

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

INVESTIGACIÓN: La ilustración en murales como herramienta de comunicación visual para incentivar el deporte en Guatemala. ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual, diseño de recurso pedagógico educativo y material publicitario para Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

**LUISA FERNANDA LEÓN FONG**  
CARNET 10203-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2017  
CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: La ilustración en murales como herramienta de comunicación visual para incentivar el deporte en Guatemala. ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual, diseño de recurso pedagógico educativo y material publicitario para Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR  
**LUISA FERNANDA LEÓN FONG**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO 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. ANA ISABEL CAHUEX SOLANO

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA  
LIC. JACQUELINE ADRIANA NÁJERA VÁLDEZ  
LIC. SÚA YASMIN SUELLY GARCÍA PÉREZ

# CARTA ASESORES



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradicción 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.074-2017

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

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **LEÓN FONG, LUISA FERNANDA**,  
con carné **1020313** 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

# CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

---



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
No. 031039-2017

## Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante LUISA FERNANDA LEÓN FONG, Carnet 10203-13 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03102-2017 de fecha 13 de julio de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: La ilustración en murales como herramienta de comunicación visual para incentivar el deporte en Guatemala. ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual, diseño de recurso pedagógico educativo y material publicitario para Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala.

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

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 25 días del mes de agosto del año 2017.



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

**Rediseño de imagen visual, diseño de recurso pedagógico educativo y material publicitario para Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala**

# ÍNDICE

**10** Familiarización

**14** Marco de Referencia

**39** Contenido teórico de diseño

**77** Comprensión del grupo  
objetivo

**86** Contenido del material gráfico

**91** Diseño del concepto

**117** Codificación del mensaje

**126** Planeación estratégica  
de medios

**133** Bocetaje

**178** Propuesta preliminar

**185** Validación técnica del diseño  
preliminar

**202** Propuesta final y fundamentación

**264** Producción y reproducción

**275** Conclusiones y recomendaciones

**278** Referencias

**283** Anexos

# INTRODUCCIÓN

Una familia es la unidad primaria de interacción, sostén de la organización social donde se desarrollan valores, principios y cualidades; incluso se denomina como *“la mejor escuela de vida”*. Para la Iglesia Católica la familia tiene la misión de seguir y llevar la palabra de Dios a todos los hombres, seguir sus pasos y evangelizar primero que nada a sus propios hijos y a todos cuantos le rodean.

En mención de esto, nace la Sección de Familia de la Conferencia Episcopal de Guatemala mejor conocida como Pastoral Familiar que está dentro de la Comisión de Laicos, Juventud y Familia que se define como un “grupo de matrimonios que brindan su tiempo para servir acompañando a familias católicas en las etapas más importantes de su vida y así de este modo formar familias que sean la célula básica de la sociedad y la vida, acompañadas en todo momento de la mano de Dios”, aunque actualmente dicha Pastoral Familiar no es reconocida como tal.

En Guatemala son pocas las parroquias que cuentan con una Pastoral Familiar y por lo tanto son escasas las familias que poseen dicho acompañamiento ya que incluso llegan a confundirla con movimientos católicos que no son reconocidos por la Iglesia. Además la mayoría de párrocos desconocen su función y por lo mismo lo ignoran; por lo que los Agentes de Pastoral (como se les conoce a los matrimonios que acompañan a las familias) se encar-

gan de transmitir sus funciones a las Diócesis para que los Sacerdotes lo apliquen a sus Iglesias.

Como consecuencia de tener dicho tipo de acompañamiento en la minoría de Iglesias, las familias católicas recorren un camino sin guía que el acompañamiento podría brindar. Al no poseer una identidad que los reconozca ante los demás, la transmisión de sus funciones es pasada por alto e incluso ignorada por lo que es necesaria la intervención del diseño gráfico para crear una imagen visual, mejorar las herramientas del acompañamiento y maneras de publicidad para esparcir el objetivo de la Pastoral que es que más familias católicas se acerquen a ellos y de este modo expandirlo a todas las Diócesis del territorio nacional.

Para llegar a la propuesta final de la nueva imagen capaz de expresar la unión y amor que tiene una familia de la mano de Dios se realizó una representación gráfica de la esencia de Pastoral Familiar, material visual para apoyar a los Agentes de Pastoral y una estrategia gráfica que expandirá la información y reconocimiento de dicha Pastoral.

A continuación se describe el proceso de diseño que se realizó para lograr el desarrollo gráfico de las piezas de Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala.



01

# FAMILIARIZACIÓN



# FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE

La familia ha tenido un papel muy importante a lo largo de la historia, y sobre todo para las familias católicas; por lo cual nace la Sección de Familia. Hace 20 años se empezó a formar como un compromiso y como un “amor al servicio” para orientar a las Comisiones Diocesanas (órganos específicos que la Asamblea Plenaria designa para determinadas áreas pastorales) sobre el papel que deben desempeñar para el fortalecimiento de las familias. Para el crecimiento y buen funcionamiento de esta Sección, los Obispos que han tenido a cargo esta comisión, han capacitado a los laicos, denominados agentes de Pastoral, que colaboran en esta misión.

Pastoral Familiar, como comercialmente se le conoce a la Sección de Familia, está dentro de la *Comisión de Laicos, Juventud y Familia*, que se desarrolla bajo la dirección del Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM) bajo la jerarquía directa del Vaticano (se maneja una jerarquía y estructura laical).

El proyecto trabaja como una acción evangelizadora que apoya a los párrocos para acompañar a las familias en cada etapa o situación de la vida; el equipo central está formado por 12 parejas, un Sacerdote asesor y tres Obispos responsables. Actualmente se trabajan cuatro sectores: Prematrimonial, Defensa de la vida, Situaciones irregulares y Vida matrimonial; en los cuales se recalca como principio y como valor fundamental: La familia, como célula básica de la vida.

Esta dirigido a parejas, familias de toda índole como por ejemplo: madres solteras, padres solteros, matrimonios de diferente religión; matrimonios estables unidos por la iglesia, matrimonios que han formado una familia, entre otras.

En la actualidad no existe una competencia como tal, lo que se quiere lograr es que este departamento se presente como un apoyo efectivo de los planes pastorales y no como un movimiento más, como por ejemplo: matrimonios en victoria, encuentro católico para novios, encuentro matrimonial, etc.

Debido a que la Pastoral Familiar está directamente ligado a la Iglesia Católica y busca que se les reconozca como tal, como un departamento más que brinda la Iglesia Católica.

Está reconocida por un grupo reducido de familias guatemaltecas debido a su falta de promoción y publicidad en el país, por lo cual no se conoce el objetivo primordial y donde se les puede encontrar.

La estrategia que se propone para resolver la problemática es comunicar a la población guatemalteca quiénes son y qué hacen por las familias, ejecutando una estrategia de comunicación que renueve su reconocimiento acerca de quienes son y de qué manera trabajan.

El objetivo primordial del proyecto es que los guatemaltecos reconozcan a la Pastoral Familiar como la acción evangelizadora que realiza la Iglesia con pastores y agentes de Pastoral.

De esta manera el Clero tenga en cuenta cuáles son los beneficios de tener a la Sección de Familia; las familias

se acerquen a los agentes y se motiven a servir, y tengan un buen acompañamiento en todas las etapas de su vida.

Como se mencionó anteriormente en el reto del diseño, lo que se quiere lograr es que el Clero amplíe y tenga agentes de Pastoral en las Diócesis, que aumente el número de matrimonios que brinden sus servicios a la Sección de Familia, y que más familias guatemaltecas acudan a la Iglesia, específicamente a la Pastoral Familiar.

El trabajo se organizará en los meses de agosto a noviembre de la siguiente manera:

- *Agosto*  
Conocer al cliente, quiénes son, de que manera trabaja, y cuales son su inquietudes.
- *Septiembre*  
Acercarse al grupo objetivo, para realizar un material funcional y eficaz. Luego iniciar con las propuestas de diseño.
- *Octubre*  
Proceso de “muestra” del diseño al cliente, mostrarle de qué manera se está trabajando para llegar al éxito en el proyecto. Al finalizar, validar las piezas, y llegar a la finalidad.

- *Noviembre*

En este mes se pretende tener las piezas finales y realizar cotizaciones para que facilitar la estrategia de implementación de las piezas.

Para la realización del proyecto no se cuenta con un presupuesto fijo, sin embargo la Pastoral Familiar ha ido manejando sus fondos por diferentes actividades como: colectas de encuentros nacionales católicos, actividades de la Iglesia, convivios, además de contribuir de forma gratuita el acompañamiento.

## 02 **NECESIDAD**

A la Sección de Familia de la Comisión de laicos, juventud y familia se les dificulta su identificación como la principal acción evangelizadora que apoya a la Iglesia Católica por lo que complica el acercamiento de las familias católicas, y como consecuencia acuden a movimientos y asociaciones que no poseen la misma formación y capacitación que la Sección de Familia.

Asimismo carecen de herramientas de enseñanza para capacitar a más agentes de Pastoral y de esta manera ampliar la evangelización de las familias católicas. Y a su vez material de divulgación para facilitar que dichas familias se acerquen a ellos.

## 03 **OBJETIVO**

Rediseñar la imagen visual de la Sección de Familia para que facilite su reconocimiento en el Clero, Agentes de Pastoral, y familias católicas alrededor del país de este modo acudan a ellos.

Diseñar recurso pedagógico educativo que apoye a los agentes de Pastoral en la capacitación de nuevos matrimonios para la evangelización, y material para que las familias católicas tengan un buen acompañamiento, por parte de dichos agentes, en las diferentes etapas de su vida.

Desarrollar material publicitario para que las familias católicas puedan dirigirse a la Sección de Familia y sean acompañados en las diferentes etapas de su vida.

04

# MARCO DE REFERENCIA



# INFORMACIÓN DEL CLIENTE



(Logotipo actual)

## Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala

Contacto directo:  
Juan Carlos de León & Giovanna Palmieri de León

Deleon.palmieri@gmail.com /  
jc@dlcentroamerica.com  
5417-6495 / 4128-8441

Estuardo Serrano & Verónica de Serrano

cetserrano@yahoo.com /  
veroaguirre54@yahoo.com  
5131-9244 / 4760-0230

## Historia

Según el Brief (Anexo 1) la Sección Familiar de la Comisión de Laicos y Vida Consagrada desde sus inicios en 1994, ha hecho esfuerzos para orientar a las Comisiones Diocesanas sobre el papel que deben desempeñar las familias para su fortalecimiento y para lograr esta misión, los Obispos han estado a cargo de la capacitación de los laicos quienes al pasar de los años han participado en actividades a nivel regional y continental que ha organizado el Consejo Episcopal Latinoamericano y así poder orientar a las Comisiones Nacionales para evangelizar a la familia; de esta manera han participado en varios cursos formativos y han compartido con los equipos nacionales de América latina.

## ¿Quiénes son?

Manual de Pastoral Familiar (2015) dice que es la acción evangelizadora que realiza la Iglesia Católica orientada por sus pastores para con la familia, acompañándola en todas las etapas y situaciones de su existencia. Pastoral Familiar está apoyada por laicos comprometidos que son

formados y capacitados por la Iglesia Católica para el fortalecimiento de las familias en cada etapa de su vida y son llamados Agentes de Pastoral.

## ¿Qué es la Conferencia Episcopal?

Iglesia Católica (s.f.) menciona que la Conferencia Episcopal es una institución permanente la cual se basa en la Asamblea de Obispos que ejercen funciones pastorales en Guatemala. Ella cuenta con diversas comisiones: la Comisión de Evangelización, la Comisión para el Ministerio Ordenado, la Comisión de Laicos y Vida Consagrada y la Comisión de Justicia y Solidaridad y cada una de ellas cuenta con diversas áreas individuales.

Una de las principales misiones es renovar el encuentro y seguimiento de Jesucristo a través de la evangelización, promover la evangelización activa, promover un laicado que pueda responder en todos los ámbitos de la sociedad guatemalteca, promover la eucaristía, reforzar el compromiso de la Iglesia con los menos favorecidos y elaborar un plan de formación específico para agentes de pastoral y responsables de las comunidades, grupos y asociaciones.

## Misión

Promover/Contar es el designio de Dios sobre el matrimonio y la familia.

- Asegurar su plena vitalidad
- Asegurar su promoción humana y cristiana
- Renovar a la sociedad

## Visión

Acompañar a las familias en sus etapas de formación y desarrollo.

## Objetivo general

Formar, asistir y acompañar a las familias, “comunidades salvadas y salvadoras”, para ayudarlas a cumplir su vocación misionera, discipulada en la Iglesia y en el mundo para llevarla a la nueva evangelización.



## ¿Qué hacen?

La Pastoral familiar está formada por doce parejas, un Sacerdote asesor y tres Obispos responsables. Tiene una acción evangelizadora con familias de toda índole: desde noviazgos, parejas en etapa de preparación del matrimonio, parejas casadas, matrimonios con hijos, familias disfuncionales, etc. Ellos apoyan a los párrocos para acompañar a estas en cada etapa o situación de su vida.

Son equipos ligados directamente a la Iglesia que abordan cuatro sectores de la vida familiar: prematrimonial, defensa de la vida, situaciones irregulares y vida matrimonial. En todo esto recalca como principio y como valor fundamental la familia cual célula básica de la vida.

## ¿Qué desean?

- Evangelización de la familia, con la familia y para la familia.
- Ofrecer instrumentos necesarios para la formación y promoción de la familia.
- Entregar orientaciones para la vivencia familiar.
- Llevar a todos la buena nueva del sacramento del matrimonio.
- Transformar la sociedad por medio de la evangelización humana y cristiana.
- Hacer de las familias pertenecientes a la pastoral familiar, familias evangelizadas y evangelizadoras que a su vez evangelicen a familias alejadas de la Iglesia para responder al llamado a la Gran Misión Continental.

## ¿Cuáles son las metas de la Pastoral Familiar?

- Manual de Pastoral Familiar indica que todos los equipos de Pastoral Familiar, nacional, diocesano y parroquiales, compartan una misma visión y misión para atender las necesidades de las familias de sus comunidades.
- Que los Agentes de Pastoral Familiar sean promotores activos y efectivos de la Gran Misión Continental al acercar a las familias alejadas a la Iglesia.
- Proclamar el valor de la familia. “La acción pastoral de la Iglesia debe ser progresiva, incluso en el sentido de que debe seguir a la familia, acompañándola paso a paso en las diversas etapas de su formación y su desarrollo” Familiaris Consortio, No. 65.

## ¿Qué métodos utilizan para acompañar a las familias?

Se basan en los cuatro sectores más importantes:

1. **Prematrimonial**, se refiere a la vida de pareja y preparación para el matrimonio.
2. **Defensa de la vida**, todo lo que tiene que ver con traer al mundo a un hijo.
3. **Situaciones irregulares**, entiéndase como padres solteros, uniones de hecho, divorciados, casados de nuevo, etc.
4. **Vida matrimonial**, todo lo relacionado a la vida familiar.

Ven los puntos de manera amplia con las familias y si existiese un problema específico, este es abordado con la misma evangelización apoyándose de herramientas con movimientos de ayuda familiar.

## ¿Cuál es el papel del Vaticano?

El Consejo Pontificio para la Familia (2001) subraya la identidad de la familia, fundada en el matrimonio, como una comunidad de vida y de amor conyugal. Afirma que la familia no es producto de una cultura, ni resultado de una evolución, mucho menos un modo de vida comunitario vinculado a cierta organización social sino una institución natural que es fundada en una verdad que ella no produce, porque fue querida directamente por Dios.

La familia es la célula básica de la sociedad que forma ciudadanos para el futuro, transmite valores y representa la primera comunidad humana que humaniza a la sociedad. Por esto, Juan Pablo II afirma que se ha acentuado en la Iglesia el interés por la familia y son innumerables las diócesis y parroquias en las que la Pastoral Familiar ha llegado a ser un objetivo prioritario.

El Vaticano apoya a la Pastoral Familiar para que sea la ayuda directa del matrimonio en la formación familiar, siendo la base principal católica que instruye a los laicos a evangelizar y acercar a dichas familias a la Iglesia. Esto por medio de agentes que estén en sintonía con el magisterio de la Iglesia y con una buena inserción en la realidad intelectual, científica, social, política y jurídica.

Todo esto para que la comunidad familiar se considere como la unión del amor expresado de Dios, para preparar a futuros matrimonios en su proyecto de vida y de este modo encontrar la riqueza del amor siendo fiel al compromiso mutuo para vivir una vida plena.

## Estructuras de la Pastoral Familiar



Material brindado por el Equipo Central de la Sección de Familia - Observar glosario (Anexo 2)

# ANÁLISIS DE ANTECEDENTES

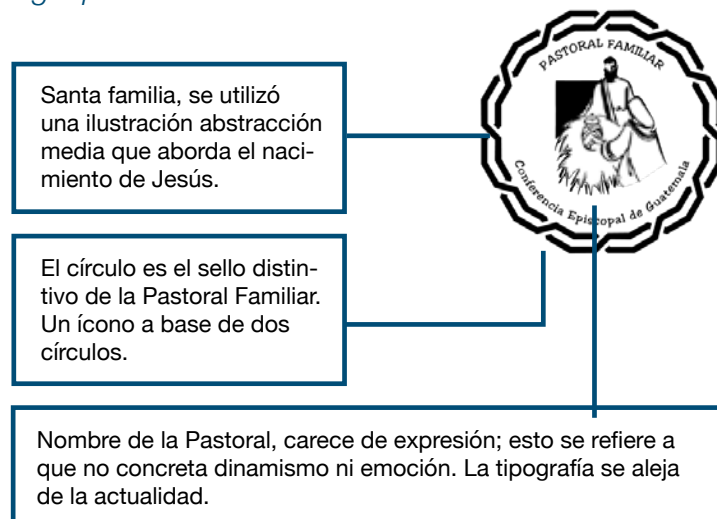
Se realizó el análisis de algunos materiales que Pastoral Familiar ha utilizado durante los últimos años en el cual se tomó en cuenta el discurso visual, elementos gráficos, soporte, etc.

## 1. Logotipo

*Logotipo Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala.* Este logotipo ha sido utilizado por la Pastoral como una manera de reconocimiento, tanto para los agentes de pastoral como para el Clero.

## Análisis gráfico

### 1. Logotipo



## Análisis general de las piezas

### *Función:*

Reconocimiento, debido a que es la manera más importante en la cual la Pastoral se diferencia ante el público en general.

### *Comprensión del mensaje:*

Se maneja una composición que muestra a la Sagrada familia, José, María y Jesús; acompañada del nombre completo de la Pastoral y dos círculos que connotan unión.

### *Conexión emocional:*

El logotipo al tener la Sagrada familia dentro del círculo puede hacer que las personas que lo observen lo confundan con fechas como navidad y noche buena, alejando la esencia de Pastoral Familiar y confundir su función de acompañamiento con la promoción de dichas fechas o alguna situación parecida.

### *Manejo de discurso visual:*

Se presenta a la Sagrada familia pero no a la familia actual que las personas desean ver, por lo que se queda corto al expresar que es Pastoral Familiar.

## 2. Material para Agentes de Pastoral

*Manuales implementados para ser parte de la Pastoral Familiar y manuales para trabajar los cuatro sectores.*

### Análisis gráfico

#### 2.1. Manual de Pastoral Familiar



Portada

La fotografía es el punto focal pero si no se conoce desde un principio quienes son los personajes dentro de ella, causará problemas de identificación y dicha fotografía estará por gusto.

Títulos con una posición central, contraste de color y tipografía legible. La jerarquía de los títulos carece de estructura, por lo que no se distingue cuál es el principal y no expresa la función.

El logotipo no se logra distinguir en el manual porque está demasiado pequeño y el manual no expresa su función de recurso pedagógico.



Contraportada

## Análisis gráfico

### 2.2. Manual de sectores

Sección de la familia



La fotografía como punto focal, retícula recta.

Ilustraciones e imágenes: posee mezcla de técnicas de ilustración, diferentes imágenes que difieren una de otra por lo tanto no se muestra unidad.

No existe integración de los elementos porque carecen de unidad, no existen ritmos ni armonía.

Sección de preparación al matrimonio



## Análisis general de las piezas

### *Función:*

Narrativa y descriptiva. La función principal es brindar la información más importante para las familias. Son manuales informativos que cuentan con información detallada de qué hacer, cómo hacerlo y de qué manera abordar los distintos temas.

### *Comprensión del mensaje:*

El mensaje solo se logra entender si se examina el contenido dentro de los manuales, debido a que posee la información necesaria para contemplar y abordar los diferentes temas que tiene la Pastoral Familiar; pero sus portadas y distribución del texto no reflejan el contenido.

### *Conexión emocional:*

La conexión emocional con las piezas no es la que se pretende debido a que no comunican lo que realmente aborda el sector a explicar.

Pastoral Familiar posee cuatro sectores diferentes: prematrimonial, defensa de la vida, vida matrimonial y situaciones irregulares, cada uno de ellos desea expresar y conectar con cada uno de los miembros de la familia según la diferente etapa en la que viven:

- Prematrimonial desea expresar compromiso de una pareja para contraer matrimonio, donde debe prevalecer el amor.
- Defensa de la vida desea inculcar que la unión de la pareja yace en vida nueva para la creación de la familia.
- Vida matrimonial expresa una vida llena de paz y armonía de la familia a lo largo de los años.
- Situaciones irregulares desea mostrar que las familias que viven en situaciones irregulares merecen ser felices.

Cada una de las etapas está guiada de la mano de Dios para que las familias vivan en paz y posean felicidad, por lo que para la creación de estos materiales se realizó un estudio explícito del tema para poder contemplarlo de manera funcional y específica.

### *Manejo del discurso visual*

Se emplearon diferentes tamaños y familias tipográficas en los textos, diferentes imágenes y fotografías para comunicar los diferentes tópicos, sin embargo, difieren tanto uno de otro que no logran expresar información y hace que el traslado del mismo se dificulte y no cumplan su función.



*Textos:*

- Manual de pastoral familiar: utiliza una diagramación sumamente sencilla y un lenguaje técnico.
- Manuales de los sectores: mismo vocabulario pero con frases de acción e indicativa.

*Soporte:*

- Manual de pastoral familiar: papel bond y cartoncillo para la pasta.
- Manuales de los sectores: papel bond, encuadernado.

*Impresión:*

- Manual de pastoral familiar: impresión litográfica.
- Manuales de los sectores: impresión económica.

Los manuales poseen una técnica de encuadernación simple que es realmente frágil.

*Formato:*

- Manual de pastoral familiar: 5.5"x8.5" media carta, formato útil para su uso continuo.
- Manuales de los sectores: 8.5"x11" tamaño carta, uso de formato estándar para reducir costos.

### 3. Competencia

Logotipos de movimientos y asociaciones de familia de Guatemala

#### Análisis gráfico

##### 3.1. Logotipo Encuentro Matrimonial

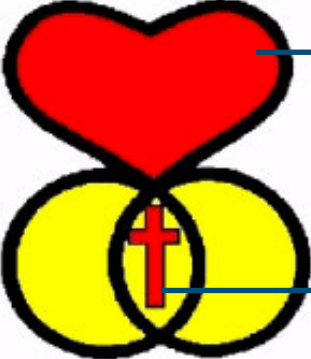


Ilustración sin motivo, quiere reflejar amor y unión pero no transmite ningún sentimiento


No respeta márgenes y se esconde lo principal que es la religión

**Encuentro Matrimonial**

La tipografía carece de expresión y no posee unión con el símbolo

#### Análisis gráfico

##### 3.2. Logotipo M.F.C Católico



No se entiende lo que se quiere transmitir; si es eucaristía, amor, unión, etc. Los símbolos confunden.

La paleta de color no posee armonía y no comunica nada religioso.

**M. F. C.  
CATOLICO**

No hay legibilidad en la tipografía y el cuadro que encierra la palabra "católico" no tiene ningún fin.

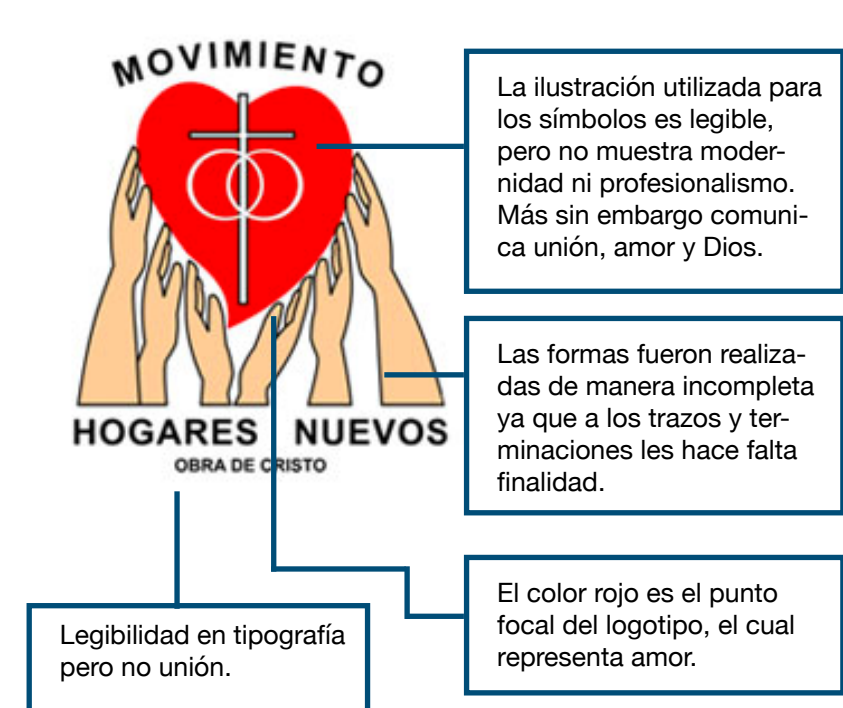
## Análisis gráfico

### 3.3. Logotipo Matrimonios en Victoria



## Análisis gráfico

### 3.4. Logotipo Movimiento Hogares Nuevos



## 4. Casos Análogos

*Logotipos de Pastoral Familiar de otros países*

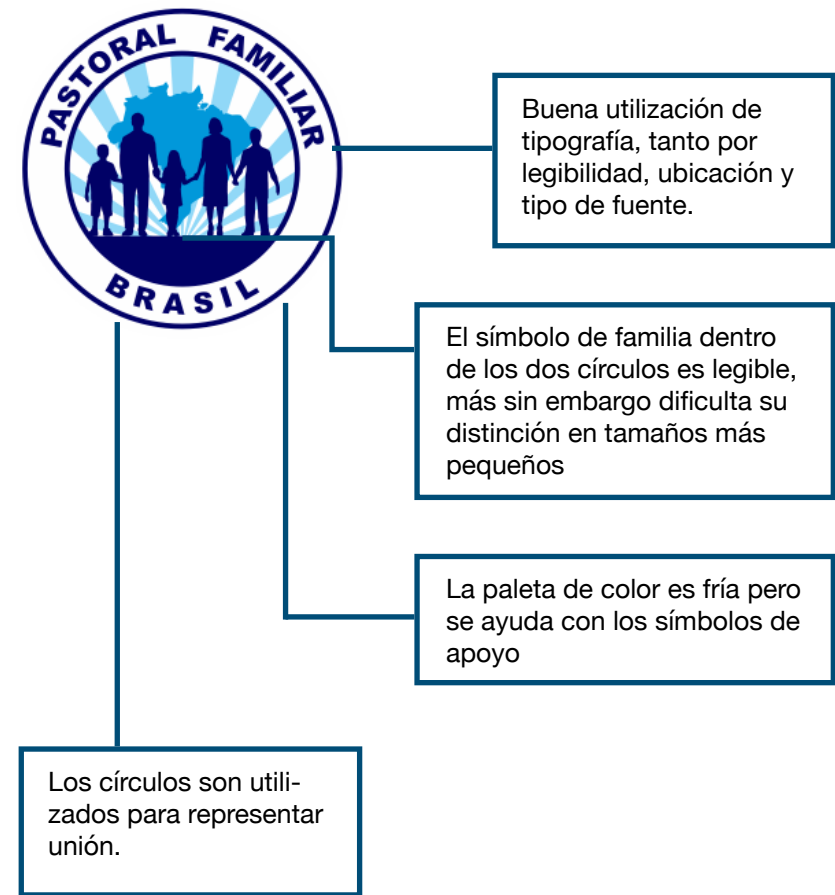
### Análisis gráfico

4.1. Logotipo Pastoral Familiar Arquidiócesis de Monterrey, México



### Análisis gráfico

4.2. Logotipo Pastoral Familiar Brasil



## Análisis gráfico

### 4.3. Logotipo Pastoral Familiar Diócesis Yucatan, México



## Análisis gráfico

### 4.4. Logotipo Pastoral Familiar Diócesis de Mar del Plata, Argentina



## 5. Casos Análogos

*Manuales de Pastoral Familiar de otros países*

### Análisis gráfico

5.1. *Manual para Agentes de Pastoral Familiar Arquidiócesis de México*



Los títulos y subtítulos se muestran en la parte superior del material utilizando tipografía serif en toda la portada.

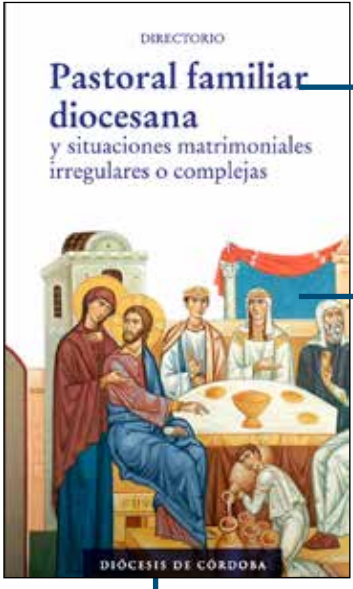
En la ilustración que manejan (abstracción media) muestran a Jesús con dos discípulos que logra expresar acompañamiento y refuerza el título de este manual “Y caminó con ellos, aprender a acompañar a Jesús”

La utilización de formas básicas, trazos delgados y gruesos crean dinamismo, atención e innovación. Conecta con Dios, la familia y Pastoral familiar.

El logotipo de la arquidiócesis se encuentra en la parte inferior del manual donde muestra de donde es el material.

### Análisis gráfico

5.2. *Manual Pastoral Familiar Diocesana y situaciones matrimoniales irregulares o complejas Diócesis de Córdoba*



La tipografía que se utiliza es serif. Se juega con jerarquía en el tamaño de las tipografías.

La ilustración muestra a Jesús con varias personas que lo acompañan en una cena o reunión. Al ser manual de situaciones irregulares se percibe levemente incomodidad por las expresiones faciales de las personas; pero podría conectar de mejor manera.

Refuerza de donde es el manual al colocar su origen en la parte inferior de este.

# INFORMACIÓN DEL TEMA

## Sociabilidad

El ser humano es un ser sociable ya que a partir de su existencia ha tenido la necesidad de hablar, de comunicarse e interactuar. Por lo que la sociabilidad no sólo es una necesidad si no también un valor que nos impulsa a tener trato con diferentes personas.

Esto nos impulsa a buscar y acrecentar las relaciones con las personas encontrando mutuos intereses e ideas para encaminarlos a un bien común.

Al tener contacto con personas diferentes tenemos la posibilidad de aprender de su experiencia y obtener otra perspectiva de la vida para mejorar la persona, para más adelante poder contribuir a su desarrollo personal y así comenzar una espiral sin fin en la cual todos nos vemos beneficiados. En ella se manifiesta la unión y la cooperación entre personas, grupos y comunidades teniendo como valor fundamental la solidaridad.

## Solidaridad y desarrollo

Kamm (s.f.) escribe que la solidaridad es uno de los valores humanos por excelencia, que se define como la colaboración mutua entre las personas y como aquel sentimiento que las mantiene unidas en todo momento, sobre todo cuando se vivencian experiencias difíciles.

La solidaridad trasciende a todas las fronteras: políticas, religiosas, territoriales, culturales y es más que nada un acto social, una acción que le permite al ser humano mantener y mantenerse en su naturaleza de ser social.

Se puede decir que la solidaridad se establece como la base de muchos otros valores humanos, incluso, de nuestras relaciones sociales más valiosas.

García, F. (s.f.) menciona que la verdadera solidaridad es aquella que está llamada a impulsar los verdaderos vientos de cambio que favorezcan el desarrollo de los individuos y las naciones, fundada principalmente en la igualdad que une a todas las personas. Esta igualdad es una derivación directa y verdadera de la dignidad del ser hu-

mano, que pertenece a la realidad intrínseca de la persona sin importar su raza, edad, sexo, credo, nacionalidad o partido.

Aranguren G. (2009) que la solidaridad puede describirse en cuatro momentos que se complementan uno con otro: en una reacción ante la injusticia, una determinación para erradicar el mal, un deber ciudadano y un estilo de vida. ¿Cómo llega a ser un estilo de vida? La solidaridad no nace de la noche a la mañana; cuando un niño nace los padres son los responsables en la enseñanza de su educación y como consecuencia su vivencia familiar contribuirá al desarrollo, a la educación y el crecimiento de valores, para luego ponerlos en práctica en su vida diaria.

## Familias

La familia es la unidad primaria de interacción y sostén de la organización social. Fresnillo (s.f.) caracteriza a la familia en tres aspectos: 1. Una institución social, 2. Un grupo humano de convivencia y 3. Un grupo que se relaciona con otros grupos y personas de su entorno.

Elas desempeña un papel muy importante en la vida de las personas, todos los comportamientos que aprendemos de la familia son muy importantes para ayudarnos a crecer como personas y a relacionarnos con los demás miembros de la sociedad.

El grupo familiar, según Fresnillo (s.f.), es entendido como un sistema en el que todos los miembros interactúan y se influyen recíprocamente, pasa a lo largo de su desarrollo por diversos momentos (ciclos evolutivos) con características específicas, unas previsibles y otras imprevistas. Para todas ellas la familia ha de tener la suficiente capacidad de adaptación, que le permita continuar desarrollando adecuadamente las funciones que le son inherentes.

Toda persona es expuesta a la sociedad y por lo tanto un grupo de familia también; el contexto social o circunstancias que las rodea, hace que estas tengan determinadas características. El grupo familiar al interactuar con la sociedad influye para que ésta experimente cambios. De esta forma ambos se van transformando.



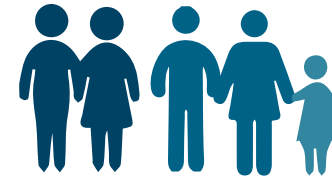
En la actualidad han surgido nuevos modelos de familias debido a la evolución que ha tenido la sociedad, tanto en cultura, tradiciones, forma de pensar, modas, etc.

Fresnillo (s.f.) divide las familias en seis grupos: familia extensa o tradicional, familia troncal, familia nuclear, familia monoparental, familia de tejido secundario y abuelos acogedores.

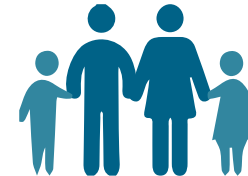
1. **La familia extensa o tradicional**, se refiere a las familias que están compuestas por varias generaciones formando una unidad económica y son dependientes del grupo familiar.



2. **Las familias troncales** están compuestas por padres, uno de los hijos, la pareja de este y su descendencia.



3. **Las familias nucleares** son todas aquellas que están formadas por la pareja y sus hijos. Este es el modelo que más predomina en la sociedad urbana.



4. **La familia monoparental** es la que está compuesta solo por su progenitor y su descendencia. Entiéndase por papás y mamás solteros, debido a divorcio, separación, inseminación artificial, adopciones, etc.



5. **La familia de tejido secundario** la forman la pareja y la descendencia que uno o ambos miembros de la misma tuvieron con otras personas en relaciones anteriores que se rompieron.



6. **Los abuelos acogedores** son todos aquellos abuelos que se hacen cargo de los nietos asumiendo la responsabilidad de los padres, de manera temporal o definitiva.



## **Función que desempeña la familia**

Schiamberg (1983) listó las siguientes funciones de la familia:

- La socialización de los niños
- La cooperación económica y la división de las labores
- El cuidado, la supervisión, la monitorización y la interacción
- Las relaciones sexuales legítimas
- La reproducción
- La proporción de estatus: estatus social; atribuido, como el orden de nacimiento y logrado, con base en el esfuerzo del individuo.
- Afecto, apoyo emocional y compañerismo.

## **Etapas**

Como se mencionó anteriormente, la sociedad marca los cambios en las familias, pero la mayoría atraviesa por distintas etapas a lo largo de su vida.

Cada una de ellas posee su propio ciclo vital; esto hace re-

ferencia a que por lo general todas las familias pasan por una serie de etapas desde que inician con la formación de la pareja, a medida que crecen al nacer los hijos y hasta que desaparecen cuando los hijos han abandonado ya el hogar y alguno de los padres muere.

Aunque no todas las familias son iguales y tengan sus propios métodos, estas situaciones se presentan en una mayoría:



**Noviazgo-matrimonio**, Fresnillo (s.f.) comenta que desde la elección de la pareja hasta el acuerdo de vida en común, aparece el sub-sistema conyugal en el que dos personas establecen una relación de pareja y llegan a acuerdos sobre su funcionamiento.



**Llegada de los hijos**, es un papel muy importante en la vida de las parejas porque nuevas responsabilidades y obligaciones empiezan a cambiar.



**Escolarización**, es la etapa básica de la mayoría de los hijos debido a que entran al colegio o escuela; todo

esto hasta la adolescencia.



**Adolescencia-juventud**, los hijos tienen como referentes otros grupos sociales distintos de la familia, cuestionan todas las normas establecidas y empiezan a tomar sus propias decisiones buscando su independencia.



**Nido vacío**, es la etapa en la que los padres de familia se quedan solos debido a que los hijos abandonan el hogar y la relación con ellos se convierte de adulto a adulto.



**Parejas ancianas**, vivir el matrimonio de manera plena.

## Jóvenes y familia

Cuando la vida adolescente y juvenil inicia, es difícil para muchos de ellos reaccionar al mundo, a sus padres, a sus hermanos, a la escuela y a las obligaciones. Los jóvenes día a día van cambiando por las características culturales y sociales, por lo que existe una evolución de actitudes,

tanto de ellos como de sus padres. Es importante que los jóvenes y adolescentes comprendan que es mejor participar en los roles familiares que mantenerse al margen ya que de este modo crearán un vínculo que los hará sentirse revaluados y útiles para los demás.

Asimismo deben comprender que una de las virtudes principales de la juventud es la fuerza y el vigor; en consecuencia, ocuparse de las actividades en la casa donde estas virtudes se pongan en práctica va a redundar en un provecho manifiesto para ellos mismos, para la casa y para todos.

El papel de un adolescente o joven en la casa debería ser el de un ejemplo para los hermanos menores, porque cuando un joven realiza las tareas que le son asignadas los menores seguirán el ejemplo y lo harán con agrado lo cual es muy provechoso y útil. Y si fuera el caso de un hijo único, estas tareas le ayudarán para su propia superación.

El joven y adolescente también debe conocer límites, puesto que cualquier persona necesita saber cuál es el terreno seguro donde se puede desarrollar y cuál no. El joven en casa debe conocer cuáles son los límites para que pueda desarrollarse con libertad y son los padres los que deben proponerlos.

## **Familias para la Iglesia**

Valparaíso-Chile (2005) menciona que la solicitud pastoral de la Iglesia no se limitará solamente a las familias cristianas más cercanas, sino que, ampliando los propios horizontes en la medida del corazón de Cristo, se mostrará más viva aún hacia el conjunto de las familias en general y en particular hacia aquellas que se hallan en situaciones difíciles e irregulares.

Según el Pontificio (2016) Consejo para la Familia, “la familia cristiana es una comunión de personas que reflejan la comunión que existe en Dios entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo. La familia tiene la misión de seguir y llevar la palabra de Dios a todos los hombres, seguir sus pasos

y evangelizar, primero que nada a sus propios hijos y a todos cuantos le rodean. La familia también es misionera, pues querrá que otras personas conozcan a Dios y serán testimonio del amor de Dios por todos.”

## Jóvenes y la Iglesia

Anatrella(2003) explica que el Papa Juan Pablo II siempre dedicó una especial atención a los jóvenes. En tantos países del mundo, ellos representan la mitad de la población y a menudo la mitad numérica del mismo pueblo de Dios que vive en esos países. Es decir, los jóvenes constituyen una fuerza excepcional a la cual se debe acoger y ayudarle en el trabajo pastoral.

En ellos la Iglesia percibe su caminar hacia el futuro que le espera y encuentra la imagen y llamada de aquella alegre juventud, con la que el Espíritu de Cristo incesantemente la enriquece. En ese sentido el Concilio ha definido a los jóvenes como: “la esperanza de la Iglesia”.

La Iglesia de manera especial se mira a sí misma en los jóvenes. Las palabras de San Juan en su primera carta pueden ser un singular testimonio: “Os escribo jóvenes, porque han vencido al maligno, porque han conocido al padre, porque son fuertes y la palabra de Dios habita en ustedes.” (1 Jn. 2,13)

Los jóvenes son sujetos activos, protagonistas de la evangelización y de la renovación social. Su sensibilidad percibe profundamente los valores de la justicia y la paz. Su corazón está abierto a la fraternidad, a la amistad y a la solidaridad. Pero también están llenos de inquietudes, de desilusiones, de angustias y miedo al mundo, además de las tentaciones propias de la juventud.

## Pastoral familiar

El Papa Francisco (2015) dice: “Tener un lugar a donde ir, se llama Hogar. Tener personas a quien amar, se llama Familia y tener ambas se llama Bendición.”

Pastoral Familiar (2015) hace referencia que ella busca impulsar, promover y aprovechar la evangelización integral de las familias, para que vivan su identidad y misión, como parte de la sociedad y de la Iglesia, según el proyecto de Dios, a partir de la propia experiencia de comunión familiar (Iglesia Doméstica) siendo así formadores de Valores Humanos y Cristianos.

También busca impulsar el espíritu apostólico de todos los miembros de la comunidad diocesana, para que inspirados en el ejemplo de Cristo y teniendo como centro a la persona en su situación concreta,.

La Iglesia quiere que se impulse la nueva evangelización al servicio de la promoción humana, especialmente de los más pobres y necesitados; que promueva la presencia de los valores evangélicos en la cultura y crezca el Reino de Dios en la realidad en que se vive.

El objetivo central es la evangelización de la familia; es decir, la pastoral familiar es una acción organizada y planificada que se realiza en la Iglesia y como Iglesia, por me-

dio de agentes específicos, capaces de ofrecer los instrumentos necesarios para la formación de la familia. Parte del objetivo es ofrecer orientaciones en la vivencia familiar para llevar a todos la Buena Nueva del Sacramento del Matrimonio, para transformar la sociedad por obra de la evangelización humana y cristiana, así como para defender y promover la vida y el amor como valores esenciales de la dignidad humana. La pastoral familiar debe ser una pastoral diferenciada, preventiva, emergente, progresiva y permanente.

Como principales metas la pastoral familiar incluye y desea: evangelizar a la familia, con la familia y para la familia. Ofrecer instrumentos necesarios para la formación y promoción de la misma.

05

# CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

---

Para la realización del contenido teórico se tomaron tres temas principales: imagen visual, material didáctico educativo y material informativo, factores que sirvieron como base para la elaboración de las piezas.

## Comunicación visual

Murani (2008) explica que comunicar de manera visual es prácticamente la interpretación de todo lo que nuestros ojos ven y a la cual cada persona le asigna un valor diferente por sus experiencias y vivencias. Este valor se transforma en mensajes visuales que pasan por un proceso de decodificación donde el receptor trata de comprender el mensaje descomponiendo el significado de cada símbolo.

El significado o símbolo se refiere a un concepto mental abstracto que depende del contexto del receptor que lo percibe. Existen dos tipos de significado: denotativo y connotativo.

Denotativo se refiere al significado literal de los objetos de una imagen y por otro lado el significado connotativo es aquella representación de elementos visuales que depende del contexto social, emocional o cultural de donde se desarrolla la imagen.

Por ejemplo en la imagen siguiente el significado denotativo es de dos bocas con un pez y un calcetín saliendo de sus bocas; pero si se mezclan los elementos visuales con el contexto se llega a entender que se está hablando de mal aliento, porque las experiencias dicen que el pescado y los calcetines huelen mal.



Fuente: <https://lasdosce.files.wordpress.com/2014/04/clorets-lenguas.jpg>



## Imagen visual

Sanz, J. (1996) explica que el mundo de la comunicación está cambiando, el entorno cotidiano ahora es diferente porque las distintas formas de expresión han ido evolucionando. La representación visual ahora tiene significado y comunica. Dentro de esta comunicación muchas empresas están emergiendo para crecer y darse a conocer por lo que nace la marca.

## Marca

Al hacer la pregunta ¿de qué manera se puede conectar un grupo, compañía, empresa con su audiencia?. Es donde la marca (o mejor conocido como branding) interviene. Costa (2008) afirma que la marca es el todo y las partes, un signo sensible, que al mismo tiempo es verbal y un signo visual. Las marcas deben circular con la gente y entre ellas, es un signo lingüístico para que todos puedan designarla, verbalizarla, escribirla e interiorizarla.

Una marca es un mensaje visual que comunica algo específico con características diferentes y únicas. Esta tiene

un sistema semiótico que combina dos signos de diferentes naturalezas:

1. Lingüísticos: nombre de la marca.
2. Visuales: grafía, símbolo, ícono, imagen, etc.

El fin de estos es que las marcas puedan ser creadas para nuevos grupos, posicionarlas, ofrecer un servicio, conectar con experiencias, sentidos y sentimientos, así de esta manera crear conexión entre ella y su audiencia.

Healey (2009) expresa la marca o branding como “El proceso de hacer concordar de un modo sistemático una identidad simbólica creada a propósito con unos conceptos clave, con el objetivo de fomentar expectativas y luego satisfacerlas. Puede implicar la identificación o la definición de estos conceptos; prácticamente siempre, supone el desarrollo creativo de una identidad.”

El branding posee una guía de pasos mediante los cuales se construye una marca: es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos difer-

enciadores de la identidad de una marca, esto siendo comprendido como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la cual esta será identificada por su propio público. En pocas palabras, cualquier acción que lleva a cabo una empresa para el desarrollo y la gestión de su propia marca para la construcción de una promesa y de una experiencia distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo.

Según González (2015) los beneficios del branding son extender la marca en el mercado, posicionarla como un referente y ubicarla en la mente de los consumidores de forma directa o indirecta.

Ries (2002), menciona que existen 22 leyes para que el branding sea exitoso:

1. **Ley de expansión:** El poder de una marca es inversamente proporcional a su alcance: esto quiere decir que entre más genérica sea la marca, menos público la seguirá.
2. **Ley de contracción:** Una marca se pone más fuerte cuando se estrecha su enfoque.
3. **La ley de la publicidad:** El nacimiento de una marca es normalmente cumplido con publicidad y no con anuncios, habla de mantenerse activa ante el mundo.
4. **La ley del anuncio:** Una vez nacido, necesita de anunciarse para quedarse saludable y que otros medios hablen de la misma.
5. **La ley de la palabra:** La marca debe asociarse a una palabra en la mente del consumidor. Esta debe ser original, memorable y distintiva.
6. **La ley de credenciales:** Lo crucial al éxito de cualquier marca es su demanda de autenticidad. Debe elevarla por encima de su competencia.
7. **La ley de calidad:** La marca no se construye a través de la calidad, pero es importante tenerla.

8. **La ley de la categoría:** La marca debe promocionar todas las categorías.
9. **La ley del nombre:** Insistir en la importancia del nombre de un producto o servicio, porque con el paso del tiempo la marca es solo el nombre.
10. **La ley de extensiones:** No poner la marca en todos lados porque si no se destruirá por si sola.
11. **La ley de compañerismo:** Para construir la categoría, una marca debe dar la bienvenida a otras marcas y de este modo se amplía el grupo objetivo.
12. **La ley de lo genérico:** Aquí caben resaltar las palabras “único” y “diferente”, cuando se utiliza un nombre común, las marcas suelen fallar.
13. **La ley de la compañía:** Separar compañía de marca. Hay que darle prioridad a la marca encima de la compañía.
14. **La ley de sub-marcas:** Lo que la marca construye, las sub-marcas lo destruyen. Estas sub-marcas persiguen el mercado.
15. **La ley de los hermanos:** Marcas secundarias. Se debe utilizar en el tiempo correcto, no es para todas las compañías y debe tener una identidad diferente.
16. **La ley de forma:** Realizar el logotipo de manera correcta para crear impacto.
17. **La ley del color:** Ser auténtico y alejarse de lo convencional, usar color opuesto de la mayoría de sus competidores.
18. **La ley de fronteras:** Una marca no debe conocer ninguna frontera, debe tener una visión global.
19. **La ley de consistencia:** El éxito no es fácil, por lo que se insiste en la paciencia y persistencia. Los mercados pueden cambiar, pero las marcas no.
20. **La ley del cambio:** Esta ley dice que las marcas pueden

cambiar, no frecuentemente, pero si se hace se debe tener mucho cuidado.

**21. La ley de la mortalidad:** Ries explica que no todas las marcas viven para siempre, por lo que es mejor acabar con ella, y crear una nueva tomando en cuenta las características por las cuales la otra murio, de esta manera tiene éxito.

**22. La ley de la singularidad:** El aspecto más importante de una marca es su concentración sobre una única idea.

Como parte esencial del branding, este aborda diferentes elementos de diseño tales como la ley de forma que habla del logotipo y también se toman en cuenta otros elementos como: la paleta de color, tipografía, símbolos, etc.

## Identidad corporativa

Collins y Porras (2004) señalan que la Identidad Corporativa orienta las decisiones, políticas, estrategias y accio-

nes de la organización y refleja los principios, valores y creencias fundamentales de la organización.

Se reconocen dos concepciones: el enfoque del diseño y el enfoque organizacional. Capriotti (2009) define el enfoque del diseño como la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y particularidades, se direcciona por la vía de “lo que se ve”, es la expresión visual, la identidad visual.

Por otro lado, el enfoque organizacional habla de una perspectiva más amplia y profunda de lo que es la identidad corporativa. Este enfoque define la personalidad y carácter de la organización; es la forma que decide identificarse a si misma en relación a su público, donde entra el logotipo como carácter principal de la empresa.

## Logotipo

A lo largo de la historia el logo ha supuesto la representación gráfica de un nombre en unidad de formatos y medios adquiriendo poco a poco el sentido de marca o símbolo diferenciador.

La Real Academia Española define al logotipo como un distintivo formado por letras, abreviaturas, etc.; peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto. Este es la versión gráfica que añade nuevos aspectos a la capacidad identificadora del nombre e incorpora atributos de la identidad institucional.

Por lo que finalmente se puede definir como el elemento gráfico que tiene como objeto ser un representativo de marca bajo un concepto, explica Navarro (2007), el cual representa la identidad y filosofía de la marca.

Las características más importantes de un logotipo según Villa (2015) son:

1. **Sencillez:** La simplicidad debe estar asociada a la facilidad de identificar el logotipo con la empresa, por lo que los elementos gráficos que componen el logo deben ser claros y entendibles.
2. **Durabilidad:** Debe perdurar en el tiempo y debe ser recordado por lo que tiene que ser adaptable a cualquier medio de visualización.
3. **Coherencia:** Tiene que transmitir confianza, la identidad de marca y credibilidad. Los valores y personalidad de la empresa deben atribuir los aspectos importantes de la compañía.
4. **Impactante y fácil de recordar:** Su estilo y forma debe impactar inmediatamente con el grupo objetivo, de este modo la asociación de la marca será fácil y guiará a los clientes a la empresa.
5. **Único:** el logotipo debe ser único y no puede parecerse a ningún otro.

Al conocer unas de las características más importantes, es necesario conocer los diferentes tipos de logotipo que existen: Logotipo, imagotipo, isotipo e isologo.

**Logotipo:** Se refiere a todos aquellos que están compuestos solamente por el conjunto de palabras o caracteres tipográficos. Por ejemplo logotipos como: Nokia, Zara, Google, entre otros.


 The image shows the Nokia logo, which consists of the word "NOKIA" in a bold, blue, sans-serif typeface.

Fuente: <http://cdn21.paredro.com/wp-content/uploads/2015/03/LOGOTI-PO-03.jpg>

**Imagotipo:** Se refiere a todos aquellos que están compuestos por tipografía y símbolo; estos están separados y no se mezclan tales como Microsoft, Chanel, Audi, etc.


 The image shows the Microsoft logo, which features a four-colored square icon (orange, green, blue, yellow) to the left of the word "Microsoft" in a grey, sans-serif typeface.

Fuente: <https://www.unocero.com/wp-content/uploads/2012/08/Microsoft-cambia-de-logotipo-despu%C3%A9s-de-25-a%C3%B1os.jpg>

**Isologo:** Es aquel que combina texto e imagen, pero están unidos y no funcionan uno sin el otro, tales como Burger King, Starbucks, Pizza Hut, Gatorade, Pringles, etc.



Fuente: [http://1.bp.blogspot.com/-\\_xgGVVDOKLc/U8wrwY5HdyI/AAAAAAAAAJ0/n-TbUvN-Hkk/s1600/Gatorade+Logo.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-_xgGVVDOKLc/U8wrwY5HdyI/AAAAAAAAAJ0/n-TbUvN-Hkk/s1600/Gatorade+Logo.jpg)

**Isotipo:** Son todos aquellos que son representados de forma simbólica, como explica Publicidad Pixel (2016) y expresan la marca sin necesidad de mencionarla.

Cuando se crea una marca se debe tomar en cuenta que así como las personas, la sociedad, el ambiente, el mercado y sus consumidores evolucionan; las tendencias, gustos y estrategias cambian constantemente por lo que

tono de comunicación, los colores, las formas y los logotipos envejecen.

## Rediseño de logotipo

Para “reinventar” una marca, la mejor manera es el rediseño de un logotipo. V&BA estudio (n.d.) explica que este debe volver a nacer cuando es anticuado, ya no refleja ni representa los valores esenciales de la empresa, y no cumple los parámetros adecuados de legibilidad, comprensión, simplicidad o pregnancia.

El cambio tiene el potencial de alinear a los clientes, así como de atraer a otros nuevos. Luiggi Santa María CEO de Staff Digital (2015) comenta que existen ocho reglas esenciales para el rediseño de un logotipo.

### 1. Establecer por qué el cambio de marca es necesario

Es necesario identificar lo que la empresa está cambiando sobre la marca actual y cómo los objetivos, principios y valores de esta se pueden incorporar en el nuevo logotipo a la compañía.

**PRADO SURF ESCOLA**

Antes

 **PRADO SURF**

Después

Fuente: V&BA estudio

### 2. Definir lo que la marca está esperando.

El logotipo debe reflejar lo que la marca es y por lo cual hay que considerar los siguientes factores: a qué se dedica el negocio, a quién brinda sus servicios y quiénes son la competencia de este.

### 3. Hacer que el logo destaque.

Un logo memorable y llamativo logra permanecer en la mente de un consumidor y de un consumidor potencial. Por lo cual el logo debe lograr destacar en los medios de comunicación y sobresalir entre sus propios competidores.



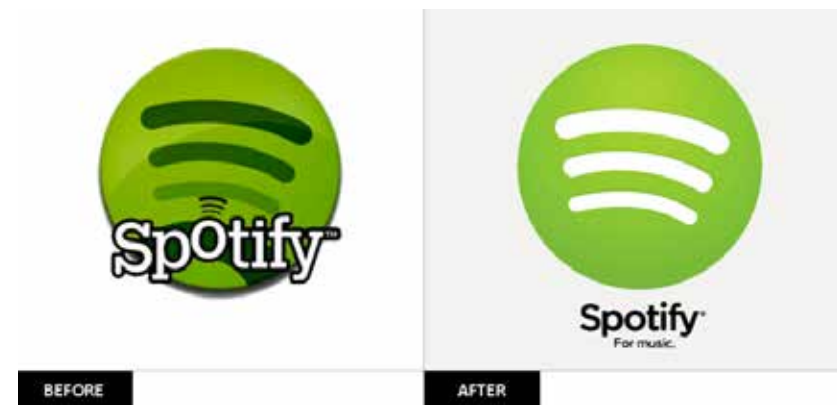
Fuente: [http://www.adnstudio.com/wp-content/uploads/adn\\_editorial\\_casals\\_libros\\_numeros1.jpg](http://www.adnstudio.com/wp-content/uploads/adn_editorial_casals_libros_numeros1.jpg)

### 4. Representar los valores de la compañía.

El logotipo sirve para múltiples propósitos y uno de estos es comunicar lo que hace el negocio o cómo son los productos que ofrece.

### 5. La audiencia es lo más importante.

El rediseño de logo no necesariamente tiene que ser un cambio completo sino que también puede ser una evolución de este; lo más importante es que el consumidor debe tener el logo de la compañía en mente o lograr reconocerlo de alguna manera. Así como Spotify se acomodó a las tendencias actuales y evolucionó para conectar con sus consumidores.



Fuente: [http://www.adnstudio.com/wp-content/uploads/adn\\_editorial\\_casals\\_libros\\_numeros1.jpg](http://www.adnstudio.com/wp-content/uploads/adn_editorial_casals_libros_numeros1.jpg)



### 6. Hacer que sea accesible.

El logotipo debe ser fácil de entender ya que mientras más sencillo, mayor seguridad existe en que el consumidor lo reconozca y lo entienda.

### 7. Transmitir una idea mayor.

El logotipo no solamente es un logo sino que representa las metas y ambiciones de la empresa y el compromiso que esta tiene de contribuir de manera productiva y positiva al consumidor. Por ejemplo, la evolución del logotipo de Apple reforzó la idea de innovación y actualidad.



Fuente: <http://www.victorilustra.com/wp-content/uploads/2013/03/Apple.jpg>

### 8. La colaboración y la consulta.

Involucrar al personal de la propia empresa en el proceso de rediseño puede llegar a ser ventajoso ya que este da una mejor retroalimentación sobre la empresa y cómo el logotipo puede llegar a representarla.

## Publicidad de la marca

Teniendo la marca definida (logotipo, identidad, valores, etc.) se debe centrar en el desarrollo de la misma para que no quede “estancada”, si no que promueva todos los valores de la compañía para que la mayor cantidad de personas la conozcan; de este modo difundirla en todos los medios posibles con el objetivo de que actúe directamente en el consumidor, tal y como lo explica Weilbacher (1999).

La publicidad se divide en tres pilares: estrategia, creatividad y tecnología; con el fin de persuadir a un grupo determinado. Puede que sea para comprar un producto (publicidad comercial), apoye una causa (publicidad social) o comparta una ideología (publicidad política).

1. **Estrategia:** Se analizan todas las variables en juego y se propone una estrategia de comunicación que luego se hace tangible por el trabajo de diseño gráfico, medios multimedia, productoras, imprentas, etc.
2. **Creatividad:** Se basa en encontrar soluciones nuevas a problemas comunes de manera innovadora y única en un medio totalmente competitivo.
3. **Tecnología:** La publicidad va de la mano con nuevas tecnologías, no solo la utilización de medios impresos si no también la innovación con medios puramente digitales.

La publicidad crea una comunicación creativa que hace que el grupo objetivo conozca el producto, de este modo exista y se quede presente en la mente del consumidor.

Como se mencionó anteriormente en el pilar de tecnología, la publicidad se puede expandir tanto en medios impresos como en medios digitales los cuales funcionarán si se utilizan de manera estratégica uno con el otro.

La publicidad ha evolucionado al pasar de los años, iniciando con los medios gráficos que intervienen en el carácter psicológico, funcional e incluso hasta el emocional del consumidor con el fin de que la marca crezca y se posicione.

El posicionamiento es uno de los objetivos más grandes que tienen las marcas, este se denomina como el espacio que cada producto o empresa ocupa en la mente del consumidor de acuerdo a los mensajes publicitarios que utiliza. A lo largo de los años el posicionamiento ha ido cambiando según las necesidades del grupo objetivo, siendo cada vez más tecnológicos que antes, donde nace el marketing digital.

El marketing digital o social llegó a cambiar los conceptos de interactividad y comunicación de las personas, esto debido a que la innovación digital rodea a todo el mundo con la web y las redes sociales. En este ámbito digital aparecen herramientas como velocidad de comunicación, expansión y comercialización de la marca.

Gracias a la innovación de los dispositivos móviles, una de las vías que más utiliza el marketing digital recae en las redes sociales, que son todas aquellas plataformas que permiten el intercambio casi instantáneo de información con un alcance amplio, entre las más utilizadas se encuentran: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube; donde cada una actúa según el tipo de publicidad que necesita la marca.

La utilización de marketing digital en redes sociales contienen muchas ventajas para hacer crecer la marca e innovar el medio, en ellas se puede utilizar fotografías, videos, gifs e incluso blogs; las redes sociales son una plataforma que amplía el comercio digital y hace que trasciendan el contenido, además impulsa la marca en medios no tradicionales y facilita que la encuentren.

Un ejemplo del uso de redes sociales como Facebook es esta gran cadena de comida rápida MacDonal'd's. Se puede observar que generan contenidos que llegan de manera rápida y convencen al grupo objetivo para incentivar la compra del producto.



Fuente: <http://3.bp.blogspot.com/-KXvICuXNxcM/TzzPgDqZ3sl/AAAAAAAAAOU/DrlOcZqT9Xo/s1600/Mac.jpg>

Gañan (2015) expresa que las principales ventajas de utilizar publicidad en redes son:

- Con poca inversión es posible un gran impacto en un segmento grande de consumidores.
- Se tiene más medios para segmentar y encontrar público objetivo.
- Se tiene una mayor flexibilidad de formatos de anuncios.
- La evaluación de resultados es más rápida y eficaz.

Dichas ventajas se presentan en las diferentes redes (Facebook, Instagramy Twitter) para publicidad según la interacción y función de ellas.

- **Facebook:** los anuncios que más destacan son las historias patrocinadas o anuncios relevantes. Gañan expresa que dichos anuncios pueden entrelazarse con páginas web, eventos e incluso con aplicaciones.
- **Twitter:** cuenta con cinco formatos al momento de anunciarse: interacciones con tweets, clics en el sitio

web o conversiones, instalación de apps e interacciones con apps, seguidores y clientes potenciales.

- **Instagram:** esta red social permite diferentes maneras de promoción mediante fotografías y pequeños videos, que al mismo tiempo pueden enlazarse con Facebook.



Fuente: <http://marketingdigital2011214.blogspot.com/2015/06/como-percibo-la-publicidad-en-las-redes.html>

# Material editorial

La comunicación es la base de sostenibilidad del ser humano por lo que no importa la hora y el lugar; siempre se estará rodeado de lenguaje, comunicación, habla, etc. Esta se puede encontrar por ejemplo en publicaciones, es decir medios escritos como periódicos, libros, revistas, folletos, etc. Existen diferentes categorías y tipos de publicaciones que tienen consigo el mismo fin: transmitir un mensaje.

El diseño editorial, según Alvarez (n.d.), es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. Según Caldwell y Zappaterra (2014), una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar o puede articularse como una combinación de todas esas acciones.

Este tipo de diseño abarca la realización interior y exterior de textos tomando en cuenta su lectura, legibilidad, estética, entre otros factores. El objetivo del diseño editorial es, como todo el diseño gráfico, comunicar.

Cuando se habla de comunicar, se refiere a transmitir una idea utilizando diferentes elementos para contar una historia, una noticia, un artículo o simplemente un mensaje, logrando unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación. Además que permita expresar el mensaje del contenido, el cual este lleno de valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

El diseño editorial desempeña diversas funciones, tal como explican Caldwell y Zappaterra (2014), como dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera clara, de tal forma que el contenido final sea útil o informativo.

Ghinaglia (2009) expone cuatro aspectos importantes que median la forma de toda composición en el diseño, que son: la maquetación, el estilo gráfico, la retícula y las condiciones de impresión.

- **Maquetación:** este aspecto está ligado a las proporciones de los elementos de la página, pesos visuales, jerarquía, etc., se encarga en organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales. Ghinaglia expresa que este aspecto en la composición hace que exista un orden armónico de los elementos en la página o páginas, para que no haya discordancia visual. La maquetación hace que la información posea una propuesta funcional, atractiva y dinámica.
- **Estilo gráfico:** tiene que ver con el tipo de publicación, el propio estilo del diseñador y la información que se está dando a conocer. Ghinaglia menciona que se debe mantener un estilo gráfico funcional y atractivo de este modo la información se presentará de mejor manera ante el grupo objetivo.
- **Retícula:** uno de los aspectos más importantes en el diseño editorial, ya que es un sistema organizador (dentro de la maquetación) que distribuye la información en fragmentos manejables dentro de la composición. Este ordena y hace que exista una buena ubicación y escala en el diseño.
- **Condiciones de impresión:** el diseño de la publicación también tiene que contar con que se pueda reproducir, o que el diseño se adapte al sistema de impresión final que se utilizará para la reproducción de la publicación, de este modo el material final sea funcional y cumpla con el objetivo que desea.

## Tipos de publicaciones editoriales

Se puede dividir en tres, tal como explican Caldwell y Zappaterra (2014): periódicos y material que deriva de ellos, tal como revistas de gran tirada y microrevistas; publicaciones online, aquellas publicaciones digitales, libros digitales, etc. y material como catálogos, folletos y libros.

**Periódicos:** Como cita Zappaterra (2014) a Harold Evars “Un periódico es un vehículo para la transmisión de noticias e ideas. El diseño es una parte integral de ese proceso. Comenzamos con una hoja de imprenta en blanco y un mosaico de ideas que queremos comunicar y la misión del diseño consiste en presentar ese mosaico de una forma organizada y comprensible.”

El periódico es un medio masivo que llega con facilidad a las masas extiende Ghinaglia (2009), el contenido es sobre sucesos acontecidos, con diversas secciones que informan diferentes tipos de temas. El contenido y su diagramación varían según el tema, donde mayoritariamente está acompañado de fotografías.



Portada amnetwork, USA. Fuente: <https://pbs.twimg.com/media/COumfUJWIAkR-SSO.jpg>

**Revistas:** Han servido como un medio de información sobre un tema específico, que colecciona diferentes artículos, elementos gráficos y fotografías.

Existe una gran variedad de categorías destinadas al consumidor las cuales están clasificadas en diferentes tipos: científicas, informativas, de entretenimiento, de apoyo y fama; en las que se pueden encontrar temas femeninos, masculinos, de negocios, ocio, actualidad, deporte, estilo, etc.; cada una de ellas con un público definido y a menudo con ediciones nacionales diferenciadas.



Portada Time, USA.

Fuente: <http://www.imprimirmirevista.es/blog/wp-content/uploads/2012/02/tipos-portada-revistas.jpg>

**Publicaciones digitales:** Una publicación en línea es aquella que posee todas las características de una revista impresa, pero se encuentra en la red. Estas comenzaron como PDF en sitios web, que poco a poco fueron evolucionando adaptándolo a las necesidades del público, de manera que fuera más fácil de acceder a ellas. Con la llegada de dispositivos electrónicos como el iPad y tabletas electrónicas, estas publicaciones fueron un alivio ergonómico para la población.



Kioskoymas.com (Plataforma online de revistas)

Fuente: <http://rcmjit.es/wp-content/uploads/2016/04/kiosko.jpg>



**Libros:** Según Bhaskaran (2009) los libros pueden producirse en toda variedad de formas. Son todos los medios que compilan información y que pueden estar estructurados en múltiples unidades o sobre el mismo tema, de forma secuencial o aleatoria. Pueden estar conformados por uno o varios volúmenes que conforman una colección y su formato y aspecto varía de acuerdo al tipo de información que contenga, agrega Ghinaglia (2009).

Los libros se pueden encontrar de muchas formas y tamaños, los cuales se clasifican en cuanto a su contenido y no por su exterior. The Voyage to Magical North es un ejemplo de un libro sobre una novela juvenil que en este caso cuenta una historia.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/49450521/Voyage-to-Magical-North>

**Folleto y catálogos:** Folleto al que mayormente se le conoce como brochure en el lenguaje del marketing, es un impreso que sirve como instrumento divulgativo publicitario y que frecuentemente es distribuido de manera gratuita para comunicar e informar sobre determinado tema o determinada marca. Comúnmente es de carácter promocional y publicitario.



Folleto publicitario del Museo de Arte del Pacífico, Australia.  
Fuente: <https://www.kevintran.co/museum-of-pacific-arts>

## Material educativo

Dentro del material editorial se encuentran el material didáctico y el material educativo, que son materiales, que como su nombre lo indica, tratan contenidos educativos para mejorar la enseñanza y traslado de contenido.

Ospina (s.f.) explica que los materiales educativos están constituidos por todos los instrumentos de apoyo, herramientas y ayudas didácticas (guías, libros, materiales impresos y no impresos, esquemas, vídeos, diapositivas, imágenes, etc.) que se construyen o seleccionan con el fin de acercar a los estudiantes al conocimiento y a la construcción de los conceptos para facilitar de esta manera el aprendizaje. Están ligados directamente con el material didáctico debido a la orientación de aprendizaje que poseen ambos.

El diseño de este tipo de materiales, debe tener un enfoque pedagógico para generar un conocimiento didáctico integrador y una propuesta para la acción, que lo logre trascender y sea la herramienta principal de apoyo.

Para diseñar material educativo es preciso profundizar en elementos de ergonomía cognitiva tal como explica Leyva (s.f.). Se debe comprender cómo el ambiente puede promover ciertos aprendizajes a partir del uso correcto de factores como color, tipografía, imágenes, ilustración, etc. Se debe pensar los estilos de aprendizaje y conocer cómo aprenden las personas según su edad y nivel cognitivo.

Este material es un medio que estimula la función de los sentidos para acceder fácilmente a la información y adquisición de habilidades y destrezas para la formación de actitudes y valores.

Uno de los materiales educativos principales son los libros, ellos presentan y seleccionan la información más importante, dirigida directamente a la enseñanza y el aprendizaje como auxiliar del que imparte esos conocimientos.

## Recurso pedagógicos

Según la Real Academia Española (2017) la palabra “recurso” significa medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende; mientras que expone que “pedagogía” es la ciencia que se ocupa de la educación y la enseñanza. Por lo que se define como un medio que sirve para la enseñanza y educación.

Estos instrumentos sirven para que mediante su manipulación, observación o lectura ofrezcan oportunidades de aprender algo e intervengan en el desarrollo de la enseñanza de algún tema en específico. En otras palabras, es un respaldo al trabajo del facilitador que permite exponer determinados contenidos.

Entre sus funciones principales se destacan:

1. Proporcionar información para el estudiante
2. Una guía de aprendizaje ya que organizan la información que se desea transmitir
3. Ayudan a ejercitar las habilidades y desarrollarlas
4. Crean motivación e impulsan interés hacia el contenido.



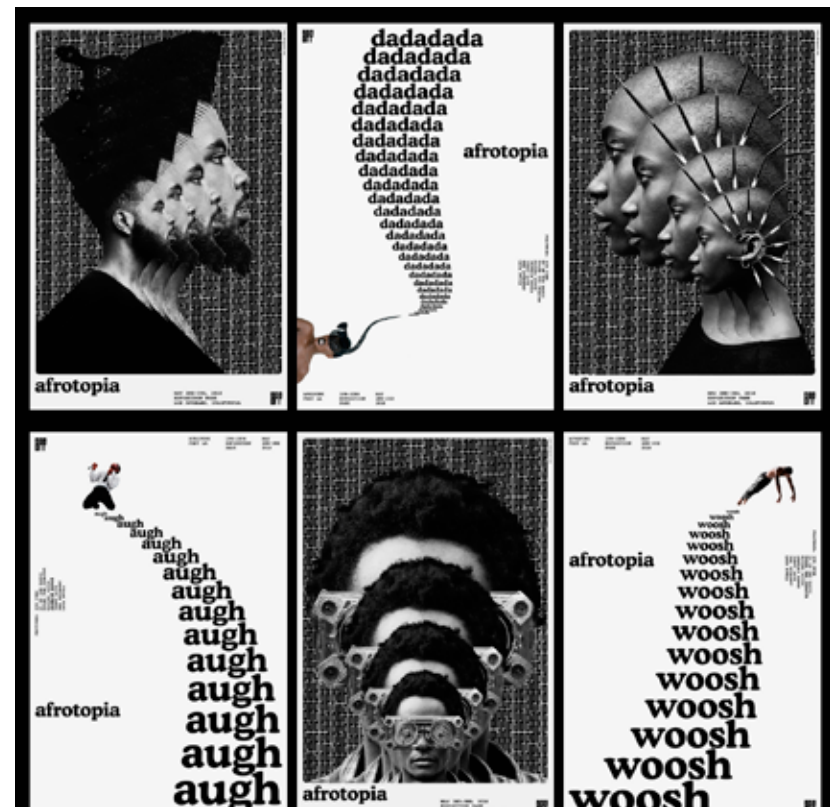
Fuente: <https://www.behance.net/gallery/25317923/Teaching-Youth-Studies-Book-Design>

## Material informativo

Uno de los materiales informativos para difusión o divulgación más comunes son los folletos, mejor conocidos como brochures y los catálogos.

Según Bhaskaran (2009) este tipo de publicaciones son herramientas de marketing creadas con el objetivo de vender un producto o servicio, cada uno de ellos dirigido a un público específico, con un propósito diferente.

Brochure Design Team (2016) explica que un brochure o folleto es una pieza de comunicación basada en papel, con objetivos comerciales, informativos y/o publicitarios. Bhaskaran complementa que es una de las formas más flexibles de todas las publicaciones y se crean en todo tipo de formas y tamaños.



<https://www.behance.net/gallery/53562613/AFROPUNK-Festival>

El brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que una compañía ofrece hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa.

Es decir, que abarca gran parte del material impreso propio de una empresa, y cada uno de los diversos tipos de brochure debe ser diseñado de manera diferente.

Este tipo de material informativo desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora.

- **Informativa:** La información que se utiliza puede ser para presentar a la compañía, producto o servicio de este. La información que se coloca debe ser clara y legible, de este modo se presentará lo más importante y que esta pueda cautivar al lector.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/17142513/Parada-do-Livro>

- **Identificadora:** Permite a quien los reciba reconocer automáticamente de qué compañía se trata y es una manera de presentarse ante el público que le otorga a la empresa un alto grado de prestigio y credibilidad. Esto permite que nuevas compañías se den a conocer utilizando diferente grafismo, combinación de tipografías, ilustración e incluso imágenes para quedar impregnados en la mente del consumidor.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/15221485/Artspeak-Glossary>

- **Publicitaria:** Es una herramienta muy asertiva en los aspectos de marketing y es una excelente manera de promover algún producto o servicio; esta puede ser una herramienta muy atractiva, ergonómica e incluso funcional para que el consumidor conozca y se empape de información. Este se presenta de manera repentina ante los ojos del grupo objetivo y produce un efecto de reconocimiento inmediato.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/17142513/Parada-do-Livro>

Costa (2008) afirma que el diseño gráfico está orientado específicamente a difundir mensajes útiles y utilizables para los individuos y la sociedad, un ejemplo de ello son los brochure.

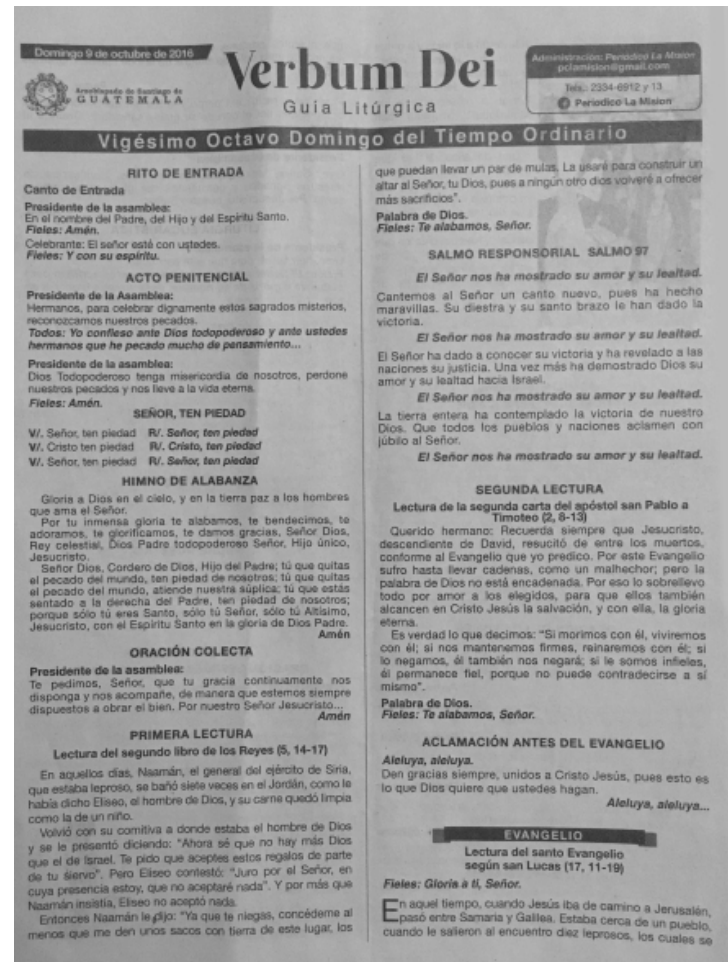
Un tipo de brochure puede ser tipo flyer. Este es una forma de publicidad que ha evolucionado con el paso de los años. El término flyer se remonta a los inicios de la aviación cuando desde los aviones estos se esparcían desde los aires con anuncios de diferentes productos y eventos. Usualmente contiene mensajes cortos y claros para llamar la atención, Beaty (2017) explica que normalmente se distribuyen a mano donde frecuenta el grupo objetivo, tienen diferentes formas y para generar impacto es recomendable utilizar color.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/42431515/Chefatwork-tri-fold-brochure-landscape>

Otro tipo de material informativo tipo brochure son los misales que según la Real Academia Española, un misal es “dicho de un libro: Que contiene el orden y modo de celebrar la misa.”

Vatican.va. (n.d.) explica que el uso de los misales por parte de los fieles laicos se practica desde hace más de dos siglos. Se llama misal al libro de la liturgia que contiene las oraciones que reza el sacerdote durante la Santa Misa, mismo que se da a los laicos en las misas dominicales como una guía litúrgica. Este material ayuda a difundir la guía de la misa que es impartida por un Sacerdote, la mayoría de ellas contienen mensajes de los Arzobispos u Obispos, e incluso anuncios pastorales.



Misal de Iglesia Cristo Rey zona 16 de Guatemala



## Información complementaria

A la hora de diseñar se deben tomar en cuenta diferentes factores técnicos, visuales e internos de cada una de las piezas. Bhaskaran (2009) expresa que no solo consiste en maquetar información, sino que también se debe tener en cuenta el tipo de contenido, la estructura del material y poder equilibrar texto, ilustración, imagen, gráfico, etc.

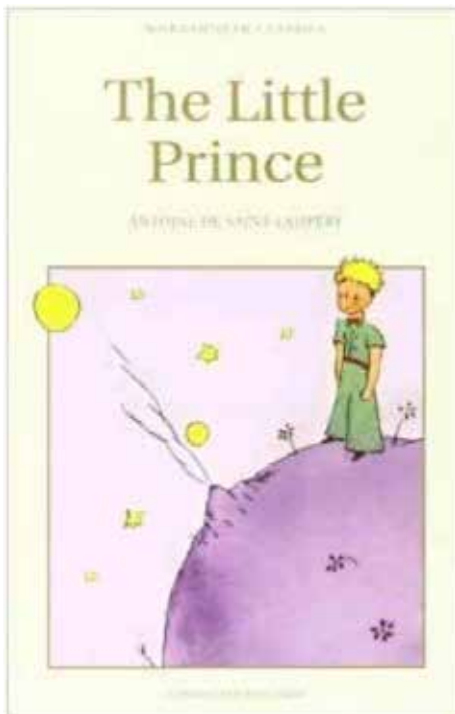
No se debe excluir ningún factor, así como la tipografía y el color, jerarquías, ritmos e incluso cuál es el formato perfecto. Hay que recordar aquel dicho “no juzgues un libro por su portada”, aunque en el diseño editorial la primera impresión sí cuenta, ya que es la que atrae al consumidor a tomar el material y que este no pase desapercibido.

## Portadas

“El sitio principal y más importante en el que hay que estampar la imagen de marca de una publicación y sus valores asociados es la portada.” - Caldwelly Zappaterra (2014)

La portada de cualquier tipo de publicación, además de llamar la atención, tiene que comunicar con claridad. Esta tiene una gran responsabilidad porque puede significarlo todo, siendo un éxito o, al contrario, dañar y ser un fracaso para toda la publicación. Debe, según Caldwell y Zappaterra, ser llamativa y sobresalir entre sus competidoras de manera que logre atraer la atención del lector en detrimento de aquellas. También debe seducir a los lectores para que se aventuren en su interior sin perder el apoyo de los que ya tiene.

Una de las portadas más reconocidas a nivel mundial es la del libro “Le Petit Prince “ que en español es “El Principito”. Portada con una ilustración simple.



El principito, novela francesa del escritor Antoine de Saint-Exupéry, ilustrada por el mismo.

Fuente: <https://imagenesl0.casadellbro.com/a/0/00/978847888720>

Dicha novela es reconocida internacionalmente y se le reconoce por su portada. Sin importar el idioma del título y a pesar que existen miles de versiones alrededor del mundo, las características del personaje y los elementos gráficos del original continúan siendo semejantes a las variaciones; de este modo la novela es reconocida y ha creado memorabilidad en el público.



Fuente: [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51364NhwLoL.\\_SX329\\_BO1,204,203,200\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51364NhwLoL._SX329_BO1,204,203,200_.jpg)



Fuente: [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/41SaYwqiV5L.\\_SY344\\_BO1,204,203,200\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/41SaYwqiV5L._SY344_BO1,204,203,200_.jpg)

## Comprensión en el texto

Prieto y Gutiérrez (1999) indican que la imagen está al servicio del texto escrito, es decir, como material de apoyo que permita su comprensión de una mejor manera.

¿Cómo lograrlo?

- Claridad y simplicidad de formas.
- Utilizar imágenes atractivas.
- Acentuar aspectos claves en imágenes.
- Repetición del detalle.
- Armonía en la composición.

Las imágenes ayudan a resaltar, identificar nudos temáticos fundamentales del texto.



Fuente: [http://www.adnstudio.com/wp-content/uploads/adn\\_editorial\\_casals\\_libros\\_numeros1.jpg](http://www.adnstudio.com/wp-content/uploads/adn_editorial_casals_libros_numeros1.jpg)

## Ritmos

Cualquier texto indica Pinzón (2015), tiene un tratamiento en el ritmo. Si tanto el texto como el discurso verbal están bien complementados, se logra una obra coherente y atractiva.

¿Cómo se logra ritmo?

a. Por juegos de tramas.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/408873/9/Pointer>

Juego de tramas se refiere a todas las maneras para mantener al lector entretenido con la lectura, que los juegos de texturas, tipografías, imágenes, etc., se mantengan con equilibrio y no puestos porque sí. El juego de tramas

se trabaja como una analogía visual al método de puntos utilizado en la industria gráfica, de manera que exista un orden lógico para el traslado de información.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/42872659/Influencias-Vanguardistas>

c. Juegos en blanco, cajas en blanco para poder llenar.



Fuente: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/2c/e5/57/2ce5577528ec717808d1a3fafb0b1409.jpg>

d. Repetición del mensaje visual.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/43384151/Beyond-Environment>

El mensaje visual debe percibirse y quedar plasmado en el subconsciente del lector. Se recomienda el refuerzo del mensaje visual y de esta manera se de el traslado de información. El mensaje visual se entiende como aquel sistema de códigos percibido por el órgano visual y que está encaminado a dar a conocer una idea.

e. Superposición de imágenes.



Fuente: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/2c/e5/57/2ce5577528ec717808d1a3fafb0b1409.jpg>

Alejandro Azurdia expresó en una clase de Diseño Editorial de la Universidad Rafael Landívar(2015) que una manera de establecer ritmos en textos, es la superposición de imágenes, ilustraciones, y juego de tipografías. La utilización de estos hace que la lectura sea fluida y dinámica para el lector y así la información es comprensiva y se retiene de mejor manera.

f. Juego de equilibrios y compensaciones.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/28398637/Book-cover-Mondadori>

El equilibrio visual existirá si se respeta el peso visual de las piezas dentro de una composición; en este caso en la parte editorial. El juego de formas y colores se debe manejar compensando espacios en blanco o utilizando elementos que pesen equitativamente.

## g. Por la cadencia de un texto.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/36422403/Le-Corbusier-Case-Study-Book>

Repetición de algunas características específicas a lo largo de la realización del texto, esto ayuda a que el mensaje principal se sitúe como mensaje principal

## h. Por la graduación de estímulos hasta llegar a un climax.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/36422403/Le-Corbusier-Case-Study-Book>

Motivar y crear estímulos visuales tanto con cajas de texto, diagramación, rompimientos, imágenes, etc., que lleven al punto más alto del tema.

## Variedad de unidad

Prieto y Gutiérrez (1999), indican que se entiende por unidad a la estructura de un texto, la parte escrita como conjugación del texto, lo icónico. La riqueza en la pedagogía es no mantener una unidad cerrada, sino enriquecer la misma a través de la variedad.

¿Cómo lograr unidad?

- a. Por las imágenes que contienen temas complementarios al eje central del texto.
- b. Riqueza expresiva conectada al estilo.
- c. Conjugación de diferentes ángulos.
- d. Recursos variados en diagramación.
- e. Amplio juego de recursos técnicos.
- f. Contrastes bien definidos.
- g. Variación en fuentes de inspiración de la imagen.

## Jerarquía

Según Aula informativa (2014), cada vez que elementos son organizados en base a cierto orden de importancia se crea una jerarquía. Si esa estructura se organiza de forma visual se le llama jerarquía visual y es un fundamento esencial en el área del diseño. En la jerarquía visual los elementos se diferencian en base a la forma en como estos lucen, su apariencia es un indicador de su orden de importancia y su relación con otros elementos.

Si se le entrega más peso a ciertos elementos estos se hacen más importantes. La jerarquía ayuda a que la información presentada sea procesada de manera más sencilla por los propios lectores. Existen diferentes técnicas para crear jerarquía visual, entre estas están:

**-Contraste:** el contraste se logra al aplicar color a la composición; entre más dramático sea el cambio de color más contraste genera, por ejemplo la utilización de los colores blanco y negro.



**-Color:** Al utilizar colores más brillantes estos suelen destacar más que los colores pastel por lo cual no solamente logran dar jerarquía sino que también dan estilo y personalidad.

**-Proximidad:** la proximidad es una manera de separar y agrupar elementos en una composición; mientras más próximos estén se pueden identificar como su jerarquía.

**-Tamaño:** elementos de mayor tamaño captan más rápido la atención del lector.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/24005615/Typographic-Exercises>

**-Alineación:** la ubicación de los elementos también permite indicar la importancia de estos. Por ejemplo, elementos en la parte de arriba de la composición tendrán mayor importancia que elementos en la parte baja de la composición.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/24005615/Typographic-Exercises>

## Tipografía

Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa y transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

Eguaras (2014) indica que como pieza fundamental tanto de un material impreso como un material educativo es importante tomar en cuenta su legibilidad. Ese aspecto es el que se debe considerar al elegir una tipografía en un material impreso.

Las serifas son las utilizadas en textos impresos extensos, como libros, revistas, periódicos ya que estas facilitan la lectura porque crean en el ojo la ilusión de líneas horizontales.

También para medios digitales porque se adaptan a mejor resolución. No hay un estándar que se pueda aplicar para los libros. Esto depende del tamaño del mismo, del ancho de las columnas de los márgenes y de la tipografía, ya que cada letra ocupa un espacio distinto en la línea. Por lo general, un cuerpo de letra entre 12 y 13 es un ta-

maño correcto, respetando el interlineado por defecto de la tipografía. Si se desea que el libro sea más extenso se estila aumentar el interlineado y así ganar espacio página a página.

Lo que se debe tener en cuenta es la cantidad de caracteres que entran en un renglón de texto. Se recomienda que sea entre 50 y 70 caracteres por renglón, ya que la vista debe realizar frecuentes saltos de línea para leer un libro y en los renglones largos el ojo debe realizar un recorrido excesivamente largo que termina cansando la lectura.



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/43191211/LArchitecture-DAujourd>

## Psicología del color

Eva Heller realizó una encuesta a 2000 personas en la que demostró que la relación de los colores con nuestros sentimientos no se combinan de manera accidental; estas asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales que están profundamente enraizadas en nuestro lenguaje y en nuestro pensamiento.

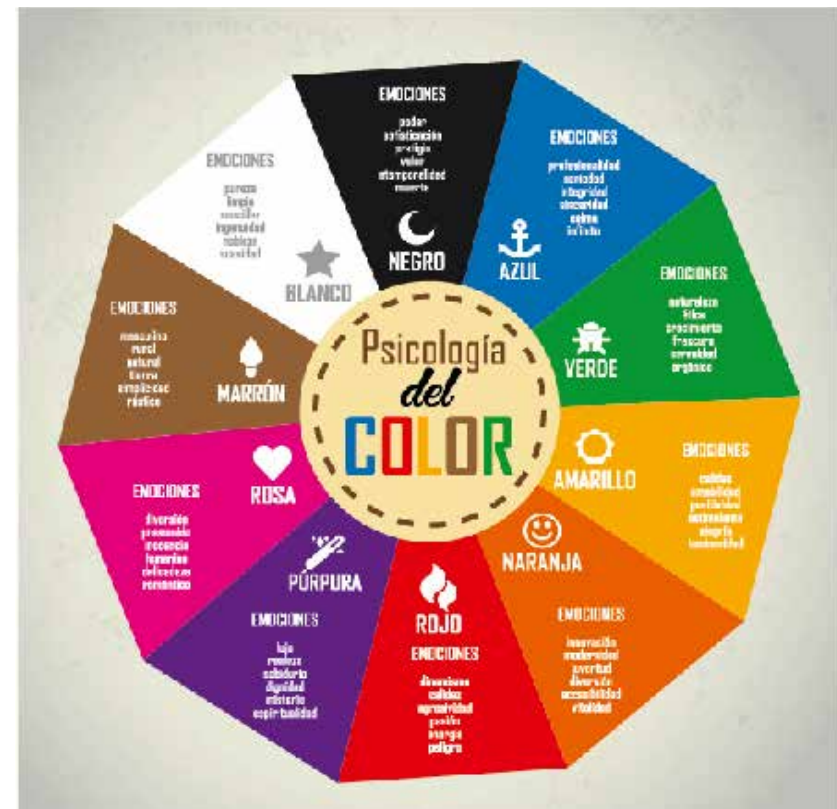


Costa, J. (2008) explica que los colores tienen una codificación y existe un ejemplo claro de la utilización de estos en la liturgia.

- El blanco representa la pureza y la luz; expresa alegría e inocencia, triunfo, gloria e inmortalidad. Se emplea en las fiestas del Señor, de la Virgen, de los santos ángeles y de los confesores en las ceremonias nupciales.
- El rojo significa el fuego, la sangre y el amor divino. Se utiliza en las fiestas del Espíritu Santo, iluminando la llama del amor divino y en las fiestas de los Mártires, en la Pasión y Pentecostés.
- El verde representa la esperanza, los bienes que tienen que venir, el deseo de la vida eterna. Es el color propio del año eclesial y de un gran número de fiestas y también de ciertos domingos antes de Pentecostés.

- El violeta es el simbolismo de la penitencia. Se utiliza en el Adviento, la Cuaresma, las Vigilias, los Cuatro Tiempos, Septuagésima y Plegarias.
- Negro simboliza luto y se reserva a las misas de difuntos y al Viernes Santo.

Además de los cinco colores litúrgicos, se utilizan el Amarillo en San José y el azul, color del cielo, en las fiestas de los ángeles.



Fuente: <https://eykpublicidad.files.wordpress.com/2015/06/publi-1.jpg>

06

# COMPRESIÓN GRUPO OBJETIVO



# INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Los diferentes instrumentos de medición sirvieron para recopilar la información más importante de los tres grupos objetivos: Agentes de Pastoral, familias que acuden a la Pastoral Familiar y el Clero. Dando como resultado la obtención de datos para definir los perfiles de cada uno de ellos.

Los métodos utilizados fueron encuestas y entrevistas.

## Encuesta Agentes de Pastoral

### Encuesta de preguntas abiertas y cerradas

Se empleó una encuesta en línea de 34 preguntas, **tanto abiertas como cerradas**, que se realizaron de manera electrónica para que los encuestados tuvieran la facilidad de contestar desde sus casas, trabajos, oficinas, etc. El lenguaje que se utilizó fue sencillo para que no existiera ninguna dificultad a la hora de ser respondidas, pero se utilizaron términos de Pastoral Familiar para reforzar determinadas preguntas (Anexo 3).

### *Metodología:*

La encuesta se realizó la semana del 26 de septiembre al 2 de octubre del año 2016 vía digital a 31 personas de ambos sexos, las cuales trabajan como Agentes de Pastoral Familiar o están afines al tema de la Sección de Familia.

### *Información que se desea conocer:*

1. Unidad de respuestas con el tema de Pastoral Familiar
2. ¿Cuál es el papel de la familia en sus vidas?
3. ¿Cuál es la importancia de tener una Pastoral Familiar en una parroquia?
4. ¿Cuál es la importancia de que las personas sean acompañadas por la Iglesia Católica?
5. Asociación del logotipo con Pastoral Familiar
6. Asociación de paleta de color y tipografía
7. Símbolos de unión.

### *Tipo de muestreo:*

Por conveniencia no probabilístico debido a que se seleccionaron a las personas por su cercanía al tema de Pastoral Familiar.

## Encuesta Familias Católicas

### Encuesta de preguntas cerradas

Se empleó una encuesta de manera electrónica de 28 **preguntas cerradas** que se realizaron de tal manera que los encuestados tuvieran la facilidad de contestar desde sus casas, trabajos, etc. El lenguaje, al igual que la encuesta anterior que se utilizó, fue sencillo con preguntas cortas para que los encuestados no tuvieran ningún problema a la hora de responder (Anexo 5).

#### *Metodología:*

La encuesta se realizó la semana del 26 de septiembre al 2 de octubre del año 2016 vía digital a 30 personas católicas de ambos sexos.

#### *Información que se desea conocer:*

1. Cercanía con la Iglesia Católica
2. Unión familiar
3. Importancia de la familia
4. Acompañamiento de la Iglesia
5. Distinción de símbolos religiosos (católico)
6. Asociación de paleta de color y tipografía

#### *Tipo de muestreo:*

Aleatorio simple debido a que se tomaron 30 personas católicas para la realización de la encuesta.

## Entrevista a el Clero

Se realizaron cuatro entrevistas semiestructuradas a tres Sacerdotes y un Obispo en la capital de Guatemala. Estas se llevaron a cabo en diferentes parroquias, seminarios y rectorías en la ciudad y sus alrededores. Las entrevistas duraron entre 45 y 90 minutos cada uno de ellas y las preguntas siguieron un guión preparado, que en el camino se amplió de acuerdo al tema.

#### *Metodología:*

Las entrevistas se realizaron los días jueves 7 y viernes 8 de octubre del 2016, en diferentes puntos de la capital y alrededores de Guatemala. Se realizaron entre 25 y 30 preguntas a lo largo de cada entrevista, dependiendo del Sacerdote.

*Información que se desea conocer:*

1. Unidad de respuestas con el tema de Pastoral Familiar
2. ¿Qué es la familia para ellos?
3. ¿Cuál es la importancia de tener una Pastoral Familiar en una parroquia?
4. ¿Cuál es la importancia de que las personas sean acompañadas por la Iglesia Católica?
5. Asociación del logotipo con la Pastoral
6. Asociación de paleta de color y tipografía
7. Símbolos que representan unión.
8. Experiencias con el tema familia

*Tipo de muestreo:*

Por conveniencia, no probabilístico debido a que se seleccionaron a las personas por su conexión directa al Clero.

*A continuación se muestran fotografías del **Sacerdote Juan Oliva** y del **Obispo Fray José Cayetano**:*



***Dos, Sacerdote y Obispo, de los cuatro entrevistados***

**Sacerdote Juan José Oliva Álvarez**  
Parroquia San Pablo Apóstol (Colonia Centro América,  
Zona 7, Guatemala)



**Fray José Cayetano Parra Novo, más conocido como “Padre Papito”**  
Rectoría San Agustín (11 Calle, 4-45 Zona 1,  
Guatemala)



# DEFINICIÓN DE PERFILES

*La definición del grupo objetivo no puede ser tan específica en los perfiles demográficos y geográficos debido a que la realización del proyecto es para todo el país.*

## Agentes de Pastoral Familiar

### Perfil geográfico:

Personas adultas que residen en Guatemala:

- Capital (mayoría de zonas, exceptuando las zonas 22 a 25)
- Mixco
- Interior del país (minoría).

*La mayor parte de Agentes de Pastoral se encuentran alrededor de la capital, esto debido a que hay una parroquia en cada sector del país.*

### Perfil demográfico:

- Personas adultas de ambos sexos de 25 años o más, siendo la mayoría entre los 41 y 50 años de edad.
- A nivel laboral, la mayoría es profesional.
- Se movilizan en automóvil, moto, bus y taxi.
- Nivel socioeconómico igual o superior a C-.
- La etnia a la que pertenecen la mayoría es ladina.

### Perfil psicográfico:

De acuerdo con el anexo 4, los matrimonios afines con el tema de Pastoral Familiar poseen las siguientes características en cuanto a conductas:

- El 100% de ellos son padres de familia
- El 80% de ellos es expresiva en su manera de contestar las preguntas.
- La lectura sigue siendo un pasatiempo importante para el 96% de ellos.
- El deporte y la música es variada; no existe uno que predomine sobre el otro.
- El 100% de ellos disfrutan la compañía de su familia y realizan actividades juntos. Desde un almuerzo familiar hasta una ida al cine.
- El 80% asisten a la Iglesia frecuentemente, hablamos de más de cuatro veces al mes, acompañados de su familia por diversas características: desde convicción, tradición, amor hasta devoción.
- El 77% empezó a asistir a la Iglesia cuando era niño.
- En su mayoría están de acuerdo con las etapas de la formación familiar que inicia con el noviazgo y termina con el matrimonio.

## Familias católicas

### Perfil geográfico:

Personas adultas que residen en Guatemala:

- Capital (mayoría de zonas, exceptuando las zonas 22 a 25)
- Mixco
- Carretera a El Salvador

### Perfil demográfico:

- Personas jóvenes y adultas de ambos sexos de 15 años o más, siendo la mayoría entre los 20 y 30 años de edad.
- A nivel laboral, son profesionales o estudiantes.
- La mayoría se movilizan en automóvil.
- Nivel socioeconómico es igual o superior a C+.
- La etnia a la que pertenecen la mayoría es ladina.

### Perfil psicográfico:

De acuerdo con el anexo 6, las familias católicas poseen las siguientes características en cuanto a conductas:

- El 67% no tiene hijos.
- El 70% prefiere música latina y pop, mientras que el deporte es muy variado y la lectura está presente.
- En su mayoría disfrutan la compañía de su familia.
- Muchos asisten a la Iglesia frecuentemente con su familia sin embargo, una cantidad pequeña de personas no asiste.
- Las familias son muy variadas, entiéndase como matrimonios jóvenes, adultos, familias disfuncionales, entre otras.
- El acompañamiento y la cercanía de la Iglesia Católica es importante para sus vidas.
- Las personas que tienen hijos inculcan en ellos la doctrina de la Iglesia Católica.
- La mitad de ellos conoce o ha escuchado sobre la Pastoral Familiar.

## Clero

### Perfil geográfico:

Hombres adultos que residen en Guatemala:

- Parroquias
- Rectorías
- Seminarios

Todos estos distribuidos a lo largo del país.

### Perfil demográfico:

- Personas adultas de sexo masculino de 25 años o más.
- A nivel laboral la mayoría es profesional en su área sacerdotal, también con estudios de licenciaturas en teología, filosofía, entre otras carreras.
- Se movilizan en automóvil, moto y bus.
- Nivel socioeconómico igual o superior a C-, dependiendo el apoyo parroquial.
- La etnia a la que pertenecen la mayoría, en la capital, es ladina; además existe una cantidad significativa de Sacerdotes extranjeros que residen en Guatemala, la mayoría españoles. Por otro lado, en el interior del país

hay una cantidad significativa de sacerdotes y seminaristas de etnia maya.

### Perfil psicográfico:

De acuerdo con el anexo 8, los sacerdotes poseen las siguientes características en cuanto a conductas:

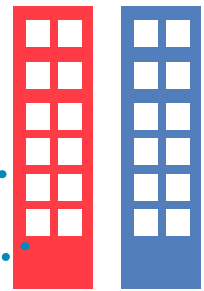
- El 80% de ellos encontró su vocación Sacerdotal entre los 15 y 20 años.
- La mayoría de ellos tienen temor a las entrevistas. Demostrando timidez al principio.
- Para el 100% la lectura es primordial.
- El deporte y la música les atraen.
- El 100% de ellos disfrutan el servicio a los demás, hacia niños, jóvenes, adultos y ancianos. Valoran más los principios éticos y morales que las personas que están fuera del tema religioso.
- Son apoyo para las Pastorales y la mayoría de ellos pasa su tiempo en sus parroquias.
- El 100% disfruta de su vocación y saca provecho de ello, se han convertido en apoyo para muchas familias como consejeros de vida.

# Infografía definición de perfiles

## Perfil geográfico



Residen en todo el país



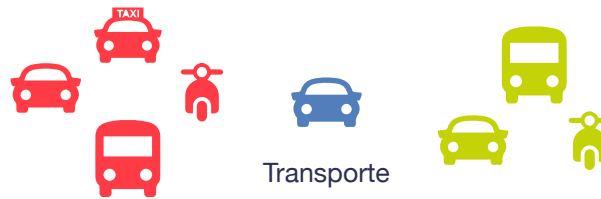
La mayoría reside en la capital.



La minoría se encuentra en el interior del país



Profesionales



Transporte



C-

C+

C-



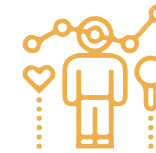
Ladinos



Ladinos, maya y españoles



## Perfil demográfico



## Perfil psicográfico



100% padres de familia



67% padres de familia



**80%**

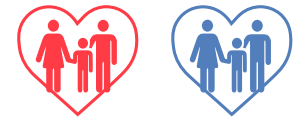


**60%**



**100%**

Pasatiempos



100% se inculca el amor a la familia y a Dios



Familias católicas



Agentes de Pastoral



Clero

07

# CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

---

# CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

## Pastoral Familiar

Sección Familia de la Comisión de Laicos y Vida Consagrada

### *Introducción*

Bajo una estructura del Pontificio Consejo de la Familia y el Secretario de la familia y la vida, trabaja la Comisión Nacional de Pastoral Familiar que desarrolló una imagen visual y material informativo con el fin de promocionarse a sí mismos ante el Clero, matrimonios que quieren ser Agentes de Pastoral y familias católicas para que se aboquen a ellos.

Los materiales constituyen una parte importante de la Pastoral Familiar porque son utilizados como herramientas fundamentales para su funcionamiento.

La estrategia de imagen visual, material informativo y material publicitario se manejaron de la siguiente manera:

1. Rediseño de imagen visual y branding
2. Diseño de manual Pastoral Familiar
3. Diseño en manuales de sectores
4. Flyers
5. Misales
6. Campaña redes sociales

## 1. Rediseño de imagen visual y branding

- **Objetivo:**  
Actualizar la imagen. Para conectar con el grupo objetivo, alejándose de lo tradicional. Se quiere una imagen que represente de manera fácil a Pastoral Familiar.
- **Elementos:**
  - Logotipo
  - Branding: tarjeta de presentación y aplicaciones.
- **Metodología:**
  - Aceptación de la imagen visual por el grupo objetivo.
  - Se pretende que identifique de manera directa a la Pastoral Familiar.
  - Cautivar a las familias católicas y conectarlas con Pastoral Familiar.

## 2. Diseño de manual

- **Objetivo:**  
Desarrollar el diseño del manual de Pastoral Familiar para que de este modo tenga unidad con el rediseño del logotipo y sea herramienta para capacitar a Agentes de Pastoral.
- **Elementos:**
  - Portada y contraportada
  - Tipografía
  - Logotipo
  - Diagramación de páginas interiores
- **Metodología:**
  - Se pretende que la imagen conecte con el tema familiar y tenga funcionalidad.
  - Una herramienta ergonómica para los Agentes que capacitan a los matrimonios católicos.



### 3. Manuales de sectores

- Objetivo:  
Unificar el diseño de los manuales de cada sector dando una solución al soporte y diseño, de manera que se vea que uno pertenece al otro.
- Elementos:
  - Diseño y diagramación
- Metodología:
  - Unificación de los cuatro manuales por sectores: Prematrimonial, Vida Matrimonial, Defensa de la Vida y Situaciones Irregulares.
  - Se pretende que el grupo objetivo los tenga como “tomos” del manual principal.

### 4. Flyers

- Objetivo:
  - Mostrar a las familias católicas que existe una Pastoral Familiar y puedan dirigirse a ella.
  - Trasladar información acerca de cada sector e informar de sus propósitos.
  -
- Elementos:
  - Información de Pastoral.
  - Información de los sectores: Prematrimonial, Vida Matrimonial, Defensa de la Vida y Situaciones Irregulares.
- Metodología:
  - Se pretende que se de a conocer la Pastoral Familiar y cautivar a las familias que asisten a la Iglesia.
  - Mostrar la nueva imagen de la Pastoral y las etapas que cubren los Agentes de Pastoral.

## 5. Misales

- Objetivo:
  - Ser una herramienta directa en las misas católicas para dar información acerca de Pastoral Familiar.
- Elementos:
  - Información de Pastoral.
  - Información de los sectores: Prematrimonial, Vida Matrimonial, Defensa de la Vida y Situaciones Irregulares
- Metodología:
  - Información clara y concisa.
  - Utilización en Misales de las Iglesias Católicas para las misas dominicales.

## 6. Redes sociales

- Objetivo:
  - Ser una herramienta facilitadora en redes sociales para llegar al grupo objetivo.
- Elementos:
  - Información de Pastoral.
  - Información de los sectores: Prematrimonial, Vida Matrimonial, Defensa de la Vida y Situaciones Irregulares
- Metodología:
  - Expectativa
  - Revelación
  - Mantenimiento

08

# DISEÑO DEL CONCEPTO






# DESARROLLO DEL PROCESO

Se presentaron cinco métodos de desarrollo de conceptos:

1. Lluvia de ideas
2. Palabras asociadas
3. Ideart
4. Lego Serious Play
5. Cuenta cuentos

Se utilizaron tres símbolos para identificar las mejores frases:

-  Identificar las mejores tres frases de cada método de conceptualización.
-  Identifica las mejores dos frases para fundamentar.
-  Identifica la mejor frase de cada método.



## Lluvia de ideas

Este proceso también conocido como “Brainstorming” es un proceso didáctico y práctico en el cual se intenta generar la creatividad mental respecto a un tema. La lluvia de ideas fue desarrollada por Alex Osborn en los años 30.

Se utilizó dicha técnica porque es la base para la generación de ideas, la cual amplía de manera general e importante las conexiones significativas de la idea que se está manejando. Es necesario utilizarla debido a que permite relacionar las palabras para la creación del concepto en sí y enlazarlas al tema de exposición.



# LLUVIA DE IDEAS

- |                |               |                 |                     |                |
|----------------|---------------|-----------------|---------------------|----------------|
| 1. Familia     | 23. Contraste | 45. Diferente   | 67. Experiencias    | 89. Conexión   |
| 2. Amor        | 24. Lineal    | 46. Abandono    | 68. Historias       | 90. Ángel      |
| 3. Corazón     | 25. Jesús     | 47. Simpático   | 69. Anécdotas       | 91. Cielo      |
| 4. Emoción     | 26. María     | 48. Sorpresa    | 70. Gozo            | 92. Equidad    |
| 5. Unión       | 27. José      | 49. Grupo       | 71. Emprendimiento  | 93. Base       |
| 6. Matrimonio  | 28. Nazareth  | 50. Conjunto    | 72. Superación      | 94. Suspiro    |
| 7. Papás       | 29. Joven     | 51. Variedad    | 73. Vida            | 95. Devoción   |
| 8. Cruz        | 30. Hijos     | 52. Tradiciones | 74. Felicidad       | 96. Equilibrio |
| 9. Iglesia     | 31. Abrazo    | 53. Cultura     | 75. Emoción         | 97. Hermano    |
| 10. Conexión   | 32. Escucha   | 54. Educación   | 76. Compartir       | 98. Católico   |
| 11. Vínculo    | 33. Acompañar | 55. Valores     | 77. Integral        | 99. Hermoso    |
| 12. Cuadro     | 34. Blanco    | 56. Principios  | 78. Fases           | 100. Estudio   |
| 13. Imagen     | 35. Luz       | 57. Alegría     | 79. Etapas          |                |
| 14. Especial   | 36. Armonía   | 58. Peleas      | 80. Observación     |                |
| 15. Sueño      | 37. Devoción  | 59. Equipo      | 81. Semilla         |                |
| 16. Todos      | 38. Celeste   | 60. Pilar       | 82. Pesebre         |                |
| 17. Capital    | 39. Orgullo   | 61. Núcleo      | 83. Burro           |                |
| 18. Cuadrado   | 40. Apoyo     | 62. Célula      | 84. Bebé            |                |
| 19. Azul       | 41. Líneas    | 63. Relación    | 85. Fortaleza       |                |
| 20. Piel       | 42. Alto      | 64. Convivencia | 86. Forma           |                |
| 21. Delgado    | 43. Espalda   | 65. Estrecho    | 87. Más             |                |
| 22. Diferencia | 44. Graciosa  | 66. Acogedor    | 88. Templo católico |                |

## Frases generadas por lluvia de ideas

- |                               |                             |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1. <b>Contraste de amor</b> ✓ | 17. Valores de contraste    |
| 2. Apoyo del vínculo          | 18. Delgado contraste       |
| 3. Vínculo de unión           | 19. Matrimonio de luz       |
| 4. Núcleo de fortaleza        | 20. Unión de paz            |
| 5. Armonía de luz             | 21. Diferencias que enlazan |
| 6. Forma de luz               | 22. Escucha de armonía      |
| 7. <b>Unión de amor</b>       | 23. Familia de amor         |
| 8. Base de unión              | 24. Pilar de respiro        |
| 9. Pilar de apoyo             | 25. Unión como la base del  |
| 10. Familia de gozo lineal    | amor                        |
| 11. Amigos de amor            |                             |
| 12. <b>Etapas de luz</b>      |                             |
| 13. Conexión de vida          |                             |
| 14. Devoción en el Cielo ✓    |                             |
| 15. Célula acogedora          |                             |
| 16. Espalda de amor           |                             |

### Fundamentación de frases elegidas por lluvia de ideas

#### Contraste de amor:

El amor es la fuerza más grande que mueve al mundo; hace que lo imposible pase. La familia nace del amor, lo contrastante es de qué manera el amor se interpreta de subjetivamente, es allí donde causa contraste interno. Representa los diferentes miembros de una familia que tienen un vínculo de amor.


#### Etapas de luz ☆

La pastoral trabaja con sectores de la vida, cada uno es una etapa que le pisa los talones al otro. Al pasarlos, una pequeña línea o punto de luz te ilumina y te hace crecer. Las etapas se pasan acompañadas, por lo que la familia se representa como la luz de apoyo y amor que la consagra.

## Palabras asociadas

Es una técnica que va de la mano con lluvia de ideas, porque también genera más ideas para llegar a algo más específico. Esta se desarrolla agregando palabras claves en las cuales se puedan desarrollar sub-palabras para “forzar” conexiones con la idea básica.

Se utilizó esta técnica ya que involucra llegar a algo específico desde lo general y de igual manera permite relacionar unas palabras con otras, tanto de manera abstracta como directa. Las palabras asociadas son muy parecidas a los sinónimos con la diferencia que en esta lista se agregan palabras que tengan conexión con la palabra base.





# PALABRAS ASOCIADAS

## Familia

1. Amor
2. Unión
3. Parentela
4. Familiares
5. Descendientes
6. Ascendientes
7. Clan
8. Prole
9. Estirpe
10. Linaje
11. Casta
12. Cepa
13. Grupo
14. Tronco
15. Conjunto

## Pastoral

1. Búcolica
2. Égloga
3. Pastoril
4. Pecuario
5. Encíclica
6. Circular
7. Misiva
8. Prelado
9. Eclesiástico
10. Cura
11. Clérigo
12. Ministro
13. Dios
14. Especial
15. Familia
16. Espiritualidad

## Unión

1. Fusión
2. Cohesión
3. Adherencia
4. Nexo
5. Vínculo
6. Trabazón
7. Mezcla
8. Amalgam
9. Soldadura
10. Aleación
11. Agregación
12. Amasijo
13. Empalme
14. Junta
15. Articulación
16. Acoplamiento
17. Asociación
18. Sociedad
19. Liga
20. Alianza
21. Coalición

## 22. Confederación

## 23. Sindicato

## Acompañamiento

1. Confianza
2. Seguridad
3. Certidumbre
4. Creencia
5. Promesa
6. Perspectiva
7. Ilusión
8. Optimismo
9. Compañía
10. Cortejo
11. Escolta
12. Séquito
13. Comitiva
14. Comparsa
15. Amistad

## Frases generadas por palabras asociadas

- |                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| 1. Unión de mezclas          | 17. Seguridad de amor     |
| 2. Clan circular             | 18. Séquito de amor       |
| 3. Promesa de grupo          | 19. Soldadura de familia  |
| 4. <b>Compañía de amor</b> ✓ | 20. Vínculo invisible     |
| 5. Seguridad circular        | 21. Espiritualidad segura |
| 6. Vínculo de descendencia   | 22. Creencia de fusión    |
| 7. Compañía de amor          | 23. Promesa de alianza    |
| 8. Sociedad en Conjunto      | 24. Perspectiva de amor   |
| 9. <b>Familia de unión</b>   | 25. Promesa sin fecha     |
| 10. Espacio de promesas      |                           |
| 11. Círculo de familia       |                           |
| 12. <b>Amor de mezclas</b> ✓ |                           |
| 13. Confianza de promesa     |                           |
| 14. Vínculo Pastoral         |                           |
| 15. Movimiento de amor       |                           |
| 16. Comitiva de ilusión      |                           |

### Fundamentación de frase elegida por palabras asociadas

#### Compañía de amor: ☆

Una familia es la base del acompañamiento de la vida, por lo que compañía de amor hace alusión a todo el amor que un grupo de personas brinda de manera desinteresada. La paleta puede influir mucho en la manera de la realización gráfica de este. La unión, cercanía y “fragancia” de la frase conectan con la Pastoral Familiar.

#### Amor de mezclas:

La familia nace de dos personas que inician como extraños pero luego se mezclan por amor. La familia es la mezcla de circunstancias, valores, culturas y muchas más características, no importa si una de esas sea de las “que no se mezclan como el agua y el aceite”, al final habrá unión por el amor y Dios.

## Ideart

Esta es una técnica creada en el año 2000 por Franc Ponti, que consiste en la generación de ideas dentro del ámbito del pensamiento proactivo. ¿Cómo funciona? Ante un determinado foco creativo, se escoge de manera intuitiva imágenes que puedan generar analogías y asociaciones. Esta consiste en describir una imagen y “jugar” con las ideas que puedan resultar de ella. Finalmente, depende de la capacidad analógica de los usuarios que usen esta técnica, quienes deberán desarrollar frases y movimientos creativos.

Por la misma razón se utilizó esta técnica con dos imágenes relacionadas con familia de manera que se puedan encontrar frases realmente creativas y conectadas al concepto.



# IDEART

## Imagen 1



[http://3.bp.blogspot.com/-PpY\\_KJ8C0kQ/VYh5QlgnOri/AAAAAAAAADZk/G8vNbO-QhWU/s1600/topic.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-PpY_KJ8C0kQ/VYh5QlgnOri/AAAAAAAAADZk/G8vNbO-QhWU/s1600/topic.jpg)

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| 1. Convivencia   | 23. Claro       |
| 2. Amor          | 24. Futuro      |
| 3. Sostén        | 25. Unidad      |
| 4. Fuerza        | 26. Amistad     |
| 5. Hogar         | 27. Interacción |
| 6. Alegría       | 28. Habla       |
| 7. Bendición     | 29. Historia    |
| 8. Familia       | 30. Anécdota    |
| 9. Unión         | 31. Compromiso  |
| 10. Vínculo      | 32. Fidelidad   |
| 11. Figura fondo | 33. Casa        |
| 12. Especial     | 34. Recto       |
| 13. Manos        | 35. Irregular   |
| 14. Enseñanza    | 36. Sabio       |
| 15. Felicidad    | 37. Sostén      |
| 16. Respeto      | 38. Cariño      |
| 17. Base         | 39. Enlace      |
| 18. Estructura   | 40. Estrecho    |
| 19. Corazón      |                 |
| 20. Todo         |                 |
| 21. Siluetas     |                 |
| 22. Vida         |                 |

## Imagen 2



<http://1.bp.blogspot.com/-6CvPM4Gjp18/T1ZnTHixELI/AAAAAAAAAE0/56m0wPqrh2s/s1600/ACOMPA-1.JPG>

- |                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| 1. Acompañar       | 23. Habla         |
| 2. Estar           | 24. Entendimiento |
| 3. Escuchar        | 25. Silueta       |
| 4. Dar             | 26. Camino        |
| 5. Amar            | 27. Mano          |
| 6. Caminar         | 28. Tú            |
| 7. Esperar         | 29. Ella          |
| 8. Desinterés      | 30. Entrega       |
| 9. Sobras          | 31. Ilusión       |
| 10. Pasos          | 32. Próximidad    |
| 11. Crecimiento    | 33. Lugar         |
| 12. Espiritualidad | 34. Huella        |
| 13. Amor           | 35. Grano         |
| 14. Hermandad      | 36. Paciencia     |
| 15. Padre          | 37. Tiempo        |
| 16. Madre          | 38. Intercambio   |
| 17. Palabras       | 39. Luz           |
| 18. Creación       | 40. Integridad    |
| 19. Detrás         |                   |
| 20. Dentro         |                   |
| 21. Unión          |                   |
| 22. Habla          |                   |

## Frases generadas por Ideart

- |                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. Figura fondo de estructura | 17. Huella en el camino         |
| 2. Estructura de vida         | 18. Ilusión del tiempo          |
| 3. Siluetas de amor ✓         | 19. Integridad en un grano      |
| 4. Hogar sobre vínculo        | 20. Crecimiento en conjunto     |
| 5. Unidad de vida             | 21. Dentro del amor             |
| 6. Sostén de crecimiento      | 22. Divina creación             |
| 7. Estructura desinteresada ✓ | 23. Detrás del amor             |
| 8. Vínculo de bendición       | 24. Habla y escucha             |
| 9. Interacción de corazón     | 25. Acompañamiento en el tiempo |
| 10. Claro hogar               |                                 |
| 11. Palabras de amor          |                                 |
| 12. Huella de amor            |                                 |
| 13. Camino de la mano         |                                 |
| 14. Base de comunicación      |                                 |
| 15. Vida detrás de la huella  |                                 |
| 16. Intercambio de luz        |                                 |

### Fundamentación de frase elegida por Ideart

#### Siluetas de amor: ☆

Una silueta es una vista de cierto objeto o escena que consiste en el esquema y un interior sin rasgos distintivos, que agregada con amor para hacer referencia a una base de unión invisible que crean las familias.

#### Estructuras desinteresadas:

Un hogar necesita una estructura para no caerse, así mismo funciona una familia, es la base (escuela) de la vida donde se forma una persona de manera desinteresada, esta realmente ligada al amor y la confianza.

## Design thinking

### *Lego Serious Play*

Design thinking sirve para generar ideas centrándose en entender y dar soluciones a las necesidades de la persona que lo utiliza. En español la manera literal de decirlo es “pensamiento de diseño”. Esta técnica se desarrolló de forma teórica en la Universidad de Stanford en California, Estados Unidos, a partir de los 70’s.

Esta se desarrolla siguiendo un proceso en el que se ponen en valor 5 características diferenciales: generación de empatía, trabajo en equipo, generación de prototipos, promoción lúdica y desarrollo de técnicas visuales.

La técnica que se utilizará se llama Lego Serious Play que se basa en desbloquear la imaginación creando, inventando, construyendo y elaborando. Nos ayuda, según Camacho (s.f.), a difundir nuestra cultura como marca, imaginar futuros escenarios, encontrar un propósito, definir nuestra estrategia de marca, promover la innovación, fomentar el pensamiento creativo, visualizar las necesidades del cliente, construir un equipo de trabajo comprometido con la tarea y diseñar una estrategia en tiempo real.



# LEGO SERIOUS PLAY

## LSP 1

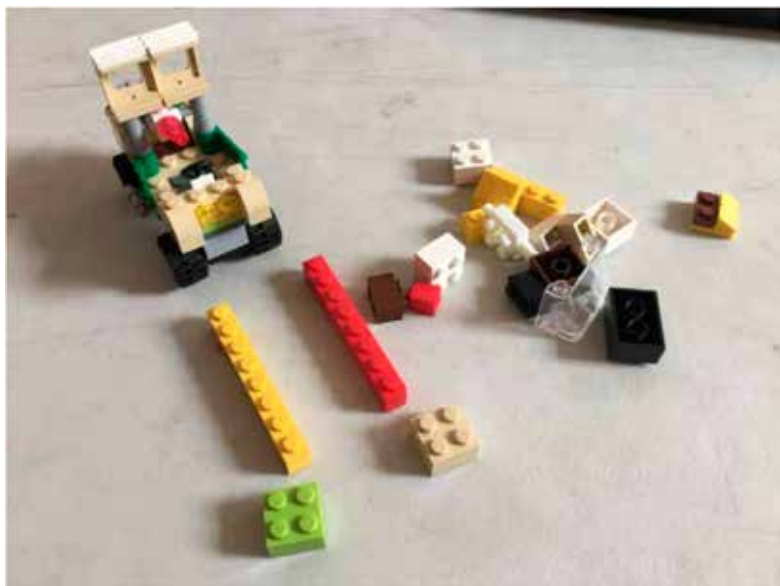


- |                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| 1. Torre                 | 21. Bloque        |
| 2. Piezas                | 22. Fuerza        |
| 3. Alto                  | 23. Color         |
| 4. Mayor                 | 24. Unidad        |
| 5. Función               | 25. Recto         |
| 6. Una sirve por la otra | 26. Rompe cabezas |
| 7. Diferencia            | 27. Mezcla        |
| 8. Creación              | 28. Control       |
| 9. Estructura            | 29. Uso           |
| 10. Base                 | 30. Altura        |
| 11. Utilidad             |                   |
| 12. Exploración          |                   |
| 13. Subida               |                   |
| 14. Unidades             |                   |
| 15. Conformación         |                   |
| 16. Colores              |                   |
| 17. Armonía              |                   |
| 18. Bloques              |                   |
| 19. Luz                  |                   |
| 20. Edificio             |                   |
- Frases Lego Serious Play #1**
1. Torre de armonía
  2. Bloques de estructura
  3. Bloques de amor
  4. Vínculo de diferencia
  5. Conformación de bloques



# LEGO SERIOUS PLAY

## LSP 2



1. Camino
2. Guía
3. Bloques
4. Baches
5. Vía
6. Unión
7. Juntos
8. Timón
9. Llantas
10. Obstáculos
11. Diferencia
12. Un todo
13. Duro
14. Difícil
15. Movimiento
16. Futuro
17. Horizonte
18. Exploración
19. Desafío
20. Obstáculos
21. Firmeza
22. Cuatro
23. Prueba
24. Final
25. Destino
26. Conjunto
27. Vista
28. Encaje
29. Caída
30. Vida

### Frases Lego Serious Play #2

1. Camino acompañado
2. Un todo de exploración
3. Diferencia que crea unidad
4. Caminos que nos unen
5. Desafío de vínculo

# LEGO SERIOUS PLAY

## LSP 3



1. Caja
2. Tesoro
3. Visible
4. Detrás
5. Preciado
6. Círculo
7. Fuerza
8. Bendición
9. Función
10. Acogimiento
11. Guardado
12. Dentro
13. Corazón
14. Sentimientos
15. Valores
16. Hogar
17. Encuentro
18. Inexplicable
19. Acontecimientos
20. Escondido
21. Encerrado
22. Duro
23. Cuadrado
24. Caja
25. Secretos
26. Cerrojo
27. Código
28. Familia
29. Corazón
30. Sentimientos

### Frases Lego Serious Play #3

1. Caja de valores
2. Caja de hogar
3. Dentro del tesoro
4. Fuerza de lo invisible
5. Fuerza de amor y valores

## Frases generadas por Lego Serious Play

Dentro del método de Lego Serious Play de Design thinking se desarrollaron tres estructuras con legos, de las cuales surgieron 30 palabras para generar 25 frases conceptuales.

- |                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. Torre de armonía ✓         | 16. Dentro del corazoón      |
| 2. Bloques de amor            | 17. Sentimientos de un hogar |
| 3. Bloques de estructura      | 18. Círculopreciado          |
| 4. Vínculo de diferencia      | 19. Caja escondida de amor   |
| 5. Conformación de bloques    | 20. Valores del tesoro       |
| 6. Camino acompañado          | 21. Corazón dispuesto        |
| 7. Un todo de exploración     | 22. Explosión de valores     |
| 8. Diferencia que crea unidad | 23. Fuerza de valores        |
| 9. Caminos que nos unen       | 24. La vida está dentro      |
| 10. Desafío de vínculos       | 25. Valores y amor del hogar |
| 11. Caja de hogar             |                              |
| 12. Caja de valores           |                              |
| 13. Dentro del tesoro         |                              |
| 14. Fuerza de amor y valores  |                              |
| 15. Fuerza de lo invisible ✓  |                              |

Funadamentación de frase elegida por

Lego Serious Play ☆

**Torre de armonía:**

Una torre construida por diferentes piezas es la analogía perfecta de una familia. Una familia se sostiene por individuos que son diferentes uno de otro, donde muchas veces lo que los unen son las pequeñas características que tienen en común creando armonía entre ellas.


**Fuerza de lo invisible:**

El factor más importante es la unión y el amor, son elementos invisibles que no compiten uno de otro. La fuerza que tienen esos elementos hacen que un hogar sea estable y único.

## Design thinking

### *Cuenta cuentos*

La técnica que se utilizará se llama cuenta cuentos que se basa en promover la generación de hipótesis de uso. Consiste en explicar y generar ideas mediante a la narración de una historia del entrevistado, de esta manera se generan ideas lógicas junto al tema.



# CUENTA CUENTOS

## Fray José Cayetano Parra Novo, más conocido como “Padre Papito”

En la entrevista contó una de sus anécdotas la cual sirve perfectamente para la realización de este método.

“Hace muchos años, cuando recién regresaba a la capital, tras haber estado 18 años en Alta Verapaz, pasé otros 18 años entregado a la feligresía de la Parroquia San Martín de Porres de la zona 15, del área metropolitana.

Encontré muchas **diferencias** acerca del tema familia. Recuerdo muy bien que me acerqué a un niño que estaba triste, hablamos de **familias** que viven por z.15. Un niño con padre y madre, me acerco y le pregunto ¿Qué **tienes?**, el me contesta: nada Papito solo no me **siento** bien. Por lo que vengo lo abrazo, lo beso y le digo que lo quiero mucho, que no está solo, tras estas **acciones** el niño comienza a llorar, me abraza y dice “mi papá nunca me **abraza** como usted lo hizo, menos decirme que me

quiere, lo **único** que hace es darme dinero y comprarme cosas, no se da cuenta lo que realmente **necesito**, a él.”

Fue allí donde me di cuenta que muchas familias **perdieron** la noción del **significado** de familia. Claro, no podemos comparar a todos los jóvenes mareros que están peleando con la **vida** por no tener un papá (la mayoría de ellos), una mamá prostituta, adicta o delincuente, o tener un abuelo o un tío que te dice que eres una basura todo el tiempo. Este niño **resonó** en mi **corazón** y es por eso que todos necesitamos de una Pastoral Familiar, porque la familia olvida qué es ser una familia, que el tener hijos y estar casado no es nada, sin amor, sin **armonía**, ¿dónde **encuentro** mi **hogar?**”.

## Frases generadas por Cuenta cuentos

- |                               |                             |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1. Necesidad de amor          | 16. Vida con significado    |
| 2. Hogar de corazón           | 17. Encuentro del hogar     |
| 3. Sentimiento que diferencia | 18. Casa de amor            |
| 4. Sentir amor                | 19. Encuentro de emoción    |
| 5. Encuentro del hogar ✓      | 20. Diferencia que une      |
| 6. Olvida de Emoción          | 21. Armonía del corazón     |
| 7. Regocijo de hogar          | 22. Necesidad de encuentro  |
| 8. Tener encuentro familiar   | 23. Sentir de confianza     |
| 9. Armonía del corazón ✓      | 24. Corazón de vida         |
| 10. Confianza de lucha        | 25. Única necesidad de amor |
| 11. Casa de amor              |                             |
| 12. Encuentro en el hogar     |                             |
| 13. Situación de significado  |                             |
| 14. Vida de poder             |                             |
| 15. Lucha de soledad          |                             |

### Fundamentación de frase elegida por Cuenta cuentos

#### Encuentro del hogar:

Reunirse con las personas que se quieren en un encuentro armonioso y en un lugar estable se llama hogar. El encuentro de elementos dentro de un todo lleva al crecimiento personal.

#### Armonía del corazón: ☆

Sentirse querido es más que el sentimiento, llegar a sentir el sentido de la vida. Cuando hay familia, lo hay todo porque estás con la bendición de Dios. Dentro de un hogar de paz, confianza y apoyo.

# FRASES GENERADAS DE LOS CINCO MÉTODOS

## Frases elegidas de Lluvia de Ideas

- Contraste de amor
- Etapas de luz

## Frases elegidas de Palabras Asociadas

- Compañía de amor
- Amor de mezclas

## Frases elegidas de Ideart

- Siluetas de amor
- Estructuras desinteresadas

## Frases elegidas de Lego Serious Play

- Torre de armonía
- Fuerza de lo invisible

## Frases elegidas de Cuenta Cuentos

- Encuentro del hogar
- Armonía del corazón

## Combinación de frases

1. Torre luminosa de armonía
2. Torre de luz y armonía
- 3. Luz en la torre de armonía**
4. Torre de amor y fuerza
5. Familia base de luz
6. Mezcla de amor
7. Fuerza de encuentro en el hogar
8. Etapas de estructuras
9. Mezcla de vida
10. Valor de las siluetas que están detrás
11. Fuerza de luz
12. Amor como encuentro
13. Torre de hogar
14. Luz y amor, base de la torre
- 15. Torre armoniosa de luz ☆**

Frase final:

**Torre armoniosa de luz**

# SIGNIFICADOS DENOTATIVO Y CONNOTATIVO

## Torre armoniosa de luz

### Torre

#### Denotativo

Las torres son construcciones que se caracterizan por su altura. A diferencia de otros edificios que se extienden a lo largo de la superficie, las torres se desarrollan a lo alto. Por eso se dice que aprovechan el espacio aéreo.

#### Connotativo

Alto  
Grandeza  
Superior  
Meta  
Luz

### Armoniosa

#### Denotativo

Se refiere a la conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras, connotando generalmente belleza.

#### Connotativo

Familia  
Unión  
Amor  
Corazón  
Sensación  
Vínculo

### Luz

#### Denotativo

Hace referencia a algo que emite luz propia o artificial; comprendiendo que la luz es una energía que permite que percibamos los objetos a través del sentido de la vista.

#### Connotativo

Iglesia  
Dios  
Unidad  
Acompañamiento



# CONCEPTO ELEGIDO

## Torre armoniosa de luz

Torre se define como una construcción que se caracteriza por su altura y a diferencia de los otros edificios, se extiende a lo largo de la superficie desarrollándose a lo alto; siendo una analogía de la familia en cuanto a cómo esta crece creando estructuras de amor y valores para formar un hogar.

Resaltando el vínculo existente en un hogar se emplea la palabra “armonía” como parte del concepto enfatizándose de dos maneras: creación de equilibrio, proporción y correspondencia entre diferentes cosas de un conjunto; y entendimiento en un grupo de personas, en este caso la familia.

Por otro lado, la frase conceptual conecta con “etapas de luz” esto dentro de la palabra “luminosa” en la que la estructura de la torre se está creando parte por parte, respetando las etapas de la vida para cuando se construya la luz que forme la armonía del hogar.

Cabe mencionar que el concepto representa temas claves de la Pastoral Familiar, siendo la base y comprensión de lo que son.

# CONCEPTO CENTRAL

**Concepto:** Torre armoniosa de luz

## Análisis desde el diccionario

### Torre:

1. Construcción fortificada, más alta que ancha y utilizada para defender una ciudad o plaza.
2. Edificio más alto que ancho y que en las iglesias sirve para colocar las campanas, y en las casas para esparcimiento de la vista y para adorno.
3. Edificio de mucha más altura que superficie.

### Armonía:

1. Bien concertada y grata variedad de sonidos, medidas y pausas que resulta en la prosa o en el verso por la feliz combinación de las sílabas, voces y cláusulas empleadas en él.
2. Proporción y correspondencia de unas cosas con otras en el conjunto que componen.

### Luz:

1. Agente físico que hace visibles los objetos.
2. Claridad que irradian los cuerpos en combustión, ignición o incandescencia.

RAE [<http://dle.rae.es/>]

## Explicación desde la extensión

### *Vinculación con el eje del proyecto y cliente:*

El concepto con los ejes del proyecto funcionan de la siguiente manera:

### *1. Vinculación con el cliente – Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala*

Por medio del concepto se desea representar la estructura que posee una familia pasando por las diferentes etapas de vida, ligado directamente con la Pastoral Familiar y dando énfasis en el acompañamiento de las familias.

### *2. Vinculación con el eje temático – Solidaridad y desarrollo*

Se vincula con los temas de solidaridad y desarrollo puesto que se crea la analogía que la familia es la base (como la estructura de la torre) para el desarrollo de la sociedad. La solidaridad y el desarrollo se desenvuelven en la manera que la Pastoral Familiar crea un acompañamiento para formar de manera correcta las bases de un hogar donde exista amor y armonía.

### *3. Vinculación con los grupos objetivos – Clero, nuevos Agentes de Pastoral y familias católicas*

El concepto se vincula con los grupos objetivos debido a que cada uno de ellos es una etapa de crecimiento para la formación del hogar. Cada uno interfiere en el trabajo del cliente, de manera que se crea una conexión estable y directa a la hora de formar las bases del crecimiento de vida de una familia.

### *4. Vinculación con el desarrollo del proyecto*

Se vincula con el desarrollo porque conecta con cada aspecto de la Pastoral Familiar, desde el asesoramiento de los Sacerdotes y el acompañamiento de los Agentes en cada sector de la vida de las familias católicas que acuden para ser evangelizadas. El concepto tiene una estructura que establece etapas, las cuales se respetan para la correcta formación de la familia.

## **Explicación desde la comprensión**

El concepto como se menciona anteriormente, se vincula con el proyecto en cada una de las fases a través de la unión de etapas, estructura, armonía, hogar y luz. Las tres palabras elegidas van más allá de su significado textual, por lo que se genera una base para realizar el trabajo gráfico.

Se eligió “torre” como alusión a una estructura formada por bases (etapas) que siempre van hacia arriba, de modo que encuentren la “luz” para dar armonía a la célula básica de la vida, la familia.

La elección de palabras básicas hacen que los valores y principios en el desarrollo de la comunicación de la Pastoral Familiar se entiendan de mejor modo, puesto que cada una de las palabras e insigh se unen para alcanzar los objetivos del proyecto.

## Concepto complementario

### *Etapas de luz*

Etapas se define como la distancia de un determinado camino recorrido el cual análogamente se toma como las fases que recorren una familia para crecer y vivir en armonía y paz; por lo que la palabra “luz” se liga directamente debido a que es la guía espiritual que Dios hace para que cada una de las etapas se viva de manera correcta llena de felicidad.

Dicho concepto complementario se conecta con Pastoral Familiar debido a que las etapas son los sectores que ellos abordan: prematrimonial, defensa de la vida, vida matrimonial y situaciones irregulares; las cuales siempre están acompañadas y guiadas por Dios.

09

# CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

---

# VISUALIZACIÓN DEL CONCEPTO

Para la realización de la visualización del concepto se estructuró un cuadro con cuatro pilares importantes para el desarrollo del proyecto. En el anexo 8 podemos observar la interpretación del mismo para dar como resultado la visualización conceptual y gráfica.

## SÍMBOLOS Elemento

### Función

Representar cada sector que Pastoral Familiar acompaña.

### Expresión

**Prematrimonial:** Unión de pareja  
**Defensa de la vida:** Vida nueva  
**Vida matrimonial:** Camino de amor  
**Situaciones irregulares:** Acompañamiento de Dios en situaciones difíciles

### Tecnología

Íconos, formas y figuras para destacar los sectores, información importante. Niveles de abstracción media y alta. Pueden incluirse tipos de ilustración para combinados con la abstracción.



# TIPOGRAFÍA

## Elemento

### Función

Traslado de información de manera jo-  
vial y clara

### Expresión

Sensación de confianza y seguridad

### Tecnología

Tipografía Sans serif y serif, jerarquías  
visuales. Variación de familias tipográ-  
ficas.



# IMAGEN VISUAL - IMAGOTIPO

## Elemento

Función	Expresión	Tecnología
Ser el sello distintivo.	Proporción y equilibrio	Imagotipo, formas y tipografía San serif.

**Peixoto**



 **Volalá**™



# COLOR

## Elemento

### Función

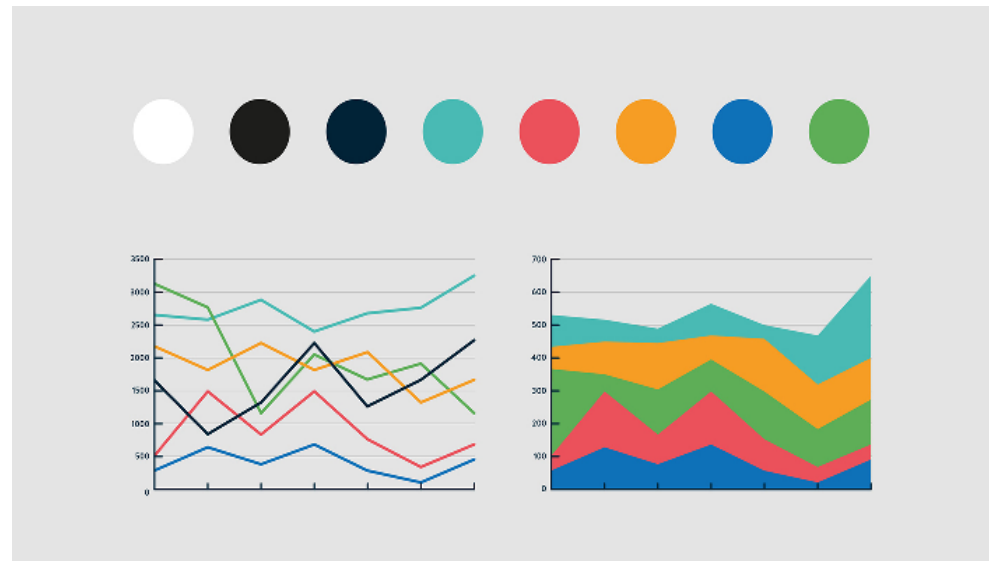
Crear conexión con el tema y con el grupo objetivo.

### Expresión

Jovialidad, actualidad y unión

### Tecnología

Mezcla de paletas, colores fríos y cálidos.



# VISUALIZACIÓN GRÁFICA

## 1. Imagotipo

Como se explicó en visualización del logotipo, su *función es ser el sello distintivo*, por lo que se utilizará un imagotipo para representar los valores principales de Pastoral Familiar.

### Ejes



- Líneas como base
- Ejes curvos
- Unión de formas

### Tipografía



- Variación de tipografías
- San serif y serif

### Color



- Colores que connoten valores ligados a la frase
- Unión, amor, confianza, sabiduría, etc.

### Elementos gráficos



- Unión de formas
- Abstracción de figuras.
- Expresión de armonía

## 2. Manual de Pastoral Familiar

Rediseño del Manual de Pastoral Familiar, tomando en cuenta los elementos gráficos, tipografía y color.

### Ejes



- Juego de fondos y tipografía
- Importancia al logo
- Diagramación fluida

### Tipografía



- Jerarquías visuales
- Tipografía San Serif

### Color



- Colores que connoten los valores principales.
- Sobriedad, confianza y formalidad





### Elementos gráficos



- Elementos que apoyen la transmisión del tema.

### 3. Manuales de sectores

En base a la visualización de las áreas de diseño, la tipografía debe trasladar la información siendo legible y dinámica. La paleta de color debe cautivar al grupo objetivo y respetar su connotación. No alejarse del Manual de Pastoral, creando enlaces y vínculos.

<p><b>Ejes</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de mismas columnas</li> <li>• Variación de estructura</li> </ul>
<p><b>Tipografía</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grande</li> <li>• Llamativa</li> <li>• Bold</li> </ul>
<p><b>Color</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juego de colores para dar unidad.</li> <li>• “Tomos”</li> </ul>
<p><b>Elementos gráficos</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos que diferencian cada manual.</li> <li>• Diferentes símbolos para cada uno de ellos.</li> </ul>

## 4. Material publicitario

Flyers, separadores y misales para trasladar información de quiénes son y qué sectores abarcan. Dar la función de transmisión de información con los elementos, conexión con la paleta de color y reforzar el sello distintivo de la Pastoral.

### Ejes



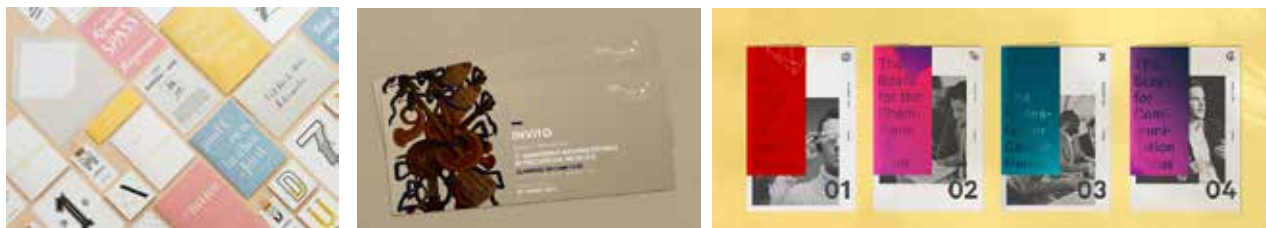
- Soportes y formatos diferentes
- Jerarquías visuales

### Tipografía



- Variación de tipografías
- Bold y light

### Color



- Diferenciación por colores
- Unidad
- Armonía en la paleta (fríos y cálidos)

### Elementos gráficos



- Apoyo de íconos para diferenciar cada sector

10

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

---

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

## 01 Tabla

PIEZA	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS
Rediseño de logotipo e imagen visual	Branding - Diseño de imagen visual <b>Físico y digital</b>	Ser un sello distintivo en toda la comunidad católica de Pastoral Familiar para ser reconocidos	Aplicándose a: <ul style="list-style-type: none"> <li>Manual de Pastoral Familiar.</li> <li>Manuales de sectores</li> <li>Material publicitario</li> </ul>	Tiempo indefinido; sin embargo se estima que se utilice los próximos 20 - 40 años	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pastoral Familiar Guatemala</li> <li>Pastorales</li> <li>Párrocos</li> <li>CELAM</li> </ul> <p>Utilización en todos los medios</p>
Flyer y separadores	Material publicitario <b>Físico</b>	Crear expectativa y trasladar la información más importante sobre Pastoral Familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parroquias</li> <li>Seminarios</li> <li>Iglesias</li> <li>Movimientos</li> </ul>	De 4 a 12 meses <i>(para la expansión en todo el territorio guatemalteco)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pastoral Familiar Guatemala</li> <li>Pastorales</li> <li>Párrocos</li> <li>CELAM</li> </ul>
Redes sociales	Material publicitario <b>Digital</b>	Crear expectativa y trasladar la información más importante sobre Pastoral Familiar	Redes sociales: Facebook	De 4 a 12 meses <i>(para la expansión en todo el territorio guatemalteco)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pastoral Familiar Guatemala</li> <li>Pastorales</li> <li>Párrocos</li> <li>CELAM</li> <li>Arquidiócesis</li> </ul>

PIEZA	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS
Misales	Material publicitario <b>Físico</b>	Trasladar información concisa sobre Pastoral Familiar y frases sobre la familia para crear conexión con las familias católicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parroquias</li> </ul>	<p>Próximos 3 a 5 años</p> <p>1 vez al mes agregarlo al misal de las parroquias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pastoral Familiar Guatemala</li> <li>• Pastorales</li> <li>• Párrocos</li> <li>• CELAM.</li> <li>• Sacerdote anuncia, lo entregan Agentes de Pastoral</li> </ul>
Manual de Pastoral	Material educativo <b>Físico</b>	Ser una herramienta para los Agentes de Pastoral que tenga la identidad gráfica y les facilite la capacitación de nuevos Agentes	Parroquias con Pastoral Familiar existente	Para uso de largo plazo. Aproximadamente de 5 a 10 años.	Agentes de Pastoral
Manuales de sectores	Material educativo <b>Físico</b>	Ser una herramienta para los Agentes de Pastoral, que tenga unidad con los sectores y facilite el acompañamiento de las familias.	Parroquias con Pastoral Familiar existente	Para uso de largo plazo. Aproximadamente de 5 a 10 años.	Agentes de Pastoral



## 02 Etapas

Para poder llevar a cabo la implementación de cada una de las piezas elaboradas para Pastoral Familiar, se han tomado en cuenta los lugares que frecuenta el grupo objetivo acorde al tema religioso. Todas las piezas se lanzarán entre finales del año 2017 y principios del 2018, esperando haber concluido con la identidad gráfica y promoción de la Pastoral Familiar. A continuación se muestran tres etapas para solventar las necesidades y mostrar la relación de una con la otra:

*Nota: Las etapas se planifican en base a las Iglesias Católicas **que ya tienen implementada la Pastoral Familiar**, para que de ese modo se expanda en la capital y posteriormente llevarlo al interior.*

### Expectativa

*Esta etapa es donde se cautiva al grupo objetivo para que le llame la atención, identifique el logotipo y comience a escuchar sobre Pastoral Familiar. De este modo se crea un mensaje en el subconsciente y la promoción de esta sección.*

### Logotipo

Su objetivo es que el imago tipo se implemente en las piezas ya realizadas y en las que el cliente requiera, se encuentra en esta etapa debido a que se utilizarán variaciones del logotipo original para crear expectativa ante las familias católicas.

### Flyers y separadores

Su objetivo es crear expectativa en los lugares que se distribuyan, principalmente en parroquias y lugares de encuentros de temas religiosos. En ellos se encuentran frases cortas sobre familias y situaciones de la vida diaria para poder conectar directamente con los sentimientos y experiencias del grupo objetivo.

Los flyers poseen un apartado donde la persona que se acerque pueda tomar la información en un papel más pequeño de este modo incentivar la interacción del usuario con el material.

### **Redes sociales**

Su objetivo es crear expectativa en Facebook a través de las Fanpage *Pastoral Familiar Guatemala y Arquidiócesis de Guatemala* para que el grupo objetivo lo visualice en un medio digital a través una red social poderosa como lo es Facebook.

### **Idea**

*Esta etapa es donde el logotipo ya se está conociendo o ya se conoce y las piezas lo promocionan para que las familias católicas asistan y divulguen la Pastoral Familiar.*

### **Logotipo**

El logotipo se mantiene para reforzar la identidad. Se encuentra en aplicaciones que el cliente decidió.

### **Misales**

Su objetivo primordial es reforzar la publicidad de la Pastoral Familiar en las misas dominicales. Los misales publicarán un arte publicitario diferente cada mes para reforzar de este modo los sectores que cubre Pastoral Familiar.

### **Redes sociales**

Se inicia con la revelación del nuevo material que Pastoral Familiar está utilizando para conectar con las piezas impresas y de esta manera reforzar la publicidad.

### **Acción**

*En esta etapa la Pastoral Familiar es conocida por una cantidad más grande de familias católicas, a la cual asisten más familias y se expande alrededor de las Diócesis guatemaltecas.*

### **Logotipo**

El logotipo toma más fuerza y su objetivo en esta etapa es estar presente en todo momento y que a la hora de estar con los párrocos este sea un sello distintivo.

### **Manual de Pastoral Familiar**

El objetivo de esta pieza es fomentar una herramienta facilitadora para capacitar a nuevos Agentes de Pastoral, que unifique la línea gráfica y sea sello distintivo a donde vaya.

Este manual es el documento más importante ya que contiene todos los pasos y actividades para formar nuevos matrimonios y de este modo Pastoral Familiar expanda su acompañamiento en más parroquias.

### **Manuales de Sectores**

El objetivo de los manuales es proporcionar una herramienta educativa para el acompañamiento de las familias católicas en las diferentes etapas que se encuentren y además respaldar la unidad gráfica de la Pastoral Familiar.

Cada manual posee el contenido necesario para brindar un mejor acompañamiento a las familias.

### **Separadores**

Los separadores se utilizarán en esta etapa para reforzar el acompañamiento y confianza que desea transmitir la Pastoral Familiar en las familias y ser además un incentivo para los Agentes de Pastoral Familiar.

### **Redes sociales**

Se establece un mantenimiento en Facebook donde se expresa más información acerca de Pastoral Familiar, información más explícita de los sectores y actividades que poseen.

# 03 Línea del tiempo



11

# BOCETAJE

---

# INTRODUCCIÓN DE LAS FASES

Para la realización del proyecto se trabajaron cuatro puntos base:

1. El rediseño del Logotipo
2. Realización de Manual de Pastoral Familiar.
3. Diseño del Material educativo.
4. Realización del material publicitario.

En base a esto el proceso se trabajó paso a paso, con el inicio del logotipo para dar la pauta inicial de todo el cambio de imagen y la realización de las demás piezas.

Para que el material empleara un lenguaje sencillo y lograra transmitir la frase conceptual **“torre armoniosa de luz”**, se entrelazaron todos los elementos desde el inicio.

Para que se comprenda de mejor manera el bocetaje se llevo acabo el proceso de creación y evolución de las propuestas, tanto del rediseño del logotipo, de los materiales educativos y publicitarios, se elaboraron algunos íconos que serán explicados a continuación:



**Cómo fue el proceso de análisis de propuestas**



**Bocetos manuales de las piezas**



**Proceso de bocetaje digital de las piezas**



**Elementos descartados por algún motivo durante el proceso**



**Propuesta aprobada entre las finales**



**Representa que la propuesta calificó y esta en proceso para validación**



**Cambio en base a prevalidación con grupo objetivo.**

# LOGOTIPO

Para iniciar con el proyecto de Pastoral Familiar se trabajó como primer pieza el logotipo, para que fuese la base primordial de las demás piezas.

Fue fundamental el análisis de las referencias gráficas que se han utilizado anteriormente y las referencias análogas y así mejorar la propuesta que identifique realmente a la Pastoral Familiar. Así reafirmamos la teoría de Navarro (2007) quien dice que el logotipo es el elemento gráfico que tiene como objeto ser un representativo de marca bajo un concepto, en este caso **“Torre Armoniosa de Luz”**.

## Análisis

Retomando el análisis gráfico del logotipo actual (página 13), se sabe que este no resulta funcional y está lleno de deficiencias, pero posee elementos conceptuales que se retoman para su renovación.

Una muestra de su falta de función es en el sitio web de la Iglesia Católica de Guatemala (ver imagen 1), donde no es legible, se visualiza como un sello nada más y no posee carácter; además le falta resolución y resta protagonismo. Por otro lado en un fragmento de la página 15 del Manual de Pastoral (ver imagen 2), se puede observar que el logotipo no se distingue por su tamaño y por su falta de diagramación.



Imagen 1: Header de la Sección de Familia en: <http://www.iglesiacatolica.org.gt/cfamil.htm>



Logotipo de Pastoral Familiar

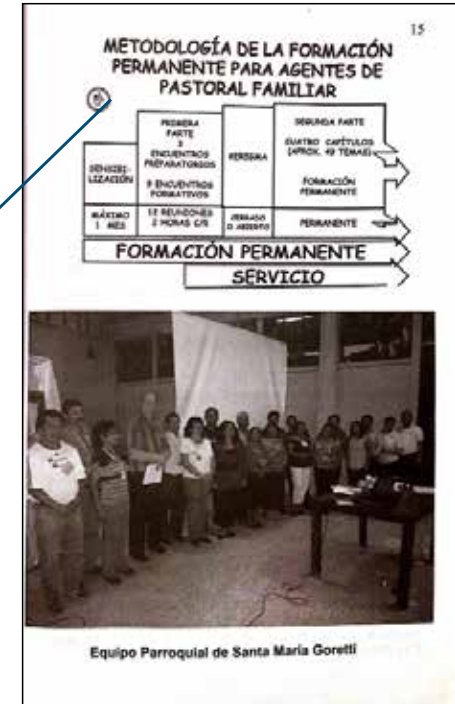


Imagen 2: Fragmento página 15 de Manual de Pastoral Familiar.



Imagen 3: Logotipo

Sagrada familia, en el nacimiento de Jesús





## Análisis de casos análogos

Luego de conocer y analizar el logotipo actual de Pastoral Familiar se retomaron los cuatro logotipos internacionales con el objetivo de retomar las similitudes y diferencias, de este modo utilizarlas y aplicarlas a la nueva imagen.

### *Similitudes y diferencias de logotipos:*

1. La forma representa unión de la familia, ya sea con símbolos literales o como conceptuales.
2. Representación conceptual de Dios, a pesar que no está presente visualmente, los signos reflejan a Dios en todos ellos.
3. La paleta de color difiere en todas, por lo que se debe analizar la connotación de las paletas.
4. La mayoría de tipografías son san serif para dar legibilidad al nombre del logotipo.



Logotipo 1:  
México



Logotipo 2:  
México



Logotipo 3:  
Mar de Plata



Logotipo 4:  
Brasil

## Formas representativas

Luego de conocer el análisis del logotipo, se inició por crear íconos que representan a la Sagrada Familia, Pastoral Familiar, familia en sí y el concepto “Torre Armoniosa de Luz”. De este modo unirlos y crear una composición que represente a la Sección de Familia.

1) Familia

2) Sello distintivo

3) Símbolo de Santo

4) Hombre y mujer - José y María

5) Símbolos de torre familiar; representados por: círculo, triángulo, rectángulo y cuadrado. La utilización del rectángulo para hablar de torre, “ir hacia arriba”.

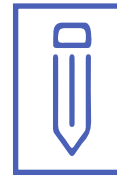


Figura 1 - Familia



Figura 2 - Sello distintivo

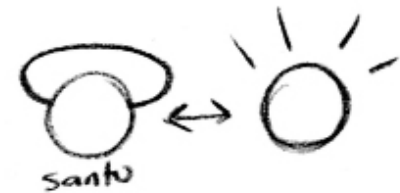


Figura 3 - Símbolo de Santo

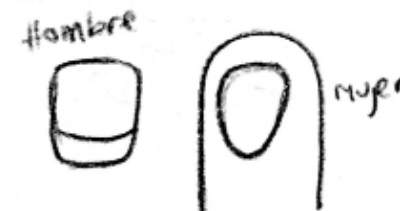


Figura 4 - Hombre y mujer

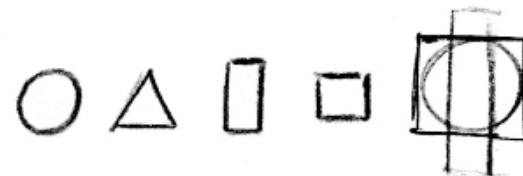
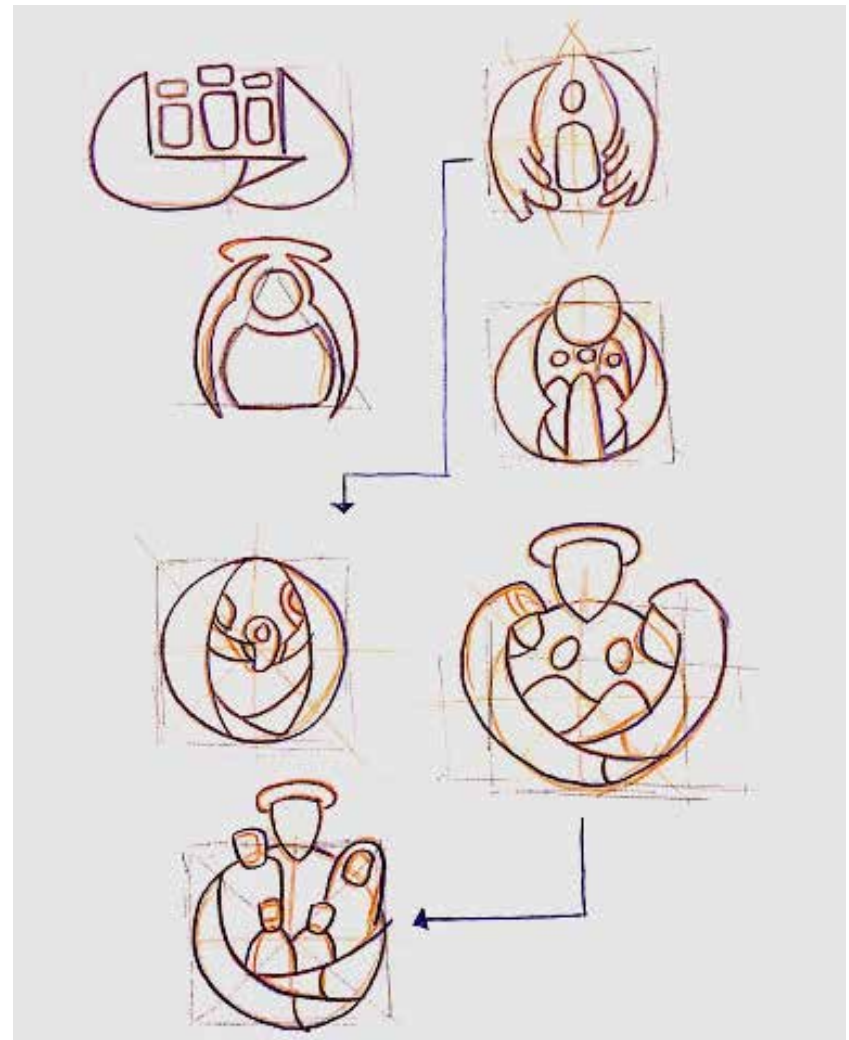
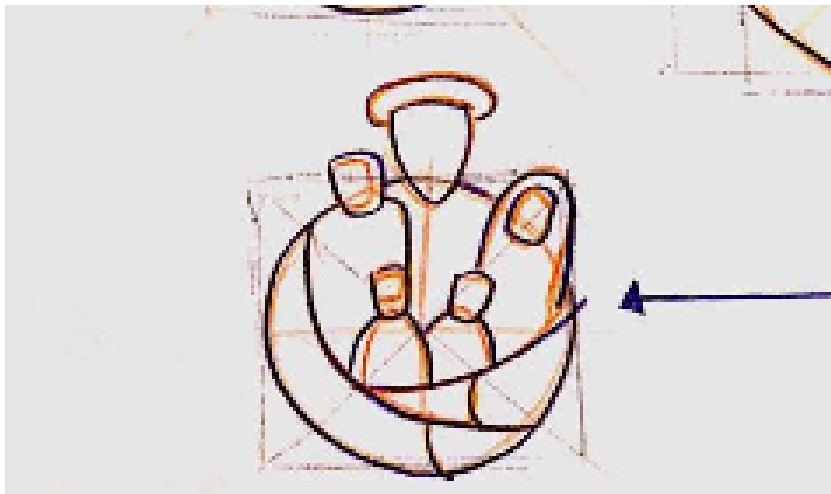
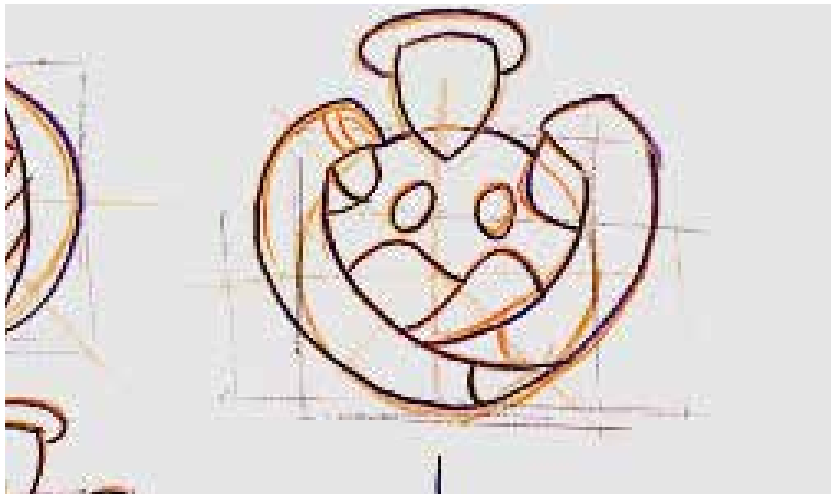


Figura 5 - Símbolo de torre familiar

*Evolución del trazo*



## Unión de formas

Al trabajar con la frase conceptual “Torre Armoniosa de Luz” se utilizó como base fundamental la idea de la palabra “Torre”. De este modo puede tomarse a la familia como el conjunto de etapas para crear armonía viviendo en luz.

Luego de analizar y tomar en cuenta cada elemento creado y la ideología de la frase conceptual, cada propuesta posee una estructura geométrica en base a los íconos conformándolos para que trabajen uno con el otro.

Código de color de características de cada logotipo :





1.  **Azul:** Unión - *En base a un círculo representando familia.*
2.  **Amarillo:** Unión - *En base a la intercalación de forma simbolizando a la familia*
3.  **Rojo:** Acompañamiento de Dios - **Brazos** que simbolizan amor, compañía y armonía
4.  **Morado:** Cuidado de Dios al hijo - *Máxima expresión de amor en el matrimonio .*

Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5

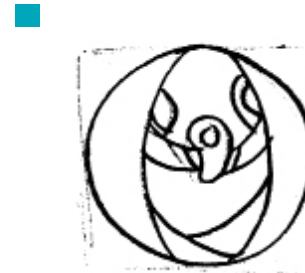
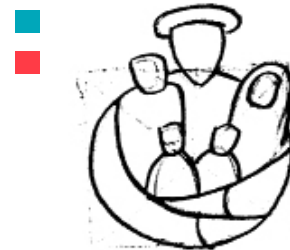






Figura 6



Figura 7



- |   |                        |
|---|------------------------|
|  | Círculo - Familia      |
|  | Unión formas - Familia |
|  | Dios - Brazos          |
|  | Cuidado hijo - Amor    |

Por lo descrito anteriormente y en base a las características esenciales de Pastoral Familiar, se decidieron elegir las figuras 1, 5, 6 y 7 para visualizarlas de manera digital y de ese modo poder analizar cual de ellas representa a “la familia acompañada de Dios” de mejor manera:



Figura 1 - Amor de Dios representado en un abrazo. Dentro de los brazos una familia: padre, madre e hijo.



Figura 5 - El amor de la familia está presente en las manos de Dios, y representando unión con la ayuda de un círculo.



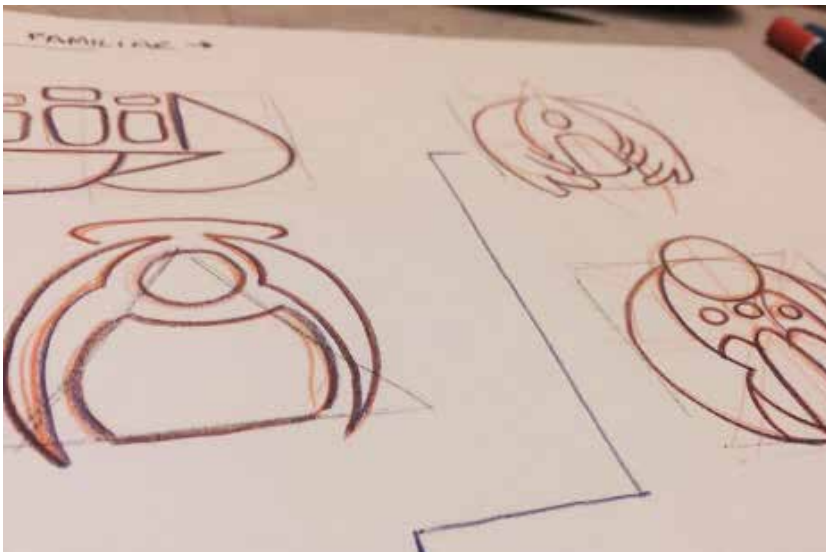
Figura 6- De forma más explícita se desarrolló de logotipo donde Dios esté como plano principal.



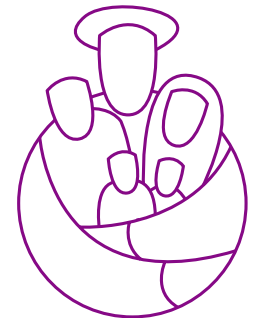
Figura 7 - Esta propuesta nace como una variante de la figura 6, en ella la familia, al igual que Dios, ve directamente al grupo objetivo transmitiendo fuerza en el mensaje de amor en familia.

## Trazo

Al elegir las cuatro propuestas se utilizó el mismo trazo y grosor para que ninguna pesara más que la otra, de este modo se visualicen de forma clara.



Las figuras digitalizadas ayudaron a visualizar la forma básica de familia y el amor de Dios, **por lo que la figura 1 fue seleccionada porque representó adecuadamente a una familia (padre, madre e hijos) abrazada por Dios**, transmitiendo la frase conceptual.



PASTORAL  
FAMILIAR

Figura 1



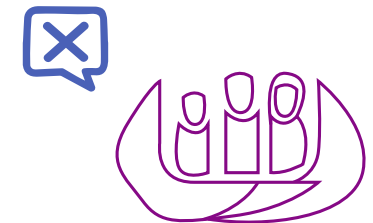
PASTORAL  
FAMILIAR

Figura 2



PASTORAL  
FAMILIAR

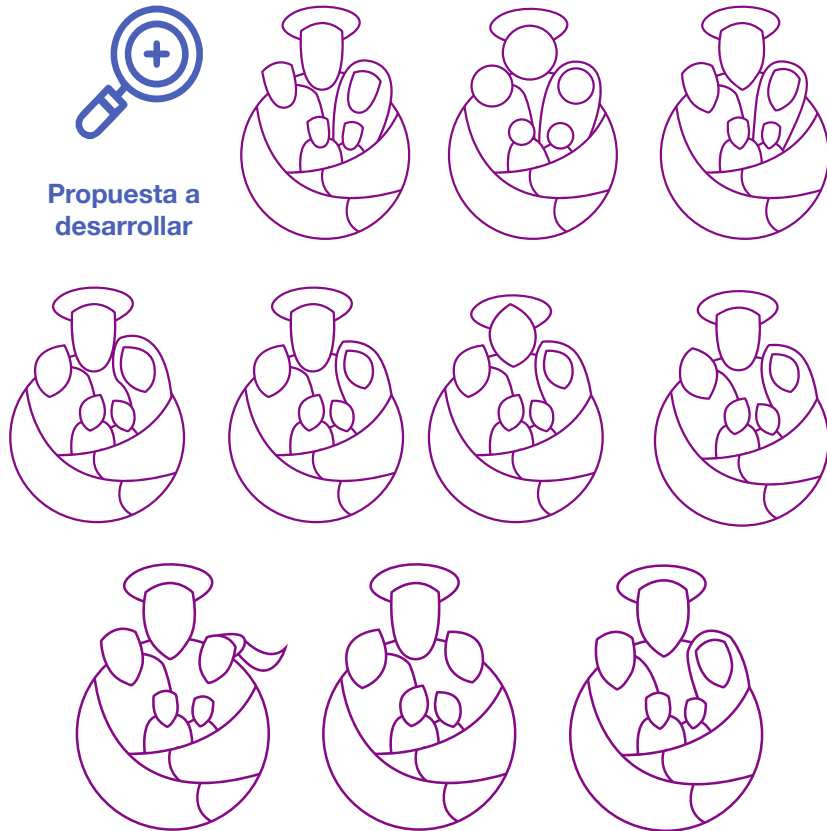
Figura 3



PASTORAL  
FAMILIAR

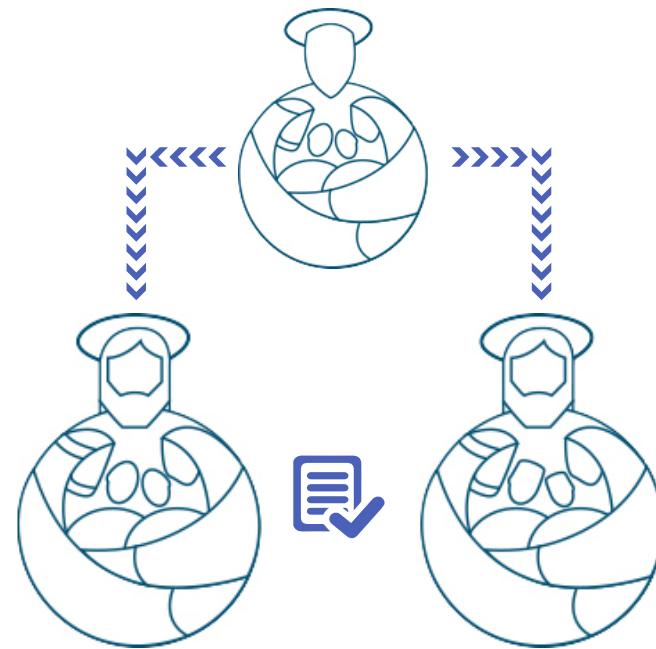
Figura 4

A raíz de la forma base del logotipo, se hicieron diferentes pruebas en los trazos y formas con el fin de dar a conocer una familia: papá, mamá, e hijos, que tiene como soporte a Dios.



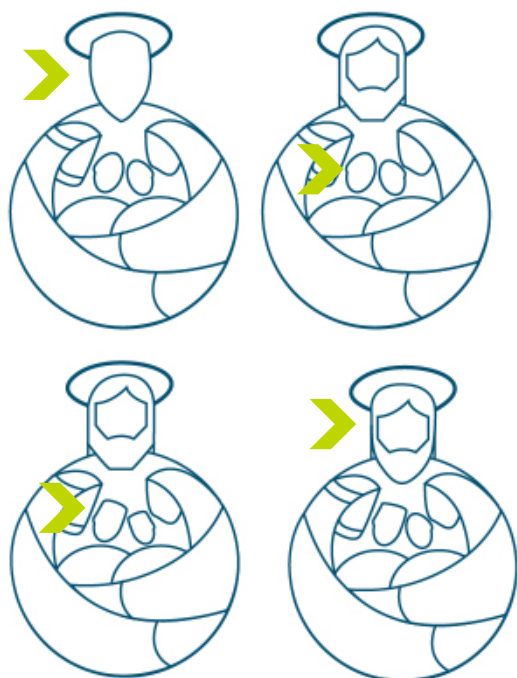
Luego de analizar las formas y la construcción de las propuestas que se encuentran en el lado izquierdo, se decidió unificar las formas de la familia dentro del círculo establecido para que el logotipo tuviese mejor unidad y de esa manera no peleen los elementos dentro de él.

Además se decidió darle carácter a la forma del rostro de Dios y la familia.



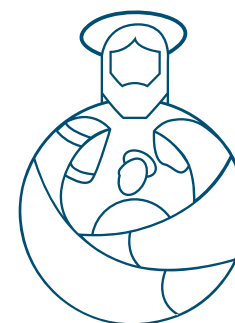
Luego de obtener la definición del trazo dentro del círculo, se realizaron cuatro variaciones en las cabezas de los hijos para obtener la personalidad de ellos, además de una pequeña variación en el rostro de Dios:

*Las flechas indican la variación de cada propuesta*



Se desarrollaron dos propuestas, tomando en cuenta cada variación en los elementos:

**1) Sagrada familia: José, María y Jesús.**



Propuesta 1

**2) Familia con dos hijos donde los padres tienen mantos religiosos. (José y María por los mantos)**



Propuesta 2



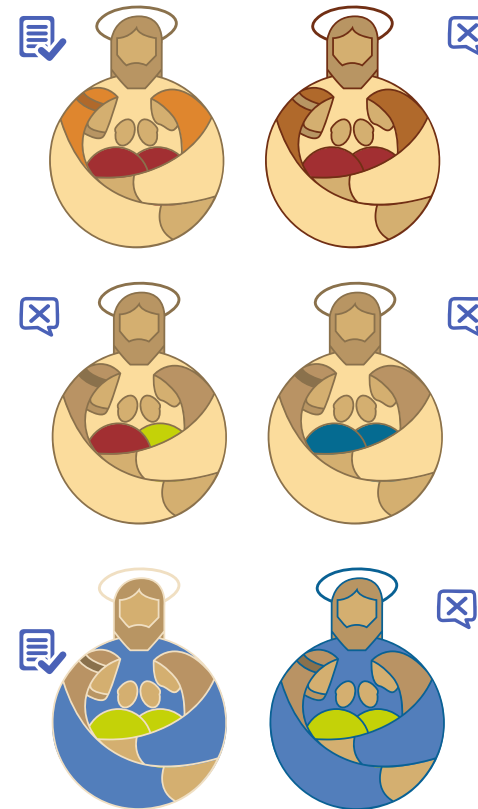
## Paleta de color

Paralelo a la realización del trazo, se crearon paleta de colores con la variación de trazos que se mostró en la página 112. Las paletas que se presentan fueron diseñadas para crear armonía entre sí y crear conexión con el proyecto. En el anexo 10 se puede observar todas las variaciones que se utilizaron para la definición de color. Las combinaciones finales fueron:



Se desarrollaron las paletas en base a Costa J. (2008) y se descartaron las paletas señaladas porque no conectan con el proyecto, no armonizan y no transmiten ni el tema de familia ni el amor de Dios.

Aplicándolo al logotipo elegido se tomaron tres vías: unión de cálidos, unión de fríos y mezcla de ambos. Todas las variaciones tienen armonía pero se escogieron las dos que representaban de mejor manera el concepto amor de Dios y familia.



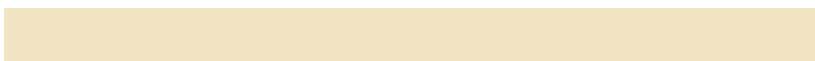
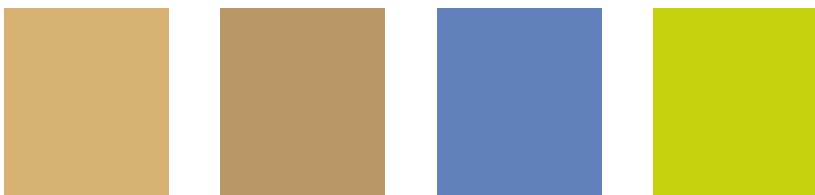
### Primera paleta

Colores base



Color de trazo

Colores base



Color de trazo

Al escoger las dos paletas, estas absorbieron el mensaje de mejor manera para causar impacto:



Opción 2



Opción 1

La **opción 1** es una paleta sobria, en la cual se tomaron colores que dan alusión a la Iglesia Católica, donde el crema, café y rojo están presentes en las imágenes de Jesús. Mientras que la **opción 2**, se toman colores azul y verde para expresar que la familia es la base de la sociedad en la cual vivimos (un mundo regido por el amor de Dios).

## Tipografía

Como se quería representar una entidad formal pero al mismo tiempo amigable, actualizada y que diera confianza, se utilizaron tipografías serif para el nombre “Pastoral Familiar”, y tipografía san serif para “Conferencia Episcopal Guatemala”. En el anexo 11 se encuentran todas las variaciones; sin embargo estas fueron las 5 propuestas que mejor representan a Pastoral Familiar:



Propuesta 1

**Pastoral Familiar**

CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



Propuesta 2

**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



Propuesta 3

**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



Propuesta 4

**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



Propuesta 5

**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Al analizar el juego de las propuestas se decidió que la tipografía “Butler Bold” es la mejor para **PASTORAL FAMILIAR** porque transmite formalidad y confianza. Por otro lado, la tipografía “Poppins Medium” creó buena combinación, transmite jovialidad y es clara para “**Conferencia Episcopal Guatemala**”.



Tipo A - Butler Bold

**PASTORAL  
FAMILIAR**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Tipo B - Poppins Medium

**CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

## Posición

Cuatro propuestas de la posición de la imagen con la tipografía, donde la forma fuera el carácter principal de Pastoral Familiar.

1.



2.



3.

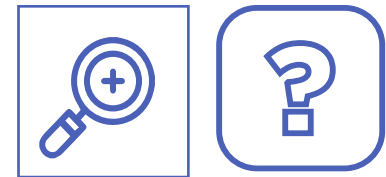


4.



## Aplicaciones en diferentes piezas

Parte del proceso es integrar el logotipo a diferentes piezas promocionales, por lo que se utilizó de manera sobria y de este modo se identificara la Pastoral Familiar.



**Bolsa de tela.** Utilización por parte de Agentes de Pastoral para sus materiales.



**Camisa.** Una forma para identificar a los Agentes en las parroquias, actividades litúrgicas, congresos, etc.



**Sello.** Un sello para sus materiales impresos que puede utilizarse en misales, volantes, comunicados, etc.

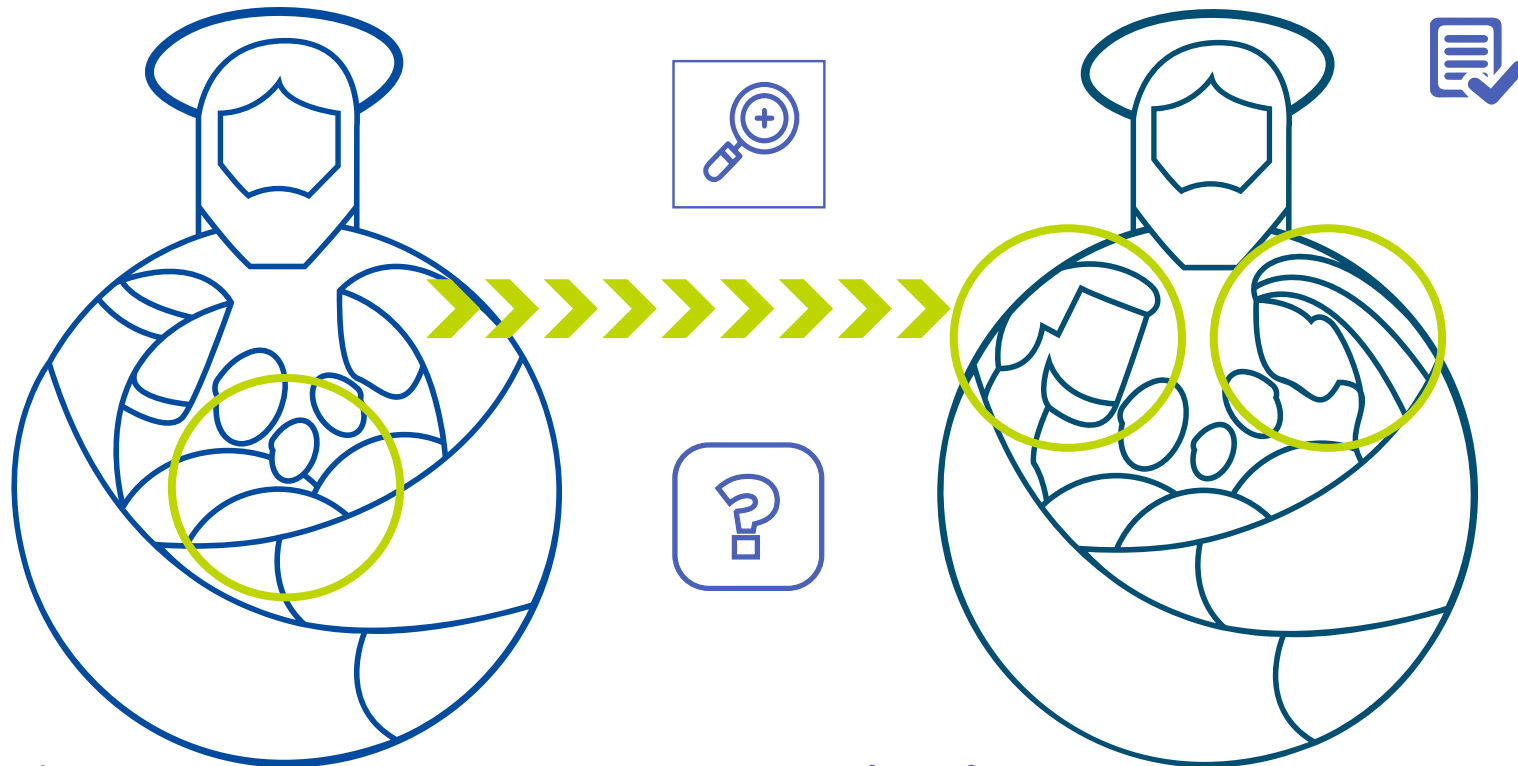


**Block de notas.** Un pequeño cuaderno para las notas, es un promocional que de alguna manera funciona para apoyar los acompañamientos.

La posición del logotipo es notorio en cada pieza que se presenta de manera estratégica para que las personas que no son afines al tema les llame la atención y se pregunten “¿Qué es?”. Estas aplicaciones sirvieron como “prevalidación” con el cliente.

Al presentar la forma de las dos propuestas de logotipo al cliente como una “previsualización”, se presentó el problema que Pastoral Familiar junto al Clero están mostrando a la familia con más de dos hijos, por lo que se tuvo que agregar uno.

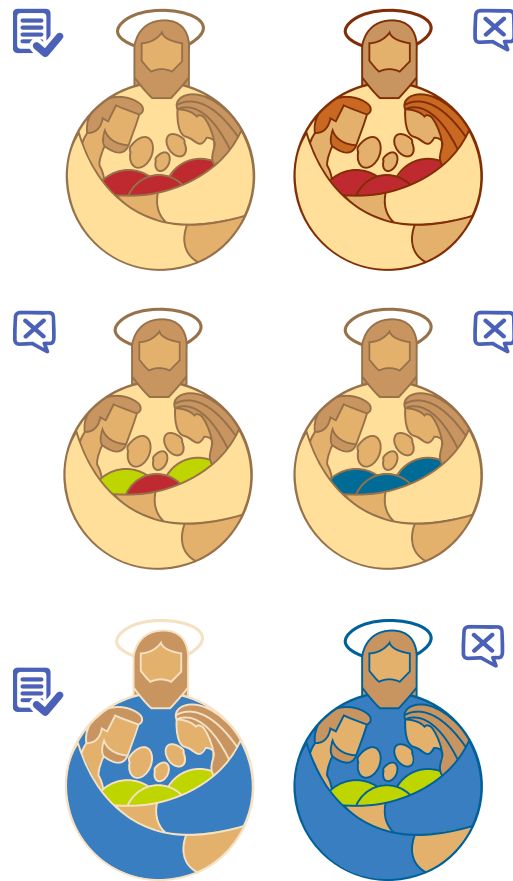
Por otro lado la abstracción de los trazos dan alusión a José y María (Avance 1), por lo que se cambiaron los mantos por cabello, para que de esta manera las familias católicas guatemaltecas se sientan acogidas y conectadas directamente con la Pastoral (Avance 2).



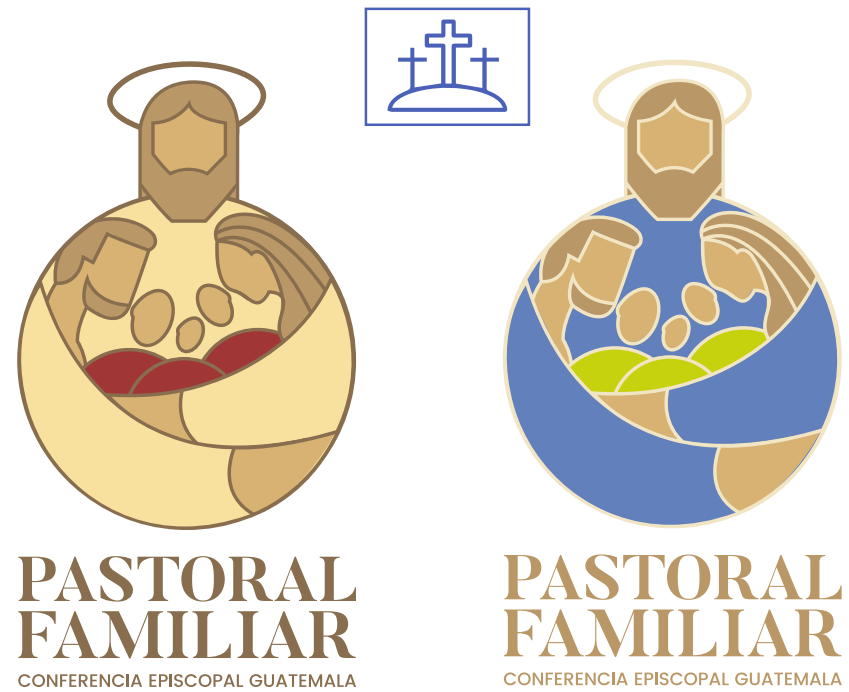
Avance 1

Avance 2

Al tener los trazos definidos para la validación, se retomaron las paletas escogidas anteriormente adaptándolas a los nuevos trazos para observar el cabello y el nuevo hijo para que de esta manera elegir la paleta que mejor solucionará gráficamente la comunicación visual que se de sea con el logotipo.



Luego de indagar, se tomaron nuevamente las dos mejores paletas que representan la esencia de la entidad:



Opción 1

Opción 2

# APLICACIÓN DE LOGOTIPO

## Tarjeta de presentación

Como parte del cambio de imagen de Pastoral Familiar se realizó una tarjeta de presentación en la cual se respetó el logotipo como punto focal y se utilizaron juegos de tipografías.



Aquí se quiso visualizar el contorno del logotipo con diferentes fondos para observar la legibilidad de este.

En un principio, el formato de la tarjeta de presentación fue cuadrado (3.5 x 3.5 in), pero al analizar la formalidad de la Pastoral se recurrió al formato convencional de 2 x 3.5 in.



Como elemento principal se quiso destacar el logotipo y es por eso que se utilizó como presentación con un tamaño grande, de este modo la persona que vea la tarjeta lo distinga rápidamente. Esta paleta de color muestra formalidad, actualidad y sobriedad.





Al analizar las propuestas anteriores se decidió utilizar el logotipo tal cual porque la utilización de la variación de un solo contorno puede hacer que el grupo objetivo no lo comprenda y tenga confusión a la hora de verlo. El tamaño se respetó, pero se tienen dos opciones en la paleta de color.



En el retiro se tomó el símbolo del logotipo anterior para que de alguna manera recordarl a imagen anterior y de este modo conectar más rápido al grupo objetivo:

Se utilizó la información básica del Agente de Pastoral para no distraer a la persona que la observa, más el nombre del Agente. Se utilizaron dos tipografías:



# MANUAL DE PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar cuenta con un manual principal el cual se ha trabajado sin línea gráfica, sin títulos e identificación a que pertenece. Le resta gran importancia al logotipo y no se identifica como un manual de apoyo para los Agentes de Pastoral

Se trabajó con diferentes tipos de diagramación para darle un “toque” de actualidad y dinamismo. Se utilizó textura de papel kraft en la mayoría de las propuestas.



**Propuesta 1**



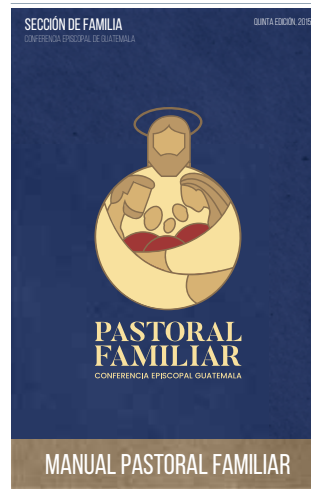
El punto focal de esta propuesta es el logotipo y la columna azul es para crear énfasis y contraste en los títulos y subtítulos.

**Propuesta 2**



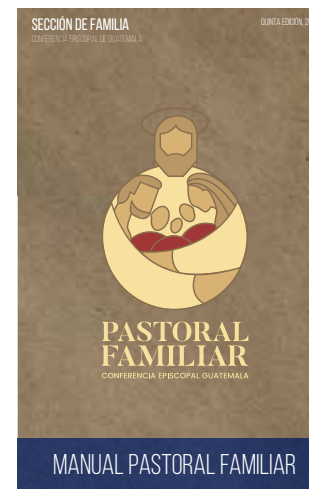
El logotipo y los títulos tienen el mismo peso, es una propuesta simétrica. El único rompimiento es la tipografía que se encuentra en la parte superior derecha.

**Propuesta 3**



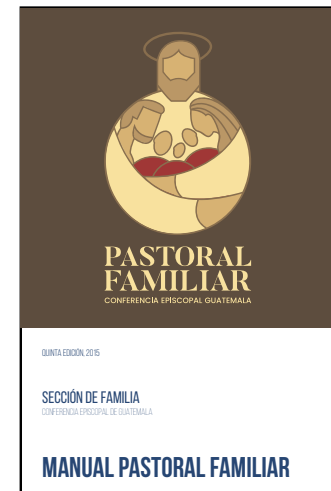
El logotipo es el primer plano y se quiere dar énfasis en el título utilizando la franja café de textura como fondo.

**Propuesta 4**



Es una variación de los colores de la propuesta 3, pero el logotipo choca con el color café debido a su paleta cromática.

**Propuesta 5**

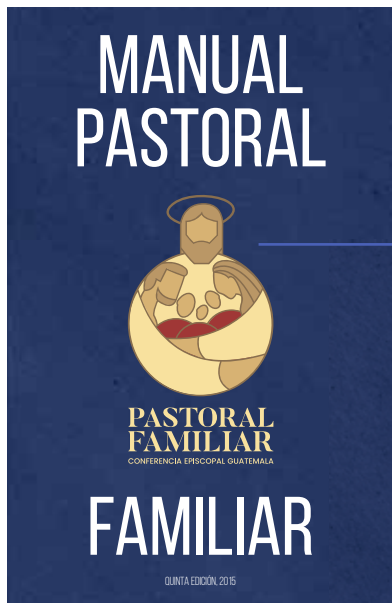


Es la única propuesta en la que no se utilizó la textura kraft, pero la propuesta se basa en la utilización de jerarquías, tanto en el logotipo como en los títulos.

Al analizar las propuestas anteriores se decidió respetar la legibilidad del logotipo y utilizar una tipografía bold para que el nombre del manual tenga mayor legibilidad. Por otro lado, se agrandó el tamaño de la tipografía y se utilizó una mezcla del azul con la textura de papel kraft. Obteniendo tres propuestas finales:

1. **Final 1:** Tipografía Bebas bold, logotipo en el centro de la portada.
2. **Final 2:** Tipografía Gotham bold, utilización de jerarquías con los títulos y se agregan subtítulos en la parte superior izquierda.
3. **Final 3:** Misma tipografía que final 2, pero se suprimen los subtítulos, solo queda Manual de Pastoral Familiar.

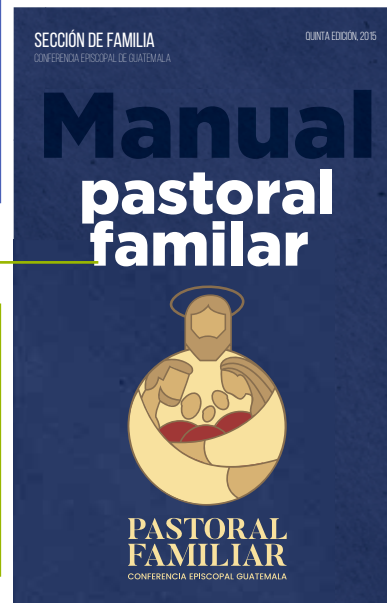
Final 1 



Títulos del mismo tamaño, logotipo central, edición en la parte inferior.

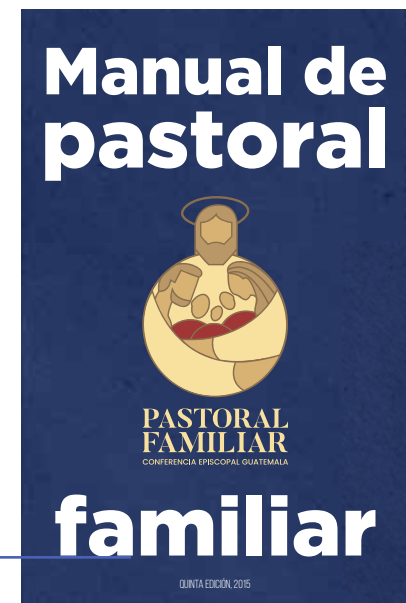
Jerarquías en los títulos y se agregan pequeños subtítulos en la parte superior

Final 2 



Títulos del mismo tamaño, logotipo central, edición en la parte inferior. Cambia el grosor de dicha tipografía, y se utilizan mayúsculas y minúsculas.

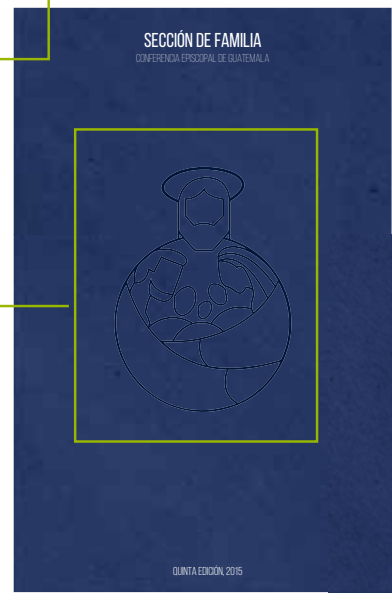
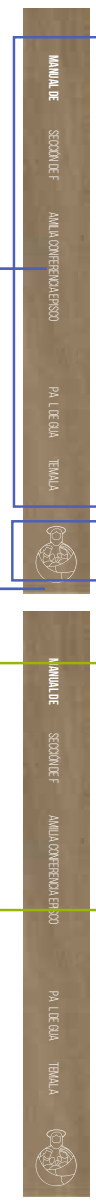
Final 3 



De igual manera, en el lomo y la contra portada si se tomó la variación de logotipo para remarcar a quien pertenece el libro. En esta parte sí se utilizó dicha variación porque el logotipo final está en la parte principal del manual.

Títulos representativos del manual, y dependiendo del tamaño del logo se puede agregar el logotipo lineal en pequeño.

El logotipo en blanco tiene mejor legibilidad que la impresión del negro, al igual que los textos.



## MANUALES DE SECTORES

Pastoral Familiar cuenta con manuales por cada sector: Pre-matrimonial, Vida Matrimonial, Defensa de la Vida y Situaciones Irregulares. Estos se han trabajado sin línea gráfica, sin títulos legibles y los apoyos visuales que utilizan son fotografías o “logotipos promocionales” que no tienen ninguna base. Esto hace que se reste gran importancia al logotipo y no se identifica como un manual de apoyo para los Agentes de Pastoral, y no existe unidad uno con el otro.



## Paleta de color

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3



Propuesta 4

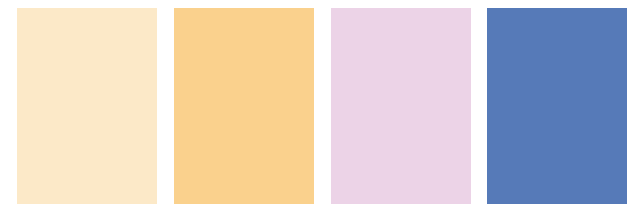


Como Pastoral Familiar maneja cuatro sectores primordiales en la vida de las personas, se buscó una paleta en la cual se pudiera distinguir cada uno sobre otro, pero al mismo tiempo respetara la seriedad y confianza que se quiere transmitir.

De esta manera se utilizaron combinaciones que tuvieran armonía y crearan una diferencia a lo convencional de la Iglesia Católica, utilizando como base la explicación de los colores litúrgicos de Costa (2008).

Se hizo variaciones de colores fríos y cálidos para transmitir diferentes sentimientos.

Propuesta 5



Propuesta 6



## Íconos de sectores

Como se mencionó anteriormente cada sector posee sus características propias; Pastoral Familiar ha utilizado imágenes para representarlas, pero ninguna tiene conexión con la otra.

Para poder realizar la nueva imagen de cada sector se analizaron las propuestas existentes tomando sus características principales para retomarlas en la nueva línea:

### Sector de Prematrimonial



Manos presentando la unión de una pareja, representando el amor de Dios.



### Sector de Vida Matrimonial

Muestra las etapas de una vida matrimonial dentro del amor



### Sector de Defensa de la Vida

Utiliza el símbolo del logotipo, y refuerza la "vida" con fotografías



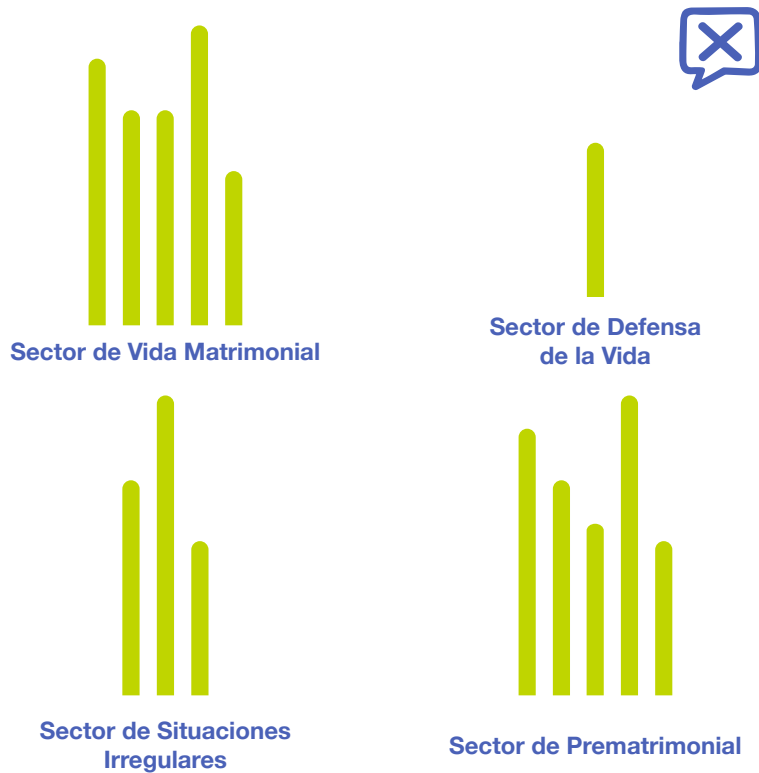
### Sector de Situaciones Irregulares

Se muestra a Dios con la guía o camino hacia la felicidad.

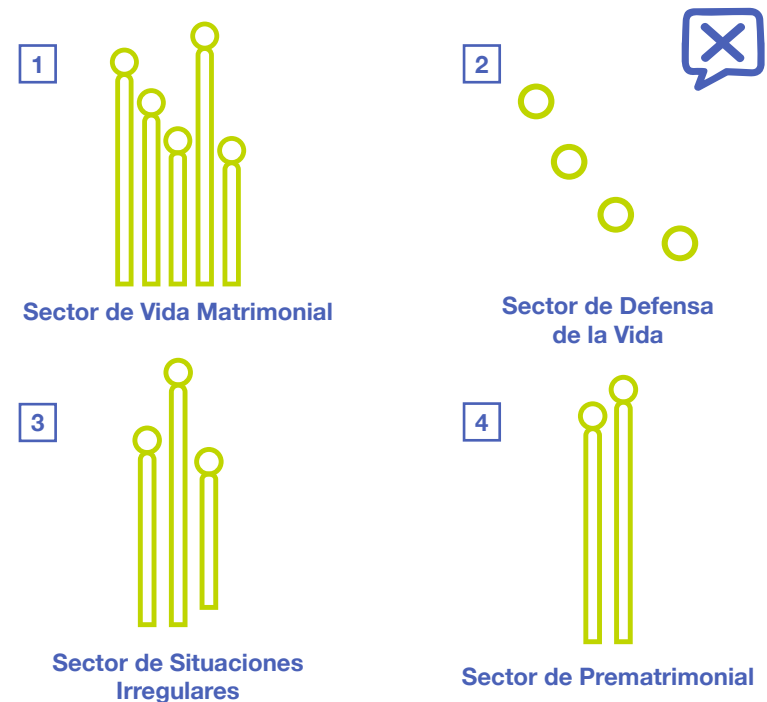


Como se pudo observar, cada uno de los sectores respeta sus características propias para que las familias católicas se sientan identificadas con el acompañamiento que se les da, por lo que se inició el proceso con formas básicas para representarlas:

**Opción 1. En esta primera opción se hicieron formas básicas de líneas utilizando la cantidad y alto según el sector.**



**Opción 2. Siguiendo la idea de la opción 1, se les agregó un círculo para simular la cabeza, además se les agregó movimiento y ritmo.**



Como se puede observar, la utilización de estos tiene coherencia con el tema de cada uno. La figura 1 habla de una vida en familia, la 2 de como nace la vida, la 3 de una familia irregular y la 4 de el inicio de una vida de amor.

Al encontrar deficiente la manera de interpretar cada sector, se rescataron las características de los íconos existentes, uniendo formas para llegar a la representación del “alma” de cada sector. La base fundamental de cada una, fue la abstracción de lo que ya existía uniendo elementos que están dentro de cada sector. A continuación se muestran los elementos predominantes en cada sector:

**1. Prematrimonial**



**2. Defensa de la vida**



**3. Vida matrimonial**



**4. Situaciones irregulares**



**Propuestas finales**

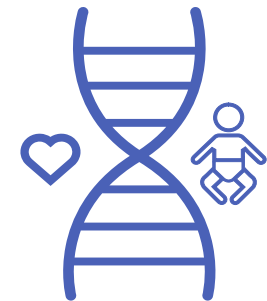


1.



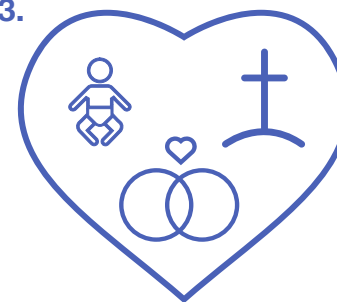
Sector de Prematrimonial

2.



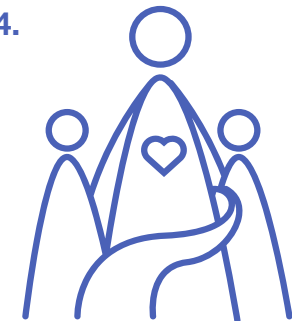
Sector de Defensa de la Vida

3.



Sector de Vida Matrimonial

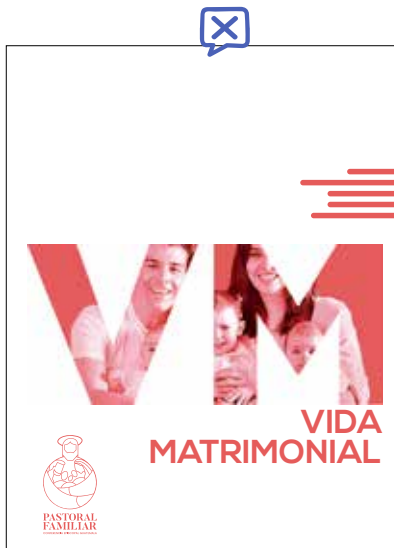
4.



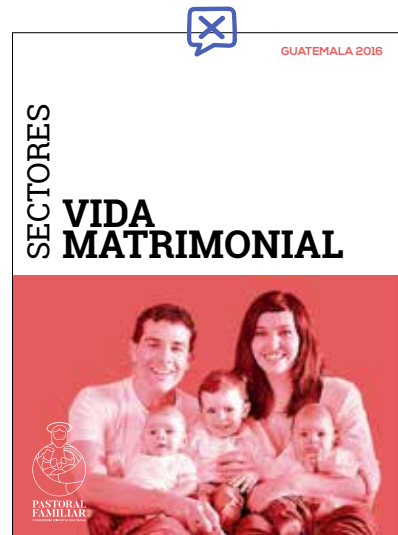
Sector de Situaciones Irregulares

## Diagramación de portadas

Al principio se querían utilizar fotografías alusivas a cada sector por lo que se diagramó de manera que se explotara la expresión de estas, acompañadas de textos y el logotipo. Esto se trabajó paralelo al diseño de los logotipos de los sectores.

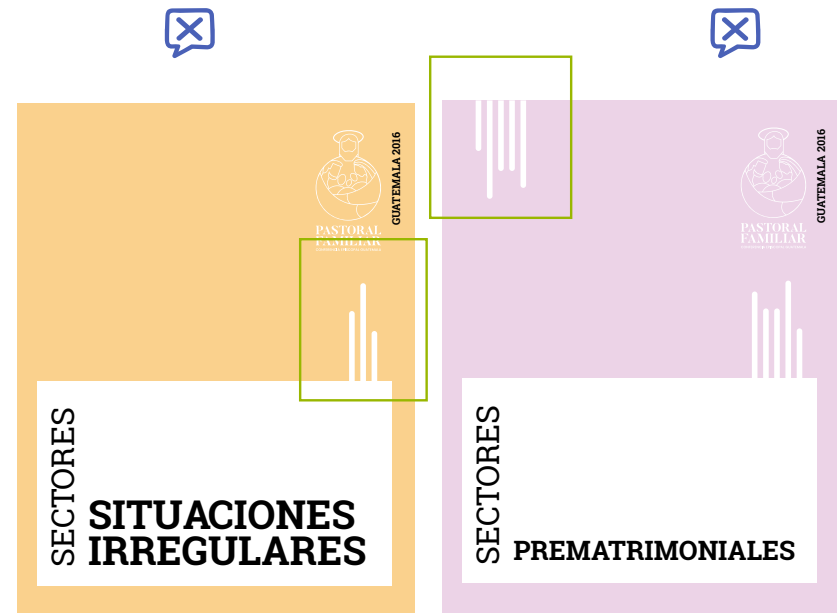


**Propuesta 1.** Se utilizaron las iniciales del sector teniendo como fondo la fotografía de la familia. El logotipo carece de fuerza y no se distingue. Por otro lado se utilizaron las primeras variaciones del logo vida matrimonial.



**Propuesta 2.** Evolucionando la propuesta 1, se propuso mostrar la imagen completa de la familia, jugar con los títulos y suprimir el logotipo del sector. De igual manera el logotipo de Pastora carece de carácter.

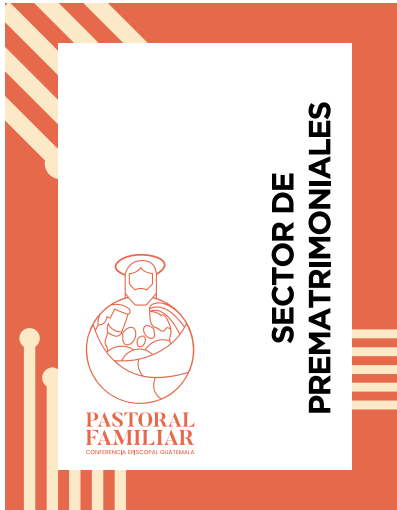
Luego de analizar la utilización de fotografías se decidió diferenciarlos únicamente por su color. Como elemento extra, se agregaron los símbolos que anteriormente se mencionaron de manera abstracta para identificar cada uno.



**Propuesta 3.** Se respeta la misma diagramación de la propuesta 2 en cuanto al texto, pero se agrega el símbolo en la parte de derecha. El logotipo no es el punto focal.

**Propuesta 4.** Esta propuesta es muy similar a la tercera, la única diferencia es que se coloca el logotipo del sector dos veces para utilizarlo como textura visual.

Continuando con la utilización de símbolos simples que se hicieron al principio, estos sirvieron para diferenciar y crear texturas visuales de cada sector.



**Propuesta 5.** Los símbolos se utilizan como textura, el logotipo posee más carácter, pero el título carece de legibilidad por su posición.



**Propuesta 6.** Continúa la utilización de texturas pero la "pleca" blanca sirve como contraste para la lectura del título. El color negro del logotipo le hace que este pierda carácter.

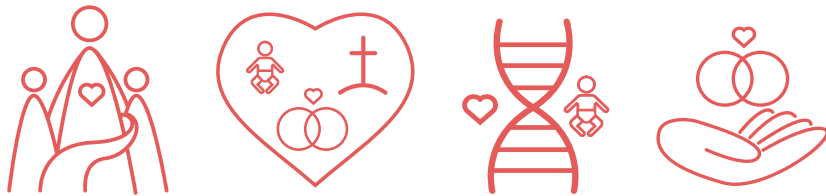
Al no crear contraste visual de manera adecuada (por la paleta de color), se utilizan los símbolos con parte del fondo como refuerzo. De este modo se resaltan los títulos y el logotipo, sin que estos símbolos se conviertan en distracción visual.



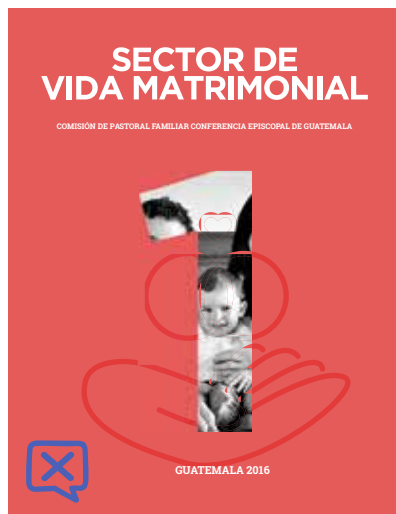
**Propuesta 7.** Se organizaron los elementos dentro de la portada, dando como resultado una propuesta más comunicativa. Sin embargo el logotipo carece de carácter y la paleta de color aún no se define.



Al notar que los primeros símbolos no funcionaron debido a su falta de expresión visual, se retomaron los nuevos íconos de sectores:



Las propuestas tomaron a los íconos como forma principal de comunicación porque cada manual está dirigido a cada tema específico que le acompaña.



**Propuesta 8.** Se hizo una mezcla con la propuesta 1 de las imágenes y los íconos nuevos. Se le coloca número al sector.



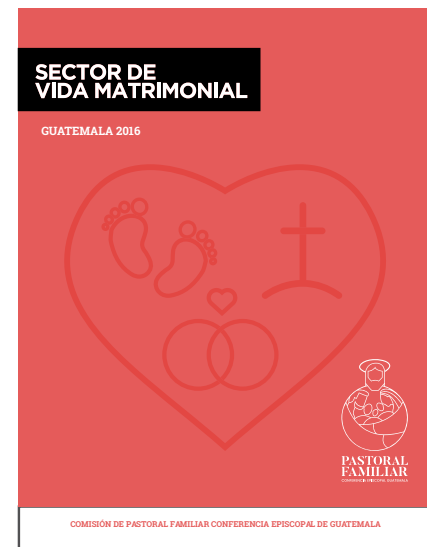
**Propuesta 9.** Se sustituye la imagen pero se coloca el logotipo de Pastoral en primer plano.



**Propuesta 10.** Para reforzar el mensaje de cada sector se decide agregar un degradé en el fondo de la portada haciéndole una curva tomada del manto de Jesús. Además el ícono del sector está en primer plano porque no compite con el logotipo de Pastoral Familiar, pero el peso del título del sector lo convierte en el punto focal de la portada.



**Propuesta 11.** Esta es la propuesta más simplificada. En esta toma como primer plano el ícono del sector siendo parte del fondo donde se convierte en punto focal. El título crea contraste pero compite el negro con el color rojo. El logotipo de Pastoral Familiar no se le da importancia pero connota que se encuentra presente. La utilización de la franja blanca en la parte inferior hace que el texto de color exprese el sentimiento de cada sector.





Dada la visualización de las once propuestas, se analizó que para que el grupo objetivo no pierda el logotipo de Pastoral Familiar y la imagen principal, se decidió ponerlo en la portada siendo el punto focal de estas.

Por otro lado se respetó una jerarquía centrada en la cual cada uno de los elementos respetara a los otros. Además el fondo con textura que está detrás se abstrajo de los mantos de Jesús en una de sus imágenes, esto para que no fuese plano y tuviera dinamismo con el color.

Los logos de cada sector se decidieron poner en la contra portada de cada manual, tanto para tenerlos presentes en la cubierta, como no perder su importancia. Por otro lado esta fue la paleta final de los manuales:



Propuesta Final de Contra Portada



Propuesta Final de Portada

# MATERIAL PUBLICITARIO

Pastoral Familiar no cuenta con material para hacerse notar en las parroquias y otros espacios públicos. Por lo que la utilización de estas piezas, como estrategia comunicación, se basaron en transmitir al grupo objetivo: qué es, por qué acercarse a ellos, cuando, etc.

# FLYERS (BROCHURES)



Como parte de la campaña de material publicitario se crearon diferentes flyers de manera que se pudiera crear una campaña de expectativa para que las familias católicas tengan curiosidad y causen impacto.

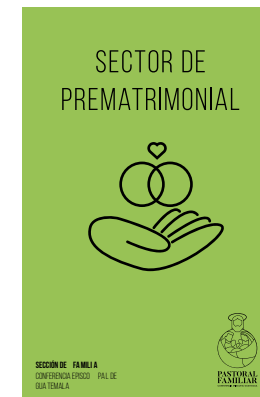
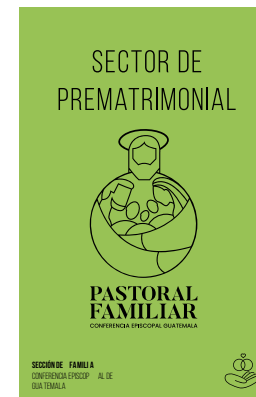
Se trabajó un diseño simple, el cual tiene una jerarquía visual marcada con los cuatro colores principales de la línea gráfica que se establecieron en los manuales.

Tomando en cuenta que Pastoral Familiar no tiene ingresos fijos y los ingresos que tienen son irregulares; los flyers se construyeron con cierta simpleza para bajar costos de impresión. Se buscó papel de colores alusivos a la paleta de color pero realmente es un “arma de doble filo” debido a que podría de alguna manera causar problemas y podría ser más caro que la propia impresión; por otro lado, la búsqueda de ese papel en una librería no debería de ser difícil por lo que se optó por utilizar el mismo diseño para que ellos lo puedan imprimir desde su casa.

Las jerarquías visuales son sobrias pero contienen ritmo para que la lectura de los títulos y subtítulos tengan cohe-

rencia y se lean de arriba hacia abajo.

Se realizaron tres propuestas en formato media carta (5.5 x 8.5in) para economizar gastos. Las tres opciones que se muestran tienen una diagramación central:



**Propuesta 1.** Se propuso tener el título grande al igual que el logotipo; el ícono del sector se encuentra en la parte inferior pero, no se entiende que es. Posee equilibrio simétrico.

**Propuesta 2.** Posee las mismas características de la propuesta 1, pero cambia el ícono con el logotipo, pero de igual manera no crea conexión con el título “sector de prematrimonial” por lo que se considera, no funcional.

**Propuesta 3.** Posee una jerarquía más ordenada. El logotipo de Pastoral Familiar es el punto focal y el ícono del sector se explica con los textos que lo acompañan en la parte superior izquierda.



En base a la propuesta elegida se muestra la diagramación con la paleta de color y variación con los colores de textos y símbolos.



**Propuesta 1.** Diferencia de cada sector por colores, impresión de letras y logotipo negro. Se puede imprimir en papel de color



**Propuesta 2.** Utiliza la misma diagramación que la propuesta 1, pero se debe imprimir completamente porque imprimir tinta blanca conlleva un alto costo.

Por último, como parte de la campaña de expectativa se quiere presentar cada sector para luego presentar la Pastoral como un todo, por lo que además de las cuatro opciones de los sectores se crea un flyer con el logotipo a color con el objetivo que las personas se familiaricen y conecten con los valores, sentimientos y mensaje que comunica Pastoral Familiar.



**Final.** Se decide que el fondo sea blanco y que los elementos respeten el color de cada sector. Además se agranda el logotipo para crear peso visual.



# SEPARADORES



Como parte de la campaña de material publicitario se trabajaron separadores de libros utilizando los íconos de los sectores, y el logotipo de Pastoral familiar.

**Propuesta 1.** Respetando la línea gráfica de las demás piezas, se utilizó diagramación central respetando la paleta de color, donde cada una representa un sector diferente. En este caso se utilizó una variante de tipografía con una frase del Papa Francisco más el logotipo en grande.



No funciona la distribución de elementos.

**Propuesta 2.** Para variar la paleta de color se creó una combinación más sobria que salió como resultado de la paleta de color de los logotipos para crear una variante más en la línea. Esta realmente no cuadró. Además se incluyeron los logotipos de cada sector para tener una especie de colección entre estas piezas utilizando otra tipografía para probar su formalidad para conectarla con el tema de religión.



Se rescata la tipografía, la posición del logotipo y la utilización de los íconos en la parte del fondo.

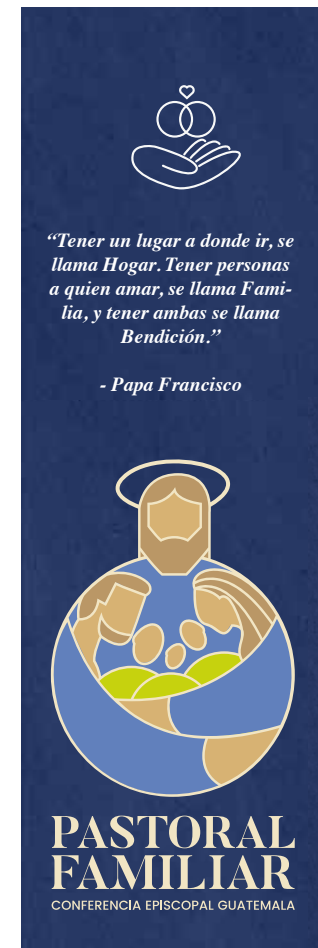
**Propuesta 3.** Al analizar las propuestas anteriores se rescataron elementos para profundizar en el mensaje. Se retoma la textura de papel kraft con el color azul para unir la línea gráfica de todas las piezas.

Además se retoman los íconos de cada sector para que estos sirvan, además de separadores, como un incentivo visual del acompañamiento que Pastoral Familiar ofrece. Otro aspecto que se toma en cuenta es que la textura de fondo crea armonía con ambos logotipos haciendo que de este modo sea elegida la paleta de color por los clientes y no se tenga que realizar de más.

Por último, las frases se presentan en dos tipos de letros, tanto serif como san serif. La opción 1 trasmite jovialidad, diálogo y confianza mientras que la opción 2 trasmite confianza, formalidad e inspiración.



Opción 1.



Opción 2.

# MISALES

Como parte de la campaña publicitaria se crearon diferentes propuestas de publicidad para misales en la etapa de idea. Se cuenta con un espacio pequeño dentro de ellos (por el espacio publicitario que brindan según la parroquia) con un diseño simple, el cual tiene una jerarquía visual marcada. Estos no se proponen como todo el misal en sí debido a que la diagramación ya está establecida. Para poder diseñarlos y adecuarse a ellos se analizó el misal de la Parroquia Cristo Rey de zona 16. Se tomó en cuenta la distribución de la publicidad para acoplarse y de esta manera integrarlo a las demás parroquias, teniendo en cuenta que no en todas utilizan la misma diagramación.



Orden de la liturgia.



Mensaje de Arzobispo

Único espacio publicitario para artes con información. El espacio es de 6x4 cms.

Espacio publicitario para logotipos



Se hicieron variaciones con los cuatro colores principales de la línea gráfica que se establecieron en los manuales, utilizando un mensaje según el sector que se quiera dar a conocer en el misal. *Cada espacio mide 6x4 cms tomando como base el misal que se analizó anteriormente.*



**Propuesta 1.** Se propone utilizar un color plano de fondo (paleta manuales) para que no compita con los otros anuncios. De este modo llama la atención y rompe el desorden que causan los demás artes publicitarios.

**Propuesta 2.** Es la misma idea que la propuesta 1, pero esta se proponen todos los elementos de color blanco. El problema es que la jerarquía no se percibe y causa desorden.



**Propuesta 3.** La variación de esta propuesta es la posición de los elementos. Crea más énfasis en el mensaje y transmite el logotipo.

Dichas propuestas son simples y contienen la información esencial. Este espacio de los misales es un refuerzo del material informativo porque al estar presente como material de apoyo en la liturgia, la mayoría de las personas que asistan a ella lo verán.

Se utilizan palabras claves por cada sector para enganchar al grupo objeto, de este modo sentirse identificados y provocar sentimientos y experiencias.



Como se puede observar, la utilización de la paleta de los manuales hace que resalte entre los demás: el ojo se dirige de primero al color, luego lee la palabra clave y con eso la información ya fue captada.



# Ilusión

*Empieza una vida  
llena de amor, guíate  
para ser feliz.*

**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Acompañamiento prematrimonial  
3424-2345



# Fuerza

*Esta situación te hizo  
más fuerte, una guía  
no está de más*

**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



# Alegría

*La bendición más  
grande, es un hijo. Ten  
las bases para cuidarlo*

**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



# Amor

*El amor es el tesoro  
más grande, hazlo  
crecer.*

**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Acompañamiento de vida matrimonial  
3424-2345



### Artes utilizados en misales

La paleta de color hace que Pastoral Familiar se vea actualizada, de confianza y llame la atención.

Estas tres características se logran en base a la diagramación y jerarquías de tipografía y color. Los íconos de fondo se utilizaron para conectar con el sector y crear textura debido a que si se deja lisa no crea el mismo impacto.

# ARTES DIGITALES PARA REDES SOCIALES

Como parte de la campaña publicitaria se crearon diferentes propuestas digitales para redes sociales, específicamente para Facebook, con el fin de publicitar a Pastoral Familiar.

Se trabajó en base a tres fases: expectativa, revelación y mantenimiento para que de este modo las familias tengan acceso a la información desde sus celulares, tablets y computadoras, con el fin de acercarse por un medio convencional ya que la utilización de dichas redes posee un gran tráfico actualmente.

Se utiliza la “fanpage” que Pastoral Familiar posee actualmente por lo que se decide cambiar la foto de perfil por el logotipo y se agrega una imagen de portada con la frase “Tú tienes los elementos y nosotros la guía.” para que de este modo las personas al entrar a dicha página encuentren una frase que los cautive y los haga acerque a la Sección de Familia.



La portada muestra a un guía de las personas que pueden acompañar a las familias; es un aliento para que explore, pregunte y quiera formar parte del acompañamiento.



**Expectativa.** Con esta fase se trabajó una línea gráfica en la cual el grupo objetivo empiece a preguntar sobre Pastoral Familiar, creando una duda con propósito y de esta manera interactúen con el material.

Se trabajó bajo la misma línea gráfica que los misales para mantener unidad y de este modo no perder al grupo objetivo. La idea es colocar una frase alusiva al sector colocando solamente el ícono para que las personas se cuestionen y se involucren directa o indirectamente con el material.



“Mi promesa  
es sostener tu  
\_\_\_\_\_ para  
seguir soñando  
juntos al final de  
cada día..”



**Revelación.** Como el nombre lo indica, esta fase revela tanto la palabra de la frase anterior, como el nombre del sector e invita a las familias a llegar a un lugar específico para ser acompañados de una forma jovial y con confianza. Cada sector maneja su ícono y su color, así las personas van posicionando en sus mentes cada uno de los sectores.

Se manejan para los diferentes sectores y para promocionar Pastoral Familiar.



SECTOR DE  
VIDA MATRIMONIAL

“Mi promesa es sostener tu  
**AMOR** para seguir soñando  
juntos al final de cada día..”



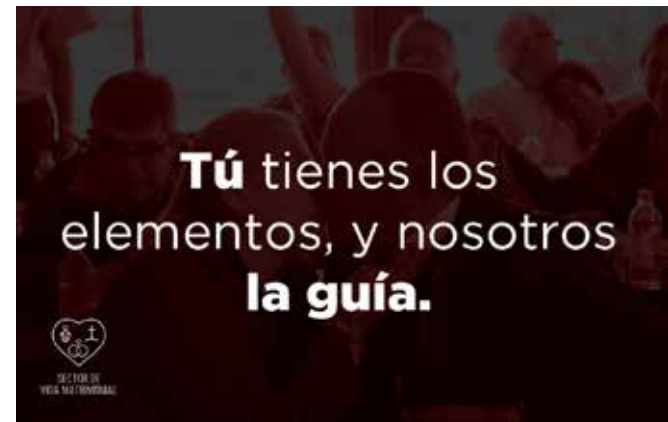
Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret

¿Quieres seguir así de feliz? Ven con tu familia y gózalo



**Mantenimiento.** Para tener un seguimiento de Pastoral Familiar y este no se “estaque” se decide mantener la página con frases y fotografías reales de las situaciones que las familias atraviesan.

Además se desea reforzar la idea de que Pastoral Familiar está presente para acompañar sin importar la situación que las familias están atravesando en determinado momento. Por lo que se respeta toda la línea gráfica de todas las piezas y se presenta en los artes digitales.



No funciona porque se desliga totalmente de la línea gráfica que se está utilizando, a pesar de seguir con la línea tipográfica, no funciona.



Por otro lado, este desarrollo si va de la mano con la línea gráfica, es novedoso y cautiva para que el grupo objetivo.

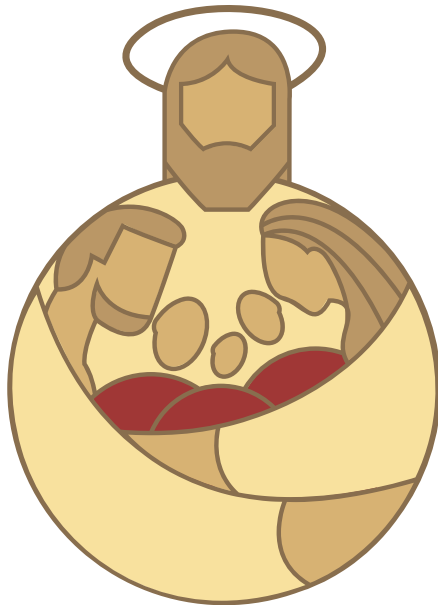
12

# PROPUESTA PRELIMINAR

---



Paleta de color primaria



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Variación de color



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**Soporte:**  
Digital Vectorial

**Sistema de color:**  
CMYK

**Dimensiones:**  
Escalable



# TARJETA DE PRESENTACIÓN



**Soporte:**  
Papel Opalina

**Sistema de color:**  
CMYK

**Dimensiones:**  
3.2 x 2 in, tiro y retiro  
Orientación vertical



# MANUAL DE PASTORAL FAMILIAR



**Soporte:**

Páginas interiores  
- Papel Bond  
Portada y contra portada  
- Papel Texcote

**Sistema de color:**

CMYK  
Páginas interiores:  
Opc 1: B/W  
Opc: Full COLOR

Pasta Full Color

**Dimensiones:**

8.5 x 5.5 pulgadas



# MANUAL DE SECTORES



### Soporte:

Páginas interiores

- Papel Bond

Portada y contra portada

- Papel Texcote

### Sistema de color:

CMYK

Páginas interiores:

Opc 1: B/W

Opc: Full COLOR

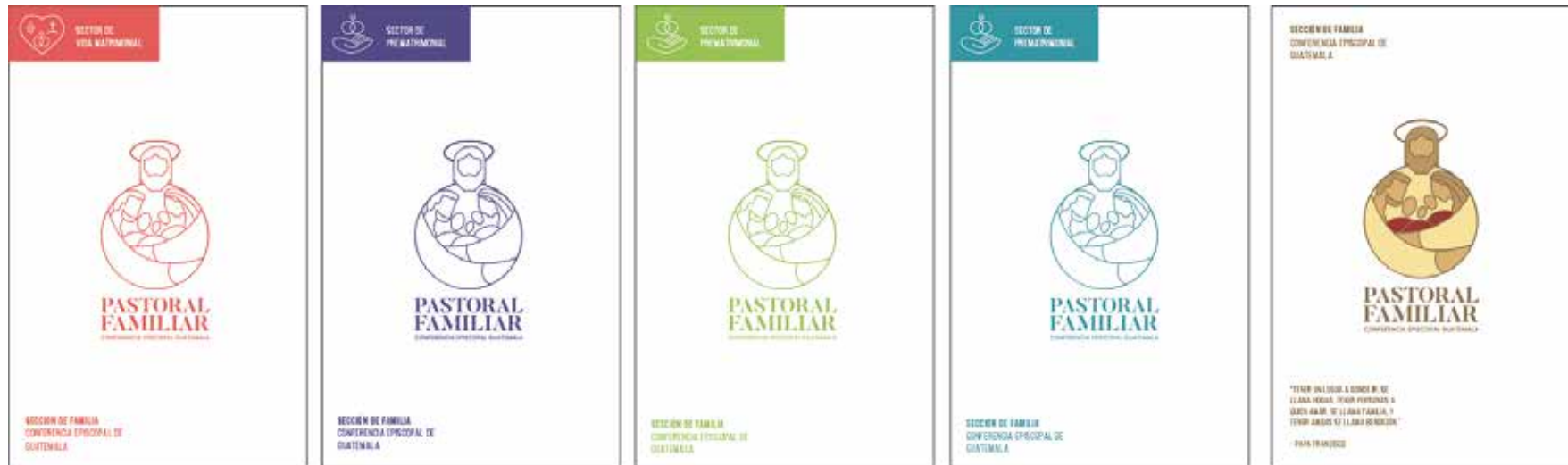
Pasta Full Color

### Dimensiones:

8.5 x 11 pulgadas



# FLYERS




**Soporte:**  
Papel Bond 80gms o couché.

**Sistema de color:**  
CMYK


**Dimensiones:**  
Media carta 5.5x 8.5 in

# SEPARADORES




"TENER UN LUGAR A DONDE IR, SE LLAMA HOGAR. TENER PERSONAS A QUIEN AMAR, SE LLAMA FAMILIA, Y TENER AMBAS SE LLAMA BENDICIÓN."

- PAPA FRANCISCO




**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



*"Tener un lugar a donde ir, se llama Hogar. Tener personas a quien amar, se llama Familia, y tener ambas se llama Bendición."*

- Papa Francisco



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



"TENER UN LUGAR A DONDE IR, SE LLAMA HOGAR. TENER PERSONAS A QUIEN AMAR, SE LLAMA FAMILIA, Y TENER AMBAS SE LLAMA BENDICIÓN."

- PAPA FRANCISCO



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**Soporte:**  
Papel Texcote

**Sistema de color:**  
CMYK

**Dimensiones:**  
2.5 x 7 pulgadas



13

**VALIDACIÓN  
TÉCNICA DEL  
DISEÑO  
PRELIMINAR**

---

# METODOLOGÍA DE RESULTADOS

## Grupo objetivo

### Encuesta

Se empleará una encuesta de 11 preguntas de rango más un comentario personal (Anexo 14)

### *Metodología:*

La encuesta se realizó la semana del 15 al 18 de noviembre a 8 personas con religión católica.

### *Información que se desea conocer:*

1. Opinión personal sobre la línea gráfica
2. Que sentimiento transmite el logotipo
3. Si se diferencian los manuales de los sectores
4. Reconocimiento de manual de Pastoral Familiar

## Expertos del tema

### Encuesta

Se empleará una encuesta de 12 preguntas de rango más un comentario personal. (Anexo 16)

### *Metodología:*

La encuesta se realizó la semana del 15 al 18 de noviembre a 6 personas, tanto agentes de pastoral como personas afines al Clero.

### *Información que se desea conocer:*

1. Opinión de experiencia sobre la línea gráfica
2. Que sentimiento transmite el logotipo
3. Si se diferencian los manuales de los sectores
4. Reconocimiento de manual de Pastoral Familiar
5. Conexión directa con la Iglesia Católica
6. Connotación de paleta de color

## Diseñadores gráficos

### Encuesta

Se empleará una encuesta de 15 preguntas de rango más un comentario personal. (Anexo 18)

#### *Metodología:*

La encuesta se realizó la semana del 15 al 18 de noviembre a 5 diseñadores gráficos, 3 de ellos egresados de la Universidad Rafael Landívar y 2 de la Universidad Galileo.

#### *Información que se desea conocer:*

1. Especificaciones técnicas de la línea gráfica
2. Recomendaciones y/o cambios de algún aspecto que no conecte con el proyecto
3. Que transmite la línea gráfica
4. Jerarquías visuales
5. Funcionalidad de paleta de color

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

El proceso de validación consiste en la revisión y evaluación de la propuesta preliminar de las piezas para la Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala, el cual permite recolectar información importante y comentarios de carácter constructivo para la mejora y solución de la propuesta final.

## Imagotipo

Según el resultado de los instrumentos de validación del grupo objetivo y diseñadores gráficos, el 100% comprende el logotipo como el elemento principal de la Pastoral Familiar, desde su abstracción, transmisión de valores y familia, la paleta de color y aplicaciones.

Con la relación del imagotipo con Pastoral Familiar, el 80% de los expertos en el tema coincidieron en agregar cabello a los niños del centro, debido a que su forma no se comprende y puede interpretarse de maneras incorrectas por lo que se decidió colocarles cabello y definir sus géneros.

Por otro lado, el 90% de los expertos en diseño recomendaron bajar la proporción del niño del centro para dar a entender que es un niño pequeño; si el cuerpo no se reduce, se puede interpretar que los niños están obesos. El 100% de los encuestados, tanto como el grupo objetivo, expertos en el tema y diseñadores coinciden en que el logotipo representa a **la familia, posee unión, se puede evidenciar el amor de Dios** y representa totalmente a Pastoral Familiar.

Al analizar la evolución, se llega a la conclusión que los niños aún carecen de expresión y presencia dentro del logotipo, por lo que se abstraen las formas de nuevo para crear tres niños que ven hacia el frente, al igual que Dios.

Según Navarro (2007), este elemento gráfico tiene como objeto ser un representativo de marca bajo un concepto, en este caso “torre armoniosa de luz”, donde se represento de la manera más simétrica posible a la familia para responder a la unión que hay dentro de ella.

La paleta de color final fue la paleta de colores cálidos y sobrios; el 80% de los expertos concuerdan que de esta manera la Pastoral se liga y crea conexión directa con la Iglesia Católica. En cuanto a la tipografía, el 100% de los encuestados coinciden que expresa formalidad y actualidad, haciendo que la Pastoral transmita confianza.

Además en este apartado cabe mencionar que al agregar los diferentes cambios en el imago tipo, este se aplica a las tarjetas de presentación como único cambio, debido a que la diagramación, la paleta de colores y la tipografía dan una imagen clara de la Pastoral.

## Manual de Pastoral Familiar

En cuanto al manejo de jerarquías en el Manual de Pastoral Familiar, los diseñadores aconsejan encontrar un mejor juego de tipografía en cuanto a tamaño y grosor porque resta importancia al logotipo, pero mantener la paleta de color utilizada debido a que existe dinamismo y armonía visual.

Los diseñadores gráficos comentaron que en la propuesta presentada el título restaba importancia al logotipo, y existía una pelea para entender el punto focal, por lo que se unió y disminuyó la escala del título.

Todas las letras se dejaron en mayúscula, para que exista un respiro visual y la jerarquía se respete. Con estos pequeños cambios el Manual dio un giro para concretar la idea de sobriedad, actualidad y unión. El contraste del logotipo con el fondo añadió dinamismo y expresión.

## Manuales de sectores

En los manuales de sectores en cuanto a los íconos, la mayoría coincide en incrementar su tamaño para que tengan peso visual y se entienda que son parte importante de cada sector.

Los tres grupos encuestados coincidieron en que dos de los cuatro sectores se confundían en cuanto a color, por lo que se realizó un cambio en el tono del azul y el mo-

rado, de manera que los dos se identificaran y se notara diferencia. Además, se respetó el cambio de grosor de las tipografías de los títulos para mantener la línea del Manual de Pastoral, cambiando del mismo modo el tipo de letra del subtítulo que se encuentra en la parte inferior de las portadas. La paleta que se cambió en los sectores se aplicó a los flyers, misales y separadores.

## Flyers

Para el material publicitario, específicamente en los flyers, los tres grupos encuestados afirman en un 100% que el logotipo es legible tanto en su variable lineal, como el principal. La jerarquía y la utilización de texto es factor que llama la atención de los tres grupos.

Al carecer de un “enganche” con el público, se decide agregar una frase que vaya de la mano con el sector que se este presentando y de este modo poder evocar sentimientos y emociones en las familias.

Para que la información se quedara con la familia sin ser superficial, se agregó una parte donde ellos pudieran tomar una parte del flyer.

## Separadores

La jerarquía visual de los separadores se respetó. Se le hizo una variante en el color del texto del logo para que creara contraste con el fondo. La escala del logotipo se redujo, pero los otros elementos se respetaron. Finalmente se decidió jugar con dos líneas: una con la misma línea del Manual de Pastoral y otra con la línea de los sectores, debido a que la utilización de la paleta de color del Manual está dirigido a Agentes de Pastoral, mientras que la línea de los manuales de sectores se quiere utilizar para reforzar el material publicitario, para que se puedan entregar y sirvan como incentivo.

## Misales

En base a la validación se encontró que hacía falta una pieza para reforzar el material publicitario, por lo que se decidió crear artes para misales que contengan las características principales de toda la línea. En base a dichas características, se utilizó la misma paleta de color de los sectores y la jerarquía utilizada en los separadores de modo que los colores del fondo en las artes publicitarias de los misales actúen para romper el desorden que provocan los demás anuncios.

El 60% de los encuestados afirman que se debe jugar con la jerarquía de los textos en las piezas por lo que se tomó dicha sugerencia para ajustarla a las artes de los misales.

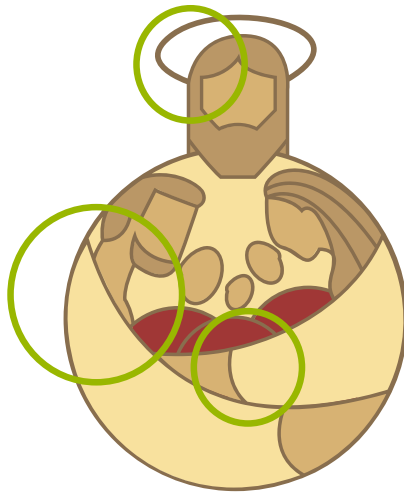
## Artes para redes sociales

En base a la validación se detectó que hacía falta una pieza para reforzar el material publicitario, por lo que se decidió crear artes digitales para redes sociales para incrementar la cantidad de personas que observan el material y de este modo ampliar los medios de interacción y observación.

Se trabaja bajo tres fases para: cautivar, sorprender y mantener al grupo objetivo; la línea gráfica se respeta y de este modo se conserve la marca y no confunda.

# CAMBIOS DE VALIDACIÓN

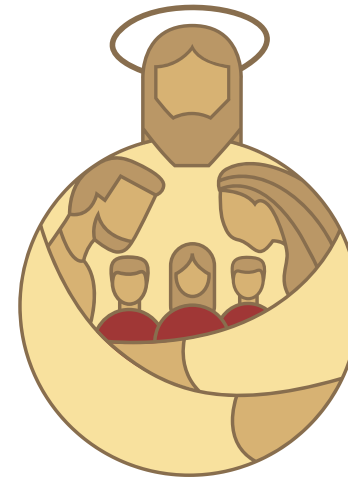
## Antes



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

1. No existía simetría total en toda la figura, desde el aura de Jesús, el rostro y las manos.
2. Falta de equilibrio entre las cabezas de los padres.
3. Estilizar las figuras de los hijos, tanto cabeza como cuerpo por que no poseen apariencia humana.

## Después



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

1. Se ajustó la simetría total de la figura, haciendo las curvas iguales de ambos lados en el cuerpo de Jesús.
2. Decreció el cuerpo del padre para brindar carácter con su cuerpo.
3. Se cambió la perspectiva de los hijos por lo que se les colocó cabello para que se identifiquen mejor



Antes



1. Cambio de logotipo
2. Los textos no poseen jerarquía visual

Después



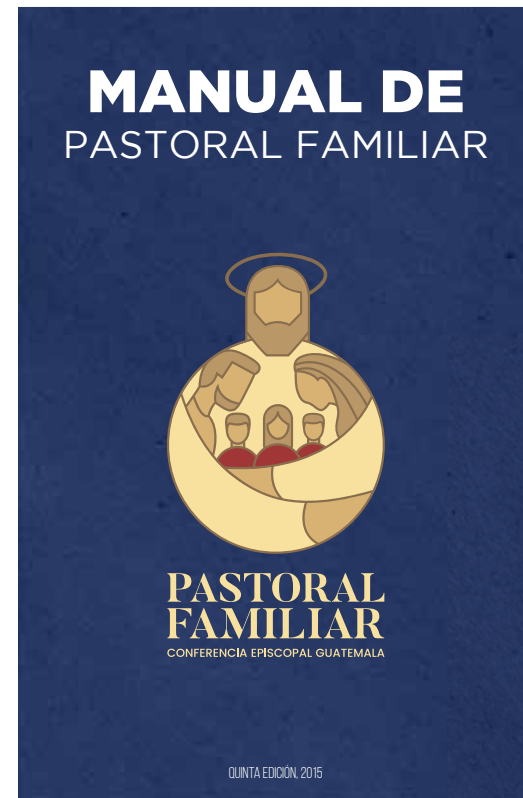
1. El correo electrónico se le bajó la escala y de este modo hay ritmo visual.

Antes



1. La tipografía resta importancia al logotipo
2. No existe punto focal
3. El texto no se percibe fluido

Después



1. Se coloca la tipografía en mayúsculas
2. Incrementa el tamaño del logotipo
3. Se combinan los grosores del título para crear relevancia

Antes (Portada)



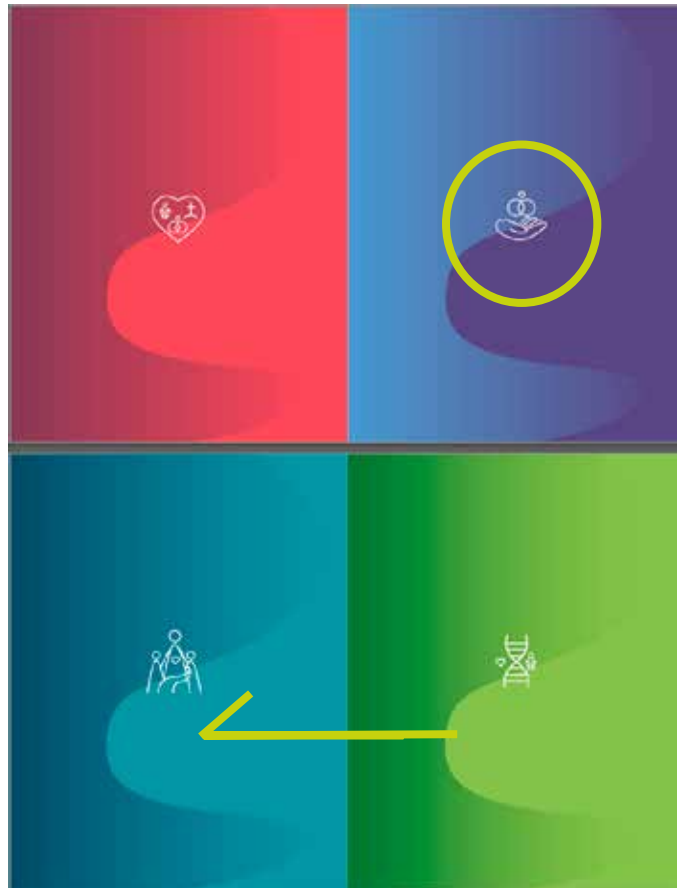
1. No existe división en los títulos por consiguiente no exista jerarquía
2. La tipografía no brinda carácter al manual

Después (Portada)



1. Al igual que manual de Pastoral, se utiliza la combinación de grosores de la tipografía y ya no solo son mayúsculas.
2. El sector de Prematrimonial se convierte en color morado.

Antes (Contraportada)



1. No se distingue el sector al que pertenece

Después (Contraportada)



1. Se le coloca nombre para identificar el sector al que pertenece
2. Incrementa el tamaño del ícono

Antes



1. No llama la atención del espectador
2. No existe información relevante
3. La jerarquía es estática

Evolución



1. Se utilizó una jerarquía central que brinda ritmo
2. Un espacio para frases alusivas al sector y de este modo enganchar con las familias
3. Espacio para tomar información

Después



1. Cambió la distribución de elementos.
2. El tamaño es 11x17in
3. La frase es el enganche para las personas.
4. Respeta el color de cada sector.
5. Expresa de donde proviene.
6. Se agrega red social.

Antes



1. Sin función
2. Sin enganche
3. No se logra distinguir a donde pertenece cada uno

Después



1. Se agregó una palabra principal para cada camino para que las personas al leerlas se sientan identificadas y lean las frases alusivas al sector
2. Los íconos de cada sector respetan su nombre
3. Se juega con el eje central y la tipografía solo cambia el grosor.
4. Se agrega la red social y de este modo genere interacción la fanpage de Pastoral Familiar.

# MISALES



**Ilusión**  
Empieza una vida  
llena de amor, guíate  
para ser feliz.

PASTORAL FAMILIAR  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

3424-2345

**Amor**  
El amor es el tesoro  
más grande, hazlo  
crecer.

PASTORAL FAMILIAR  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Acompañamiento de Vida matrimonial  
3424-2345

**Alegría**  
La bendición más  
grande, es un hijo. Ten  
las bases para cuidarlo

PASTORAL FAMILIAR  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**Fuerza**  
Esta situación te hizo  
más fuerte, una guía  
no está de más

PASTORAL FAMILIAR  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Soporte:

Papel Periódico

Sistema de color:

CMYK

Dimensiones:

6x4 cms.

Antes

Después

**Ilusión**

Empieza una vida llena de amor, guíate para ser feliz.

Pastoral Familiar Guatemala

**Amor**

El amor es el tesoro más grande, hazlo crecer.

Pastoral Familiar Guatemala

**Alegría**

La bendición más grande, es un hijo. Ten la base para cuidarlo

Pastoral Familiar Guatemala

**Fuerza**

Esta situación te hizo más fuerte, una guía no está de más

Pastoral Familiar Guatemala





1. Se detectó que los íconos crean ruido visual en los misales por lo que se decidió quitarlos del fondo y colocarlos al lado de cada frase y palabra de enganche. Se agregó el nombre de la fanpage para que de este modo las personas la busquen y encuentren más información desde esa red social.



# ARTES DIGITALES

## Expectativa

<p>“Mi promesa es sostener tu _____ para seguir soñando juntos al final de cada día..”</p> 	<p>Por encima de todo, vístanse de _____, que es el vínculo perfecto.</p> <p>- Colosenses 3:14</p> 
--	---

## Revelación

 <p>SECTOR DE VIDA MATRIMONIAL</p> <p>“Mi promesa es sostener tu <b>AMOR</b> para seguir soñando juntos al final de cada día..”</p>	 <p>SECTOR DE PREMATRIMONIAL</p> <p>Por encima de todo, vístanse de <b>AMOR</b>, que es el vínculo perfecto.</p>
 <p>Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret <b>¿Quieres seguir así de feliz?</b> Ven con tu familia y gózalo</p>	 <p>Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret <b>¿Nerviosos?</b> Es normal, vengan y les contaremos el secreto.</p>

## Mantenimiento



**Tú** tienes los elementos y nosotros **la guía.**

Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret  
**¿Qué es?** Averigüalo con tu familia



La felicidad de la familia se llama **bendición.**  
¿Qué más quieres?

**¡Nosotros** queremos que crezca aún más!



SECTOR DE VIDA MATRIMONIAL

**Soporte:**  
Digital

**Sistema de color:**  
RGB

**Dimensiones:**  
1200x800 px

14

# PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

---

Según la RAE, torre significa construcción fortificada, más alta que ancha, utilizada para defender una ciudad o plaza. Del mismo modo se desea representar a la familia, como una torre que se construye etapa por etapa para llegar a la cima donde se encuentra la luz, que en este caso se le atribuye a Dios.

Para que una torre sea fuerte y sólida, cada etapa de su construcción debe forjarse. Asimismo es la familia: si ella tiene crecimiento con armonía y amor de la mano de Dios, vivirá en plenitud por siempre. Una familia es la unidad primaria de interacción y sostén de la organización social.

Las familias desempeñan un papel muy importante en la vida de las personas. Todos los comportamientos que se aprenden de la familia son muy importantes para ayudar a crecer a la persona y así relacionarse con los demás miembros de la sociedad.

Cuando se habla de “Torre armoniosa de luz” no se habla de una única familia, se habla de todas las familias ya que son la base para la sociedad. De esta las ma-

nera se conecta el concepto no solo con el proyecto, sino con Pastoral Familiar, los cuales son ayuda para que la torre se construya de manera correcta, teniendo las herramientas adecuadas y de mayor calidad para que esa torre esté acompañada siempre de la luz, del amor indescriptible que Dios brinda a cada uno.

***La imagen elaborada para la Pastoral Familiar, como comercialmente se le conoce a la Sección de Familia, se trabajó en base a lo descrito anteriormente, que se utilizará a finales del 2017 y principios del 2018 en todas las áreas parroquiales de Guatemala en las que Pastoral Familiar se encuentra. Tiene como objetivo fortalecer la imagen visual para un mejor reconocimiento y muestra de la entrega y confiabilidad que poseen en el acompañamiento de las familias a través de sus piezas; demostrando su servicio desinteresado, amor a Dios y fe en que las familias son la célula básica de la vida y sociedad.***

### ***El proyecto está dividido en tres partes:***

#### **1. Rediseño de imagen visual:**

- El rediseño de la imagen principal de la Pastoral Familiar consiste específicamente en la modificación del logotipo debido a que el actual se aleja totalmente de lo que dicha entidad desea representar. El no logra transmitir confianza, servicio y amor de Dios para que las familias católicas guatemaltecas se sientan identificadas con él y Pastoral pase desapercibido.

#### **2. Desarrollo de material educativo:**

- El material consiste en facilitar el traslado de información de los Agentes de Pastoral hacia las familias y de este modo el acompañamiento posea una herramienta visual que les ayude a agilizar las actividades e instrucciones.

#### **3. Material publicitario:**

- Dicho material consiste en divulgar e informar a las familias católicas y personas dentro del Clero qué es Pastoral Familiar despertando interés, evocando sentimientos y creando una conexión para que los acompañamientos a las familias se expandan y se formen llenas de amor, regocijo y confianza siempre de la mano de Dios.

Para que la población guatemalteca conozca a Pastoral Familiar dichas piezas se presentarán ante el público en tres etapas: expectativa, idea y acción. En la *expectativa* se dará a conocer el logotipo con la ayuda de los flyers y separadores, para luego reforzar su esencia en la etapa de *idea* con la ayuda de los misales donde muchas familias católicas y personas pertenecientes al Clero conocerán la acción de acompañamiento que se está promocionando. Por último en la etapa de *acción* se llevará a cabo la expansión del material educativo que identificará a Pastoral Familiar a nivel nacional.

## Color

Wong (1992) expone que el color posee la habilidad de reflejar y hacer sentir emociones en las personas, y es una de las herramientas de comunicación visual más efectivas para transmitir mensajes visuales. Por lo anteriormente expuesto, el color es uno de los elementos presentes en la propuesta más importante, porque acompañado de su psicología y estrecha conexión con el tema familiar y religioso hacen que cada pieza posea su función y haga que exista una conexión más fuerte con el grupo objetivo, y de este modo responder a los objetivos.

*Imagotipo:*

La paleta se escogió en base a los colores alusivos a la Iglesia Católica para que manera las personas se puedan conectar de manera directa con el tema de religión.

Cada uno se escogió tomando como referencia las imágenes existentes de Jesús, la tez de la mayoría de personas guatemaltecas y tomando en cuenta la psicología del color que Costa (2008) presenta.

De esta manera el imagotipo logra la calidad técnica necesaria para comunicar y transmitir su identidad, y pueda reproducirse para las diferentes piezas a utilizar según sea la necesidad de la Pastoral.



**Tinta plana**  
Pantone Solid  
Coated 7402 C

**Color HEX**  
#f1e19f

**CMYK**  
C: 4%  
M: 13%  
Y: 46%  
K: 0%



**Tinta plana**  
Pantone Solid  
Coated 465 C

**Color HEX**  
#AF9568

**CMYK**  
C: 35%  
M: 46%  
Y: 65%  
K: 30%



**Tinta plana**  
Pantone Solid  
Coated 466 C

**Color HEX**  
#CBB075

**CMYK**  
C: 16%  
M: 31%  
Y: 61%  
K: 4%



**Tinta plana**  
Pantone Solid  
Coated 704 C

**Color HEX**  
#8B3A38

**CMYK**  
C: 25%  
M: 91%  
Y: 75%  
K: 20%

*Manual de Pastoral Familiar:*

Para el color se utilizó como textura papel craft acompañada de un tono azul oscuro.

La idea principal fue evocar las mismas emociones de confianza y jovialidad sin alejarse del tema religioso de esta manera enfocarse en el logotipo como representación principal de la herramienta y juego de colores para identificarse ante el grupo objetivo.

El juego de azul y la paleta de color del logotipo crea un contraste evidente que hace que exista un evidencial en la pieza.



**Tinta plana**

Pantone Solid  
Uncoated 282 U

**Color HEX**

#33355b

**CMYK**

C: 88%  
M: 78%  
Y: 23%  
K: 39%

*Manual de Sectores - Flyers - Separadores - Misales*

Para la realización de la paleta de color se retomó a Costa, J. (2008) quien menciona que existen diferentes connotaciones del color para la Iglesia Católica.

Tomando en cuenta el trasfondo del color, se eligió una paleta específica para representar a cada sector tomando como base el tema que acompaña para conectarlo con la connotación del color que Costa expone.

Además, al igual que la tipografía, el color designado servirá para desligarse totalmente de la paleta que normalmente utiliza la Iglesia Católica, ya que el objetivo es enseñarle a las familias que Pastoral Familiar da un acompañamiento real, con amor y entrega, pero al mismo tiempo es jovial y evoca confianza.

*A continuación se explica brevemente que simboliza el color, luego en el apartado de los manuales se retoma dicha connotación y se evidencia la unión de ella con el sector al que pertenece.*

**Connotación para la Iglesia Católica:**

1. Morado: Representa la penitencia que simboliza el Sacramento que consiste en arrepentirse de los pecados que se han cometido, que posteriormente se confiesan a un sacerdote para obtener la absolución y tener el propósito de no volver a actuar mal en adelante.
2. Verde: Representa esperanza, al que Papa Francisco expone como la virtud que para un cristiano es Jesús en persona, es su fuerza de liberar y volver a hacer una nueva vida.
3. Rojo: Representa fuego, sangre y amor divino. Como otra virtud, es un acto específico, es decir, el amor de benevolencia y amistad profunda que nace del corazón. Representa el nacimiento de un amor fuerte y sincero donde Dios está presente en todo momento.
4. Azul: Representa el cielo y las fiesta de los ángeles: El cuidado donde la fe tiene un poder inmenso que logra sanar corazones y dar amor.





**Tinta plana**  
 Pantone Solid  
 Coated 7671 C

**Color HEX**  
 #514c85

**CMYK**  
 C: 79%  
 M: 80%  
 Y: 17%  
 K: 4%



**Tinta plana**  
 Pantone Solid  
 Uncoated 2300  
 U

**Color HEX**  
 #a3c05d

**CMYK**  
 C: 49%  
 M: 0%  
 Y: 84%  
 K: 0%



**Tinta plana**  
 Pantone Solid  
 Coated 7418 C

**Color HEX**  
 #c85b5a

**CMYK**  
 C: 0%  
 M: 83%  
 Y: 58%  
 K: 0%



**Tinta plana**  
 Pantone Solid  
 Uncoated 2221  
 U

**Color HEX**  
 #5c94a0

**CMYK**  
 C: 79%  
 M: 20%  
 Y: 34%  
 K: 4%

## Tipografía

Otro elemento importante es la tipografía (a pesar de no mencionarse antes, este elemento funciona como apoyo visual de las piezas, mientras color y forma son las partes claves del diseño) ya que esta funciona y crea estética dentro de las piezas; Eguaras (2014) indicaba que es un elemento fundamental porque representa el nombre escrito o brinda la información de manera legible haciendo que este pueda conectar con la forma y color para totalizar la función de la pieza.

Ya que las piezas requieren este elemento, se utilizaron diferentes tipografías que sirvieron para unificar y dar sentido a las piezas que se seleccionaron según su carácter estético para que ilustrar y ser funcionales.

*Imagotipo:*

La tipografía consolidó la conexión de la Pastoral Familiar con el concepto. Esta se escogió ya que es una fuente que evoca confianza, jovialidad, presencia, respeto, religiosidad (a través de la experiencia en materiales de la Iglesia católica) y formalidad.

Se decidió combinar dos tipos distintos de tipografías para innovar la propuesta, brindar jovialidad y actualidad a la Pastoral, y de este modo demostrar que son el lugar indicado para formar a la familia.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS  
TUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

*Butler Bold*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU  
VWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstu  
vwxyz

*Poppins Medium*

**Combinación de tipografías**

*Butler Bold* .....

**PASTORAL**

**FAMILIAR**

*Poppins Medium* .....

CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

*Manual de Pastoral Familiar:*

Ya que la Pastoral habla de familia, amor y regocijo que debe tener la familia entre ella misma y Dios se buscó la unión tipográfica de diferentes fuentes san serif.

Tipografías que al unir las connotan elegancia, jovialidad y confianza (al igual que el logotipo); el estilo tipográfico que se utilice según Eguaras (2014) es muy importante porque define el mensaje visual en la composición gráfica. Además se utilizaron las mismas para tener la misma línea gráfica y que esta sea identificada al observarse.

**Combinación de tipografías**

**MANUAL DE PASTORAL**

PASTORAL FAMILIAR

*Gotham Book*

*Gotham Black*

*Bebas Neue Book* — QUINTA EDICIÓN

**ABCDEFGHIJKLMNÑOP  
QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmñopqurs  
tuvwxyz**

*Gotham Black*

ABCDEFGHIJKLMNÑOP  
QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmñopqurs  
tuvwxyz

*Gotham Book*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

*Bebas Neue Regular*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

*Bebas Neue Book*

*Manuales de Sectores:*

La tipografía que se utilizó fue la que expresa las características que con anterioridad se han mencionado: confianza y jovialidad. Se decide que se utilizarán dos fuentes tipográficas de las cuatro que se utilizaron en el manual de Pastoral Familiar y de este modo crear una especie de “tomos” para que cada uno de los manuales tenga conexión con el otro.

La utilización de serif ancha y serif delgada crean un atractivo visual para que el material cautive y se vea actual. Se quiere alejar a la Pastoral de lo convencional y típico, para causar alegría al visualizar las piezas.

*Flyers, separadores y misales:*

Para estas piezas se utilizan las mismas tipografías expuestas anteriormente; esto para dar seguimiento a la línea gráfica y respetar su connotación.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOP  
QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqurs  
tuvwxyz**  
*Gotham Black*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
*Bebas Neue Book*

## Iconografía de cada sector

Como parte de la realización de la línea gráfica de los sectores, para poder definir y apartar cada uno de ellos se realizó un ícono representativo que adopta las características principales del acompañamiento de cada sector.

Cada una de estas imágenes representativas tomó la base fundamental del acompañamiento de su sector, representándolo así de forma abstracta sin perder la trasmisión del mensaje.

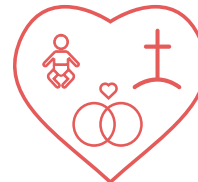
Además dichos íconos se utilizaron en la mayoría de las piezas gráficas debido a lo que representa cada uno y por la función que poseen las piezas de dar a conocer los sectores y que parte de la vida es la que acompaña el sector.



Sector de Prematrimonial. Este sector tomó la unión de una pareja, es la representación de todo el amor que se tienen para vivir en armonía y paz, para luego formar una familia. Los anillos y la mano de Dios, fueron los elementos que dan significado al sector.



Sector de Defensa de la vida. Este sector acompaña a las familiar para defender la nueva vida, por lo que se tomaron los tres símbolos que representan el resultado del amor de una pareja, mostrando por etapas: total amor, desarrollo de vida y como resultado el nacimiento de un bebé.



Sector de Vida Matrimonial. Este sector es la cúspide de la vida. Representa a la familia en sí, como al pasar las etapas se construye un hogar con amor de la mano de Dios. Recoge los símbolos de vida, Dios y matrimonio.



Sector de Situaciones Irregulares. Este sector expresa las diferentes situaciones que pasan en las familias, así como el divorcio, problemas familiares fuertes, matrimonios de diferentes religiones, etc. Expone como Dios no deja de ser la guía y el regocijo en la familia y como brinda apoyo y serenidad para seguir adelante.

## Unión de elementos

Con lo expuesto en el contenido teórico de diseño, se definió la comunicación visual como la interpretación de todo lo que nuestros ojos ven, a la cual cada persona le asigna un valor diferente por sus experiencias y vivencias, según Costa (2008).

Al entender los dos elementos más relevantes dentro de la composición, cabe paso a evidenciar de forma general como estos elementos adoptaron la estética y funcionalidad dentro del desarrollo gráfico.

### *Identidad gráfica*

Dentro del proyecto, la identidad gráfica toma su protagonismo al concordar con Capriotti (2009) que define el enfoque del diseño de este tipo como la representación icónica de una organización ya que expone sus características más importantes. Dicha aseveración se puede evidenciar en la abstracción media-alta que posee el logotipo transmitiendo su esencia vital como familia, elemento que inicia como la base principal de todas las piezas. Al ser la base, este elemento se considera fundamental ya que se encuentra en todo el desarrollo gráfico, dándole sentido estético y funcional para transmitir el mensaje visual que Pastoral Familiar desea.

# ELEMENTOS DE DISEÑO

Según Wong (1996) los elementos están muy relacionados entre sí y al juntarse forman la base de todas las composiciones. En ellos se desarrollan la forma, la textura, el color, la escala, ejes y jerarquías para abrir paso a las conjugaciones que se convierten en agrupaciones gráficas mejor conocidas como composiciones.

Como parte del proyecto se tomaron los elementos esenciales que fueron la base del desarrollo gráfico de las piezas en general.

*A continuación se explicará la funcionalidad de cada elemento en las diferentes piezas.*

## EJES Y RETÍCULA

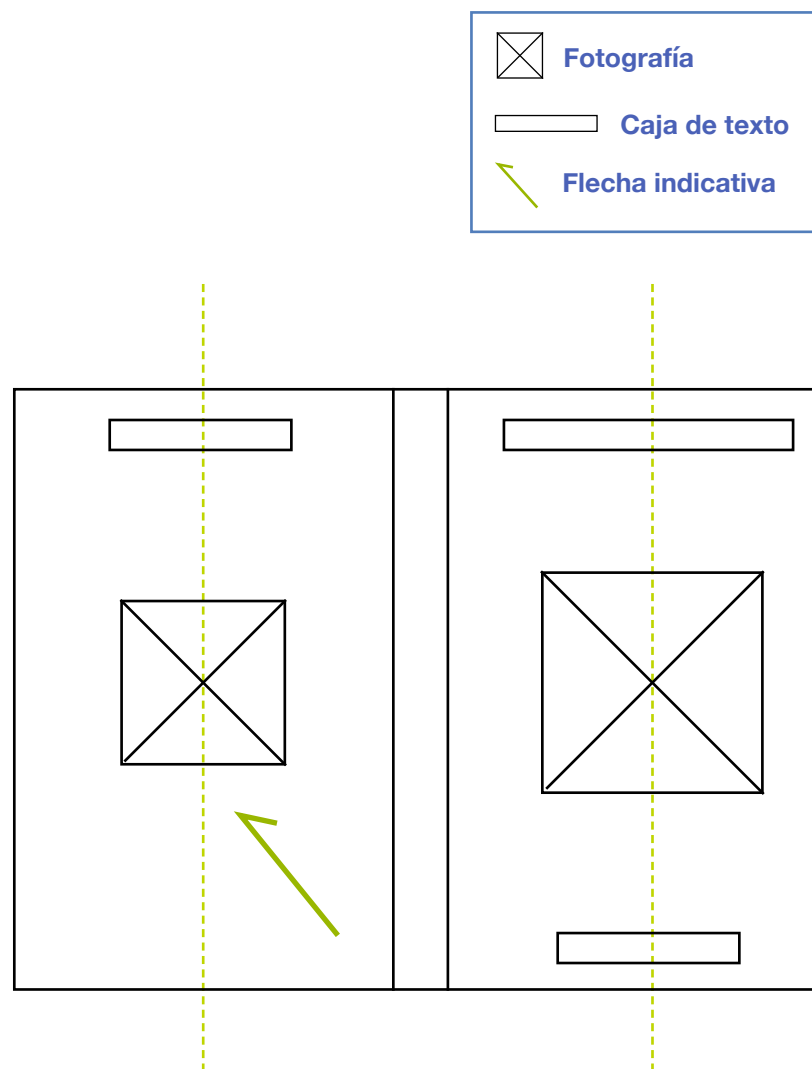
Al definir la forma como la representación gráfica de un objeto, se decidió tomar la manera conceptual detrás de la frase principal de todo el proyecto. Esta se decodificó rescatando tres aspectos que se visualizaron de la siguiente manera:



*Manual Pastoral Familiar:*

En el manual de Pastoral Familiar, la jerarquía se basó en el punto focal que es el logotipo ya que se decidió ponerlo en la portada para que se entendiera a primera vista de que trata el libro, reforzándolo en el lomo. En la contra portada se utilizó la variante de logotipo lineal para destacar al grupo objetivo y que se sepa que esa es la imagen base de toda la Pastoral Familiar. Posee funcionalidad en cuanto a que si el manual está boca abajo, se siga comprendiendo de qué es su temática.

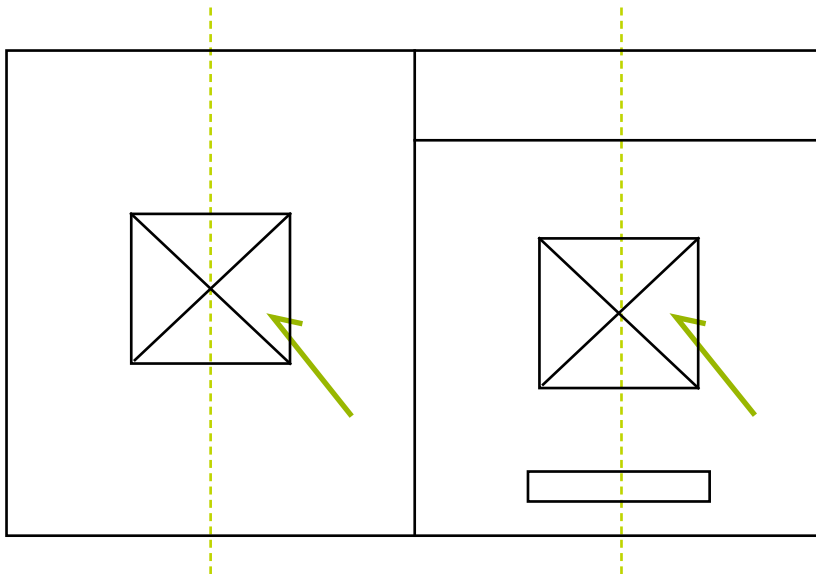
Según los agentes de Pastoral, este manual concreta lo que se estaba buscando transmitir por muchos años. Allí se comprende a la Sección de Familia como tal y se muestra como el material principal de todo el acompañamiento.



### *Manuales de Sectores:*

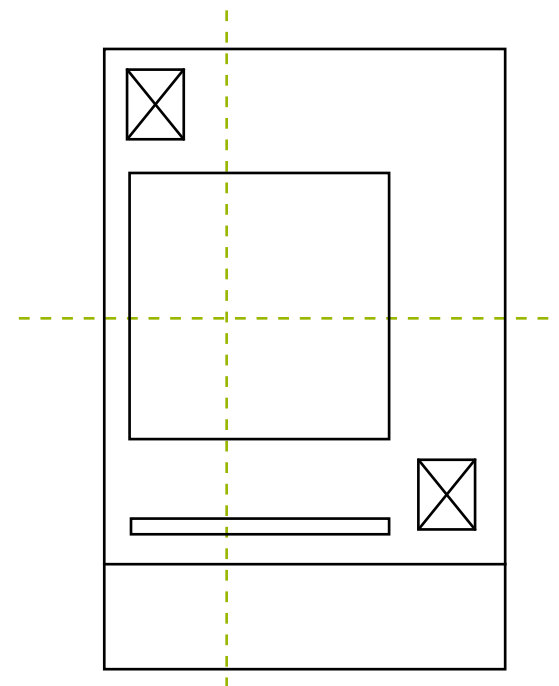
La forma principal de los manuales de sectores recaen en la abstracción más alta en la imagen del Sagrado Corazón de Jesús con el manto rojo. Este se resalta en la parte de atrás debido a que se quiere reforzar un elemento visual, así como la textura, ya que aporta carácter visual a la pieza como asegura Wong (1998). Por otro lado se utiliza una jerarquía central para dar énfasis en el punto focal.

*La iconografía se explicará en el apartado de Manuales de sectores.*



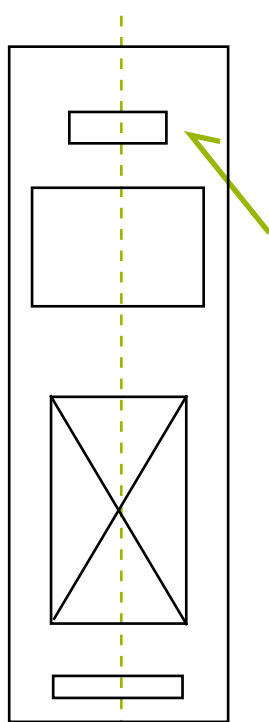
### *Flyers:*

Al igual que las piezas presentadas con anterioridad, los flyers cuentan con una forma básica en su composición que permitan una diagramación fluida. Se retoman las mismas formas del logotipo e íconos, además es una propuesta que respeta pesos visuales en sus elementos gráficos.

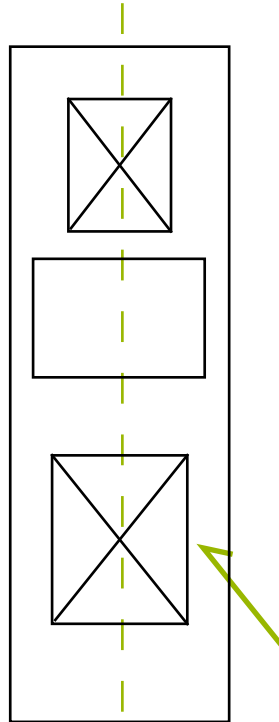


*Separadores:*

La forma de los separadores retoman la diagramación de los flyers y manuales, porque al igual que ellos existe eje central acompañado de los íconos y el logotipo que evoca los tres aspectos: familia, torre y luz. Las diagramaciones que se presentan son los dos diseños propuestos.



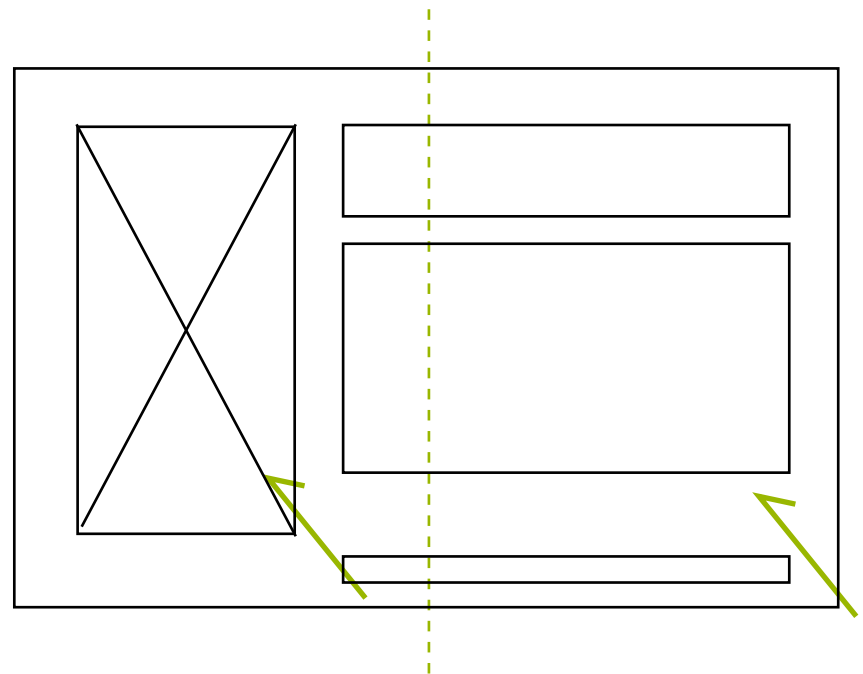
*Separador para familias*



*Separador para agentes*

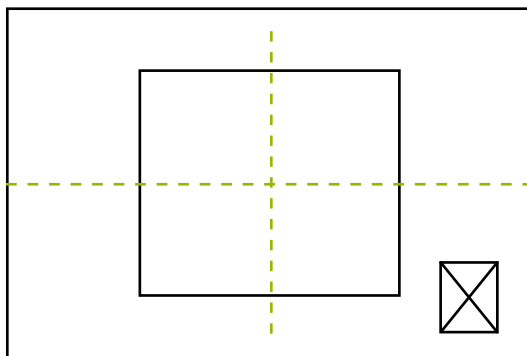
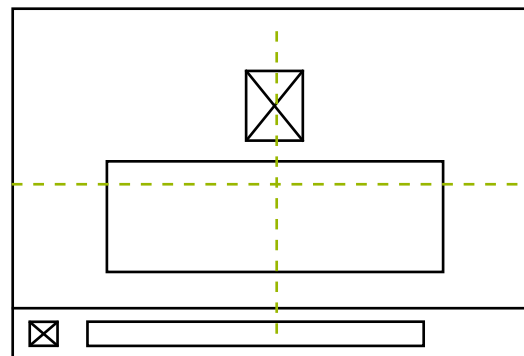
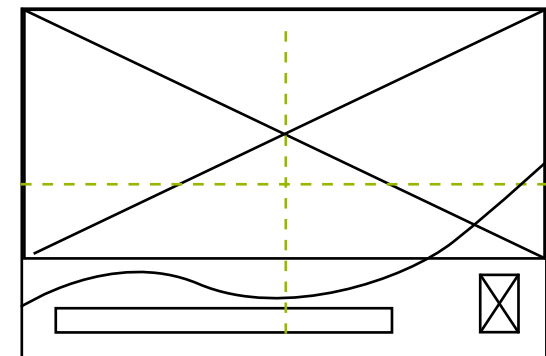
*Misales:*

Los misales poseen una diagramación horizontal que respeta los elementos de toda la línea gráfica, su eje posee una simetría aunque no total para que la tipografía tenga legibilidad y los elementos se distingan uno de otro pero al mismo tiempo se perciba una sola composición.



*Artes digitales:*

Los artes digitales respetan una jerarquía centrada y fluida, de este modo connota dinamismo, atrae al grupo objetivo y despierta el interés en las personas. Sus elementos hacen que sea funcional y retenga la vista.

*Expectativa**Revelación**Mantenimiento*

# IMAGOTIPO

Según Navarro (2007) el logotipo se puede definir como el elemento gráfico que tiene como objeto representar la identidad y filosofía de la marca de quien lo utiliza, es la imagen representativa de una empresa y varía según las necesidades de ella.

El imagotipo en su mayoría, está formado por líneas curvas y orgánicas que fueron creadas en base a figuras geométricas, especialmente círculos; estos recaen en la estructura de la familia, reforzando así el concepto de armonía, logrando así una pieza que evoca confianza, amor, fe y unidad.

Representa el abrazo que une cada parte de la familia, esto quiere decir que se muestra al padre y a la madre dando el máximo amor y cuidado a sus hijos, donde en ningún momento se encuentran solos porque siempre están al cuidado de Dios.

Sus ejes son centrales y posee una simetría que reparte las formas de manera vertical creando así un peso visual equitativo.

## ***El imagotipo representa:***

### 1. Familia:

La familia se desarrolló mediante a su forma básica de representación mediante la abstracción media de la imagen de la familia y el amor que transmite. La idea es que ella se muestre como la forma principal detrás de todo el desarrollo gráfico.

### 2. Torre

Conceptualmente se toma la torre como la construcción fortificada que análogamente se refiere a la familia en su forma de “edificación”, dado que si esta es fuerte, entonces nunca caerá, así como lo es la familia.

### 3. Luz

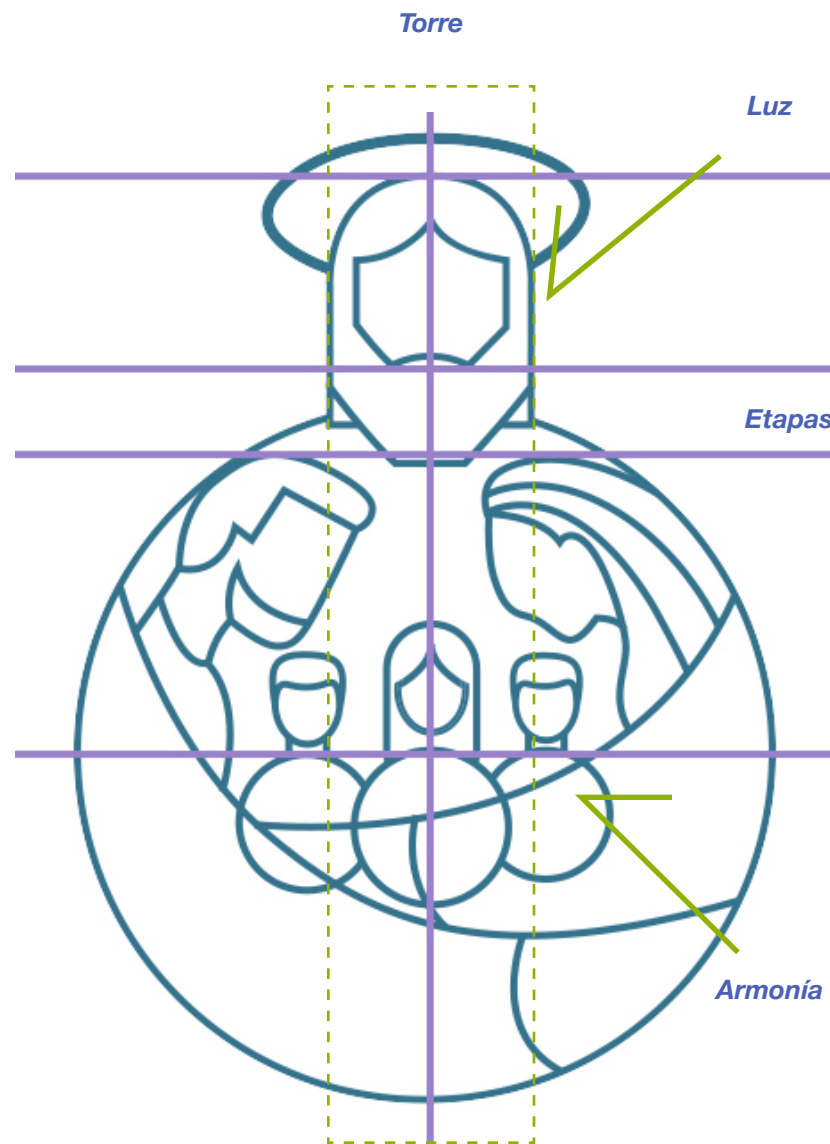
Todos los proyectos en la vida poseen una recompensa, la luz es el elemento más conceptual dentro del desarrollo de la propuesta, porque este se muestra implícitamente en las piezas, al ser la recompensa que alcanza la familia al tener una vida de paz y armonía, acompañada de Dios.

Dichos conceptos se pueden visualizar de la siguiente manera:

**La torre** es la estructura que se forma etapa por etapa forjándose de amor, confianza, respeto y fe para que cada piso se conecte de manera correcta en la mayor **armonía** posible para llegar a la cima y recibir la **luz** que es Dios.

Las etapas comprenden la formación de la pareja, reflejando el amor que desempeñan, la confianza que desarrollan y el respeto que no se pierde para luego subir al siguiente “piso de la estructura” para forjar el amor que tiene dicha pareja en el Sacramento del matrimonio; posteriormente la ilusión de la unión hace que depositen la semilla de luz en una nueva vida que está por vivir.

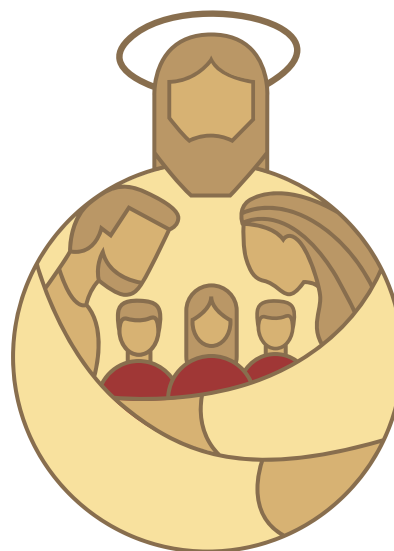
Poco a poco las etapas se unen (como un rompecabezas) para alcanzar la mayor meta de luz que se convierte en amor pleno en el núcleo familia donde Dios ha forjado el camino sin despegarse de la vida en ningún momento.



Le estructura del logotipo fue definida a través de la imagen de la familia y la de Dios en sí, con el objetivo de mantener la esencia de Pastoral Familiar, pieza que a través de los años ha tenido mucha importancia para mostrarse frente al Clero, parroquias y familias católicas.

En base a los elementos y su unión se refuerza la propuesta al ser presentada ante el grupo objetivo, que la resaltan como la imagen que evoca “la torre de amor y acompañamiento que da Dios a la familia.”, siendo Dios el protector universal de ella, además de que la imagen transmite una familia común con tres hijos como la Iglesia católica lo promueve.

Tomando en cuenta su connotación, la función principal del imago tipo es ser la imagen representativa de toda la Pastoral Familiar, para ser reconocida por el Clero y las familias como la mayor entidad de acompañamiento familiar.



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

*Logotipo principal*



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

*Versión lineal*

# TARJETA DE PRESENTACIÓN

Pastoral Familiar explicó que de momento la única manera de presentación que utilizan y requieren es la tarjeta de presentación.

El diseño de las tarjetas respeta el logotipo, la diagramación central y tipografías que se utilizan en todas las piezas.

Su función principal es que los Agentes de Pastoral tengan una pieza que refuerce el conocimiento de la nueva imagen, así mismo tengan un instrumento gráfico para presentarse ante los demás.





# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Una vez aprobado el logotipo se elaboró el manual de identidad gráfica. Este se implementa con el fin de normar los usos correctos del logotipo de Pastoral Familiar, por ser importante que el cliente conozca las distintas formas de utilizarlo.

El manual está constituido por: historia, visión y misión, concepto, logotipo, construcción de logotipo, color, tipografía, aplicaciones permitidas y no permitidas, íconos agregados de la línea gráfica y aspectos que se deben tomar en cuenta.

El diseño de este manual continúa con la línea gráfica de todo el material pero de manera sutil ya que no se quería restar importancia al contenido que es lo primordial en esta pieza.

Tomado en cuenta que se agregaron cuatro diferentes íconos para separar los sectores de acompañamiento y cada uno de ellos posee un color, se colocaron algunas observaciones para las nuevas aplicaciones.

Dentro de los aspectos gráficos del manual se mantuvo una diagramación con una columna alineada a la derecha en la cual se presenta la información acorde al apartado de esa página; cabe mencionar que varía la distribución de los elementos cuando se presentan más elementos gráficos que texto.

A continuación se muestran diferentes páginas del diseño del manual:



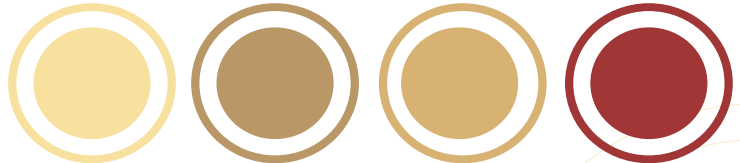




## ¿POR QUÉ SE RENUEVA LA IMAGEN?

A la Sección de Familia de la Comisión de laicos, juventud y familia se les dificulta su identificación, **por su logotipo actual**, como la principal acción evangelizadora que apoya a la Iglesia Católica por lo que complica el acercamiento de las familias católicas, y como consecuencia acuden a movimientos y asociaciones que no poseen la misma formación y capacitación que la Sección de Familia.

6.



<p><b>PANTONE SOLID COATED 7402 C</b>                  CMYK: 4 13 46 0                  RGB: 241 225 159                  #F1E19F</p>	<p><b>PANTONE SOLID COATED 465 C</b>                  CMYK: 35 46 65 30                  RGB: 175 149 104                  #AF9568</p>	<p><b>PANTONE SOLID COATED 7402 C</b>                  CMYK: 16 31 61 4                  RGB: 203 176 117                  #CBB075</p>	<p><b>PANTONE SOLID COATED 7402 C</b>                  CMYK: 25 91 75 20                  RGB: 139 58 56                  #8B3A38</p>
---	--	--	---

## COLOR

11.



## APLICACIONES PERMITIDAS

NOTA: UTILIZAR COLORES OSCUROS PARA LOGOTIPO PRINCIPAL A COLORES, SI SE DESEA UTILIZAR VARIOS COLORES EN EL FONDO, SE PUEDE UTILIZAR LA VERSIÓN A LÍNEA SIN NINGÚN PROBLEMA

13.



## ÍCONOS COMPLEMENTARIOS

Pastoral Familiar se basa en el acompañamiento de familias en base a cuatro sectores importantes; Pre-matrimonial, Defensa de la vida, Vida matrimonial y Sectores Irregulares; por lo que para poder definir y apartar cada uno de ellos se realizó un ícono representativo que adopta las características principales del acompañamiento del mismo.

Cada una de estos íconos representativos tomó la base fundamental del acompañamiento de su sector, representándolo así de forma abstracta sin perder la transmisión del mensaje.

16.

# MANUAL PASTORAL FAMILIAR

Leyva, V. (s.f.) explica que para diseñar material educativo, debe comprender cómo el ambiente puede promover ciertos aprendizajes a partir del uso correcto de factores como color, tipografía, imágenes, ilustración, etc. Esto se debe pensar en los estilos de aprendizaje y conocer cómo aprenden las personas según su edad y nivel cognitivo.

Es por eso que el manual de Pastoral Familiar tuvo un giro de 360° a su diseño original. En este se puede observar que se trabajó bajo una línea gráfica y jerarquía sencilla, con juego entre títulos y paleta de color, con el fin de mejorar la herramienta de capacitación que utilizan los agentes de Pastoral ante los matrimonios que desean ser parte y convertirse en nuevos Agentes.

Este manual ayudará a reforzar y agilizar el traslado de información en las capacitaciones, ya que es una herramienta que contiene cada paso que deben seguir los matrimonios para poder brindar un buen acompañamiento.



# MANUALES DE SECTORES

Estos manuales se trabajaron en base a los sectores más importantes que trabaja la Pastoral Familiar: sector Pre-matrimonial, Defensa de la vida, Vida matrimonial y Situaciones Irregulares.

La Sección de Familia, como aspecto fundamental, cubre cuatro sectores de la vida familiar (los mencionados anteriormente) y cada uno de ellos cubre necesidades según la vida familiar de cada persona, por lo que se desarrolló la línea gráfica de dichos manuales para mostrar la unidad y acercamiento que posee cada sector uno con el otro, y de este modo exponer a las familias católicas que cada uno de los diferentes acompañamientos es parte de toda la Pastoral Familiar.

Esta herramienta se utiliza en el acompañamiento de cada familia según su necesidad, por eso se renovó la línea gráfica para crear la unión de las piezas y se puede tener un mejor acompañamiento de parte de los Agentes de Pastoral, ya que será una ayuda visual que comprende las actividades que deben realizar las familias para vivir en armonía y paz.

Para el sector Prematrimonial se escogió el morado ya que según Costa (2008) es la enseña de la penitencia. El sector prematrimonial habla de la preparación al matrimonio y entonces se crea conexión con la penitencia porque a la hora de poder contraer matrimonio las parejas de novios tienen que pasar por diferentes etapas.

De ese modo también se creó el ícono para este sector que le brinda a Dios todo su amor y entrega para su plena felicidad como pareja.



Al igual que el sector Prematrimonial, para Defensa de la vida se tomó el color verde debido a que representa la esperanza, los bienes que tienen que venir y el deseo de la vida eterna. Es justo lo que se expone en este sector se debe proteger la vida que viene para una familia que vive en armonía etapa por etapa. La defensa de la vida es vital, según los agentes de Pastoral, porque es el resultado que Dios ha brindado a las parejas, afirman que es la bendición más grande que existe en la vida.





Para el sector de vida matrimonial se trabajó el color rojo porque significa el fuego, la sangre y el amor divino. Se utiliza en las fiestas del Espíritu Santo, iluminando la llama del amor divino, en las fiestas de los Mártires, en la Pasión y Pentecostés. Aquí habla del amor divino, que es una gran analogía de lo que se aspira en una vida matrimonial como el esfuerzo y entrega que se tienen cada miembro de la familia, siendo el sostén de cada etapa de la vida. El amor divino se quiere reflejar en la vida matrimonial porque también es la primer escuela de vida que se expandirá a la siguiente generación para continuar esa alegría que da el amor que está acompañado de Dios.



Por último, en el sector de situaciones irregulares se utilizó un tono del color azul porque es el que representa al cielo y a las fiestas de los ángeles.

Este sector habla de situaciones difíciles por las cuales una familia puede atravesar, por lo que se tomó como factor principal a los ángeles porque son la ayuda de Dios para el cuidado de sus hijos. Quiere transmitir una ayuda “invisible” para vivir en armonía y paz, es la muestra más grande del acompañamiento que brinda Dios.

# FLYERS

Cada uno de ellos se presenta con el logotipo principal para luego amalgamar en el ícono según su sector dando la pauta a transmitir que todos los íconos representan a Pastoral Familiar.

Como parte de la estrategia de publicidad, a cada flyer se le colocan cinco aspectos importantes: ícono de cada sector, logotipo de Pastoral, frase alusiva al tema de cada sector, red social en donde se les puede encontrar y una parte donde se coloca la información principal; Bhaskaran (2009) explica que este tipo de materiales complementa la publicidad al ser una de las formas más flexibles de todas las publicaciones ya que se crean en todo tipo de formas y tamaños.

Es por eso que se decide utilizar una frase para reforzar el acompañamiento y crear una conexión directa con la familia, mostrando que realmente se interesan por ellos y de esta forma cada persona se siente identificada ante su situación. Por el otro lado la parte donde está la información se tomó en cuenta para que las personas se acerquen e interactúen en la pieza. Debido a que el color y tipografía son los mismo que los sectores, cada uno trasmite lo que con anterioridad se explicó en los manuales.





# SEPARADORES

La idea principal de estas piezas es reforzar el material publicitario informativo al concordar con Bhaskaran, L. (2009) retomando una de las tres funciones: identificadora, que explica que este tipo de materiales ayuda para presentarse al público y que este lo reconozca; así tanto los agentes como las familias tengan una piezas que les ayude con los documentos y libros que poseen en el acompañamiento. Se trata de un tipo de material que sea dinámico, funcional y portátil que se pueda reproducir fácilmente y sean un refuerzo del servicio que brinda Pastoral Familiar a las familias católicas.

Se manejaron dos líneas para los separadores: una para los agentes de pastoral siendo el mismo desarrollo gráfico del manual de Pastoral familiar y separadores para familias católicas, que respeta la línea de los sectores.

Dichos separadores poseen la misma paleta de color que los manuales. Los separadores con la paleta de color de los manuales de sectores poseen una distribución en la información dinámica y jovial (que posteriormente se aplica a los misales). Por otro lado los separadores de los ma-

nuales de Pastoral son de carácter sobrio para brindarle a las familias una sensación de profesionalismo, interés, confianza y formalidad de parte de ellos. La frase utilizada es “Tener un lugar a donde ir, se llama Hogar. Tener personas a quien amar, se llama Familia y tener ambas se llama Bendición.” donde el Papa Francisco conjuga la gran bendición de tener una familia.

Como último aspecto importante, para que el material sea más funcional, se agrega el nombre de la fanpage de Pastoral Familiar para que el grupo objetivo los busque y encuentre más información de los acompañamientos que ofrece.



SECTOR DE  
SITUACIONES IRREGUALRES

“Tener un lugar a donde ir, se llama Hogar. Tener personas a quien amar, se llama Familia, y tener ambas se llama Bendición.”

- Papa Francisco



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

## Amor

Quien halla esposa halla la felicidad: muestras de su favor le ha dado el Señor.

- Proverbios 18:22



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**iTe queremos acompañar!**

Pastoral Familiar Guatemala

## Ilusión

“Aprendemos a amar no cuando encontramos a la persona perfecta, sino cuando llegamos a ver de manera perfecta a una persona imperfecta”

- Sam Keen



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**iTe queremos acompañar!**

Pastoral Familiar Guatemala

## Alegría

El Señor te protegerá; de todo mal protegerá tu vida.

El Señor te cuidará en el hogar y en el camino, desde ahora y para siempre.

- Salmos 121:7-8



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**iTe queremos acompañar!**

Pastoral Familiar Guatemala

## Fuerza

“Eres el ejemplo vivo de amor y fortaleza, te has esforzado el doble de las demás y sigues siendo un ángel.”



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**iTe queremos acompañar!**

Pastoral Familiar Guatemala

# MISALES

Vatican.va. (n.d.) afirma que es uno de los materiales más utilizados por los fieles laicos en las misas, por lo que se deciden realizar dichos artes publicitarios en los misales para el día domingo en las parroquias ya que se celebra la palabra. Se crea un anuncio que expone de forma clara de quien se le está hablando, de qué se le está hablando y quién le está hablando.

Otro aspecto que cabe resaltar es que estos anuncios son la conexión directa con los flyers que se entregarán o estarán colocados en las carteleras de las Iglesias.

Retomando la misma idea de los separadores en cuanto a las frases que evocan las situaciones de cada sector, se le coloca a cada uno con mayores dimensiones una palabra que está ligada directamente con la frase y el sector, teniendo dos funciones: llamar la atención y ser el enlace directo con la frase que está debajo.

Además detrás de cada anuncio se coloca el ícono de cada sector para que tenga presencia dentro de la publicidad y diferencie a la Pastoral desde un inicio.

A pesar de que no se menciona el sector como tal, se quiere que las personas imaginen de que tratan (como expectativa) para luego conectar con los flyers.



*Por ejemplo, las frases como: "Empieza una vida llena de amor, guíate para ser feliz.", evoca a las parejas para que se guíen y tengan un camino lleno de felicidad cuando decidan formar una familia.*

# ARTES DIGITALES PARA REDES SOCIALES

Retomando a Gañan (2015) y las principales ventajas de utilizar publicidad en redes, se decide realizar artes digitales distribuidos en tres etapas: expectativa, revelación y mantenimiento.

Lo que se desea es crear expectativa en el grupo objetivo para que interactúe con el material, se cautive, lo comparta, le de like a dicha publicación y le de like a la misma fanpage de Pastoral Familiar; además de que encuentre inquietud y se pregunte sobre qué se trata dicho material.

Luego en la siguiente etapa se revela la palabra que hacía falta en el arte anterior y se invita a las familias, según su sector, al acompañamiento.

Por otro lado se revela el ícono de cada uno de los sectores de este modo las personas empiezan a conocer la nueva línea y se les hace más fácil el reconocimiento. Además se pretende que este material las personas identifiquen a Pastoral Familiar.

Por encima de todo, vístanse de \_\_\_\_\_, que es el vínculo perfecto.

- **Colosenses 3:14**



SECTOR DE  
PREMATRIMONIAL

Por encima de todo,  
vístanse de **AMOR**, que es  
el vínculo perfecto.



Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret

¿Nerviosos por este cambio? Es normal, vengan y les contaremos el secreto.

Por último la fase de mantenimiento; esta pretende mantener la fanpage de Pastoral Familiar para que por medio de las redes se siga publicitando y de este modo ampliar al grupo objetivo y más familias católicas se acerquen a ser acompañados. Las frases como las de este arte: ¿Te quieres casar? ¿Tendrás un hijo? ¿Ya tienes hijos? ¿Padre o madre soltero/a?; son para enganchar a cada una de las personas y de este modo generar likes, que compartan la página e incrementar el tráfico de redes.



¿Te quieres **casar**?  
 ¿Tendrás un **hijo**?  
 ¿**Ya tienes** hijos?  
 ¿Padre o madre **soltero/a**?

**Nosotros** te acompañamos en cualquier etapa de tú vida. Cuéntanos ¿Qué etapa atraviesas?

**PASTORAL FAMILIAR**  
 CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA



Todas las **preguntas** que te estás haciendo, nosotros ya las respondimos.

**¡Ven,** nosotros queremos ayudarte en esta gran etapa!

SECTOR DE PREMATRIMONIAL



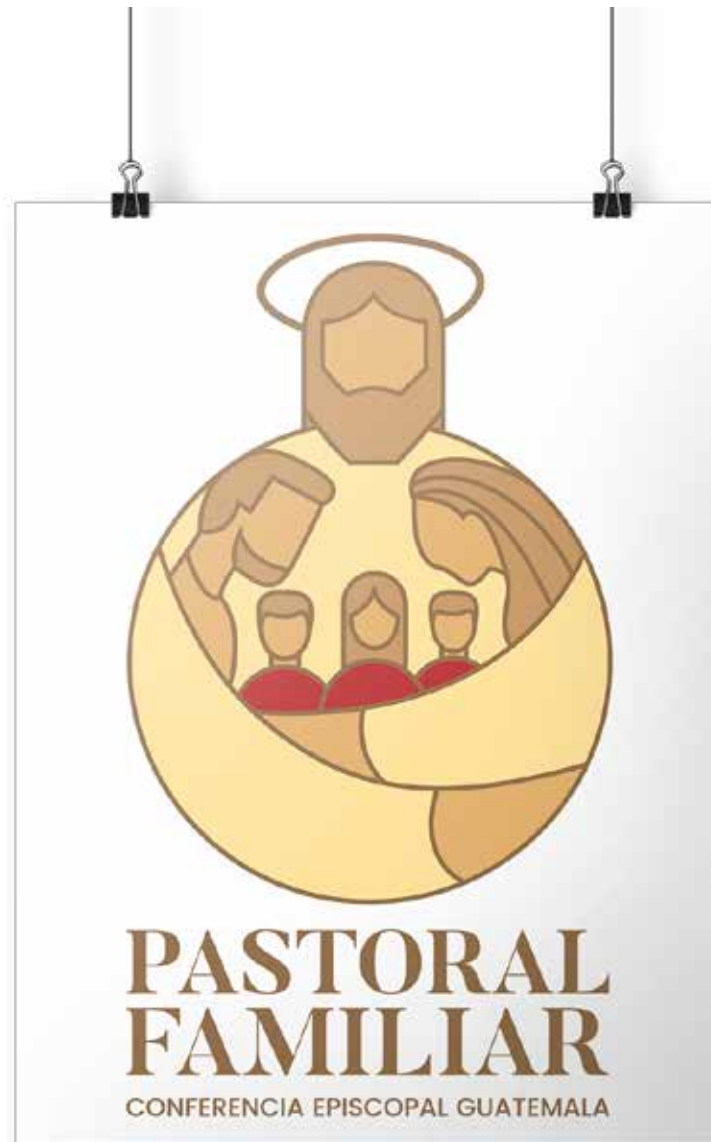
La felicidad de la familia se llama **bendición.** ¿Qué más quieres?

**¡Nosotros** queremos que crezca aún más!

SECTOR DE VIDA MATRIMONIAL

# Propuesta Final

# LOGOTIPO



# TARJETA DE PRESENTACIÓN





# MANUAL PASTORAL FAMILIAR



# MANUAL PASTORAL FAMILIAR - PREMATRIMONIAL



# MANUAL PASTORAL FAMILIAR - DEFENSA DE LA VIDA



# MANUAL PASTORAL FAMILIAR - VIDA MATRIMONIAL



# MANUAL PASTORAL FAMILIAR - SITUACIONES IRREGULARES









**PASTORAL FAMILIAR**  
COMUNIDAD Eucarística, Solidaria, Escuchadora

**“Eres el ejemplo vivo de amor y fortaleza, te has esforzado el doble de las demás y sigues siendo un ángel.”**



**SECTOR DE SITUACIONES IRREGULARES**

Pastoral Familiar Guatemala

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral

Accompañamiento pastoral  
Tel: 2322-2222  
Dirección Pastoral









“Tener un lugar a donde ir, se llama **hogar**. Tener personas a quienes amar, se llama **familia**; y tener ambas se llama **bendición**”  
- Papa Francisco

Pastoral Familiar Guatemala

- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral
- Administración José María Berrío  
Tel. 2209 2272  
Cobertura Pastoral






## SEPARADORES - FAMILIAS



## SEPARADORES - AGENTES DE PASTORAL




## MISALES



# Ilusión


Empieza una vida  
llena de amor,  
guíate para ser  
feliz.

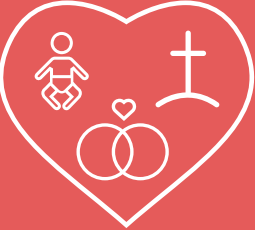
Pastoral Familiar Guatemala 



# Alegría


La bendición más  
grande, es un hijo. Ten  
la base para cuidarlo


Pastoral Familiar Guatemala 



# Amor


El amor es el tesoro  
más grande, hazlo  
crecer.

Pastoral Familiar Guatemala 



# Fuerza

Esta situación te hizo  
más fuerte, una guía  
no está de más

Pastoral Familiar Guatemala 



Palabra del Señor. Fieles: Gloria a ti, Señor Jesús.

HOMILIA (Sentada) PROFESIÓN DE FE (De pie)

Creo en un solo Dios, Padre todopoderoso, Creador del cielo y de la tierra, de todo lo visible y lo invisible...

ORACIÓN DE LOS FIELES

Presidente de la asamblea: Hermanos, la fuerza salvadora de Dios se manifiesta cada vez que con humildad le suplicamos...

que nuestros pastores vivan gozosamente la misericordia sacerdotal en la defensa integral de la vida humana. Oremos al Señor. Padre, óyenos.

Presidente de la asamblea: Oye, Señor, las súplicas de tus hijos, purifícanos de nuestros pecados y permítenos dar gloria a tu nombre santo. Por Jesucristo, nuestro Señor. Amén.

LITURGIA EUCARÍSTICA

Presidente de la asamblea: Oren, hermanos, para que este sacrificio... Fieles: El Señor recibe de tus manos este sacrificio para alabanza y gloria de su nombre, para nuestro bien y el de toda su Santa Iglesia.

ORACIÓN SOBRE LAS OFRENDAS (De pie)

Presidente de la asamblea: Recibe, Señor, las súplicas de tus fieles junto con estas ofrendas que te presentamos, para que, lo que celebramos con devoción, nos lleve a alcanzar la gloria del cielo. Por Jesucristo, nuestro Señor. Amén.

Presidente de la asamblea: El Señor esté con ustedes. Y con su espíritu. Levantenlos el corazón. Lo firmamos levantado hacia el Señor. Demos gracias al Señor, nuestro Dios. Es justo y necesario.

PADRE NUESTRO RITO DE PAZ CORDERO DE DIOS ANTÍFONA DE LA COMUNIÓN

Los niños se empobrecen y pasan hambre; los que buscan al Señor, no conocen de nada.

RITO DE COMUNIÓN ORACIÓN DESPUÉS DE LA COMUNIÓN

Presidente de la asamblea: Señor, suplicamos a tu majestad que así como nos nutres con el sagrado alimento del Cuerpo y de la Sangre de tu Hijo, nos hagas participar de la naturaleza divina. Por Jesucristo, nuestro Señor. Amén.

RITO DE CONCLUSIÓN

Presidente de la asamblea: El Señor esté con ustedes. Fieles: Y con su espíritu. Presidente de la asamblea: La bendición de Dios Todopoderoso, Padre, hijo y Espíritu Santo descienda sobre ustedes. Fieles: Amén. Presidente de la asamblea: Hermanos pueden ir en paz. Fieles: Demos gracias a Dios.



MENSAJE DEL SEÑOR ARZOBISPO OSCAR JULIO VIAN MORALES, SDB

Hermanos y hermanas en Jesucristo

En este domingo encontramos en la Palabra de Dios la importancia de su Misericordia, la cual se manifiesta de una manera general en cada uno de nosotros que somos pecadores y que necesitamos conversión.

En nuestro tiempo hay muchas enfermedades o tipos de lepra que nos pueden contagiar de pecado. Recordemos que la enfermedad de la lepra, en el tiempo de Jesús, se refería a la manifestación externa de algún pecado interior y esto implicaba que la persona estaba impura; por lo que sufrían un cierto rechazo delante de la sociedad.

La Liturgia de la Palabra en este día del Señor, nos hace referencia a este tipo de enfermedad, sobre todo la Primera Lectura y el Evangelio. Sin embargo lo más importante no es la sanación de la enfermedad, sino la victoria sobre el pecado.

Ante esta situación también se mezcla una actitud de agradecimiento, es la gratitud que mueve al pagano Naamán a agradecer por el regalo de la sanación, la misma que recibió de cierta manera la sanidad de toda su vida del rechazo que recibía en la sociedad. Vimos pues la gratitud y misericordia de Dios con dos personas que pertenecían a un grupo de excluidos y esto es una gran enseñanza para cada uno de nosotros, el que más reconoce su necesidad es quien mejor y más pronto ve la misericordia de Dios y la agradece.

Esteremos atentos de no caer en la actitud de indiferencia como los otros nueve leproso que también fueron sanados. Dios es bueno y amoroso con los desagradecidos y perversos, pero podemos ser beneficiarios de los bienes y quedarnos sin fe. Seamos como el samaritano que volvió para alabar al Señor y dar gracias porque había sido sanado.

Debémosnos llevar por la Palabra de Dios que nos enseña que nadie está fuera de la posibilidad de encontrarse con Jesucristo; las barreras no las ha puesto Dios sino nosotros. Y seamos siempre agradecidos por todo lo que hemos recibido de nuestro Señor.

La gratitud es una moralidad que debe ser enseñada y cultivada desde el seno del hogar. Este buen hábito de agradecer se pierde, cuando pensamos que solo tenemos derechos, perdiendo así el sentido de la gratitud; seamos sencillos, humildes y agradecidos, solo así podremos vivir en plenitud la gracia de ser hijos de Dios y compartir el triunfo de Cristo.

Con mi atento saludo, les deseo a todos un feliz día del Señor.

Oscar Julio Vian Morales, SDB Arzobispo Metropolitano de Santiago de Guatemala

Amor El amor es el tesoro más grande, hazlo crecer. Pastoral Familiar Guatemala

JESUCRISTO ES NUESTRA PAZ 31 DE OCTUBRE 2016 33 VIGILIA OFRENDAS: Q15

Diplomado en Teología Matutino (4 días a la semana) 2426-2537

REGENERACION DE CARTILAGO A través de tratamiento con Plasma Rico en Plaquetas

La Tierra Santa y Europa 27 de octubre al 19 de noviembre

PARA ESE FUERTE DOLOR Quimofeina

RECUERDA QUE PUEDES LLEVARTE ESTA GUIA Y COMPARTIRLA.

# ARTES DIGITALES - PORTADA

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Camas Ultra Guatemala' (@CamasUltraGT). The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons. The profile picture is a logo for 'PASTORAL FAMILIAR CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA'. The cover photo features a video of a priest with a beard and glasses speaking into a microphone. Below the video, a dark blue banner contains the text '¡Tú tienes los **elementos** y nosotros la **guía!**'. The page has a navigation menu on the left with options like 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', 'Videos', 'Notas', and 'Publicaciones'. The main content area shows a post with a text input field 'Escribe algo en esta página...' and a 'Fotos' section. A red banner at the bottom of the page contains the text 'Mi promesa'. On the right side, there are statistics for the page, including 'Servicio profesional en Ciudad de Guatemala', 'Comunidad', and engagement metrics like 'A 25.444 personas les gusta esto' and '25.393 personas siguen esto'.



## ARTES DIGITALES - EXPECTATIVA

“Mi promesa  
es sostener tu  
\_\_\_\_\_ para  
seguir soñando  
juntos al final de  
cada día.”



Por encima de  
todo, vístense  
de \_\_\_\_\_, que  
es el vínculo  
perfecto.

- **Colosenses 3:14**



“El Señor te protegerá;  
de todo mal  
protegerá tu \_\_\_\_\_.  
El Señor te cuidará  
en el hogar y en el  
camino, desde ahora  
y para \_\_\_\_\_.”



El amor es la  
fuerza que mueve  
al mundo, y tú  
eres el \_\_\_\_\_  
perfecto de ello.



Es seguro <https://www.facebook.com/PFamiliarGuatemala1994/>

Aplicaciones Landivar Facebook Deezer Hotmail Zoho YouTube Netflix WhatsApp Behance :: Actividad Gmail Marca Excel

Pastoral Familiar Guatemala CEG

Inicio

Me gusta Seguir Compartir

**Pastoral Familiar Guatemala CEG**

"Mi promesa es sostener tu \_\_\_\_\_ para seguir soñando juntos al final de cada día.." ¿Qué palabra falta? ¿Tienes alguna idea? ¡AVERÍGUALO!

**"Mi promesa es sostener tu \_\_\_\_\_ para seguir soñando juntos al final de cada día."**

Me gusta Comentar Compartir

Pilar Morales, Athena Suni y 27 personas más

Escribe un comentario...

Enviar mensaje

Calzada Roosevelt 4-54, zona 3  
01053 Mixco, Guatemala, Guatemala

2503 6500 Ext 231

Enviar mensaje

Organización religiosa

A las personas también les gusta

**Parenafer Guate...**  
Organización religiosa Me gusta

**Pastoral Arquidio...**  
Organización religiosa Me gusta

**Prematrimoniales ...**  
Sitio web de educación Me gusta

Organizaciones religiosas en Mixco, Guatemala, Guatemala

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condiciones de uso

Chat (72)

## ARTES DIGITALES - REVELACIÓN



SECTOR DE  
VIDA MATRIMONIAL

“Mi promesa es sostener tu  
**AMOR** para seguir soñando  
juntos al final de cada día.”



Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret

**¿Quiéres seguir así de feliz?** Ven con tu familia y gózalo



SECTOR DE  
PREMATRIMONIAL

Por encima de todo,  
vístanse de **AMOR**, que es  
el vínculo perfecto.



Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret

**¿Nerviosos por este cambio?** Es normal, vengan y les contaremos el secreto.

Es seguro <https://www.facebook.com/PFamiliarGuatemala1994/>

Aplicaciones Landivar Facebook Deezer Hotmail Zoho YouTube Netflix WhatsApp Behance :: Actividad Gmail Marca Excel

Pastoral Familiar Guatemala CEG

Inicio

Me gusta Seguir Compartir

**Pastoral Familiar Guatemala CEG**

Por encima de todo, vístense de **AMOR**, que es el vínculo perfecto. ¿Están nerviosos por lo que está por venir? Nosotros queremos apoyarlos y guiarlos. Este Lunes a las 19:00 hrs. Te esperamos

**SECTOR DE PREMATRIMONIAL**

Por encima de todo, vístense de **AMOR**, que es el vínculo perfecto.

Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret  
**¿Nerviosos por este cambio?** Es normal, vengan y les contaremos el secreto.

Me gusta Comentar Compartir

Pilar Morales, Athena Suni y 27 personas más

Escribe un comentario...

Enviar mensaje

Calzada Roosevelt 4-54, zona 3  
 01053 Mixco, Guatemala, Guatemala  
 2503 6500 Ext 231  
 Enviar mensaje  
 Organización religiosa

A las personas también les gusta

**Parenafer Guate...**  
 Organización religiosa Me gusta

**Pastoral Arquidio...**  
 Organización religiosa Me gusta

**Prematrimoniales ...**  
 Sitio web de educación Me gusta

Organizaciones religiosas en Mixco, Guatemala, Guatemala

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condiciones de anuncio · Chat (72)

## ARTES DIGITALES - MANTENIMIENTO



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

**Tú** tienes los elementos y nosotros **la guía.**

Lunes 19:00hrs - Iglesia Claret  
**¿Qué es?** Averígualo con tu familia



**PASTORAL FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

¿Te quieres **casar**?  
¿Tendrás un **hijo**?  
¿Ya **ienes** hijos?  
¿Padre o madre **soltero/a**?

**Nosotros** te acompañamos en cualquier etapa de tú vida.  
Cuéntanos ¿Qué etapa atraviesas?



Esa **sonrisa** no es casualidad, la nueva vida es **felicidad**.



SECTOR DE DEFENSA DE LA VIDA

**iVen** y juntos clarificaremos este nuevo camino!



Te tocó ser **fuerte** solo, sabemos que no ha sido **fácil**.



SECTOR DE SITUACIONES IRREGULARES

**iVen** y juntos compartamos en oración!



Todas las **preguntas** que te estás haciendo, nosotros ya las respondimos.



SECTOR DE PREMATRIMONIAL

**iVen**, nosotros queremos ayudarte en esta gran etapa!



La felicidad de la familia se llama **bendición**. ¿Qué más quieres?



SECTOR DE VIDA MATRIMONIAL

**iNosotros** queremos que crezca aún más!

Es seguro <https://www.facebook.com/PFamiliarGuatemala1994/>

Aplicaciones Landivar Facebook Deezer Hotmail Zoho YouTube Netflix WhatsApp Behance :: Actividad Gmail Marca Excel

Pastoral Familiar Guatemala CEG Inicio

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar Guatemala CEG  
@PFamiliarGuatemala1994

Inicio

Información

Fotos

Opiniones

Videos

Eventos

Publicaciones

Comunidad

Crear una página

Me gusta Seguir Compartir

Enviar mensaje

**Pastoral Familiar Guatemala CEG**

Padre o madre soltero/a, te tocó ser fuerte solo/a y eso nunca ha sido fácil. Nosotros queremos acompañarte, las situaciones difíciles tienen ángeles como TÚ. Ven, platicanos, queremos acompañarte.

Te tocó ser **fuerte** solo, sabemos que no ha sido **fácil**.

VEN y juntos compartamos en oración!

SECTOR DE SITUACIONES IRREGULARES

Me gusta Comentar Compartir

Pilar Morales, Athena Suni y 27 personas más

Escribe un comentario...

Calzada Roosevelt 4-54, zona 3  
01053 Mixco, Guatemala, Guatemala

2503 6500 Ext 231

Enviar mensaje

Organización religiosa

A las personas también les gusta

**Parenafer Guate...**  
Organización religiosa Me gusta

**Pastoral Arquidio...**  
Organización religiosa Me gusta

**Prematrimoniales ...**  
Sitio web de educación Me gusta

Organizaciones religiosas en Mixco, Guatemala, Guatemala

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condi... Chat (72)

15

# PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN





## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Para facilitar la reproducción de las piezas se enlistan de forma individual las piezas para describir sus aspectos técnicos.

### **1. Tarjetas de presentación**

- ✓ Formato 3.5 x 2 pulgadas.
- ✓ Impresión tiro retiro
- ✓ Soporte texcote
- ✓ Full color / CMYK

### **2. Manual de Pastoral Familiar**

#### Portada y Contraportada

- ✓ Formato 11.5 x 8.5 pulgadas.
  - Portada y contraportada 5.5 x 8.5 pulgadas
  - Lomo 5.5 x 0.5 pulgadas
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte texcote
- ✓ Full color / CMYK

#### Páginas interiores

- ✓ 5.5 x 8.5 pulgadas
- ✓ Impresión tiro y retiro
- ✓ Soporte papel bond 80 grs.
- ✓ Dos opciones: Full color/ CMYK  
B/W / CMYK

#### **Acabado:**

***Empastado de páginas interiores y pegado en el lomo de la portada y contraportada.***

### 3. Manuales de Sectores

Portada y Contraportada

- ✓ Formato 11 x 17 pulgadas.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte texcote
- ✓ Full color / CMYK
- ✓ Corte a la mitad
- ✓ Laminado

Páginas interiores

- ✓ 11 x 8.5 pulgadas
- ✓ Impresión tiro y retiro
- ✓ Soporte papel bond 80 grs.
- ✓ Full color/ CMYK

#### **Acabado:**

Engargolado de hojas.

### 4. Flyers

- ✓ Formato 11 x 17 pulgadas.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte papel bond 80 grs.
- ✓ Full color / CMYK
- ✓ Troquel en la parte inferior semi-corte

### 5. Separadores

- ✓ Formato 2.5 x 7 pulgadas.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte papel texcote
- ✓ Full color / CMYK

### 6. Misales

- ✓ Formato 6 x 4 cms.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte papel periódico
- ✓ Full color / CMYK

### 7. Artes digitales

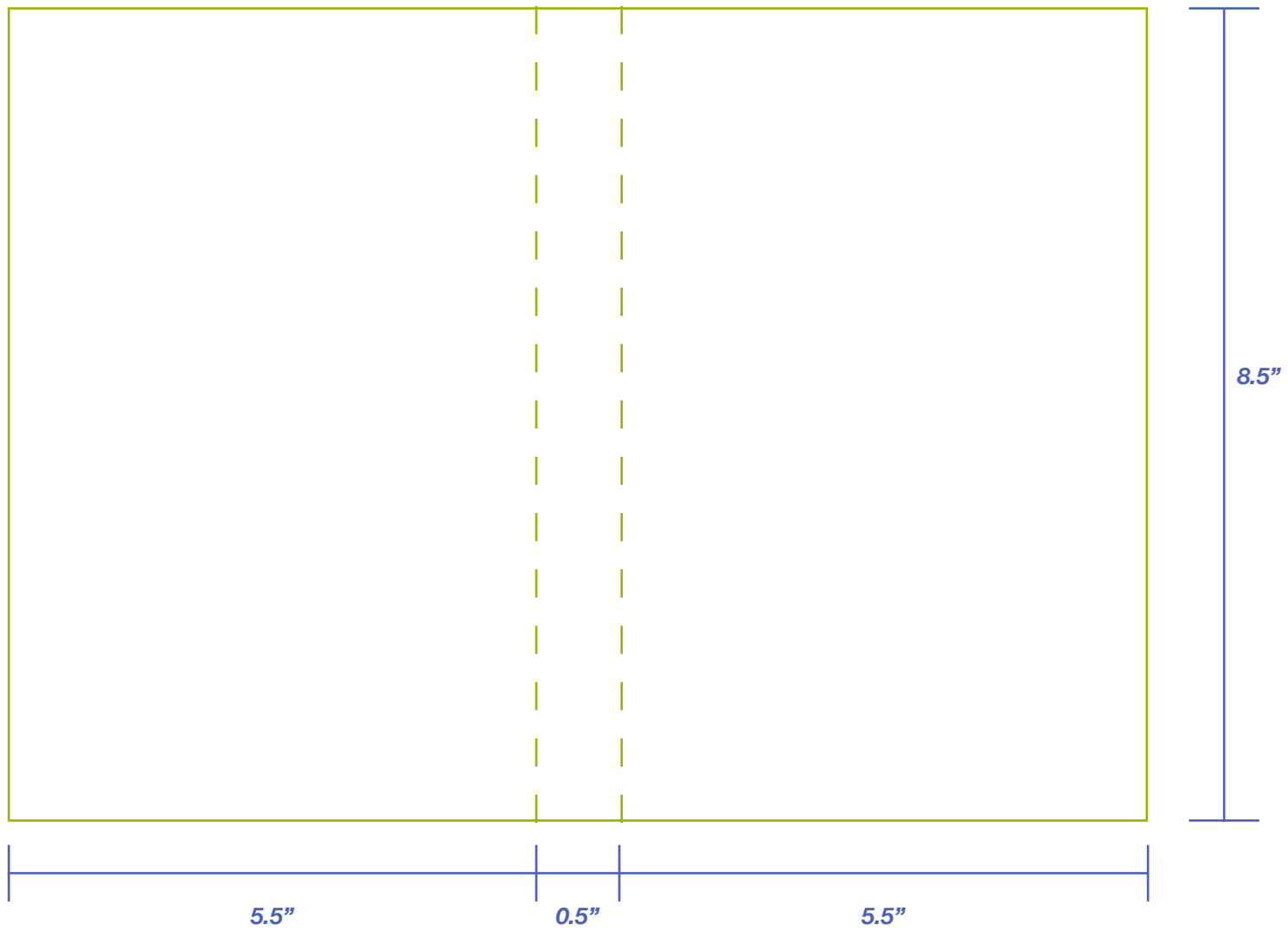
- ✓ Formato 1200x800 px
- ✓ RGB

*Manual de Pastoral Portada y contraportada*

Medida: 11.5 x 8.5 pulgadas  
más excesos.

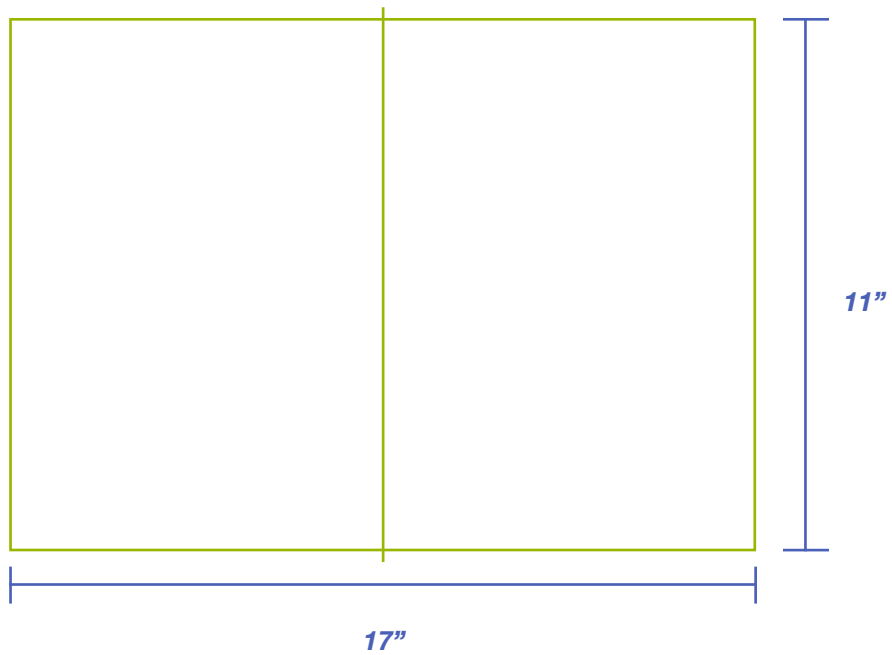
**Doblez** - - - - -

**Corte** ————



*Manuales de Sectores Portada y contraportada*

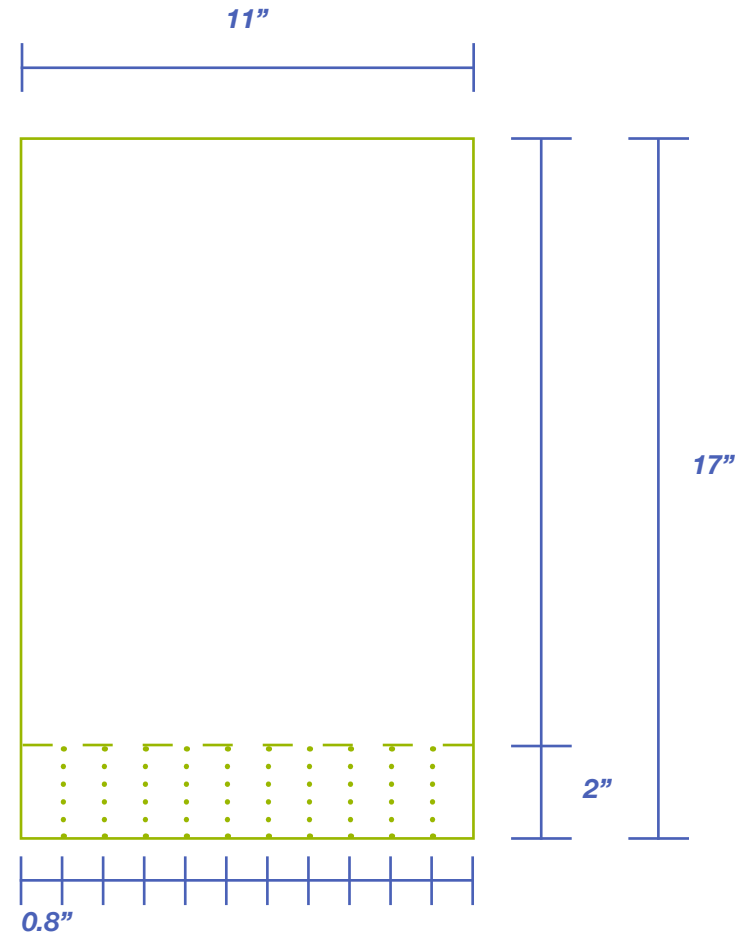
Medida: 11 x 7 pulgadas  
más excesos.



Semi-corte .....  
Doblez - - - - -  
Corte \_\_\_\_\_

*Flyers*

Medida: 11x17 pulgadas  
Semi corte en la parte inferior



## INFORME TÉCNICO

A continuación se presentan los informes técnicos en una carta al impresor y al cliente con el fin de hacer comprensible la distribución de los archivos y aspectos técnicos del conjunto de piezas publicitarias que se trabajaron como parte del proyecto.

Además cabe resaltar que la carta para el cliente contiene las especificaciones de los archivos que necesitará posteriormente para la aplicación y/o reproducción de los materiales.

## Carta al impresor

Guatemala 19 de Abril de 2017

A quien corresponda  
Gerente de ventas  
Presente.

Estimados señores:

Atentamente nos dirigimos a ustedes para solicitarle un presupuesto para la impresión del material indicado a continuación.

La Pastoral Familiar Guatemala desea renovar su imagen gráfica a la mayor brevedad posible y en el CD que le estamos enviando se encuentra la carpeta denominada "piezas finales". Cada pieza se identifica con su nombre abreviado como se describe a continuación:

Carpeta: "piezas finales"

1. Tarjeta.pdf
1. PortadaManualP.pdf
2. DiagramacionMP.pdf
3. PortadaManualS.pdf
4. DiagramacionMS.pdf
5. Flyers.pdf
6. Separadores.pdf
7. Misales.pdf

Además un .pdf con las especificaciones técnicas de cada una de las piezas: especificacionest.pdf.

A continuación le presento las especificaciones técnicas de cada uno de las piezas.

## 1. Tarjetas de presentación: 100 tarjetas

- ✓ Formato 3.5 x 2 pulgadas.
- ✓ Impresión tiro y retiro
- ✓ Soporte textcote
- ✓ Full color / CMYK

## 2. Manual de Pastoral Familiar: 100 libros

## Portada y Contraportada

- ✓ Formato 11.5 x 8.5 pulgadas.
  - Portada y contraportada 5.5 x 8.5 pulgadas
  - Lomo 5.5 x 0.5 pulgadas
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte textcote
- ✓ Full color / CMYK

## Páginas interiores (269 páginas)

- ✓ 5.5 x 8.5 pulgadas
- ✓ Impresión tiro y retiro
- ✓ Soporte papel bond 80 grs.
- ✓ Dos opciones: Full color/ CMYK  
B/W / CMYK

## Acabado:

Empastado de páginas interiores y pegado en el lomo de la portada y contraportada.

## 3. Manuales de Sectores: 400 manuales

## Portada y Contraportada

- ✓ Formato 11 x 17 pulgadas.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte textcote
- ✓ Full color / CMYK
- ✓ Corte a la mitad
- ✓ Laminado

## Páginas interiores (31 páginas interiores cada uno)

- ✓ 11 x 8.5 pulgadas
- ✓ Impresión tiro y retiro
- ✓ Soporte papel bond 80 grs.
- ✓ Full color/ CMYK

## Acabado:

Engargolado de hojas.

## 4. Flyers: 1500

- ✓ Formato 11 x 17 pulgadas.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte papel bond 80 grs.
- ✓ Full color / CMYK
- ✓ Troquel en la parte inferior semi-corte

## 5. Separadores: 500 (100 de cada color)

- ✓ Formato 2.5 x 7 pulgadas.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte papel textcote
- ✓ Full color / CMYK

## 6. Misales

- ✓ Formato 6 x 4 cms.
- ✓ Impresión solo tiro.
- ✓ Soporte papel periódico
- ✓ Full color / CMYK

Agradeciendo de antemano su atención a lo presente, quedo de ustedes deferentemente:

Luisa León  
luisfer.lf@hotmail.com  
3094-2062

## Carta cliente

Guatemala 19 de Abril de 2017

Sres. Agentes de Pastoral Guatemala

Apreciados señores:

Deseando la bendición de Dios este con ustedes y con la familia católica, a continuación les presento un CD con los siete materiales para impresión en la carpeta denominada "Piezas finales". Cada una de ellas en su nombre abreviado como se detalla a continuación:

Carpeta: "piezas finales"

Carpeta\_Logotipo:

- ✓ Logo.png (Logotipo con fondo transparente)
- ✓ Logo.jpg (Logotipo con fondo blanco)
- ✓ Logo.tiff (Logotipo con alta resolución)

Carpeta\_Tarjeta:

- ✓ tarjeta.png
- ✓ tarjeta.pdf
- ✓ tarjeta.ai (archivo editable)

Carpeta\_ManualP:

- ✓ Carpeta\_Portada:
  - Portada y contra portada en .pdf
  - Portada y contra portada en .ai (archivo editable)
- ✓ Carpeta\_Páginas:
  - Documento pdf
  - Documento .indd (archivo editable)

Carpeta\_ManualS:

- ✓ Carpeta\_Portada:
  - Portadas y contra portadas en .pdf
  - Portadas y contra portadas en .ai (archivo editable)
- ✓ Carpeta\_Páginas:
  - Documento pdf
  - Documento .indd (archivo editable)

Carpeta\_Separadores:

- ✓ Separadores.pdf
- ✓ Separadores.ai (archivo editable)

Carpeta\_Flyers:

- ✓ Flyers.pdf
- ✓ Flyers.ai (archivo editable)

Carpeta\_Misales:

- ✓ Misales.pdf
- ✓ Misales.ai (archivo editable)

Carpeta\_Redres:

- ✓ Carpeta expectativa: Exp1.jpg - Exp4.jpg
- ✓ Carpeta revelación: Rev1.jpg - Rev5.jpg
- ✓ Carpeta mantenimiento: Man1.jpg - Man6.jpg

Esperando que la presentación cumpla con sus requerimientos, quedo a la espera de sus noticias y para cualquier duda que tenga

E-mail: luisfer.lf@hotmail.com

Tel: 30942062

Att. Luisa León

## PRESUPUESTO DE DISEÑO Y REPRODUCCIÓN

La reproducción de los materiales puede tener un costo muy variado en Guatemala, esto debido a que existen muchas empresas litográficas y de impresiones digitales que trabajan bajo diferentes precios por calidad, tipo de impresión, acabados, etc., por lo que se cotizó en cuatro diferentes empresas de impresión para su reproducción: Ediciones Superiores, S.A., CompuRent, Installgraphics y Thesign. Todas cuentan con servicios para el corte, pegado y unión de diferentes materiales.

El cliente será quien seleccione a la empresa que de el servicio después de llegar a un consenso con el equipo principal de Pastoral Familiar y el Sacerdote asesor para aprobar el presupuesto.

La diseñadora recomienda al cliente trabajar con Ediciones Superiores, S.A. debido a la calidad y mejor precio que ofrece, además de su buena atención, recomendaciones de diseño, acabados, aprovechamiento de material, medidas, entre otros.

Todas las cotizaciones se encuentran en la sección de anexos.  
(Anexo 20)



<b>PIEZA</b>	<b>CANT.</b>	<b>REPRODUCCIÓN</b>		<b>LUGAR</b>
<b>Logotipo</b>	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
<b>Aplicación logotipo</b>	500	Tiro y retiro Papel perlado	Q.1,666.00	TheSign
<b>Manual de Pastoral Familiar</b>	100	Pasta: Papel texcote full color Páginas interiores: b/w Armados	Q.2,684.00 Precio unitario: Q.26.84	Ediciones Superiores
<b>Manuales de Sectores</b>	400 100 de cada sector	Pasta: Papel texcote full color Páginas interiores: full color con espiral	Q.12,724.00 Precio unitario: Q.31.81	Ediciones Superiores
<b>Flyers</b>	2500	Papel bond 80grs. 1 tinta	Q.2,250.00 Precio unitario: Q.0.89	Ediciones Superiores
<b>Separadores</b>	1500	Papel texcote full color Corte y perforado	Q.2,000.00 Precio unitario: Q.0.75	Ediciones Superiores
<b>Sub-total:</b>			<b>Q.21,324.00</b>	

<b>PIEZA</b>		<b>DISEÑO</b>
<b>Logotipo</b>	Logotipo	Q.2,500.00
<b>Aplicación logotipo</b>	Diseño de tarjetas de presentación	Q.450.00
<b>Manual de Pastoral Familiar</b>	Diseño de Portada y Contraportada Diagramación de 269 páginas	Pasta Q.1,312.00 Páginas Q.7.8 c/ página Sub-T: Q.2,098.00
<b>Manuales de Sectores</b>	Diseño de Portada y Contraportada Diagramación de 40 páginas	Pasta Q.1,312.00 Páginas Q.11.8 c/ página Sub-T: Q.472.00
<b>Flyers</b>	Diseño de 5 flyers	Q.2,250.00
<b>Separadores</b>	Diseño de 5 de separadores	Q.1,250.00
<b>Sub-total:</b>		<b>Q.11,644.00</b>
<b>Estimado total de diseño y reproducción: Q.32,968.00</b>		

Revisar anexo 21 el cual explica el proceso de cotización de diseño.

16

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

---

# CONCLUSIONES

*01.* Se rediseñó la imagen visual de la Sección de Familia mejor conocida como Pastoral Familiar, que representa a una entidad jerarquizada directamente de la Iglesia Católica. Pastoral Familiar representa a dicha identidad gracias a los elementos gráficos como el logotipo e íconos representativos de los sectores que permiten que Pastoral se reconozca como la principal acción evangelizadora que acompaña a las familias en cada etapa de su vida para que dichas familias se puedan avocar para ser acompañadas y formadas en las comunidad católica.

*02.* Se trabajó el material educativo que consiste de un Manual de Pastoral que funciona como una herramienta visual para una mejor capacitación de matrimonios que desean convertirse en nuevos Agentes de Pastoral; esto debido a la línea gráfica que se maneja con un estilo sobrio, formal y funcional, cuando acompañan a las familias a su cargo

*02.1.* Además se diseñaron Manuales de Sectores que logran reforzar las etapas que cubre Pastoral Familiar, en base a los elementos gráficos que evocan diferentes sentimientos y emociones según el área que se acom-

paña. Dichos manuales funcionan como una herramienta para el acompañamiento de las familias en la manera que poseen una diagramación fluida, funcional y estética que hace que se transmita mejor la información.

El diseño del material educativo funciona como herramienta de capacitación e inducción para formar nuevos agentes de Pastoral y de ese modo ampliar el acompañamiento en Guatemala.

*03.* Para reforzar la línea gráfica se diseñó material publicitario que funciona gracias a su estrategia, estilo y distribución, el cual consiste en la combinación de elementos para que el grupo objetivo se sienta identificado y desee acercarse. Dichas piezas fueron: Flyers publicitarios para informar, separadores como refuerzo e incentivo para crear conexión del acompañamiento con la persona, misales para profundizar la divulgación del acompañamiento y artes en redes sociales, específicamente Facebook.

# RECOMENDACIONES

*01.* Cuando se trabaja material religioso, se recomienda conocer a profundidad la historia y labor que realizan, desde su iniciación hasta qué tipo de acompañamiento ofrecen, esto debido a que en base a ello se podrá desarrollar gráficamente el proyecto de la mejor manera posible. Ejemplo: Cuidar las frases que se coloquen en un material, dichas palabras pueden connotar alguna idea que para el diseñador o estratega no tenga relevancia, pero para los Sacerdotes sí.

*02.* Al momento de desarrollar un material de tema religioso hay que tomar en cuenta el significado de cada color ya que en la religión los colores poseen significados específicos. Según su psicología significan diferentes aspectos tanto por cultura como por ambiente e incluso los elementos cambian su significado connotativo. Por lo que se recomienda cuidar la utilización en íconos, texturas, fondos, elementos de apoyo, etc., para evitar confusión u ofender con las piezas al Clero, miembros de la Iglesia católica y laicos.

*03.* En Guatemala las Iglesias Católicas y Pastorales no cuentan con un presupuesto alto para reproducir piezas como las que se desarrollaron en este proyecto, por lo que se recomienda armar una estrategia de planeación para que exista un buen manejo de distribución de las piezas y se cumpla el objetivo de divulgación y transmisión de la información más importante que se desea.

*04.* Se logró utilizar redes como parte de la campaña publicitaria, pero se recomienda que se desarrollen más piezas digitales para difundirlas en redes sociales, de este modo se tiene un mantenimiento virtual del acompañamiento que brinda Pastoral Familiar.

17

# REFERENCIAS

---

## A

- Alvarez, D. (s.f.). El diseño editorial, lo que debes saber. 1st ed. The Sign Haus.
- Anatrella, P. (2003). Los jóvenes y la Iglesia. [En línea] Disponible: <http://es.catholic.net/op/articulos/832/cat/141/los-jovenes-y-la-iglesia.html> [Recuperado 5 Oct. 2016].
- Aranguren Gonzalo, L. (2009). Iniciativas en red, de la teoría a la práctica. 1a ed. [Madrid]: Fundación Jóvenes y Desarrollo.

## B

- Beaty, K. (2017). Business Printing: The Difference between a Flyer and a Brochure | Formax Printing. [en línea] Formaxprinting.com. Disponible ent: <http://www.formaxprinting.com/blog/2010/02/business-printing-the-difference-between-a-flyer-and-a-brochure/> [Recuperado 3 Mar. 2017].
- Behrentz, E. (2016). Solidaridad y desarrollo (I) - Columnistas - El Tiempo. [En línea] Disponible: <http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/solida->

ridad-y-desarrollo-i-eduardo-behrentz-columnista-el-tiempo/16613272 [Recuperado 5 Oct. 2016].

- Bhaskaran, L. (2009). What is publication design?. 1a ed. Mies: RotoVision.

## C

- Camacho, F. (s.f.) Lego Serious Play. Designthinking.es. [En línea] Disponible: <http://designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=47&fase=idea>
- Caldwell, C. and Zappaterra, Y. (2014). Diseño editorial. 1st ed. Barcelona: GG.
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. 1a ed. Santiago, Chile: [Business School Universidad Mayor].
- Collins, J. y Porras, J. (2004). Built to last: successful habits of visionary companies. 1a ed. New York: Harper Business.

- Congreso sobre la Familiaris consortio. (2017). [En línea] Vatican.va. Disponible: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/family/documents/rc\\_pc\\_family\\_doc\\_20011220\\_xx-familiaris\\_sp.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/family/documents/rc_pc_family_doc_20011220_xx-familiaris_sp.html) [Recuperado 17 Feb. 2017].
- Costa, J. (2008). Diseñar para los ojos. 1a ed. Tiana, Barcelona: Costa Punto Com.
- Costa, J. (2012). La imagen de marca. 1a ed. Barcelona: Paidós.

## E

- Espana.brochuredesignteam.com. (2016). Brochure, qué es el brochure, qué es un brochure. [En línea] Disponible: <http://espana.brochuredesignteam.com/Que-Es-Un-Brochure-0500.html> [Recuperado 20 Sep. 2016].
- Educarchile - Solidaridad y Familia. (2005). [En línea] Educarchile.cl. Disponible: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=76815> [Recuperado 17 Feb. 2017].

## F

- Fresnillo, V., Fresnillo, R. and Fresnillo, M. (s.f.). Escuela de padres. 1a ed. [ebook] Madrid: Área de Servicios Sociales. Ayuntamiento de Madrid, pp.21-35. Disponible: <http://ficus.pntic.mec.es/spea0011/ptsc/ep2.pdf> [Recuperado 16 Sep. 2016].

## G

- Gañan, V. (2015). La importancia de la publicidad en las redes sociales. [en línea] Blog.servilia.com. Disponible en: <http://blog.servilia.com/2015/07/27/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/> [Recuperado 7 Apr. 2017].
- García, F. (s.f.). La solidaridad (página 2) - Monografias.com. [En línea] Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos11/solidd/solidd2.shtml#fundamenta> [Recuperado 5 Oct. 2016].



- Ghinaglia, D. (2009). TALLER DE DISEÑO EDITORIAL Entre corondeles y tipos. 1a ed. [ebook] Argentina. Disponible: [http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia\\_daniel.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf) [Recuperado 3 Mar. 2017].

## H

- Healey, M. (2009). ¿Qué es el branding?. 1a ed. Barcelona: Gustavo Gili.

## I

- Iglesia Católica (s.f.). Conferencia Episcopal de Guatemala. [En línea] Disponible: <http://www.iglesiaticatolica.org.gt/> [Recuperado: 5 Oct. 2016].

## K

- Kamm, R. (s.f.). La solidaridad, el valor humano por excelencia - Artículos - ABC Color. [En línea] Disponible: <http://www.abc.com.py/articulos/la-solidaridad-el-valor-humano-por-excelencia-17627.html> [Recuperado 5 Oct. 2016].

## L

- Leyva, t V. (s.f.). El diseño gráfico de materiales educativos - Victor Leyva. [en línea] Foroalfa.org. Disponible: <https://foroalfa.org/articulos/el-dise-no-grafico-de-materiales-educativos> [Recuperado 24 Feb. 2017].

## N

- Navarro, José Luis. (2007) Fundamentos del diseño. España. Universitat Jaume I.

## O

- Ospina, D. (s.f.). Los materiales educativos. [en línea] Aprendeenlinea.udea.edu.co. Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/banco/html/materialeseducativos/> [Recuperado 24 Feb. 2017].

## M

- Munari, B. (2008). Diseño y comunicación visual. 1a ed. Barcelona, pp.79-85.

**P**

- Pastoral Familiar Arquidiócesis de Monterrey . (2015). ¿QUÉ ES LA PASTORAL FAMILIAR?. 31 de Agosto, 2016, de Pastoral Familiar [en línea] Disponible: <http://www.pastoralfamiliarmtty.org/> [Recuperado 15 Sep. 2016].
- Pastoral Familiar. (2005). ¿Qué es Pastoral Familiar?. 1 Agosto, 2016, de Valparaíso-Chile Disponible: <http://pfamiliar.blogcindario.com/2005/08/00010-que-es-la-pastoral-familiar.html> [Recuperado 15 Sep. 2016].
- Pastoral Familiar. (2015). Manual de Pastoral Familiar. Guatemala: CELAM.

**R**

- Ries, A., Ries, L. and Ries, A. (2002). The 22 immutable laws of branding. 1a ed. New York: Collins Business.

**S**

- Sanz, J. (1996). El libro de la imagen. 1a ed. España: Alianza Editorial.

- Schiamberg, L. and Smith, K. (1982). Human development. New York: Macmillan.

**V**

- Vatican.va. (s.f.). El uso de misales y hojas en la Santa Misa, febrero 2011.[en línea] Disponible: [http://www.vatican.va/news\\_services/liturgy/details/ns\\_lit\\_doc\\_20110223\\_messalini\\_sp.html](http://www.vatican.va/news_services/liturgy/details/ns_lit_doc_20110223_messalini_sp.html) [Recuperado 3 Mar. 2017].
- Villa, D. (2015). 5 Características de un buen logotipo | paredro.com. [en línea] paredro.com. Disponible: <http://www.paredro.com/5-caracteristicas-de-un-buen-logotipo/> [Recuperado 24 Feb. 2017].
- V&BA estudio. Baiona. (s.f.). ¿Cuánto dura un logotipo? Cuándo, cómo y por qué deberías revisar el logotipo de tu empresa. [en línea] Disponible: <https://vandba.com/cuando-como-y-por-que-actualizar-tu-logotipo/> [Recuperado 24 Feb. 2017].

18  
**ANEXOS**

---

# ANEXO 1

## BRIEF

### BRIEF

#### 1. ¿Quiénes son ustedes?

Sección de familia, comisión de laicos y vida consagrada

Estructura rama directa del vaticano  
Episcopal  
Sección de familia es como un departamento de la conferencia episcopal.  
Estructura laical

Obispo responsable de la sección, a el se le piden la autorizaciones de cualquier evento.

Jerarquías

#### 2. ¿Qué hace el proyecto?

Pastoral familiar pertenece a la sección familiar  
Acción evangelizadora  
Llevar el evangelio a las familias  
Formar equipos de pastoral familiar en las diócesis. Parroquias en Guatemala. (tienen sus diferentes pastorales)  
Magisterio de la iglesia se forman de manera correcta.

¿Cómo se forman?  
Formación para ser agentes de pastoral. (14 reuniones)  
Laico tiene un proceso con un Sacerdote.  
Promover la pastoral familiar en las parroquias de Guatemala. Estandarizar

Apoyar a los párrocos, conformando un equipo para atender estas familias.

Vaticano tiene una sección de familia. (Estructura)

Equipo central (12 parejas y un sacerdote asesor y 3 obispos responsables)

Cada pareja trabaja como enlace a cada diócesis, en cada diócesis poder formar un equipo de pastoral familiar diocesano.

4 sectores:

Prematrimonial – Defensa de la vida (próvida, antes de la concepción hasta la muerte natural) – Situaciones irregulares (mamá solteras, papás solteras,

matrimonios de diferente religión, divorciados vuelto a casar) – vida matrimonial (buenos matrimonios)

Equipo Central son responsables de un sector  
Equipo mínimo 10 matrimonios.

Además están el matrimonio coordinador.  
Finalidad: Ideal que en cualquier iglesia exista un equipo de pastoral familiar.

Diosesis – parroquia – iglesias – familia

Pastoral familiar es eje transversal de la vida.

### **Problema: como comunicar quien es la pastoral familiar – quienes somos.**

#### 3. ¿Qué valores son los que se recalcan a la hora de solventar un problema o una etapa familiar?

La familia, integración familiar. La cédula básica de la vida.

#### 4. ¿De que manera o que métodos utilizan a la hora de estar con las familias?

Ven puntos macros. Si es un problema específico refieren a las familias. Encuentros o retiros, ayudas. Conversión evangelizada. ¿De qué manera? Herramientas (movimientos, personas) ¿Por qué? EC Macro.

Por zona tienes tu parroquia.

#### 5. ¿Por qué son los líderes?

Hace 20 años se empezó a formar. Compromiso. Amor al servicio. Adonorem. Perserverancia. Llegaron a una pastoral. Recibimos un llamado. 2016 elección. De León 8 años sirviendo a la pastoral familiar.

#### 6. ¿Para quién está dirigido el programa? (Tratar de segmentarlo para que me sea más fácil encontrar una solución de comunicación)

Familias católicas & más.

Diseño:

Presentar a pastoral familiar ante el clero y agentes de pastoral familiar.

HOJAS DE INSUMOS: ORIENTAR – plan de marketing.

Todo para Guatemala

- Presentarnos y proyectarnos para llegar a las familias y a la sociedad. (objetivos)
- Rediseño de logo
- Branding
- Brochure o trifoliar con el objetivo de pastoral que diga que hace y que sectores abarca y que beneficios trae.
  - Clero
  - Familias
- Brochure de cada sector (Cada sector tiene su logo)
- Banner para pastoral familiar para capacitaciones y charlas.
- Afiches
- Diseño página web
- Fan page
- Unificación de los manuales
- Portadas de manuales

Presupuesto base

Antes con fondos propios

Encuentros nacionales ha quedado dinero

Venta de la literatura

**Problema: como comunicar quien es la pastoral familiar – quienes somos.**

# ANEXO 2

## GLOSARIO

### A

- **Acción Católica General:** La Acción Católica, según los más recientes documentos, tiene que ser un experiencia personal y comunitaria, al mismo tiempo, para hacer posible un laicado adulto, formado y comprometido; un organismo que articule a los laicos de forma estable y asociada en el marco de la Iglesia particular, y, muy especialmente, debe dinamizar la vida de la parroquia. Reconociendo, al mismo tiempo, que el apostolado seglar asociado abarca mucho más que la Acción Católica..
- **Acción Pastoral:** En realidad, la Iglesia se fortalece en su ser y en su quehacer evangelizador no tanto por procesos formativos bien estructurados y dinamizados, pero sin culminación pastoral estable, cuanto por procesos suficientemente cuidados: 1) que desembocan en grupos de vida cristiana, fraternidades, pequeñas comunidades... estables, debidamente perfiladas en sus objetivos, vivencia comunitaria, impulso oracional, revisión de vida, compromiso misionero y transformador de la sociedad, y 2) que desembocan también -por su dinámica- en alguna de las pastorales específicas, en donde estos cristianos y cristianas van haciendo el aprendizaje de tareas pastorales concretas.
- **Agentes de pastoral:** Los bautizados que han de anunciar el mensaje de Jesucristo y dar testimonio de él; especialmente se consideran como tales los que reciben cierta preparación y, enviados por la autoridad pastoral, se comprometen en acciones concretas, ordinariamente en forma organizada, para servir a la comunidad.
- **Asamblea Diocesana:** Propuesta sinodal que el Sr. Arzobispo acogió e instituyó con su autoridad con el fin de congregar a los agentes representativos de los diversos sectores y niveles de la Iglesia particular, bajo su convocación y dirección. Se concibió esta estructura de la Nueva Evangelización, como instancia eclesial en la que se viviera de nuevo la fuerte y luminosa experiencia de discernimiento, de comunión, diálogo y corresponsabilidad entre los diversos miembros de la Comunidad arquidiocesana, y como medio privilegiado de con-

sulta del Pueblo de Dios para el Pastor, en orden a revisar la marcha de la Arquidiócesis.

## B

- **Consejo Pastoral Arquidiocesano:** Tal como lo sugiere el Código de Derecho Canónico (CJC 511,512), debe estar formado por sacerdotes, miembros de la vida consagrada y, sobre todo laicos, que en comunión y bajo la autoridad del Obispo, estudian y valoran las actividades pastorales en la arquidiócesis y proponen soluciones. Se constituye para un tiempo determinado.

## C

- **Consejo de Pastoral Parroquial:** El Consejo de Pastoral Parroquial está previsto por el Código de Derecho Canónico (CJC 536), como un medio eficaz para la mejor organización de la actividad parroquial. Debe estar presidido por el propio párroco, con la participación de fieles que estén involucrados en la acción evangelizadora de la parroquia.

## E

- **Estructuras de Pastoral:** Dimensiones territoriales en las que la Iglesia Arquidiocesana ha sido dividida con el fin de prestar una mejor atención pastoral a la comunidad: Parroquia, Decanato, Vicaría Territorial y Arquidiócesis. También se aplica a Instancias e Instituciones eclesiales que, por su naturaleza, están ordenadas a favorecer la acción pastoral.

## F

- **Fieles Laicos:** Todos los fieles cristianos, a excepción de los miembros del orden sagrado y los del estado religioso, sancionados por la Iglesia; es decir, los fieles que, en cuanto incorporados a Cristo por el bautismo, integrados al Pueblo de Dios y hechos partícipes a su modo del oficio sacerdotal, profético y real de Cristo, ejercen en la Iglesia y en el mundo la misión de todo el Pueblo cristiano, en la parte que a ellos les corresponde, a saber, tratar de obtener el Reino de Dios gestionando los asuntos temporales y ordenándolos según Dios (LG 31). El II Sínodo ha querido despertar la conciencia de

la importancia del Laico evangelizador y evangelizado y de su papel protagónico en la evangelización de la cultura y de las realidades temporales.

## L

- **Liturgia:** Es la acción de la Iglesia que celebra su fe. Todo bautizado está llamado a participar plenamente en ella, cada uno de acuerdo a su estado o función

## O

- **Obispos:** Como sucesores de los Apóstoles están al frente de una comunidad diocesana para conducirla como Maestros, Santificadores y Pastores.

## P

- **Parroquia:** Dimensión más concreta e inmediata de la comunidad eclesial misionera. Una parroquia constituida por personas comprometidas en el proceso evangelizador, formando comunidades menores, podría llamarse efectivamente “comunidad de comunidades”.



# ANEXO 3

## MODELO DE ENCUESTA PARA AGENTES DE PASTORAL

### Encuesta para Pastoral Familiar

Le saludo de la Universidad Rafael Landívar, específicamente del Curso de Diseño Gráfico Síntesis del Diseño III. Esta encuesta tiene como objetivo determinar aspectos claves para la realización del material gráfico para La Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala. Agradezco su tiempo y sinceridad al participar.

Guatemala - 2016

\*Obligatorio

**1. 1. Sexo \***

Marca solo un óvalo.

- Masculino
- Femenino

**2. 2. Edad \***

Marca solo un óvalo.

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61 o más

**3. 3. Profesión \***

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Profesional
- Otros: \_\_\_\_\_

**4. 4. ¿Dónde reside? \***

Marca solo un óvalo.

- Zona 1 a Zona 5
- Zona 6 a Zona 10
- Zona 11 a Zona 15
- Zona 16 a Zona 21
- Zona 22 a Zona 25
- Mixco
- Carretera a el Salvador
- Interior del país

Selecione todas las opciones que correspondan.

- Zona 1 a Zona 5
- Zona 6 a Zona 10
- Zona 11 a Zona 15
- Zona 16 a Zona 21
- Zona 22 a Zona 25
- Mixco
- Carretera a El Salvador
- Interior del país

**6. 6. ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse? \***

Marca solo un óvalo.

- Carro
- Moto
- Bus
- Otro

**7. 7. ¿Tiene hijos? \***

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

**8. 8. ¿Cuántos tiene? \***

Marca solo un óvalo.

- 1 - 2
- 3 - 4
- +4
- Ninguno

**9. 9. ¿Le gusta leer? \***

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

*marca solo un óvalo.*

- Pop
- Rock
- Latina
- Cristiana
- Otro

**11. ¿Qué tipo de deporte le gusta? (Ver o practicar) \***

*Marca solo un óvalo.*

- Fútbol
- Béisbol
- Basquetbol
- Voleibol
- Otro
- No me gusta el deporte

**12. ¿Qué prefiere? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Ir al cine
- Ir al teatro
- Tener un almuerzo o una cena familiar
- Otro

**13. ¿Disfruta de la compañía de su familia? Si, no, ¿Por qué? \***

.....

.....

.....

.....

**14. ¿Asiste a la Iglesia Católica? Si, no, ¿Por qué? \***

.....

.....

.....

.....

*marca solo un óvalo.*

- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- 3 veces al mes
- +4 veces al mes
- 1 o más veces a la semana
- Diariamente
- No asisto

**16. ¿A cuál asiste? Escriba el nombre y la zona de donde está ubicada. \***

.....

.....

.....

.....

**17. ¿Con quién asiste? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Solo/a
- Familia
- Pareja
- Amigos

**18. ¿De qué manera se integró a la Iglesia Católica? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Tradición
- Educación
- Convicción
- Otra

**19. ¿Desde cuándo empezó a asistir a la Iglesia Católica? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Niñez
- Adolescencia
- Juventud
- Adulto

**Sobre la Pastoral Familiar**

Ahora me gustaría saber un poco más acerca de su opinión sobre la Pastoral Familiar.



.....

.....

.....

.....

30. 30. Según el logotipo que observó anteriormente, de las siguientes opciones, ¿qué tipo de logotipo piensa que lograría identificar más a la Pastoral Familiar? \*  
 Marca solo un óvalo.



a.

b.



c.

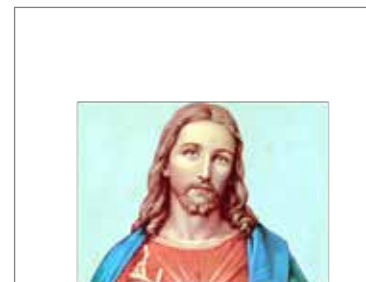
d.

representar a la Pastoral Familiar.  
 Marca solo un óvalo.



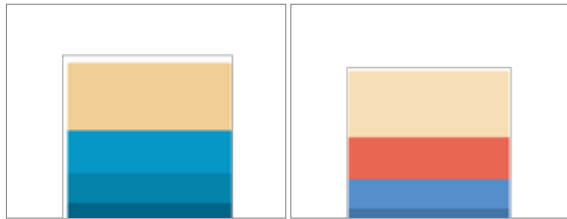
a. Alta

b. Media



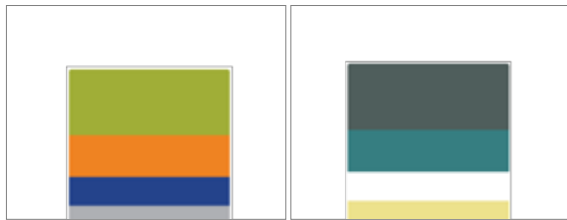
c. Baja

¿Cual imagen de arriba es diferente? ¿Cual es diferente? ¿Que colores primarios tienes que van mejor con la frase? \*  
 Marca solo un óvalo.



a.

b.



c.

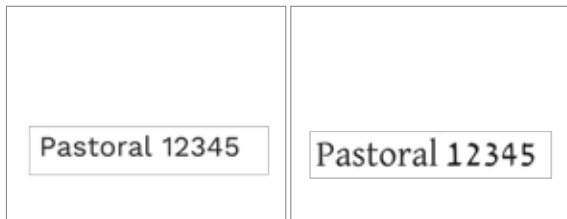
d.

marca solo un óvalo.



a.

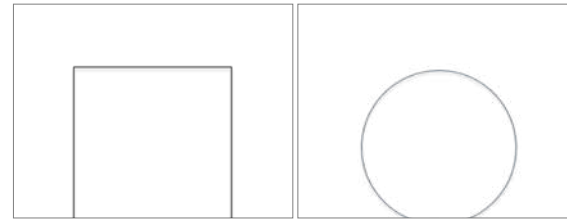
b.



c.

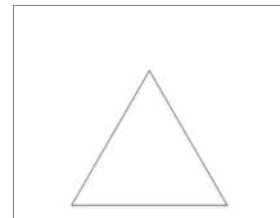
d.

¿Cual imagen de arriba es diferente?  
 Marca solo un óvalo.



a.

b.

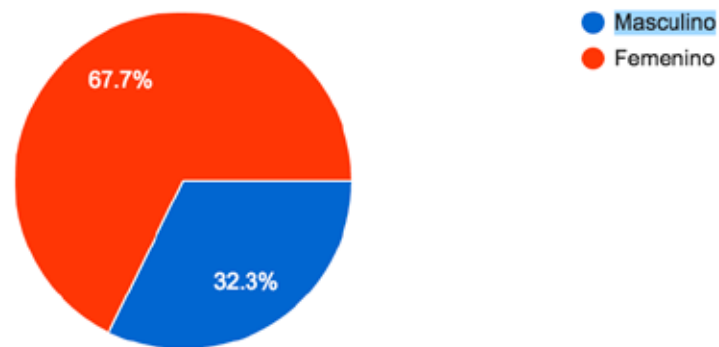


c.

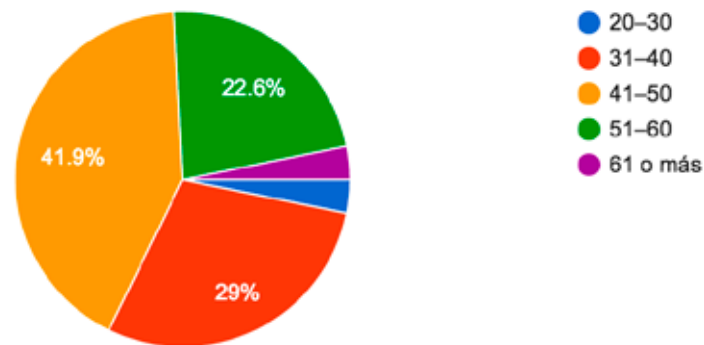
# ANEXO 4

## GRÁFICAS DE RESULTADOS DE ENCUESTA PARA AGENTES DE PASTORAL

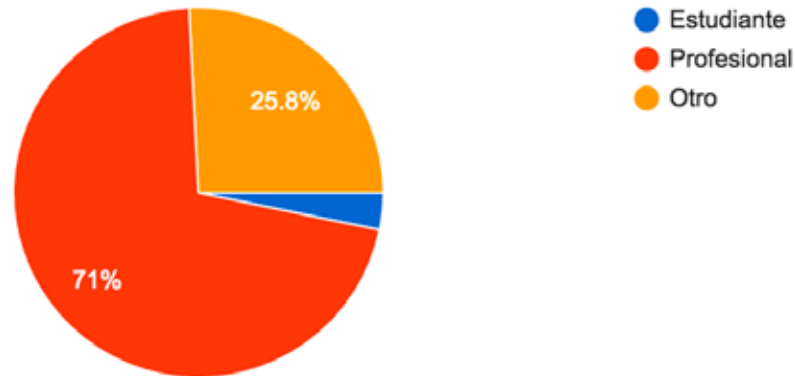
1. Sexo (31 respuestas)



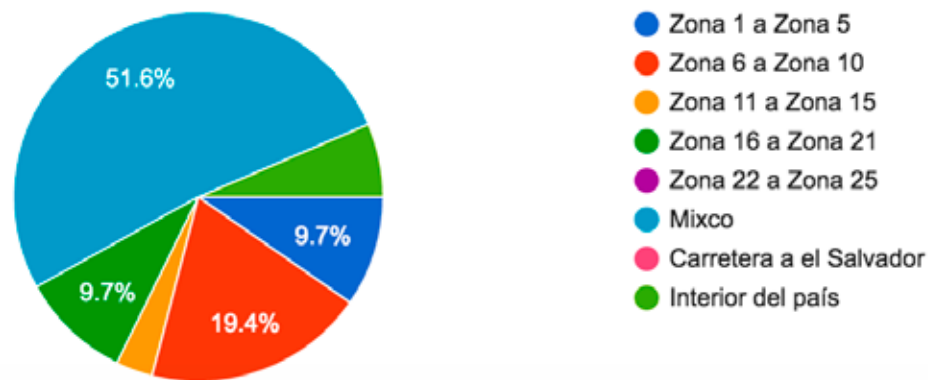
2. Edad (31 respuestas)



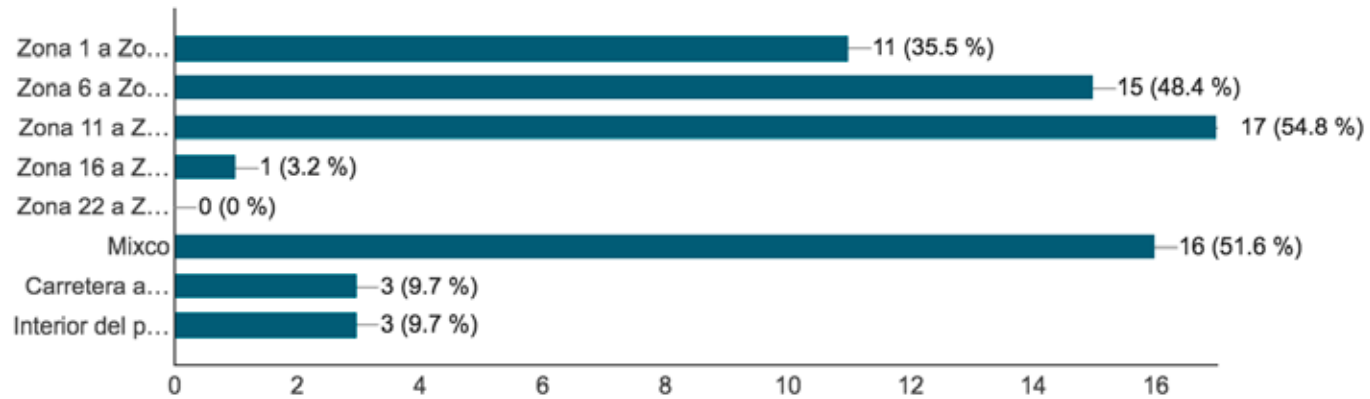
### 3. Profesión (31 respuestas)



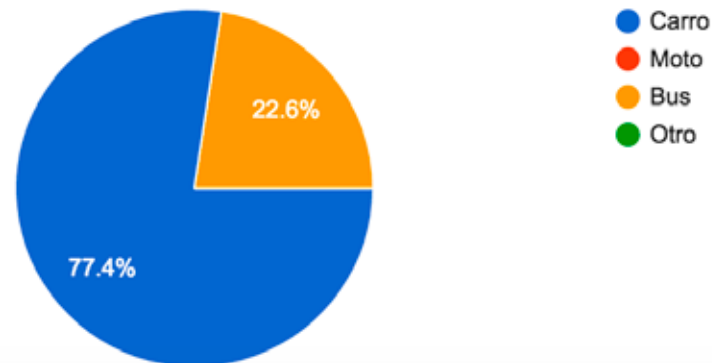
### 4. ¿Dónde reside? (31 respuestas)



5. ¿Qué zonas y lugares del país frecuenta más? (31 respuestas)

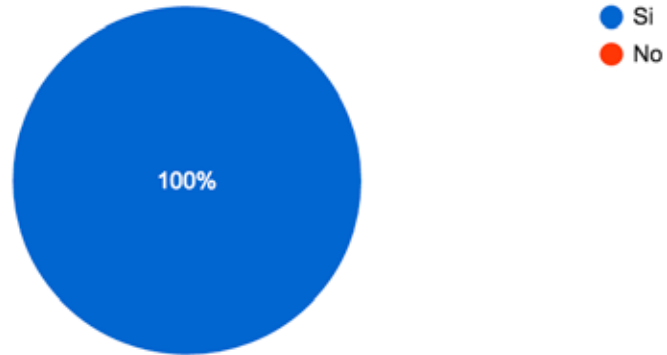


6. ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse? (31 respuestas)

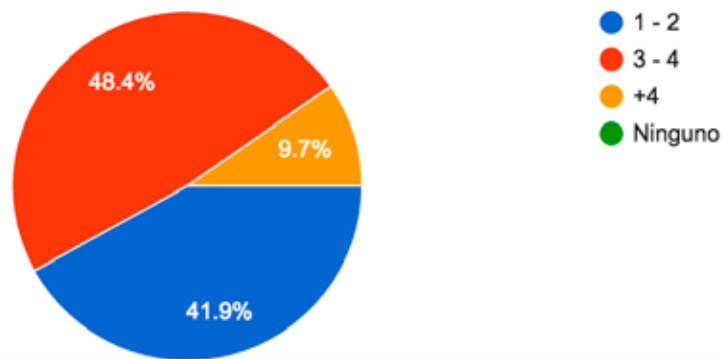




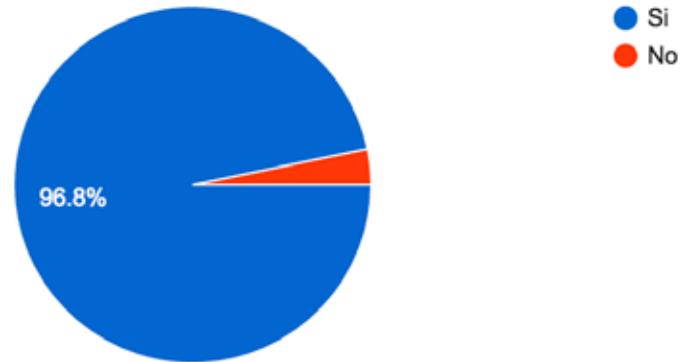
### 7. ¿Tiene hijos? (31 respuestas)



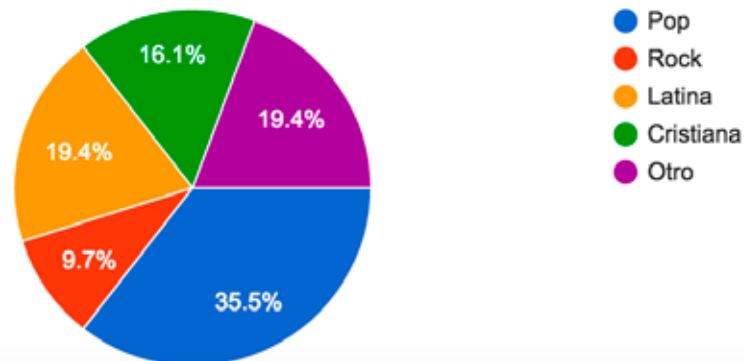
### 8. ¿Cuántos tiene? (31 respuestas)



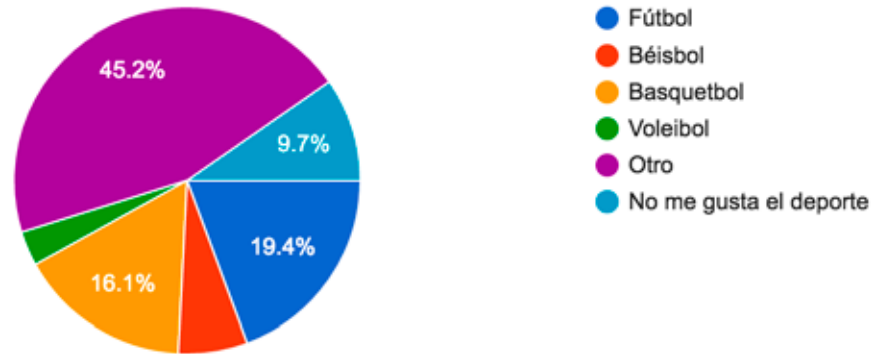
### 9. ¿Le gusta leer? (31 respuestas)



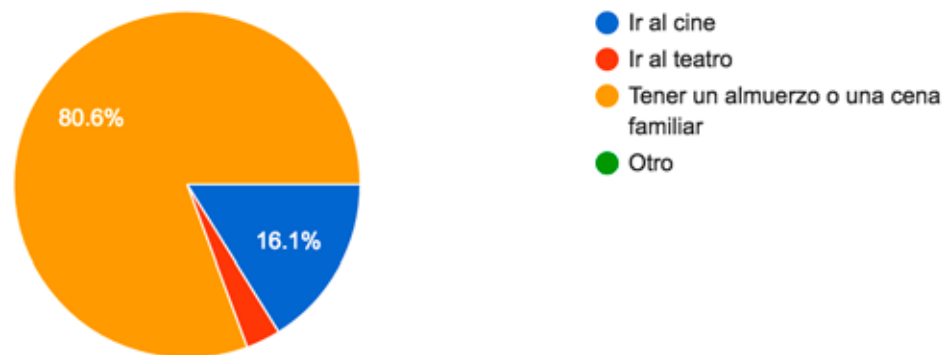
### 10. ¿Qué tipo de música escucha? (31 respuestas)



11. ¿Qué tipo de deporte le gusta? (Ver o practicar) (31 respuestas)



12. ¿Qué prefiere? (31 respuestas)



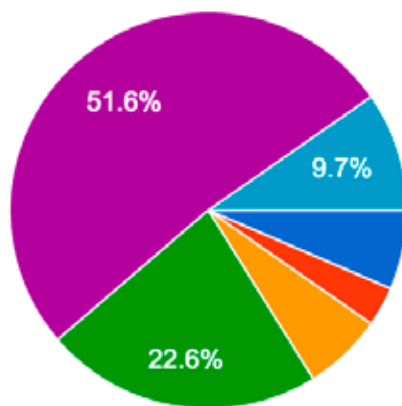
13. ¿Disfruta de la compañía de su familia? Si, no, ¿Por qué? (31 respuestas)

- Si
- Si
- Si, porque es mi gran tesoro
- Si, porque es mi gran tesoro
- Si. Porque la pasamos muy bien platicando, jugando, componiendo el mundo, contándonos nuestros logros, fracasos, alegrías y tristezas y porque es una ocasión para mostrar a los demás cuánto los amo
- Si, porque compartimos
- Si, me fascina la relación familiar. Conversar y comer juntos
- Momentos inolvidables
- Si, tiempo de comunicación, es importante
- Si, somos felices juntos
- Si me encanta es lo mas preciado para mi,
- Si, somos una familia muy unida las actividades siempre son en grupo familiar.
- Me gusta dedicarles tiempo
- Si, porque así logramos una mejor comunicación
- Si porque son las personas que más amo y soy feliz con ellos.
- Si, porque los amo
- Si porque son lo más importante en mi vida
- Si, porque son los momentos que aprovechamos para compartir.
- Si me complementa
- Si, me la paso muy bien, compartimos de todo y nos une más
- Si, son mi forma de vida, a ellos me debo.
- Si, pasamos momentos muy agradables, fomentamos la unidad y porque los Amo.
- Porque nos hace estar mas unido
- Si amo mi familia
- Si, porque cuando nos reunimos pasamos momentos muy agradables llenos de amor familiar.
- Si mucho ahora es difícil reunir a la familia para almorzar porque todos tenemos horarios muy diversos
- Si. Sin mis mejores amigos
- Somos bien unidos y nos gusta compartir nuestras actividades del día
- Son lo más importante en mi vida después de Dios
- Si, porque nos gusta compartir tiempo juntos y nos hace una familia más unida.
- Si, porque al compartir fomentamos buenos valores.

14. ¿Asiste a la Iglesia Católica? Si, no, ¿Por qué? (31 respuestas)

- Si
- Si
- Si
- Si
- Si, es como se fortalece la fe
- Si, es como se fortalece la fe
- Si, por Fe pero sobre todo por amor a Dios
- Si, por amor a Dios, para ser cada vez mejor
- Convicción
- Si, naci bajo esa religión
- Si, es mi religión
- Si. Me encanta ser católica.
- Fui bautizada como católica
- Si! Porque es ahí donde mi familia y yo comprendemos mejor la misericordia que Dios ha tenido en nuestras familias.
- Si porque en ella encuentro a Dios con su inmenso amor para mi y mi familia. Toda la humanidad.
- Si, porque soy católico y amo a Jesús
- Si profeso la religión católica
- Si, porque como cristianos debemos participar en comunidad para ir evangelizando a otras familias.
- Si por fe
- Si, soy cristiano comprometido con mi fe y creo plenamente que Dios la fundó
- si, por que así adoramos y alabamos a Dios y aceptamos a Cristo como Salvador
- Si, sirvo en el ministerio de Litúrgica, porque Amo y creo en Jesucristo. Vida eterna.
- Católica porque es una santa
- Si, creo en la Fe Católica
- Si, porque es el momento de encontrarnos con nuestro Dios.
- Si porque Dios no nos necesita pero nosotros sí que necesitamos de Dios y si se pudiera iría a la misa diaria.
- Si. Creo en Dios
- si. Porque creemos en la muerte y resurrección de Vuestro Señor Jesucristo. Y él la dejó instituida.
- Si. Porque soy bautizada y comprendo mi compromiso de vida Cristiano
- Si, porque es la base de mi vida y la única iglesia que fue instituida por Jesucristo.
- Si, porque soy católico de nacimiento y es la Iglesia que fundó Dios.

### 15.¿Con qué frecuencia? (31 respuestas)

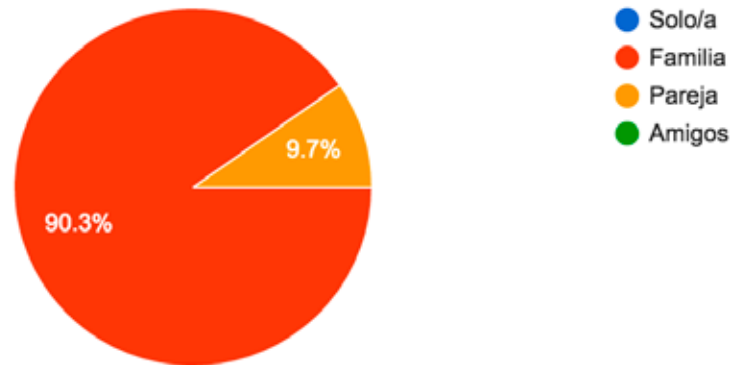


- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- 3 veces al mes
- +4 veces al mes
- 1 o más veces a la semana
- Diariamente
- No asisto

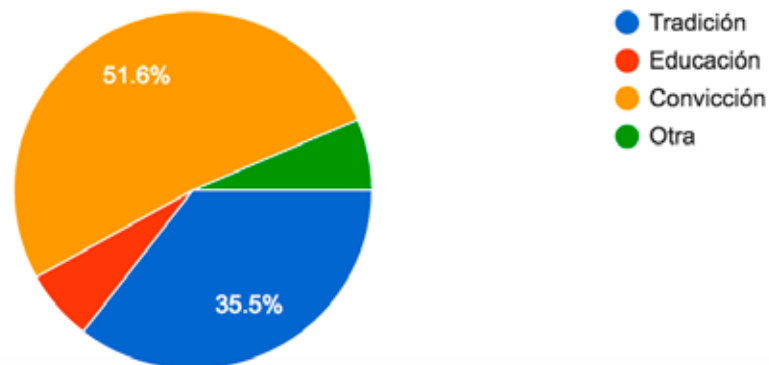
### 16.¿A cuál asiste? Escriba el nombre y la zona de donde está ubicada. (31 respuestas)

Santiago Apóstol zona 7
Santiago Apóstol zona 7
Parroquia Santiago Apostol, Catedral Metropolitana y Santuario de Santa María de Montesclaros
Parroquia San Cayetano, zona 7
Santo Domingo. Zona 1
Zona 2
Santo Domingo de Guzmán
Catedral quetzaltenngo
Santa Cecilia, zona 8
Mixco
San José del Buen consejo. Zona 3 de mixco
Zona 11
Madre del redentor zona 4 de mixco
Rectoría Santa Rita zona 2 de Mixco
Zona 2 mixco
Santo domingo zona 1
Parroquia Corazón de María. Zona 8 Villa Nueva
Santo Hermano Pedro, zona 8 mixco
San pablo zona 7, espíritu santo zona 11.
Heraldos del evangelio zona 10 y Montesclaros en Mixco
San Pedro Nolasco, Sector Ciudad San Cristobal, Mixco
San Francisco el Grande, Antigua Guatemala, Basílica de Nuestra Señora del Rosario zona 1 y Capilla de adoración perpetua San Martin de Porres zona 15
Santiago Apóstol zona 7
Nuestra Señora de Fátima zona 2
Parroquia San Marcos zona 18.
San Pablo Apostol
Parroquia Corazon de Maria
Parroquia Jesús Resucitado. De Villa Lobos II zona 12 de Villa Nueva
San Pedro Nolasco, mixco
Inmaculada Concepción, zona 16
Inmaculada Concepción, zona 16.

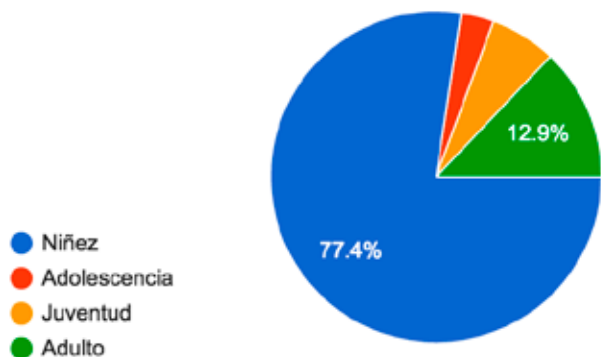
### 17. ¿Con quién asiste? (31 respuestas)



### 18. ¿De qué manera se integró a la Iglesia Católica? (31 respuestas)



### 19. ¿Desde cuándo empezó a asistir a la Iglesia Católica?



### 20. ¿Para usted, qué es familia? (31 respuestas)

- Es seguridad, es amor, es apoyo, es la base de la sociedad
- Es seguridad, es amor, es apoyo, es la base de la sociedad
- Es un grupo de personas con las que convivo, comparto, amo y apoyo y de quienes recibo lo mismo.
- Es el núcleo sanguíneo más fuerte de la vida de una persona, donde se enseña el amor, el respeto, los valores
- Es la célula de la sociedad
- La base de la sociedad
- Mis amores, célula básica de la sociedad
- La unión de la sociedad
- La base de nuestra vida
- Es la base de la sociedad, es lo más importante en una sociedad y para cada ser humano.
- Es nuestro núcleo, la base de lo que somos
- El núcleo de la sociedad
- Es la cúspide del amor entre un hombre y una mujer que han procreado hijos y a raíz de ello nietos vez nietos etc etc
- Unión de dos personas para toda la vida con amor. Dar vida para que sean núcleo de sociedad y la iglesia .
- Núcleo de la sociedad e iglesia doméstica
- Es la base de la sociedad y está integrada por hombre mujer (esposos) e hijos
- Es la Célula Básica de la Sociedad, en donde se forjan los valores morales, humanos y cristianos .
- Lo más importante
- Mi razón de existir mi complemento mi todo
- Es el lugar que te forma, educa, enseña valores, solidaridad, amar a Dios, te hace la persona que al final eres en la sociedad
- La familia es la iglesia doméstica, donde los hijos aprenden nuestra fe.
- Fortalece y ayuda en temas que se relacionan con la familia.
- Es la base de la sociedad
- Uno de los pilares más importantes de la sociedad
- Mi iglesia doméstica, mi hogar
- Vínculo de sangre indisoluble creado por Dios para fomentar el amor y la convivencia
- Núcleo principal de la sociedad
- Es la base de la sociedad. Es donde la unión de un hombre y una mujer, procrean a sus hijos los educan y les dan enseñanza moral.
- Es el lugar donde Dios manifiesta su amor. Nos integra y hace personas. Fundamento de la sociedad. Deseo de Dios
- Es la base de la sociedad principalmente y es donde se instruyen a los hijos en valores morales y espirituales.
- Es la base fundamental de la sociedad y es el mandato de Dios a los hombres.

**21. ¿Según usted, cuáles son las etapas que lleva una persona para la formación de una familia?**

(31 respuestas)

- Noviazgo, matrimonio
- Noviazgo, matrimonio
- Amistad, noviazgo, matrimonio
- Amistad, noviazgo, matrimonio
- Juventud, noviazgo, matrimonio y tener hijos
- Desde que se unen en matrimonio, luego en el vientre (seno materno), la niñez, adolescencia, junto con los demás hijos y su desarrollo
- Matrimonio, hijos, yernos y nueras, nietos
- Aprendizaje de la niñez, noviazgo, casamiento, hijos y acompañamien
- Crecimiento, noviazgo, matrimonio
- Noviazgo, matrimonio, hijos
- Noviazgo, matrimonio, hijos
- Primero lo que aprendemos en la niñez en nuestro entorno, luego adolescencia y la edad donde madura la persona.
- Amistad, noviazgo, compromiso, matrimonio
- El amor de Dios en cada ser humano luego la etapa del enamoramiento, el amor solido y la procreación.
- Conocernos a nosotros mismos, ser maduros, amistad, noviazgo y matrimonio
- Sentido de pertenencia desde la niñez.  
Niño  
Adolescencia  
Noviazgo  
Adulto  
Sacramento del Matrimonio  
Hijos
- Noviazgo matrimonio
- Desde la concepción, el embarazo, primera infancia, juventud, noviazgo, matrimonio.
- Noviazgo matrimonio vida matrimonial
- Niñez y adolescencia (recibe el ejemplo de su familia) juventud formando valores de su vida ayudándole en su noviazgo (especialmente cristiano), noviazgo formal y matrimonio como sacramento
- catequesis, kerigma, retro de evangelización fundamental, pequeña comunidad, formación
- Todo en la enseñanza y guía de Dios. Noviazgo con la guía de Dios, matrimonio Sacramentado, hijos.
- No
- Amistad, noviazgo, boda
- Amistad, noviazgo, matrimonio. O unión de hecho.
- Primero decidir luego casarse de allí a esperar los frutos, formar y educar a la familia.
- Nacer, crecer, educarse, prepararse. Enamorarse, casarse, tener hij@s
- desde la concepción, pasando la infancia, adolecencia, juventud. Encaminándolos por medio de los sacramentos
- Enamoramiento, noviazgo y matrimonio civil y sacramentado
- 1. Noviazgo 2. Matrimonio
- 1. Noviazgo 2. Preparación prematrimonial 3. Matrimonio 4. Hijos

**22. ¿Para usted es importante el Sacramento del Matrimonio? ¿Si, no, por qué?**

(21 respuestas)

- Si
- Si
- Si
- Si porque se incluye a Dios en un proyecto tan grande e importante como lo es la familia
- Si porque se incluye a Dios en un proyecto tan grande e importante como lo es la familia
- Si. Porque es donde invito a Dios a formar parte de mi nueva familia.
- Si, es la bendición sagrada par iniciar una familia
- Si. Se acepta ante Dios los compromisos del Matrimonio
- Santificación de la relación.
- No, no creo en el matrimonio bajo los parámetros de la iglesia
- Si, es poner a Dios en el medio de la familia
- Si muy importante. Para mi la bendición de dios es importante para pasar del noviazgo a convivir juntos y formar una familia. Ese fue el momento más hermoso que tuve y ha sido la base de mi nueva familia.
- Porque lleva la bendición de Dios
- Si es importante porque con ello somos bendecidos por nuwstro Padre Celestial y adquirimos su gracia y misericordia
- Su pódquer Jesús lo constituyó y El es el centro del matrimonio por consigu ente de la familia.
- Si, ya que así se empieza la familia. Bendecida por Dios
- Si porque es un mandato de Dios
- Si nos permite realizar un compromiso de compartir la vida con responsabilidad a Dios y a la otra persona.
- Si permite permanecer en el
- Si es la unión de dos personas maduras en su fe que piden la bendición eterna de su hacedor, la cual los lleva a santificarse
- si, es la forma que Dios bendice a la familia
- Si es la base, lo principal para iniciar con la bendición de Dios y desviarse del camino de Dios, de salvación. Por los futuros hijos.
- Por supuesto que si es importante para estar en gracia con Dios
- Si Dios santifica la unión de la pareja
- Personalmente sí, porque es importante tener la bendición de Dios dentro del matrimonio y así vivir en su gracia.
- Si porque es un compromiso.
- Si. Porque es la consagracion del nuestra relacion Con Dios
- si es importante. Por que es una institución encargada a la iglesia. Para santificación de la familia.
- Si. Porque es la voluntad de Dios. Signo de su vida. Y da fuerza para perseverar en camino juntos. Instrumento de Santidad
- Si porque es uno de los 7 sacramentos instituidos por la Iglesia.
- Si porque es donde se recibe la bendición y la gracia de Dios para formar una familia.



**23. ¿Cree que puede servir a las familias guatemaltecas a través de la Iglesia Católica? ¿Por qué?**

(31 respuestas)

- Si
- Si
- Si, porque gran parte de la juventud ya no cree en el matrimonio y la Iglesia Católica da la oportunidad de unimos como hermanos para defender la familia y el matrimonio lo que otras iglesias no hacen
- Si, porque gran parte de la juventud ya no cree en el matrimonio y la Iglesia Católica da la oportunidad de unimos como hermanos para defender la familia y el matrimonio lo que otras iglesias no hacen
- Si. Porque puedo invitarlos a que conozcan a Dios y lo inviten a ser parte de su vida.
- Si por el servicio que se da a los demás
- Si. Dando nuestro ejemplo de vida y ayudando en su formación
- Si, es indescribible ver el cambio de las personas cuando encuentran o se reconcilian con Jesús.
- Probablemente sí, pero tengo pensamientos distintos a los de la Iglesia Católica, o a lo que rige la Iglesia en relación al matrimonio.
- Si, compartiendo el mensaje de Dios
- Si mucho propagando la palabra de Dios, conforme nuestra creencia.
- Es un puente para ayudar al q lo necesita
- Se puede aportar vivencias
- Si. Porque la Iglesia Católica está catalogada por ser solidarios y eso crea confianza en la población
- Si porque recibimos guía especial de nuestros sacerdotes y personas que se forman para ello.
- Si, por medio de la evangelización.
- Si siendo testimonio
- Si, porque es importante socializar para poder compartir experiencias, valores a través de estilos de vida adecuados.
- Si ayudando con ejemplo a fortalecer la vida matrimonial
- Si, he tenido formación en los valores cristianos desde mi niñez hasta la actualidad y sigo perseverando
- si, dándoles formación y ayudando en la vida familiar a través de sus etapas de la vida
- Si, contribuyendo a la formación y enseñanza que Dios quiere para la unidad de los matrimonios y familias.
- Para que haya menos deficiencias
- Si es importante anunciar la buena nueva
- Si, a través del servicio de prematrimoniales y siendo instructores del Método de Ovulación Billings. Además de pertenecer al sector defensa de la vida.
- Si, sobre todo con el ejemplo
- Si. Preparando a futuros matrimonios y concientizando a los ya existentes. Recuperando y valorizando el matrimonio
- Una familia en matrimonio es ejemplo para aquellas que no lo son
- Si. Enseñando la doctrina de la Iglesia y con el testimonio
- Si, porque se nos da la oportunidad de instruir a las nuevas familias y es una forma de evangelizar.
- Si, porque desde nuestras charlas prematrimoniales y bautismales ayudamos a que las familias encuentren la gracia de Dios a través de estos sacramentos.

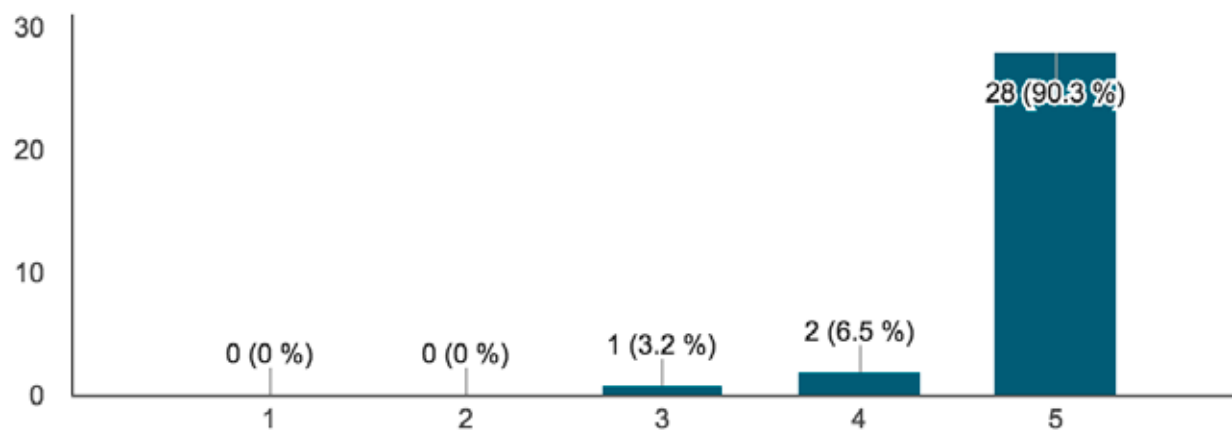
**24. ¿Cuál es la importancia del acompañamiento de las familias por parte de la Iglesia Católica?**

(31 respuestas)

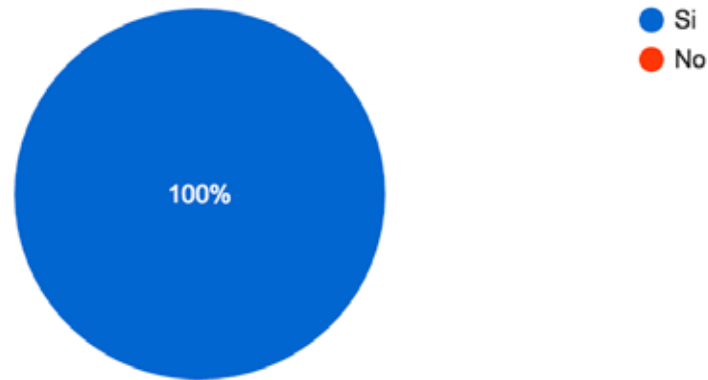
- Porque sin guía espiritual perdemos el rumbo
- Porque sin guía espiritual perdemos el rumbo
- Es importante porque les da a conocer el Amor de Dios que les ayuda a superar toda prueba, desde la perspectiva del perdón, la misericordia y el Amor.
- Que motive a ser participativa, comprometida y sean serviciales
- Formación y ayuda en sus problemas
- Proporciona modelos y guías para vivir
- Para crear una mejor sociedad.
- Es importante ya que es un apoyo espiritual para el miembro de la familia
- asesoramiento
- Muy importante por ser la base en todo.
- Formar nuestra fe
- Dar formación
- Porque cada día los seres humanos necesitamos nuevas perspectivas y el mundo no puede llenarlas.
- Primero que Dios nos guía y saber que él nos acompaña siempre.
- Muy importante, y actualmente hace mucha falta.
- Porque tenemos una guía de acuerdo a los mandatos de la Iglesia y nos hacen ver con claridad que lo que el mundo nos presenta no es lo mejor como nos lo muestran
- A través de su doctrina nos enseña el origen divino y natural de la familia, para que podamos convivir en una jerarquía plena en valores.
- Se mejora la relación familiar
- Ayuda a comprender y vivir el sacramento
- Las ayuda a formarse, a saber que no están solas, que pueden realizarse, ser útiles en la sociedad y a la vez santificarse
- para que no se sientan solas, guía espiritual, guía moral, guía material
- Es vital y sumamente importante para el correcto caminar de las familias.
- Para estar unidos
- Nos ayuda a congregarlos y formarnos
- Cuando los jóvenes forman una familia muchas veces no saben cómo actuar al momento de que se les presentan los problemas, entonces es importante que tengan un acompañamiento para saber cómo llevar los problemas que se les presentarán
- Evitar divorcios y orientar a la familia
- Tanto como el acompañamiento de un maestro en la educación
- ella ha sido la luz de muchas familias, en el caminar de la salvación. Es protectora de la vida y la ha defendido siempre.
- Muy importante. No hay formación y eso lleva a la prácticas de cosas que dañan a la persona y la convivencia en las familias
- Es importante ya que ayuda a orientar a las familias en las prácticas para construir familias unidas.
- Dar el seguimiento necesario para que sigan prosperando dentro de la Iglesia en algún servicio o apostolado que elijan.

25. En una escala de 1 a 5, entiéndase que 5 es la más alta y 1 la más baja.  
¿Qué importancia tiene la Pastoral Familiar para la Iglesia Católica?

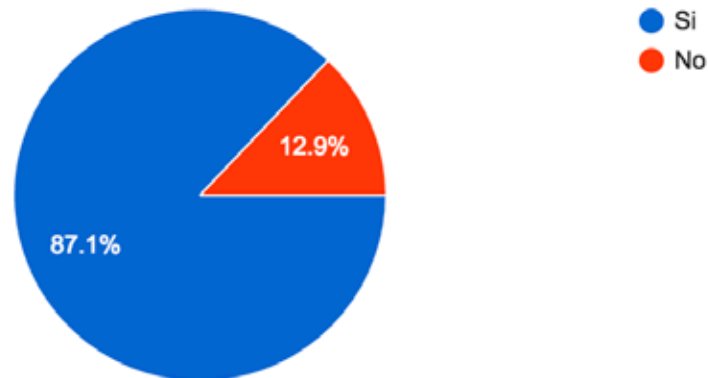
(31 respuestas)



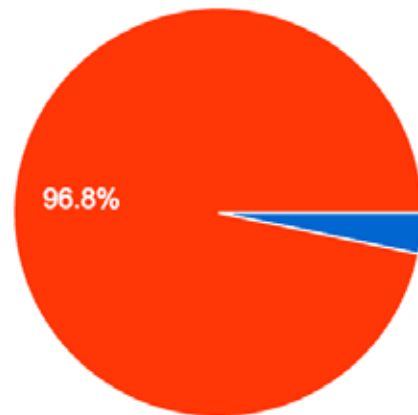
26. ¿Motivaría a más familias a ser parte de la Pastoral Familiar? (31 respuestas)



27. ¿Logra identificar estos símbolos? (31 respuestas)



## 28. ¿Qué identifica? (31 respuestas)



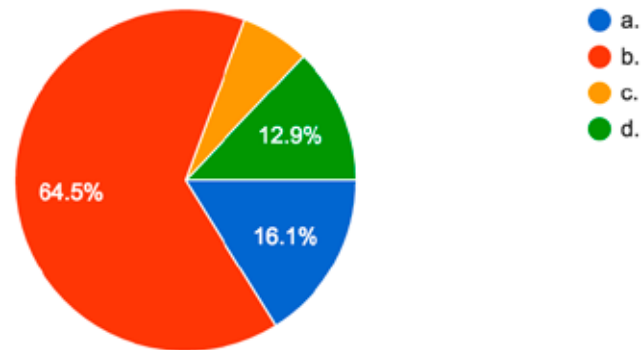
- Padre, madre e hijo
- Sagrada Familia
- No identifico nada

## 29. ¿Qué deficiencias observa en el logotipo? (31 respuestas)

- Ninguna
- Ninguna
- Ninguna
- Ninguna
- Ninguna
- Ninguna
- El rostro de la virgencita debería verse
- El rostro de la virgencita debería verse
- Maria se encuentra de espaldas, no se observa unión y el cuadro negro, sería mejor un corazón o estrella
- Poca claridad y muy oasivo
- Imagen poco borrosa y un solo color
- Confuso, plano, sin color, no genera calidez, imagen confusa.
- No lo conozco realmente no podria decirlo
- No se ven las caras y expresiones
- Distinguir la cara de san José.
- El color
- El rostro del padre.
- Mayor nitidez y darlo a conocer.
- Colorido
- Muy vago
- La imagen no está bien definida, le falta color
- Falta una cruz o el Espíritu Santo
- esta en blanco y negro
- Más colorida
- Fondo
- Falta de color
- Que tanto el niño, como la madre no se ven bien.
- Necesita un poco de color
- Ninguna. Es tradicional y se entiende
- El recuadro detrás de José no es necesario.
- La letra es muy pequeña

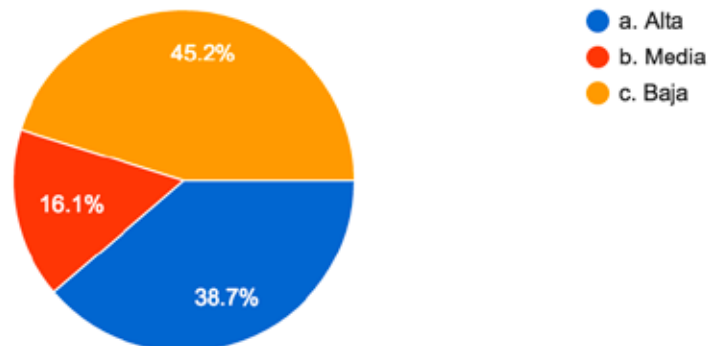
30. Según el logotipo que observó anteriormente, de las siguientes opciones, ¿qué tipo de logotipo piensa que lograría identificar más a la Pastoral Familiar?

(31 respuestas)



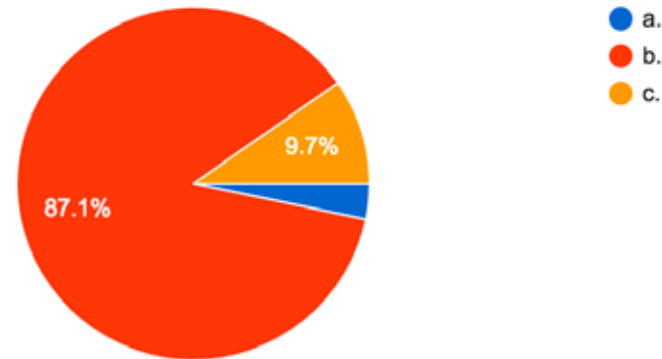
31. De las siguientes opciones ¿Qué nivel de abstracción piensa que sería la mejor para representar a la Pastoral Familiar?

(31 respuestas)



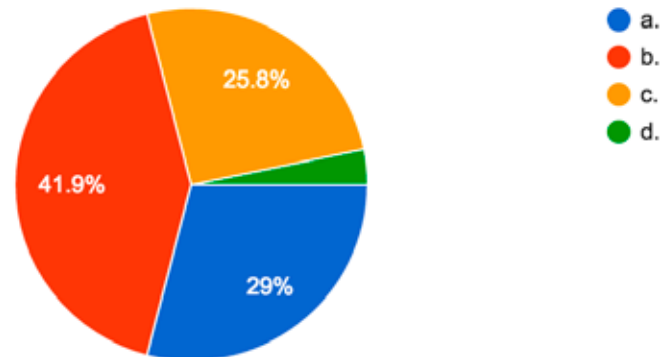
32. Si hablamos de union, o sea familia, de las siguientes opciones ¿qué símbolo cree que es el más adecuado?

(31 respuestas)



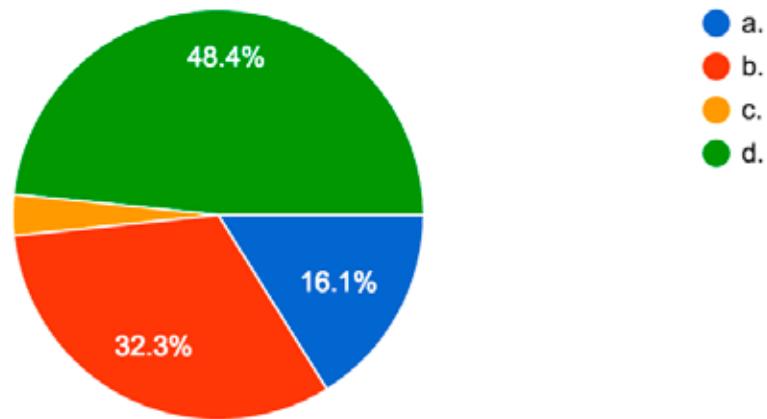
33. "Tener un lugar a donde ir, se llama Hogar. Tener personas a quien amar, se llama Familia, y tener ambas se llama Bendición." Papa Francisco. ¿Qué colores piensa usted que van más con la frase?

(31 respuestas)



### 34. De las siguientes opciones ¿Qué tipo de letra conecta más con la Pastoral Familiar?

(31 respuestas)



# ANEXO 5

## MODELO DE ENCUESTA PARA FAMILIAS CATÓLICAS

### Encuesta para Familia

Le saludo de la Universidad Rafael Landívar, específicamente del Curso de Diseño Gráfico Síntesis del Diseño III. Esta encuesta tiene como objetivo determinar aspectos claves para la realización del material gráfico para La Pastoral Familiar de la Conferencia Episcopal de Guatemala. Agradezco su tiempo y sinceridad al participar.

Guatemala - 2016

\*Obligatorio

#### 1. 1. Sexo \*

Marca solo un óvalo.

- Masculino  
 Femenino

#### 2. 2. Edad \*

Marca solo un óvalo.

- 15 - 19  
 20-30  
 31-40  
 41-50  
 51-60  
 61 o más

#### 3. 3. Profesión \*

Marca solo un óvalo.

- Estudiante  
 Profesional  
 Otros: \_\_\_\_\_

marca solo un óvalo.

- Zona 1 a Zona 5  
 Zona 6 a Zona 10  
 Zona 11 a Zona 15  
 Zona 16 a Zona 21  
 Zona 22 a Zona 25  
 Mixco  
 Carretera a el Salvador  
 Interior del país

#### 5. 5. ¿Qué zonas y lugares del país frecuenta más? \*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Zona 1 a Zona 5  
 Zona 6 a Zona 10  
 Zona 11 a Zona 15  
 Zona 16 a Zona 21  
 Zona 22 a Zona 25  
 Mixco  
 Carretera a el Salvador  
 Interior del país

#### 6. 6. ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse? \*

Marca solo un óvalo.

- Carro  
 Moto  
 Bus  
 Otro

#### 7. 7. ¿Tiene hijos? \*

Marca solo un óvalo.

- Si  
 No



*marca solo un óvalo.*

- 1 - 2
- 3 - 4
- +4
- Ninguno

**9. 9. ¿Le gusta leer? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

**10. 10. ¿Qué tipo de música escucha? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pop
- Rock
- Latina
- Cristiana
- Otro

**11. 11. ¿Qué tipo de deporte le gusta? (Ver o practicar) \***

*Marca solo un óvalo.*

- Fútbol
- Béisbol
- Baloncesto
- Voleibol
- Otro
- No me gusta el deporte

**12. 12. ¿Qué prefiere? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Ir al cine
- Ir al teatro
- Tener un almuerzo o cena familiar
- Otro

**13. 13. ¿Disfruta de la compañía de su familia? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

*marca solo un óvalo.*

- Si
- No

**15. 15. ¿Con qué frecuencia? \***

*Marca solo un óvalo.*

- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- 3 veces al mes
- +4 veces al mes
- No asisto

**16. 16. ¿Con quién asiste? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Solo/a
- Familia
- Pareja
- Amigos
- No asisto

**17. 17. ¿Qué tipo de familia tiene? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Joven (Casados sin hijos)
- Casados con hijos
- Padres / Madre soltera/o
- Unión de libre hecho
- Matrimonio adulto (7 o más años de casados)
- Otra

**18. 18. ¿Cree que la Iglesia puede asesorarlo o acompañarlo en cualquier etapa de su vida? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

**19. 19. ¿Cree que es importante estar cerca de la Iglesia? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

marca solo un óvalo.

- Si
- No
- No tengo hijos

21. 21. ¿A escuchado o sabe de la Pastoral Familiar? \*

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

22. 22. ¿Logra identificar los símbolos dentro del círculo? \*



Marca solo un óvalo.

- Si
- No

23. 23. ¿Qué identifica? \*

Marca solo un óvalo.

- Padre, madre e hijo
- Sagrada familia
- No identifico nada

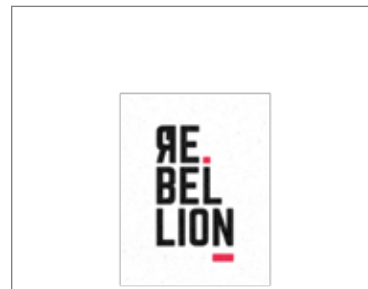
identificar más a la Pastoral Familiar.

Marca solo un óvalo.



a.

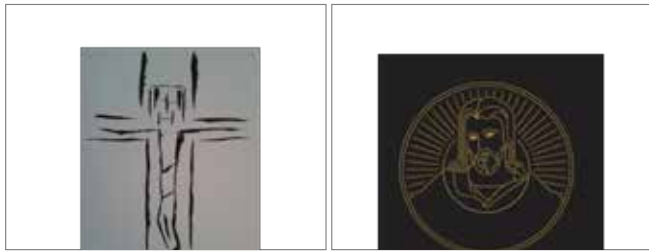
b.



c.

d.

Marca solo un óvalo.



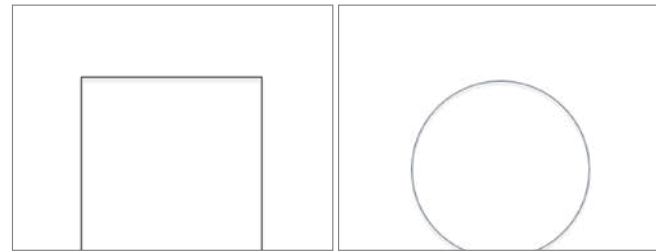
a. Alta

b. Media



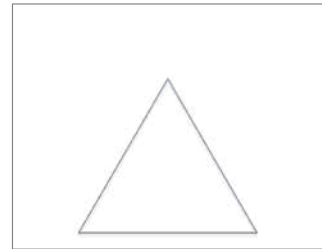
c. Baja

marca solo un óvalo.



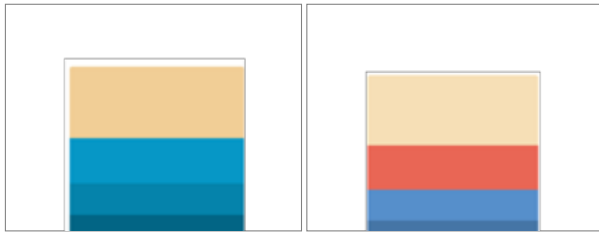
a.

b.



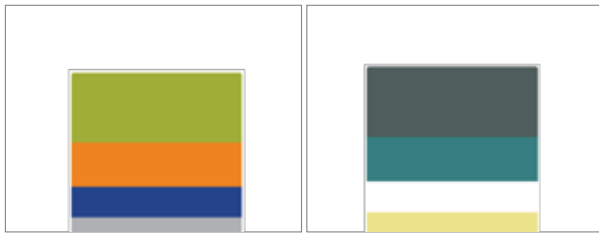
c.

con la frase? \*  
Marca solo un óvalo.



a.

b.



c.

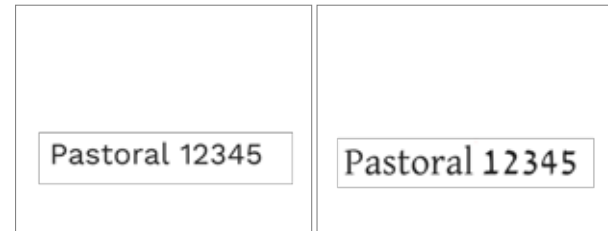
d.

marca solo un óvalo.



a.

b.



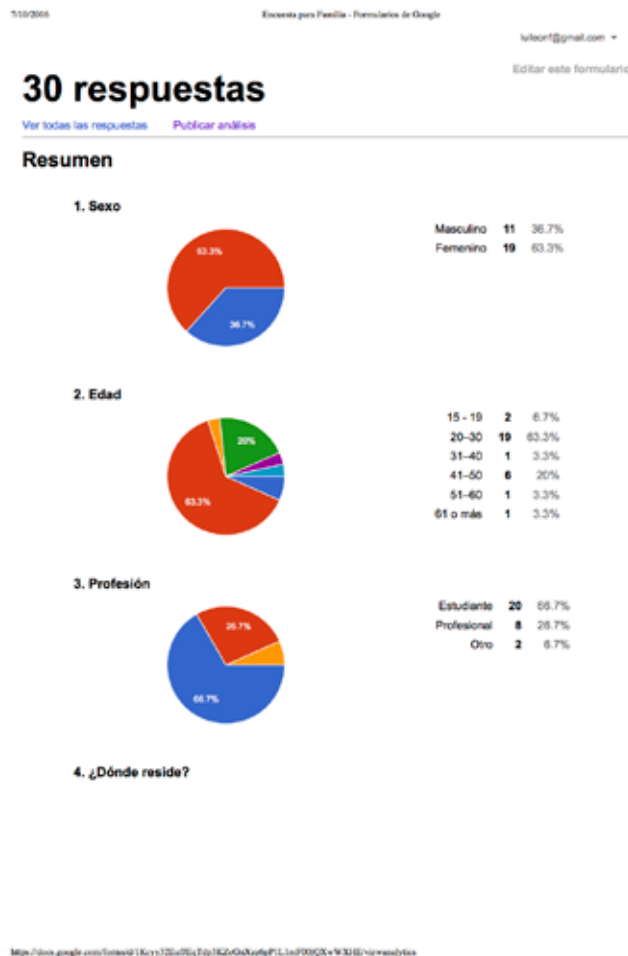
c.

d.

# ANEXO 6

## GRÁFICAS DE RESULTADOS DE ENCUESTA PARA FAMILIAS CATÓLICAS

Se realizó una encuesta de 28 preguntas, la semana del 26 de septiembre al día 2 de octubre a familias católicas por medio de una encuesta online.



7/10/2016

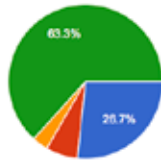
Encuesta para Familia - Formularios de Google

**7. ¿Tiene hijos?**



Si	10	33.3%
No	20	66.7%

**8. ¿Cuántos tiene?**



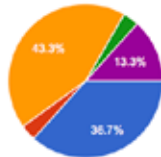
1 - 2	8	26.7%
3 - 4	2	6.7%
+4	1	3.3%
Ninguno	19	63.3%

**9. ¿Le gusta leer?**



Si	22	73.3%
No	8	26.7%

**10. ¿Qué tipo de música escucha?**

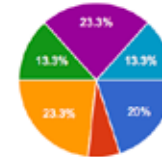


Pop	11	36.7%
Rock	1	3.3%
Latina	13	43.3%
Cristiana	1	3.3%
Otro	4	13.3%

**11. ¿Qué tipo de deporte le gusta? (Ver o practicar)**

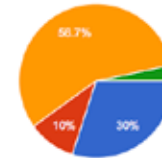
7/10/2016

Encuesta para Familia - Formularios de Google



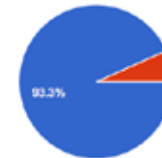
Voleibol	4	13.3%
Otro	7	23.3%
No me gusta el deporte	4	13.3%

**12. ¿Qué prefiere?**



Ir al cine	9	30%
Ir al teatro	3	10%
Tener un almuerzo o cena familiar	17	56.7%
Otro	1	3.3%

**13. ¿Disfruta de la compañía de su familia?**



Si	28	93.3%
No	2	6.7%

**14. ¿Asiste a la Iglesia?**

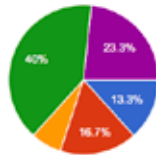


Si	21	70%
No	9	30%

7/10/2016

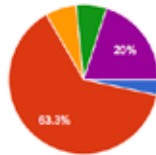
Encuesta para Familia - Formularios de Google

**15. ¿Con qué frecuencia?**



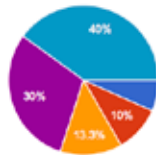
1 vez al mes	4	13.3%
2 veces al mes	5	16.7%
3 veces al mes	2	6.7%
+4 veces al mes	12	40%
No asisto	7	23.3%

**16. ¿Con quién asiste?**



Solo/a	1	3.3%
Familia	19	63.3%
Pareja	2	6.7%
Amigos	2	6.7%
No asisto	6	20%

**17. ¿Qué tipo de familia tiene?**



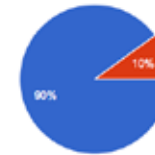
Joven (Casados sin hijos)	2	6.7%
Casados con hijos	3	10%
Padres / Madre soltera/o	4	13.3%
Unión de libre hecho	0	0%
Matrimonio adulto (7 o más años de casados)	9	30%
Otra	12	40%

<https://docs.google.com/forms/d/1Kyy72IaIBIqTdp0KZzGnXzafpPIL1c10yQXwW0IB/viewanalytics>

7/10/2016

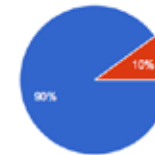
Encuesta para Familia - Formularios de Google

**18. ¿Cree que la Iglesia puede asesorarlo o acompañarlo en cualquier etapa de su vida?**



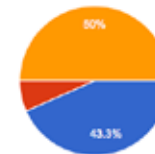
Si	27	90%
No	3	10%

**19. ¿Cree que es importante estar cerca de la Iglesia?**



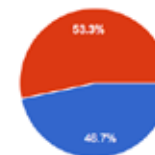
Si	27	90%
No	3	10%

**20. ¿Inculca sobre la Iglesia a sus hijos?**



Si	13	43.3%
No	2	6.7%
No tengo hijos	15	50%

**21. ¿A escuchado o sabe de la Pastoral Familiar?**



Si	14	46.7%
No	16	53.3%

**22. ¿Logra identificar los símbolos dentro del círculo?**

<https://docs.google.com/forms/d/1Kyy72IaIBIqTdp0KZzGnXzafpPIL1c10yQXwW0IB/viewanalytics>

7/10/2016

Encuesta para Familia - Formularios de Google



Si **26** 86.7%  
No **4** 13.3%

23. ¿Qué identifica?



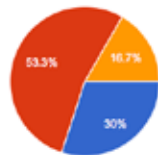
Padre, madre e hijo **4** 13.3%  
Sagrada familia **26** 86.7%  
No identifico nada **0** 0%

24. Según el logotipo que observó anteriormente, ¿qué tipo de logotipo piensa que lograría identificar más a la Pastoral Familiar?



a. **3** 10%  
b. **20** 66.7%  
c. **5** 16.7%  
d. **2** 6.7%

25. ¿Qué nivel de abstracción piensa que sería la mejor para representar a la Pastoral Familiar?

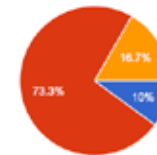


a. Alta **9** 30%  
b. Media **16** 53.3%  
c. Baja **5** 16.7%

26. Si hablamos de union, ósea familia, que símbolo cree que es el más adecuado.

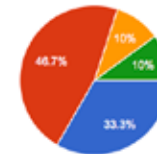
7/10/2016

Encuesta para Familia - Formularios de Google



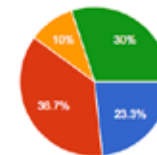
a. **3** 10%  
b. **22** 73.3%  
c. **5** 16.7%

27. "Tener un lugar a donde ir, se llama Hogar. Tener personas a quien amar, se llama Familia, y tener ambas se llama Bendición." Papa Francisco. ¿Qué colores piensa usted que van más con la frase?



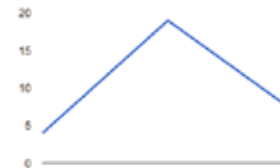
a. **10** 33.3%  
b. **14** 46.7%  
c. **3** 10%  
d. **3** 10%

28. ¿Qué tipo de letra conecta más con la Pastoral?



a. **7** 23.3%  
b. **11** 36.7%  
c. **3** 10%  
d. **9** 30%

Número de respuestas diarias





# ANEXO 7

## MODELO DE ENTREVISTA PARA CLERO

Grupo 3: Clero

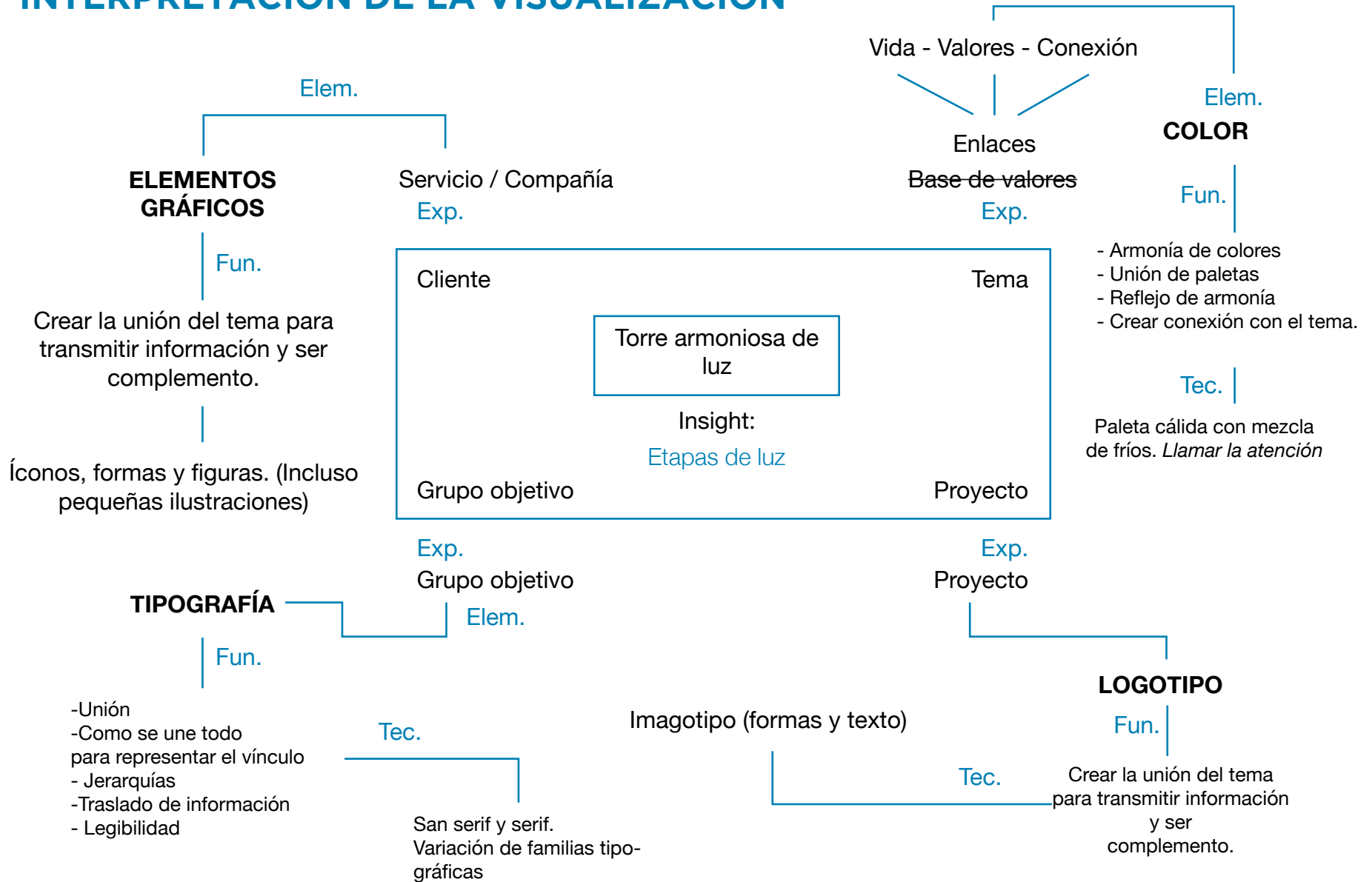
Entrevista

Le saludo de la Universidad Rafael Landívar, específicamente del curso de diseño gráfico Síntesis del Diseño III, de antemano muchas gracias por participar en esta encuesta, estos datos se utilizarán para la realización de material gráfico para La Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala.

1. ¿Cual es su nombre?
2. Edad
3. ¿Cuándo inició su conversión?
4. ¿Qué es lo más significativo de ser padre?
5. Alguna experiencia que valga la pena contar
6. Experiencia con el tema de familia
7. ¿Qué es familia para usted?
8. ¿Piensa que la familia es la cédula básica de la vida?
9. ¿Qué me podría decir sobre la unión familiar?
10. ¿En su Diócesis cuentan con una Pastoral Familiar?
11. Si no cuentan con una, ¿por qué?
12. ¿Cree que es importante tener una Pastoral Familiar?
13. ¿Me podría contar un poco sobre los cuatro sectores más importantes?
  - a. Prematrimonial
  - b. Defensa de la vida (Provida, antes de la concepción hasta la muerte natural)
  - c. Situaciones irregulares
  - d. Vida matrimonial
14. ¿Cree que es bueno que las familias reconozcan a la Pastoral Familiar para abocarse a ellos? (Acompañados de un Sacerdote asesor)

# ANEXO 8

## INTERPRETACIÓN DE LA VISUALIZACIÓN



# ANEXO 9

## BOCETAJE TRAZO LOGOTIPO

*Resto de los trazos en digital del logotipo, se escogió el más completo para agregarlo en bocetaje.*

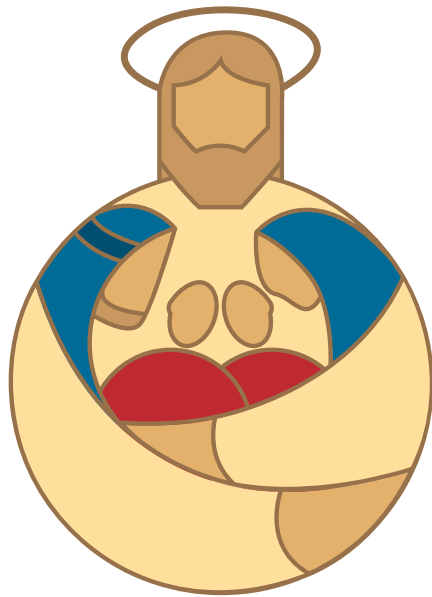
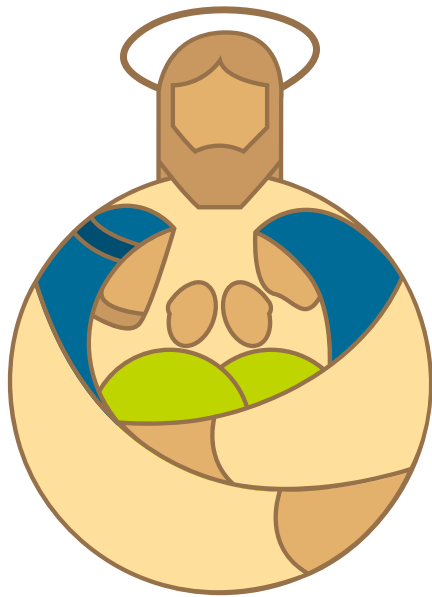
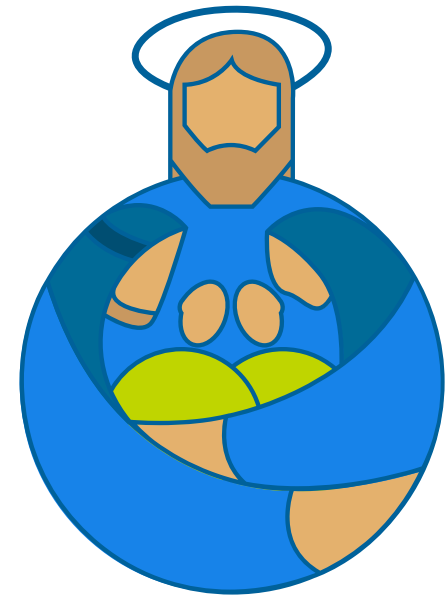


# ANEXO 10

## BOCETAJE LOGOTIPO PALETA DE COLOR

*Fusión de paleta de color. Aquí se encuentran todas las combinaciones de las que se tomaron las mejores para aplicarlas en el bocetaje*





# ANEXO 11

## Tipografía

*Las tipografías descartadas por su falta de funcionalidad, estética u otro factor por lo que no se agregó en bocetaje.*

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

PASTORAL FAMILIAR

Pastoral Familiar

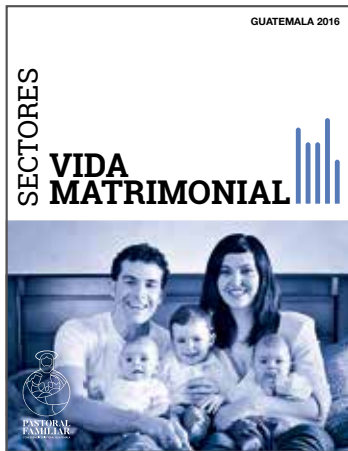
PASTORAL FAMILIAR

# ANEXO 12

## Manuales Pastoral familiar

*Evolución de las propuestas de los manuales en las diferentes paletas de color, en bocetaje se colocó la mejor opción y sus derivadas para dar como resultado las piezas finales.*

01



02



03



04



05



06



07





# ANEXO 13

## Instrumento de Validación G.O.

29/11/2016

Validación Familias Católicas

### Validación Familias Católicas

De antemano gracias por brindarme unos minutos de su tiempo para poder llevar a cabo la validación de la funcionalidad del proyecto Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala como parte del curso Síntesis del Diseño II de la carrera de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar. Gracias a su validación podremos mejorar la realización e implementación del proyecto para que logre su objetivo principal: ser reconocidos como la principal acción evangelizadora que apoya a la Iglesia católica en los diferentes ámbitos de la formación familiar.

El proyecto consiste en renovar la imagen que se ha manejado anteriormente, de esta manera más familias católicas se aboquen a ellos para ser acompañados en las etapas de su vida. Además se desea que con el material se cree unión y confianza, entre los Agentes de Pastoral, el Clero (Servicio religioso: obispos, sacerdotes y diáconos) y las familias católicas.

Instrucciones:

Leer detenidamente cada pregunta y contestar honestamente. Todas las preguntas son obligatorias.

### Logotipo



29/11/2016

Validación Familias Católicas

#### 1. 1. El logotipo representa:

Marca solo un óvalo.

- a. La familia y su amor con Dios.
- b. Una familia normal
- c. Un grupo de personas

#### 2. 2. Los colores:

Marca solo un óvalo.

- a. Representan una familia católica y crean unión entre sí
- b. Se alejan de una familia católica
- c. Se crea una mezcla difícil de entender

#### 3. 3. El tipo de letra del logotipo:

Marca solo un óvalo.

- a. Muestran la formalidad y confianza que la Pastoral quiere transmitir
- b. Demasiada formalidad para ser un grupo de acompañamiento

#### 4. 4. En cuanto a lo que transmite el logotipo:

Marca solo un óvalo.

- a. Yo como católico, me siento identificado y acogido, una familia llena de amor contemplada por Dios
- b. Transmite unión familiar.
- c. No transmite ningún sentimiento

### Tarjeta de presentación

28/11/2016

Validación Familia Católica



**Aplicaciones de logotipo**



**5. En sus aplicaciones (bolsa, sello, cuaderno y camisa)**

Marca solo un óvalo.

- a. El logotipo se identifica y crea contraste con las piezas, hace que llame la atención.
- b. El logotipo no crea contraste y no llama la atención.
- c. El logotipo funciona en ciertas piezas.

**Manuales**

Pastoral Familiar cubre 4 sectores importantes : prematrimonial, vida matrimonial, defensa de la vida y situaciones irregulares.

28/11/2016

Validación Familia Católica

**Manuales de sectores**



**5. 1. Los colores en los manuales de sectores:**

Marca solo un óvalo.

- a. Crean armonía y revive el espíritu de unión de una manera diferente a lo convencional. Se entienda que cada color representa un sector.
- b. Se alejan mucho uno de otro y se ve desordenado.
- c. Uno de los 4 colores puede mejorar para tener más unión.

29/11/2016

Validación Familias Católicas

Se utilizan cuatro colores base dando alusión a los sectores, y uno fondo blanco para dar a conocer el logotipo



**10. 1. Los colores:**

Marca solo un óvalo.

- a. Me llaman mucho la atención, me acercaría a ver qué es.
- b. No me llama la atención

**11. 2. El logotipo:**

Marca solo un óvalo.

- a. Lo entiendo lineal y con colores.
- b. No entiendo el lineal, hasta que veo el de colores.
- c. No entiendo ninguno.

[https://docs.google.com/forms/d/1Xg61VURd-us2Vw9IRsdHP\\_3X0LAcuicqjR-5d9X1ndk](https://docs.google.com/forms/d/1Xg61VURd-us2Vw9IRsdHP_3X0LAcuicqjR-5d9X1ndk)

11/1/2016

Validación Familias Católicas

**12. Me importa mucho su opinión acerca del proyecto, tiene algún comentario sobre algún aspecto:**

---



---



---



---

**Muchas gracias por su ayuda, esto nos servirá para la mejor realización de este proyecto. Le molestamos con dos simples requerimientos:**

**13. Su nombre completo:**

---

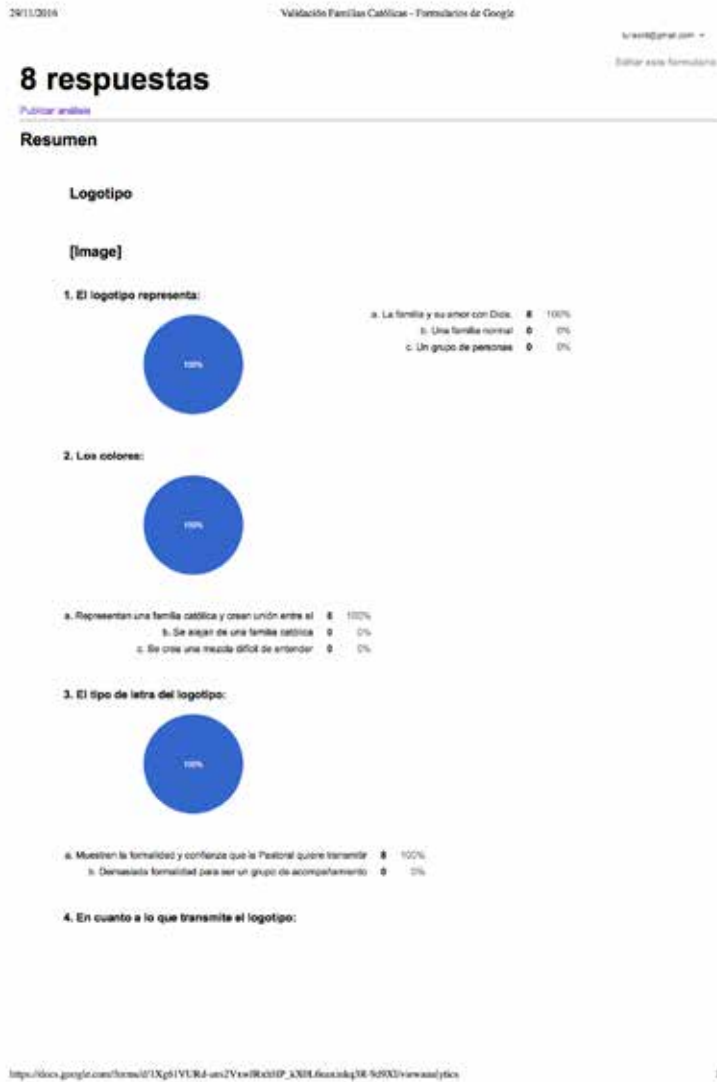
**14. Profesión y cargo que ejerce actualmente:**

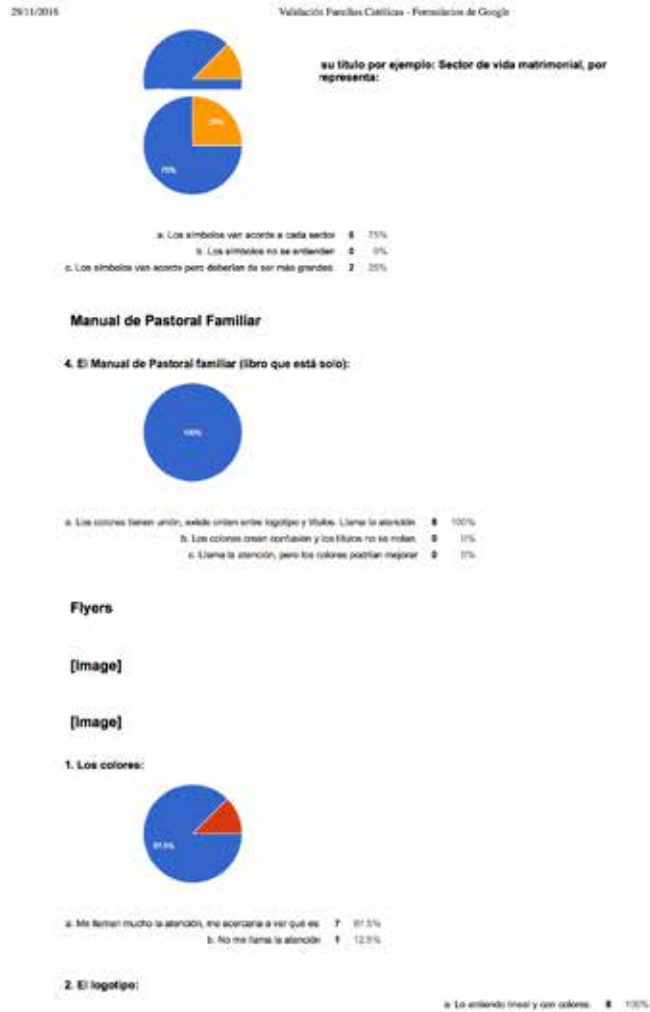
---

Con la tecnología de  
 Google Forms

# ANEXO 14

## Resultados Validación G.O.





# ANEXO 15

## Instrumento de Validación Expertos en el tema

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral

### Validación Agentes de Pastoral

De antemano gracias por brindarme unos minutos de su tiempo para poder llevar a cabo la validación de la funcionalidad del proyecto Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala como parte del curso Síntesis del Diseño II de la carrera de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar. Gracias a su validación podremos mejorar la realización e implementación del proyecto para que logre su objetivo principal: ser reconocidos como la principal acción evangelizadora que apoya a la Iglesia católica en los diferentes ámbitos de la formación familiar.

Las piezas que se trabajaron para darle un giro a la imagen que se ha manejado anteriormente, de esta manera más familias católicas se abocan a Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala para ser acompañados en todas las etapas de su vida. Además se desea que con el material se cree unión y confianza. Está dirigido hacia los Agentes de Pastoral, el Clero (Servicio religioso: obispos, sacerdotes y diáconos) y las familias católicas.

#### Instrucciones:

Leer detenidamente cada pregunta y contestar honestamente. Todas las preguntas son obligatorias.

### Logotipo



[https://docs.google.com/forms/d/1uy2CF9W3ZwK6C0Chy7u6\\_AANM\\_uQv7iM5PLvsg/edit](https://docs.google.com/forms/d/1uy2CF9W3ZwK6C0Chy7u6_AANM_uQv7iM5PLvsg/edit)

1/7

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral

#### 1. El logotipo representa:

Marca solo un óvalo.

- a. La familia y su amor con Dios.
- b. Una familia normal
- c. Un grupo de personas

#### 2. El sentimiento que transmite es de:

Marca solo un óvalo.

- a. Una familia llena de amor acogida por el amor de Dios
- b. Unión familiar.
- c. No transmite ningún sentimiento

#### 3. El tipo de letra del logotipo:

Marca solo un óvalo.

- a. Se conecta con el símbolo, y se lee sin ningún problema.
- b. Se lee, pero no conecta con el símbolo.
- c. No se lee y no tienen ningún vínculo con la Pastoral Familiar.

#### 4. Sus colores:

Marca solo un óvalo.

- a. Muestran unión con la Iglesia Católica
- b. Se alejan de la Iglesia Católica

#### 5. Las formas del logotipo:

Marca solo un óvalo.

- a. Muestran de manera fácil que es una familia
- b. Solo muestran un grupo de personas
- c. No muestran unión, por lo que no se representa una familia
- d. Muestran una familia, pero debo analizarlo primero.

### Tarjeta de presentación

[https://docs.google.com/forms/d/1uy2CF9W3ZwK6C0Chy7u6\\_AANM\\_uQv7iM5PLvsg/edit](https://docs.google.com/forms/d/1uy2CF9W3ZwK6C0Chy7u6_AANM_uQv7iM5PLvsg/edit)

2/7

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral



**Aplicaciones de logotipo**



**6. 6. En sus aplicaciones (bolsa, sello, cuaderno y camisa)**

Marca solo un óvalo.

- a. El logotipo se identifica y crea contraste con las piezas, hace que llame la atención.
- b. El logotipo no crea contraste y no llama la atención.
- c. El logotipo funciona en ciertas piezas.

**Manuales**

Los colores se basaron en los 4 sectores: prematrimonial, vida matrimonial, defensa de la vida y situaciones irregulares. Cada uno de acuerdo a lo que representa cada color en la Iglesia Católica. También se crearon 4 diferentes símbolos en base a los logotipos existentes de cada sector para unificar todas las piezas.

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral

**Manuales de sectores**



**7. 1. En los manuales de sectores ¿La paleta de colores muestra armonía entre sí?**

Marca solo un óvalo.

- a. Si crea armonía y revive el espíritu de unión de una manera diferente a lo convencional. Además se entiende que cada color es un sector diferente.
- b. Si crea armonía, pero no conecta con los sectores.
- c. No crea armonía en lo absoluto.

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral

Se utilizan cuatro colores base dando alusión a los sectores, y uno fondo blanco para dar a conocer el logotipo



**11. 1. La utilización de colores:**

Marca solo un óvalo.

- a. Llama la atención.
- b. No llama la atención
- c. Cautiva y crea conexión para que las familias se acerquen a ver que es.

**12. 2. ¿Se entiende cuál es el logotipo principal?**

Marca solo un óvalo.

- a. Si se entiende cuál es el logotipo principal
- b. Se crea confusión en cuanto a cuál es el principal (el lineal o el de colores)
- c. El logotipo lineal se ve como el principal

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral

**13. Me importa mucho su opinión acerca del proyecto, tiene algún comentario sobre algún aspecto:**

.....

.....

.....

.....

**Muchas gracias por su ayuda, esto nos servirá para la mejor realización de este proyecto. Le molestamos con dos simples requerimientos:**

**14. Su nombre completo:**

.....

**15. Profesión y cargo que ejerce actualmente:**

.....

Con la tecnología de  
 Google Forms



# ANEXO 16

## Resultados de Validación Expertos del tema



29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral - Formularios de Google



- a. El logotipo es el actor principal y los títulos demuestran de qué es el manual. **5** 83.3%
- b. El logotipo no se percibe de manera correcta, y los títulos le restan importancia. **0** 0%
- c. El logotipo contiene el tamaño correcto, pero los títulos están muy grandes. **1** 16.7%

**4. Los colores del Manual de Pastoral Familiar:**



- a. Juegan de manera correcta entre el azul, blanco y café craft. **6** 100%
- b. No se ven bien juntos. **0** 0%
- c. La textura craft le resta importancia al manual. **0** 0%

**Flyers**

[Image]

[Image]

**1. La utilización de colores:**



- a. Llama la atención. **4** 66.7%
- b. No llamó la atención. **0** 0%
- c. Causa y crea confusión para que las familias se acerquen a ver que es. **2** 33.3%

**2. ¿Se entiende cuál es el logotipo principal?**



- a. Si se entiende cuál es el logotipo principal. **6** 100%
- b. Se crea confusión en cuanto a cuál es el principal (el lineal o el de colores). **0** 0%
- c. El logotipo lineal se ve como el principal. **0** 0%

**Me importa mucho su opinión acerca del proyecto, tiene algún comentario sobre algún aspecto:**

Los colores de prematrimonial y situaciones irregulares son muy parecidos.

29/11/2016

Validación Agentes de Pastoral - Formularios de Google

Me gusta mucho el logotipo porque la imagen es sencilla, clara y comprensible. En la pregunta tres, acerca del logotipo, en la respuesta "c", hace falta la palabra "no". Debería decir: "b. Se les, pero no se conecta con el símbolo. En cuanto a los manuales de sectores, el diseño está muy bonito y elegante, sugiero revisar los colores del Sector Prematrimonial y del Sector Situaciones Irregulares porque se ven muy parecidos. Considero que deberían diferenciarse más, como los otros dos. Aunque si los colores corresponden a cada sector, habría que ver si la tonalidad puede variar para resaltar la diferencia. En cuanto a la portada del Manual de Pastoral Familiar, yo cambiaría la letra blanca por un color crema, para que se integran un poco más al logo. Para la tarjeta de presentación me gustaría más con el logo a color, que está muy bonito y se distinguen más los detalles. ¡Excelente trabajo!

Con los títulos en el manual de pastoral familiar, no deberíamos de separar el título dejando el logo en medio, debería de estar el título completo. En general me gusta el logotipo, opino que es necesario que todo papel, documento y prendas tengan un logo bien diseñado para posicionar la Pastoral Familiar en sus destinatarios.

**Muchas gracias por su ayuda, esto nos servirá para la mejor realización de este proyecto. Le molestamos con dos simples requerimientos:**

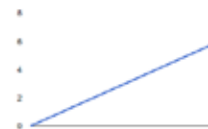
**Su nombre completo:**

- Giovanna Palmieri de León
- Rodolfo Valenzuela Núñez
- Lorena Beatriz Álvarez González de Arana
- Mayra Elizabeth Franco Quiñones de García
- Juan Carlos De León
- Juli Roberto Garrido Quiroz

**Profesión y cargo que ejerce actualmente:**

- Coordinador Nacional de Pastoral Familiar
- Obispo, presidente de la CEG
- Secretaría de Pastoral Familiar CEG
- Psicóloga, integrante del Equipo Central del Pastoral Familiar
- Empresario, coordinador
- Ingeniero Industrial

**Número de respuestas diarias**



# ANEXO 17

## Instrumento de Validación Diseñadores Gráficos

29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos

### Validación Diseñadores Gráficos

De antemano gracias por brindarme unos minutos de su tiempo para poder llevar a cabo la validación de la funcionalidad del proyecto Pastoral Familiar Conferencia Episcopal de Guatemala como parte del curso Síntesis del Diseño II de la carrera de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar. Gracias a su validación podremos mejorar la realización e implementación del proyecto para que logre su objetivo principal: ser reconocidos como la principal acción evangelizadora que apoya a la Iglesia católica en los diferentes ámbitos de la formación familiar.

Para la realización del proyecto se trabajó en base al concepto "Torne armoniosa de luz". El concepto se basa en que la familia es la analogía perfecta de una torre, la cual se construye etapa por etapa para llegar a la cima, en este caso llegar a la luz de una vida plena acompañada de Dios, para crear una perfecta armonía. Se quiere que las familias guatemaltecas se sientan identificadas como la familia que son, acompañadas en todo momento del amor de Dios para acudir y acercarse a la Iglesia católica.

#### Instrucciones:

Leer detenidamente cada pregunta y contestar honestamente. Todas las preguntas son obligatorias.

### Logotipo



[https://docs.google.com/forms/d/1c0WQ3S\\_DEyAFv8KLMXWgTNSb\\_Jf0XK8G51PyQZNX0/edit](https://docs.google.com/forms/d/1c0WQ3S_DEyAFv8KLMXWgTNSb_Jf0XK8G51PyQZNX0/edit)

1/7

29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos

### 1. Recordando el concepto que se está utilizando para el proyecto, cree que este:

Marca solo un óvalo.

- a. Se transmite en el logotipo
- b. No existe conexión
- c. Crea la unión de familia, Dios y amor.

### 2. Piensa que la paleta de colores que se está utilizando en el logotipo es:

Marca solo un óvalo.

- a. Adecuada con Pastoral Familiar
- b. Conecta con familia, pero no con religión
- c. No transmite "familia"

### 3. La tipografía del logotipo:

Marca solo un óvalo.

- a. Tiene conexión tanto con el símbolo del logo como con la Pastoral Familiar, y es legible.
- b. Es legible, pero no genera ningún sentimiento.
- c. No es legible y no tienen ningún vínculo con la Pastoral Familiar.

### 4. La abstracción del logotipo

Marca solo un óvalo.

- a. El nivel de abstracción es el ideal y se entiende como una familia.
- b. El nivel de abstracción es demasiado alto, no se comprende
- c. Podría mejorar, cuesta entenderlo.

### 5. Transmite:

Marca solo un óvalo.

- a. Unión familiar, amor y regocijo
- b. Un grupo de personas que están juntas.
- c. No transmite nada

### Tarjeta de presentación

[https://docs.google.com/forms/d/1c0WQ3S\\_DEyAFv8KLMXWgTNSb\\_Jf0XK8G51PyQZNX0/edit](https://docs.google.com/forms/d/1c0WQ3S_DEyAFv8KLMXWgTNSb_Jf0XK8G51PyQZNX0/edit)

2/7

29/11/2015

Validación Diseñadores Gráficos



**Aplicaciones de logotipo**



**6. 6. En sus aplicaciones (bolsa, sello, cuaderno y camisa)**

Marce solo un óvalo.

- a. El logotipo se identifica y crea contraste con las piezas, siendo un punto focal para el G.O.
- b. El logotipo no crea contraste y no cautiva.
- c. El logotipo funciona en ciertas piezas.

**Manuales**

La Pastoral Familiar cubre 4 sectores importantes: prematrimonial, vida matrimonial, defensa de la vida y situaciones irregulares. (Cada sector tiene su propia guía)

29/11/2015

Validación Diseñadores Gráficos

**Manuales de sectores**



**7. 1. En los manuales de sectores ¿La paleta de colores muestra armonía entre sí?**

Marce solo un óvalo.

- a. Si crea armonía y revive el espíritu de unión de una manera diferente a lo convencional.
- b. Si crea armonía, pero debe mejorar.
- c. No crea armonía en lo absoluto.

29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos

**8. 2. En los manuales de sectores, la diagramación de las portadas y contraportadas**

Marca solo un óvalo.

- a. Posee un punto focal que guía al ojo a lo más importante (logo), y se dirige al título. (Nombre del sector)
- b. La jerarquía está desordenada
- c. No existe jerarquía

**9. 3. En los manuales de sectores, los símbolos de la contraportada en cada manual:**

Marca solo un óvalo.

- a. Crean unión entre sí.
- b. Cada uno se aleja de otro en cuanto nivel de abstracción, no crea unidad.

**10. 4. En los manuales de sectores, la textura del fondo::**

Marca solo un óvalo.

- a. Crea juego visual entre los textos y el logotipo
- b. La forma de las curvas podría mejorarse.
- c. No crea armonía visual

**Manual de Pastoral Familiar**



29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos

**11. 5. En la portada del Manual de Pastoral familiar:**

Marca solo un óvalo.

- a. Existe jerarquía visual en su portada y se respeta el logotipo como principal actor.
- b. La tipografía le resta importancia al logotipo
- c. No existe ninguna jerarquía

**12. 6. En el Manual de Pastoral familiar, tanto la portada, lomo y contraportada:**

Marca solo un óvalo.

- a. Tienen armonía visual en cuanto a colores
- b. Es una mezcla que no funciona
- c. Cada elemento crea conexión, en cuanto a paleta, desde tipografía, fondos y logotipo.

**Flyers**

Se utilizan cuatro colores base dando alusión a los sectores, y uno fondo blanco para dar a conocer el logotipo



29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos

**13. 1. La utilización de colores:***Marca solo un óvalo.*

- a. Llama la atención para el G.O.
- b. No llama la atención
- c. Cautiva y crea conexión.

**14. 2. A pesar del poco texto, la jerarquía visual:***Marca solo un óvalo.*

- a. Es dinámica y diferente
- b. Es desordenada
- c. Crea confusión en cuanto legibilidad

**15. 3. ¿Se entiende cuál es el logotipo principal?:***Marca solo un óvalo.*

- a. Si se entiende cuál es el logotipo principal
- b. Se crea confusión en cuanto a cuál es el principal (entre el lineal y el de colores)
- c. El lineal se ve como principal

**16. Me importa mucho su opinión acerca del proyecto, tiene algún comentario sobre algún aspecto:**

---

---

---

---

**Muchas gracias por su ayuda, esto nos servirá para la mejor realización de este proyecto. Le molestamos con dos simples requerimientos:**

---

**17. Su nombre completo:**

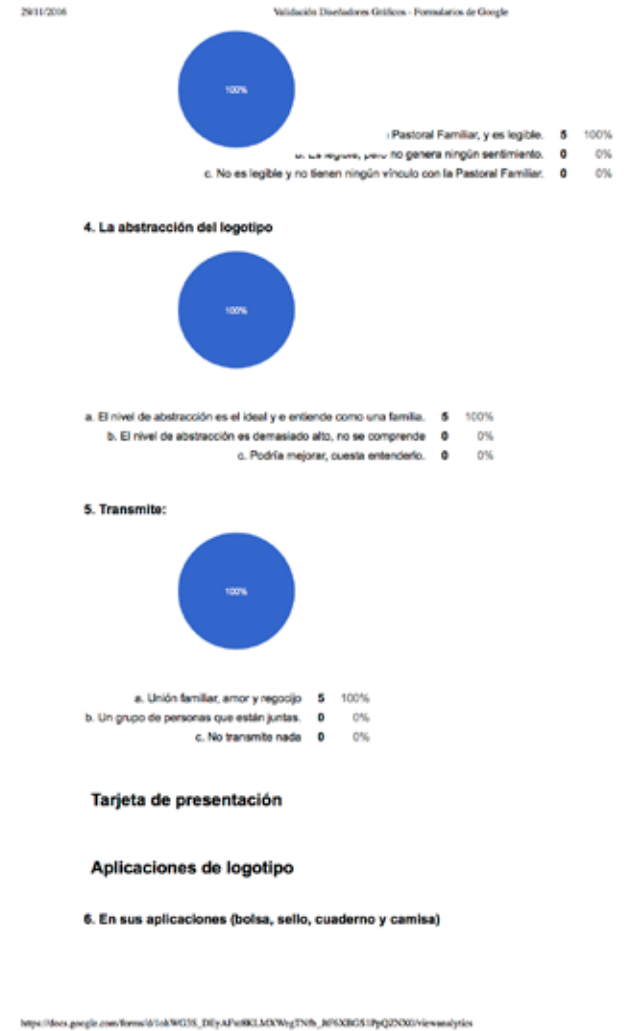
---

**18. Profesión y cargo que ejerce actualmente:**

---

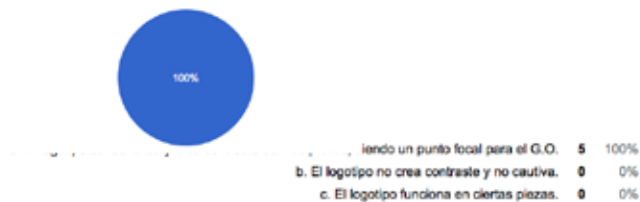
# ANEXO 18

## Resultados de Validación Diseñadores Gráficos



29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos - Formulario de Google



**Manuales**

**Manuales de sectores**

[Image]

1. En los manuales de sectores ¿La paleta de colores muestra armonía entre sí?



- a. Si crea armonía y revive el espíritu de unión de una manera diferente a lo convencional. 3 60%
- b. Si crea armonía, pero debe mejorar. 2 40%
- c. No crea armonía en lo absoluto. 0 0%

2. En los manuales de sectores, la diagramación de las portadas y contraportadas



- a. Posee un punto focal que guía al ojo a lo más importante (logo), y se dirige al título. (Nombre del sector) 5 100%
- b. La jerarquía está desordenada 0 0%
- c. No existe jerarquía 0 0%

29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos - Formulario de Google

3. En los manuales de sectores, los símbolos de la contraportada en cada manual:



- a. Crean unión entre sí. 5 100%
- b. Cada uno se aleja de otro en cuanto nivel de abstracción, no crea unidad. 0 0%

4. En los manuales de sectores, la textura del fondo::



- a. Crea juego visual entre los textos y el logotipo 3 75%
- b. La forma de las curvas podría mejorarse. 1 25%
- c. No crea armonía visual 0 0%

**Manual de Pastoral Familiar**

5. En la portada del Manual de Pastoral familiar:



- a. Existe jerarquía visual en su portada y se respeta el logotipo como principal actor. 2 40%
- b. La tipografía le resta importancia al logotipo 3 60%
- c. No existe ninguna jerarquía 0 0%

6. En el Manual de Pastoral familiar, tanto la portada, lomo y contraportada:



29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos - Formularios de Google



- a. Tienen armonía visual en cuanto a colores **2** 40%
- b. Es una mezcla que no funciona **1** 20%
- c. Cada elemento crea conexión, en cuanto a paleta, desde tipografía, fondos y logotipo. **2** 40%

**Flyers**

[Image]

[Image]

**1. La utilización de colores:**



- a. Llama la atención para el G.O. **2** 40%
- b. No llama la atención **0** 0%
- c. Cautiva y crea conexión. **3** 60%

**2. A pesar del poco texto, la jerarquía visual:**



- a. Es dinámica y diferente **5** 100%
- b. Es desordenada **0** 0%
- c. Crea confusión en cuanto legibilidad **0** 0%

29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos - Formularios de Google

**3. ¿Se entiende cuál es el logotipo principal?:**



- a. Si se entiende cuál es el logotipo principal **5** 100%
- b. Se crea confusión en cuanto a cuál es el principal (entre el lineal y el de colores) **0** 0%
- c. El lineal se ve como principal **0** 0%

**Me importa mucho su opinión acerca del proyecto, tiene algún comentario sobre algún aspecto:**

El proyecto está muy bien implementado, tiene unidad y utiliza formas y colores frescos para el grupo objetivo. Mis observaciones son: en el manual de la Pastoral, el logo compete con el título y texto que se encuentra acompañándolo. En cuanto al logo, si se sabe cuál es el principal... pero cuando aparece solo el lineal no es que sea el "principal" solamente es otra versión que se adapta según el resto de elementos que lo acompañan incluyendo el fondo. En las tarjetas de presentación se podría obviar uno de las dos versiones de logo ya que con una basta. Sucede lo mismo con el manual de la Pastoral, se repite en la contraportada y allí ya se podría restar tamaño al menos que el manual funcione de ambos lados (cuando le das la vuelta al formato y podés leerlo también de atrás para adelante al girarlo y que el manual termine en medio si lo lees de portada o de contraportada).

En el Manual de Pastoral Familiar, el título en blanco es demasiado pesado, la letra muy grande y el que llegue hasta casi los extremos lo convierte en algo muy cargado. Yo colocaría todo el título junto, sin separar la palabra "familiar" y reduciría la escala de todo ese texto. Recomendaría un color dorado, alguno presente en el logotipo para crear armonía y de imprimirse el material quedaría muy bien un barniz en el texto y en el logo de la portada. Con respecto a los manuales de sectores, los colores morado y azul no contrastan y se parecen mucho, si se quisiera seguir con esos mismos colores recomendaría cambiarle el tono al manual azul a uno más acuoso para lograr diferenciarlos, cuando estén impresos podrían dar más problemas. Conforme al fondo de los manuales con las curvas, sería más interesante si se lograra identificar una silueta del perfil de Jesús para brindarle un mensaje más. El manual rojo es el que veo tiene más oscura la parte pegada al lomo del libro quizá se le puede bajar un poco la opacidad para que todos vengán al mismo nivel. Espero haberme dado a entender :) el logotipo me gusta bastante en ambas versiones. Aunque en relación al concepto, una torre la imagino hacia arriba y el logo por tener forma circular no permite mucho esta visualización, pero representa la unión familiar con Dios pues todo se ve como un solo punto focal. Considero que es un excelente proyecto con una calidad óptima, representa todo de una forma genial y sobre todo llama la atención y se destaca por ser moderno pero sin perder el objetivo principal. Felicidades!

**Muchas gracias por su ayuda, esto nos servirá para la mejor realización de este proyecto. Le molestamos con dos simples**

29/11/2016

Validación Diseñadores Gráficos - Formularios de Google

**requerimientos:****Su nombre completo:**

Isabel Pineda

Cristina Vides

Inés de León Valdeavellano

Vinicio López

Derick Bran

**Profesión y cargo que ejerce actualmente:**

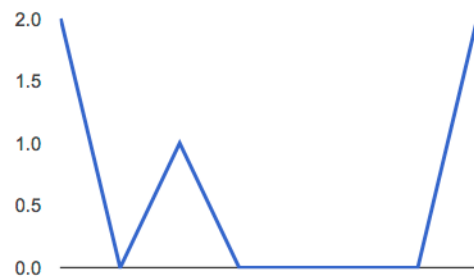
Diseñadora Gráfica

Diseñadora Gráfica en el restaurante En Un Dos Por Crepes

Diseñadora Gráfica / Docente

Diseñador gráfico

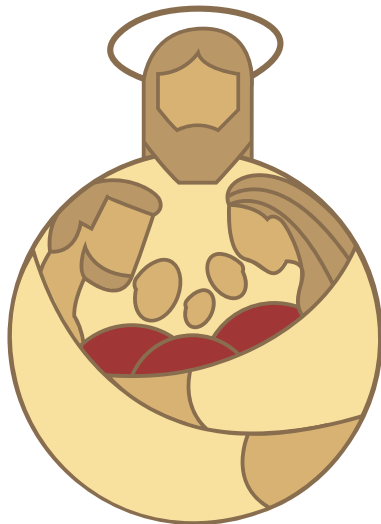
Diseñador gráfico con especialidad en comunicación

**Número de respuestas diarias**

# ANEXO 19

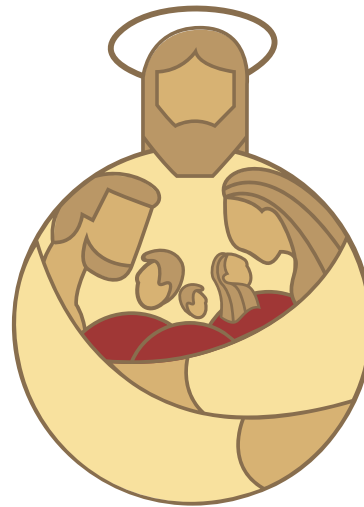
## Evolución de propuesta luego de validación - Imagotipo

Propuesta inicial

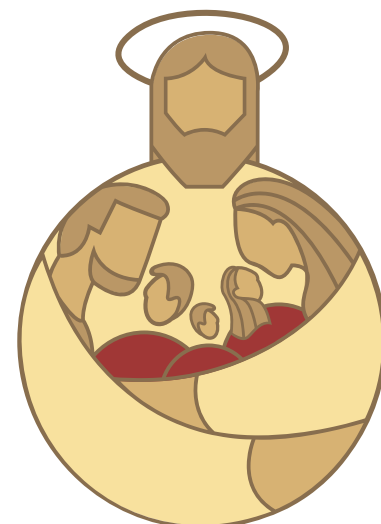


**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

Evolución de trazos



Evolución de propuesta inicial



**PASTORAL  
FAMILIAR**  
CONFERENCIA EPISCOPAL GUATEMALA

## Evolución de propuesta luego de validación - Flyers

### Propuesta inicial



### Evolución de propuesta



# Evolución de propuesta luego de validación - Separadores

## Propuesta inicial



## Evolución de propuesta



# ANEXO 20

## Cotizaciones




2 Calle 16-76 Boulevard Vista Hermosa, Zona 15, Segundo Nivel, Local C  
 Tel. 2269-7741  
 Email. info@thesigndistrict.com / para.imprimir.porfa@gmail.com

### COTIZACIÓN

FECHA: 19 de abril del 2017 NO. 512  
 CLIENTE: Luisita León  
 CONTACTO:  
 ATENDIÓ: Erick Luna.

CANT	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
500	IMPRESION DE TARJETAS DE PRESENTACION PAPEL PERLA TIRO Y RETIRO		Q.1,666.00
		<b>TOTAL</b>	Q.1,666.00

Esta cotización tiene validez de 7 días. Esta sujeta a cambios.  
 No nos responsabilizamos por algún error de diseño después de aprobado el arte.



Guatemala, 19 de abril de 2017  
**Cotización: 04022016**

**Srta. Luisa Leon:**

**Separadores** (Documento llamado: separador.pdf) adjunto un jpg de los mismos para visualizar color:  
3x9 in

- 500 azules
- 250 rojos
- 250 verdes
- 250 morados
- 250 celestes

Papel texcote  
(Cabén 4 en una hoja carta)

Total de separadores 1500  
costo. Q.1500 Por la impresión de los separador en impresión laser de alta calidad en papel Texcote. (precio Unitario. Q.3. cada/hoja) (Q.0.75 cada separador)

**Flyers** (Documento llamado: flyer.pdf) jpg para visualizar color:  
5.5 x 8.5 in



- 500 café
- 500 rojos
- 500 verdes
- 500 morados
- 500 celestes


Papel bond  
(cabén 2 en una hoja carta)  
Una tinta: rojo, morado, verde y celeste

Total de Flyers 1500  
Impresión de los flyers en impresión laser de alta calidad. Papel bond 60grs (precio unitario Q.1.00 cada/flyer)

---

**Compu-Rent S.A.**  
Telefax: (502) 2476-0687 E-mail:  
[compu.rent.gt@gmail.com](mailto:compu.rent.gt@gmail.com) 11  
avenida 31-47 zona 12, 2º nivel -  
Guatemala, Centroamérica-

 /Compu.Rent.Guatemala  @CompuRentGT



**Manual de Pastoral** (Documentos llamados: pasta manual.pdf y diagramación Manual Pastoral.pdf):

- Pasta - Portada, contra portada: 5.5 x 8.5 in - Full color
- Lomo - adaptar el tamaño según el grosor de las páginas interiores

**Opción 1:**  
Páginas interiores:

- 5.5x8.5 in
- B/W

**Opción 2:**  
Full color fotografías

**Impresión 138 paginas b/n, encuadernado con pasta full color.**  
**Q.66.40 (Q.25 cada libro empastado)(Q.0.30 impresiones)**

**Opción 1**  
Paginas interiores b/w Q.0.30 cada pagina carta (2 paginas del tamaño 5.5x8.5)

**Opción 2**  
Paginas interiores color (laser alta calidad papel bond) (2 paginas del tamaño 5.5x8.5)

**Manuales de sectores** (Documentos llamados: Diagramación Sectores.pdf y manuales final.pdf):

- Pasta 11x17in - Full color
- Engargolado delgado



**Q. 92 cada libro impresion full color, encuadernado (espiral) (40 paginas full color)**  
**\*\*precio puede variar dependiendo cantidad de color que tengan las hojas\*\***

Páginas interiores:  
8.5x11 in  
Full color  
Aprox de páginas 40 (hojas tiro y retiro)

---

Ingrid Barillas  
Gerente General

**Compu-Rent S.A.**  
Telefax: (502) 2476-0687 E-mail:  
[compu.rent.gt@gmail.com](mailto:compu.rent.gt@gmail.com) 11  
avenida 31-47 zona 12, 2º nivel -  
Guatemala, Centroamérica-

 /Compu.Rent.Guatemala  @CompuRentGT

**installgraphics**

Guatemala, 19 de abril de 2017

**Srta. Luisa Leon:**

**Separadores 3x9 in**

- 500 azules
- 250 rojos
- 250 verdes
- 250 morados
- 250 celestes

**Papel texcote**

**Total de separadores 1500**  
**costo. Q.1950 papel Texcote. (Q.1.30 cada separador)**

**Manual de Pastoral**

- Pasta - Portada, contra portada: 5.5 x 8.5 in - Full color
- Lomo - adaptar el tamaño según el grosor de las páginas interiores

**Opción 1:**  
**Páginas interiores:**

- 5.5x8.5 in
- B/W

**Opción 2:**  
 Full color fotografías

**Impresión 138 paginas b/n, encuadernado con pasta full color.**  
**Q.93.30 (Q.45 cada libro empastado)(Q.0.35 impresiones)**

**Manuales de sectores** (Documentos llamados: Diagramación Sectores.pdf y manuales final.pdf):


- Pasta 11x17in - Full color
- Engargolado delgado

**Q. 122 cada libro**  
**impresion full color, encuadernado (espiral metalico)**

**Flyers** (Documento llamado: flyer.pdf) jpg para visualizar color:  
 5.5 x 8.5 in

- 500 café
- 500 rojos
- 500 verdes
- 500 morados
- 500 celestes

**Total de Flyers 1500**  
**Impresión de los flyers en impresión laser de alta calidad. Papel bond 60ars (precio**



**EDICIONES SUPERIORES**

**Ediciones Superiores, S. A.**  
 Av. Del Ferrocarril 19-97 zona 12  
 El Cortijo Empresarial 1, Ofibodega 706  
 Guatemala, Guatemala PBX: 2381-3300.  
**NI: 2725764-9**

**COTIZACION**

**C-86311**

15375			
Cliente	Pastoral Familiar Guatemala		
Contacto	Luisa León		
Teléfono	---	Fax	---
Celular	3094-2062	Otro	---
E-mail	luisfer.if@hotmail.com		

Fecha	28-04-17
Vendedor	<b>Aracely Cabrera</b>
E-mail vendedor	aracely.cabrera@edicionesuperiores.com
Teléfono Directo	<b>2381-3323</b>

**Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:**

**Separadores**

5 colores diferentes: 500 azules, 250 rojos, 250 verdes, 250 morados y 250 celestes. **El tiro es el mismo y el retiro son 5 diferentes.**

Este trabajo es Trabajo nuevo

Cliente Proporciona Arte en CD

Programa Ilustrator

Cantidades	<b>1,500</b>		
Precio Unit.	1.66		
Precio Total	2,490.00		

Tamaño 3 x 9.21 Pulgadas

Parte	Material	Impresión		Barniz Normal		Barniz UV		Plástico	
		Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro
	Texcote C-12	4	4			Brill Total	Brill Total		

Doblado

Troquelado

Medio Corte Despegar

Numerado

Estampado

Engrapado

Pegado

Caballette

Espiral metálico

Sisado

Perforado p/desprender

Perforado (Cartapacio)

Bloqueado

Encuadernado carterita


Lomo Cuadrado

Pegado en caliente

1w00815


Forma de pago	50% de anticipo y 50% contraentrega
Tiempo de entrega	A convenir
Sostenimiento de oferta	10 días

**Información importante:** El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**

  
 Aracely Cabrera

\_\_\_\_\_  
 Aprobado Cliente





**EDICIONES SUPERIORES**

**Ediciones Superiores, S. A.**  
 Av. Del Ferrocarril 19-97 zona 12  
 El Cortijo Empresarial 1, Ofibodega 706  
 Guatemala, Guatemala PBX: 2381-3300.  
**NIIT: 2725764-9**

**COTIZACION**

**C-8631I**

Cliente: Pastoral Familiar Guatemala Contacto: Luisa León Teléfono: --- Fax: --- Celular: 3094-2062 Otro: --- E-mail: luisfer.if@hotmail.com	Fecha: 28-04-17 Vendedor: <b>Aracely Cabrera</b> E-mail vendedor: aracely.cabrera@edicionesuperiores.com Teléfono Directo: <b>2381-3323</b>	
--	--	--

**Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:**

**Flyers (volantes)**

5 colores diferentes: 500 café, 500 rojos, 500 verdes, 500 morados y 500 celestes. **Troquelados y perforados para desprender.**

Este trabajo es Trabajo nuevo

Cliente Proporciona Programa: Arte en CD Programa: Ilustrador	
--	--

Cantidades	2,500				
Precio Unit.	0.89				
Precio Total	2,225.00				

Tamaño	5.34 x 8	Pulgadas			
--------	----------	----------	--	--	--


Parte	Material	Impresión		Barniz Normal		Barniz UV		Plástico	
		Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro
	Papel bond 80g. Blanco	4							

xxx  
 Doblado  
 Troquelado  
 Medio Corte Despegar  
 Numerado  
 Estampado  
 Engrapado  
 Pegado  
 Caballete  
 Espiral metálico


xxx  
 Sisado  
 Perforado p/desprender  
 Perforado (Cartapacio)  
 Bloqueado  
 Encuadernado carterita  
 Lomo Cuadrado  
 Pegado en caliente

Forma de pago	50% de anticipo y 50% contraentrega
Tiempo de entrega	A convenir
Sostenimiento de oferta	10 días

**Información importante:** El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**

  
 Aracely Cabrera

\_\_\_\_\_  
 Aprobado Cliente



**EDICIONES SUPERIORES**

**Ediciones Superiores, S. A.**  
 Av. Del Ferrocarril 19-97 zona 12  
 El Cortijo Empresarial 1, Ofibodega 706  
 Guatemala, Guatemala PBX: 2381-3300.  
**NIIT: 2725764-9**

**COTIZACION**

**C-8631I**

Cliente: Pastoral Familiar Guatemala Contacto: Luisa León Teléfono: --- Fax: --- Celular: 3094-2062 Otro: --- E-mail: luisfer.if@hotmail.com	Fecha: 28-04-17 Vendedor: <b>Aracely Cabrera</b> E-mail vendedor: aracely.cabrera@edicionesuperiores.com Teléfono Directo: <b>2381-3323</b>	
--	--	--

**Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:**

**Manual de Pastoral páginas 250**

**1 sólo diseño.**

Este trabajo es Trabajo nuevo

Cliente Proporciona Programa: Arte en CD Programa: Ilustrador	
--	--

Cantidades	250	500			
Precio Unit.	44.26	25.48			
Precio Total	11,065.00	12,740.00			
	71.00	81.00			

**Precio por 2 páginas adicionales.**

Precio Unit.	153.12	79.78			
Precio Total	38,280.00	39,890.00			
	284.00	293.00			

**Precio por 2 páginas adicionales.**

Páginas	250	Más portada y contraportada			
---------	-----	-----------------------------	--	--	--

Tamaño	5.34 x 8.25	Pulgadas	Cerrado		
--------	-------------	----------	---------	--	--


Parte	Material	Impresión		Barniz Normal		Barniz UV		Plástico	
		Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro
Portada y contraportada	Texcote C-12	4	1						
Páginas interiores	Papel bond 80g. Blanco	Según se indica	Según se indica						

Doblado  
 Troquelado  
 Medio Corte Despegar  
 Numerado  
 Estampado  
 Engrapado  
 Pegado  
 Caballete  
 Espiral metálico


Sisado  
 Perforado p/desprender  
 Perforado (Cartapacio)  
 Bloqueado  
 Encuadernado carterita  
 Lomo Cuadrado  
 Pegado en caliente

Forma de pago	50% de anticipo y 50% contraentrega
Tiempo de entrega	A convenir
Sostenimiento de oferta	10 días

**Información importante:** El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**

  
 Aracely Cabrera

\_\_\_\_\_  
 Aprobado Cliente



**EDICIONES SUPERIORES**

**Ediciones Superiores, S. A.**  
 Av. Del Ferrocarril 19-97 zona 12  
 El Cortijo Empresarial 1, Ofibodega 706  
 Guatemala, Guatemala PBX: 2381-3300.  
**NI: 2725764-9**

**COTIZACION**

**C-8631i**

15375			
Cliente	Pastoral Familiar Guatemala	Fecha	28-04-17
Contacto	Luisa León	Vendedor	<b>Aracely Cabrera</b>
Teléfono	---	E-mail vendedor	aracely.cabrera@edicionesuperiores.com
Celular	3094-2062	Otro	---
E-mail	luisfer.if@hotmail.com	Teléfono Directo	<b>2381-3323</b>

**Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:**

**Manual de Pastoral páginas 270**

**1 sólo diseño.**

Este trabajo es Trabajo nuevo

Cliente Proporciona	Arte en CD				
Programa	Ilustrador				

	<b>250</b>	<b>500</b>			
Cantidades					
Precio Unit.	46.57	26.84			
Precio Total	11,642.50	13,420.00			
<b>Precio por 2 páginas adicionales.</b>	71.00	81.00			

Opción 1: interiores impresos a 1 color tiro y retiro.

	162.24	84.53			
Precio Unit.	40,560.00	42,265.00			
Precio Total	284.00	293.00			

Opción 2: interiores impresos a full color tiro y retiro.

**Precio por 2 páginas adicionales.**

Páginas	270	Más portada y contraportada			
---------	-----	-----------------------------	--	--	--

Tamaño	5.34 x 8.25	Pulgadas	Cerrado		
--------	-------------	----------	---------	--	--

Parte	Material	Impresión		Barniz Normal		Barniz UV		Plástico	
		Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro
Portada y contraportada	Textocote C-12	4	1					Brillante	
Páginas interiores	Papel bond 80g. Blanco	Según se indica	Según se indica						

Doblado

Troquelado

Medio Corte Despegar

Numerado

Estampado

Engrapado

Pegado

Caballote

Espiral metálico

Sisado

Perforado p/desprender

Perforado (Cartapacio)

Bloqueado

Encuadernado carterita

Lomo Cuadrado


Pegado en caliente

xxx


xxx

Forma de pago	50% de anticipo y 50% contraentrega
Tiempo de entrega	A convenir
Sostenimiento de oferta	10 días

**Información importante:** El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**

  
 Aracely Cabrera

\_\_\_\_\_  
 Aprobado Cliente



**EDICIONES SUPERIORES**

**Ediciones Superiores, S. A.**  
 Av. Del Ferrocarril 19-97 zona 12  
 El Cortijo Empresarial 1, Ofibodega 706  
 Guatemala, Guatemala PBX: 2381-3300.  
**NI: 2725764-9**

**COTIZACION**

**C-8631i**

15375			
Cliente	Pastoral Familiar Guatemala	Fecha	28-04-17
Contacto	Luisa León	Vendedor	<b>Aracely Cabrera</b>
Teléfono	---	E-mail vendedor	aracely.cabrera@edicionesuperiores.com
Celular	3094-2062	Otro	---
E-mail	luisfer.if@hotmail.com	Teléfono Directo	<b>2381-3323</b>

**Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:**

**Manual Sectores**

4 diseños diferentes: 250 o 500 c/u. **SE IMPRIMEN JUNTOS.**

Este trabajo es Trabajo nuevo

Cliente Proporciona	Arte en CD				
Programa	Ilustrador				

	<b>1,000</b>	<b>2,000</b>			
Cantidades					
Precio Unit.	10.29	7.56			
Precio Total	10,290.00	15,120.00			

Páginas 40 Más portada y contraportada

Tamaño	5.34 x 8.25	Pulgadas	Cerrado		
--------	-------------	----------	---------	--	--

Parte	Material	Impresión		Barniz Normal		Barniz UV		Plástico	
		Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro
Portada y contraportada	Textocote C-12	4						Brillante	
Páginas interiores	Papel bond 80g. Blanco	4	4						

Doblado

Troquelado

Medio Corte Despegar

Numerado

Estampado

Engrapado

Pegado

Caballote

Espiral metálico doble anillo

xxx

Sisado

Perforado p/desprender

Perforado (Cartapacio)

Bloqueado


Encuadernado carterita

Lomo Cuadrado

Pegado en caliente

Forma de pago	50% de anticipo y 50% contraentrega
Tiempo de entrega	A convenir
Sostenimiento de oferta	10 días

**Información importante:** El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**

  
 Aracely Cabrera

\_\_\_\_\_  
 Aprobado Cliente

# ANEXO 21

## Base de presupuesto de diseño

Según el tarifario argentino actualizado en para el presente año que se puede encontrar en [tarifario.org](http://tarifario.org) se hizo un análisis que se acompañó de horas de trabajo y experiencias de diferentes diseñadores gráficos que trabajan en el ámbito de branding, diseño editorial y materiales tipo brochure.

Según dicho análisis se llegó a un consenso que permite agregar valor según el trabajo, el país y la cantidad de piezas que se trabajó; optando por un nivel entre B y C para el cliente (por sus antecedentes y el tipo de cliente que es) .

<u>Logo</u> Logotipos, isotipo, imagotipo, isologo	\$ -	\$ -	\$ 3,175	<a href="#">Consultar</a>
<u>Logo</u> Logotipos, isotipo, imagotipo, isologo	\$ -	\$ -	\$ 3,175	<a href="#">Consultar</a>
<u>Rediseño de una identidad</u>	\$ 15,558	\$ 10,541	\$ 5,493	<a href="#">Consultar</a>
<u>Diseño de Libro por página compuesta</u> Página compuesta con gráficos y/o imágenes.	\$ 0	\$ 0	\$ 64	<a href="#">Consultar</a>
<u>Diseño de tapa</u> De revista, diario o libro. Incluyen originales listos para imprimir según los requerimientos de la imprenta	\$ 3,416	\$ 2,625	\$ 1,521	<a href="#">Consultar</a>
<u>Diseño de un libro (100 páginas)</u>	\$ -	\$ -	\$ 4,826	<a href="#">Consultar</a>