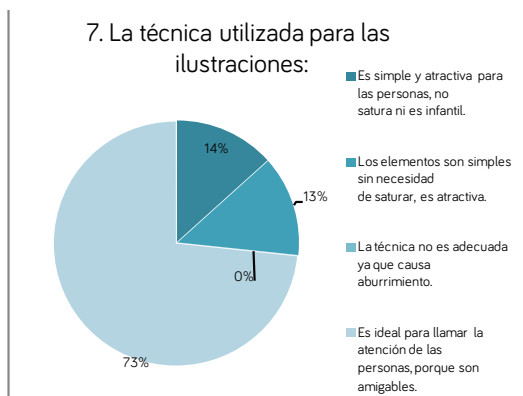
5. En base a la tipografía o tipo de letra consideras:	
Son simples y ayudan a generar curiosidad al leerlos.	15
Son simples y aportan u aire aburrido dentro de las piezas.	0
Son muy complejas de entender logrando que la atención se pierda.	0
Todo esta en un ordèn el cual logra una lectura fluida.	0



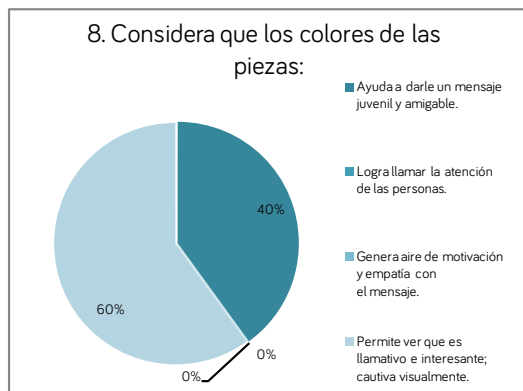
6. El orden de los textos consideras que:	
Ayudan al estudiante a leer y entender el contenido.	9
No son claras y crean confusión.	0
Son adecuadas para las personas ya que se entienden fácilmente expresan fluidez y orden.	6
No son claras porque varían en todo el material.	0



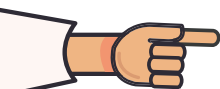
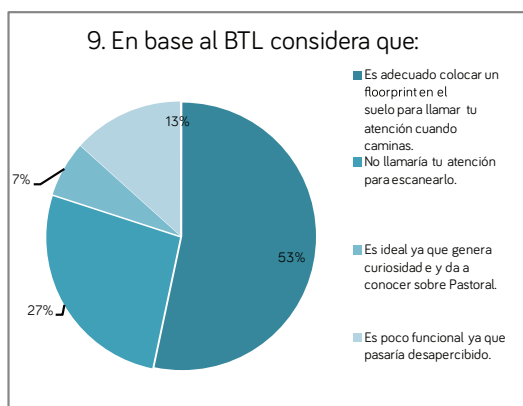
7. La técnica utilizada para las ilustraciones:	
Es simple y atractiva para las personas, no satura ni es infantil.	2
Los elementos son simples sin necesidad de saturar, es atractiva.	2
La técnica no es adecuada ya que causa aburrimiento.	0
Es ideal para llamar la atención de las personas, porque son amigables.	11



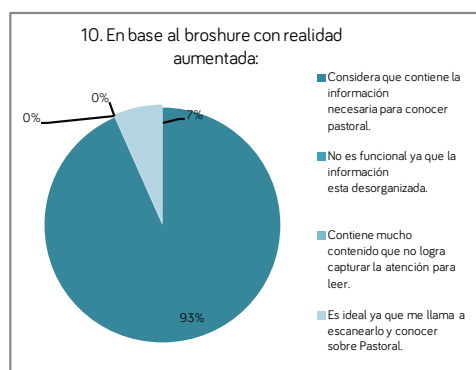
8. Considera que los colores de las piezas:	
Ayuda a darle un mensaje juvenil y amigable.	6
Logra llamar la atención de las personas.	0
Genera aire de motivación y empatía con el mensaje.	0
Permite ver que es llamativo e interesante; cautiva visualmente.	9



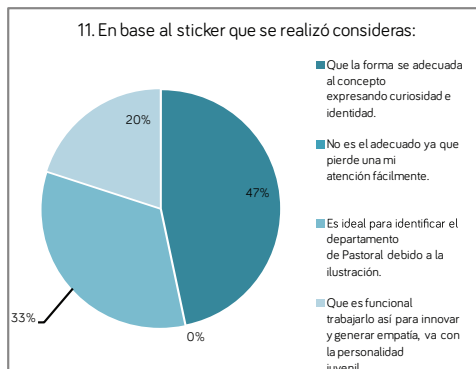
9. En base al BTL considera que:	
Es adecuado colocar un floorprint en el suelo para llamar tu atención cuando caminas.	8
No llamaría tu atención para escanearlo.	4
Es ideal ya que genera curiosidad e y da a conocer sobre Pastoral.	1
Es poco funcional ya que pasaría desapercibido.	2



10. En base al broshure con realidad aumentada:	
Considera que contiene la información necesaria para conocer pastoral.	14
No es funcional ya que la información esta desorganizada.	0
Contiene mucho contenido que no logra capturar la atención para leer.	0
Es ideal ya que me llama a escanearlo y conocer sobre Pastoral.	1



11. En base al sticker que se realizó consideras:	
Que la forma se adecuada al concepto expresando curiosidad e identidad.	7
No es el adecuado ya que pierde una mi atención fácilmente.	0
Es ideal para identificar el departamento de Pastoral debido a la ilustración.	5
Que es funcional trabajarlo así para innovar y generar empatía, va con la personalidad juvenil.	3



13. ¿Tiene algún comentario en base al material realizado? ¿Consideras que se podría mejorar? En que aspectos:

Mejorar el Broshure, me pierdo un poco en él.

Quizás dejar sólo tipografía sans serif para que se lea el mensaje más fluido al leer.

Ale me gusta mucho, solo el BTL tal vez como no es un tema de todos los días o que llame la atención costaría escanearlo. Las ilustraciones y 2 tipografías están cool.

Me encantan las ilustraciones solo el BTL no me llamaría a escanearlo.

Hola, están cool las ilustraciones solo el BTL o dinámica no participaría porque es un tema en el que todos opinan lo mismo o concuerdan.

Las ilustraciones están cool, cambia la orientación de la brújula.

El BTL lo vería porque me llamaría la atención pero no lo escanearía considerarlo hacer en grande sobre una pared.

Me parece genial el uso de dos tipos de letras en las frases, el BTL no lo escanearía.

A) el problema es que no muchos se detendrían a escanearlo, a pesar de que llame la atención.

Me gusta mucho el papa. Buscar otra manera en que la gente escanee.

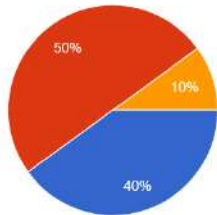
Está linda las ilustraciones me gustan un montón pero el BTL no lo escanearía, lo siento.

La brújula el orden de los puntos cardinales está mal, otra opción para el BTL una persona con el rótulo en la espalda.



13. Considera que los Post de Facebook:

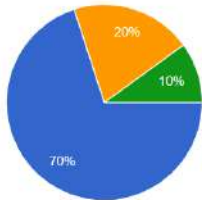
10 respuestas



- Llaman mi atención y me parece interesante el contenido.
- Generan en mi curiosidad sobre la Pastoral, me llaman a conocer más sobre ella.
- Son atractivos, muestran una personalidad más juvenil de la Pastoral.
- Se ve confusos por la cantidad de palabras y elementos utilizados.

14. La felicitación de cumpleaños - mailing considera que:

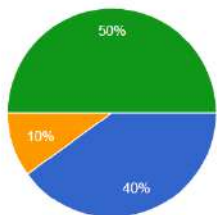
10 respuestas



- Es memorable e inesperado ya que los elementos en movimiento capturan la atención.
- No son memorables, van muy rápido y se entienden poco.
- No son funcionales, ya que no vería mi correo al recibirlo.
- Es atractivo.

15. BTL - Recaudador de Oraciones

10 respuestas



- Es atractivo visualmente, genera confianza y muestra la personalidad amigable de la Pastoral.
- Captura mi atención, sin embargo considero que podría ser más grande.
- Es interesante y llamativo, muestra otra perspectiva de la Pastoral.
- Considero que es una propuesta innovadora, ya que muestra cuanto le importa a Pastoral el bienestar de l...

Comentario BTL:

10 respuestas

Me encanta esta propuesta, porque ayuda a mejorar nuestra relación con Jesús, a darle unos minutos para agradecerle o para pedirle su apoyo, considero que la Pastoral debería implementarlo ya que serán conocidos como un lugar más amigable. Yo si lo usaría.

Me gusta mucho, es una pieza agradable de encontrarse como una guía.

Muy gusta, es algo que no se ha implementado en la U, es algo diferente que creo que te motiva a hablar con Dios y es algo bonito que las personas oren por ti.

Esta lindo, me encanta porque de cierta forma cuando vas caminando te lo encuentras y me hace relación a un tesoro, de cierta forma así lo ve Jesús cuando escucha nuestras oraciones.

Me gusta porque es algo que no ha manejado la Universidad.

Esta genial que la U implemente este tipo de materiales porque sensibiliza a muchos estudiantes.

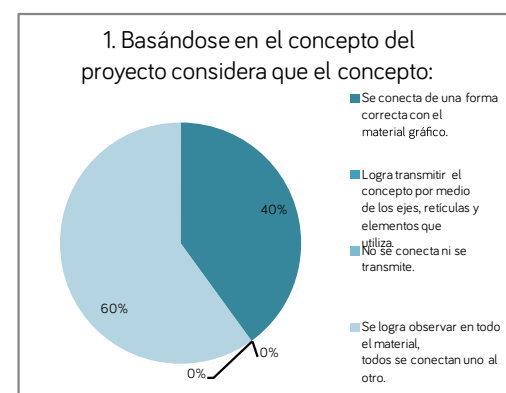
Es una propuesta muy linda.

Me gusta mucho, antes de esta encuesta no sabía de Pastoral.

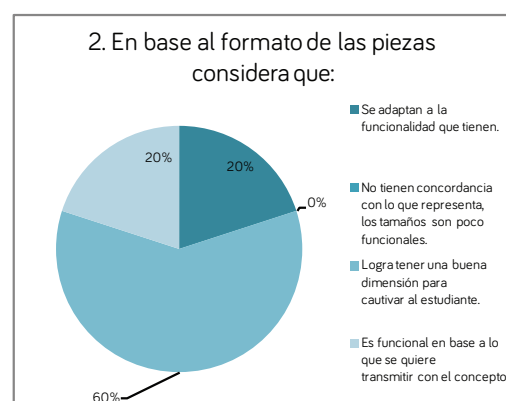
Esta muy lindo la verdad, me gusta porque te muestra a Jesús como un amigo que te escucha y te apoya.

Esta pelado, es una idea muy innovadora para atraernos a Pastoral.

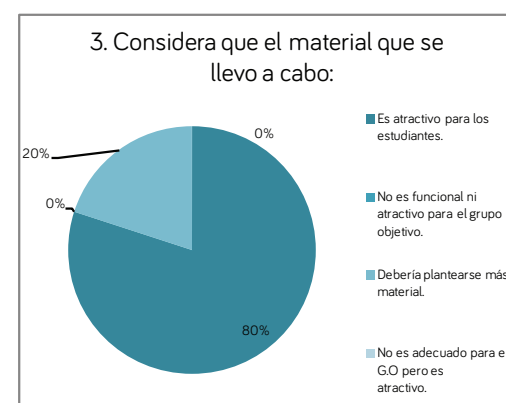
1. Basándose en el concepto del proyecto considera que el concepto:	
Se conecta de una forma correcta con el material gráfico.	2
Logra transmitir el concepto por medio de los ejes, retículas y elementos que utiliza.	0
No se conecta ni se transmite.	0
Se logra observar en todo el material, todos se conectan uno al otro.	3



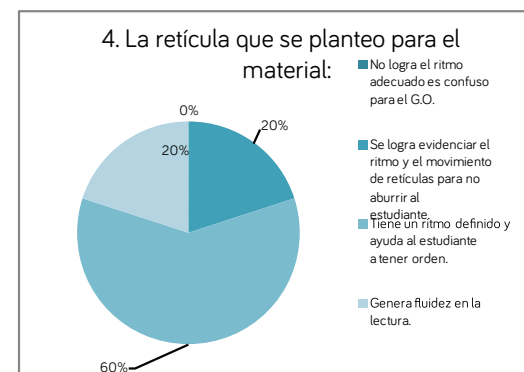
2. En base al formato de las piezas considera que:	
Se adaptan a la funcionalidad que tienen.	1
No tienen concordancia con lo que representa, los tamaños son poco funcionales.	0
Logra tener una buena dimensión para cautivar al estudiante.	3
Es funcional en base a lo que se quiere transmitir con el concepto.	1



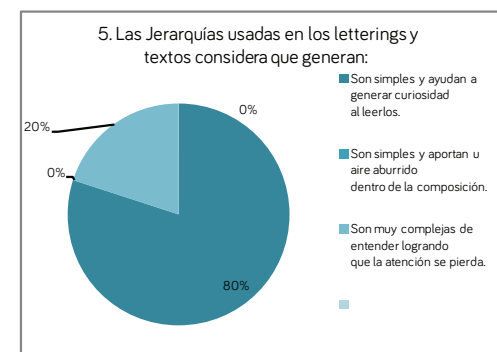
3. Considera que el material que se llevo a cabo:	
Es atractivo para los estudiantes.	4
No es funcional ni atractivo para el grupo objetivo.	0
Debería plantearse más material.	1
No es adecuado para el G.O pero es atractivo.	0



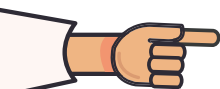
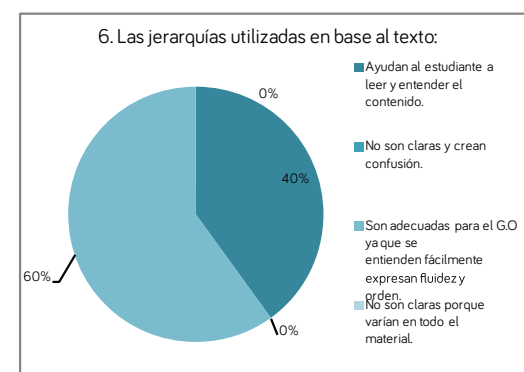
4. La retícula que se planteo para el material:	
No logra el ritmo adecuado es confuso para el G.O.	0
Se logra evidenciar el ritmo y el movimiento de retículas para no aburrir al estudiante.	1
Tiene un ritmo definido y ayuda al estudiante a tener orden.	3
Genera fluidez en la lectura.	1



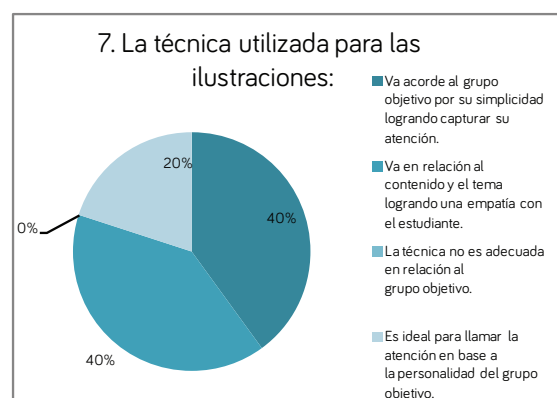
5. Las Jerarquías usadas en los letterings y textos considera que generan:	
Son simples y ayudan a generar curiosidad al leerlos.	4
Son simples y aportan u aire aburrido dentro de la composición.	0
Son muy complejas de entender logrando que la atención se pierda.	1



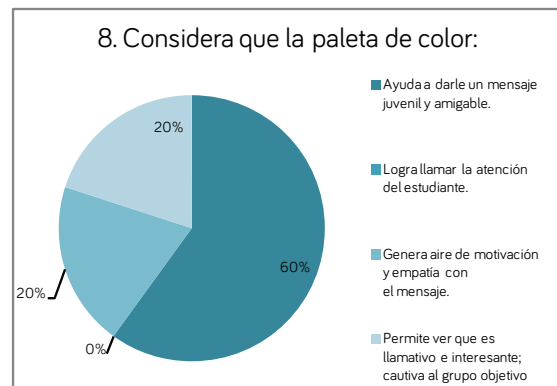
6. Las jerarquías utilizadas en base al texto:	
Ayudan al estudiante a leer y entender el contenido.	2
No son claras y crean confusión.	0
Son adecuadas para el G.O ya que se entienden fácilmente expresan fluidez y orden.	3
No son claras porque varían en todo el material.	0



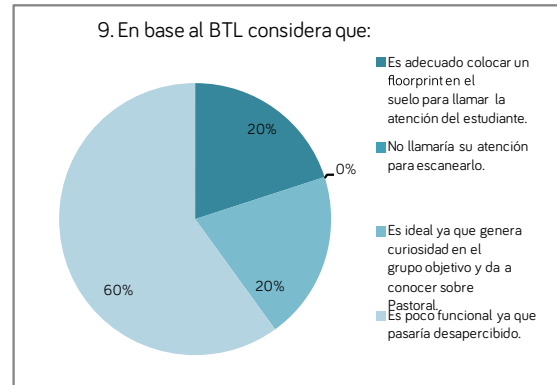
7. La técnica utilizada para las ilustraciones:	
Va acorde al grupo objetivo por su simplicidad logrando capturar su atención.	2
Va en relación al contenido y el tema logrando una empatía con el estudiante.	2
La técnica no es adecuada en relación al grupo objetivo.	0
Es ideal para llamar la atención en base a la personalidad del grupo objetivo.	1



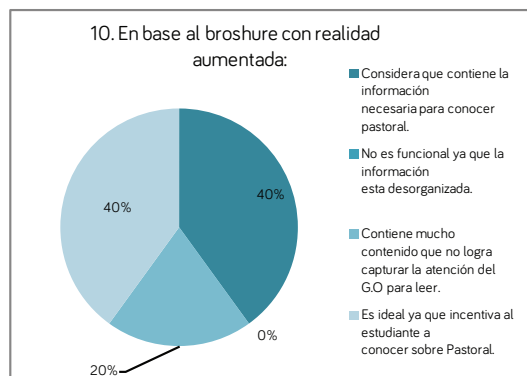
8. Considera que la paleta de color:	
Ayuda a darle un mensaje juvenil y amigable.	3
Logra llamar la atención del estudiante.	0
Genera aire de motivación y empatía con el mensaje.	1
Permite ver que es llamativo e interesante; cautiva al grupo objetivo	1



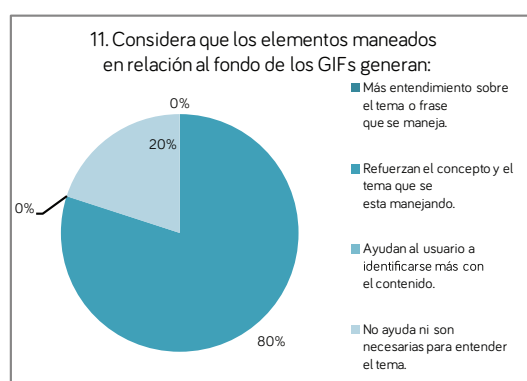
9. En base al BTL considera que:	
Es adecuado colocar un floorprint en el suelo para llamar la atención del estudiante.	1
No llamaría su atención para escanearlo.	0
Es ideal ya que genera curiosidad en el grupo objetivo y da a conocer sobre Pastoral.	1
Es poco funcional ya que pasaría desapercibido.	3



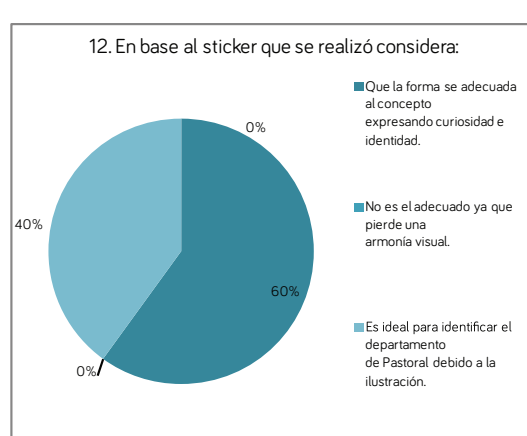
10. En base al broshure con realidad aumentada:	
Considera que contiene la información necesaria para conocer pastoral.	2
No es funcional ya que la información esta desorganizada.	0
Contiene mucho contenido que no logra capturar la atención del G.O para leer.	1
Es ideal ya que incentiva al estudiante a conocer sobre Pastoral.	2



11. Considera que los elementos manejados en relación al fondo de los GIFs generan:	
Más entendimiento sobre el tema o frase que se maneja.	0
Refuerzan el concepto y el tema que se esta manejando.	4
Ayudan al usuario a identificarse más con el contenido.	0
No ayuda ni son necesarias para entender el tema.	1



12. En base al sticker que se realizó considera:	
Que la forma se adecuada al concepto expresando curiosidad e identidad.	3
No es el adecuado ya que pierde una armonía visual.	0
Es ideal para identificar el departamento de Pastoral debido a la ilustración.	2
Que es funcional trabajarlo así para innovar y generar empatía con el G.O debido a el uso de elementos gráficos y paleta de color.	0



13. ¿Tiene algún comentario enbase al material realizado? ¿Considera que se podría mejorar? En que aspectos:

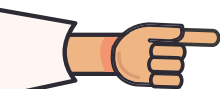
Cambiar colores, contrastes espacios logos en el GIF considerar los logos de la U, esta genial lo de la br[u]jula. /
Regina López.

Considero que el material es muy buen en cuanto a estética. Tengo cierto problema con el juego tipográfico de cada ilustración. Mucha complejidad. Considero que el BTL puede pasar desapercibido pero es interesante seria de probarlo con el G.O. Por último jugar con jerarquías visuales de broshure para que sea más clara para el usuario.
Marcelo Árdón.

Evaluar si vale la pena otras piezas de apoyo como lupas etc para el BTL. Me encanta porque refleja la personalidad de Pastoral y el espíritu landivariano. **Inés Valdavellano**

Cionsiderar tener cuidado con la palabra conocer ya que en el fondo del mismo se pierdeprobar si impreso no se empasta el color y se pueda leer bien. **Alejandra Vázquez**

Considerar elementos como las jerarquías en el broshure.
Silvia Barrientos.



13. Post de Facebook

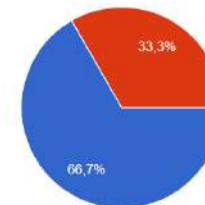
3 respuestas



- Son adecuados ya que son dinámicos e interesantes para leer.
- No son adecuados, se perciben desordenados.
- No funcionan, ya que el contenido y los elementos gráficos saturan la propuesta.

15. Re-diseño de BTL:

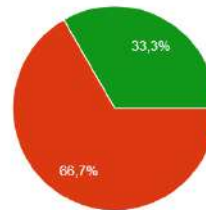
3 respuestas



- Es funcional ya que no pasará desapercibido por los
- Debería ser más invasivo.
- No llama la atención del estudiante, podría ser ignorado a la hora de verlo, no prestarán atención.
- Es interesante, ya que captura la atención y refleja

14. Felicitación de Cumpleaños - Mailing

3 respuestas



- Es dinámico para el estudiante, sin embargo es difícil de leer el conteni...
- Es funcional ya que muestra interes por el estudiante, además del aprov...
- No llama la atención del estudiante, podría ser ignorado a la hora de rec...
- Es interesante e innovador para los estudiantes, por lo tanto es atractiv...
- Es atractivo y refleja la personalidad de la Pastoral

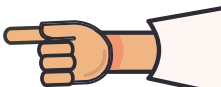
Comentario del BTL:

3 respuestas

La propuesta es interesante a comparación de la versión anterior sin embargo considero que se debe manejar un lenguaje más amigable para los estudiantes.

Es interesante la propuesta, sin embargo no estoy segura sobre el tamaño ya que muchos no podrán percibirlo o encontrarlo.

Es una propuesta muy buena ya que cumple con los objetivos que se desean alcanzar, sin embargo considero que se debe ser estratégico en los lugares que será colocado.





7

ANEXO

PRESUPUESTOS DE DISEÑO

PRESUPUESTO DE DISEÑO POR HORA TARIFARIO ARGENTINO 2017 /

<http://tarifario.org/diseño-por-hora-s105>

TARIFARIO2017

ARANCELES DE DISEÑO, ARGENTINA, 2017



INICIO CONSULTAS O SUGERENCIAS

BUSCAR TARIFAS PARA ...



[Inicio](#) / [Diseño Gráfico](#) / [Tarifas por hora](#) / [Diseño por hora](#) /

ARANCELES DE DISEÑO POR HORA

Si te preguntabas cuando cobrar por una tarea de diseño, o buscabas un tarifario de diseño gráfico en esta página encontrarás la información que buscas.

Recordá que los aranceles que listamos son montos orientativos para ayudar tanto a profesionales a presupuestar y cobrar por su trabajo, como a clientes que buscan saber cuanto deberían pagar por los mismos. Cada proyecto debe ser presupuestado basado en sus requerimientos, por lo que esta lista de precios debe ser tomada como una referencia orientativa.

Esperamos que te sea de utilidad.

TARIFAS PARA DISEÑO POR HORA

CLIENTES A	CLIENTES B	CLIENTES C
\$ 483	\$ 356	\$ 241

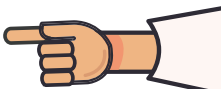
[Consultar](#)

CLIENTES A son empresas o instituciones con más de 20 empleados

CLIENTES B son PyMEs o instituciones de cualquier índole

CLIENTES C son instituciones sin fines de lucro, particulares o profesionales.

Se seleccionó la tarifa de opción C debido al cliente que funciona como una institución sin fines de lucro

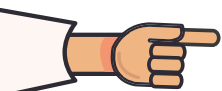


PRESUPUESTO DE DISEÑO POR HORA

TARIFARIO ARGENTINO 2017 / Q1928.00

LA CANTIDAD EN QUETZALES SE ENCUENTRA EN BASE A LA TASA DE CAMBIO DEL Dólar A Q7.50
 \$241.00 = Q1928.00

PIEZA	DESCRIPCIÓN	HORAS	TOTAL
CONCEPTO	Idea base para la realización de los materiales	5hrs	Q9624.00
KEY VISUAL	Realización de elementos gráficos pruebas Tipográficas, técnicas de ilustración etc.	4hrs	Q7712.00
ILUSTRACIÓN	7 ilustraciones diferentes	10hrs	Q19,280.00
GIF ANIMACIÓN	Animación de ilustraciones con frases	5hrs	Q9624.00
LETTERINGS (FRASES)	Letras y manejo tipográfico en todo el material	8hrs	Q15,524.00
BTL	Realización de la Estrategia	6hrs	Q11,568.00
BOLETÍN	Realización de Plantilla	2hrs	Q3856.00
STICKERS	7 versiones con frases diferentes. 9 frases	10 hrs	Q19,280.00
AFICHE	Creación del dispensador de Stickers	6 hrs	Q11,568.00
TOTAL FINAL			Q98,412.00



PRESUPUESTO DE DISEÑO POR HORA

LAURA LÓPEZ (CALCULADORA FREELANCE) /

<http://www.calculadorafreelance.com/>

Calculadora Freelance por **Laura López**     Contacto | Curso Gratis



¿Quieres evolucionar
como Freelance?

Laura López

Apúntate GRATIS
a mi MiniCurso por email
"COBRA LO QUE TE MERECE"

¿Sabes cuánto cobrar por tu hora como freelance?

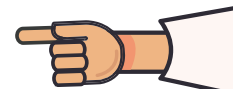
Calculadora online para saber el precio de la hora de un autónomo en España.

Enfocado a diseñadores gráficos, diseñadores web, programadores, traductores, community managers...

con una jornada laboral de horas al día y días a la semana.

Herramienta orientativa. Impuestos NO incluidos.

Responde estas sencillas preguntas para averiguarlo:





¿Cuánto te gustaría ganar al mes? Ponte un sueldo realista	Además de los fines de semana, ¿cuántos días libres quieres tener al año?	¿Cuántos días prevés por enfermedad o inactividad al año?	¿Qué porcentaje de tu tiempo utilizas en reuniones, presupuestos, venta etc.?	¿Cuáles son tus gastos mensuales fijos? Alquiler, cuota de autónomos, móvil...	¿Qué beneficio quieres tener? Emergencias, jubilación, etc...
8000	30 20	2	50	1000 800 200 200	20
Total: 2200					

Tu hora de trabajo vale: Necesitas facturar **10,840.00** al mes para ser rentable.

125.08

Like 18K Tweet Pin it

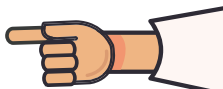
Share 3.3K



PRESUPUESTO DE DISEÑO POR HORA
LAURA LÓPEZ (CALCULADORA FREELANCE) /

Q125.00 POR HORA

PIEZA	DESCRIPCIÓN	HORAS	TOTAL
CONCEPTO	Idea base para la realización de los materiales	5hrs	Q625.00
KEY VISUAL	Realización de elementos gráficos pruebas Tipográficas, técnicas de ilustración etc.	4hrs	Q500.00
ILUSTRACIÓN	7 ilustraciones diferentes	10hrs	Q1,250.00
GIF ANIMACIÓN	Animación de ilustraciones con frases	5hrs	Q625.00
LETTERINGS (FRASES)	Letras y manejo tipográfico en todo el material	8hrs	Q1000.00
BTL	Realización de la Estrategia	6hrs	Q750.00
BOLETÍN	Realización de Plantilla	2hrs	Q250.00
STICKERS	7 versiones con frases diferentes. 9 frases	10 hrs	Q1,250.00
AFICHE	Creación del dispensador de Stickers	6 hrs	Q750.00
TOTAL FINAL			Q7,000.00



PRESUPUESTO DE DISEÑO TARIFARIO CÁMARA DE DISEÑADORES DE COMUNICA- CIÓN VISUAL DEL CCIRR /

http://www.cdcv.org.ar/files/TarifarioCDCVv7.0_2017EneroMayo.pdf

ILUSTRACIÓN	Cliente A	Cliente B	Cliente C	
Digitalización Escaneado (de ser necesario) y redibujo (logos, tarjetas, etc.). No incluye cambios.	USD 50	USD 30	USD 20	092
Ilustración mano alzada Para revista / folleto / web.	USD 340	USD 220	USD 150	093
Ilustración vectorial Para revista / folleto / web.	USD 340	USD 220	USD 150	094
PUBLICIDAD	Cliente A	Cliente B	Cliente C	
Volante/Flyer sólo frente No incluye costo de fotografías (fotógrafo o banco de imagen).	USD 140	USD 100	USD 60	029
Volante/Flyer frente y dorso No incluye costo de fotografías (fotógrafo o banco de imagen).	USD 210	USD 150	USD 110	030
Redes sociales: gif animado para posteo De 2 a 10 slides. Incluye redacción y publicación del post.	USD 140	USD 100	USD 70	041
Social Media Plan Planteo de estrategia de marketing y comunicación en redes sociales.	USD 260	USD 220	USD 190	043
Lapicera, pin, llavero Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.	USD 70	USD 50	USD 30	059
Afiche Eventos, promociones, etc.	USD 170	USD 140	USD 100	080
Mailing publicitario / Newsletter Diseño y desarrollo. Con vínculos activos.	USD 150	USD 130	USD 110	12



PRESUPUESTO DE DISEÑO TARIFARIO CÁMARA DE DISEÑADORES/

PIEZA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	\$	TOTAL
CONCEPTO	Idea base para la realización de los materiales	1	\$100	Q750.00
KEY VISUAL	Realización de elementos gráficos pruebas Tipográficas, técnicas de ilustración etc.	1	\$100	Q750.00
ILUSTRACIÓN	7 ilustraciones diferentes	7	\$150 c/u	Q7875.00
GIF ANIMACIÓN	Animación de ilustraciones con frases	7	\$70 c/u	Q3675.00
BTL	Realización de la Estrategia	1	\$1,250	Q9375.00
BOLETÍN	Realización de Plantilla	1	\$50 c/u	Q375.00
STICKERS	7 versiones con frases diferentes. 9 frases	7	\$85 c/u	Q4462.50
AFICHE	Creación del dispensador de Stickers	7	\$100 c/u	Q5250.00
TOTAL FINAL			Q32,512.50	



The background of the page is a solid yellow color. Overlaid on this is a faint, repeating architectural site plan in white lines. The plan shows various buildings and areas labeled with letters and numbers. Labels include 'PASTORAL EDIFICIO I', 'AUDITORIUM', 'BIBLIOTECA', 'TORRE DE ESTACIONAMIENTO', 'CANCHA DEPORTIVA', and 'TEC'. Some areas are marked with circled numbers like 4 and 5. The plan is oriented diagonally across the page.

8

ANEXO

COTIZACIÓN DE IMPRENTA
CENTROS DE IMPRESIÓN

COTIZACIÓN / CAJA - CARPINTERÍA

Se realizó la cotización de la elaboración de las siguientes piezas en madera:

1 caja de madera de 13 x 9 pulgadas
1 púlpito de 40 pulgadas de altura

Este procedimiento consto de localizar a dos carpinteros a los cuales se les presento el proyecto con las medidas a continuación se presenta la cotización de cada uno de ellos:

Héctor Arana

Contacto: 3021-9687

1 caja de madera de 13 x 9 pulgadas - Q150.00
1 púlpito de 40 pulgadas de altura - Q450.00

Total Q600.00

Se contrató a cada uno por separado ya que el precio variaba por pieza, logrando así obtener un precio más económico para el cliente, obteniendo un total de:

Q350.00 (1 caja y 1 púlpito)

3 cajas = Q1,050.00

Carlos Herrera

Contacto: 4536-8721

1 caja de madera de 13 x 9 pulgadas - Q300.00
1 púlpito de 40 pulgadas de altura - Q200.00

Total Q500.00





Cotización No. **116963**
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
Maria Alejandra Chinchilla
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

CALCOMANIAS: TAMAÑO 4" X 4", A FULL COLOR, TIRO, IMPRESO EN ADHESIVO VA TROQUELADO.

2,000 Q 2,304.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA
Elementos que proporciona el Cliente: ARTE
Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA
Tiempo de Producción: A CONVENIR

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos.

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas


mayaprin
PASIÓN AL IMPRIMIR

49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

Cotización No. **116961**
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
Maria Alejandra Chinchilla
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

UNIFOLIARES: TAMAÑO 8.5" X 4", A FULL COLOR, TIRO Y RETIRO, IMPRESO EN COUCHE B-80.

1,000 Q 1,367.00

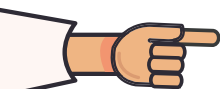
ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA
Elementos que proporciona el Cliente: ARTE
Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA
Tiempo de Producción: A CONVENIR

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos.

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas


mayaprin
PASIÓN AL IMPRIMIR

49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232



Cotización No. **116959**
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
Maria Alejandra Chinchilla
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

AFICHES: TAMAÑO 11" X 17", A FULL COLOR, TIRO, IMPRESO EN HUSKY C-14.

1,000 Q 2,698.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

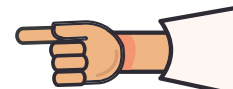
Tiempo de Producción: A CONVENIR

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232





Cotización No. **77193**
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
ALEJANDRA CHINCHILLA
Atención
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

STICKERS

STICKERS: Impreso en AUTOADHESIVO, tamaño abierto 4.25 x 5.5 plgs., 4 colores tiro, troquelado, impresión tiro.

200 Q 750.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.

Vigencia de la cotización: 10 días.

Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Melanie Sapper
Ejecutivo de Ventas



Cotización No. **77196**
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
ALEJANDRA CHINCHILLA
Atención
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

UNIFOLIARES

UNIFOLIARES: Impreso en COUCHE 100 MATE, tamaño abierto 8.5 x 4.0 plgs., 4 colores tiro, 4 colores retro, impresión tiro / retro.

200 Q 370.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.

Vigencia de la cotización: 10 días.

Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Melanie Sapper
Ejecutivo de Ventas



Cotización No. 77192
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
ALEJANDRA CHINCHILLA
Atención
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

AFICHES
AFICHES: Impreso en HUSKY 12, tamaño abierto 11.0 x 17.0 plgs., 4 colores tiro, impresion tiro.

100		Q	450.00
-----	-------	---	--------

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.
Vigencia de la cotización: 10 días.
Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Melanie Sapper
Ejecutivo de Ventas



Cotización No. 77194
Guatemala, 04 abril 2017

Señores
ALEJANDRA CHINCHILLA
Atención
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

3 STICKERS
STICKERS: Impreso en AUTOADHESIVO, tamaño abierto 8.5 x 11.0 plgs., 4 colores tiro, impresion tiro.

3		Q	100.00
10		Q	130.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.
Vigencia de la cotización: 10 días.
Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Melanie Sapper
Ejecutivo de Ventas





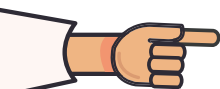
Fecha 4 de abril de 2017

ATENCIÓN: Alejandra Chinchilla
FORMA DE PAGO: Contado

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	TOTAL
Afiches a full color solo tiro de 11*17 pulgadas, en papel husky 220.	Q6.00	100	Q600.00
Impresión de stickers a full color ¼ de carta, troquelado en forma	Q4.25	200	Q850.00
Impresión de stickers a full color carta	Q10.00	3	Q30.00
Unifoliales a full color en papel couché 80 de 8.5*4 pulgadas abierto	Q3.00	200	Q600.00

Tiempo de entrega: 24 horas

Nancy Alvarado
5616-5708





Guatemala, 4 abril de 2017

Cliente: Alejandra Chinchilla

Contacto:

Estimada Alejandra:

Por medio de la presente tengo el gusto de cotizarle lo siguiente según sus requerimientos:

Medida	Producto	Cantidad Total	Precio Unitario	Precio Total
11x17 plg	Afiches full color, tiro, H-10	100	Q.8.61	Q.861.00
4.25x5.5 plg	Sticker en papel adhesivo brillante, full color, con troquelado	200	Q.3.45	Q.690.00
8.5x11 plg	Papel adhesivo full color, tiro	3	Q.15.00	Q.45.00
5.5x8.5 plg	Unifoliales, full color, tiro-retiro, C-80	200	Q.5.05	Q.1,010.00

Cotización válida por 10 días / Precios incluyen IVA

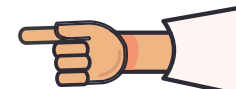
Observaciones: Cliente entrega arte a las medidas reales. Se cobra toda prueba de impresión. Necesitamos el 50% de anticipo para poder empezar la producción.

Tiempo de Entrega: 2 días hábiles después de autorizada la cotización y realizado el depósito.

NOTAS:

- Precios, entregas y demás condiciones de este pedido serán sujetos a nuestra confirmación
- Artes, trazos de troquel, negativos, grabadas y archivos finales son propiedad de Beksa
- Las especificaciones y dimensiones del producto, deben ser determinados y autorizados por el cliente antes de ordenar la fabricación, por lo que la responsabilidad de Beksa se limitará a reproducir lo ordenado por el cliente
- 10% más o menos de la cantidad es aceptable por el cliente, excepto pacto previo con el cliente
- Una vez aceptada nuestra oferta no se aceptarán cancelaciones de fabricación
- Cambios en Precios, entregas y demás condiciones en este pedido, acordados por el cliente y Beksa, pueden y deben ser solicitados por el proveedor, de manera escrita, para evaluación de Beksa

Arq. Luisa Fernanda García
Beksa Digital





Guatemala 05 de abril de 2016

Señores

MARÍA ALEJANDRA

Ciudad

Estimados Señores:

Es un gusto poder servirle, a continuación le presentamos su cotización en detalle:

100 AFICHES CON IMPRESIÓN FULL COLOR LÁSER DIGITAL A ALTA RESOLUCIÓN, MEDIDAS: 11" POR 17" EN PAPEL HUSKY COVER: Q.700

200 STICKERS CON IMPRESIÓN FULL COLOR LÁSER DIGITAL A ALTA RESOLUCIÓN TAMAÑO ¼ DE CARTA (SIN TROQUEL) Q.370

3 STICKERS CON IMPRESIÓN FULL COLOR LÁSER DIGITAL A ALTA RESOLUCIÓN, TAMAÑO CARTA, LAMINADOS: Q.40

200 UNIFOLIARES CON IMPRESIÓN FULL COLOR LÁSER DIGITAL A ALTA RESOLUCIÓN, A AMBOS LADOS, MEDIDAS: 8.5" POR 4" EN PAPEL COUCHÉ: Q.750

El tiempo de entrega será a convenir con el cliente después de que proporcione en su totalidad la información y artes finales de cada uno de los materiales. Cheques a nombre de **PURO CALIDAD, S. A.** o depósito a cuenta monetaria BANCO INDUSTRIAL No. 323-003999-6. Estos precios tienen una vigencia de 30 días y ya incluyen IVA. **50 % anticipo 50 % contra entrega.**

Espero sus agradables noticias. Cualquier duda o información adicional estoy a las órdenes.

Atentamente,

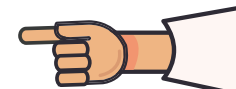
Fabriel Martínez
+ (502) 5209-2414 + (502) 5488-5978
ventas@cromoprint.com



FECHA: 6 de Abril 2017
CLIENTE: Alejandraa Chinchilla
CONTACTO: Alejandraa Chinchilla
ATENDIÓ: Yoanni Guzman

	UNIDAD	TOTAL
35 Afiches Full color laser solo tiro papel husky cover C-12 tamaño tabloide.	Q20.00	Q700.00
50 Hojas de Stickers Full color laser papel adhesivo brillante tamaño carta.	Q12.00	Q600.00
50 Hojas de Stickers Full color laser papel adhesivo brillante tamaño carta mas corte digital.	Q20.00	Q1,000.00
3 Hojas de Stickers para caja de madera Full clor papel adhesivo brillante tamaño carta.	Q12.00	Q36.00
100 Uniformales Full color laser papel coushe 80gramos tiro y retiro tamaño carta tamaño 8.5*4 Pulgadas.	Q18.00	Q900.00
CHEQUES A NOMBRE DE: UN NOMBRE SERIO S.A.		
FORMA DE PAGO 50% ANTICIPO 50% CONTRAENTREGA (Cliente Proporcionara el archivo en digital).		
TOTAL		

443





9

ANEXOS DEL

PROCESO DE BOCETAJE
LUEGO DE VALIDACIÓN

REFERENCIAS GRÁFICAS

Para el Madre Teresa de Calcuta se tomaron por referencias estas dos imágenes en la primera y la segunda siempre con una sonrisa, ella es un ejemplo del amor por los demás, durante toda su vida ella sirvió a los demás, así mismo su traje es característico de la congregación Misioneras de Caridad donde ella fue la fundadora. La segunda imagen presenta a la Madre en posición de oración con un pequeño rosario este elemento también se quiso utilizar.

A continuación se presentará el proceso manual y digital antes de llegar a la propuesta final.

Madre Teresa de Calcuta

Su sonrisa es un elemento importante, ella siempre servía con una sonrisa.

Su fe se representa en su amor hacia los demás por ello se le agregará sus manos en posición de oración para reflejar su fe y humildad.



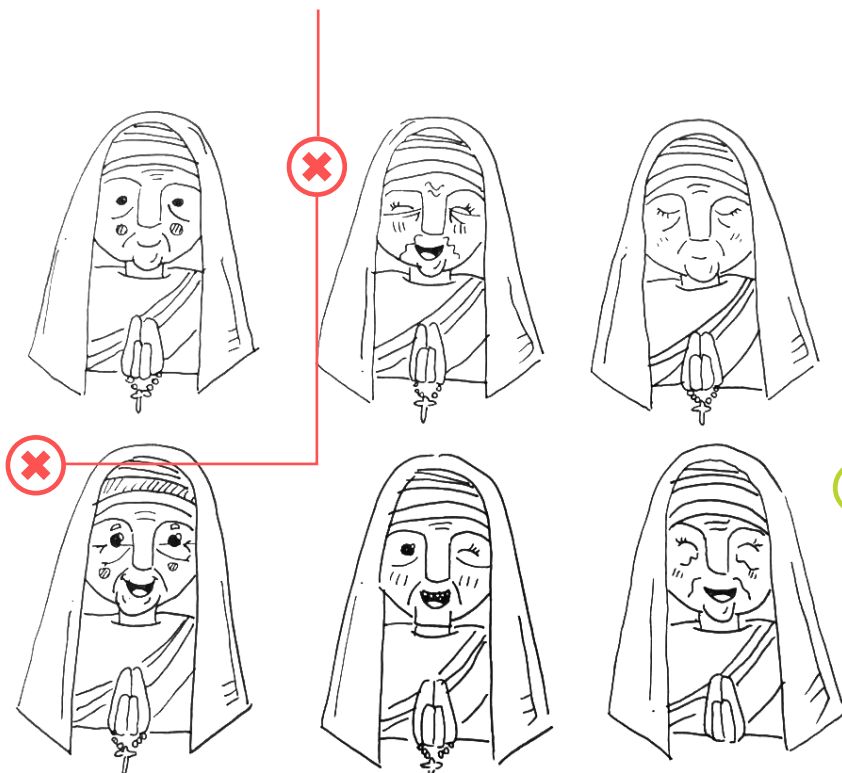


BOCETAJE MANUAL

ROSTRO Y EXPRESIONES

Expresión

El uso de muchas arrugas puede verse cargado a la hora de la digitalizarse, además el uso de las líneas de expresión de la boca no pueden ser curvas.



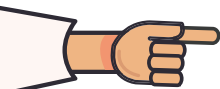
Expresión

En esta propuesta se agregaron cejas, sin embargo este elemento no se ha utilizado en las demás ilustraciones por ello no se digitalizará.



Expresión

Se eligieron varias propuestas para la expresión entre ellas los ojos cerrados en versión de la amplia sonrisa, así mismo el uso de una sonrisa amplia abierta ya que la cerrada tiene a no verse tan amigable.





BOCETAJE DIGITAL

EXPRESIONES Y RASGOS FACIALES

Expresión

Esta expresión no se eligió debido a que los ojos no muestran expresividad ni alegría, la sonrisa no demuestra tanta alegría como se busca transmitir.



Expresión

Esta expresión si funciona ya que muestra una sonrisa amplia y los ojos muestran alegría también, por ello se eligió esta propuesta de expresión.



Color del Hábito

Se eligió este color azul no tan oscuro porque no se quería colocar un color tan triste ni tampoco tan celeste porque no se parecería al traje por ello se eligió este azul claro, que hace más referencia a la imagen que se buscó.

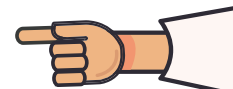
Expresión

Se probó aplicar dientes dentro de la sonrisa, pero durante el proceso no se han manejado sonrisas de esta forma, así mismo no muestra una sonrisa tan amplia al tener dientes.



Arrugas

Se decidió utilizar este tipo de arrugas, ya que en las primeras no se logra notar la vejez de la Madre Teresa de Calcuta. Este posee arrugas cerca de la boca y las de la frente no son tan curvas.





PROPUESTA FINAL

ILUSTRACIÓN MADRE TERESA DE CALCUTA



Finalmente se eligió esta propuesta ya que es la que más reflejaba el espíritu de servicio y humildad, así mismo se le agregaron detalles que le hacen ver más grande como su barbilla, pequeñas ojeras y arrugas.

El color de su traje no es celeste ni azul oscuro por ello se encontró esta terminación media, se buscó que fuera lo más parecido a la versión de las fotografías tomadas por referencia para su creación, sus manos en oración le reflejan como una mujer que dió toda su vida por Dios y nunca dejó a un lado su fe, por lo cual es un ejemplo significativo para los jóvenes, además representa el servicio siendo el principal valor que se desea por San Ignacio.



REFERENCIAS GRÁFICAS

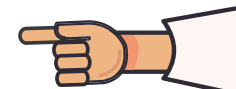
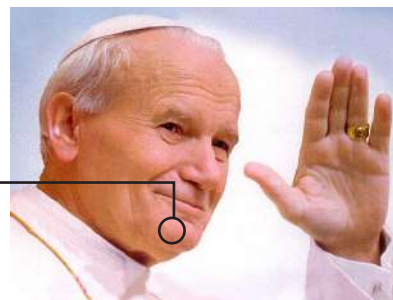
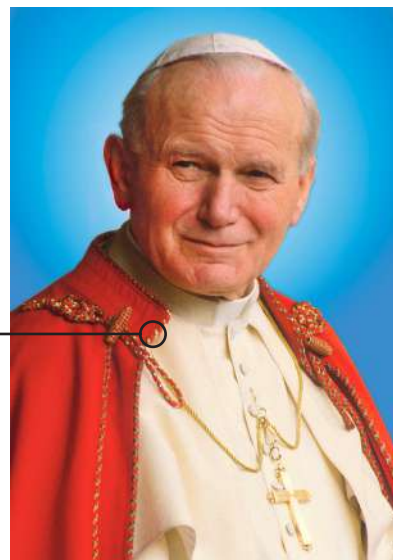
Para el Papa Juan Pablo II se tomó de referencia uno de los trajes más utilizados por él además parte de las características que más se reflejan en él es su carisma y sonrisa, por ello se desea transmitir estos elementos dentro de la ilustración.

A continuación se mostrará el proceso que se tomó para llegar al resultado final de la ilustración del Papa Juan Pablo II:

Juan Pablo II

Se tomará su traje más utilizado en las fotografías, la combinación del color rojo y blanco, además de su cruz.

Su sonrisa y líneas de expresión que más se asemejen a él.



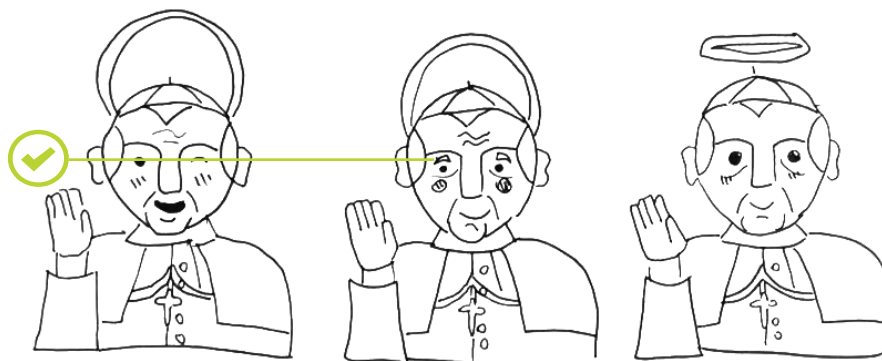


BOCETAJE MANUAL

ROSTRO Y EXPRESIONES DEL PAPA

Expresión

Se eligió la prueba de las cejas para observar si le agrega aún más parecido a Juan Pablo II.



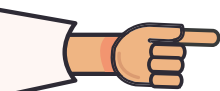
Expresión

Este tipo de ojos muestra confianza y alegría, por ello se decidió realizar pruebas en digital.



Posición de las Manos

Este tipo de manos son informales para la personalidad que desea transmitir la Pastoral por ello esta opción se descartó.





BOCETAJE DIGITAL

EXPRESIONES Y RASGOS FACIALES

Cejas

Se descartó la opción de las cejas ya que no se está utilizando en las demás opciones, así mismo estas no le aportan más parecido con Juan Pablo II.



Expresión

Se decidió utilizar esta propuesta de ojos ya que es la que más transmite el carisma de Juan Pablo II su alegría y humildad, así mismo el saludo de la mano ya que era una persona abierta y amistosa.

Se decidió colocar la aureola pequeña arriba ya que el Papa Francisco lo proclamó Santo en el año 2014.



Color de la Cruz

Se realizaron varias pruebas de color las cuales se logró identificar que la cruz que tenía Juan Pablo II era de oro por ello se manejó en un amarillo intenso en su representación.



Color de la Vestimenta

El color de su traje se decidió realizarlo en color rojo como la referencia tomada para la realización de la ilustración, ya que muchas de las fotografías se muestra así, sin embargo el color blanco con beige también es funcional ya que varias fotografías fueron tomadas de esa forma.





PROPUESTA FINAL

ILUSTRACIÓN PAPA JUAN PABLO II



Finalmente se eligió esta propuesta en base a los elementos elegidos en la parte digital, por medio de las expresiones elegidas se busca que Juan Pablo II refleje su espíritu joven y alegría tan representativo de él, así mismo se le agregaron detalles de su vestimenta como las referencias colocadas, entre ellos la cruz, el manto rojo y su pequeño sombrero.

Se eligió ese tipo de sonrisa ya que demuestra más alegría y muestra una personalidad amigable lo cual es el fin de la Pastoral Universitaria Landivariana. Además se le agregó una pequeña aureola la cual hace referencia a su santidad, la cual fue realizada en el año 2014 por el Papa Francisco.

REFERENCIAS GRÁFICAS

Para el Espíritu Santo se buscaron varias referencias que hicieran referencia a la representación que se le tiene según la Biblia, por ello se decidió utilizarlo en forma de un ave blanca o paloma. Se tomaron referencias en diferentes posiciones.

A continuación se presentará el desarrollo que llevó acabo para la abstracción del Espíritu Santo, así mismo se retomaron otros elementos entre ellos:

Espíritu Santo

En la primera referencia se toma la aureola del Espíritu Santo, así mismo sus alas y expresión.

En la segunda imagen se toma otro tipo de segmentos para formar al Espíritu Santo, entre ellos más líneas simples en base a la tendencia que se esta manejando.

En la tercera se toma al Espíritu Santo de perfil para varias con las composiciones.

Otro elemento que se decidió utilizar fue una pequeña rama de olivo la cual hace referencia también en la Biblia.



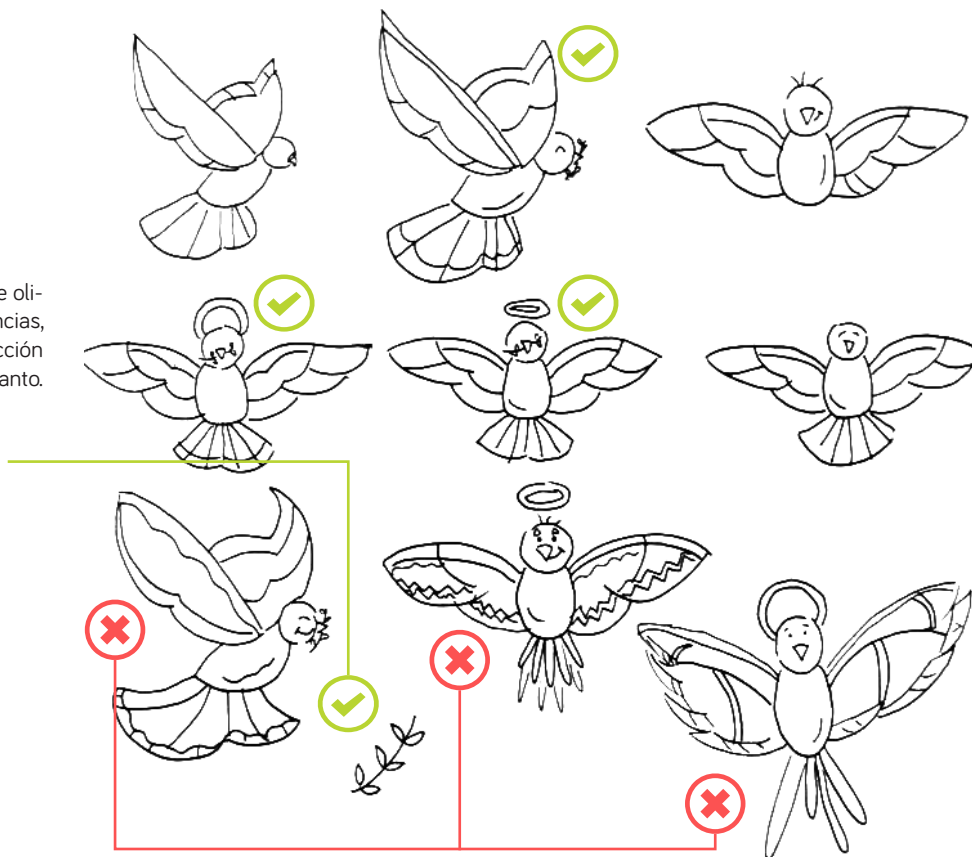


BOCETAJE MANUAL

ABSTRACCIÓN DE LA FORMA

Rama de Olivo

Se eligió utilizar la rama de olivo utilizada en las referencias, por medio de su abstracción agregarsela a al Espíritu Santo.



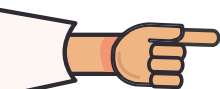
Alas y Elementos

Se seleccionaron este tipo de propuestas ya que muestran más en la tendencia monoline que se está utilizando así mismo se ve una apariencia simple y pura lo cual se busca reflejar en esta ilustración.

Además se abstraigo la forma del espíritu santo de perfil para agregar dinamismo a la propuesta.

Alas y Elementos

Estas opciones no se eligieron porque no muestran un grado de simplicidad a comparación de las demás así mismo el uso de las plumas muestra más saturación de elementos restandole la línea monoline que se desea representar en la propuesta.



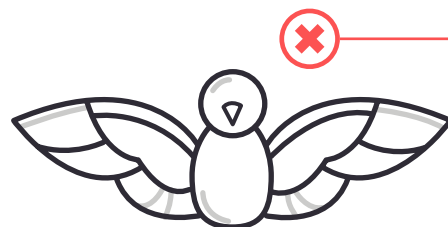


BOCETAJE DIGITAL

ABSTRACCIÓN DE LA FORMA

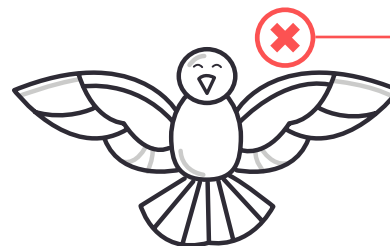
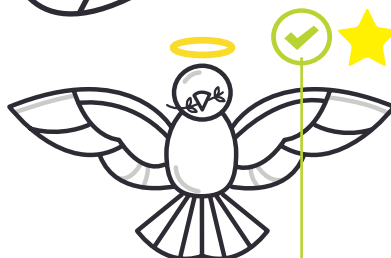
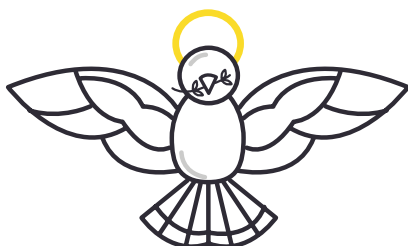
Abstracción y Expresión

El uso del Espíritu Santo en perfil agrega dinamismo a la propuesta sin embargo todas las ilustraciones se están manejando de forma frontal por ello esto no iría con la línea gráfica utilizada.



Abstracción y Expresión

Esta opción se descartó debido a que su abstracción es muy simple, además de ser eliminados elementos importantes como la aureola, la cola y el olivo.

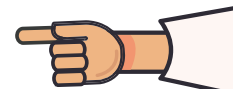


Abstracción y Expresión

Se decidió probar si se le podía agregar expresiones al Espíritu Santo como ojos, sin embargo se puede observar que se ve muy infantil, por lo cual no puede ser utilizado ya que el grupo objetivo se basa en jóvenes.

Abstracción y Expresión

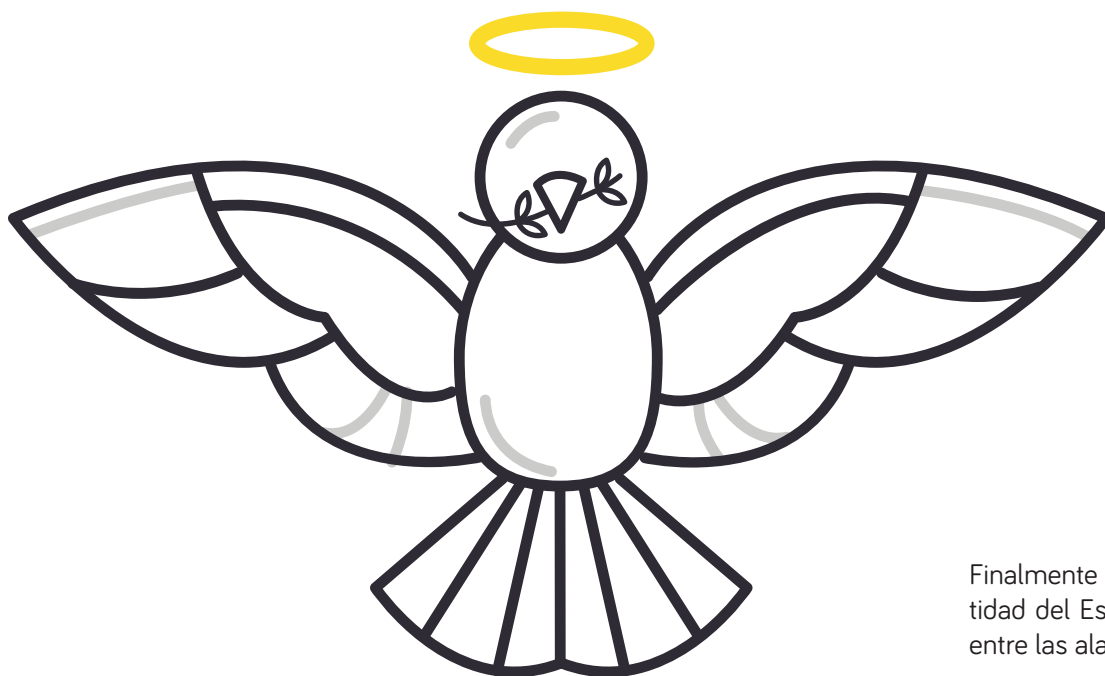
Se eligió esta representación del Espíritu Santo ya que muestra la simplicidad de la línea gráfica que se está manejando con los personajes, así mismo muestra a un Espíritu Santo enfocado a los jóvenes.





PROPUESTA FINAL

ILUSTRACIÓN PAPA ESPIRITU SANTO



Finalmente se eligió a esta opción debido a que representa la santidad del Espíritu Santo, se arreglaron elementos como la simetría entre las alas y su pequeña cola.

Fue primordial agregarle su aureola ya que esta refleja su pureza, así mismo no se le quizo agregar los ojos porque se percibía una imagen más infantil de él, por ello esta imagen representa simplicidad y va adecuada a la tendencia monoline que se esta utilizando.



REFERENCIAS GRÁFICAS

Para la caja recaudadora de oraciones se buscaba principalmente llamar la atención de los estudiantes landivarianos por medio de elementos que hagan referencia al concepto y a la personalidad de la Pastoral Landivariana.

Se decidió realizar una caja en forma de libro o Biblia para hacer referencia a las oraciones que posee la Biblia para ayudarnos en nuestra relación con Dios.

Biblia - Caja de Oraciones

Dentro de la referencia puede observar el uso de colores vibrantes en el lomo, creando un toque innovador.

Así mismo la forma de un libro sigue permaneciendo a pesar de ser una caja.



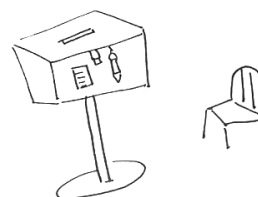
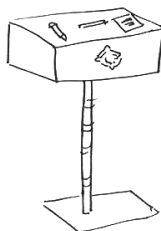


BOCETAJE MANUAL

ABSTRACCIÓN DE LA FORMA

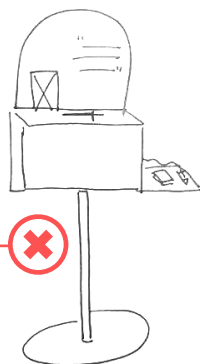
Abstracción y Expresión

Finalmente se seleccionó esta opción ya que puede ser colocada en cualquier sector de la Universidad, es duradero y llama la atención de los estudiantes.



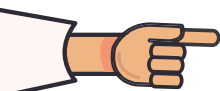
Abstracción y Expresión

Esta opción se descartó ya que no parecía libro, así mismo posee muchos elementos y es importante conservar la simplicidad de la caja y su función.



Abstracción y Expresión

Esta opción se descartó ya que no dejan por parte de la Universidad colgar o colocar elementos que dañen a la naturaleza.





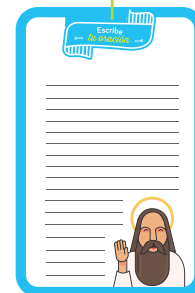
BOCETAJE DIGITAL

ABSTRACCIÓN DE LA FORMA



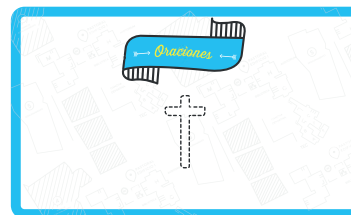
Abstracción y Expresión

Estas opciones se descartaron ya que se pierde la atención de la caja, así mismo el uso de más elementos puede interferir con el mensaje principal que son las oraciones.



Abstracción y Expresión

Se eligió este tipo de hoja ya que presenta el mensaje simple del título para escribir y a Jesús como un amigo que te escucha.



Abstracción y Expresión

Se seleccionó esta opción ya que es simple y se enfatiza en el mensaje que es la oración.





PROPUESTA FINAL

BTL - CAJA DE ORACIONES

Finalmente se eligió esta propuesta ya que representa a la pastoral en su personalidad. Se decidió realizar una biblia para la urna ya que dentro de ella se encuentran oraciones y consejos para las peticiones de los estudiantes.

Así mismo se decidió utilizar un púlpito el cual tendrá la biblia y las hojas para escribir en el contenido.

