

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

INVESTIGACIÓN: El valor del Co-Design como un método de apoyo en el diseño de material para niños.

ESTRATEGIA: Imagen visual, material publicitario y promocional Filgua 2017.

PROYECTO DE GRADO

MARÍA ALEJANDRA PINEDA SALGUERO

CARNET 10463-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2017

CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: El valor del Co-Design como un método de apoyo en el diseño de material para niños.

ESTRATEGIA: Imagen visual, material publicitario y promocional Filgua 2017.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
MARÍA ALEJANDRA PINEDA SALGUERO

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. ERICKA NATALIA HERRERA HERRERA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. JESSICA PAOLA PÉREZ ESPINOZA
LIC. JORGE ESTUARDO FLORES OVANDO
LIC. RAFAEL GARRIDO FLORES

Carta de aprobación de los asesores



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

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

Reg. No. DG.069-2017

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 **PINEDA SALGUERO, MARÍA ALEJANDRA**, con carné **1046313** 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).



Mgr. Patricia Villatoro
Asesor Proyecto de Investigación



Lic. Ericka Herrera
Asesor Proyecto Digital



Lic. Sergio Durini
Asesor Proyecto de Estrategia

Carta de autorización de impresión



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 03999-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante MARÍA ALEJANDRA PINEDA SALGUERO, Carnet 10463-13 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0389-2017 de fecha 29 de junio de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: El valor del Co-Design como un método de apoyo en el diseño de material para niños.

ESTRATEGIA: Imagen visual, material publicitario y promocional Filgua 2017.

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 9 días del mes de agosto del año 2017.



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

Agradecimientos

Culminando esta etapa quiero agradecer a mis padres Luis y Flory, por darme su apoyo y amor incondicional a lo largo de toda mi vida, gracias por sus sacrificios, este logro no es solo mío sino de ustedes.

A mis hermanos Luisa, Rodrigo y Cristina, que me han acompañado y llenado de buenos momentos.

A mis abuelitos América, Koki, Beatriz y Tito, por haber estado siempre conmigo y por darme todo su cariño.

A mis tías Hulda y América por ser un gran apoyo y siempre animarme a cumplir mis metas. A mis primos Stephanie, Jose Pablo, Mafer e Isa por contagiarme con su energía cuando más lo he necesitado.

Especialmente quiero agradecer a mis amigos César, Manuel, Ceci, Isa, Astrid, Ariel, Tony, Luisa, Gustavo, Cacacho y Andy, por haber compartido conmigo estos 5 años de universidad y por darme su valiosa amistad.

Gracias Manuel, por haber sido un gran amigo, compañero y apoyo en la realización de nuestro proyecto de estrategia.

A mis catedráticos y asesores por guiarme a lo largo de la carrera, especialmente a mi asesora Erica Herrera por brindarme su comprensión, ayuda y paciencia.

Gracias infinitas a todos, sin ustedes este logro no sería posible.

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y diseño
Elaboración de Portafolio Académico

Imagen visual, material publicitario y promocional Filgua 2017

Manuel Antonio Martínez - 1041913
María Alejandra Pineda - 1046313

Índice

Introducción			
1. Familiarización con el cliente	1	11. Bocetaje	50
2. Comprensión de la necesidad.....	2	12. Validación	89
3. Objetivos.....	2	13. Propuesta final y fundamentación.....	99
4. Marco de referencia.....	3	14. Producción y reproducción.....	128
5. Contenido teórico de diseño	18	15. Conclusiones y recomendaciones.....	135
6. Comprensión del grupo objetivo	29	REFERENCIAS CONSULTADAS	137
7. Contenido del material gráfico	37	ANEXOS	140
8. Diseño del concepto	39		
9. Codificación del mensaje	44		
10. Planeación estratégica de medios.....	47		

Introducción

La Feria Internacional del Libro de Guatemala (FILGUA) es un evento que nace en el año 2000 como una bienal por iniciativa de la Gremial de Editores de Guatemala; a partir del año 2008 se realiza anualmente con el propósito de fomentar la lectura, generar espacios de encuentro e intercambio, promover la difusión y adquisición de textos con criterio amplio en niños, jóvenes y adultos en el país. FILGUA es el escenario de uno de los festivales literarios más importantes en Centroamérica. Al llegar a su XIV edición, FILGUA se ha convertido en el referente cultural más relevante de Guatemala, abriendo espacios para el encuentro entre destacados intelectuales y entusiastas lectores que con su presencia y participación, año tras año, le dan validez y vida a la feria.

La Gremial de Editores trabaja el evento cada año gracias a la donación de distintos medios a la causa, no cuentan con un equipo de diseño a cargo de la imagen de la feria; y buscando cubrir este importante aspecto de la proyección de FILGUA, se realiza la IMAGEN GRÁFICA DE FILGUA 2017 como proyecto de la carrera de Diseño en la Facultad

de Arquitectura de la Universidad Rafael Landívar como requisito necesario para obtener el grado de Licenciatura en Diseño. La imagen toma a los preadolescentes y jóvenes como grupo objetivo principal, ya que son el público que se encuentra en la edad adecuada para fomentar y fortalecer el hábito de la lectura.

1. Familiarización con el cliente

La Feria internacional del libro en Guatemala (FIL-GUA) es uno de los festivales literarios más importantes de Centroamérica, se dedican diez días para impulsar la creación literaria y la lectura a través de presentaciones de libros, conciertos, foros, concursos de creación literaria, exposiciones, puestas en escena y talleres, entre otros encuentros culturales. Se realizan eventos dirigidos a jóvenes estudiantes del nivel primario, secundario y medio; se organizan eventos de carácter cultural y literario para todos los guatemaltecos con el propósito de fomentar el gusto y el hábito por la lectura a través de la difusión y reconocimiento de las propuestas existentes en el medio literario.

En cuanto a diseño gráfico que se trabajará para determinar la imagen gráfica de FILGUA 2017 tiene como tema "El mundo de Miguel Ángel Asturias", el diseño de la imagen que se propone realizar promoverá la identidad del evento con elementos que apoyen al tema, personajes simbólicos e íconos que aluden al autor guatemalteco ganador del premio nobel que este año celebra cincuenta años.

Además del material promocional se realizará la publicidad del evento en distintos medios de difusión y socialización. Como resultado de todo esto se espera que el público, población nacional e internacional, se interese por la feria, asista y participe de las distintas actividades que se han implementado para la realización de la misma.

El proyecto de creación de la imagen visual de FIL-GUA se dividirá en tres distintas fases de realización: la primera consiste en realizar la imagen visual del evento, luego el material publicitario y por último el material promocional.

En cuanto al presupuesto de la ejecución de la feria, este se obtiene de donaciones que realizan benefactores como la Unión Europea y países amigos, y, el presupuesto para diseño gráfico es mínimo.

2. Comprensión de la necesidad

La Gremial de Editores realiza cada año la Feria Internacional del libro en Guatemala (Filgua) la cual busca promover el hábito de la lectura en los habitantes guatemaltecos, especialmente en los niños y jóvenes; y es por ello que se necesita dar a conocer el evento Filgua 2017 para que el grupo objetivo sepa en qué consiste esta actividad y asistan a la misma logrando así una mejor cultura de lectura en el país.

3. Objetivos

- Crear la imagen visual del evento Filgua 2017 para que los preadolescentes y jóvenes guatemaltecos conozcan la actividad y se interesen en ella.
- Realizar material publicitario y promocional para Filgua 2017 para captar la atención de los preadolescentes y jóvenes guatemaltecos, y así conozcan sus actividades, asistan al evento y se lleven una experiencia memorable.

4. Marco de referencia

4.1 Información del cliente

4.1.1 Información general

Gremial de Editores
Dirección: Ruta 6 9-21 zona 4, nivel 8
Edificio Cámara de Industria de Guatemala
Teléfono: 2380 9000
Email: asistencia@Filgua.com
Sitio Web: www.Filgua.com
Contacto directo: Gabriela Escobar,
Directora Ejecutiva Filgua

La Gremial es en Guatemala, la Agencia de ISBN (International Standard Book Number) y tiene el apoyo del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina (CERLALC). Participa en diferentes eventos internacionales y forma parte del Grupo Iberoamericano de Editores y del Grupo de Cámaras y Asociaciones del Libro en Centroamérica (GRUCAL).

4.1.2 Descripción

La Gremial de Editores es una entidad adscrita a la Cámara de Industria de Guatemala, nace en 1990 con la visión de asociar y conglomerar la industria editorial y proteger sus intereses comunes respecto de los derechos de autor. La Gremial promueve la lectura y escritura en la sociedad guatemalteca y la búsqueda de oportunidades para el desarrollo de la industria editorial a nivel nacional e internacional (Gremial de editores de Guatemala [GEG], s.f.).

La Gremial de Editores plantea que uno de los aspectos esenciales para el fomento de la lectura es la realización de proyectos que lleguen a todos los sectores de la población, por lo cual se involucra en programas de lectura, educación y cultura.

4.1.3 Objetivos

Según la Gremial de editores de Guatemala (S.F.) sus objetivos son:

1. Mantener y defender el derecho de los editores a publicar con total libertad, ya que sólo así se puede cumplir con inalienables deberes hacia la comunidad.
2. Contribuir a poner fin al analfabetismo, a la falta de libros y fomentar los hábitos de lectura en la población.
3. Proteger por todos los medios legales los derechos de los autores y los editores.
4. Contribuir al desarrollo cultural, educativo, económico, social y político del país y la región centroamericana, mediante la producción y difusión de libros.
5. Defender y promover los intereses de los editores y los del mundo del libro en general.

4.1.4 Feria Internacional del Libro en Guatemala (Filgua)

Uno de los objetivos de la Gremial de editores es buscar el desarrollo de la industria editorial, para lo cual se crean espacios de servicio que favorezcan y faciliten al público el acceso para obtener libros y a los autores dar a conocer sus creaciones.

Es por ello que, en el año 2000, la Gremial de Editores preocupada por los bajos índices de lectura en el país, la escasa difusión y reconocimiento de textos y obras literarias busca se celebre la primera Feria Internacional del Libro en Guatemala; el lema de Filgua es “¡Por un país de lectores!”.

4.1.5 Beneficios de Filgua

Escobar (2016) comenta que FILGUA abre posibilidades de nuevos mercados a los expositores nacionales y extranjeros, para promover la literatura, los textos de educación y de cultura general; los visitantes tienen la oportunidad de encontrar en un solo lugar la producción editorial de Guatemala, Centroamérica, Latinoamérica y de diferentes procedencias a nivel mundial; así misma diversidad de eventos literarios y de actividades culturales.

4.1.6 Sobre el evento

La GEG (s.f.) indica datos relevantes sobre el evento FILGUA:

En 16 años se han realizado 13 ediciones, ya que al inicio era bienal y a partir del 2008 es anual.

La feria tiene una duración de diez días con aproximadamente trescientas actividades literarias y culturales que incluyen: talleres de lectura, cuenta cuentos para niños, presentaciones de libros, conferencias, foros de discusión, entrevistas a escritores, conciertos, y una serie de actividades abiertas al público en general.

Dentro de sus asistentes están diferentes públicos objetivos, siendo los principales niños y jóvenes con una afluencia de más de cuarenta y cinco mil participantes.

4.2 Análisis de antecedentes gráficos

4.2.1 Filgua 2016

En 2016 se utilizó una imagen que, a diferencia de los años anteriores, tenía una línea mucho más colorida, y trabajada que al mismo tiempo mostraba más unidad entre sus piezas. Para este año, se lanza dirigido a un grupo objetivo mucho más joven, por lo que los elementos gráficos son mucho más amigables y se utilizaron mayor cantidad de ilustraciones. A pesar de esto, la elección de tipografía es confusa, porque utilizan muchas para un solo texto, tampoco se logra evidenciar claramente a través de los elementos gráficos la temática trabajada este año, y por último, las ilustraciones seleccionadas no mantienen unidad una con otra.



<http://bit.ly/2bKnCpQ>



<http://bit.ly/2bT4ExV>



<http://bit.ly/2bKxJg6>



<http://bit.ly/2bKXg4n>

4.2.2 Filgua 2015

En 2015, no se evidencia unidad entre las distintas piezas trabajadas para la actividad. No existe una línea gráfica. La tipografía es muy variada y los colores carecen de armonía, no se complementan; por lo que es difícil identificar que la imagen está constituida para un mismo evento. En algunas de las piezas se utiliza el logo, pero en las otras solo se menciona la actividad por nombre, por lo que ni siquiera a través del logotipo es identificable. Los artes no tienen jerarquía ni una diagramación clara y algunas de las piezas se visibilizan saturadas.



<http://bit.ly/2bsNI34>



<http://bit.ly/2bKopat>



<http://bit.ly/2bKoScM>

4.2.3 Filgua 2014

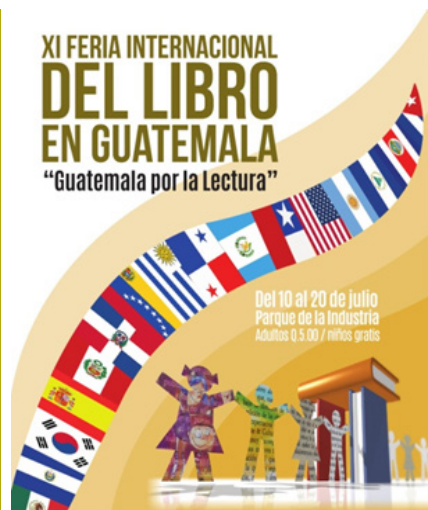
En 2014 los elementos sí armonizaban y se lograban interpretar como parte de una misma línea gráfica, sin embargo, la imagen utilizada se ve poco atractiva, es más bien aburrida y no llama la atención. No se interpreta como una feria. La jerarquía visual es confusa, y no hay variación en el diseño.



<http://bit.ly/2ckEcio>



<http://bit.ly/2bKphM9>



<http://bit.ly/2bvoYWP>

4.2.4 Filgua 2013

En el año 2013 se utilizó una imagen enfocada principalmente a las mujeres, pues era la temática de ese año. Se utilizó una imagen muy sencilla y limpia; pero el manejo de tipografías y la diagramación se queda muy pobre y la manera de integrar los elementos presentan carencias respecto de poseer orden lógico dentro del formato.



**Dedicada a las
MUJERES**

Julio 2013



<http://bit.ly/2bttELc>

4.3 Competencia del cliente

4.3.1 Feria Internacional del libro Panamá



<http://bit.ly/2bBsJHm>

En Panamá la imagen de la feria de este año se enfocó en el concepto de “Un libro un viaje”, la campaña constó de tres piezas que reflejan bien el concepto y aunque la ejecución pudo ser mejor, las piezas mantienen la unidad entre ellas; sin embargo, la tipografía es básica y genérica, todos los elementos tienen un outer glow muy intenso y las jerarquías no están bien aplicadas.



<http://bit.ly/2buZQe3>



<http://bit.ly/2bKp5ho>

4.3.2 Feria internacional del libro de Guadalajara

En cuanto a la imagen gráfica de la Feria internacional del libro de Guadalajara, se puede observar un buen manejo del diseño, el patrón generado tomando como base un caleidoscopio es atractivo, posee una paleta de color que hace alusión a la ciudad y al país. El uso de tipografías es acertado, sigue tendencias actuales y las jerarquías fueron bien aplicadas. Aunque en las distintas piezas no pareciera haber grandes variaciones se aprovechó el efecto de caleidoscopio para variar el patrón y mantener la unidad.

La feria internacional del libro de Guadalajara es la feria del libro más grande de Latinoamérica y según Escobar (2016) es la mayor inspiración de FILGUA y lo que aspiran a ser. Utilizan una línea gráfica y publicidad muy limpia, con una paleta de color reducida, utilizando una triada complementaria.

Su grupo objetivo es principalmente de adultos jóvenes, donde ya tienen interés por la lectura, pero todavía necesitan una motivación extra para asistir al evento.



<http://bit.ly/2c1v3a1>



<http://bit.ly/2c7sUgk>



<http://bit.ly/2oZlQ60>

4.3.3 Feria del libro de Buenos Aires

Esta feria del libro utiliza para su publicidad y línea gráfica; al igual que la feria del libro de Guadalajara, usa paleta de color reducida, de colores análogos, con un enfoque principalmente en la tipografía. Su grupo Objetivo es mayor y al ser un país con más alfabetización, le apuntan a un grupo con mayor interés en la lectura, y por lo tanto el énfasis en las letras. Su paleta de color fue escogida para llamar la atención, y detener a la lectura.



<http://bit.ly/2qrtqJM>



<http://bit.ly/2bYRHBa>

4.3.4 Fiesta del libro y la cultura Medellín

En la fiesta del libro y la cultura en Medellín, este año se enfocó en mostrar la lectura como una manera de descubrir nuevos mundos, aunque la campaña en sí muestra este concepto, es difícil comprenderlo a simple vista ya que por la saturación de texto y de elementos no existe una manera ordenada de transmitir la información. A pesar de esto hay un buen manejo de color, el estilo se mantiene en todas las piezas y hay tanto variedad como unidad.



<http://bit.ly/2ckBgCt>



<http://bit.ly/2bPSJ2J>

4.3.5 Feria del libro de Lima

La feria del libro de Lima utiliza al igual que las otras ferias del libro analizadas, una línea en flat design, con colores planos. La línea es sumamente minimalista y se enfoca principalmente en las letras como interés. Su imagen es adaptable a diferentes colores por lo que puede ser utilizada en diferentes medios y llegarle a un grupo objetivo más amplio.



<http://bit.ly/1NU3qfp>

4.4 Información del tema

4.4.1 Feria del libro

Qué es una feria del libro

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) (2012) define una feria del libro como una fiesta de la lectura, donde conviven lectores, editores, escritores; cuyo deber es propiciar un espacio para que se genere el diálogo regional en torno a ideas y divulgación de la producción intelectual de los países; a la vez, que fomente la producción editorial.

Origen de las ferias del libro

Uribe (2012) dice que Históricamente las ferias comenzaron en el siglo XV, cuando se consolidaron mejor los negocios entre editores, impresores, librerías y escritores. Estos eventos facilitaban la venta de libros al por mayor; comenzaron a aparecer en Europa las ferias más grandes e importantes como la de Frankfurt, que aún en la actualidad sigue siendo de las ferias más importantes.

Clasificación de las Ferias del libro

Según Uribe (2012) existen tres tipos de feria del libro:

- Las que se dedican completamente a realizar negocios de comercio, manufactura y servicios entre los profesionales; dura de tres a seis días.
- Las ferias organizadas con el enfoque de la venta de libros, duran de una a tres semanas.
- Las ferias organizadas para impulsar el encuentro de lectores con escritores y duran desde una semana a siete días.

Ferias y Desarrollo Social

Las ferias del libro representan una buena oportunidad para los países de mejorar el desarrollo social y cultural. Zapata (2012) menciona que las ferias se han convertido en espacios abiertos de oferta y demanda. Hoy en día las ferias cuentan con distintos objetivos, públicos, y una mezcla de diferentes programaciones, como encuentros culturales, con autores, etc. Estas ferias dan cuenta al grado de desarrollo social del país.

Principales Ferias

Menciona Villalba (2016) que las ferias del libro más importantes son las que se realizan en Frankfurt, Sao Paulo, Guadalajara, Buenos Aires, Londres y Madrid. Hoy en día las Ferias están en manos de grupos corporativos, empresas editoriales públicas, editores pequeños y medianos; uno de los principales desafíos de estos eventos es generar un espacio adecuado para los nuevos editores y lectores.

Espacios de educación

Es importante mencionar que las ferias del libro representan también una buena oportunidad de fomentar la educación. Dos Santos (2012) Las ferias del libro abren una gran oportunidad de espacio cultural, son una expresión de los medios simbólicos de una región. En cuanto a la educación una feria del libro garantiza accesos a los libros y a la misma cultura.

También una Feria del libro logra cinco aspectos que se plantean como objetivos fundamentales:

1. Democratización para tener acceso a los libros.
2. Promoción de espacios para lectores.
3. Valorización del libro y la lectura.
4. Promoción de la literatura y conocimiento.
5. La economía en el libro.

Importancia de fomentar la lectura

Para Lockwood (2011) es importante fomentar sobre todo en los niños y jóvenes el hacer de la lectura un hábito, ya que significará que en el futuro encontremos con personas más conocedoras de las distintas realidades y por ende más tolerantes y conscientes de la diversidad; por consiguiente, ciudadanos con carácter propositivo, innovadores e incitadores de cambios que favorezcan el desarrollo de los pueblos.

Es por ello que se hace necesario no solo el entregar las herramientas a los niños y jóvenes para incentivarlos a leer, sino también que vean en los adultos la costumbre de vivir entre libros, revistas y textos interesantes, y que se les de la importancia que se merecen, como arma del conocimiento y la cultura.

Cómo promover la lectura en los niños

La promoción de la lectura en los niños requiere:

1. Utilizar actividades creativas como danza, teatro o dibujo.
2. Organizar visitas de autores de libros leídos.
3. Involucrar a los padres.
4. Organizar lecturas guiadas.
5. Formar clubes de lectura.

4.4.2 Miguel Ángel Asturias

Miguel Ángel Asturias

Escobedo (2006) menciona a Asturias como uno de los novelistas más importantes de Guatemala. Nació en 1899 y en 1916 se graduó de bachillerato. Obtuvo título universitario en Derecho con su Tesis titulada "El problema social del indio". Escribió con otros estudiantes la letra de "La Chalana" la que se convertiría en el himno de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En 1967 ganó el Premio Nobel a la literatura; el cual se le otorgó por la obra EL SEÑOR PRESIDENTE y que en este año se cumplen cincuenta años de haberlo recibido. Falleció el 9 de junio de 1974 en Madrid y sus restos fueron llevados al cementerio Père Lachaise en París.

Miguel Ángel Asturias como escritor

Miguel Ángel Asturias como escritor, es el más importante de Guatemala. Es también considerado uno de los mejores escritores hispanoamericanos del siglo XX. Miguel Ángel fue un gran novelista y poeta del realismo mágico. Aunque se especializó en su campo predilecto, "La mitología Aborigen". Gracias a esto, ganó admiración entre los escritores en el siglo XX y en 1967 ganó el Premio Nobel a la literatura.

En la cúspide de su obra se encuentran "HOMBRES DE MAÍZ", "EL SEÑOR PRESIDENTE" y "LEYENDAS DE GUATEMALA". En su trabajo se aprecia la gran influencia que tuvo en él, tanto la cultura maya con la vida europea. La otra fuerza que marca su estilo literario es el surrealismo.

Literatura de Miguel Ángel Asturias

Miguel Ángel Asturias se dio a conocer en 1946 con su novela "EL SEÑOR PRESIDENTE" un estudio del dictador latinoamericano. "HOMBRES DE MAÍZ" en 1949 es una descripción imaginativa de la persona común; "los indios" con los que Asturias tanto se relacionaban.

En 1950 comienza una trilogía con "VIENTO FUERTE, EL PAPA VERDE, LOS OJOS DE LOS ENTERRADOS" con el tema de la "Batalla contra la dominación del trust norteamericano" según palabras del ex secretario permanente de la academia sueca y director de su comisión de los premios Nobel.

Asturias junto con Neruda fueron por mucho tiempo candidatos al Premio Nobel, pero su inclinación hacia el marxismo los descalificaba.

En 1967 después de un par de años de perder por votos, ganó el Premio Nobel. En su discurso Asturias dijo "Yo creo que es necesario dar a conocer los problemas de nuestro país y la mejor forma es por medio de la novela y la literatura".

El Señor Presidente

Arias (s.f.) en su ensayo "El Señor Presidente: Amor y sentimentalidad como tropo de la unidad frente a la dictadura" afirma que EL SEÑOR PRESIDENTE es la obra más leída y popular de Asturias; la obra resume tanto la totalidad de la obra asturiana como se ha convertido en un símbolo de la literatura latinoamericana de este siglo. La obra representa completamente su naturaleza, países oscuros bajo dictaduras terribles.

Martin (s.f.) afirma que la obra es "un laberinto de horror, un estado terrorista". Tanto Martin como Arias concuerdan con que el libro es la mejor novela sobre dictaduras jamás escrita.

El texto relata las andanzas de "Cara de Ángel", desde su descripción como el favorito del dictador y su comparación con el mismo diablo, hasta su enamoramiento y su transformación moral. "Es presentado como un ángel caído al servicio de un demonio, el señor presidente" menciona Arias.

La obra representa un gran salto, pues logra darle forma al pensamiento del sector populista en Guatemala. La historia de Cara de Ángel nos representa una esperanza para la salvación de un pueblo gobernado por la dictadura. Un punto de vista principalmente católico sobre la sexualidad, el poder y las relaciones humanas.

Hombres de Maíz

Hombres de Maíz es según Lago (s.f.), una incisiva denuncia hacia los efectos del capitalismo y las grandes empresas en las costumbres, creencias y seguridad de los guatemaltecos. Las creencias y religiones precolombinas fueron clara influencia de la literatura de Asturias.

En Hombres de Maíz conecta estas creencias precolombinas con los sucesos modernos en el país. “La destrucción de la tierra destruye el nexo entre el hombre y protección de la tierra” En la obra capta el conflicto entre la naturaleza y la meta de acumular ganancias. El libro es claramente una protesta contra la comercialización, que Asturias cree destruía Guatemala durante la época.

El libro es una cuestión de la vida indígena. Cuando destruyen la tierra eliminan el sustento de esta gente. La mezcla de la verdad con la magia hace que el lector se pierda, cuando el mensaje es claro: “cuando los hombres de maíz, pierden el maíz, lo pierden todo”.

Leyendas de Guatemala

Guerra (2007) en su Tesis “La utopía del alma nacional en Leyendas de Guatemala (1930) de Miguel Ángel Asturias” dice que Leyendas de Guatemala ha sido considerado por mucho tiempo con un texto seminal en la literatura hispanoamericana. A través de la fantasía mediante leyendas, Asturias aprovecha nuevamente la protesta a favor del indígena. En la obra se puede encontrar la preocupación por problemas de identidad, aculturación, mestizaje y heterogeneidad de culturas y razas. El texto busca rescatar a un pueblo que no había encontrado su “alma nacional”. Es el orgullo de ser guatemalteco.

5. Contenido teórico de diseño

5.1 Diseño e identidad visual

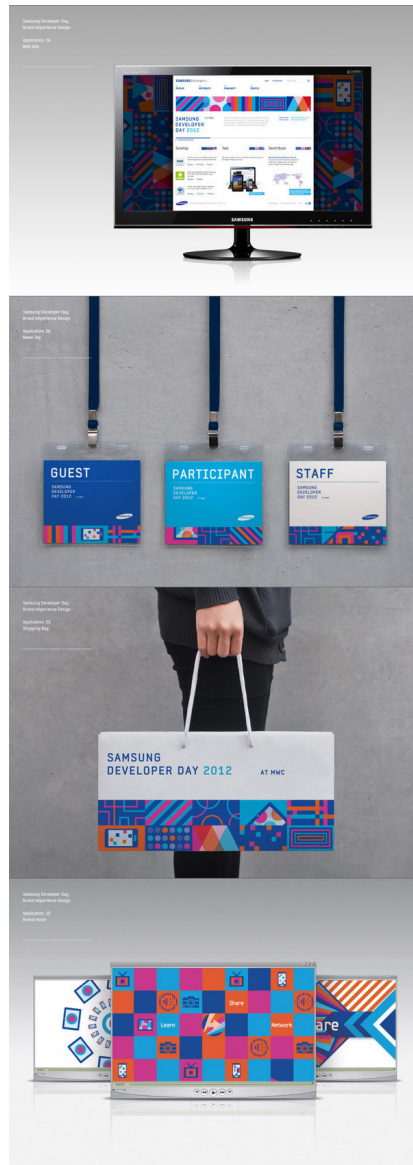
Según Vega (1989), una identidad está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y las hacen singulares. Una organización tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen.

Elementos básicos de la identidad:

- La marca: Vega afirma que es la imagen alrededor de la cual se va a generar todo un sistema de asociaciones mentales relacionadas con una entidad o un producto.
- El logotipo: Es la versión gráfica estable del nombre de la marca, que añade nuevos aspectos a la capacidad identificadora del nombre e incorpora atributos de la identidad institucional.
- El símbolo gráfico: Para Vega es el signo representativo cuya sola visualización debe ser suficiente para la identificación inmediata de la entidad, producto, etc. Debe ser fácil de recordar y capaz de ser diferenciado rápidamente.



<http://bit.ly/2bQDAiu>



<http://bit.ly/2bQExY3>

5.1.1 Imagen visual para un evento

El principal propósito de la identidad visual según Vega es comunicar, por medio de todos los soportes a su alcance, los contenidos esenciales que son propios la empresa. De este modo, todas las actividades relacionadas con la institución (eventos, por ejemplo), son un excelente vehículo para que la empresa pueda ser conocida.

Villegas (2013) indica que es esencial para la diferenciación y el posicionamiento de los eventos la creación de una imagen específica y enfocada al público al que se quiere llegar. Una imagen se diseña para ser atractiva al público, de modo que el evento pueda provocar un interés entre los consumidores para que estos perciban a la marca como iguales a sus intereses, su cultura y su estilo, y crear así un hueco en su mente.

La imagen visual es la que transmite la primera impresión sobre el estilo, la cultura, la trayectoria... de cualquier congreso, evento o acción. La imagen de un acto puede ser la que diferencie un evento o acción de la de otros. Los diseñadores proporcionan diversas propuestas de imagen tomando en consideración el mercado y el público al que se quiere dirigir, así como el impacto que se quiera dar al evento.

5.2 Publicidad

Para Caldeiro (s.f.) se conoce muy coloquialmente a la publicidad como el persuadir para conseguir un bien a cambio. Existen sin embargo diferencias entre la publicidad y la propaganda.

La publicidad se trata de una actividad realizada con objetivos comerciales, su objetivo es vender. La propaganda por otra parte busca manipular ideológicamente a un individuo, puede ser de forma comercial, pero no se encierra en eso.

González y Prieto (2009) afirman que la publicidad, específicamente la comercial, consiste en divulgar y/o dar a conocer algo a una población amplia, con el objeto de atraer consumidores a nuestro producto o usuarios para nuestro servicio.



<http://bit.ly/2csao0S>

5.2.1 Diseño Publicitario

Según Fotonostra (s.f.) es la rama del diseño que se encarga de presentar, promocionar o anunciar una empresa, producto o servicio.

Para que un mensaje pueda ser entendido con facilidad es importante mantenerlo simple. Incluso cuando se quiere transmitir una idea compleja, se debe buscar su simplificación.

Es importante también, una tasa de repetición. Naturalmente existe una defensa ante este tipo de mensajes, por los que se suelen olvidar con facilidad, por lo que se necesita estarlo recordando constantemente. Al repetir, se puede crear una saturación, es un riesgo que debe ser evitado, pues no se desea aturdir al posible cliente.

Se necesita que los mensajes transmitidos lleven optimismo. Los mensajes defensivos están destinados al fracaso. Es también importante considerar que el mensaje será visto por un grupo muy grande de persona, y por lo cual debe ser amigable para todos y comprensible, aunque no persuada igual a todos, por lo que es importante también saber cuál es el grupo objetivo principal.

5.2.2 Publicidad en redes sociales

Según Marketing Online (2010) a lo largo de los últimos años la publicidad por Internet ha crecido. Redes como Facebook aumentan su cantidad de usuarios todos los días lo que la convierten en uno de los mayores soportes digitales para inversión.

Sin embargo, según una encuesta desarrollada por el diario digital puromarketing.com (2010) solo el 27,94% de las personas creen que la publicidad por redes sociales es realmente efectiva, por lo que se dan algunas cosas a considerar, que puedan variar desde su precio hasta el modelo de publicidad trabajada, que puede llegar a ser obsoleto.



The image shows a Facebook post from 'Revista Itch' (Publicidad). The post title is '¡Website en línea!' and the text says: 'Toda la información que necesitas saber sobre el Showcase ITCH No. 02 en www.revistaitch.com/showcase'. The main image is a purple graphic with the text 'Website en línea' in white, overlaid on a background of colorful wooden sticks. Below the main image, there is a smaller graphic with the letters 'SI' in green and blue. The text below the main image reads: 'Invitados, Talleres, Agenda y toda la información que necesitas.' The Facebook interface shows 105 likes, 2 comments, and 5 shares. The post is shared via a bit.ly link: <http://bit.ly/2cAmKFh>.

5.2.2.1 Facebook

Según Kabani (2012) Facebook es una plataforma y un medio genial, ya que es contagioso, infeccioso y viral.

Facebook tiene 950 millones de usuarios activos y crece cada día, más de la mitad de ellos se conectan una vez al día, más de la mitad ha terminado la universidad, su sector demográfico de crecimiento más rápido es el de veinticinco años o más y todo tipo de gente lo utiliza.

La publicidad en Facebook permite llegar al mercado objetivo basándose en grupos demográficos e intereses.

5.2.2.2 Twitter

Kabani (2012), afirma que Twitter es una de las redes sociales que más progresa, proporcionando una excelente visibilidad online. La gente utiliza Twitter para conectarse entre sí y para compartir lo que necesite, por lo que es mucho más fácil detectar personas que puedan necesitar ayuda.

Según Diez (2015), el uso de un “Hashtag” (Palabra clave con numeral, sobre un tema específico) agrupa a nivel global, por país, localidad y ciudad, los temas en tendencia, facilitando de esta forma el compartimiento global de la información y temas de actualidad.

5.2.2.3 Instagram

Como comenta Rodríguez (2014), con más de 150 millones de usuarios activos en el mundo, Instagram se consolida como una de las redes sociales más interesantes para las marcas, se deben hacer campañas originales y divertidas en Instagram que vayan más allá del uso de hashtag y que permitan crear un vínculo fuerte y duradero con la comunidad.

5.3 Ilustración Editorial

Según Carracedo (s.f.) se define la ilustración editorial como un grafismo o dibujo que acompaña cualquier tipo de texto. Las imágenes se relacionan directamente a las palabras, así que las mismas imágenes pueden llevar fácilmente un mensaje.



<http://bit.ly/2cB1u38>

5.4 Ilustración Infantil

En el artículo “la ilustración en libros infantiles” (2010) se menciona que en los materiales infantiles se utilizan las imágenes además de los textos.

Las ilustraciones tienen dos funciones, causar deleite y empezar a crear admiración por la belleza y la de facilitar la retención de información en la mente de los niños, ejercitan la imaginación y refuerzan el amor por la lectura.

El uso de las ilustraciones en este tipo de textos es relativamente reciente, y comenzó con Jan Amos Comenius (1592-1670), el padre de la pedagogía. Las cosas han cambiado mucho desde entonces y ahora muchas veces son las mismas ilustraciones las que narran las historias. Se convierte en una forma artística que da vida a muchos niveles de comunicación.

El artículo menciona también que no solo la lectura necesita una alfabetización, sino también las mismas imágenes, y la alfabetización visual ha avanzado mucho en los últimos años. Es importante que los niños tengan acceso a ilustraciones de calidad, para un mejor desarrollo lector.



<http://bit.ly/2cF8GIQ>

5.5 Ilustración para jóvenes

Según Red Gráfica Latinoamérica (2013), cuando la reproducción en masa se hizo más fuerte, la ilustración comenzó a ganar fuerza y pasó a ser más que solo una forma de documentar de forma gráfica un texto.

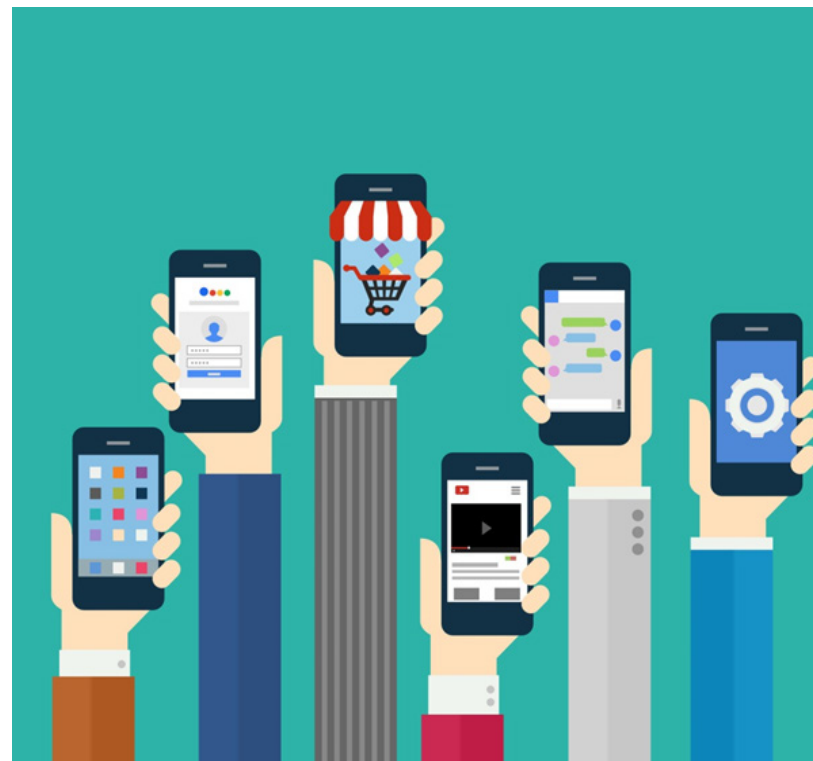
Para los editores de libros infantiles y juveniles, la ilustración juega un papel importante en la edición de un material exitoso. Las imágenes en estos textos, menciona, complementan de manera inigualable los textos en estos libros.

5.6 Estilos de ilustración

5.7.1 Flat Illustration

Según TheCobardes.com (s.f.) la Ilustración plana, es una técnica de ilustración puramente digital. La ilustración plana se realiza principalmente con vectores, lo que facilita su creación y reproducción, además de contar con la ventaja, frente a los mapas de bits, de su escalabilidad sin pérdida de calidad.

Es importante mencionar que la ilustración plana es una técnica y no un estilo propiamente, por lo que se pueden realizar distintas y diversas ilustraciones utilizándola.



<http://bit.ly/2qxZkUq>

5.6.2 Cel Shading

Blanchard (2011) dice que el Cel shading es una técnica utilizada en el 3D utilizado para lograr que los gráficos en 3D se vean como dibujados a mano. Se identifica por la utilización de sombras fuertes, sin los degradados que se observan en los típicos renders de 3D o incluso en la vida real. Existe un contraste fuerte entre la luz y la sombra.

5.6.2.1 Cel Shading en la ilustración

En la ilustración se utiliza el nombre de cel shading para referirse a una forma de sombrear que no depende de degradados, refiriéndose a un contrario del "soft Shading". El cel shading se puede observar principalmente en trabajos de animación y se utiliza principalmente como una forma de abstracción de las sombras en la vida real, lo que facilita el proceso de la misma animación en general. Se puede observar fácilmente en el anime.



<http://bit.ly/2pBYWXq>

6. Comprensión del Grupo Objetivo

6.1 Desarrollo del Instrumento y aplicación

Cuando se hizo la visita al Gremial de Editores, cliente que maneja el evento FILGUA cada año, se habló sobre el grupo objetivo de la actividad y a quienes les interesaba que fuera lanzado principalmente el proyecto.

Se proporcionó un estudio (Estudio de Usos, Actitudes y Satisfacción con FILGUA, 2014), el cual se pudo utilizar para obtener la muestra del Grupo Objetivo, el cual es principalmente de niños y jóvenes en edad lectora. Gracias a la información obtenida, se pudo segmentar el grupo objetivo y se procedió a realizar una encuesta (anexo 1) para conocerlo más a fondo, se eligió la encuesta ya que por ser preadolescentes y jóvenes entre diez y quince años era más directo y efectivo utilizar este instrumento. Con la información obtenida de las encuestas, las cuales se realizaron a una muestra de treinta preadolescentes y jóvenes en el rango de edades proporcionado y mencionado anteriormente, se pudo profundizar en los perfiles del grupo objetivo.

El instrumento fue el siguiente, (ver anexo 1):



Evaluación de Grupo Objetivo



INSTRUCCIONES: Buenos días, somos estudiantes de Diseño gráfico de la Universidad Rafael Landívar, y deseamos conocer tus preferencias en las siguientes preguntas. Subraya la respuesta que consideres correcta o que llame más tu atención. Tu opinión es importante, responde con toda sinceridad.

NOMBRE: _____
EDAD: _____ GRADO: _____
NIÑA_ NIÑO_ _____

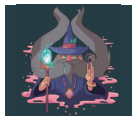
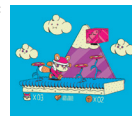
1. ¿En qué zona o municipio vives?



2. ¿Qué grupo de colores llama más tu atención?

A  C 

B  D 

3. ¿Qué dibujo prefieres?

A  C 

B  D 

3. ¿Qué tipo de letra llama más tu atención?
a. FERIA DEL LIBRO 2017
b. Feria del Libro 2017
c. Feria del Libro 2017
d. Feria del libro 2017

4. ¿Te gusta leer?
SÍ NO


5. ¿Sobre qué te gusta leer?
A. Aventuras
B. Historia
C. Fantasía
D. Amor

7. ¿Qué libros conoces de Miguel Ángel Asturias?
A. El señor presidente
B. Leyendas de Guatemala
C. Hombres de maíz
D. Todas las anteriores
E. Ninguna de las anteriores

8. ¿Conoces sobre la Feria Internacional del libro de Guatemala - FILGUA?
SÍ NO

9. ¿Has ido a la Feria internacional del libro de Guatemala - FILGUA?
SÍ NO

10. ¿Con quién has ido a FILGUA?
A. Con el colegio
B. Con mi familia



A grandes rasgos se pueden resumir los resultados obtenidos (anexo2) en los siguientes puntos:

- Género:

30 preadolescentes y jóvenes de ambos sexos.

- Edad:

Los niños encuestados tenían entre 10 y 16 años, predominaron los niños de 12 años.

- En donde viven:

Casi toda la muestra de niños vive en la ciudad Capital, principalmente en las zonas 15, 5 y 18. Una pequeña parte vive en Mixco.

- Paleta de color:

La paleta B, conformada por colores primarios fue la más escogida, mientras la A la menor. D y C quedaron en segundo lugar. Todas eran colores brillantes.

- Ilustraciones:

Se obtuvieron resultados diversos, la mayoría optó por un estilo más detallado pero otra gran mayoría por un estilo vectorial y flat.

- Tipografía:

La gran mayoría eligió la opción que refleja más dinamismo y que se ve más apropiada a su edad.

- Gusto por la lectura:

A la mayoría de niños les gusta leer, pero sus gustos son muy variados.

- Temáticas de lectura:

La gran mayoría prefiere leer sobre aventura y fantasía.

- Obras de Miguel Ángel Asturias:

La mayoría de niños no conoce ninguna de las obras de Miguel Ángel Asturias.

- Conocen FILGUA:

La mitad de los encuestados no conoce de FILGUA.

- Asistencia a FILGUA:

Tres cuartas partes de la población de niños encuestados nunca ha ido a FILGUA

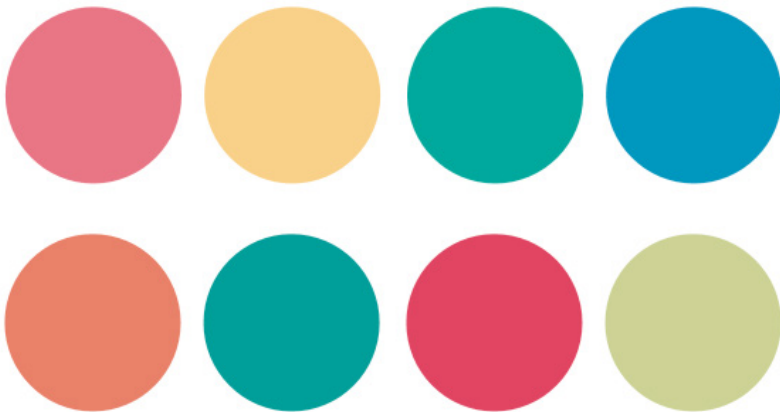
- Compañía:

De los que han ido a FILGUA, exactamente la mitad ha ido por el colegio y la mitad por su familia.

6.2 Códigos visuales

A continuación se presenta un análisis de los resultados obtenidos en las encuestas practicadas a la muestra del grupo objetivo, con el fin de profundizar más en sus gustos visuales.

6.2.1 Paleta de color



Como se puede observar las paletas de color preferidas por la mayor parte de niños encuestados fueron las que estaban compuestas por colores complementarios, por lo que se deberá formar una paleta de color final en la que se encuentren los mismos en tonos vibrantes pues estos llaman más su atención.

6.2.2 Tipo de ilustración



Dentro de los resultados obtenidos se encontró que la mayoría de los encuestados eligieron estas dos ilustraciones, por lo que se puede concluir que el grupo objetivo se siente mayormente atraído a ilustraciones con estilo Cel Shading y flat, por lo tanto, para captar mejor su atención se deberán combinar estos estilos y emplearlos en personajes atractivos con una personalidad aventurera.

6.2.3 Tipografía

FERIA DEL LIBRO 2017

Feria del Libro 2017

Los encuestados prefirieron sobre el resto de las tipografías que se les mostraron, la tipografía con un estilo más juguetón, por ello se puede decir que se inclinan a tipografías con dinamismo pero que al mismo tiempo son legibles y claras. Para atraerlos al material se deberá emplear tipografías dinámicas y juguetonas sobre todo en títulos e información corta.

6.3 Preferencias visuales en el grupo objetivo

A lo largo de los años, las caricaturas han ido cambiando en la televisión y con ello, las favoritas de los niños, sin embargo, según los premios Kids Choice Awards, donde los mismos niños votan por su caricatura favorita, desde el año 2003 hasta el año 2016, "Bob Esponja" fue escogida como la favorita todas las veces, excepto una donde ganó "Avatar: La leyenda de Aang".

En la historia de los Kids Choice Awards, las tres caricaturas que más veces han ganado son: Bob Esponja con 13 victorias, Los Rugrats con 6 y Doug con 4 premios obtenidos.

Sin embargo, se pueden también destacar, entre los más nominados entre los últimos años a "Teen Titans Go", "The Amazing world of Gumball", "Adeventure Time", "Steven Universe" y "Phineas and Ferb".

6.3.1 Análisis de estilos visuales en caricaturas preferidas por el grupo objetivo

6.3.1.1 Bob Esponja

Bob esponja es una caricatura que ha estado al aire por casi veinte años, sin embargo, su estilo se ha mantenido invariable, con la única excepción de cambiar de animación análoga a digital. Narra la historia del personaje del mismo nombre y su vida y aventuras en el mundo submarino.

En sus colores resalta sobretodo el azul, al tratarse de escenas que ocurren bajo el agua, y el amarillo, que es el color del personaje principal. Los demás colores son principalmente pastel, no demasiado saturados, pero no dejan ningún color de lado.

El estilo de ilustración es simple, y sin sombras, cuenta con lineart para su fácil animación.



<http://bit.ly/1d8p4JP>

6.3.1.2 Adventure time

Adventure time es una caricatura con casi diez años al aire. Marcó el renacimiento de las caricaturas en la actualidad y fue pionera en el estilo pictoplasma.

El estilo de adventure time se caracteriza por el uso de colores planos, extremidades elásticas sin hueso, y ojos de puntito. En su temática utiliza chistes crudos y ridículos. Su estilo ha sido inspiración de diversas caricaturas actuales como lo son "Regular Show", "Uncle Grandpa" o "Clarence".

Utiliza colores generalmente poco saturados, pero con una paleta bastante amplia.



<http://bit.ly/2qrtPfg>

6.1.3 Steven Universe

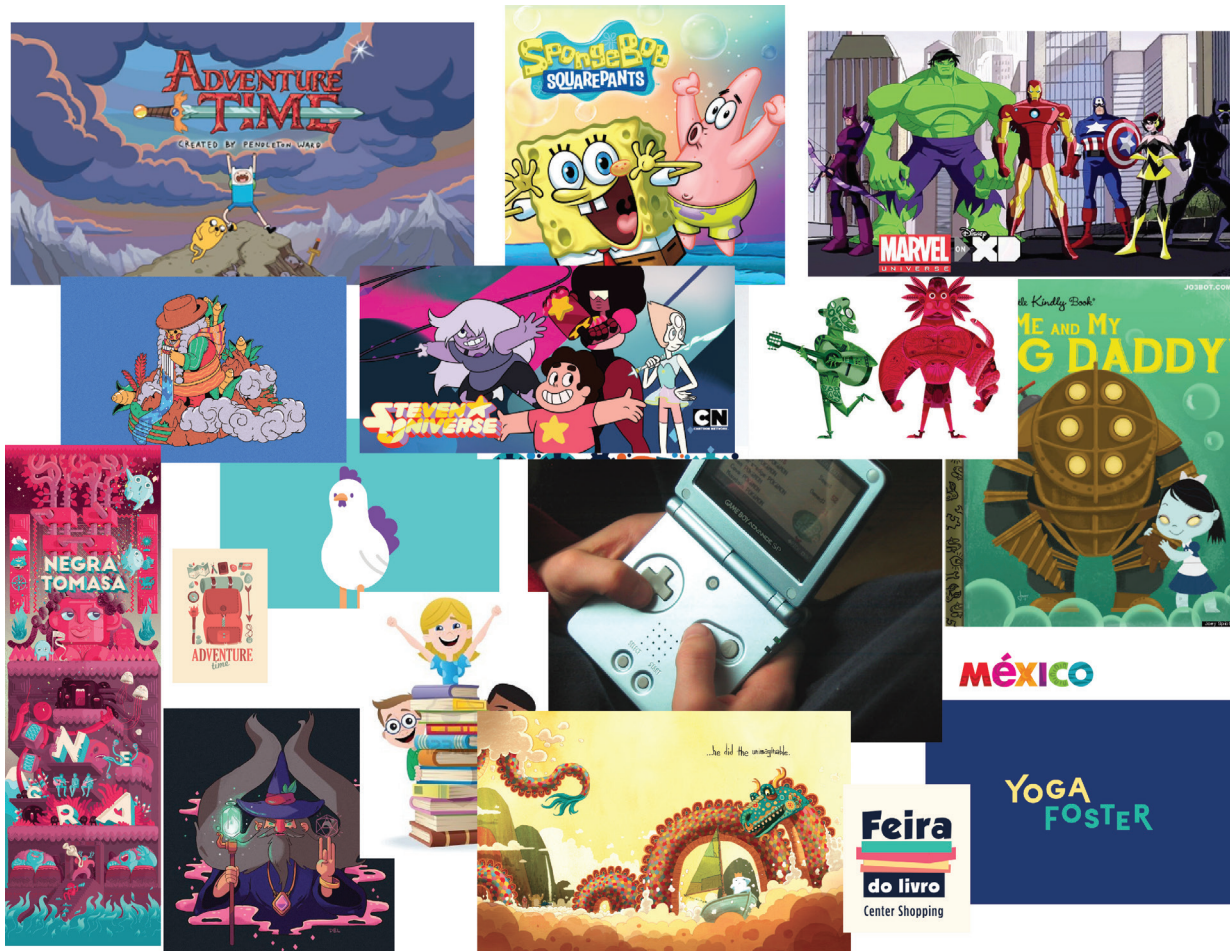
Steven Universe es una serie bastante más reciente, con sólo cuatro años de estar al aire. Toma inspiración directa en el estilo pictoplasma establecido anteriormente por Adventure time, donde las formas de los personajes son muy estilizadas en función de proponer visualmente sus características de personalidad.

Utiliza paletas de colores pastel, principalmente rosados y morados; y una temática relajada y tranquila.



<http://bit.ly/1fa0h6g>

6.4 Moodboard



Para lograr visualizar mejor las preferencias y gustos del grupo objetivo se realizó un moodboard con imágenes relacionadas con el mismo.

Por medio de este se pudo observar que el grupo objetivo prefiere las ilustraciones y personajes coloridos, con temáticas sobre todo de aventura y emoción que denotan dinamismo.

6.5 Grupo Objetivo

Perfil Geográfico

Preadolescentes y jóvenes guatemaltecos, que habitan en el departamento de Guatemala, principalmente viven en la ciudad de Guatemala.

Perfil Demográfico

Preadolescentes y jóvenes, hombres y mujeres, principalmente ladinos, de un NSE medio C1 y C2. Estudiantes de 4to primaria a 3ero básico, principalmente en colegios privados.

Según Multivex (2009) sus padres son generalmente profesionales, comerciantes, pequeños o medianos industriales o trabajadores con puestos medianos o gerenciales.

Regularmente estos niños y jóvenes poseen computadoras, internet, Smartphone y acceso a redes sociales. Sus viviendas están ubicadas en zonas residenciales y colonias.

Perfil psicográfico

Preadolescentes y jóvenes que tienen interés en la lectura, principalmente se sienten atraídos a temas de aventura y fantasiosos.

Gustan de colores brillantes y llamativos que muestran dinamismo, se sienten atraídos hacia las ilustraciones caricaturescas con colores planos y limpias. En cuanto a tipografía prefieren la tipografía que simula estar escrita a mano y que tiene un toque divertido. Aunque en general el G.O. disfruta la lectura casi no conocen las obras de Miguel Ángel Asturias.

Según el Centro para el control y prevención de enfermedades (CDC) (2016) los niños de doce a catorce años se encuentran experimentando una etapa de cambios; tanto físicos como emocionales. Al entrar en esta etapa los adolescentes comienzan a tomar sus propias decisiones y se encuentran más expuestos a las drogas y algunos trastornos.

En esta etapa comienzan a independizarse. Entre los cambios emocionales que el grupo objetivo experimenta en esta etapa se pueden mencionar: preocupación por imagen física, enfoque en sí mismos, cambios de humor y estrés. También experimentan cambios en su razonamiento y aprendizaje, entre los cuales se pueden mencionar: hacen razonamientos más complejos, verbalizan mejor sus sentimientos y desarrollan una noción más clara de lo correcto e incorrecto.

7. Contenido del material gráfico

7.1 Logotipo:

- Filgua
- Número de feria
- Tema de la feria

7.2 Personajes

- Personaje para "El señor Presidente"
- Personaje para "Leyendas de Guatemala"
- Personaje para "Hombres de maíz"
- Personaje de Miguel Ángel Asturias

7.3 Afiche principal

- Logotipo con número y tema
- Fecha del evento
- Lugar de la feria
- Valor de la entrada
- Personas que ingresan gratis
- Redes sociales de Filgua
- Página web
- Logotipo Gremial de Editores
- Espacio para patrocinadores
- Ilustración de fondo
- Personajes

7.4 Valla entrada principal

- Logotipo con número y tema
- Fecha del evento
- Horario de la feria
- Espacio para patrocinadores

7.5 Valla lateral

- Logotipo con número y tema
- Lugar del evento
- Fecha del evento
- Horario de la feria
- Espacio para patrocinadores

7.6 Mupi

- Logotipo con número y tema
- Fecha del evento
- Lugar de la feria
- Valor de la entrada
- Personas que ingresan gratis
- Redes sociales de Filgua
- Página web
- Logotipo Gremial de Editores
- Espacio para patrocinadores
- Ilustración de fondo
- Personajes

7.7 Machote manta autores

- Logotipo
- Foto autor
- Nombre autor
- Espacio para patrocinadores

7.8 Invitación
Logotipo con número y tema
Fecha y lugar
Hora
Espacio para patrocinadores

7.9 Cover redes sociales
Logotipo con número y tema
Fecha del evento
Ilustración de fondo

7.10 Posts redes sociales
Logotipo
Cuenta regresiva
Ilustración de fondo

7.11 Gafete Staff
Logotipo
"Staff"
1 personaje
Redes sociales
Página web
Logotipo Gremial

7.12 Gafete escritor
Logotipo
"Escritor"
1 personaje
Redes sociales
Página web
Logotipo Gremial

7.13 Gafete expositor
Logotipo
"Expositor"
1 personaje
Redes sociales
Página web
Logotipo Gremial

7.14 Diplomas
Número de concurso
Otorgan a...
Fecha y firmas
Patrocinadores

7.15 Playera
Logotipo
Personaje
Nombre del personaje

7.16 Bolsa promocional
Logotipo
Ilustración

7.17 Separa libros
Logotipo
Personaje
Nombre del libro

8. Diseño del concepto

8.1 Proceso de conceptualización

Para elaborar el concepto, se tomó muy en cuenta la temática del proyecto, así como también se pensó que desde el concepto se buscara una manera en la que el grupo objetivo pueda sentirse atraído e identificado con el material a diseñar. Mediante la realización de técnicas de conceptualización individuales y en pareja se pudo llegar al concepto que se explicará luego de mostrar las palabras y frases clave de conceptualizaciones más relevantes.

Las palabras en bold de cada frase representan palabras que se tomaron como elementos fundamentales para generar el concepto final (ver el proceso manual completo en anexo 3).

Técnica	Palabras/ideas clave	Frases clave
Opuestos: Método en el que se enlistan palabras relacionadas con el tema para luego combinarse con sus antónimos y así formar frases y conceptos.	Variado, emoción, activo, realidad, dinámico, único, mundo	<ul style="list-style-type: none"> - Mundo de aventuras lectoras - Coloreando un mundo de aventuras
Mapa gráfico: Técnica gráfica en la que el problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja, de esos temas parten imágenes o palabras claves relacionadas con el tema.	Educación, mundo, gente, letras, alegría, conocimiento, libros, anual	<ul style="list-style-type: none"> - El mundo de los libros - Mundos de juventud lectora - Feria de conocimiento
Relaciones forzadas: Método creativo en el que se combina lo conocido con lo desconocido para forzar una nueva situación. Se enlistan palabras con relación al tema y otras sin relación alguna y luego se conectan para formar frases.	Libros, mundo, conocimiento, descubrir, aprender, viaje, movimiento, color	<ul style="list-style-type: none"> - Viaje imaginativo - Descubriendo la cultura en el maíz

Después de estas técnicas iniciales se pudo observar que todas las frases tenían en común la intención de representar “El mundo de Miguel Ángel Asturias” como una aventura, es por ello que se trató de establecer un insight que sirviera como conexión entre la temática y el propósito de FILGUA que es fomentar la lectura. De esta manera se llegó a el insight “Leer es un viaje” el cual refleja todo lo que se desea que el proyecto transmita: aventura, descubrimiento y aprendizaje.

Partiendo de este insight se realizaron nuevas lluvias de ideas que ayudaran a guiar este insight a un concepto más concreto, de esta lluvia de ideas se generaron las siguientes palabras:

- Viaje: leer, ver, personas, conocer, aventura
- Conocer: aprender, descubrir, cultura
- Lectura: educar, abrir mundos, educación

De estas conexiones nacieron varias frases y las siguientes son las más relevantes:

- Aventura de conocimiento
- Mundo de aprendizaje
- Descubriendo un mundo de aventuras
- Abriendo mundos de cultura

8.2 Concepto elegido

Después de analizar individualmente cada una de las frases finales se eligió el concepto que más representa la temática y el cual es el que mejor traslada el insight a un concepto. Por ello el concepto elegido es:

“Descubriendo un mundo de aventuras”

8.3 Significado y reflexión de las palabras individualmente

-DESCUBRIENDO: Según la Real Academia Española, RAE (2016) descubrir es “Hallar lo que estaba ignorado o escondido” y/o “Venir en conocimiento de algo que se ignoraba” esta palabra se eligió porque lo que se busca es que el grupo objetivo conozca la literatura de Miguel Ángel Asturias pues muchos no la conocen, y que por medio del material que se realizará puedan conocerlo de una manera totalmente distinta a lo que se ha visto anteriormente. Además, descubrir hace alusión a la lectura pues al leer se adquieren conocimientos que eran ignorados.

-MUNDO: Para la RAE (2016) algunas definiciones de mundo son “Conjunto de todo lo existente”, “Parte determinada de la realidad o de alguna de sus manifestaciones”, “Planeta hipotéticamente habitado” esta palabra se eligió debido a la temática de FILGUA que es “El mundo de Miguel Ángel Asturias” por lo que se busca con esto poder presentar las obras de Asturias como un planeta dividido en sus principales obras, además como se mencionó antes se quiere representar el fin de FILGUA, promoviendo la lectura como una manera de conocer mundos y de ver nuevos lugares únicamente leyendo.

- AVENTURAS: La RAE (2016) indica que aventura es “Acaecimiento, suceso o lance extraño”, empleado en un sentido literario también la RAE señala que aventura es “Dicho de una obra literaria o cinematográfica: Que centra su atención en los episodios sucesivos de una acción tensa y emocionante”, esta palabra se eligió ya que se quiere mostrar las obras de Miguel Ángel Asturias de una manera más atractiva para el g.o. el cual señaló en su mayoría que su tipo favorito de lectura son los que incluyen fantasía y aventuras.

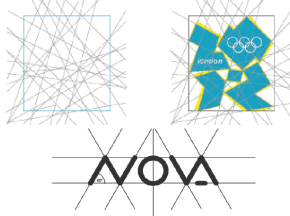



8.4 Significado general del concepto

El concepto “Descubriendo un mundo de aventuras”, se eligió porque habla de los viajes que se crean al leer un libro, y de las diferentes experiencias que esto genera. También representa que cada libro es un mundo nuevo y distinto lleno de diversión y entretenimiento para el lector el cual podrá involucrarse y expandir su conocimiento de maneras que aún no conocía.

Esta frase encierra elementos como colores, formas, personajes y texturas que puede apoyar a transmitir adecuadamente el concepto, esta frase puede aprovecharse para graficar cada uno de los libros de Asturias en un mundo diferente. Además este concepto no encierra el diseño a representar gráficamente los libros o las letras literalmente, sino solo a los viajes o experiencias que provocan.

9. Codificación del mensaje


Logotipo

Elemento	Función	Expresión	Tecnología	Referencias
Ejes	Crear dinamismo visual en el logotipo	Movimiento, aventura, emoción, infantil	Ejes mixtos (curvos y rectos)	
Tipografía	Identificar el evento para que el grupo objetivo lo conozca	Dinamismo, diversión, fantasía	Tipografía sans serif, handwritten, infantil, lettering	
Color	Aportar atractivo visual y reforzar el concepto	Diversión, movimiento	Colores brillantes, complementarios	
Elementos Gráficos	Facilitar la identificación del evento	Aventura, imaginación	Combinación de planos, para crear formas sencillas	


Material publicitario

Elemento	Función	Expresión	Tecnología	Referencias
Ejes y retículas	Crear jerarquía visual	Movimiento, aventura, emoción, infantil	Retícula informal	
Tipografía: -Titulares -Cuerpo de texto	Comunicar y dar información sobre el evento	-Titulares: diversión -Cuerpo de texto: amigable, legible	-Titulares: Tipografía sans serif, infantil -Cuerpo: Tipografía sans serif, sólida	
Color	Aportar atractivo visual y reforzar el concepto	Diversión, aventura	Colores brillantes, complementarios	
Ilustración	Agregar atractivo a la propuesta, para llamar la atención del G.O.	Viaje, descubrir, dinamismo	Diseño de personajes, ilustración digital.	
Íconos y texturas	Complementar el concepto, y reforzar la línea gráfica	Aventura, recorrer mundos	íconos, texturas	

Bolsa promocional

Elemento	Función	Expresión	Tecnología	Referencias
Soporte	Llamar la atención del G.O. y promocionar el evento cuando ellos la utilicen.	Aventura, dinamismo	Tela ecológica 16 x 17"	

Playera

Elemento	Función	Expresión	Tecnología	Referencias
Soporte	Llamar la atención del G.O. y promocionar el evento cuando ellos la utilicen.	Aventura, dinamismo	Tela de algodón 35x55 cms	

10. Planeación estratégica de medios

Para la realización del proyecto trabajado para la Gremial de Editores de FILGUA 2017, se determinó qué materiales cumplían con los objetivos de la campaña y con el concepto, proponiendo piezas fundamentales para que la difusión e implementación sea realizada correctamente.

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Piezas, medios o soporte.	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempo	A través de quién o cómo
Logotipo	Imagen visual	Crear una imagen con la cual se llame la atención del grupo objetivo e identifique a la feria como única.	Medios digitales e impresos	Un año, de Enero a Diciembre 2017	Todos los materiales creados para la campaña, utilizado por la gremial de editores en el evento de Filgua.
Personajes	Publicitario	Identificar y llamar la atención de los adolescentes y jóvenes	Medios digitales e impresos	Un año, de Enero a Diciembre 2017	Materiales impresos y redes sociales

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?			
Piezas, medios o soporte.	Cácter	Proposito	Lugar	Tiempo	A través de quién o cómo	
Publicidad Impresa	Afiche	Publicitario	Promocionar e informar de la feria del libro a niños y jóvenes para que tengan interés de asistir.	Instituciones académicas, bibliotecas, calles.	De Junio a Julio del 2017.	Personal de Filgua.
	Mupi	Publicitario		Calles en disponibilidad del donante.		Personal contratado para instalación de mupis.
	Vallas	Publicitario		En el parque de la industria.		Alquiler en el parque de la industria. Personal del parque y filgua.
	Mantas y Gafetes	Publicitario		En el parque de la industria durante el evento.	Del 14 al 23 de Julio durante el evento.	Alquiler en el parque de la industria. Personal del parque y filgua.
	Invitación	Publicitario			Durante los meses anteriores al evento. De mayo a julio.	Personal de Filgua.
	Billetes	Publicitario	Generar engagement en el grupo objetivo.	En las escuelas en las que se realizan los concursos anteriores a la feria.	A principios del año 2017, durante un par de meses, entre enero y febrero.	Personal de Filgua, personas contratadas temporalmente para el evento.
	Diplomas	Publicitario		En las escuelas en las que se realizan los concursos anteriores a la feria y en el parque de la industria durante el evento.	A principios del año 2017, durante un par de meses, entre enero y febrero y del 14 al 23 de Julio durante el evento.	Personal de Filgua, personas contratadas temporalmente para el evento.

Publicidad digital Profile Picture y cover de Facebook. Posts de expectación y explicación de personajes.	Publicitario	Promocionar e informar de la feria del libro a niños y jóvenes para que tengan interés de asistir.	Redes sociales, principalmente facebook.	1 mes. de Junio a Julio 2017. Termina el día de la inauguración del evento.	A través de los empleados temporales que manejarán el Facebook oficial de Filgua.
Material promocional Camisetas, bolsa, pines y separalibros.	Promocional	Promocionar la feria del libro a través de un incentivo para asegurar la participación del grupo objetivo.	Colegios y parque de la industria el día del evento.	1 semana, durante el evento. 14 al 23 de Julio de 2017.	Personal de Filgua. Personas contratadas temporalmente que se encargarán de la venta y entrega de los souvenirs.

Fase 1 - Previa Evento

El objetivo de la feria del libro FILGUA es incentivar la lectura especialmente en los niños y jóvenes, así como el de proponer un espacio que facilite la difusión de la misma. Antes del evento se colocan mupis, vallas, afiches y material en redes sociales, en función de crear interés y lograr que las personas se acerquen a ella y descubran de qué trata y asistan. Estas piezas se utilizan sólo durante un mes debido a su alto costo. También se realizarán eventos en los que se repartirán diplomas y billetes con el afán de generar engagement en el grupo objetivo y crear un propósito de asistencia.

Fase 2 - Durante el evento

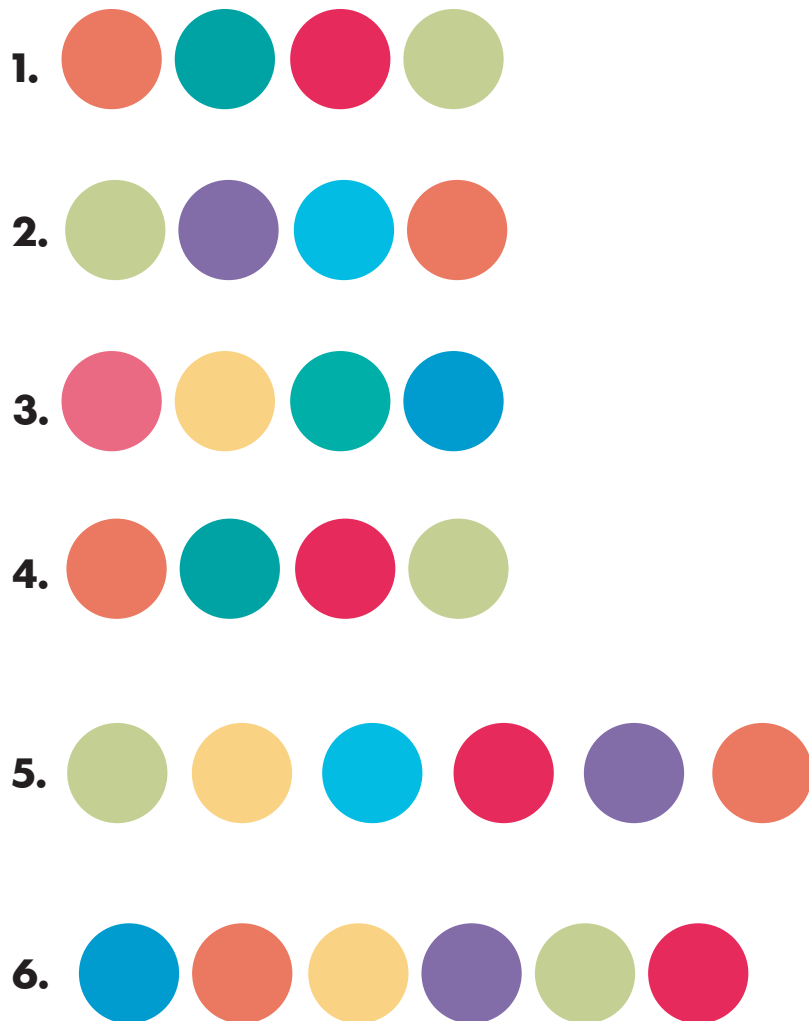
Para asegurar que el grupo objetivo asista a la feria durante los días del evento, se apoyará con publicidad fuera de las instalaciones y en redes sociales. Además de contar con material promocional dentro de la feria para que los asistentes se lleven un buen recuerdo de la misma y estén dispuestos a asistir en futuras ocasiones.

11. Proceso de bocetaje

Tomando como punto inicial la necesidad, objetivos, el concepto definido previamente, y los gustos y características del grupo objetivo, se comienza el proceso de bocetaje para llegar a una propuesta preliminar de cada una de las piezas anteriormente (ver anexo 4).

El proceso se dividió en las siguientes etapas:

- Definición de paleta de color
- Logotipo
- Personajes
- Afiche
- Mantas de autores
- Redes sociales
- Billetes
- Diplomas
- Gafetes
- Playeras
- Vallas
- Invitación



PALETA DE COLOR

Al iniciar el proyecto se había pensado utilizar una paleta de cuatro colores y estas se propusieron dentro de la encuesta realizada al grupo objetivo (Fig. 1 - 4), sin embargo, estas fueron las paletas menos preferidas de los encuestados.

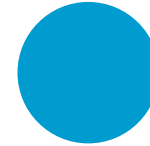
Después de tener una mayor profundización analizando al grupo objetivo, sus preferencias y el moodboard, se decidió utilizar una paleta de 6 colores que respondía a los gustos señalados por ellos en la encuesta realizada anteriormente (Fig. 5).

Sin embargo, se decidió que la paleta debería constar de colores complementarios en las que se usarían parejas de estos mismos colores para representar cada uno de las 3 principales obras de Asturias (Fig. 6)

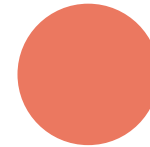
Se exploraron tonos basados en las preferencias del grupo objetivo para finalmente llegar a una paleta que podría explotarse en toda la línea gráfica, que permitiera marcar una división armónica entre los mundos de Asturias y que pudiera captar la atención de un grupo objetivo tan complejo como el planteado (Fig. 7)

7. Propuesta preliminar

R0 G154 B204
C90 M16 Y8 K1
#009acc



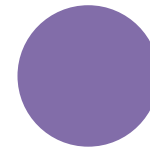
R233 G120 B97
C4 M65 Y62 K0
#e97861



R249 G210 B132
C2 M17 Y56 K0
#f9d284



R130 G109 B2168
C54 M62 Y5 K1
#826da8



R196 G207 B146
C24 M7 Y51 K1
#c4cf92



R228 G48 B91
C4 M95 Y52 K0
#e4305b





1.

2.



3. Propuesta preliminar



TEXTURAS

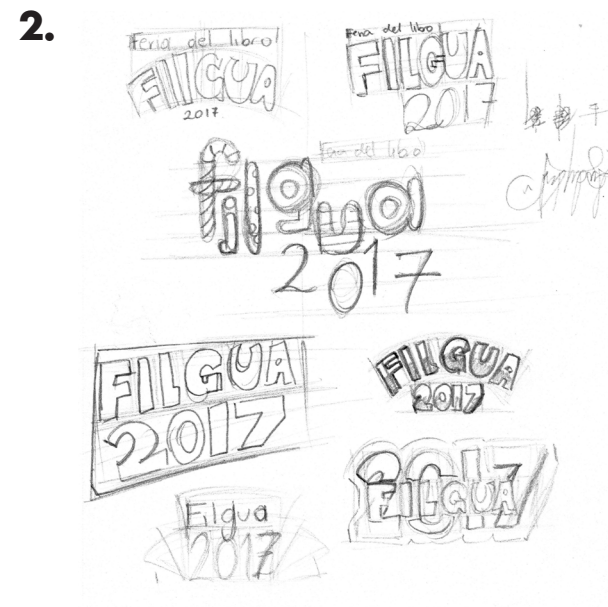
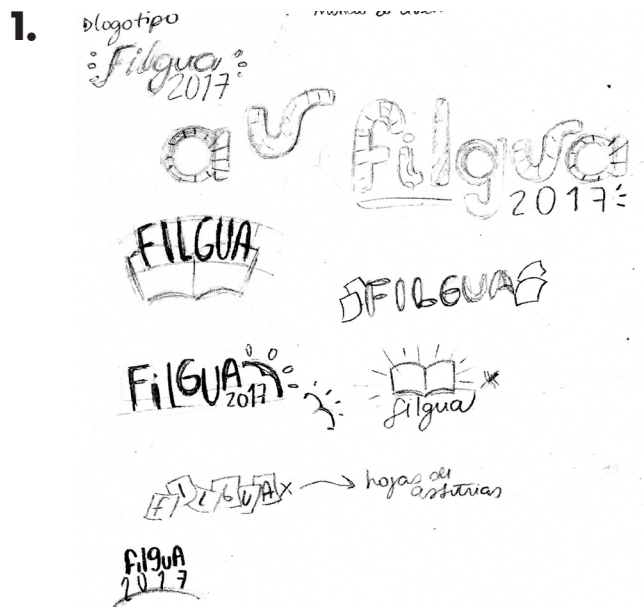
Primero se exploraron distintas texturas formadas con patrones que representan a algún personaje o suceso importante de cada obra (Fig. 1).

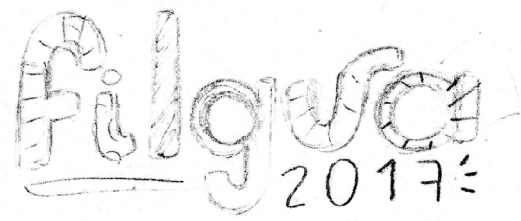
Se digitalizaron las mismas, asignando 2 texturas por cada historia, para luego ser colocadas dentro de las letras del logotipo y en otras piezas y así por medio de estas lograr mayor interés visual para el grupo objetivo (Fig. 2).

Tras investigar mejor el libro Leyendas de Guatemala se notó que las texturas no tenían relación con la versión de la historia de Asturias (Fig. 3), pues a diferencia de las leyendas comunes, El Cadejo no era un perro sino una serpiente y El Sombrerón no era un elfo con un gran sombrero sino una pelota.

LOGOTIPO (PROCESO MANUAL)

La creación del logotipo inició bocetando distintas opciones (Fig. 1 y 2), pero basadas en la misma idea inicial que surgió tomando muy en cuenta las preferencias mostradas por el grupo objetivo. Como resultado de esta exploración inicial, se llegó a dos opciones de logotipo similares (Fig. 3 y 4), que luego se trabajarían individualmente para así llegar al logotipo final.





Filgusa
2017

Filgusa
2017

1. **Filgusa**
⇒2017⇐



Filgusa

2. **Filgusa**
Feria del Libro
2017

LOGOTIPO (PROCESO DIGITAL)

Cada uno de los logos que resultaron del bocetaje manual anteriormente mencionados, fueron digitalizados y se realizaron distintas variaciones de cada uno, experimentando con el peso de la letra y el movimiento de cada letra respecto a la otra. Después de distintas pruebas se confrontaron ambos logos "finales" (Fig. 1 y 2) y se vieron las fortalezas y debilidades de cada uno.

1. 

2. 

3. 

4. Propuesta preliminar



LOGOTIPO (BOCETOS FINALES)

Finalmente se decidió tomar las fortalezas de ambos logos para poder llegar a la propuesta preliminar.

Primero se adelgazó la fuente utilizada pues la anterior era demasiado gruesa lo cual lo hacía poco legible (Fig. 1).

Después se jugó con el movimiento de cada letra para apelar más a una sensación de diversión y así conectar mejor con el Grupo objetivo. Además, se cambió la F por otro tipo de letra que aportara más al logo (Fig. 2).

Seguido de esto se aplicaron las texturas que se habían bocetado para generar mayor interés en el logotipo (Fig. 3).

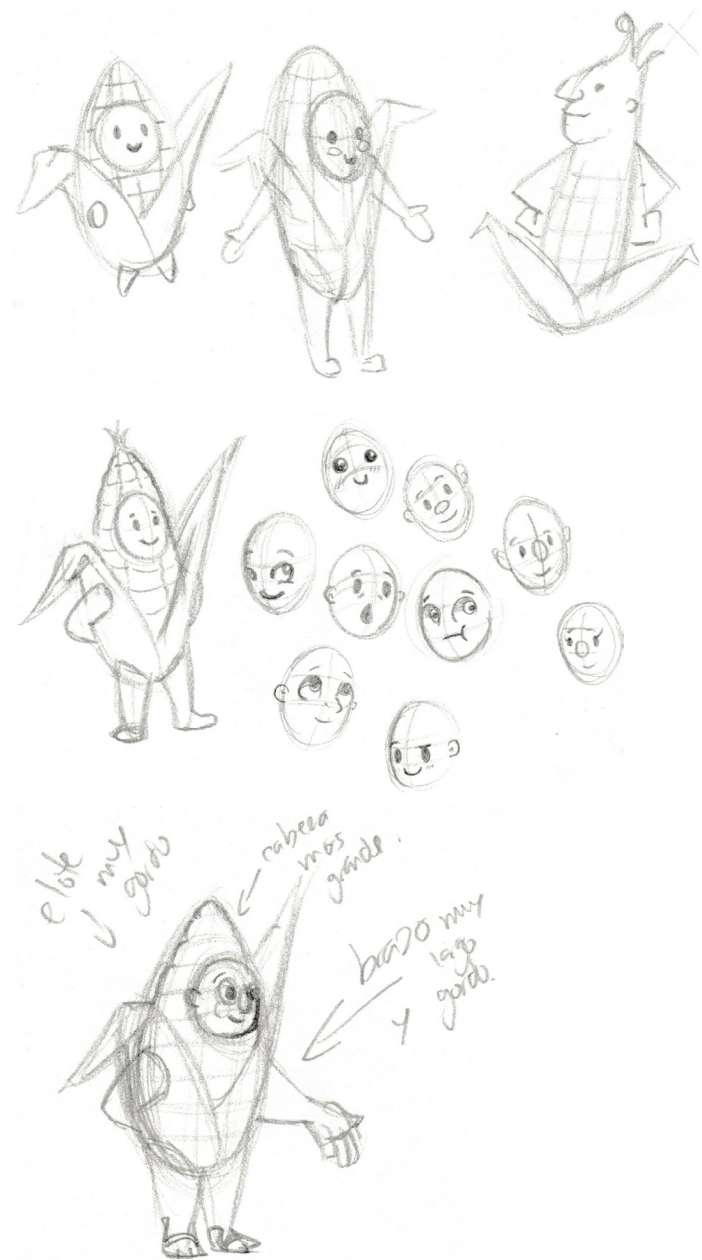
Por último, se corrigió la forma de la g pues la anterior era deforme y creaba demasiada anomalía. Además, se le dio más grosor al 2017 y se jugó con su colocación (Fig. 4).

PERSONAJES

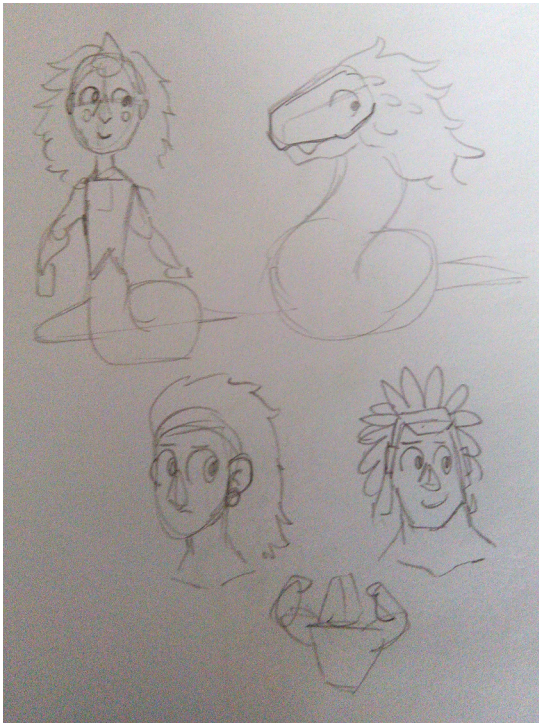
Se realizó una exploración de estilo, iniciando con el primer personaje, para decidir cuál sería el más apropiado para la línea gráfica (Fig. 1) De igual manera se exploraron estilos para los otros dos personajes (Fig. 2).

Al decidir el estilo, se abordaron distintas maneras de interpretar a los personajes hasta llegar a la que se consideraba como más adecuada tomando en cuenta que fuera con la que el grupo objetivo se lograra identificar mejor gracias a sus facciones, expresiones y complexión logrando así tres personajes que lograran conectar con el concepto pues se buscó que reflejaran aventura y dinamismo (Fig. 3).

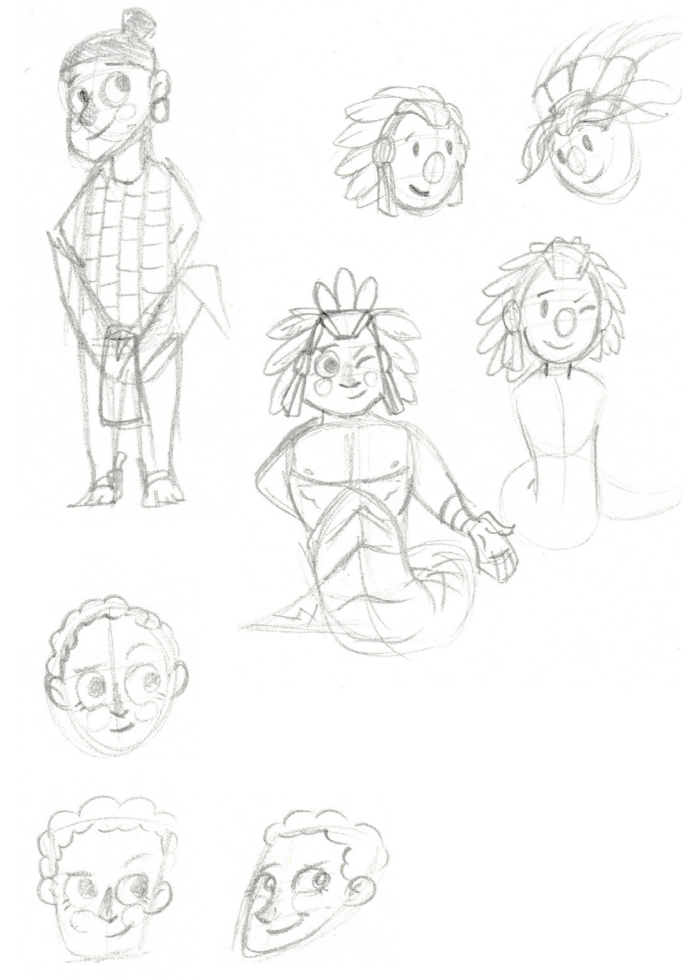
1.



2.



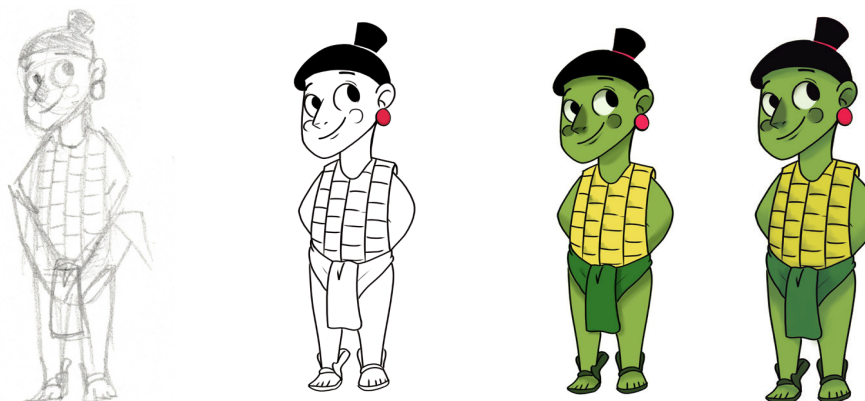
3.



Teniendo elegida la estilización y poses de los personajes, se procedió a digitalizar cada uno de los personajes. Para mantener unificada la línea gráfica y seguirlos enlazando con el concepto y grupo objetivo, se realizaron con la estética del cel shading y aplicando los colores de la paleta de color elegida.

Para finalizar se realizaron correcciones de color para llegar a los tonos previamente establecidos que ayudarían a captar mejor la atención del grupo objetivo (Fig. 4, 5 y 6).

4.



5.



6.

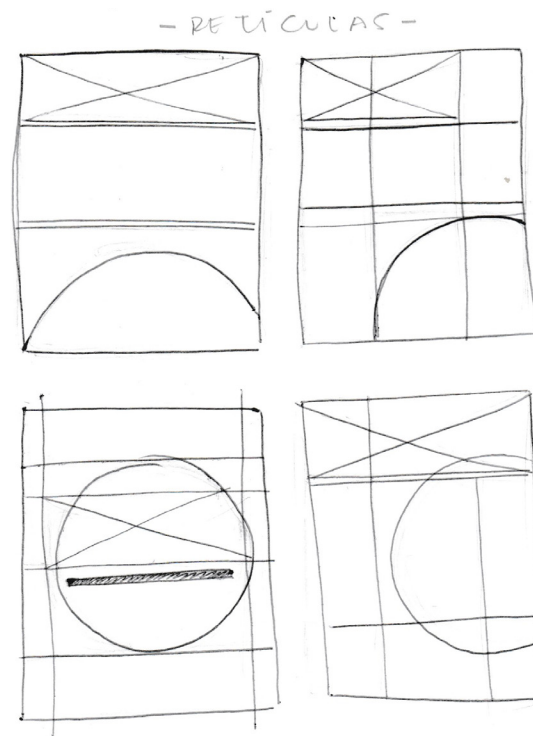


AFICHE (RETÍCULA)

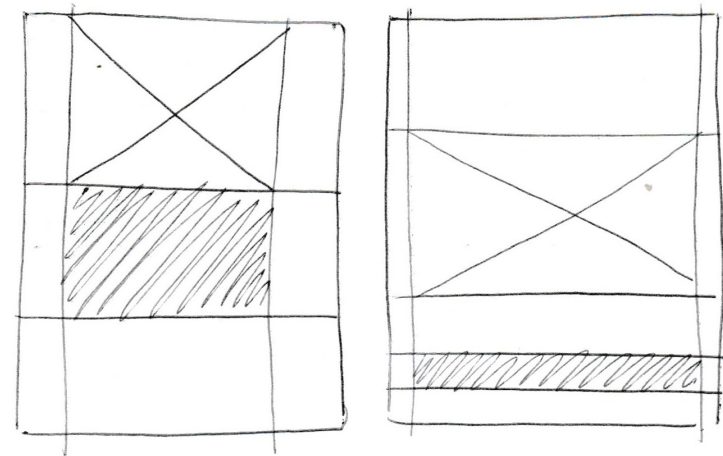
Para iniciar el bocetaje del afiche se bocetaron posibles retículas y estilos de diagramación para el mismo. Se buscó en todo momento que la diagramación fuera atractiva para el grupo objetivo pero que al mismo tiempo la información se presentara de tal manera que fuera fácil y rápida de comprender (Fig. 1).

Sin embargo, por la cantidad de información que debía llevar el afiche y considerando la edad del grupo objetivo se optó por una retícula semiformal que buscaría mantener la información más importante al centro y que gracias al juego con una ilustración de fondo y demás elementos, se buscaría conectarla con el concepto de aventura (Fig. 2).

1.

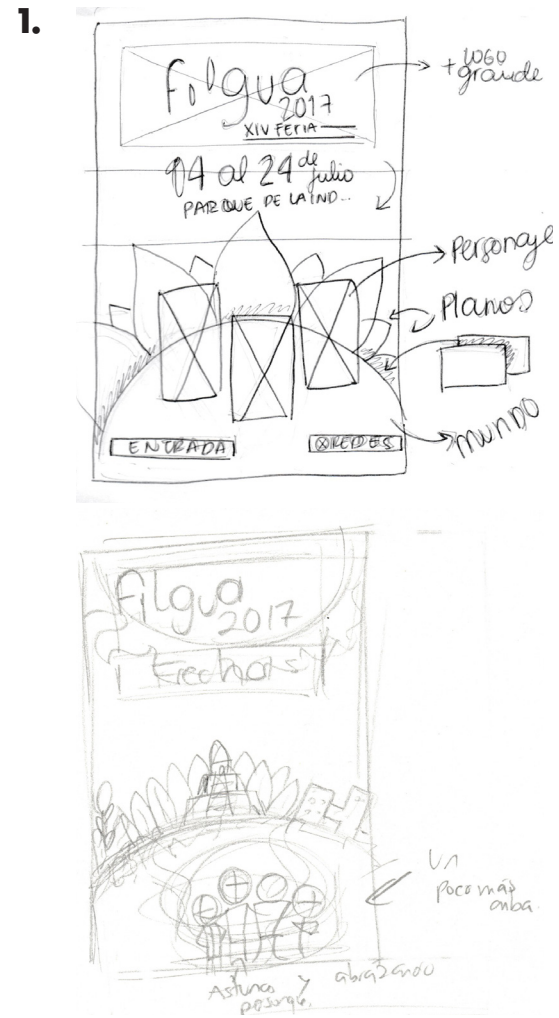


2.



AFICHE (BOCETOS MANUALES)

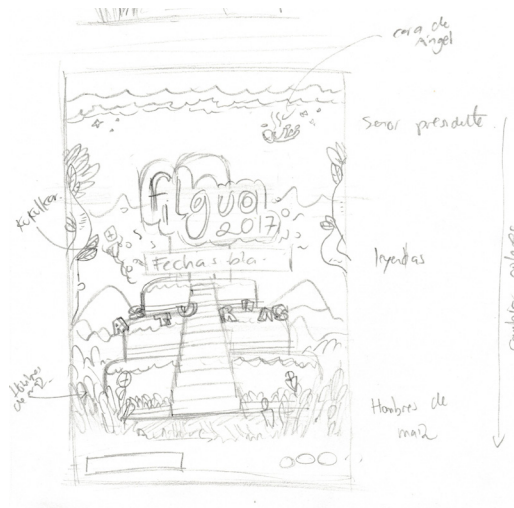
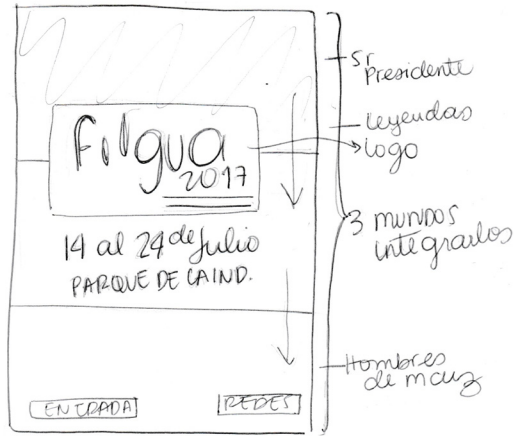
Se bocetaron distintas propuestas de ilustración para el afiche, primero se tomó literal como un mundo en el que los personajes serían los protagonistas de la historia y estarían presentando el mundo, esto se descartó pues podría ser confuso para el grupo objetivo y caería en algo cliché sin dinamismo ni daría la sensación de aventura (Fig.1).



2.



3.



Después se pensó en mezclar los tres mundos unificándolos en una sola composición, se creó una opción que unifica los tres mundos a manera de un mapa del tesoro, esto ayudaría a reforzar el concepto “descubriendo un mundo de aventuras” pero la distribución de la información sería confusa y el grupo objetivo podría mal interpretar la temática de FILGUA 2017 (Fig. 2).

Por último se decidió integrar los tres mundos de una manera más sencilla en una misma composición, por medio de poses dinámicas de los personajes se mostraría la aventura y gracias a elementos como la pirámide se logrará unificar la composición y reforzar la temática de la literatura de Asturias (Fig. 3).

AFICHE (BOCETOS DIGITALES)

Se digitalizó la opción, mezcla los mundos de los libros de Asturias de una forma ilustrada que por medio de sus elementos busca dinamismo en la composición, de esta manera se representa una adaptación adecuada para el grupo objetivo que llamará su atención pues presenta un enfoque más aventurero de las obras de Asturias. Se realizaron distintas pruebas de color y de posición de los elementos y de los personajes siempre dándole a la ilustración el estilo del cel shading para unificar la línea gráfica (Fig. 1)



COLOCACIÓN DE DATOS EN AFICHE

Para colocar los datos de la feria, se notó que no podrían colocarse directamente sobre la ilustración pues sería poco legible, por lo que se colocaron fondos con transparencia para no cubrir por completo la ilustración.

Se intentó colocar la información en una bandera que interactuara con uno de los personajes (Fig. 1) pero al momento de colocar el texto, aunque era más dinámico, era poco legible y podía ser anticuado.

Por ello, se decidió colocar la información en un rectángulo con esquinas redondeadas para que fuera más armonioso con el estilo y el resto de elementos (Fig. 2), pero al ver el afiche llamaba más la atención las letras con la palabra "Asturias" por el color que tenían aplicado. Por lo tanto, se decidió cambiarlas a un tono que le quitara menos la atención al espectador (Fig. 3).

1.



2.



3.



USO DEL LOGOTIPO EN AFICHE

Habiendo terminado el afiche, el cliente notificó que, en ciertas piezas, el afiche, por ejemplo, debían llevar el logotipo con el número de feria y la temática de la misma. Por ello se bocetaron tipos de colocación con variantes de color.

Primero se colocó en recuadros con las esquinas redondeadas para que siguiera el estilo del logotipo (Fig. 1) pero a solo un color y con un solo peso de tipografía se veía monótono y poco legible.

Luego se probó mover los elementos y colocar dos colores y pesos, pero aun así se veía poca fluidez (Fig. 2).

Por eso mismo se decide tomando como base el boceto anterior, pero colocar un recuadro y un stroke para lograr mayor fluidez (Fig. 3).

1.



2.



3.



Sin embargo el recuadro era muy alto y cortaba la fluidez visual y los colores dejaban de verse armoniosos, por eso se acorta el recuadro, se redondean las esquinas del mismo y se juegan con los colores de la paleta hasta llegar a la propuesta preliminar (Fig. 4) la cual integra todos los elementos logrando una propuesta armoniosa que captara la atención del grupo objetivo.

4. Propuesta preliminar



Dimensiones: 18x24"

Soporte: Texcote calibre 12

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

MACHOTE PARA MANTAS DE AUTORES

El cliente solicitó el diseño de mantas en las que se colocaría la fotografía y el nombre de un autor, las cuales colocarían en el Parque de la Industria durante el evento. Para estas mantas de autores basándose en la idea del cliente de mantener un diseño simple y adaptable para esta pieza, se decidió que se utilizarían fotos reales de los autores y únicamente se les agregaría un gradient map para darles color y unificar las mantas con la línea gráfica.

Primero se experimentó con tonos de verde (Fig. 1), siguiendo la paleta propuesta anteriormente en base al grupo objetivo, pero se notó que este no armonizaba con toda la línea, por lo que se decidió experimentar con otro de los colores de paleta (Fig. 2); además la forma de colocar los elementos obstruía mucho con la fotografía.

1.



2.



3.



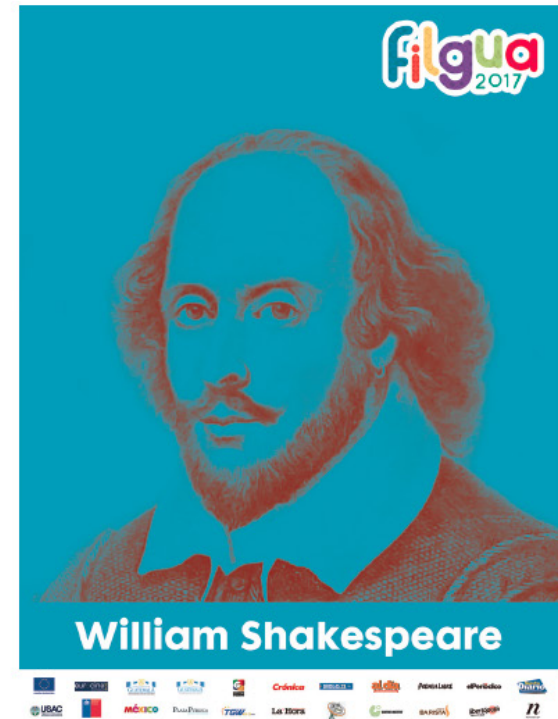
Al utilizar únicamente un tono de amarillo, se notó una mejora considerable, pero era monótono y poco atractivo (Fig. 2), por ello se decidió utilizar en el gradient map su complementario para continuar con las parejas de colores complementarios establecidos anteriormente y así unificar la línea. (Fig. 3). Se colocó el logotipo y el nombre del autor tratando de no cubrir de más la fotografía e igual tener presencia dentro de la manta. El logotipo se utilizó en su manera simplificada, ya que por la distancia se consideró que las letras adicionales no se podrían leer y sólo agregarían peso. (Fig. 4).

4.



Por último, se adaptaron los otros tonos de la paleta a las mantas, de esta forma agregando variedad y dinamismo a la propuesta gráfica. Estas se deberán colocar siguiendo un ritmo entre autores, adicionalmente se retiró la textura del fondo pues podrían confundirse con manchas y verse desordenado o sucio. (Fig. 5).

5. Propuesta preliminar



Dimensiones: 1.50x2 mts

Soporte: Lona vinílica

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

DISEÑO PARA REDES SOCIALES

Las redes sociales son una de las herramientas más importantes actualmente para la transmisión de información, por lo que se decidió experimentar con diseños llamativos y dinámicos que llamaran atención e incitaran a compartirse. Primero se pensó en mantenerse simple y solamente colocar los datos de la feria (Fig. 1), pero esto sería aburrido y poco atractivo, no cumpliría con el propósito que se buscaba.

Pensando en el grupo objetivo joven se decidió colocar a los personajes para generar más dinamismo y vida (Fig. 2), pero al colocarse todos los elementos ilustrativos en el mismo lado, pensando en guardar el espacio para la foto de perfil, no existía equilibrio visual y por eso se decidió mover el árbol al otro lado para equilibrar los elementos. (Fig. 3)

- 

1. This design shows a social media post for 'Parque de la Industria' with a yellow background and a blue wavy top border. The text 'Parque de la Industria' is in blue, and the dates '14 al 23 de julio' and '9 a.m. a 8 p.m.' are in red and purple boxes respectively. The design is minimalist, focusing on text and dates.
- 

2. This design adds three colorful cartoon characters (a blue one, a purple one, and a green one) to the right side of the text. The background and text remain the same as in Fig. 1.
- 

3. This design moves the tree illustration from the right side to the left side of the post, creating a more balanced visual layout. The characters and text are in the center, with the tree on the left and the wavy top border on the right.

4. Propuesta preliminar



El diseño final de la portada para Facebook se complementaría con la foto de perfil, la cual se trabajó siguiendo la paleta establecida anteriormente y utilizando el color amarillo de fondo, ya que se ha comprobado la funcionalidad en el amarillo para llamar la atención, y al mismo tiempo al ser un color pastel, no pelea con el logotipo visualmente (Fig. 4).

Dimensiones:

Cover: 1725x769 px

Profile Picture: 350x350 px

Soporte: Digital

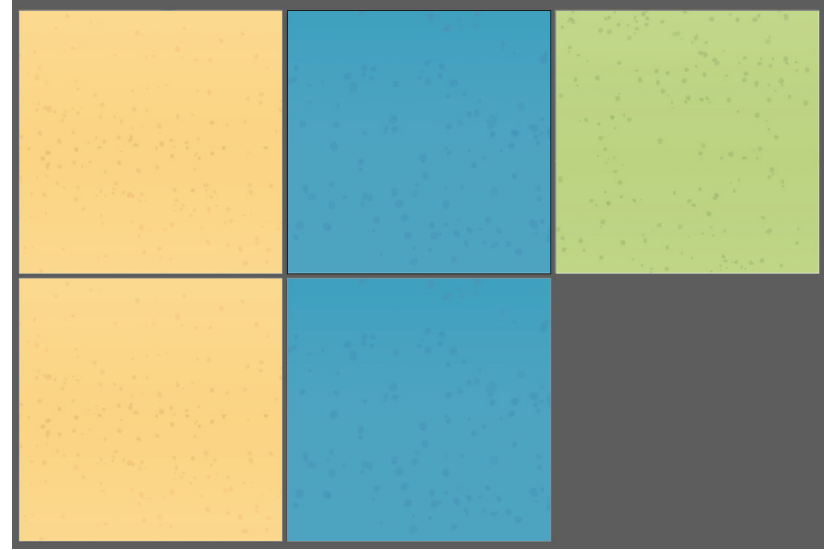
Sistema de reproducción:

-

POSTS EN REDES SOCIALES

El cliente solicitó el diseño de posts en redes sociales que ayudaran a generar expectativa al evento en los días anteriores al mismo, en forma de cuenta regresiva. Para su diseño se comenzó a experimentar con la idea de variar los colores como se realiza en otras de las piezas (Fig. 1), sin embargo, uno de los colores quedaba sin repetirse, lo que le daba menos importancia. Por lo tanto, se exploró con los últimos dos días utilizar una mezcla de colores y de personajes, ya que esos días ya faltaba muy poco para el evento y se consideró darle importancia a los tres (figs. 2 y 3).

1.



2.



3.



4.



5.



6.



Se comenzó con la exploración de colores que pudiera contrastar con el fondo y con la colocación del logotipo, sin embargo, el logotipo era muy grande (Fig. 4). Se movió el logotipo a una esquina y se agregó a los personajes para que generaran equilibrio visual y al mismo tiempo el público lo pudiera seguir identificando (Fig. 5); pero al final los posts perdían la línea en los últimos dos, y los colores no eran tan armoniosos como buscábamos, por lo que se decidió utilizar en todos los posts la misma paleta, utilizando el amarillo como base, ya que siendo un color suave permite la lectura sobre el mismo y al ser un color cálido llama la atención (Fig. 6).

Se agregó una barra hasta abajo que permitiera diferenciar cada historia con sus personajes, ya que los posts del mismo color resultaban muy monótonos (Fig. 7). Se ampliaron los personajes para su fácil comprensión y se cambió el logotipo a la versión sencilla, ya que se analizó que, debido al medio, no era necesario colocar toda la información y resultaría difícil leerla toda (Fig. 8). Por último, se dio un color a los números dependiendo la barra inferior, ya que de otra forma parecía que sólo el número 5 respetaba un patrón (Fig. 9).

7.



8.



9. Propuesta preliminar



Dimensiones: 1000x1000 px

Soporte: Digital

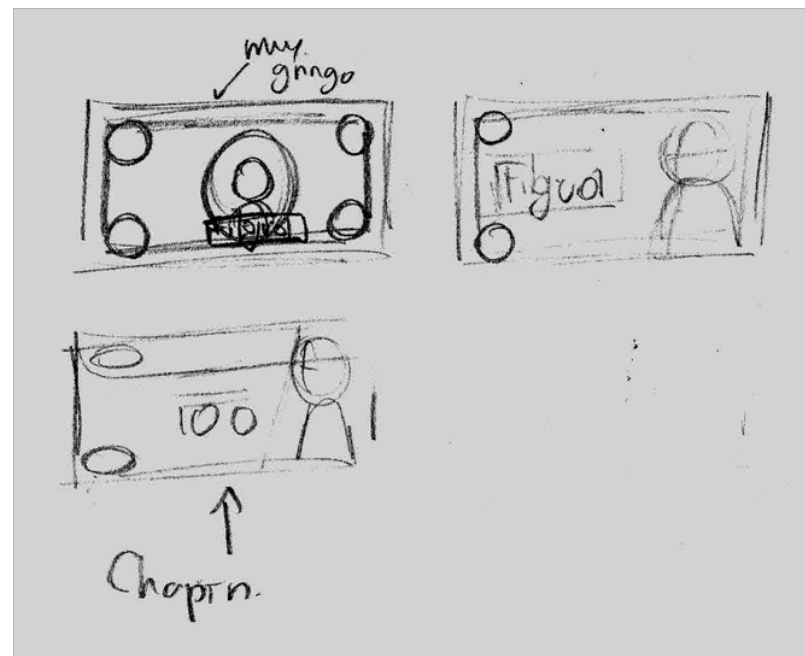
Sistema de reproducción:

-

BILLETES

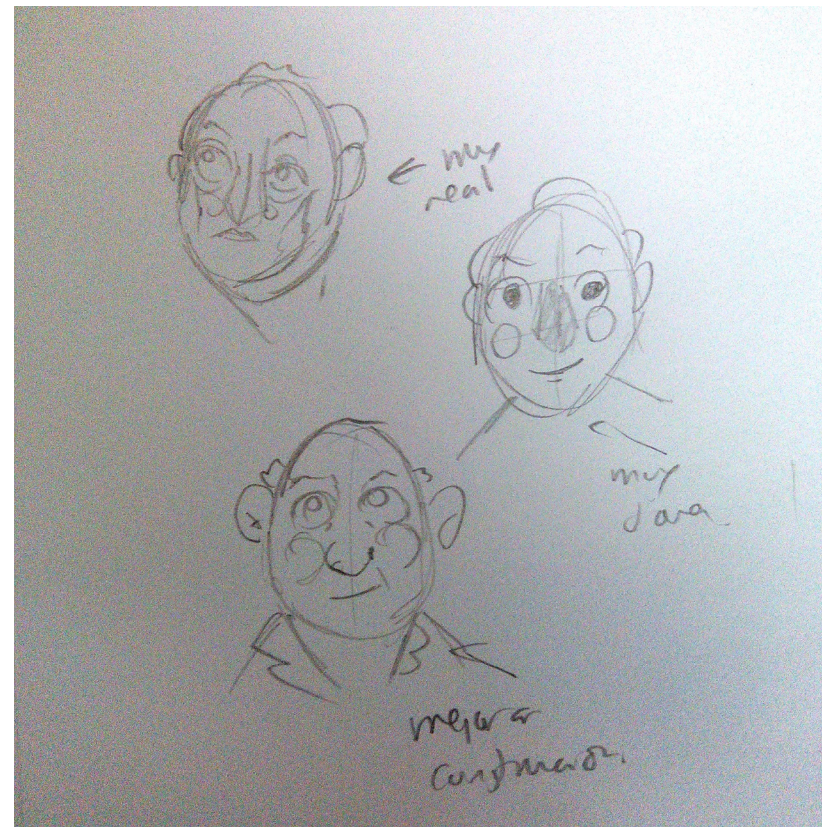
Se bocetaron distintas posibles diagramaciones de billetes, para tener la idea de cómo se iban a realizar antes de digitalizar. Pensando tanto en el grupo objetivo, como en la temática del evento, se optó por una opción que hiciera referencia directa a los billetes nacionales, con el personaje del lado derecho y el número en grande en el centro (Fig. 1).

1.

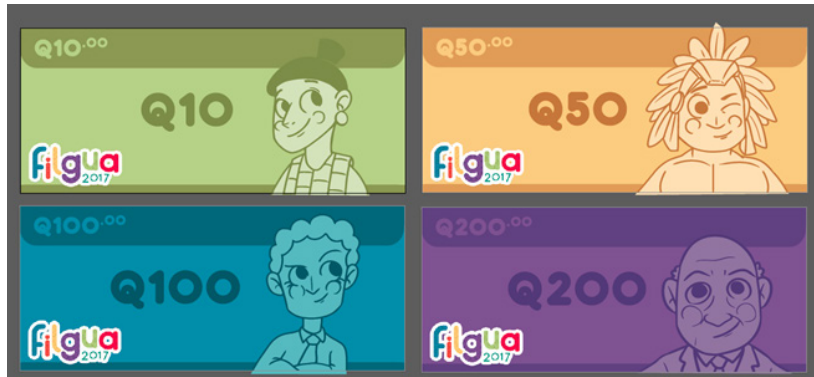


Al realizar los billetes, se evidenció que se necesitaban cuatro distintos formatos, y se contaba con tres personajes, por lo que se decidió realizar un personaje de Asturias que apoyara en el diseño del monto más alto. Se comenzó a bocetar el personaje (Fig. 2), de una forma sencilla y que siguiera la línea establecida en los otros. Al ser una caricatura, no fue necesaria la exploración de proporciones, sino la transmisión al estilo.

2.



3.



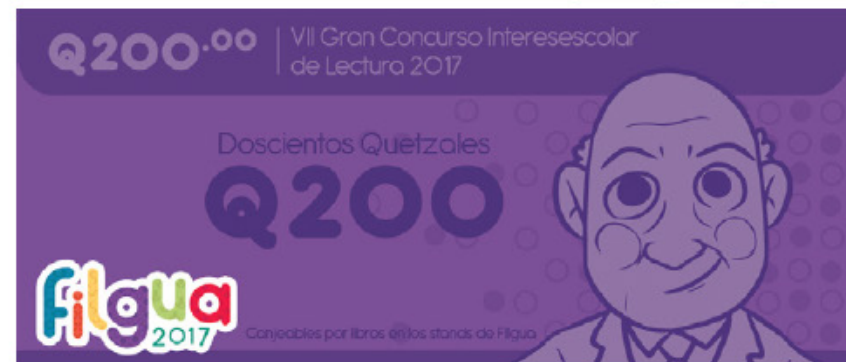
Se digitalizaron los billetes con los distintos personajes (Fig. 3), siguiendo la diagramación establecida de manera análoga en el bocetaje, pero de alguna manera se veían monótonos incluso con la inclusión del logotipo. Se experimentó con la utilización de colores complementarios para los números, pero lo mismo creaba disrupción en el diseño y llamaba mucho más la atención de lo que se estaba buscando (Fig. 4).

4.



Por último, se agregó a cada billete una de las texturas del logo para crear mayor atracción y para que los billetes no tuvieran espacios muertos (Fig. 5).

4. Propuesta preliminar



Dimensiones: 15.5x6.5 cms

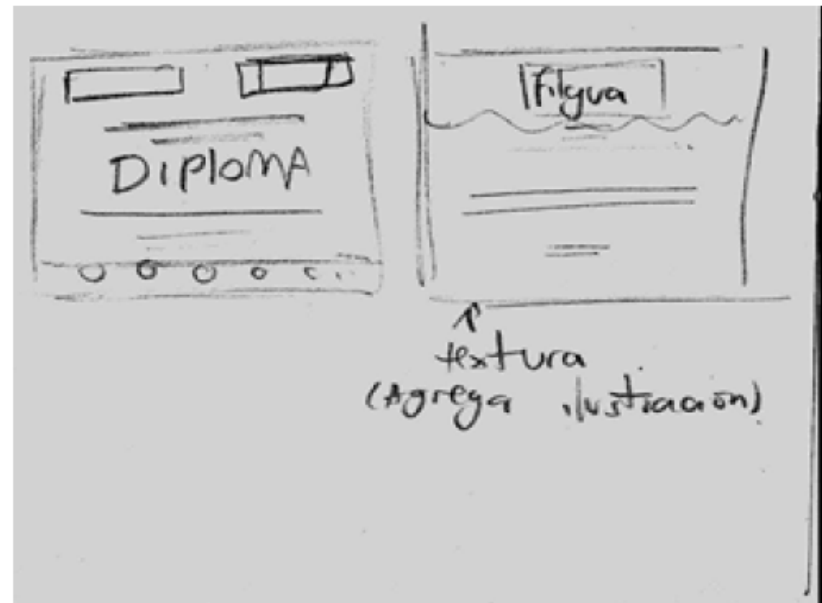
Soporte: Couché calibre 16

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

DIPLOMA

Para el diploma, se experimentó también con un par de diagramaciones siguiendo los modelos habituales de diplomas que se pueden encontrar en cualquier tipo de premiación o actividad (Fig. 1).

1.



Para la digitalización del diploma se optó por la utilización de una textura de fondo igual a la utilizada en el afiche para conectarlos y la ilustración (Fig. 2), sin embargo, al poner la ilustración completa se observó que saturaba mucho la diagramación y volvía el texto difícil de leer, por lo que solo se dejaron los arboles de los lados, los cuales representan el afiche en totalidad sin aludir a una sola de las historias (Fig. 3).

2.



3. Propuesta preliminar



Dimensiones: 11x8.5"

Soporte: Opalina

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

1.



GAFETES

En los gafetes se decidió utilizar a un personaje con sus respectivos colores para cada tipo de gafete. Se colocaron texturas y el mayor proceso fue elegir en cuales utilizar su color complementario en el texto o blanco para aumentar legibilidad (Fig. 1). En el caso del gafete de staff y de expositores se mantuvo en blanco por su color de fondo, pero en el caso de escritores se decidió utilizar morado pues el blanco no era legible.

2. Propuesta preliminar



Dimensiones: 4.25x5.5"

Soporte: Texcote calibre 12

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

PLAYERAS

Para la camisa, antes de comenzar a digitalizar, se experimentó con el posicionamiento de los personajes y el logo dentro de la misma. Se decidió utilizar una que al final no utilizara más de una hoja tamaño carta de impresión dentro de la misma, pues eso aumentaría los costos; por lo que el personaje tendría que ser de cuerpo completo para no cortarse dentro de la camisa, y estar centrado dentro de la misma (Fig. 1).

Aprovechando el diseño de personajes realizado en base a la literatura de Asturias, se propuso realizar 3 diseños de camisa, utilizando en cada una a un personaje y la paleta que se le asignó a esa historia. (Fig. 2)

1.



2. Propuesta preliminar



Dimensiones: 8.5x11"

Soporte: Tela de algodón

**Sistema de reproducción:
Serigrafía**

VALLAS

Para las vallas se pensó en que su propósito era el de atraer personas, y la mayoría que circula por el área pasa en carro por lo que el tiempo de lectura sería muy corto y era necesario sólo poner la información más importante. Con el afán de seguir la misma línea utilizada para las piezas con una sola versión, se utilizó el color amarillo de fondo, el cual al mismo tiempo brinda un fondo ameno y que no compite por la atención (Fig. 1).

1. Propuesta preliminar



Dimensiones:

Lateral: 7.50x2.50 mts

Principal: 14x2.50 mts

Soporte: Lona vinílica

Sistema de reproducción:

Impresión digital

INVITACIÓN

El cliente ya contaba con un formato para la invitación; esto por razones de impresión y costos, de manera que no se tuvo oportunidad para proponer un tipo de formato ni de troqueles. La invitación se determinó siguiendo la misma línea gráfica trabajada en las piezas anteriores como una adaptación del arte realizado para el afiche. Se pensó en agregar a los patrocinadores dentro de un cuadro blanco (Fig. 1) pero el arte se veía desequilibrado y con información innecesaria. En la parte de adentro la información se pensó en ser contenida dentro de un cuadro morado, el cual es el complementario del amarillo de fondo, pero el contraste era demasiado y chocaba mucho con la vista.

1.



2. Propuesta preliminar



Para la propuesta preliminar (Fig. 2) se removió la caja con los patrocinadores dejando la contraportada completa sólo para ellos, de esta forma es más fácil quitar y agregar los mismos sin afectar el diseño. La caja de texto que era de color morado, se cambió por una naranja, análoga al color de fondo que permitiera que se leyera el texto, pero no generara mucho contraste con el fondo, generando más armonía visual.



Dimensiones: 11x8.5"

Soporte: Texcote calibre 12

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

SEPARADORES DE LIBROS

Los separadores de libros se propusieron siguiendo la misma línea establecida en los gafetes, billetes y playeras; utilizando un sólo personaje por separador con el apoyo de una textura de fondo. La diferencia en esta pieza es el uso de la tipografía de un color análogo al del fondo, con la intención de volverla más sutil ya que al ser una pieza que se observa más de cerca no necesita que resalte mucho y al mismo tiempo le da protagonismo a los personajes (Fig. 1).

1. Propuesta preliminar



Dimensiones: 6x18 cms

Soporte: Texcote calibre 12

**Sistema de reproducción:
Impresión digital**

1. Propuesta preliminar



BOLSA

Para el diseño de la bolsa, pensando en el método de impresión, se propuso la realización de una ilustración condensada utilizando los elementos más representativos como el logo y los personajes (Fig. 1).

Dimensiones: 11x8.5"

Soporte: Tela ecológica

**Sistema de reproducción:
Serigrafía**

12. Proceso de validación

Para validar el material realizado para la Gremial de Editores, específicamente del evento FILGUA 2017, se realizaron diferentes herramientas dirigidas a cada uno de los tres grupos para que validara el material (ver anexo 5).

Una muestra de treinta preadolescentes y jóvenes del grupo objetivo evaluaron el material, lo cual comprendía de estudiantes entre diez y quince años de edad.

Para evaluar la propuesta en cuanto a tema se validó con ocho maestras de distintos colegios y con Gabriela Escobar, directora de la Gremial de Editores.

Para evaluar la parte de diseño gráfico se contó con la participación de 10 diseñadores gráficos expertos en el área.

Estos fueron:

- Christian Montenegro, diseñador gráfico y catedrático de la Universidad Rafael Landívar.

- Daniela Espinoza, Diseñadora gráfica y Social Media Manager.

- Inés de León Valdeavellano, Diseñadora gráfica y docente de la Universidad Rafael Landívar.

- Melisa Corona, Diseñadora gráfica senior en Royale Studios.

- Javier Castillo, Director Creativo de Royale Studios.

- Luis Pinto, Diseñador e Ilustrador.

- Luis Rogelio Obregón, Director Creativo de Solución Web.

- Michelle Reyes, Diseñadora gráfica.

- Rodolfo Pérez, Diseñador y publicista.

- Berenice Coronado, Diseñadora gráfica.

Grupo Objetivo

Para validar con una muestra del grupo objetivo, como herramienta se utilizó una encuesta compuesta por cinco preguntas de selección múltiple, esto se decidió así pues por la edad del G.O. tienden a no interesarse por ayudar a resolver ningún tipo de instrumento y si tienen que hacerlo prefieren que sea lo más rápido y sencillo posible.

1. Qué transmiten los colores

El 84% de los encuestados indicó que los colores les transmiten aventuras y diversión, lo cual conecta perfectamente con el concepto y con los gustos del grupo objetivo.

2. Logotipo

El 50% indica que el logotipo llama su atención y otro 27% que hace que quieran saber más sobre Filgua, logrando así una mayoría de reacciones positivas en cuanto a la interacción del grupo objetivo con el logotipo.

3. Tipografía

86% están de acuerdo con que la tipografía empleada en los textos les facilita entender el mensaje.

4. Personajes

Aunque el 68% afirma que los personajes hacen que el material llame más su atención y les parecen agradables, sin embargo un 24% no comprendió que son pues nunca han leído las obras de Asturias e incluso no saben quién es Miguel Ángel Asturias.

5. Póster

El 72% de los encuestados dijo que el afiche del evento le gusta y llama mucho su atención, en general se tuvieron reacciones positivas a esta pieza que es la principal y reúne todos los elementos de la línea gráfica aplicada a todas las piezas.

Expertos en el tema

Para la validación con los expertos en el tema, se decidió utilizar como herramienta una guía de entrevista con preguntas abiertas, porque permite conocer más a fondo la opinión de los entrevistados y al tratarse de material para niños, es mejor obtener la mayor cantidad de retroalimentación por parte de ellos.

1. Qué transmite el material

Casi en su totalidad comentaron que el material les transmite alegría y juventud, lo que podría ayudar a llamar más la atención del grupo objetivo.

2. Logotipo

Todas las personas entrevistadas concuerdan que el logotipo es de fácil legibilidad y comprensión. Además recalcan que funciona bien con el grupo objetivo y que llama la atención y provoca curiosidad de todo aquel que lo observe.

3. Tipografía

Todos están de acuerdo con la fácil legibilidad de la tipografía y los tamaños manejados en el material.

4. Personajes

La mayoría de los entrevistados consideran que los personajes llamarán la atención de los niños, pero que las obras de Asturias tienen un nivel de lectura muy elevado para ellos, por lo que no los llevará a propiamente leerlo, pero por lo menos logrará interesarlos tanto en el tema como en asistir al evento.

5. Ilustraciones

Casi el 50% de los encuestados no pueden asegurar que las ilustraciones de por sí lleven al grupo objetivo a Filgua, pero sí que la imagen realizada en su totalidad, llama mucho la atención y podría interesarlos.

6. Sobre Asturias

La parte del grupo entrevistado que conoce sobre Asturias reconoce fácilmente las tres obras utilizadas como base para realizar la imagen gráfica, sin embargo recalcan que es un nivel de lectura muy alto para el grupo objetivo, pero como conocedores logran comprenderlo muy bien.

Expertos en diseño

Para tener la opinión de los expertos en diseño sobre el material realizado, se utilizó como herramienta una encuesta con preguntas de selección múltiple, para así obtener opiniones más enfocadas respecto a cada cuestión.

1. Paleta de color

El 55% de los expertos en diseño indicó que la paleta de color les transmite aventura, lo cual es acertado pues logró reflejar el concepto. Además el 45% indicó que refleja diversión y esto permitirá lograr captar mejor la atención del grupo objetivo.

2. Logotipo

El 54% opina que el logotipo es adecuado para el grupo objetivo y logrará captar la atención de toda persona que lo vea, además opinan que su forma refuerza el concepto.

3. Texturas

El 50% opinó que el uso de las texturas aporta dinamismo a las piezas haciéndolas atractivas y creando dinamismo.

4. Tipografía

El 91% de los expertos consultados indicó que la tipografía empleada es perfectamente legible y será adecuada y fácil de comprender no solo para el grupo objetivo sino para todo aquel que observe e interactúe con las piezas.

5. Personajes

El 55% afirma que los personajes son una buena adaptación de la literatura de Asturias para un grupo objetivo con tan poco conocimiento sobre sus obras, además agregan que son atractivos y presentan el mundo de Asturias de una manera mucho más entretenida y amigable.

6. Ilustración

Los expertos en diseño mostraron su agrado por el estilo de ilustración, un 67% indicó que las ilustraciones que se ven en todas las piezas refuerzan el concepto y logra atraerlos.

6. Obras de Asturias

A pesar de que lograron relacionar el material con las obras de Asturias, se les complicó un poco indicar cuáles específicamente fueron utilizadas.

Observaciones por elemento

Paleta de color

Se evidenció que la paleta de color elegida le transmitió aventura y diversión a la gran mayoría de personas con quienes se validó, logrando así por medio de esta conectar con el concepto y las preferencias del grupo objetivo, por lo tanto, no se necesitó cambiar ningún tono o la paleta en general.

Logotipo

En general todos los entrevistados mostraron agrado por el logotipo, el grupo objetivo indicó que llama su atención, los expertos en el tema indicaron que logrará interesar al grupo objetivo y representa bien al evento; por su parte los expertos en diseño opinan que es adecuado y refuerza el concepto, sin embargo, aconsejan crear una versión en escala de grises para que sin importar el modo de impresión siempre se puedan apreciar las texturas del mismo.

Tipografía

Con la tipografía, no hubo ningún comentario negativo o duda de su funcionalidad. Todos los entrevistados opinan que es legible y que se entiende la información que se quiere dar a conocer sin ningún problema, sobre todo para el grupo objetivo.

Personajes

Las validaciones mostraron que los personajes son del agrado de la mayoría del público, tanto grupo objetivo, expertos y diseñadores. Llamen la atención, son atractivos a la vista e invitan a asistir al evento. Sin embargo, el mayor problema que se evidenció, es que, a pesar de llamar la atención, el grupo objetivo no reconoce quiénes son, cosa que no es muy sorpresiva tomando en cuenta el nivel de lectura que es Asturias; por lo que se sugirió por parte de los diseñadores incluir sus nombres o el de la historia a la que pertenece para poder identificarlos.

Ilustraciones

Con las ilustraciones no hubieron comentarios negativos. De parte de los expertos en el tema, no había seguridad de que en sí mismas atrajeran la atención, pero que como parte de la imagen gráfica realizada, eran muy agradables a la vista y al utilizarse en las piezas, cumplían su función.

Representación de las obras de Asturias

Con las ilustraciones no hubo tampoco muchos comentarios negativos. De parte de los expertos en el tema, no había seguridad de que en sí mismas atrajeran la atención, pero que como parte de la imagen gráfica realizada, eran muy agradables a la vista y al utilizarse en las piezas, cumplían su función.

Observaciones y sugerencias generales

- Muy bonitas ilustraciones.
- Se refleja bien el concepto.
- Bonita línea gráfica.
- Muy bonitos personajes.
- Asturias es muy avanzado para niños.
- El logo puede ser más funcional
- Tener cuidado con las texturas en el logotipo cuando se reduce.
- Plantear una versión del logo a un solo color.
- No se entiende bien quienes son los personajes.

Cambios a Realizar

1. Agregar los nombres de los personajes junto a su imagen y realizar posts de facebook dando a conocer de donde vienen.
2. Realizar una versión del logo a un solo color que permita usarlo en formatos más pequeños.
3. Realizar una versión del logo en grande junto a los personajes donde se puedan apreciar las texturas.

Comprensión de los personajes y obras de Miguel Ángel Asturias

Antes

Parque de la Industria

14 al 23 de julio

9 a.m .a 8 p.m.

Después

Parque de la Industria

14 al 23 de julio

9 a.m .a 8 p.m.

Cara de Ángel
Santa Praxedis

Kukulcán
Leyenda de Guatemala

Hombre de Maíz
Hombres de Maíz



Comentario

Al realizar las encuestas de validación, se notó que a pesar de que a los jóvenes del grupo objetivo les gustaban los personajes, no entendían de quien se trataba, pues la literatura de Asturias es muy avanzada para su edad, y al diseñar a los personajes con eso en mente, era necesario terminar de dar a entender de quienes se trataba. Por lo tanto, se decidió entonces, agregar en todas las piezas en las que se utilizarían, agregar su nombre y libro al que pertenecen, pues de esta forma, los mismos personajes pueden generar interés en los libros del autor.

Versiones del logotipo

Antes



Después



Comentario

Los diseñadores gráficos al revisar las piezas realizadas, sugirieron la implementación de una versión del logotipo a un solo color, pues el cliente podría utilizarlo para papelería o piezas no solicitadas, con necesidad de impresión a una tinta. Pensando en la facilidad del cliente entonces y en que se perdería el sentido de las texturas del logotipo en su reducción en escala y cambio a escala de grises, se decidió que el logotipo a un solo color, no contara con los mismos; de esta forma, no se vería como un accidente que no se apreciaran y la reducción del mismo podía ser mucho mayor.

Apreciación de texturas y personajes

Antes



filgwa
2017

Después



Comentario

Se sugirió que se realizará una pieza del logotipo en grande junto a los personajes, porque a pesar de que las texturas eran apreciables en piezas medianas, era importante asegurarse de que el grupo objetivo apreciara realmente este detalle dentro del logotipo. Pensando en la funcionalidad de la pieza, se agregaron también los personajes, como una bienvenida al evento, y con lo mismo se terminaba de amarrar la línea gráfica utilizada.

13. Propuesta Final y Fundamentación

La propuesta gráfica se realizó tomando en cuenta dos factores importantes. Primero, en palabras de Gabriela Escobar, directora de la Gremial de Editores y de FILGUA (2016) “La imagen de FILGUA 2016 tuvo mucho más impacto en el público al dirigirse principalmente a jóvenes y utilizar una línea más dinámica y colores más vivos”; lo que sirvió de base para la elección de todos los recursos gráficos utilizados. Segundo, era necesario tomar en cuenta la temática del año 2017 de la feria; FILGUA toma inspiración para su imagen y publicidad cada año en un tema diferente, siendo en 2016 los Objetivos de Desarrollo y en 2017 “El mundo de Miguel Ángel Asturias”. Este tema se eligió debido a que en el 2017 se conmemoran los 50 años de cuando Miguel Ángel Asturias recibió el Premio Nobel de literatura, sin embargo el cliente especificó que no quería darle importancia al premio o al autor como tal sino más a las obras del mundo de Asturias, pues era importante lograr representar a este autor y a su literatura de una forma amena y que generara interés en los preadolescentes y jóvenes.

Por esta razón se decidió utilizar el concepto “Descubriendo un mundo de aventuras”. En el proceso de comprensión del Grupo Objetivo, se descubrió que los libros de Aventuras son los favoritos de los niños y jóvenes pertenecientes al grupo al que va dirigido la imagen gráfica, por lo que era importante poder representarlo de esta forma. Adicionalmente, los libros de Asturias son literatura muy avanzada para la edad del grupo objetivo, por lo que era importante poder presentarlo de una forma distinta y que llamara su atención, por lo que se decidió representar el mundo de Asturias, como literalmente se escucha, un mundo. Este mundo se separa en sus tres obras principales: “El Señor Presidente”, “Hombres de Maíz” y “Leyendas de Guatemala”. Se decidió utilizar también personajes que ayudaran a reforzar el concepto de un mundo y que ayudara a atraer a los jóvenes.

La imagen se utilizará durante el evento FILGUA 2017 que tiene una duración del 14 de Julio al 23 de Julio del mismo año, además de en concursos y actividades adicionales que toman inicio desde principio del año y terminan a final del año. Dándole al proyecto un estimado de vida útil de un año. El objetivo del proyecto era lograr a través de la línea gráfica generar interés y asistencia a la actividad.

Las propuestas gráficas creadas cuentan con la fortaleza de utilizar elementos y tono de comunicación que se complementan para captar la atención de los jóvenes debido a que el diseño y diagramación propuesto obtuvo buenos comentarios y generó impacto al momento de la validación con el grupo objetivo, eso quiere decir que dichas piezas serán funcionales para lograr los objetivos propuestos.

En base a las acciones ya mencionadas, a continuación, se presenta la fundamentación de la propuesta final que se realizó en armonía con la necesidad del cliente, al marco de referencia, contenido teórico, grupo objetivo y concepto.

Imagen Visual

Linea Gráfica

Después de analizar el grupo objetivo y la frase conceptual “Descubriendo un mundo de aventuras” se decidió que la mejor manera de representarlo visualmente, sería a través de una variedad de colores y la mezcla de flat design y de cel shading con apoyo de lineart, tendencias escogidas a través de la selección del grupo objetivo en la guía de observación; donde se preseleccionaron tendencias funcionales para el grupo objetivo según lo observado en las caricaturas y videojuegos preferidos por el mismo.

Paleta de Color

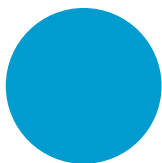
Se seleccionó la paleta de color en base a la decisión del grupo objetivo sobre la paleta que prefería. Se buscó la selección de colores con armonía visual. Los colores seleccionados dan la vuelta completa a la rueda cromática tratándose de los colores primarios y secundarios. Sin embargo, se optó por utilizar cada color con su complementario para representar cada uno de los tres libros de Miguel Ángel Asturias utilizados para las piezas.

El Señor Presidente se representó con el color azul y el naranja, por el patriotismo de la obra, además de la calma que genera el color azul versus el impacto del color naranja que lo contrasta.

Leyendas de Guatemala se representó con el color amarillo, principalmente por el personaje “Kukulkán”, quién narra la historia y del cual se hace mención específica de su plumaje dorado. Además, el color morado ayuda a representar la tradición que tienen las leyendas dentro de la cultura, a pesar de tener un giro distinto en la obra de Miguel Ángel Asturias.

Para Hombres de Maíz se utilizaron el rojo y el verde. El verde simboliza la unión de los hombres de maíz con la naturaleza y el rojo la violencia del hombre blanco del que habla Asturias.

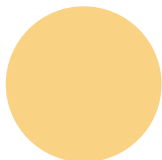
R0 G154 B204
C90 M16 Y8 K1
#009acc



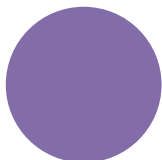
R233 G120 B97
C4 M65 Y62 K0
#e97861



R249 G210 B132
C2 M17 Y56 K0
#f9d284



R130 G109 B2168
C54 M62 Y5 K1
#826da8



R196 G207 B146
C24 M7 Y51 K1
#c4cf92



R228 G48 B91
C4 M95 Y52 K0
#e4305b



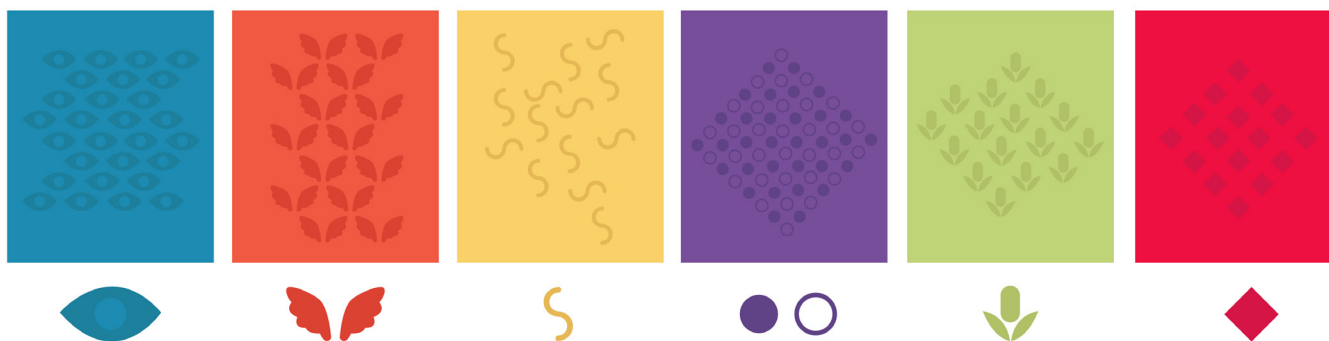
Patrones

Se decidió utilizar diferentes patrones como un elemento complementario dentro de la línea gráfica que ayudara a amarrar las piezas aún más a los libros de Miguel Ángel Asturias sin sacrificar el atractivo para el grupo objetivo. Los patrones añaden dinamismo y movimiento al diseño, lo que refuerza las aventuras dentro del concepto seleccionado. Cada patrón representa un elemento importante dentro de los libros de Asturias, se diseñaron dos por libro, siempre utilizando los colores asignados a cada uno.

Para El Señor Presidente se utilizó: En azul un ojo, el cual representa al Pelele, personaje que observa de lejos y en naranja un par de las de ángel, las cuales representan de una forma casi literal, por su nombre a Cara de Ángel, personaje que, aunque no es un ángel en sí mismo, es comparado varias veces en su belleza a uno.

Para Leyendas de Guatemala se utilizó: En amarillo se utiliza una serpiente, la cual es la forma que adapta El Cadejo dentro de la versión de la leyenda que escribió Asturias, y en morado un par de círculos, uno relleno y uno en trazo, el círculo representa al Sombrerón, que dentro de la versión de Asturias es representado con una pelota y al mismo tiempo el par de círculos representan el juego de pelota maya, siendo el balón y el arco. La cultura maya fue la inspiración más grande para Asturias dentro de sus escritos.

Para Hombres de Maíz se utilizó: En verde una abstracción de un maíz, lo que se conecta a la naturaleza y de una forma bastante descriptiva y literal a los mismos hombres de maíz; y en rojo un diamante, el cual se usa como símbolo de dinero y sangre, producto del hombre blanco.



Logotipo

Según Vega (1989) un logotipo es la versión gráfica estable del nombre de la marca, que añade nuevos aspectos a la capacidad identificadora del nombre e incorpora atributos de la identidad institucional.

Por lo tanto, se buscó que el logotipo llamara la atención y fuera reconocible por el grupo objetivo, y al mismo tiempo representara “El mundo de Asturias” de una forma divertida y novedosa.

Dentro del logotipo se utilizó un color y un patrón de los descritos anteriormente para cada una de las letras, de esta forma se amarra a Asturias dentro de su funcionalidad.

La diagramación de la tipografía busca ser juguetona al tratarse de un grupo objetivo joven, pero al mismo tiempo no ser demasiado extrema, pues no es una actividad exclusiva para niños y adolescentes.

Al tratarse de un logotipo de evento, con una vida útil menor a un año, se consideró que no era necesario que el logotipo fuera duradero, permitiendo utilizar elementos “trendy” para su realización, como por ejemplo la utilización de texturas dentro del mismo, pues el logotipo por solo durar un año no será empleado en documentos en los que ya no serían legibles, además dentro de las piezas creadas el tamaño del logotipo siempre es lo suficientemente grande para poder apreciarlas .

En caso de que el logotipo se pierda dentro de los colores de las piezas, se agrega un trazo blanco que ayuda a encerrar toda la información dentro los bordes. Sirve como una barrera separadora que compacta el logotipo.



Tipografía

Se decidió utilizar tipografías sans serif, por tratarse de un grupo objetivo joven. Además de facilitar su lectura dentro de las piezas, no agrega más seriedad de lo necesario.

Para el logotipo se utilizó principalmente la tipografía "Antipasto", la cual tiene balance entre curvas y líneas rectas, lo que ayuda a reforzar el equilibrio dentro de la línea gráfica. Refuerza tanto lo juguetón y dinámico del grupo objetivo junto con lo rígido y estable del evento y la lectura.

Para los subtítulos del logotipo se utilizó como tipografía complementaria "Futura Maxi CG" la cual cuenta con las mismas características que "Antipasto" al presentar el equilibrio entre curvas y rectas, pero además no toma el protagonismo que necesita el logotipo principal.



Personajes

Los personajes cumplen la función dentro de las piezas de crear un alguien con el que los destinatarios se pueden identificar. Dentro de las piezas, al igual que los patrones y los colores, se buscó la implementación de un personaje para cada uno de los tres libros mencionados anteriormente, los cuales, posterior a investigación, se descubrió son los tres libros más famosos de Asturias.

Para cada uno de los personajes se utilizaron los mismos dos colores preseleccionados para representar cada uno de los libros, de esta forma ayudando a enlazar todavía más los colores con los textos y ayudando a generar un patrón que con la repetición permita al grupo objetivo identificar estos libros dentro de las piezas más fácilmente.

Gracias al proceso de validación se notó, que como se había mencionado, los escritos de Asturias son muy avanzados para el grupo objetivo, por lo que con la utilización de los personajes dentro de las piezas se hace mención también del libro al que pertenecen; ayudando así a generar curiosidad en los jóvenes sobre los libros del autor. Siendo una lectura tan avanzada, no se busca que el grupo objetivo reconozca a los personajes, pues no han tenido interacción con los libros al que pertenecen,

sino que se utilizan con el objetivo de atraerlos los libros de Miguel Ángel Asturias, fomentando su interés por la literatura nacional. Además de presentar un apoyo visual para el los jóvenes en las piezas donde se colocaron.

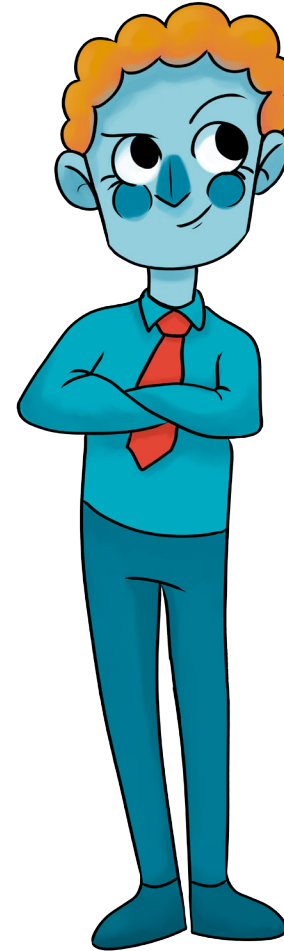
Los personajes están ilustrados en un estilo fusión de los dos estilos favoritos del grupo objetivo al realizar la encuesta dentro del proceso de Comprensión del Grupo Objetivo, lo cual mezcla el flat design con un estilo con cel shading. Estos estilos fueron seleccionados en la encuesta en base de la investigación realizada en base a los interés del grupo objetivo. De esta forma se encuentra un equilibrio y no sobrecarga ni deja muy ambiguos a los personajes. Además, fueron diseñados en función del grupo objetivo, presentando expresiones y lenguaje corporal apropiado e inofensivo.

El diseño de cada personaje es producto de la investigación de cada uno de los libros, para representar más fielmente a los personajes descritos, de manera que después de ver las piezas, los jóvenes y además, las personas ajenas al grupo objetivo, que hayan leído los libros, pueda identificarlos y no se pierda la conexión con el texto original.

El Señor Presidente

Para el personaje del libro "Señor Presidente" se utilizó a Cara de Ángel. Al tratarse del personaje principal de la historia, se convertía en la primera opción a representar. Asturias describe a Cara de Ángel como un personaje "tan bello y malo como satán, un ángel caído". Por lo que se ilustró al personaje con una cara angular y puntiaguda clásica de los villanos en sus abstracciones más comunes dentro del diseño de personajes. Como se había mencionado antes se utiliza el color azul y naranja para representarlo.

Se diseñó a Cara de Ángel con una pose cerrada y separada de forma erguida, cosas que resaltan tanto su desconfianza por el mundo exterior, como su ego personal. Este personaje es la mano derecha de señor presidente, por lo que se le dio una vestimenta formal. Para su expresión se decidió utilizar una media sonrisa, pues de esta forma, a diferencia de los otros personajes, se observa que no es amigable del todo y sus ojos al observar hacia arriba, desconectan con el del observador, apoyando su figura como maliciosa.



Leyendas de Guatemala

Leyendas de Guatemala a pesar de tratarse de un cuento con relatos cortos de distintas leyendas, cuenta con una historia principal que sirve como nodo conector entre las mismas, en la cual un personaje conocido como "plumas doradas" relata las historias a otros personajes. Después de una investigación más profunda, se descubrió que este personaje se trataba de "Kukulkán", siendo el equivalente a "Quetzalcoatl" dentro de la mitología maya. Se decidió utilizar a Kukulkán como el personaje para representar este libro, ya que es el que toma el protagonismo como nodo conector en el libro y es lo que tienen en común todas las historias. Se describe a este personaje como una criatura de plumaje dorado, por lo que el color amarillo es el que adorna sus vestimentas.

Kukulkán presenta una pose abierta, con los músculos resaltados, la que ayuda a mostrar su tamaño y su imponencia como dios. Su expresión es amigable y con una mano invita a los lectores a escuchar su historia ya que es el narrador en Leyendas de Guatemala.



Hombres de Maíz

Hombres de Maíz aborda los conflictos del mundo maya y el hombre blanco en distintas formas y hace el uso del término “hombres de maíz” para referirse a los mayas como en el Popol Vuh se les describe. Se optó por realizar un personaje que representara a modo genérico a toda esta cultura, sin representarse de una forma que pudiera parecer sensible, sino de una forma que buscara representar el maíz de una forma más cómica, el cual se observa en su vestimenta.

Para el personaje en hombres de maíz, se utilizó una pose genérica, donde el personaje solo se encuentra de pie, ya que los hombres de maíz, no son un personaje en específico, sino una cultura, por lo tanto, era importante representar una pose en la que cualquiera se pudiera identificar. Adicionalmente, su expresión muestra una sonrisa amigable y bastante relajada, por lo que se presenta como un personaje de confianza y bueno.



Material Publicitario

Afiche

Para Caldeiro (s.f.) se conoce muy coloquialmente a la publicidad como el persuadir para conseguir un bien a cambio. Los afiches son el medio de difusión principal del evento. Por lo que era importante su funcionalidad para la posterior adaptación a otros medios publicitarios.

Considerando el concepto “Descubriendo un mundo de Aventuras”, la temática “El mundo de Asturias” y los tres libros mencionados anteriormente, se decidió que la forma más funcional de representar visualmente y generar interés en el grupo objetivo, sería tomar el evento como el mismo mundo y separar los libros como las distintas partes que lo forman.

Gracias al análisis del grupo objetivo, también se descubrió que la mejor forma de representarlo sería a través de una ilustración que mezclara los estilos Flat y un estilo más detallado, cel shading, como se mencionaba en la fundamentación de los personajes.

El logotipo, toma dentro del afiche el nivel jerárquico más alto, ya que el objetivo de las piezas es dar a conocer el evento. En la parte inferior se encuentran las redes sociales donde se puede encontrar información adicional a la mencionada. Y es importante mencionar también el espacio reservado para los patrocinadores, Filgua trabaja a base de donaciones y los patrocinadores buscan un espacio para su propio logotipo a cambio de las mismas.

El Afiche es el que tendrá mayor difusión, y será visto por más personas, por ello busca dar a conocer el evento FILGUA como tal, como la feria que se realiza en el parque de Industria cada año.

Es importante que la información se vea claramente dentro del mismo, por lo que se ha puesto de una forma bastante grande, con una tipografía serif legible y sin colores que se pierdan dentro de la ilustración.

Ilustración

Para la ilustración del afiche, se buscó realizar algo que pudiera ser adaptable para las demás piezas publicitarias. La ilustración toma la idea de la separación de los tres libros como parte del mismo mundo y lo hace a través de tres niveles diferentes, cada uno representado con los colores asignados para las historias. El orden de superior a inferior, es el mismo que tienen los libros en forma de colores y patrones dentro del logotipo.

En cada uno de los tres niveles se incluyó a los personajes para que se creara un mejor reconocimiento. Cara de Ángel se encuentra “cayendo del cielo” como lo describe Asturias; Kukulcán se observa volando, de esta manera refuerza su imagen como dios; mientras los hombres de maíz se encuentran en el nivel más bajo, reforzando su imagen del hombre común, mientras llevan su vida diaria.

Otro elemento importante, dentro de los dos niveles bajos de la ilustración, es una pirámide Maya, que es un signo de la cultura de la que Asturias tanto habla, y que a pesar de ser cliché para representarlos, es la forma más icónica y funcional, y al tratarse de un grupo objetivo joven, necesario.

Se buscó que la ilustración, a pesar de tener detalle, no sobrecargara el afiche, por lo que todo se trabajó con diferentes tonos de los mismos colores y que a simple vista no robaran la atención.

La ilustración, además, cumple la función de ser atractiva, que como dijo Sagmeister (2016) en su charla “Why Beauty matters”, llama más la atención, genera mayor interés y hace a la gente más feliz.

Filgüa
2017

XIV Feria internacional del libro en Guatemala
El mundo de Miguel Angel Asturias

14 al 23 de julio
Parque de la industria

Entrada Q5.00
GRATIS niños menores de 12 años,
adultos mayores y estudiantes con carnet

www.filgua.com

GREMIAL DE EDITORES DE GUATEMALA



Vallas

Dentro del Parque de la Industria se instalan dos vallas que ayudan a identificar el lugar del evento. Las vallas también se pueden ver desde las calles aledañas al edificio, por lo que sirve no solo como identificación, sino como publicidad para el evento.

El diseño de la valla se realizó en función de que la información fuera lo que más resaltara. Al ser una pieza que se verá de lejos, no hay espacio a la inclusión de mucho detalle en una ilustración, y al ser una pieza que muchas personas solo verán al ir en sus carros, es necesario que puedan leer la información de la manera más rápida y sencilla posible.

El diseño siempre está trabajado utilizando la misma paleta de color, pero sin tomar elementos de ninguno de los libros en específico, ya que su función es la de promover el evento completo. Al igual que en el afiche es importante dejar el espacio para los logos de los patrocinadores.

Filgüa 2017
 XIV Feria Internacional del libro en Guatemala
 El mundo de Miguel Angel Asturias

14 al 23 de julio **9 a.m .a 8 p.m.**

USAC México Plaza Pública TSW La Hora Green Market BARISTA liberty n sur cine GUATEMALA GUATEMALA Crónica SIGLO 21 al día Prens Libre ePeriódico Diario

Filgüa 2017
 XIV Feria internacional del libro en Guatemala
 El mundo de Miguel Angel Asturias

Parque de la Industria

14 al 23 de julio **9 a.m .a 8 p.m.**

USAC México Plaza Pública TSW La Hora Green Market BARISTA liberty n sur cine GUATEMALA GUATEMALA Crónica SIGLO 21 al día Prens Libre ePeriódico Diario

MUPI

Para la difusión del evento, FILGUA generalmente recibe en forma de donativos varios MUPIS alrededor de la ciudad. Para el diseño del mismo, se decidió que el mismo diseño del afiche sería completamente funcional.

La ilustración y los colores sirven como un gancho al interés del público que va en auto, y los pequeños detalles para la gente que va a pie.

El tamaño del logotipo y la información más importante tiene un tamaño que ocupa casi todo el ancho del MUPI, por lo que no genera dificultad al ver cuándo se va en el camino. Y al ser poca información, se termina de leer y procesa rápidamente.



Mantas

Como parte de las piezas a colocarse dentro del espacio que ocupará la feria, se colocarán veinticinco mantas con un autor distinto en cada una.

Se trabajó un machote para tres tipos de mantas distintas, cada una con dos de los colores que conforman la paleta. En esta pieza al igual que en las otras piezas publicitarias, se cuenta con un espacio para patrocinadores.

Las mantas al estar colgadas de lejos, no dan mucho espacio a información extra no necesaria, por lo que se mantienen muy limpias y simples. La tipografía se deja en grande

Las fotos tienen un retoque muy simple, ya que, al ser machotes, para que el cliente los trabaje luego, no se puede dar espacio a error y que se pierda la concordancia con la línea gráfica.

El logo dentro de las mantas, no incluye el texto adicional, sino que se queda en el simple "FILGUA 2017" porque al tratarse de una pieza que se verá de lejos, no tiene espacio para letras que no van a podrán ser leídas por la distancia, además el logotipo simple, proporciona menos peso adicional a la pieza.



Facebook

Para Kabani (2012) Facebook es una plataforma y un medio genial, ya que es contagioso, infeccioso y viral, es por ello que la publicidad en redes sociales se enfocó sobre todo a esta red social. Dentro de las piezas se siguió la línea gráfica establecida y se trató de resaltar sobre todo el lugar y la fecha del evento, además se crearon piezas como posts con conteos regresivos para poder emocionar al grupo objetivo y que realmente se interesen por ir.



Posts en Redes Sociales

Los posts en redes sociales tienen la función de generar expectativa para el evento, al mismo tiempo de difundir el mismo en el grupo objetivo.

Se utilizó de fondo el color amarillo en todos los posts, de manera que se identificara como parte de la misma línea gráfica que se utilizó en las demás piezas. Al ser cinco piezas de expectación, se decidió utilizar una por personaje, las primeras tres y las últimas dos como una presentación más general.

Como producto del proceso de validación, se decidió agregar el nombre de los personajes en las piezas y utilizar las primeras tres que se mencionaron para la presentación de los mismos, ya que el grupo objetivo no conoce al autor y los mismos pueden ayudar a que se interesen por él. Además, los posts que tienen a cada personaje irán acompañados de copias que cuenten un poco sobre la historia de cada personaje para contextualizar al grupo objetivo sobre la procedencia de cada uno.

Adicionalmente se decidió utilizar un segundo color en los posts que ayudara a representar cada una de las historias y de esta manera se identificarán más fácil.



Papelería

Invitación

Para el diseño de la invitación se decidió separarla en tres áreas distintas. Cada una con su propia función.

La primera parte se refiere a la portada, la cual es una adaptación de la ilustración que se utilizó para el afiche. El logotipo se adaptó para ocupar más parte de la ilustración, ya que la invitación tiene un formato más pequeño y es el elemento más importante.

La contraportada da el espacio a los patrocinadores para incluir su logotipo y recibir la publicidad que buscan a cambio de los donativos.

La parte interior de la invitación se encuentra separada en dos partes, gracias al dobléz que tiene al cerrarla.

Tiene como fondo dos de los colores con una ligera textura como se utilizaron para la valla, con el mismo propósito de no referirse a ninguno de los cuentos en específico, sino de mantener la misma línea gráfica y generar interés como parte de un todo.

En la parte derecha de la invitación se encuentra toda la información del evento. Es la primera página que se ve a la hora de abrirla. Se utilizó un marco naranja, que facilitara la lectura, aumentando el contraste con las letras y además generar un mayor interés visual provocando un punto focal.

Del lado izquierdo se utilizó una pequeña ilustración de un árbol, con la intención de atar el diseño con la ilustración, pero sin llenar de información no relevante la página. El árbol se escogió por ser un elemento que no representa específicamente ninguno de los cuentos.



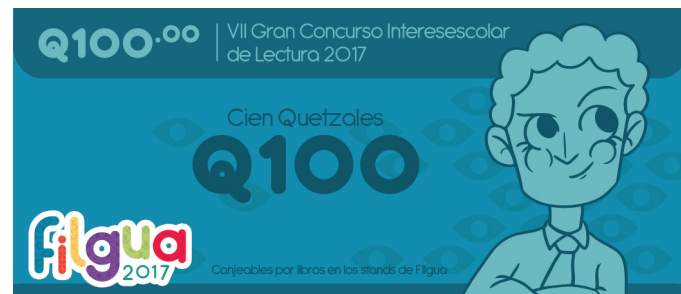
Billetes

Cada año en el concurso de lectura que realiza FILGUA, premia a los niños con billetes de distintas denominaciones que pueden cambiar por material dentro de los días del evento. Las denominaciones son de 10.00, 50.00, 100.00 y 200.00 Quetzales.

El diseño de los billetes se realizó aprovechando los distintos personajes que estaban diseñados para la línea gráfica. Al igual que en los billetes reales, aparece un personaje distinto en cada uno de los billetes. Cabe destacar que adicionalmente se incluyó un personaje basado en el mismo Miguel Ángel Asturias en el billete de más valor.

Para los billetes se tomó como referencia los billetes de quetzal que tenemos, y se incluyó el monto tanto de forma numérica como escrita. Esta pieza al ser entregada directamente a niños, busca ser más dinámica y colorida. Por lo que el logotipo se incluyó en su forma básica, además de que por el tamaño no era conveniente incluir el logotipo con toda la información adicional.

Se incluyó también en el diseño, un pequeño texto que da a conocer la forma en la que usa estos billetes, para evitar posibles confusiones.



Diplomas

El diseño del diploma se realizó teniendo en cuenta el mismo objetivo, que la invitación y las vallas; el presentar la línea gráfica sin aludir a ninguno de los tres libros específicamente, porque los tres tienen la misma importancia, y sin sobrecargar de información la pieza. Se utilizó también el árbol para amarrar la ilustración, sin cargar con toda la ilustración.

El diploma tiene dos variaciones, una para el concurso de lectura, y otra para los expositores; por lo que el diseño es limpio y a pesar de manejar la misma línea gráfica, no pierde la seriedad y no se dirige exclusivamente a los jóvenes y niños.



Gafete

Dentro de las piezas necesarias para llevar a cabo el evento, se encuentran los gafetes, de los cuales hay tres variaciones. Uno para expositores, uno para staff y otro para los escritores.

Al ser tres variaciones, se decidió utilizar en cada una, uno de los tres libros de Asturias, en personajes y color. De esta forma se hace más fácil reconocer a quien pertenece cada gafete y evita confusiones durante el evento.

Al ser un material pequeño, toma suma importancia la legibilidad del logotipo del evento y del nombre del tipo de gafete que se refiere. Los personajes toman un puesto decorativo y sirven para que haya un contrapeso en la simetría de la pieza.



Material Promocional

Playeras

Como parte del material promocional que tiene como objetivo ser vendido los días del evento, además de ser utilizado por el propio staff, son las playeras.

Se decidió realizar playeras, porque son un material sencillo, que todo mundo usa, y que promociona el evento por sí sola, con el simple hecho de ser vestidas.

Al tener como propósito su venta, se decidió hacerlas lo más atractivas posibles, aprovechando los tres personajes y los colores asignados para cada uno de los libros. En estas piezas se incluye el logotipo completo, ya que como se podrán vestir cualquier otro día y fuera del evento, es necesario terminar de amarrar las piezas con la temática del evento.

Como parte de la validación, se descubrió que los niños a pesar, de que les gustan los personajes, no entienden de quienes se tratan, al ser Asturias un nivel de lectura tan avanzado, por lo que se optó por incluir también el nombre del libro en el que aparecen.

De esta forma, cuando el personaje genere interés, se podrá saber de qué libro se trata y buscarlo.



Bolsa

Como parte del material promocional, también se incluye una bolsa, que será entregada a los expositores, además de ponerse en venta los días del evento.

Al igual que las camisas, al tratarse de un artículo que será puesto en venta, era importante asegurar su atractivo.

Se decidió utilizar en la bolsa a los tres personajes juntos, ya que al ser también un elemento de recuerdo que se otorga a los expositores era importante hacer la bolsa con un diseño a manera de cierre de la actividad.



Separadores

Junto con las camisas y la bolsa, los separadores toman la función de ser un material promocional y de generar ganancias para el evento. Su importancia dentro de la estrategia es presentar una opción más económica en lo mismo.

Se pensó en utilizar separadores, ya que refuerzan la idea de la lectura, que es de lo que trata todo el evento. A pesar de que no se venden juntos, se hizo un diseño por cada uno de los personajes, porque aquí los asistentes pueden tomar una decisión sobre su favorito, y se le da una opción al grupo objetivo y tienen sentido de participación.



13. Producción y reproducción

13.1 Especificaciones técnicas

Cantidad	Pieza	Medidas	Soporte y acabados	Sistema de reproducción
1000	Afiche	18x24"	Texcote calibre 12	Impresión digital
30	MUPI	1.20x1.70 mts	Backlight	Impresión digital
1	Valla principal	14x2.50 mts	Lona vinílica con refuerzos en 4 lados y ojete cada 50 centímetros	Impresión digital
1	Valla lateral	7.50x2.50mts	Lona vinílica con refuerzos en 4 lados y ojete cada 50 centímetros	Impresión digital
25	Mantas autores	1.50x2 mts	Lona vinílica con bolsa arriba y abajo, y refuerzo a los lados	Impresión digital
100	Invitación	11x8.5"	Texcote calibre 12, sisa al medio	Impresión digital
140 (100 staff, 20 escritores, 20 expositores)	Gafetes	4.25x5.5"	Texcote calibre 12 resguardados por una funda de plástico	Impresión digital

Cantidad	Pieza	Medidas	Soporte y acabados	Sistema de reproducción
30 (20 información completa y 10 solo nombre)	Diplomas	11x8.5"	Opalina	Impresión digital
80 (20 de cada valor)	Billetes	15.5x6.5 cms	Couché 16	Impresión digital
600 (200 de cada diseño)	Separa libros	6x18 cms	Husky 20	Impresión digital
300 (100 de cada diseño)	Playera	8.5x11"	Playeras de algodón unitalla	Serigrafía
300	Bolsa	11x8.5"	Tela ecológica	Serigrafía
6	Posts facebook	1000x1000 px	Digital	-
1	Cover	1725x769 px	Digital	-
1	Profile picture	350x350 px	Digital	-

13.2 Informe técnico

Guatemala, 20 de noviembre de 2016

Estimada Gabriela Escobar:

El motivo de la siguiente carta es para hacer de su conocimiento las especificaciones técnicas del proyecto realizado "FILGUA 2017", para agilizar el proceso de producción de las piezas se indicará a continuación el orden y nomenclatura de los archivos que encontrará en el CD adjunto:

Dentro de la carpeta encontrará tres carpetas, una para material impreso, otra para material digital y otra que contiene todas las tipografías empleadas.

Dentro de la carpeta de material impreso encontrará una carpeta por cada pieza que se realizó y dentro de ellas podrá encontrar subcarpetas con las piezas finales en formato no editable (.jpg para enviar a impresiones finales) y carpetas con los formatos editables (.psd y .ai) que pueden ser editados en Adobe Photoshop o Adobe Illustrator respectivamente. Cabe mencionar que todas las piezas para impresión tienen colocado un bleed de 0.125 pulgadas.

Dentro de la carpeta de material digital encontrará una carpeta por cada pieza realizada y dentro de ellas encontrará los archivos de imagen optimizados para web en formato .png

FONTS

- Futura Maxi CG:
Futura Maxi CG Bold.otf
Futura Maxi CG Light.otf

- Antipasto:
Antipasto_extrabold.otf
Antipasto_extralight.otf
Antipasto_regular.otf

MATERIAL IMPRESO

- Logotipo:
Logotipo.png
Logotipo-Datos.png
Logotipo-Negro.png
Logotipo-Grises.png

- Personajes:
Cara-De-Angel.png
Hombre-De-Maiz.png
Kukuikan.png

- Afiche:
-Editable:
Afiche.psd
-Impresion:
Afiche.jpg

- MUPI:
-Editable:
MUPI.psd
-Impresion:
MUPI.jpg

- Vallas:
- Valla Principal:
-Editable:
Principal.psd
-Impresion:
Principal.jpg
- Valla Lateral:
-Editable:
Lateral.psd
-Impresion:
Lateral.jpg

- Mantas:
-Editable:
Mantas-Autores.psd
-Impresion:
Manta-1.jpg
Manta-2.jpg
Manta-3.jpg

- Invitación:
-Editable:
Invitacion.ai
-Impresion:
Invitacion-Tiro.jpg
Invitacion-Retiro.jpg

- Gafetes:
-Editable:
Gafetes.psd
-Impresion:
Gafete-Autor.jpg
Gafete-Expositor.jpg
Gafete-Staff.jpg

- Diplomas:
-Editable:
Diplomas.ai
-Impresion:
Diploma-Concurso.jpg
Diploma-Machote.jpg

- Billetes:
-Editable:
Billetes.ai
-Impresion:
Billete-10.jpg
Billete-50.jpg
Billete-100.jpg
Billete-200.jpg

- Separa libros:
-Editable:
Separadores.ai
-Impresion:
Separador-Cara-De-Angel.jpg
Separador-Hombre-De-Maiz.jpg
Separador-Kukuikan.jpg

- Playera
-Mockups:
Cara-De-Angel.jpg
Hombre-De-Maiz.jpg
Kukuikan.jpg
-Impresion:
Cara-De-Angel.jpg
Hombre-De-Maiz.jpg
Kukuikan.jpg

- Bolsa
-Mockup:
Bolsa.jpg
-Impresion:
Bolsa.png

MATERIAL DIGITAL

- Posts de facebook:

Post-1-Dias.png
Post-2-Dias.png
Post-3-Dias.png
Post-4-Dias.png
Post-5-Dias.png
Post-Hoy.png

- Cover:

Cover-FILGUA.png

- Profile picture:

Perfil-FILGUA.png

Cualquier duda estaremos pendientes, por favor comunicarse con Alejandra Pineda al 30079914 o Manuel Martínez al 4277 1769.

Nos suscribimos, atentamente:


Alejandra Pineda


Manuel Martínez

En base a las cotizaciones realizadas (ver anexo 4) se recomiendan los siguientes proveedores para la reproducción de todas las piezas para FILGUA 2017:

Cantidad	Descripción	Precio
1	Logotipo y línea gráfica	Q4,000 ⁰⁰
3	Personajes	Q2,400 ⁰⁰
1	Afiche	Q800 ⁰⁰
1	Adaptación a MUPI	Q100 ⁰⁰
4	Billetes	Q400 ⁰⁰
2	Diplomas	Q150 ⁰⁰
1	Valla 14x2.5mts	Q300 ⁰⁰
1	Valla 7.5x2.5mts	Q100 ⁰⁰
3	Machotes mantas 1.5x2mts	Q200 ⁰⁰
3	Gafetes	Q200 ⁰⁰

1	Invitación	Q100.00
3	Separadores de libros	Q100.00
3	Diseños de playera	Q100.00
1	Bolsa	Q200.00
6	Posts de Facebook	Q600.00
1	Cover para Facebook	Q100.00
1	Profile Picture	Q50.00
1	Validación de las piezas y cambios respectivos	Q500.00
Total		Q10,400.00

13.3 Presupuesto de diseño y reproducción

En base a las cotizaciones realizadas (ver anexo 7) se recomiendan los siguientes proveedores para la reproducción de todas las piezas para FILGUA 2017:

Visión Digital

1000 impresiones full color, en texcote, tamaño 18x24", solo tiro

100 impresiones full color, en texcote, tamaño 8.5x5.5", tiro y retiro, con sisa al medio

140 impresiones full color, en texcote, tamaño 4.25x5.5", solo tiro

30 impresiones full color, en opalina, tamaño 11x8.5", solo tiro

80 impresiones full color, en couché 16, tamaño 15.5x6.5 cms, solo tiro

600 impresiones full color, en husky, tamaño 6x18ccms, solo tiro

TOTAL: Q4,903.00

Se eligió a este proveedor pues a diferencia del otro cotizado, Visión Digital hace un precio especial por la cantidad de impresiones representando Q78,347.00 menos en relación al otro

Print Media:

Impresiones de 30 mupis backlight 1.20x1.70 mts, 25 mantas 1.50x2 mts, 1 manta 14x2.50 mts y 7.50x2.50mts más acabados:

TOTAL: Q10,014.25

Se eligió a este proveedor pues en relación al otro cotizado son aproximadamente Q3,700 menos.

Equilibrium

Impresiones de 300 playeras y 300 bolsas:
Q12,300.00

Se eligió a este proveedor pues a pesar de ser 300 quetzales más que el otro proveedor cotizado, la calidad de la serigrafía que este ofrece es superior.

14. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Se creó la imagen visual para el evento FILGUA 2017 la cual incentivará a los preadolescentes y jóvenes guatemaltecos a conocer la actividad e interesarse en ella. Todo el material se realizó a través del concepto “Descubriendo un mundo de aventuras”, por medio de este concepto no se encerró el diseño a representar gráficamente los libros o las letras literalmente, sino solo a los viajes o experiencias que provoca leer un libro y a los mundos que crea Miguel Ángel Asturias en sus obras.

Gracias a los elementos gráficos, personajes y colores utilizados dentro de la línea gráfica creada, se puede lograr interesar al grupo objetivo sobre el evento pues la imagen visual desarrollada adapta las obras de Asturias a un grupo objetivo con un conocimiento nulo de sus obras y del nivel avanzado que las obras de este autor representan.

Se realizó material publicitario y promocional para FILGUA 2017 que capta la atención del grupo objetivo mencionado anteriormente, y así los incentiva a conocer sus actividades y asistir al evento. Por medio de ilustraciones en el afiche, en los posts de redes sociales y en los promocionales, se logró interesar al grupo objetivo en asistir al evento, en la lectura y en leer las obras de Asturias.

Recomendaciones

Al realizar material para grupos objetivos complejos como preadolescentes, se recomienda observar sus gustos gráficos por medio de la investigación de sus programas animados favoritos.

Es importante al momento de diseñar para un evento cultural, investigar a profundidad la temática para poder obtener detalles interesantes que podrían aportar elementos al material.

Al trabajar con un cliente con poco presupuesto para reproducir las piezas, se recomienda proponer piezas con pocos troqueles o acabados que aumenten el costo de los mismos.

Diseñar con temáticas complejas como es la literatura de Asturias, se debe tratar de adaptar la temática de acuerdo a la edad del grupo objetivo buscando utilizar personajes aventureros, formas dinámicas, colores complementarios en tonos vibrantes y tipografías amigables que capten su atención.

Referencias

Anónimo (s.f.) **Miguel Ángel Asturias, Premio Nobel de Literatura en 1967**, extraído el 28 de Agosto de 2016 de <http://mundochapin.com/2011/08/miguel-angel-asturias-guatemala-1899-paris-1974/772/>

Arias, A (s.f.) **Señor Presidente: Amor y Sentimentalidad como Tropo de la Unidad frente a la Dictadura**, extraído el 28 de Agosto de 2016 de <http://www.literaturaguatemalteca.org/arias26.html>

Artlum (2010) **La ilustración en los libros infantiles**, extraído el 12 de Noviembre de 2014 de <http://catalogo.artium.org/dossieres/4/cuentos-imaginados-el-arte-de-la-ilustracion-infantil-en-construccion/introduccion/la-il>

Blanchard D (19 de Septiembre de 2011) **Cel Shading** Obtenido el 29 de Enero de 2017 de <https://blanchardspace.wordpress.com/2011/09/19/cel-shading-tecnica-3d/>

Caldeiro, G. (s.f.) **¿Qué es la publicidad?**, extraído el el 10 de Febrero de 2016 de <http://publicidad.idoneos.com/336224/>

Camara de industria de Guatemala (s.f.) **Gremial de editores de Guatemala**, extraído el 20 de agosto de 2016 de <http://cig.industriaguatemala.com/institucional/gremiales/gremial-de-editores/>

Carracedo, F. (s.f.) **¿Qué es la ilustración editorial?**, extraído el 12 de Noviembre de 2014 de <https://fcarracedo.wordpress.com/que-es-la-ilustracion-editorial/>

Caydett (2011) **Tutorial de Cel Shading** Obtenido el 29 de Enero de 2017 de <http://caydett.deviantart.com/art/Cel-Shading-Tutorial-270935090>

CDC Multilingual Services (31 de Agosto de 2016) **“Adolescentes jóvenes (12 a 14 años)”** Obtenido el 14 de noviembre de 2016 de <http://www.cdc.gov/ncbddd/spanish/childdevelopment/positive-parenting/adolescence.html>

Diez, J. (2015, mayo 2) **Twitter: Qué significa Trending Topic, palabra de actualidad en los medios, y herramientas para identificarlos** [mensaje en un blog]. extraído de: www.avanteservices.com/es/blog/?p=350

Escobar G. (10 de agosto de 2016). Entrevista personal

Entrevista sobre Filgua y su historia

Escobedo, J. (2006) **Asturias**, extraído el 29 de Agosto de 2016 de <http://www.literaturaguatemalteca.org/Asturias.html>

Fotonostra (s.f.) **Diseño publicitario**, extraído el 10 de Febrero de 2016 de <http://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>

Galicia, N. (7 de Octubre de 2015). **Dos premios Nobel para Guatemala**. Prensa Libre. Disponible en <http://www.prensalibre.com/hemeroteca/dos-premios-nobel-para-guatemala>

Gamma Servicios Integrados, S.A. pronto será EXPLICO (2014) **Estudio de Usos, Actitudes y Satisfacción con Filgua** [Folleto]. Guatemala.

González A. Prieto D. (2009) **Manual de publicidad, Madrid: ESIC Editorial**.

Guerra, I. (2007) **La utopía del alma nacional en Leyendas de Guatemala (1930) de Miguel Ángel Asturias**. (Tesis de maestría). Universidad de Sonora, Sonora, México. Disponible en <http://www.maestriaenliteratura.uson.mx/wp-content/uploads/2010/10/IvanGuerraTesis.pdf>

Gremial de Editores de Guatemala, (s.f.) **Cómo nació la Gremial de Editores** [Folleto] Guatemala: Autor

Gremial de Editores de Guatemala, (s.f.) **La Feria Internacional del Libro en Guatemala, Filgua** [Folleto] Guatemala: Autor

Kabani, S. (2012) **El Zen del Social Media Marketing. Madrid**, ANAYA Multimedia. 3ra. Edición.

Lago, M. (s.f.) **Sobre Miguel Ángel Asturias y su obra "Hombres de maíz"**, extraído el 2 de Septiembre de 2016 de <http://www.auroraboreal.net/literatura/ensayo/2105-sobre-miguel-angel-asturias-y-su-obra-hombres-de-maiz>

Lockwood, M. (2011). **Promover el placer de leer en la Educación Primaria**. Madrid: Ediciones Morata.

Red Gráfica Latinoamérica (2013) **La Ilustración infantil y juvenil** Obtenido el 29 de Enero de 2017 de <http://redgrafica.com/La-Ilustracion-infantil-y-juvenil>

Rodríguez, I. (2014) **Campañas originales en Instagram**. Extraído el 11 de noviembre de 2016 de <http://www.40defiebre.com/campanas-originales-instagram/>

Rosales, P. (2010) **Estrategia digital, como usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia**, Barcelona, España. Ediciones Deusto.

TheCobardes.com (s.f.) **¿Qué es la Ilustración plana o ilustración vectorial?** Obtenido el 29 de Enero de 2017 de <http://www.thecobardes.com/blog/que-es-la-ilustracion-plana-vectorial-flat-illustration>

Uribe, R. et al. (2012). **Las ferias del libro Manual para expositores y visitantes profesionales**. Madrid, España: CERLALC.

Extraído de http://www.cerlalc.org/files/tabinter-no/2f0015_Ferias_Digital.pdf

Vega E. (1989) **Fundamentos de diseño gráfico**, Anaya Multimedia. Madrid, 1989. ISBN 84-7614-220-X. capítulo 5 Disponible en <http://www.eugeniovega.es/paidos/brand.pdf>

Villaba, S. (2016) **Las ferias del libro ¿cuál es su finalidad?**, extraído el 28 de Agosto de 2016 de <http://ineverycrea.mx/comunidad/ineverycreamexico/recurso/las-ferias-del-libro-cual-es-su-finalidad/062e8f99-6890-4901-af17-a92de64064f8>

Villegas, M. (2016) **La importancia de la imagen en eventos**, Disponible en <https://prezi.com/njcrslpxlhts/la-importancia-de-la-imagen-en-eventos/>

ANEXOS

1. Instrumento acercamiento a grupo objetivo

Evaluación de Grupo Objetivo

INSTRUCCIONES: Buenos días, somos estudiantes de Diseño gráfico de la Universidad Rafael Landívar, y deseamos conocer tus preferencias en las siguientes preguntas. Subraya la respuesta que consideres correcta o que llame más tu atención. Tu opinión es importante, responde con toda sinceridad.

NOMBRE: _____

EDAD: _____ GRADO: _____

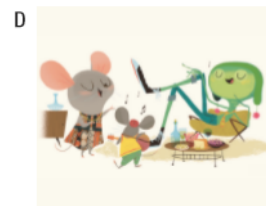
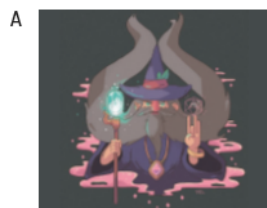
NIÑA_ NIÑO_

1. ¿En qué zona o municipio vives?

2. ¿Qué grupo de colores llama más tu atención?



3. ¿Qué dibujo prefieres?



3. ¿Qué tipo de letra llama más tu atención?

- a. FERIA DEL LIBRO 2017
- b. FERIA del Libro 2017
- c. FERIA del Libro 2017
- d. FERIA del libro 2017

4. ¿Te gusta leer?
SÍ NO

5. ¿Sobre qué te gusta leer?
A. Aventuras
B. Historia
C. Fantasía
D. Amor

7. ¿Qué libros conoces de Miguel Ángel Asturias ?
A. El señor presidente
B. Leyendas de Guatemala
C. Hombres de maíz
D. Todas las anteriores
E. Ninguna de las anteriores

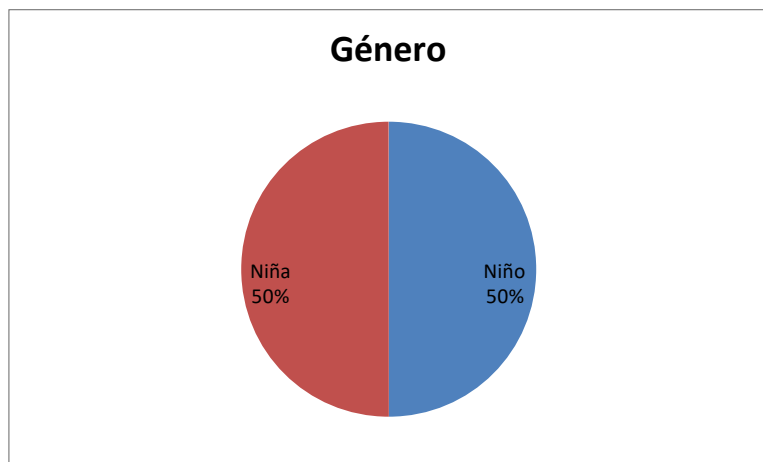
8. ¿Conoces sobre la Feria internacional del libro de Guatemala - FILGUA?
SÍ NO

9. ¿Has ido a la Feria internacional del libro de Guatemala - FILGUA?
SÍ NO

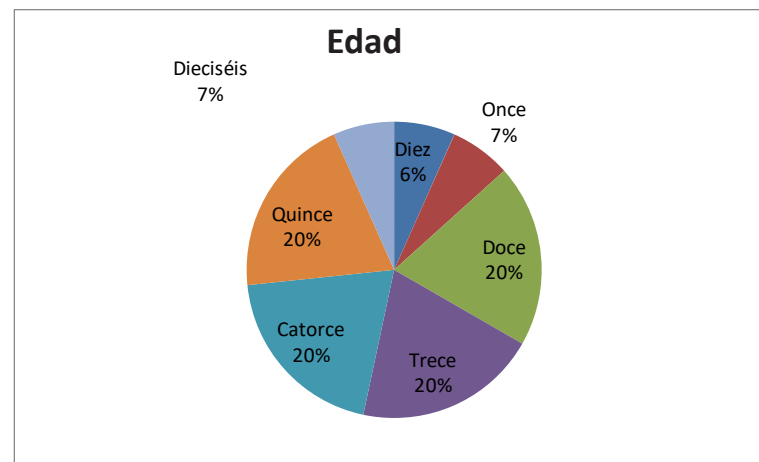
10. ¿Con quién has ido a FILGUA?
A. Con el colegio
B. Con mi familia



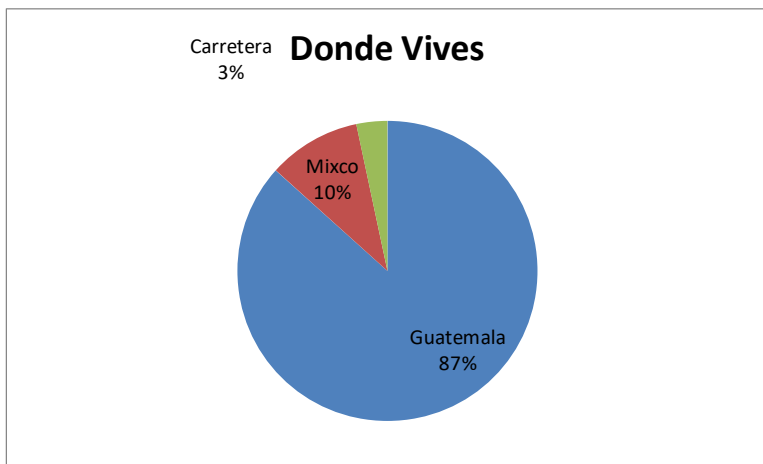
2. Resultados encuestas Grupo Objetivo



Se pasaron 30 encuestas, de las cuales 15 las respondieron niños y 15 niñas. Exactamente la mitad.



El 80% de los encuestados tenían de 12 a 15 años

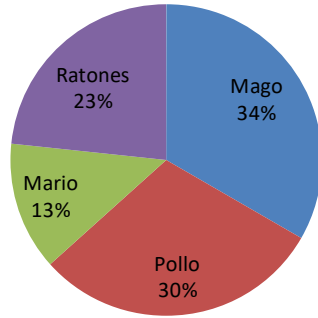


Casi el 90% de los encuestados viven en el municipio de Guatemala, la mayoría de ellos en Zona 15 pero en general en zonas muy variadas.



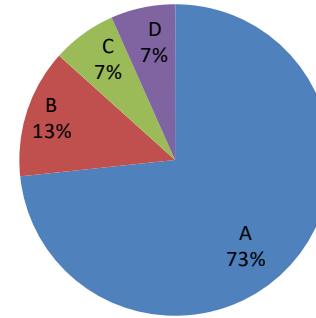
La paleta B, conformada por colores primarios fue la más escogida, mientras la A la menor. D y C quedaron en segundo lugar, por lo que se pueden utilizar de apoyo.

Que ilustración te gusta



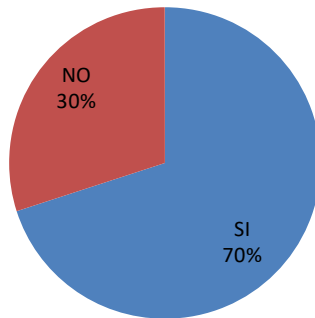
La mayor cantidad de encuestados escogió la ilustración del mago, seguido por muy poco del pollo, por lo que se pueden mezclar elementos de ambas ilustraciones.

Que tipografía te gusta



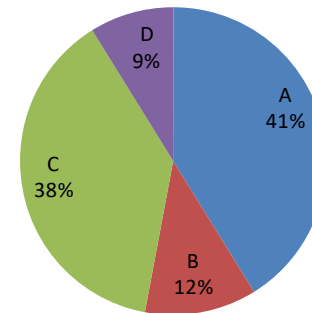
En la tipografía ganó la Opción A por mucho, por lo que las tipografías a usar deben reflejar el mismo sentimiento.

Te Gusta leer

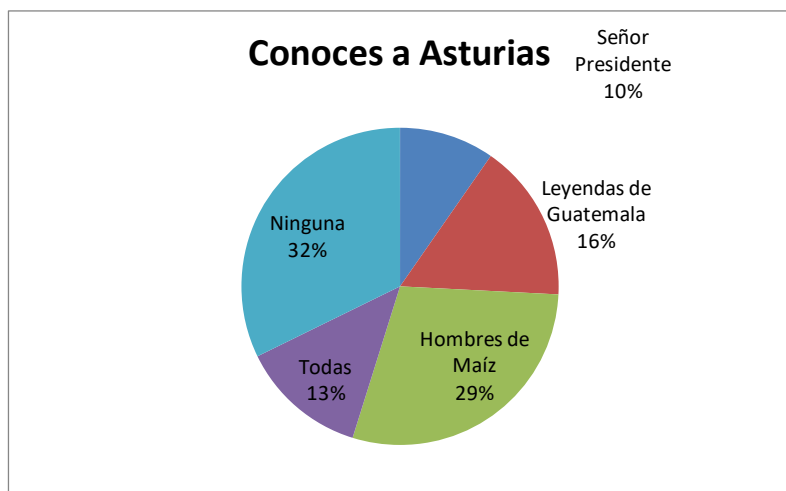


A la mayoría de niños les gusta leer, pero sus gustos son muy variados.

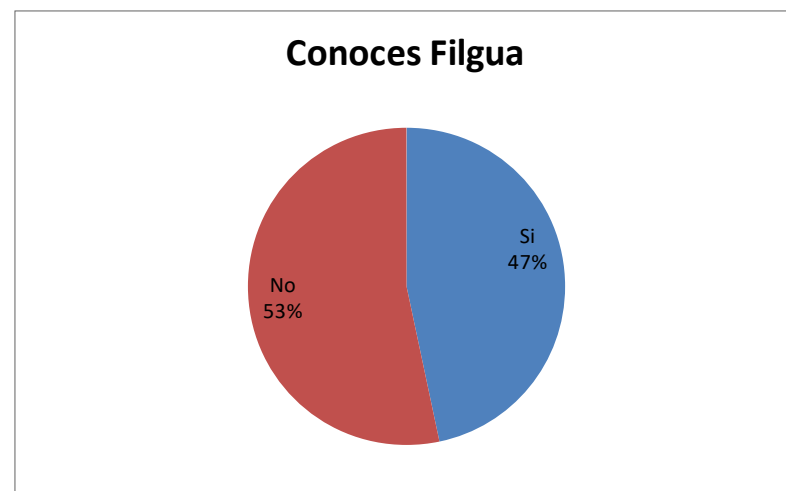
Sobre que lees



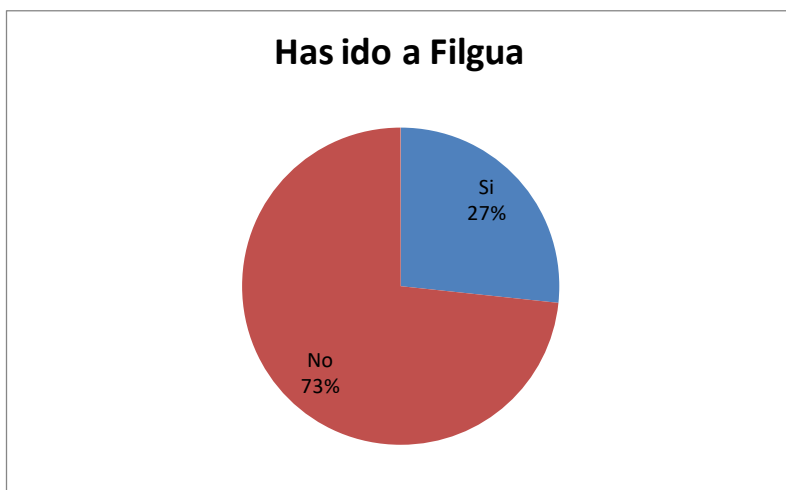
Aventura y Fantasía fueron las opciones más escogidas, por lo que el enfoque a utilizar en la línea, debe ir dirigido a esto.



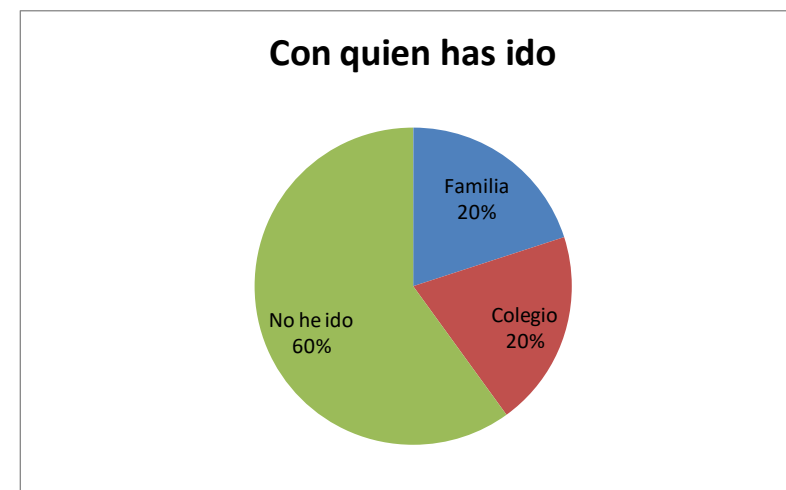
La mayoría de niños no conoce nada de Miguel Ángel Asturias, por lo que las referencias a sus libros deben ser muy amenas para despertar su interés.



Casi la mitad de los encuestados no conoce de Filgua, por lo que darlo a conocer es una prioridad.



Casi 3/4 de los niños encuestados nunca ha ido a Filgua. Es necesario generar interés.



De los que han ido a Filgua, exactamente la mitad ha ido por el colegio y la mitad por su familia.

3. Técnicas de conceptualización

Relaciones Forzadas FILGUA

- | | |
|---------------------|-----------------|
| 1. granizadas | 1. tren |
| 2. justicia | 2. flor |
| 3. libros | 3. imaginación |
| 4. paginas | 4. fuego |
| 5. realidad | 5. color |
| 6. maíz | 6. vista |
| 7. leer | 7. cuerpo |
| 8. premio | 8. movimiento |
| 9. mundo | 9. lentes |
| 10. feria | 10. biblioteca |
| 11. niño | 11. viaje |
| 12. conocimiento | 12. tacto |
| 13. literatura | 13. mapa |
| 14. letras | 14. cultura |
| 15. Guatemala | 15. caja |
| 16. entretenimiento | 16. maravilloso |
| 17. descubrir | 17. exponer |
| 18. aprender | 18. océano |
| 19. escritura | 19. vida |
| 20. ideas | 20. cartón |

Frasas

- viaje imaginativo
- mundo expuesto al color
- viaje de conocimiento
- movimiento de ideas y letras
- literatura maravillosa
- Descubriendo la cultura en el maíz
- paginas llenas de imaginación
- Aprendiendo del viaje de las letras
- mapas de color en el mundo de letras

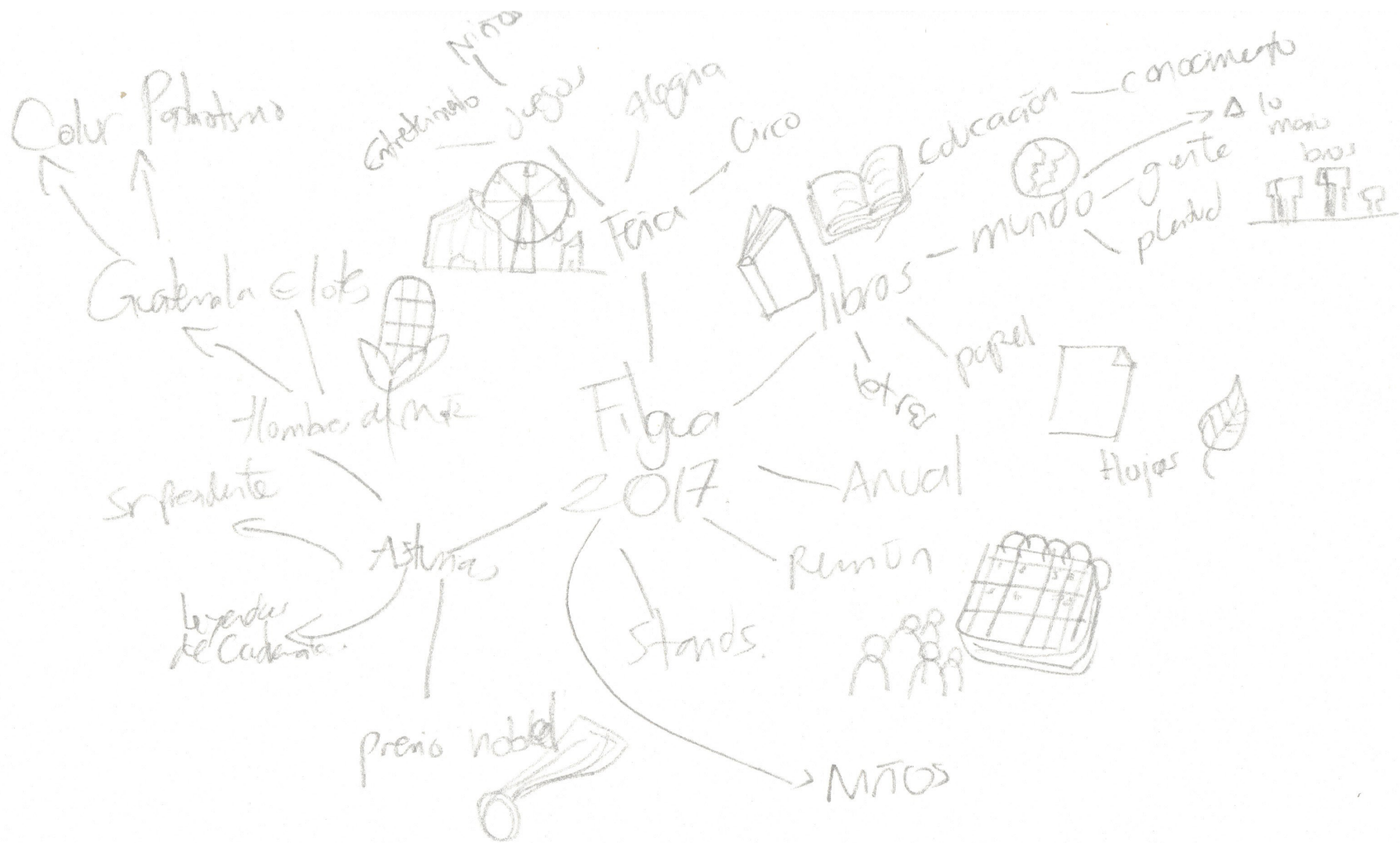
Conceptualización:
FILBVA 1017

Opuestos

- Colorido - monocromático
- alegría - tristeza
- atractivo - aburrido
- lectura - analfabetismo
- analfabeto - letrado
- variado - mismo
- dinámico - estático
- sonrisas - lagunas
- Único - genérico
- emoción - aburrimiento
- Feria - seminario
- activo - quieto
- Fantasía - realidad
- animado - aburrido
- mundo - universo
- niño - adulto
- educación - deserción
- gusto - disgusto
- aventura - monótono
- Interés - desinterés

FRASES opuestas

1. Mundo de aventuras lectoras
2. Fantasía de educación
3. Aventura lectora
4. Realidad colorida
5. Aventura variada
6. Animada lectura colorida
7. Feria emocionante
8. Coloreando un mundo de aventuras
9. Dinamismo infantil
10. Educando un mundo lector



Disruption

1. ¿Qué tal si hubieran calles interactivas en el evento?



2. ¿Qué tal si adaptáramos los libros de Atnas para niños?



3. ¿Qué tal si hubiera actores disfrazados?

4. ¿Qué tal si el evento estuviera dividido en "mundos"?

5. ¿Qué tal si regaláramos souvenirs?

6. ¿Y si se hiciera un BTL?

7. ¿Y si los niños no se sientan identificados con los libros?

8. ¿Qué tal si inspiráramos el mundo de Atnas en un mundo de videojuegos?

9. ¿Qué tal si fueran que completan sus mundos para pasar al otro?

10. ¿Y si cada mundo fuera su propio personaje y color?

11. ¿Qué tal si



Frases

1. El mundo de los libros.

2. El color de la literatura.

3. Patrimonio de papel.

4. El papel del color.

5. ~~Los~~ Letras patrotas.

6. El Mundo de los niños.

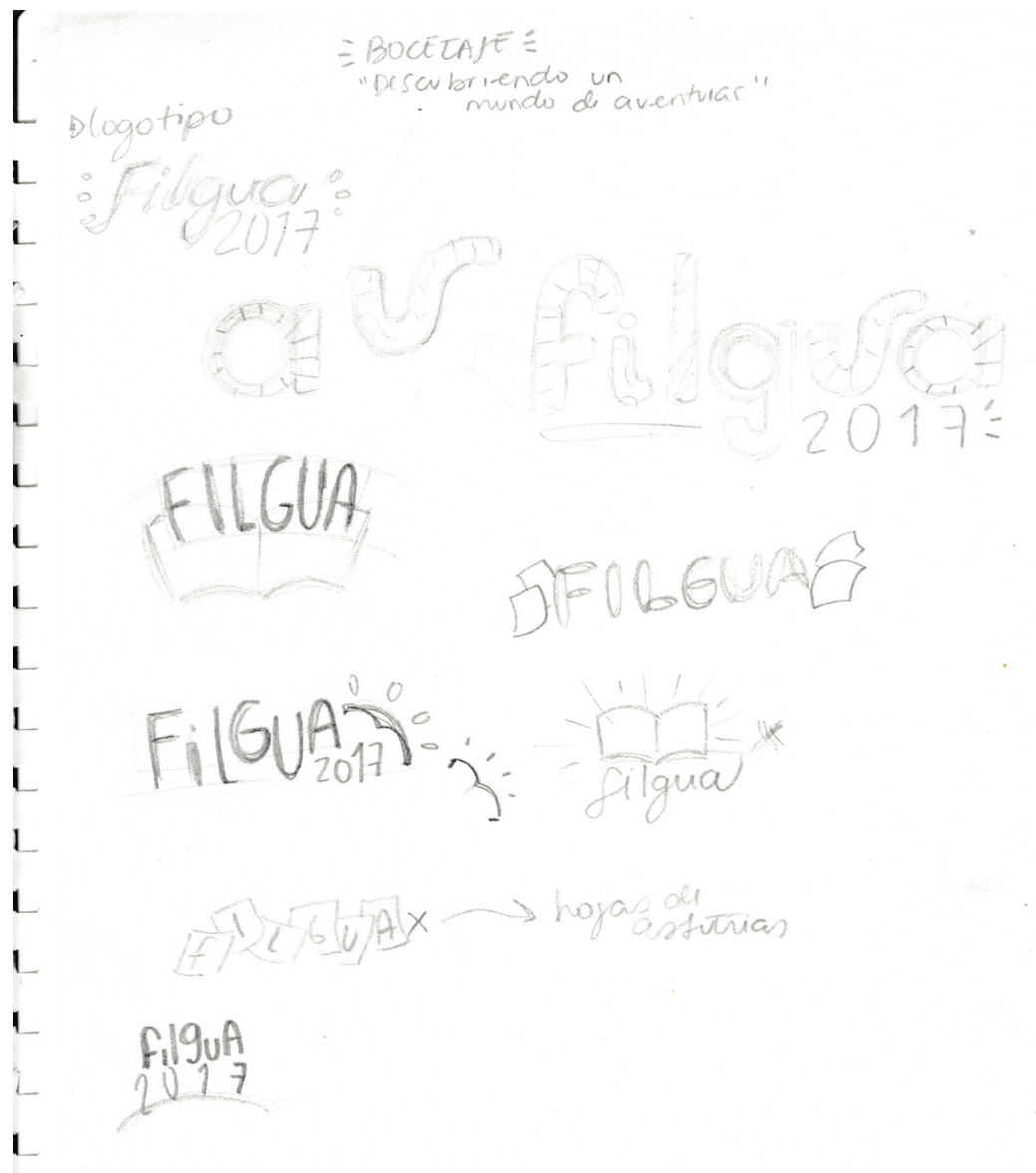
7. Feria de conocimiento.

8. El premio es leer.

9. La alegría mundos de nuestro lector.

10. Juventud de color.

4. Proceso de bocetaje



Logotipo - Filgua 2017

J+OS
7:15

Concepto: Desubiendo un muro de cartón

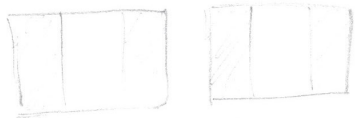


Handwritten signature or initials.



Iconos
texturas

El Señor presidente



- BANDERAS -



- CASAS -
- enojo
- tirano



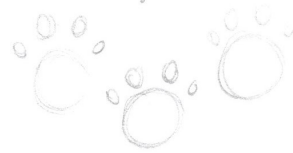
- ojos -
observa



- alas -
CARA DE ANGEL



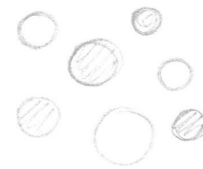
LEYENDAS
De Guatemala



- Cadejo -
serpiente



- Sombrero -
Pelota



Hombres
de maíz



- maíz -

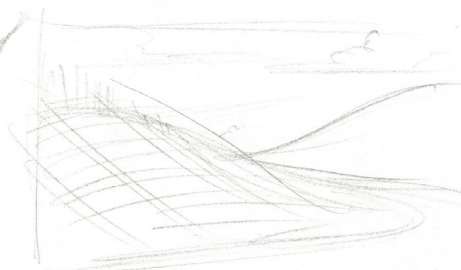
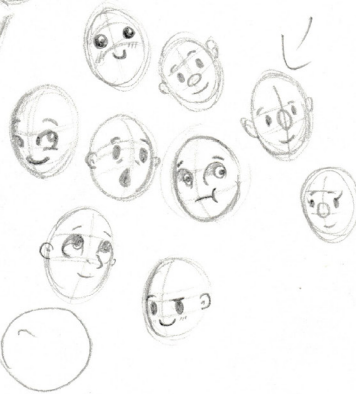
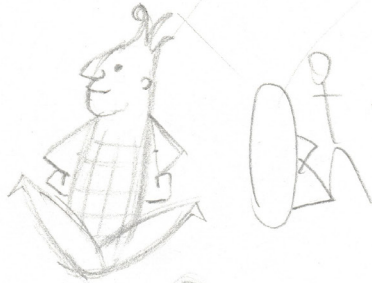


CAFE = \$



+SIMPLE

Hombres de Maiz.



Legendas de Guatemala.

Creo de oro → ~~Tukulkan~~ o quetzalcoatl

Nombre blanco

¿mitad serpiente y humano?



Señor presidente.

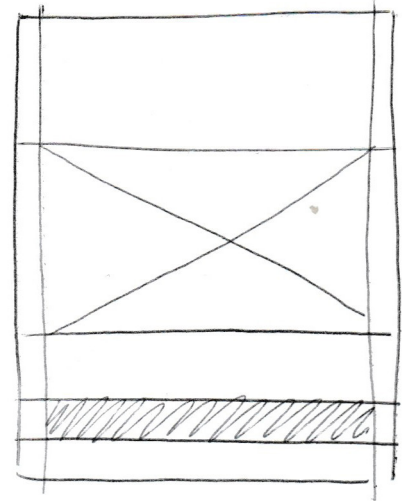
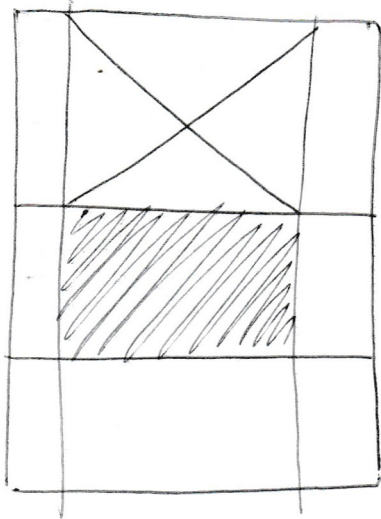
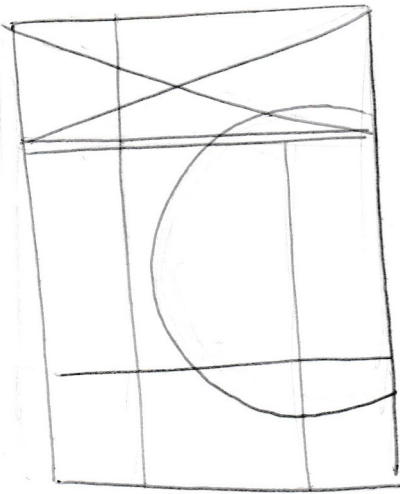
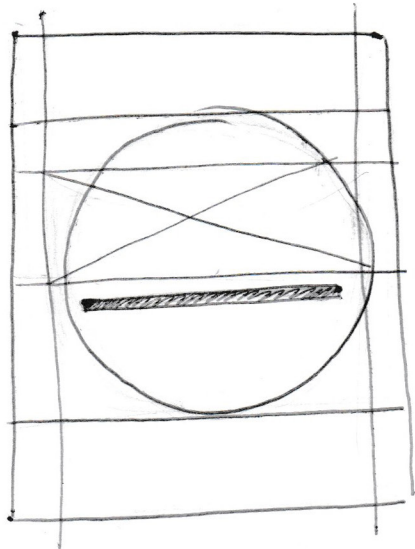
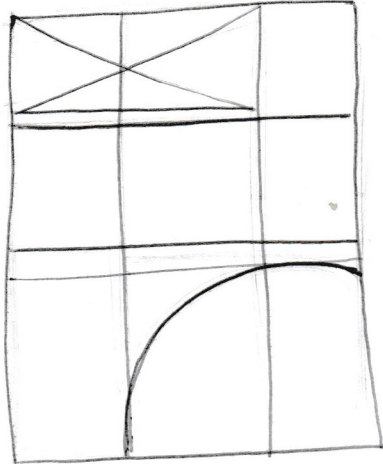
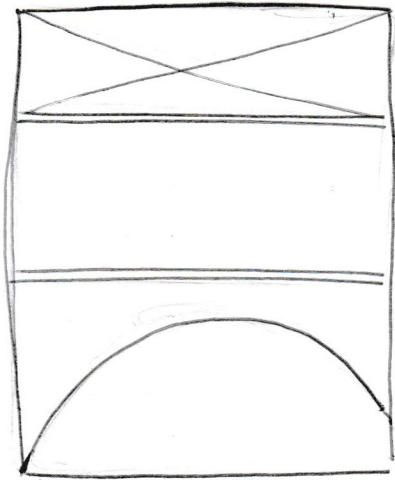
Cara de
Ángel

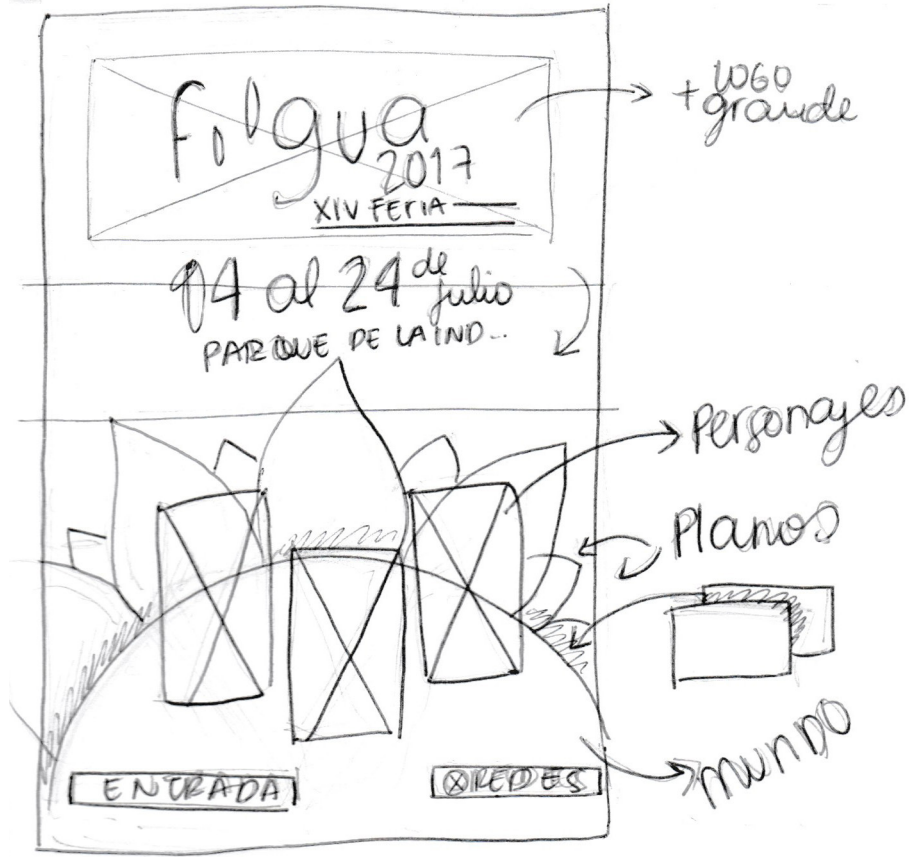


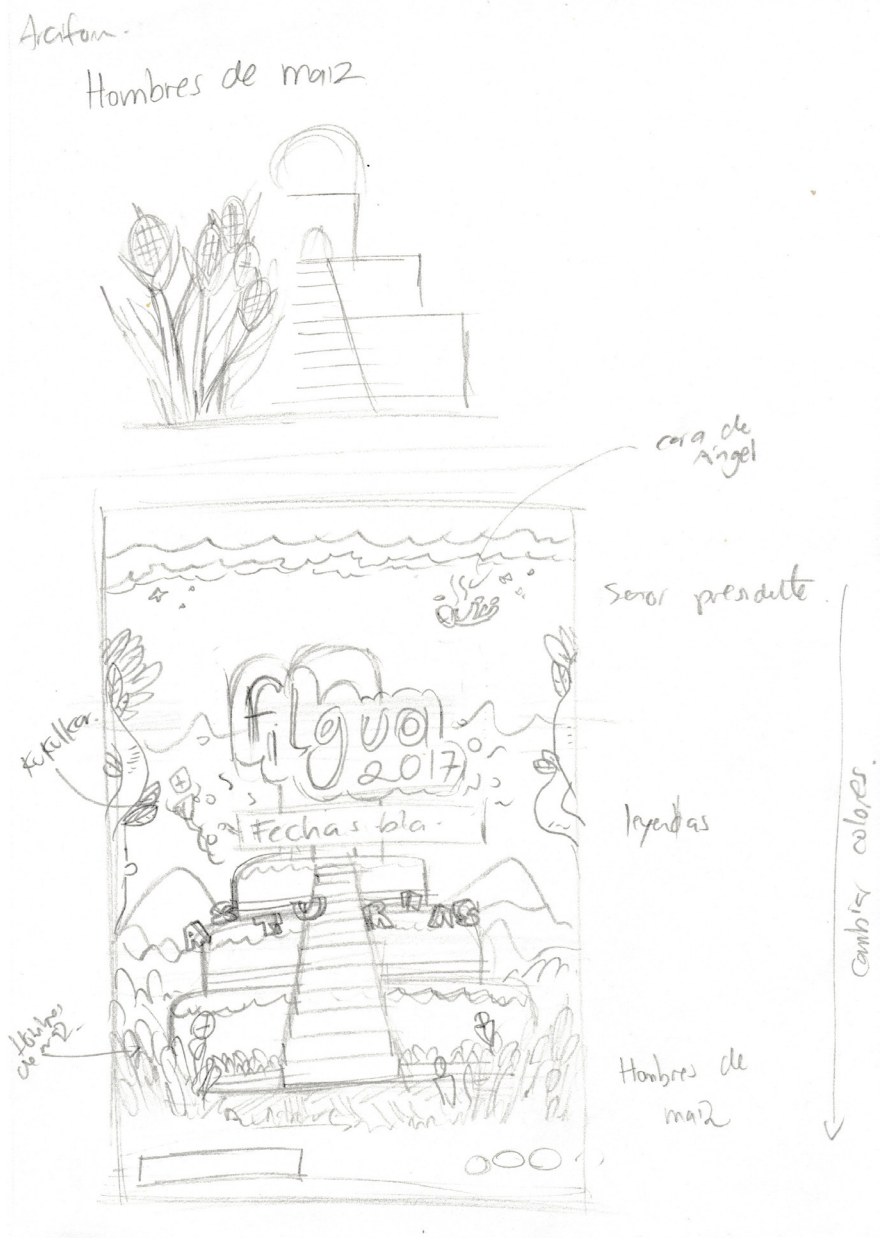
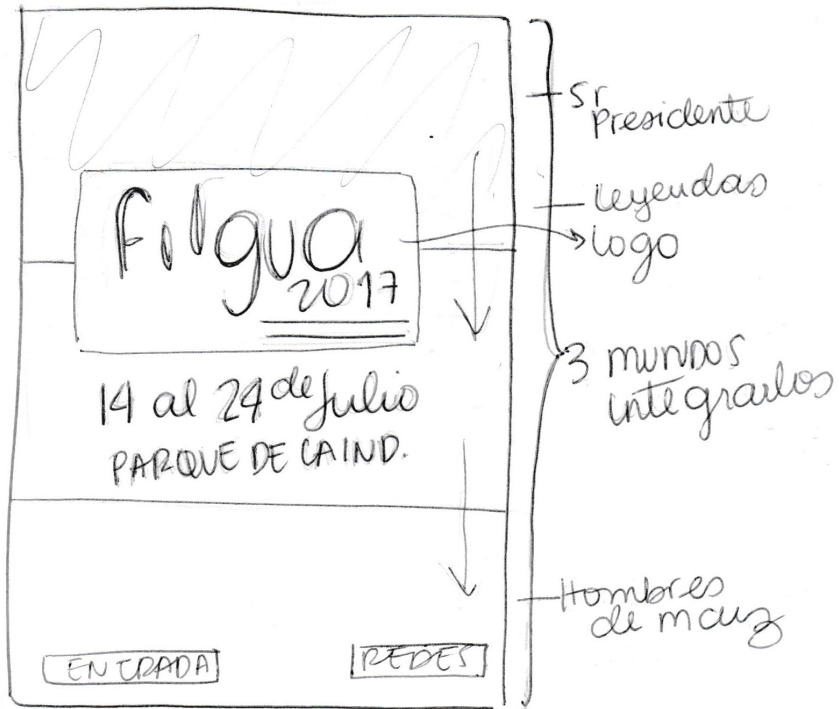
Astoria



- RETÍCULAS -







5. Instrumentos de validación

Validación - Grupo Objetivo

¡Hola!, en esta ocasión necesitamos tu ayuda para la validación de un proyecto elaborado en el curso Síntesis III de la Universidad Rafael Landívar para la Feria Internacional del libro en Guatemala (FILGUA 2017).

El material que evaluarás es el logotipo del evento, los personajes y el póster principal. **FILGUA 2017 tendrá como tema: "El mundo de Miguel Ángel Asturias"** (Aunque nunca hayas leído el trabajo de Miguel Ángel Asturias quisieramos saber tu opinión sobre si te gustó lo que realizamos).

INSTRUCCIONES: En base al material que se te mostró subraya la(s) respuesta (s) que más reflejen tu opinión sobre el material.

1. Los colores te transmiten..



- a. diversión
- b. aventura
- c. aburrimiento
- d. civismo

2. El logo...



- a. llama mi atención
- b. me parece aburrido
- c. no hace que me den ganas de ir
- d. hace que quiera saber más de FILGUA

4. El tipo de letra de los datos de información...

14 al 23 de julio
Parque de la Industria

- a. puedo leerlos fácilmente
- b. me son indiferentes
- c. me parecen interesantes
- d. no los puedo leer bien

5. Los personajes...



- a. son lindos
- b. hacen que todo se vea mas alegre
- c. no entiendo que son
- d. quisiera que fueran distintos

6. El póster...

- a. no me parece atractivo
- b. me gusta y llama mi atención
- c. podría ser mejor
- d. me recuerda a un libro sobre aventuras

NOMBRE: _____

CUÉNTANOS QUE TE PARECIÓ.



Instrumento Grupo Objetivo

Validación - Expertos en el tema

Buenos días, en esta ocasión solicitamos su colaboración en la validación del proyecto elaborado en el curso Síntesis III de la Universidad Rafael Landívar para la Feria Internacional del libro en Guatemala (FILGUA 2017).

El material a validar es el logotipo del evento, personajes y el póster principal.
FILGUA 2017 tendrá como tema: "El mundo de Miguel Ángel Asturias"

El material está dirigido a niños y jóvenes guatemaltecos de 10 a 15 años de edad.

GUÍA DE ENTREVISTA

1. **¿Que le transmiten los colores utilizados en el material?** Ej. diversión, aventura, fantasía, etc.
2. **¿Le parece que el logotipo es sencillo de comprender?¿Considera que llamará la atención de los niños y jóvenes por el movimiento en las letras y el uso de texturas?**
3. **¿Le parece bien la tipografía empleada en la información o considera que no es legible para los niños y jóvenes?**
4. **Los personajes utilizados, ¿considera que harán que los niños y jóvenes se sientan atraídos hacia las obras de Miguel Ángel Asturias?**
5. **¿Las ilustraciones empleadas en el material le parecen acertadas?¿Cree que contribuirán a que los estudiantes quieran asistir a FILGUA?**
6. **Si conoce o ha leído las obras de Miguel Ángel Asturias ¿Comprende fácilmente las obras fueron usadas como base para representar el mundo de Miguel Ángel Asturias?**
Obras utilizadas: "El señor Presidente", "Leyendas de Guatemala", "Hombres de maíz"

NOMBRE Y CARGO, _____

COMENTARIOS, _____

Instrumento Expertos en el tema

Validación - Expertos en diseño

Buenos días, en esta ocasión solicitamos su colaboración en la validación del proyecto elaborado en el curso Síntesis III de la Universidad Rafael Landívar para la Feria Internacional del libro en Guatemala (FILGUA 2017).

El material a validar es el logotipo del evento, personajes y el póster principal.

FILGUA 2017 tendrá como tema: "El mundo de Miguel Ángel Asturias"

El grupo objetivo al que está dirigido el material son niños y jóvenes guatemaltecos de 10 a 15 años de edad. Las piezas se trabajaron bajo el concepto:

"Descubriendo un mundo de aventuras"

INSTRUCCIONES: Subraye la(s) respuesta (s) que más reflejen su opinión sobre el material.

1. La paleta de color refleja...



- a. diversión
- b. aventura
- c. aburrimiento
- d. civismo

2. El logotipo

- a. es poco legible
- b. refuerza el concepto
- c. no lo relaciono con la temática
- d. es adecuado para el grupo objetivo

3. Las texturas del logotipo

- a. aportan dinamismo al logotipo
- b. son poco interesantes
- c. hacen que el logotipo sea más atractivo
- d. no son necesarias

4. La tipografía de los datos de información

- a. no son legibles
- b. no se evidencia el uso de jerarquías
- c. la información se entiende perfectamente
- d. el grupo objetivo podrá leerlo fácilmente

5. Los personajes

- a. son atractivos y aportan mucho a la imagen gráfica del evento
- b. no los relaciono con la temática de Asturias
- c. son una buena adaptación para niños de los personajes de Asturias
- d. no son apropiados para el grupo objetivo

6. La ilustración de fondo

- a. es adecuada y atractiva para el grupo objetivo
- b. refuerza el concepto
- c. no evidencia fluidez y es difícil de comprender
- d. es atractiva y se relaciona con la temática

7. En base a las ilustraciones y personajes, ¿Qué 3 obras de Asturias cree que fueron utilizadas como base para la creación del "Mundo de Miguel Ángel Asturias"?

- a. Los cuentos del cuyito
- b. El señor Presidente
- c. El papa verde
- d. Leyendas de Guatemala
- e. Hombres de maíz

NOMBRE, _____

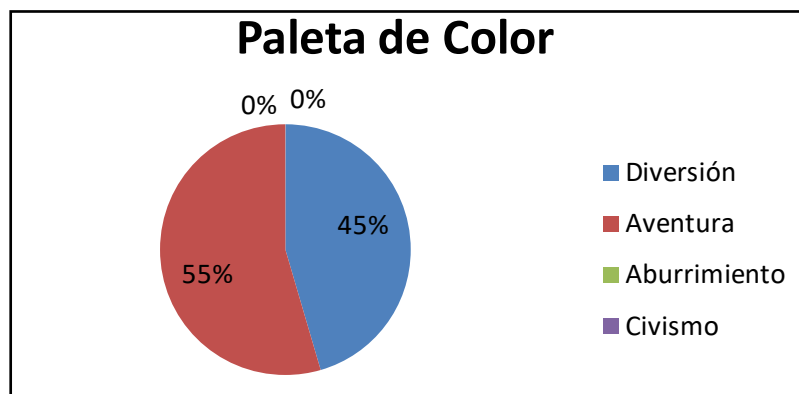
CARGO, _____

COMENTARIO, _____

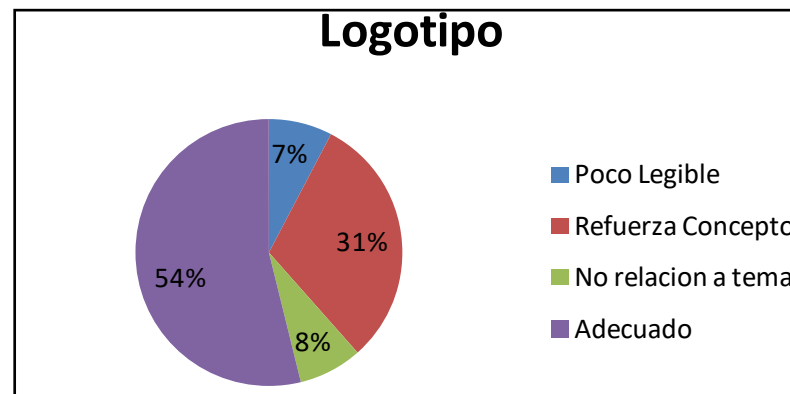
Instrumento Expertos en diseño

6. Gráficas de validaciones

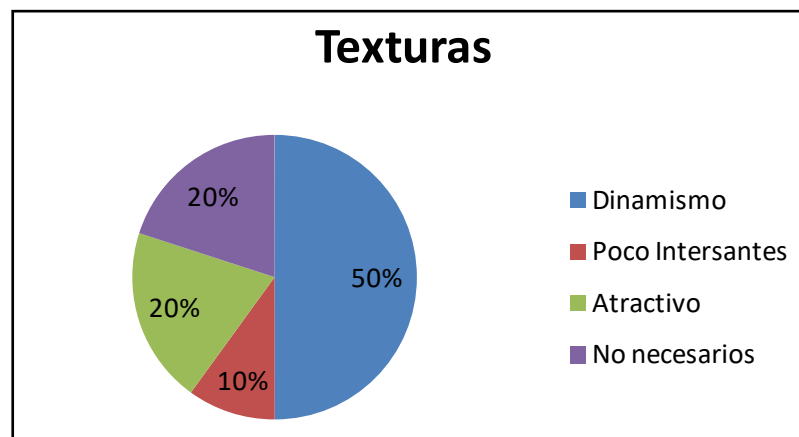
Expertos en Diseño Gráfico



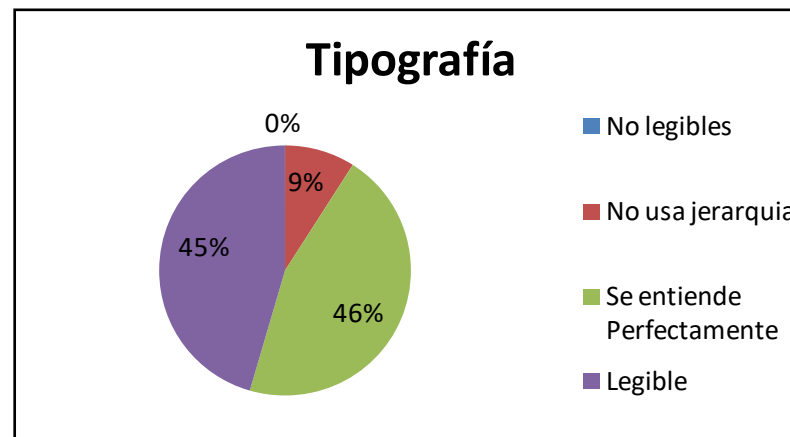
Todos los resultados se encuentran entre Diversión y Aventura. Resultado buscado con la exploración al grupo objetivo.



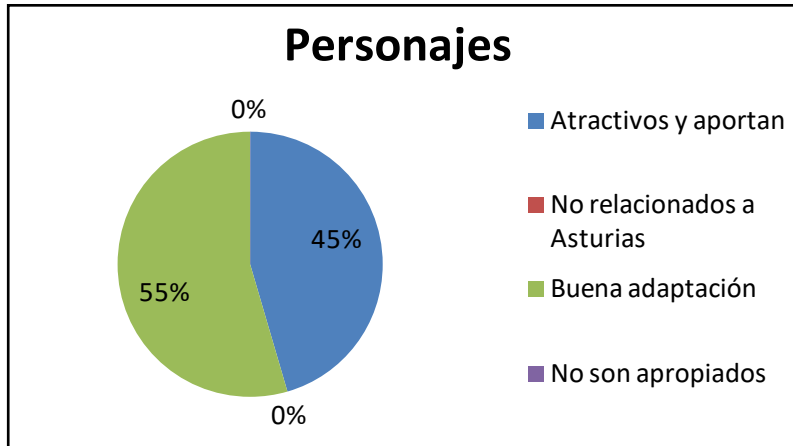
Más del 80% de los encuestados confirman la funcionalidad del logotipo, con sólo un diseñador expresando problemas con el mismo.



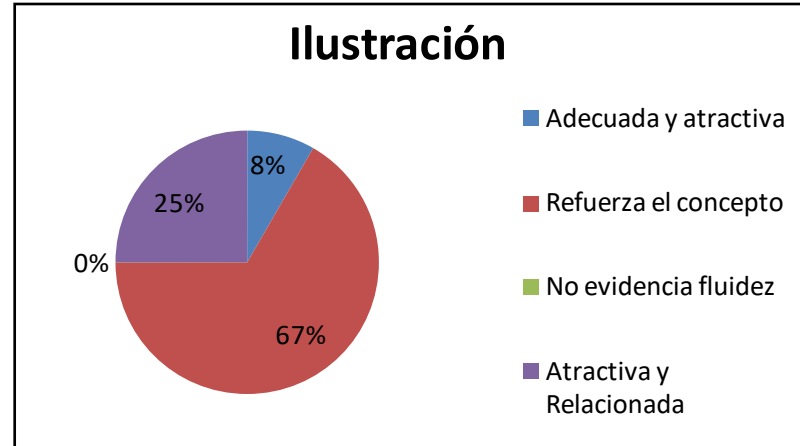
Más de la mitad de los encuestados concuerdan con que las texturas agregan al logotipo, mientras solo un 30% opinan que no son necesarios.



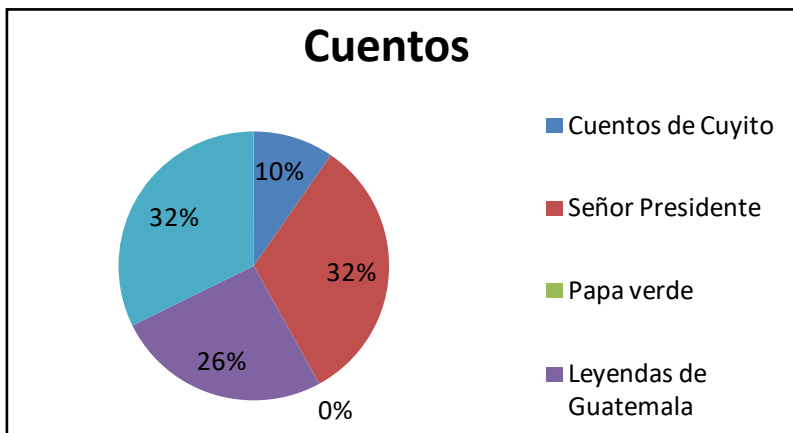
Más del 90% de los encuestados concuerdan con la legibilidad de la tipografía. Nadie se queja de que no se lea.



Todos los encuestados están conformes con los personajes.

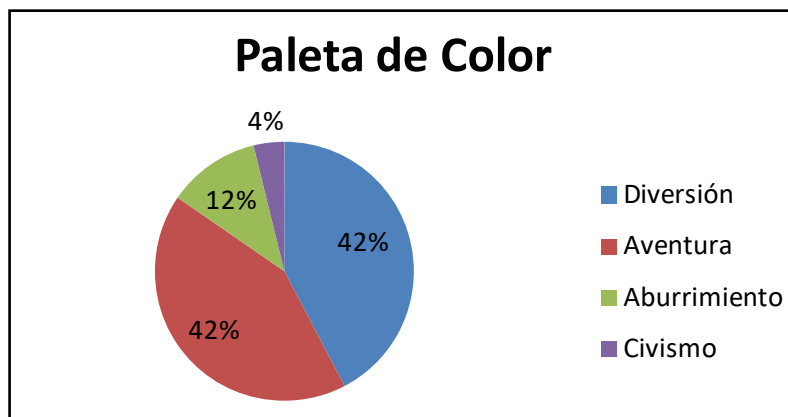


Ningún encuestado tuvo problema con la ilustración.

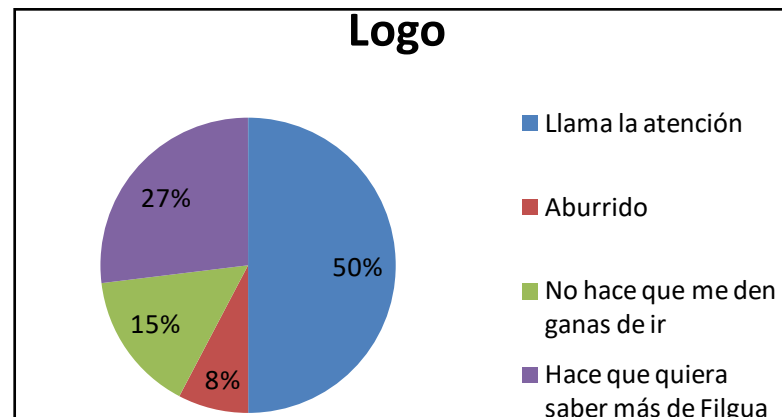


Casi todos los encuestados lograron identificar los cuentos de Asturias en base a la línea gráfica.

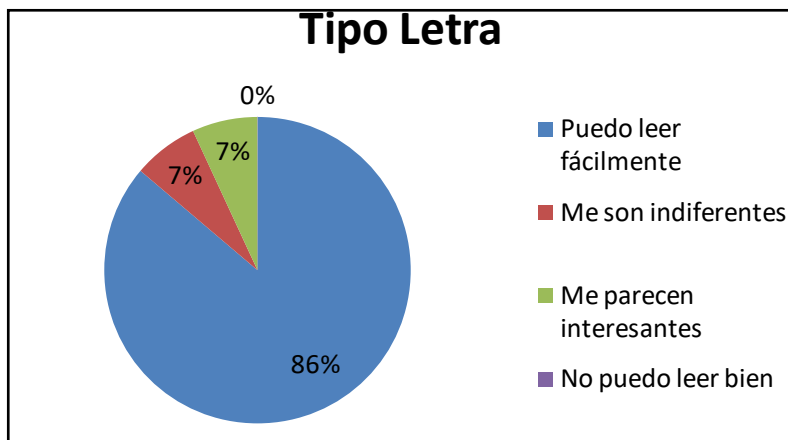
Grupo Objetivo



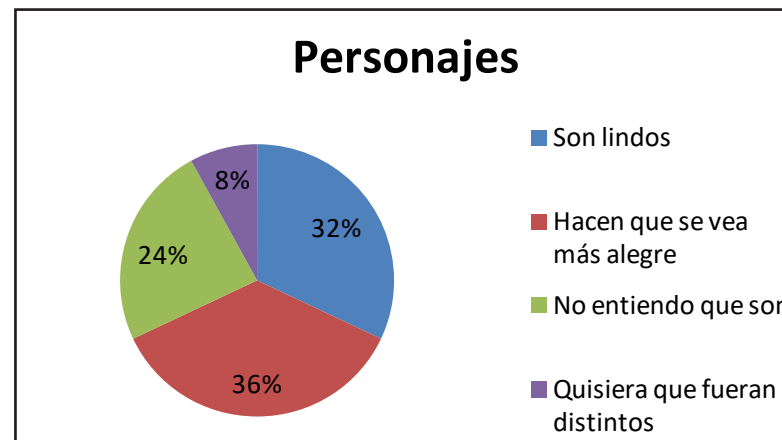
Se evidencia una diferencia con la opinión de los diseñadores gráficos. Sin embargo, aventura y diversión tienen 42% cada una, empatando en primer lugar.



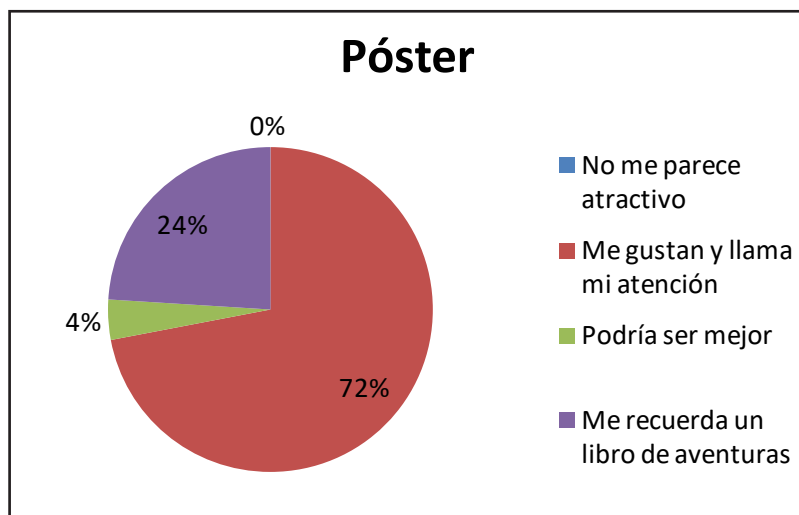
Más del 70% de los niños opinan que el logotipo es interesante y los incita a aprender más del evento. Solo el 8% piensa que es aburrido.



El 86% indicó que puede leer fácilmente todos los textos, y al resto le parecieron interesantes. Ningún niño presentó dificultad para leer y comprender la información.



El 36% indicó que los personajes hacen que el material se vea más alegre y el 32% que son lindos, sin embargo algunos no los comprendieron debido a que no conocen la literatura de Asturias.



Ningún niño encuestado opinó que el afiche era poco atractivo y solo el 4% opina que podría ser mejor. En general la opinión sobre el afiche es muy positiva, casi tres cuartos de los niños opina que les gusta y los incita a conocer más.



11 Av. A 13-02 zona 2, Ciudad Nueva • Guatemala PBX:
22674904

Cliente:
Contacto: Alejandra Pineda

No. Cotización: 25417
Fecha: 25/04/2017
Forma de pago: Trámite de cheque

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
25	Mantas de 1.50 x 2 mts con bolsa arriba y abajo y refuerzo en los laterales	Q 105.00	Q 2,625.00
1	Manta de 14 x 2.50mts con refuerzo en los 4 lados dentro del área con ojete cada 50cm	Q 1,225.00	Q 1,225.00
1	Manta de 7.50 x 2.5mts con refuerzo en los 4 lados dentro del área con ojete cada 50cm	Q 656.25	Q 656.25
30	Mupis en backlight, medida 1.20 x 1.70 mts	Q 183.60	Q 5,508.00
Nota: Esta cotización tiene validez por 15 días		TOTAL	Q 10,014.25



Guatemala, 21 de ABRIL del 2,017
Ref. Coti. IM. 163-17

Licenciada:
ALEJANDRA PINEDA
Graphic Designer
Presente

Respetable licenciada Pineda:

Reciba atentos saludos en nombre de nuestra empresa **HEPIME DEGUATEMALA, S.A.**
Esperando que al recibo de la presente se encuentre con éxito en sus labores cotidianas.
El motivo de la presente es someter a su amable consideración nuestra cotización para **IMPRESIÓN DIGITAL FULL COLOR.**

DESCRIPCION				PRECIO TOTAL
Cant	Material	Medida	Valor c/u	
25	LONA VINILICA Impresa con tintas de alta calidad full color bolsa arriba abajo y refuerzo a los lados	1.50 x 2.00	Q. 150.00	Q. 3,750.00
01	LONA VINILICA Impresa con tintas de alta calidad full color refuerzo 4 lados y ojete cada 50 cm	14 x 2.50	Q. 1,750.00	Q. 1,750.00
01	LONA VINILICA Impresa con tintas de alta calidad full color refuerzo 4 lados y ojete cada 50 cm	7.50 x 2.50	Q. 750.00	Q. 750.00
30	MUPIS BACKLIGHT Impresos con tintas de alta calidad full color	1.20 x 1.70	Q. 250.00	Q. 7,500.00
TOTAL				Q. 13, 750.00

FORMA DE PAGO:

A CONVENIR

TIEMPO DE ENTREGA:

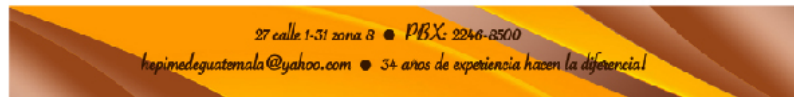
A CONVENIR

Sírvase enviar vía fax 2440-2696 / hepimedeguatemala@yahoo.com esta cotización al momento de ser aprobada, firmada y sellada, para proceder con los trámites de fabricación a la mayor brevedad posible.

Atentamente,
HEPIME DE GUATEMALA, S.A.

Alexander Mazariegos
Gerente de Operaciones y Movimientos
alexitomazariegos@yahoo.com
Cel 5203-4266 / 2246-8506

"38 Años de Experiencia, hacen la Diferencia"





Bvld. Centro Médico Militar 15.51
Zona 17, Local 1, Comerciales Fátima
Teléfonos: 2255-8398 / 3057-4384
equilibrium.creatividad@gmail.com

COTIZACION

NOMBRE: Alejandra Pineda DIA 21 MES 11 AÑO 2016

DIRECCION: Ciudad TELEFONO: 3007-9914

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT.	TOTAL
300	Bolsas ecológicas tamaño 8.3"x11.7" impresa a full color tiro	Q.17	Q.5,100
300	Playeras verdes, serigrafiadas a full color, varias tallas	Q.24	Q.7,200
TOTAL EN LETRAS Doce mil trescientos quetzales		TOTAL Q.	Q.12,300

FORMA DE PAGO

Contraentrega

TIEMPO DE ENTREGA

4-5 días hábiles

Firma comprador aceptante

Firma proveedor aceptante

Por favor revisar los precios y si está de acuerdo con ellos, favor firmar la cotización para proceder con el diseño o la producción.

Cotización
A-0001236

SERIGRAFIA PUBLICITARIA

12 Av. 4-35 zona 19, Col. La Florida
Teléfono: 59182416
mafeerarevalo@hotmail.com



NIT	Cliente	Fecha	Ciudad
C/F	Alejandra Pineda	24/05/2017	Guatemala
Teléfono	Dirección	Email	T. Pago
30079914	Ciudad	Ale.gdesigner@gmail.com	Contado

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
300	Bolsas ecológicas impresas a full color	Q16.00	Q4,950
300	Playeras impresas a full color, tallas surtidas	Q23.50	Q7,050
TOTAL Q.			12,000

Nota: el tiempo de entrega son 8 días hábiles y con un 50% de anticipo en forma de depósito.

Esperando que el contenido de la presente sea de su utilidad, me pongo a sus órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

María Fernanda Arévalo