

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

INVESTIGACIÓN: Diseño de los recursos digitales educativos E-stelares de Editorial Santillana para el nivel básico en el área de Ciencias Sociales. ESTRATEGIA: Imagen visual Booktubers Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

BARBARA RENTZ MAGARIÑO
CARNET 11019-12

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Diseño de los recursos digitales educativos E-stelares de Editorial Santillana para el nivel básico en el área de Ciencias Sociales. ESTRATEGIA: Imagen visual Booktubers Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
BARBARA RENTZ MAGARIÑO

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2018
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

MGTR. PATRICIA DEL CARMEN VILLATORO CASTILLO DE PAZ

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. FRANCISCO ARMANDO HIDALGO RUIZ
LIC. KAREN COSENZA ARANGO
LIC. MARÍA ORDOÑEZ GARZA

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y Diseño
Diseño Gráfico
Portafolio Académico
Lcda. Claudia Aquino



IMAGEN VISUAL BOOKTUBERS GUATEMALA



Bárbara Rentz Magariño
Carné: 1101912
Sección: 01

Guatemala, 24 de noviembre del 2017

▶ CARTA DE ASESORES



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

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

Reg. No. DG.107-2017

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veinticinco días del mes de enero
de dos mil dieciocho.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **BÁRBARA RENTZ MAGARIÑO** con
carné **1101912** 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).

Mgtr. Patricia Villatoro
Asesor Proyecto de Investigación

Lic. Michelle De León
Asesor Proyecto Digital

Lic. Claudia Aquino
Asesor Proyecto de Estrategia

▶ CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031332-2018

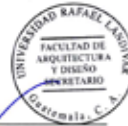
Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante BARBARA RENTZ MAGARINO, Carnet 11019-12 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0326-2018 de fecha 28 de junio de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado

INVESTIGACIÓN: Diseño de los recursos digitales educativos E-stelares de Editorial Santillana para el nivel básico en el área de Ciencias Sociales. ESTRATEGIA: Imagen visual Booktubers Guatemala.

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

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 28 días del mes de junio del año 2018.




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

▶ ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Familiarización con el cliente.....	3	12. Validación.....	143
2. Necesidades.....	4	13. Gestión de la implementación de diseño.....	152
3. Objetivos.....	5	13.1 Propuesta Final y fundamentación	153
4. Marco de Referencia.....	6	14. Producción y Reproducción.....	172
4.1 Información del cliente.....	7	14.1 Especificaciones Técnicas.....	173
4.2 Información del tema.....	29	14.2 Presupuesto de diseño y reproducción.....	174
5. Contenido Teórico de Diseño.....	33	15. Conclusiones y recomendaciones.....	175
6. Comprensión del Grupo Objetivo.....	49	16. Referencias Consultadas.....	178
7. Gestión del Proceso de Diseño.....	52	17. Anexos.....	182
7.1 Contenido del material Gráfico.....	53		
8. Diseño de concepto.....	55		
8.1 Técnicas conceptuales.....	56		
Fundamentación de la idea.....	63		
Concepto Final.....	64		
9. Codificación del Mensaje.....	65		
9.1 Visualización.....	66		
10. Planeación de Medios.....	74		
11. Bocetaje para definir Propuesta Preliminar.....	83		

▶ INTRODUCCIÓN

Promover el hábito de la lectura debería de ser una meta educativa que todos tendrían que proponerse y aunque en los colegio y escuelas se otorgue un espacio dedicado a ello, una parte es obligación de las personas al continuar haciendolo ya que se logran desarrollar muchas otras habilidades, tales como, la creatividad, desarrollar una opinión, instruirse sobre ciertas temática y finalmente sobrepasar horizontes intelectuales y que ayuden a mejora la calidad de vida.

En Guatemala, el porcentaje de personas que mantiene el hábito de la lectura es bajo y hoy en día con la tecnología, el acceso a la información es más fácil y sencilla, ya que se encuentran resúmenes de libros y lo jóvenes se evitan el tener que recurrir a la lectura. Muchas persona opinan que la tecnología aleja aún más esta meta, sin embargo hoy en día muchos libros, en especial de temáticas juveniles, ha sido aptadas a las películas y aunque para unos puede ser negativo ya que es un tipo de resumen, este fenómeno a logrado motivar a los jóvenes y buscar los libros de la películas y su continuación, dejando de lado el mito sobre

En todo el mundo ha surgido el el fenómeno llamado "booktuber", estas personas autodidáctas, las cuales en su mayoría son jóvenes, que cuentan con un canal en youtube dedicado a su pasión por lo libros, entre las actividades que realizan están las reseñas, bookhaul (libros recién adquiridos), booktags (temáticas para relacionar diversos libros), entre otros.

En Guatemala el fenómeno ha crecido y muchos los jóvenes que logran motivar a las personas, sin embargo muy pocas logran

saber que es un booktuber y aun más lamentable no conocen a los booktuber en Guatemala, por lo cual se debe promover la causa y pasión de estos jóvenes por la lectura y ayudar a Guatemala a mejorar esta parte educativa/cultural que falta en la sociedad y que mejor manera de motivar a los jóvenes que utilizar la tecnología y un libro al mismo tiempo.

A raíz de esto, se debe realizar una intervención gráfica que permita reconocer a esta comunidad de jóvenes en Guatemala y publicitar su causa para generar más jóvenes emprendedores. Para ello es necesario realizar un logotipo que identifique a la comunidad, material publicitario y promocional que de a conocer a los integrantes de la comunidad y las diversas actividades que realizan.



FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE Y EL PROYECTO



▶ 1. FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE

ELEMENTO	CONTENIDO
Introducción	"Lectores Chapines" es una comunidad que existe desde 2008. Inició como club de lectura y mientras fue creciendo se convirtió en una comunidad.
Empresa	"Lectores Chapines" es una comunidad que busca que las personas compartan opiniones, ideas y comentarios sobre libros, por lo que promueven espacios de lectura y actividades para disfrutar la misma, teniendo reuniones mensuales en restaurantes de la ciudad.
Cliente	Son guatemaltecos de la ciudad, mujeres y hombres entre 20 y 30 años de edad. Su nivel socioeconómico pertenece al segmento C1, según Multivex 2015
Competencia	En su mayoría existen clubes de lectura como los de Sophos y Comelibros, pero ninguno es una comunidad.
Posicionamiento	Se quiere llegar a un grupo objetivo más joven, por medio de la tecnología, creando una sección especial para este segmento.
Reto de diseño	Se busca crear una imagen joven y moderna de la sección "BooktubersGT" que alcance a un grupo objetivo juvenil y fomentar la lectura.
Medición del Éxito	Se basará en el aumento de jóvenes que se unan a los BookTubersGt; también por medio de las donaciones por parte de patrocinadores; por último el aumento de seguidores en los canales de youtube y videos compartidos.
Plan del Programa	Como primera etapa dar a conocer la existencia de la comunidad Booktubers en Guatemala. Luego, aumentar el numero de booktubers. Después lograr patrocinios para booktubers.
Presupuesto	Se maneja de manera equitativa, las personas participantes de la actividad aportan lo que se necesita o lo que pueden para llevar acabo las actividades. Pero para este proyecto el presupuesto es de Q4,250.

▶ 2. NECESIDAD

- 2.1** “Lectores Chapines”, es una comunidad lectora que promueve la lectura como un placer y derecho por medio de espacios de lectura y actividades. Dicha entidad carece de un reconocimiento entre su público potencial para su nueva sección “BooktubersGT”, cuyo propósito es hablar sobre libros en youtube, que incentiven a los guatemaltecos jóvenes a leer de forma habitual y poder disfrutar de ello. Al mismo tiempo se necesita lanzar el proyecto y tener presencia en redes sociales.
- 2.2** Por otro lado, los dirigentes de “Lectores Chapínes” no cuentan con un medio para comunicarse constantemente con los integrantes de la comunidad.

3. OBJETIVOS

- 3.1** Crear la imagen visual para la nueva sección "Booktubers" en el canal Youtube que ayude a reconocer a la comunidad y permita el crecimiento de la misma.
- 3.2** Proponer el material publicitario y promocional que promueva a la comunidad para que se dé a conocer en Guatemala, especialmente entre jóvenes de 20 a 30 años.
- 3.3** Desarrollar material informativo para los integrantes de la sección "Booktubers", que otorgue una retroalimentación sobre el material que realizan, sin la necesidad de una reunión presencial.



4. MARCO DE REFERENCIA



▶ 4.1 INFORMACIÓN DEL CLIENTE

4.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL CLIENTE

Según la información obtenida de la página web de Lectores Chapines (en red/2016) está es una comunidad de lectores en Guatemala que fomentan la lectura como un entretenimiento y derecho de las personas.

Busca que las personas compartan opiniones, ideas y comentarios sobre libros; por lo que promueve espacios de lectura y actividades para disfrutar la misma. A continuación se presentan los propósitos de la comunidad:

Misión

Hacer que todos los guatemaltecos puedan disfrutar el placer de leer.

Eslogan

Tus amigos que leen.

Logotipo



LECTORES CHAPINES

Logotipo actual de los Lectores Chapines

Referencia: <http://lectoreschapines.com/>

4.1.2 BREVE HISTORIA DE LA COMUNIDAD

Siguiendo la información obtenida de la página web, Lectores Chapines (en red/2016) lo relata de la siguiente forma:

Su comienzo se da el 9 de diciembre de 2008, al inicio solo era un club de lectura desarrollado en internet en cual discutía sobre diversas historias y escritos. Los creadores de la comunidad son Omar Velásquez e Iván Mendoza.

Luego de 6 meses de crear el club se empezó a realizar reuniones fuera de la página web las cuales eran relajadas y amigables, poco a poco estas reuniones presenciales se realizaron cada mes en algún restaurante de la ciudad de Guatemala. A las reuniones se sumaron diversas actividades como la convocatoria de diferentes escritores guatemaltecos para presentar su trabajo y conocerlos personalmente.

3 años pasaron y Lectores Chapines se volvió una comunidad ya que la cantidad de miembros había aumentado. Actualmente la comunidad se centra en mejorar las actividades consiguiendo aumentar sus integrantes aún más transformándose ahora en un "movimiento civil de lectores".



4.1.3 ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Continuando con la información obtenida de la página web, Lectores Chapines (en red/ 2016) desarrolla las siguientes actividades en la comunidad y las describen de la siguiente forma:

a. Reunión de Lectores (#ReuniónDeLectores)

Se realizan cada mes y en ellas realizan diversas actividades como conversar sobre libros y sus temáticas y realizar recomendaciones sobre ellos. Algunas veces llega un invitado especial como escritores guatemaltecos.



Reunión mensual de los Lectores Chapines
Referencia: <http://lectoreschapines.com/>

b. El viaje del escritor

El viaje consta en ser una actividad entretenida que ayude a todas las personas con una inclinación por la escritura y para

que puedan evolucionar esa capacidad de escribir. Por lo cual esta actividad radica en congregar a personas interesadas para que manden sus escritos y que se haga una verificación de los mismos y luego se realiza su publicación como un libro digital.

Actualmente se han realizado 9 viajes y 8 de estos han sido editados y publicados de forma digital.

c. Reto de Lectores

Se realiza cada año, esta actividad trata de desafiar a lectores sobre el número de libros que pueden leer durante un año. La actividad se desarrolla por categorías las cuales son: 10 libros, 25 libros, 50 libros y 75 libros.

La actividad ha sido popular en la comunidad y varias personas realizan los retos cada año lo cual ha permitido que los miembros aumenten el número de libros que leen en el año y logre diversificar en las temáticas de los mismos.

En el segundo año de realizarlo la cantidad de los libros leídos, en total de todos los participantes, fueron 500 y cada año la cantidad era suplicada, en el tercer año fueron 1000 y en el cuarto año fueron 2400. También en el primer año se contó con 80 concursantes y en el cuarto año ya se contaba con 580 concursantes.



d. Booktours

Según la página web, un Booktour es una actividad en la cual un lector realiza guías a otros lectores en eventos singulares.

En el 2015 los booktours se hicieron durante FILGUA y los convidantes fueron booktubers de Guatemala, para poder integrar a la comunidad Booktubersgt y darlos a conocer.

4.1.4 SERVICIOS OFRECIDOS

En la página web también se pudo encontrar los servicios que la comunidad ofrece:

- Blog con artículos para lectores <http://lectoreschapines.com>
- Recomendaciones de artículos, vídeos y contenido en redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram y Goodreads)

4.1.5 CARACTERÍSTICAS DE LECTORES CHAPINES

En la página web también comentan lo siguiente acerca de comunidad:

- Conocen la importancia que tiene la lectura y que esta se realice como una meta personal y más que una meta

formativa, se enfoca en la lectura como una meta confortable/placentera.

- Promueven la actividad de la lectura en medios digitales y de forma novedosa.
- Toman en cuenta la necesidad de usar medios eficientes que promuevan la lectura como:
 - Tácticas de mercadeo para mantener a los lectores interesados
 - Diseño gráfico en el material promocional y publicitario. Además del uso de sitios web para poder llegar a más lectores y poder mantener una comunicación con ellos.
 - Se conoce que los miembros de la comunidad se conforman entre personas de 20 a 34 años de edad, por lo cual se toma en cuenta la interacción que estas personas tienen con la tecnología.
 - Como la lectura es promovida como una actividad realizada por placer no cuentan con una membresía, por lo cual comparte información sobre la lectura por gusto y placer



4.1.6 CASOS ANÁLOGOS

a. Youtubers

► GERMÁN GARMENDIA



Germán presentando la publicación de su libro #ChupaELPerro.

Referencia: <http://revistaupss.com.uy/2016/06/german-garmendia-chupaelperro/>

- Chileno de 26 años
- Su canal se llama "HolaSoyGerman"
- Tiene más de 31 millones de seguidores en su canal
- Facebook: www.facebook.com/HolaSoyGerman/
- Youtube: www.youtube.com/HolaSoyGerman
- Twitter: twitter.com/GermanGarmendia
- Instagram: www.instagram.com/GermanGarmendia/



Corto introductorio de sus videos.

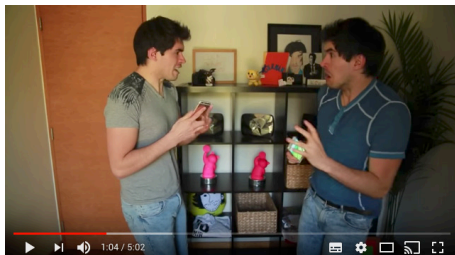
Referencia: www.youtube.com/HolaSoyGerman

Su canal trata temáticas de situaciones cotidianas o situaciones de la vida de jóvenes como "Como conseguir un trabajo", "Tipos de amigos", "Vergüenzas", entre otros, las cuales cuenta de forma cómica. Sus videos son claros y rápidos, manejando puntos concretos del tema.

Características de los Vídeos

Al inicio de cada video realiza una apuesta obvia que ganara, muchas veces relacionada con la temática del video, tales como "te apuesto este aromatizante a que alguna vez haz tenido o tendrás un trabajo", como una interacción indirecta con sus seguidores.

Luego se realiza un video introductorio, utilizado en todos sus videos, en el cual presenta el vídeo de la semana esta dura al rededor de 8 segundos. Durante el video explica las diversas situaciones que ocurren y las dramatiza.



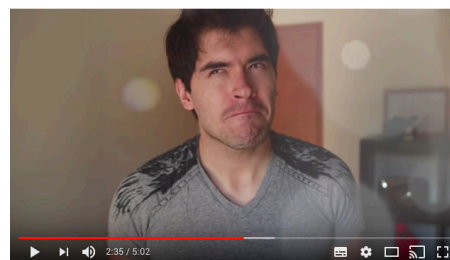
Video sobre los amigos donde Germán personifica a las 2 personas.
Referencia: www.youtube.com/HolaSoyGerman



Germán personificando a una diva.
Referencia: www.youtube.com/HolaSoyGerman



Diseño especial para una de las características que nombraba en el video.
Referencia: www.youtube.com/HolaSoyGerman



Efecto especial de estar "soñando".
Referencia: www.youtube.com/HolaSoyGerman

Por último al final del video cuenta con una animación que promueve el canal y las redes sociales en las que se encuentra, a demás del vídeo anteriormente publicado.



Animación final de los vídeos.
Referencia: www.youtube.com/HolaSoyGerman



En cuanto a redes sociales Germán las utiliza como un medio para promocionar sus videos. En las publicaciones coloca el enlace de los vídeos y un comentario/resumen sobre el vídeo que se publicó.



Publicación sobre los nuevo vídeos subidos.
Referencia: www.facebook.com/HolaSoyGerman

En las redes también se pueden observar publicaciones que crean una interacción con sus seguidores como en la siguiente publicación en la cual escribe sobre un recuerdo y al final realiza una pregunta respecto al tema.



Publicación sobre fotografía en la playa.
Referencia: www.facebook.com/HolaSoyGerman



► TUTI FURLÁN



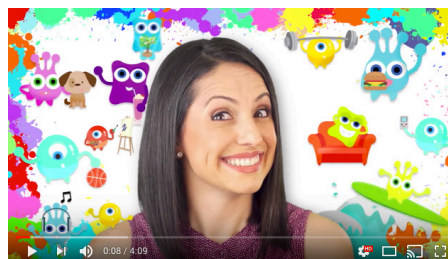
Tuti Furlán en su propio programa "Un Show con Tuti".

<http://365diasdevalentiamoral.com/actitudes/tuti-furlan-buena-mala-pesima-actitud-eliges-ojono-mas-lo/>

- Guatemalteca de 38 años.
- Su canal es "Tuti Furlán"
- Recientemente se volvió videoblogger y cuenta con más de 27,376 seguidores.
- Facebook: www.facebook.com/TutiFurlan/
- Youtube: www.youtube.com/TutiFurlan
- Twitter: twitter.com/TutiFurlan

Características de los Vídeos

Habla sobre situaciones de la vida y la forma de afrontarlas, las cuales se pueden aplicar a personas de diversas edades. Algunos de los temas han sido: "¿Por qué nos cuesta tanto cambiar?", "Si yo no lo tengo que nadie lo tenga", entre otras. Los vídeos los sube cada miércoles.



Animación inicial de Tuti y los personajes.

Referencia: www.youtube.com/TutiFurlan

Inicia con una introducción sobre el tema del video, el cual termina con una pregunta. A continuación sigue con la animación utilizada en sus videos canal.



Animación inicial con el título del canal

Referencia: www.youtube.com/TutiFurlan

La animación es llamativa, ya que en primer lugar los personajes en el fondo tienen movimientos e interactúan con Tuti; en segundo lugar la línea de diseño no solo hace referencia al nombre del canal "Vivir a colores con Tuti Furlán", si no que también refleja su personalidad.



Realiza representaciones de los temas que habla y hay bastante movimiento de una escena a otra, no se queda en una sola posición .

Uso de emoticones y texto que enfatiza lo que está hablando.
Referencia: www.youtube.com/TutiFurlan



En sus videos se puede evidenciar el uso de diversas tipografías al igual que el uso de emoticones que vuelven ameno el vídeo sin caer en lo monótono.

Tuti citando una frase en su vídeo
Referencia: www.youtube.com/TutiFurlan

Furlan



Por último al final del video cuenta con una animación que promueve el canal y las redes sociales en las que se encuentra, manteniendo las misma linea gráfica que en la animación de inicio.

Animación final de los videos, junto con redes sociales.
Referencia: www.youtube.com/TutiFurlan

Las redes sociales las implementa como un medio para promover sus videos, haciendo uso del hashtag para promover su canal #ViviraColores y el link del vídeo.



Publicación sobre vídeo de Halloween.
Referencia: www.facebook.com/TutiFurlan



Publicación de vídeo "Estoy muy preocupada..." en Twitter.
Referencia: www.facebook.com/TutiFurlan



También hace uso de las redes para interactuar con sus seguidores como en la publicación que se presenta a continuación.

Publicación en la que contesta una pregunta a su seguidor sobre los productos de cuidado de la piel que utiliza.
Referencia: www.facebook.com/TutiFurlan

b. BOOKTUBERS

► JESSE



Jesse presenta sus nuevos libros.
Referencia: www.youtube.com/jessethereader

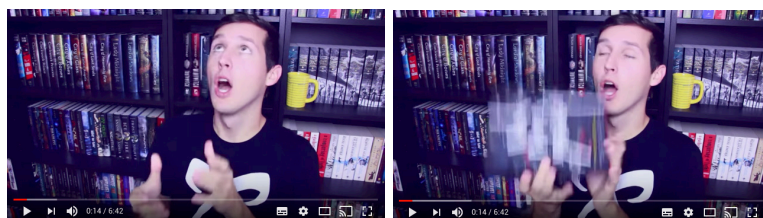
- Estadounidense de 24 años
- Su canal es "Jessethereader"
- Tiene más de 200,000 suscriptores
- Instagram: www.instagram.com/jessethereader/
- Youtube: www.youtube.com/user/jessethereader
- Twitter: www.twitter.com/jessethereader
- Tumblr: jessethereader.tumblr.com/



Características de los Vídeos

Su canal trata de libros. Los géneros literarios que abarcan son: comics, fantasía, ficción, novelas gráficas, humor y comedia, manga, poesía, thriller y adulto joven .

Utiliza diversos cortes de cámara para que el video sea más puntual con el tema y no aburra al espectador. En sus videos actuales su fondo son estantería llenas de libros que ha leído y que va coleccionando y cuando inicia cada video y habla de un libro en concreto este aparece desde arriba dando un efecto llamativo.



Animación inicial del libro cayendo e indicando su nombre.

Referencia: www.youtube.com/jessethereader

Realiza booktags, que ayuda a relacionarse y conocer a sus seguidores por medio de redes sociales estos como realizar una serie de preguntas o hasta un reto. Algunos de los booktags han sido: "The booktag color", "Emoji booktag", "Halloween booktag", entre otros.



EMOJI BOOK TAG!

THE BOOK COLOR TAG

Booktags "emoticones" y "color booktags"

Referencia: www.youtube.com/jessethereader

Usa las redes para informar a sus seguidores de los nuevos video que publica.



Jesse @jessethereader · 2 nov.

BOOK TROPES I'M TRASH FOR!: youtu.be/K5VWbyEsoDU?a via @YouTube

Traducir del inglés



BOOK TROPES I'M TRASH FOR!

Book Depository Affiliate:

https://www.bookdepository.com/?a_aid=jessethereader

2ND CHANNEL // <http://www.youtube.com/jessegeor...>

youtube.com



2



2



65



Twitter sobre el nuevo video "Book Tropes I'm trash for!"

Referencia: www.twitter.com/jessethereader



►CHRISTINE RICCIO



Vídeo sobre las teorías desarrolladas de Christine sobre "Crown of Midnight"
Referencia: www.youtube.com/polandbananasBOOKS

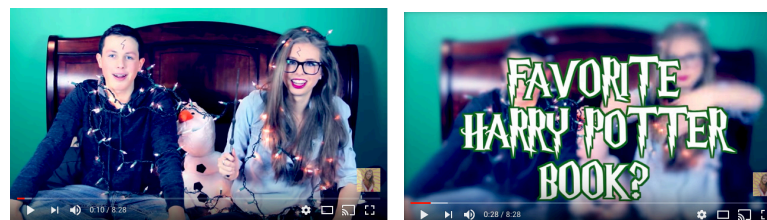
- Estadounidense de 26 años.
- Su canal es "polandbananasBOOKS"
- Tiene más de 300,000 suscriptores
- Instagram: www.instagram.com/xtinemay/
- Youtube: www.youtube.com/user/polandbananasBOOKS
- Twitter: www.twitter.com/cmRproductionz
- Facebook: www.facebook.com/CMRproductionz
- Tumblr: <http://polandbananas20.tumblr.com/>

Características de los Vídeos

Su canal trata de libros, los géneros literarios que abarcan son contemporáneo, fantasía, ficción, humor y comedia, romance, ciencia ficción, suspenso, thriller, joven adulto y guerra.

Utiliza diversos cortes de cámara, en sus videos actuales sus fondos son variados y como parte del libro que habla utiliza accesorio y/o utilería de lo que se ve en el libro, además también los textos y cualquier otro elemento utilizado en el video se relaciona.

Principalmente realiza reseñas de libros y de películas de libros.




Vídeo sobre los libros de Harry Potter
Referencia: www.youtube.com/polandbananasBOOKS

El uso que le da a sus redes sociales es para informar sobre sus nuevos videos.



Christine Riccio @CMRproductionz · 2 nov. ▼
NEW BOOK WRITING EPISODE WITH @XTINEMAY =D

Traducir del inglés



NANOWRIMO 2017 | BOOK WRITING EP 26
HAPPY NANOWRIMO!!! NATIONAL NOVEL WRITING MONTH IS UPON US! Let's talk about making the words into ze books! Thank you so much for watching and f...
[youtube.com](https://www.youtube.com)

2 24

Twitte sobre el nuevo vídeo que continua con el episodio 26 de Book Writing
Referencia: www.twitter.com/cmproductionz

PolandbananasBooks ...
17 de octubre a las 17:14 · 🌐

NEW TRAVEL-WORN, REALLY TAYLOR AGAIN? BOOK HAUL IS ALIVE ON THE CHANNEL 😊



BOOK HAUL

Me gusta Comentar Compartir

Publicación en Facebook sobre el nuevo vídeo de Bookhaul basado en Taylor Swift.
Referencia: www.facebook.com/CMRproductionz



c. Booktubers Guatemala

En Guatemala se cuenta con 16 booktubers, junto al artículo de publinews (2016) y lo que se pudo observar en sus canales cada booktuber se puede definir de la siguiente forma:

▶ BEA



Canal: "Bea siendo Bea"
Suscriptores: 1,100
Youtube: www.youtube.com/user/VadisBea
Facebook: <https://www.facebook.com/beatriz.martinez.18294?fref=ts>
Instagram: https://www.instagram.com/beatrizma_/

En su canal abre la oportunidad de transmitir su opinión acerca de libros que le han gustado y los que no. En su mayoría los videos son sobre booktags tales como "Los Dioses del Olimpo" y "Los Hechizos de Harry Potter".



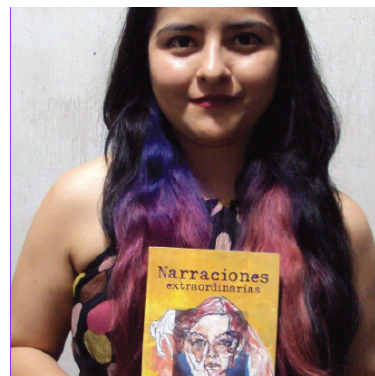
Últimamente los video han cambiado ya que anteriormente los fondos era parte de su cuarto ahora se puede observar un estante con libros, además

también se agregaron diversos cortes de cámara lo cual hace los videos más rápidos quitando las pausas.

Al inicio de sus videos, recientemente, a implementado una imagen con su logo y al final de sus video coloca una imagen de su canal junto con alguna canción.



▶ NANCY

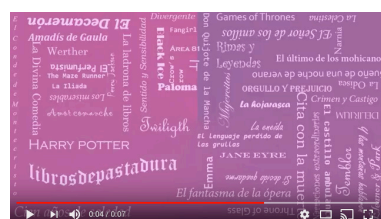
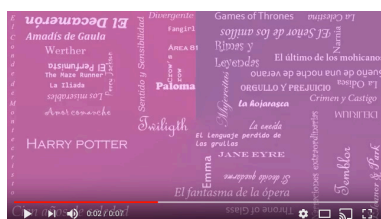
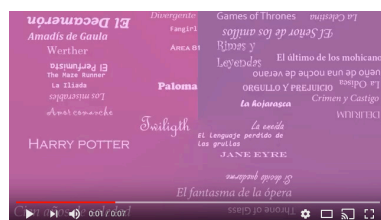
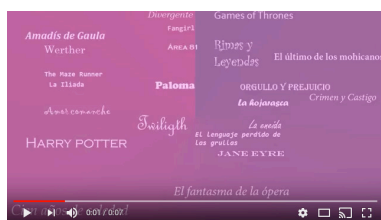


Canal: "Libros de Pasta Dura"
Suscriptores: 272
Youtube: www.youtube.com/channel/UCOYAqlgxMfgYFXp7iEBVeJA
Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100005534025419>
Twitter: twitter.com/MndezNancy



Su canal se llama “Libros de pasta dura”. Le gusta realizar diversas actividades y promover la literatura clásica e infantil.

Al inicio de sus videos se puede ver la animación personal del canal en el cual aparecen nombre de libros, poco a poco los espacios se van llenando con mas nombres de libros, como se ve a continuación:



Sus vídeo cuenta con el apoyo de elementos, estos suelen ser imágenes, frases o palabras sobre lo que va nombrando.



También como en la mayoría de booktubers se puede visualizar el fondo con estantería llena de libros y la mayoría de videos tratan de reseñas, aunque también se pueden temáticas de booktags y booktours en FILGUA.

LUPITA

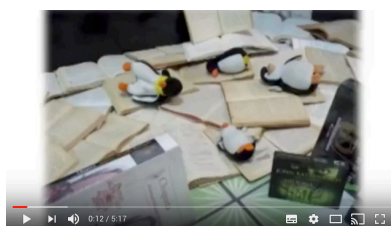


Canal: “Oasis de Letras”
 Suscriptores: 524
 Youtube: www.youtube.com/channel/UC-PIbw8VLW8eVMtJK5OesTw
 Facebook: www.facebook.com/lolu.lemusovando

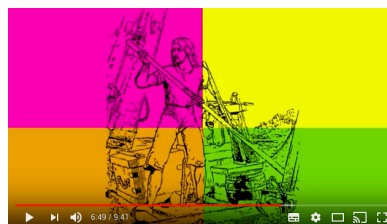
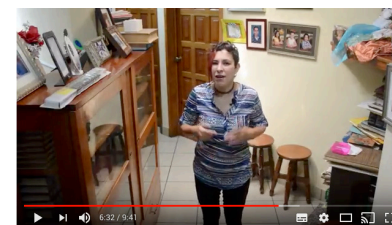
Maneja sus vídeos como un programa televisivo. Uno de sus autores favoritos es Julio Verne.



Al inicio de cada video se puede ver un animación característica del canal en el cual unos pingüinos pasan por un laberinto de libros y al final aparece el logo de "Oasis de Letras".



En sus videos se puede ver la participación de diferentes personas a la cuales les suele pedir su opinión sobre el libro que se habla o alguna anécdota que se relacione, además también utiliza imágenes que apoyen sobre lo que habla.



Sus vídeo tiene una mecánica diferente ya que son dinámicos, se realizan en diferentes lugares y cuentan con la participación de otras personas. Entre sus vídeo se pueden ver algunas entrevistas, book haul, recorridos en FILGUA, reseñas, boooktags, etc.



► LUIS PEDRO



Canal: "Luis Pedro MR"
Suscriptores: 160
Youtube: www.youtube.com/channel/UCP16iLXObbdpgwCIH6oHAjg
Facebook: www.facebook.com/luispedromrgt
Twitter: twitter.com/LuisPedroMR
Instagram: www.instagram.com/luispedromr/

Realiza análisis de autores y personajes. Más que todo sobre thrillers, novelas negras o de historias fantásticas, como lo son los libros de Stephen King.

Los contenidos de los videos son puntuales y rápidos, utiliza varios cortes para eliminar las pausas y así no perder el hilo del video. Cuenta con algunos elementos visuales que apoyen sobre lo que habla como datos importantes y siempre presenta el libro en mano sobre el cual se hablará. Al inicio se presenta y al final indica las redes sociales en la que lo pueden seguir.

En sus videos se encuentran reseñas, booktags, experiencias en FILGUA, libros adquiridos, etc.



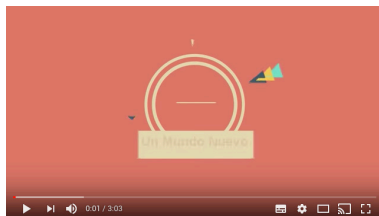
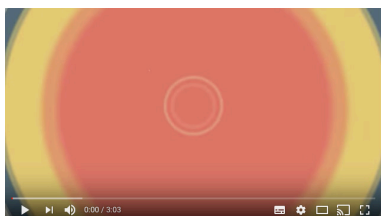
► SAM, CAM, SORY Y KATY



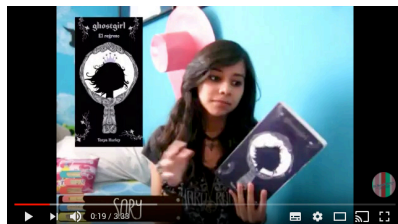
Canal: "Nuevo Mundo"
Suscriptores: 264
Youtube: www.youtube.com/user/unmundonuevogt
Facebook: www.facebook.com/unmundonuevo?fref=ts

En el canal se puede observar que tocan temas de literatura, misterio, terror, romance y otros.

Siendo varias las personas que conforman el canal también se puede ver que los videos son hechos por diferentes personas. Al inicio de los vídeos se cuenta con una animación representativa del canal.

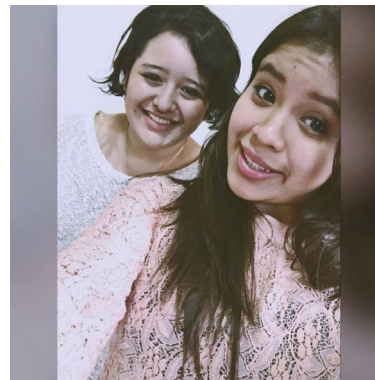


Durante los video se puede ver la implementación de elementos visuales que apoyen la temática que se esta exponiendo tales como textos o imágenes de los libros, además de implementar un identificador del nombre del booktuber.



Entre sus video se encuentran reseñas, booktags, concursos y otras actividades.

▶ MARÍA JOSÉ Y JULIA



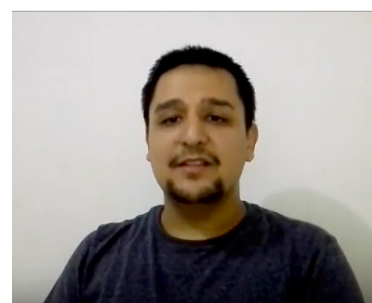
Canal: "Palabras cruzadas"
 Suscriptores: 608
 Youtube: www.youtube.com/c/PalabrasCruzadas98
 Facebook: www.facebook.com/palabascruzadas98
 Instagram:
www.instagram.com/julia_yy/
www.instagram.com/majo_rojas_c/

En este canal se realiza recomendaciones de autores, principalmente de romance, y entre otras cosas. En sus vídeo se puede observar que hay booktags, book hauls, reseñas, retos, etc. Esta conformado por dos chicas las cuales suelen hacer vídeo por separado o en conjunto.

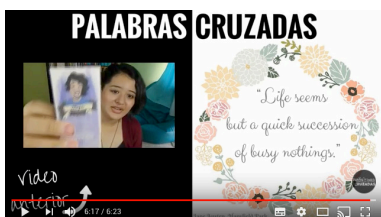
En sus vídeos se puede observar la animación inicial con el nombre del canal y la animación final la cual cuenta con en el nombre del canal, el link del vídeo pasado y una frase de un libro.



▶ HENRY



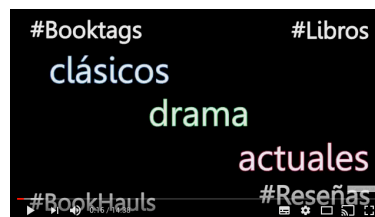
Canal: "Bibliómanos"
 Suscriptores: 160
 Youtube: www.youtube.com/channel/UC0vB-Y7BDGnEmfhSblsSomg
 Facebook: www.facebook.com/henry.vargas.779857
 Twitter: twitter.com/VargasTheOne



Durante los vídeos se ve el apoyo de texto e imágenes relacionadas a la temática a la que se refieren.

En los vídeos se Henry comparte su propio análisis de los libros. Los vídeo que más abundan son sobre reseñas y lo tipos de libros que eligen no tiene una temática en especial o en común, es decir, que son de fantasía, ciencia ficción, humor negro, romance, etc.

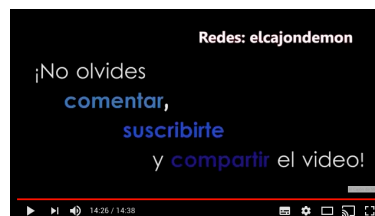
Sus vídeo son simples pero concretos y siempre muestra el libro al cual se refiere. En su canal se puede visualizar en general reseñas y otro vídeos sobre FILGUA y sus libros favoritos.



▶ MÓNICA



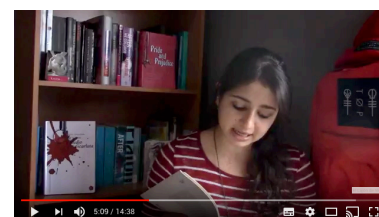
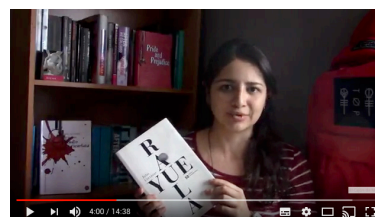
Canal: "El cajón de Mon"
 Suscriptores: 433
 Youtube: www.youtube.com/channel/UC7Tt5YUD-hUxPczUjNH4xng
 Facebook: www.facebook.com/elcajondemon?_rdr=p
 Instagram: [instagram.com/elcajondemon](https://www.instagram.com/elcajondemon)
 Twitter: twitter.com/elcajondemon



Lo más interesante de sus videos es como ella comparte su análisis y punto de vista de lo mejor del libro e inclusive comparte a sus seguidores sus partes favorita y lee parte de ellas.

Dentro de su canal se encuentra tendencias, listados de libros, tecnicos, classybooks, reseñas, booktags. Por lo mismo las temáticas de los libros varían de amor a misterio o inclusive a clásicos de la literatura.

Sus video cuenta con una animación de entrada y una de salida en al que promueve las redes e incentiva a los seguidores a que se suscriban.





► KARIN



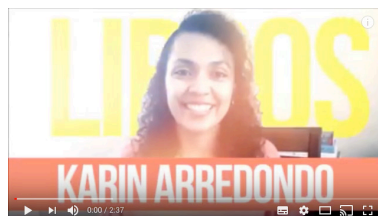
Canal: "Karin y su canal literario"
Suscriptores: 556
Youtube: www.youtube.com/channel/UCuleRcQX9BhYkic3Sj_aA8Q
Facebook: www.facebook.com/karinbooksgt/
Twitter: twitter.com/karinbooksgt

En su canal se pueden encontrar diversas reseñas desde Stephen King hasta Miguel Ángel Asturias, también se pueden observar las diversas tramas de los libros que expone.

Al inicio de sus vídeos se ve la animación particular del canal en el cual expone lo que se puede encontrar en sus vídeos, reseñas, curiosidades de autores y libros, etc.



Durante sus vídeos se puede observar el libro del cual habla y al final de sus vídeo presenta otros vídeos que ha realizado.





► CARMINA, LUISA Y ANGÉLICA

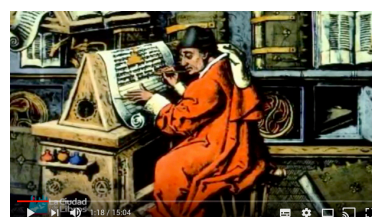


Canal: "La Ciudad de los libros"
Suscriptores: 1823
Youtube: www.youtube.com/channel/UC2RDo4fCi4ibpLJG0Zx5ECA
Facebook: www.facebook.com/LaCiudadDeLosLibros?fref=ts
Twitter: twitter.com/CiudadDLLibros

Sus vídeo tiene la singularidad de parece un canal televisivo, las 3 chicas analizan y discuten la trama de los libros, además algunas veces cuenta con la participación de un público el cual también puede opinar y preguntar. Ciertos vídeos han sido realizados en De Museo, FILGUA y otros lugares públicos.



manejan diversos cortes, algunas animación y elementos gráficos que ayuden a la explicación de las booktubers.



El vídeo cuenta con una pequeña introducción de lo que se hablará y el logo del canal, además de una presentación de créditos de las personas involucradas para realizar el vídeo, ya que estos presenta un vídeo y sonido profesional, además



4.1.7 ANTECEDENTES DE ANÁLISIS DE DISEÑO

a. Invitaciones de reunión mensual

Las invitaciones para asistir al club de lectura son digitales. En cuanto a diseño ninguna tiene relación o una línea gráfica que identifique a la comunidad y no existe una consistencia en la colocación de logo lo cual es un elemento importante para identificar en las invitaciones.

Existe el uso de jerarquía tipográfica; el diseño es bastante limpio; también cuenta con una temática por invitación de acuerdo al libro y su tema/género de lectura del mes.



Invitaciones digitales para las reuniones de la comunidad.
Referencia: lectoreschapines.com/cmrproductionz

b. Redes Sociales



Logo como foto de perfil en Facebook.

Referencia: www.facebook.com/lectoreschapines/

Utilizan el logotipo como la foto de perfil, lo cual permite distinguir rápidamente a la comunidad. En las imágenes de portadas se puede observar como implementaba un diseño con la temática de la reunión mensual y luego colocaba la fotografía de los miembros que participaron en la reunión.

Al igual que en las otras piezas las imágenes de portadas no cuentan con una línea de diseño que refleje la imagen de la comunidad, sin embargo si mantiene ciertas características en común como el uso de fotografías y si mantiene una jerarquía tipográfica, además de implementar un equilibrio entre los elementos.

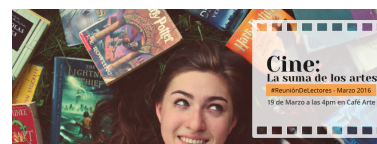


Foto de portada en Facebook.

Referencia: www.facebook.com/lectoreschapines/

▶ 4.2 INFORMACIÓN DEL TEMA

4.2.1 CULTURA

La cultura es definida por la UNESCO como un cúmulo de incentivos que se relacionan unos sobre otros. También se define como un método de manifestación de arte, música y literatura. La cultura permite la libre expresión como individuos y permite diversas opciones que diversifican a cada ser humano.

De una forma más genérica, se puede decir que la cultura es una trama de la sociedad la cual se conforma de diversas modalidades para poder exteriorizarse sobre esta misma sociedad manteniendo una manera establecida. Por lo cual esto incluye “las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento”.

Pérez (2008) define la cultura como un grupo de aptitudes y datos que una persona tiene. La UNESCO dictamina que la cultura “permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones”, lo cual quiere decir que la cultura es lo que distingue a una persona su forma de ser y lo que conoce.

4.2.2 CULTURA DE LA LECTURA

El libro es un recepto de cultura, según García (2006), y sigue siéndolo en la actualidad y esto es debido a la aparición de la tecnología y el internet lo que permite un acceso más rápido a escritos, libros e información.

Tratando del libro es si esta tiene la cualidad de atraer a su lector y generando nuevas experiencias y pensamientos por parte del autor, por lo cual el lector no solo sabe y conoce más si no que también comprende y estima a los valores como la amistad y la libertad.

Gracias a eventos como la Feria del Libro y otras situaciones similares la cultura del libro logra preservarse y aumentarse ya que la importancia que se le da a los libros en estos eventos permite divulgar y conservar la relevancia del libro y facilita su alcance.

4.2.3 CLUB DE LECTURA

Según la profesora Paloma Valdivia (en red/2007), un club de lectura es un actividad realizada meramente por placer, en la cual se puede incluir a niños, jóvenes e inclusive adultos para que compartan el gusto por la lectura, utilizando alguna temática de lectura en específico y así poder participar al compartir sus opiniones, comentarios y experiencias.

La profesora también comenta que el sentido de asistir a estos clubes son que uno puede compartir uno de sus gustos más importantes. Además está el hecho de poder beneficiarse del conocimiento y ayuda a mejorar la comprensión de los libros además de aumentar las perspectivas que una historia podría tener. Por último se suma el poder socializar y contar con el apoyo del grupo en cuanto a libros más complejos, etc.



La forma en que funciona un club de lectura, según Vladivia, es que en cada miembro del club obtenga un libro de la temática o título propuesto y leerlo en el tiempo establecido. Cada miembro distribuye la lectura en el tiempo que dese pero debe terminarlo en la fecha que se estableció y así poder comentar durante el proceso y la finalización de la lectura con el resto del grupo.

Algo importante que se debe tomar en cuenta es lo siguiente:

- “No leer en voz alto en las reuniones.”
- “No se debe interrumpir a otros mientras comentan.”
- “No es necesario comprar el libro, puede leer digitalmente o tomar prestado uno.”
- “No es necesaria ninguna mensualidad o pago por pertenecer al club.”
- “Sí, se lee de forma personal, en donde desee.”
- “Sí, se puede asistir al club sin haber leído lo establecido o todo el libro.”
- “Sí, se realizan actividades que ayuden a la comprensión de la lectura.”

4.2.4 COMUNIDAD LECTORA

Es conformado por un grupo que mantiene un área en interés y poder coexistir y relacionarse entre sí, con ciertas normas constituidas.

4.2.5 HABILIDADES LECTORAS

Según Glenda Race (en red/2016) las habilidades que se desarrollan abarcan:

• Encontrar información y opiniones

Lo importante de esta habilidad es el poder crear una opinión al respecto de la lectura, ya que el recopilar la informaciones el priemer paso y el poder sintetizarla y analizarla es la verdadera habilidad.

• Habilidades utilizadas antes de la lectura

Algo esencial en la lectura es conocer un poco del tema del mismo antes de leerlo, ya que si ello la comprensión de la temática se podría dificultar. También el conocer al autor, ayudaría a comprender el contexto o la intención de la lectura.

• Habilidades utilizadas durante la lectura

Race (2016) también indica que se debe tener la información al alcance para comprender el contexto en que se utilizan ciertas palabras , tal y como ella lo explica “ Por ejemplo, la palabra “reclutamiento” se utilizó durante la Guerra Civil Estadounidense o la Guerra Entre los Estados. En un texto se escribió un “sentimiento de llamado de su nación”, mientras que otro dice que él fue reclutado. Una lápida mortuoria confirma



que dos chicos murieron un mes antes de unirse al ejército. Las tres fuentes de información te dan la oportunidad de sacar tus conclusiones.”

- **Habilidades utilizadas para repasar la lectura**

Es deber del lector el de mantenerse actualizado y seguir utilizando los conocimientos obtenidos de los libros leído para futuras lecturas.

- **Hacer comparaciones y conclusiones**

Analizar y poder formar una opción sobre lo leído es lo mas importante, a demás de comprender lo que se leyó o no solo de forma literal.

4.2.6 BOOKTUBERS

Conformado por jóvenes de 18 a 25 años, que conocen y disfrutan de la lectura saben utilizar la tecnología y las redes sociales, en especial Youtube. Muchos de ellos también cuentan con blogs y tiene la capacidad de dar a conocer reseñas, noticias y comentarios, hasta en un periodo de 10 minutos, según el artículo de La Nación (en red/2014).

Su principal actividad es el de poder “platicar” con otras personas que disfrutan de la lectura y apoyarlos en la actividad por medio de vídeos.

4.2.7 MILLENNIALS

Castro (en red/2016) comenta que Jack Myers los describe en su libro “Hooked Up”: “Millennials, o la Generación Y, son la generación más grande que incluye el subconjunto de los pioneros de Internet. Son la última generación nacida entre el siglo XX y principios del siglo XXI, es decir, todos los nacidos entre 1980 y 2005, y que suponen un total de 105 millones de personas en Estados Unidos”.



Referencia: <http://emprendedoresnews.com/tips/5-razones-por-las-que-los-millennials-son-los-mejores-emprendedores.html>

Gutiérrez (en red/2014) explica las siguientes características de los millennials:

- Digitales: saben maniobrar la tecnología de forma eficiente y eficaz. Para comunicarse, en su mayoría de veces, hacen uso de la tecnología inclusive para actividades cotidianas.



- Multipantalla y multidiapositivos: usan aparatos tecnológicos que permitan adaptar su contenido y con el cual puedan realizar varias actividades según su necesidad

Por lo cual las empresas debe adaptarse y crear diversos canales y aparatos que permitan una libre comunicación y que ayude a mejorar la experiencia de los usuarios, a esto se le llama omnicalidad, lo que implica que existen diversos medios para poder comunicarse, ya que no solo es la capacidad de poder comunicarse en cualquier medio sino el de poder estar utilizando uno y luego otro, esto quiere decir que se pueda utilizar una multiplataforma y una narrativa trasmedia para poder comunicarse.

- Sociales: son personas muy extrovertidas. El 88% de los millennials en Latinoamérica utilizan las redes sociales, lo cual no solo lo implementan para comunicarse si no como un medio para poder expresar su diario vivir, por medio de comentarios, compartir contenido, realizar consultas por medios de sus celulares. Antes de realizar cualquier compra piden opiniones al respecto por lo cual comparten también sus experiencias con una compañía o producto. También encuentran más cómodo comunicarse con una compañía por medio de las redes sociales
- Nomófobos y appadictos: actualmente la generación jóvenes a optado por la comunicación con las

compañías por medio de las aplicaciones. Debido al gran uso que esta generación de a las aplicación existen más de 5 millones de descargas diarias en todo el mundo. Por ello las empresas ha optado por integrar el uso de las aplicaciones móviles como una herramienta que ayude al cliente ha mejorar su experiencia durante sus compras.

- Personalización: a parte de la búsqueda por un excelente servicio, los millennials exigen que sea personalizada, esperan que las compañías se adapten a sus necesidades. Debido a estos las empresas han ampliado sus estudios respecto a su grupo objetivo para poder satisfacer sus necesidades por individual, con el propósito de crear una mejora relación con el cliente.
- Críticos y exigentes: esto implica que las compañías deben mejorar la experiencia de los clientes, no tanto en el producto como que el cliente objetan una experiencia satisfactoria



5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO



► 5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.1 IDENTIDAD GRÁFICA

Según Argüello (2011), es la imagen que representa a una empresa, organización, marca, etc. hacia su grupo objetivo o clientes. En ella se toma en cuenta el color la forma, estilo, tipografía y un sin fin de elemento característicos de lo que se desea representar.

Un buen diseño de identidad implica el lograr conectar a la marca con sus consumidores y logra cumplir con la meta de como desea ser percibido.

Morgan (1998) explica que la identidad gráfica consta de un logotipo y el nombre de la empresa, junto con las reglas y normas del su bueno uso y manejo tanto en papelería como en materiales promocionales. Dentro de estas especificaciones se integra el color y la tipografía que se debe usar y como estas interactuan entre sí, ya que estas también serán identificadores de la empresa

5.1.1 LOGO

Morgan (1998), también define un logo como un signo que caracteriza a una empresa, servicio o producto. Esta puede constar de una forma tipográfica, de una figura o la mezcla de ambos. El diseño puede ser de 2 dimensiones o 3 dimensiones, y puede ser monocromático o a color.

García Llorente (2014), también especifica que mas conocido como logo, es el ícono representativo de una marca, en el cual se puede entender su propósito e imagen. El mínimo de tamaño es 1.5" por lo cual el logo debe ser entendible a este tamaño; también tiene que tener la capacidad de funcionar de forma monocromática. Esta es una imagen visual, representativa de una empresa, servicio o producto.

Según García Llorente (2014), existen diversos tipos según su composición:

- **Logotipo:** Aquella se que compone de un diseño basado en tipografía.



Logotipo de Google y Sony

Referencia: <http://www.publicidadpixel.com/tipos-de-logos/>



• **Imagotipo:** Es un logo compuesto tanto de una imagen como el nombre de la marca, ambas son colocadas por separado.



Logotipo de yamaha y Puma

Referencia: <http://www.publicidadpixel.com/tipos-de-logos/>

• **Isotipo:** Es un logo que tiene un significado simbólico y que por si sola puede representar a la marca sin necesidad de poner el nombre.



Logotipo de Apple y CNN

Referencia: <http://www.publicidadpixel.com/tipos-de-logos/>

• **Isologo:** son aquellas compuesta tanto de imagen como de tipografía, las cuales separadas no funcionarían.



Logotipo de Bruger King y Frito Lay's

Referencia: <http://www.publicidadpixel.com/tipos-de-logos/>

5.2 REDES SOCIALES

Según Logotipalia.es (2016), representan parte de la publicidad que da a conocer la marca en el área digital. Es común diseñar con no más de 3 variantes en los diseños.

5.2.1 FACEBOOK

Shama (2012), comenta que las personas en facebook



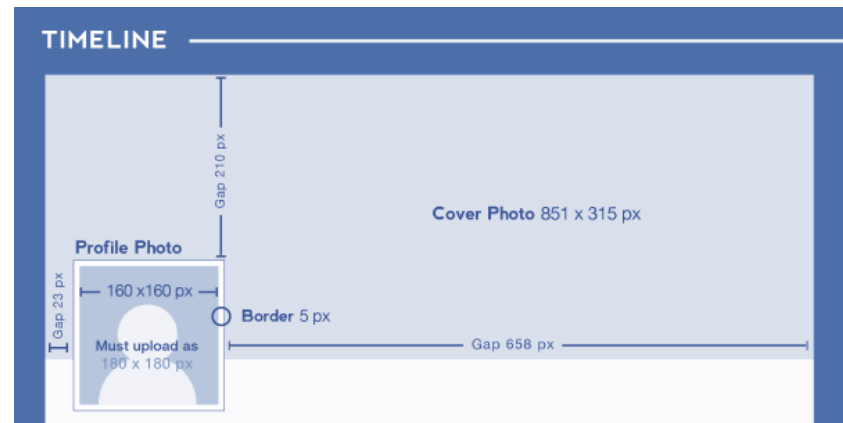
buscan manifestarse y dar a conocer su personalidad y lo que los conforma; estas manifestaciones logran darse por medio de “likes”, elegir las páginas que les agradan o el formar parte de un grupo. Por lo cual la intención directa de la empresa no debería ser el de vender de forma directa si no el de crear un vínculo con los consumidores y esto los atraerá hacia la empresa.

El perfil en la página es “la tarjeta de presentación”. Para impulsar la página existen diversas herramientas como las publicaciones. Estas deben ser diversas, el publicar lo mismo todos los días puede ser aburrido. Se pueden publicar eventos, publicaciones que provoquen interacción con el público. Siempre se debe tener presente el contexto en el que viven las personas, el conocer lo que los rodea y utilizarlo de manera positiva y que no ofenda a los usuarios.

Algunas ideas de publicaciones pueden ser:

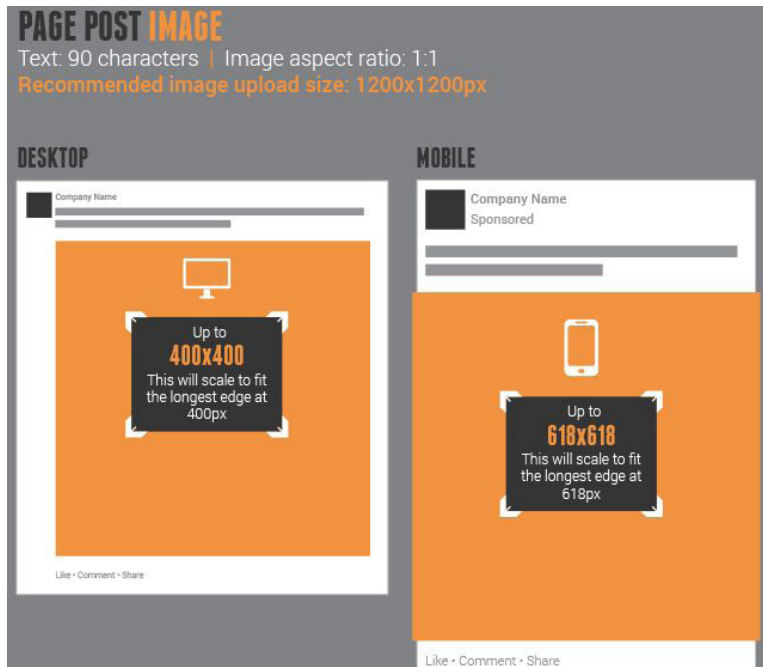
- Las nuevas publicación del blog
- Citas
- Preguntar al público acerca de ciertos aspectos de su vida o vacaciones
- Acontecimientos o eventos de la compañía
- Temas “personales” de la empresa
- Opiniones sobre temas de la actualidad o sucesos del momento

- Noticias o escritos sobre temas que conciernen a la compañía
- Notas curiosas sobre la empresa
- Vídeos y fotos
- Actividades para interactuar con el público



Tamaño para foto de perfil y portada de Facebook

Referencia: <http://logotipalia.es/disenio-grafico/20-diseno-de-banners.html>



Tamaño e publicaciones del Facebook para computadora y celular

Referencia: <https://postcron.com/es/blog/medidas-tamanos-dimensiones-de-portada-redes-sociales/>

5.2.2 TWITTER

Shama (2012), explica que esta red sociales es práctica para atraer a las personas ya que la comunicación es directa y variada, tiene que ser bien pensada ya que no se cuenta como mucho espacio para comunicar un mensaje detallado.

Es muy efectiva para la interacción con el público ya que las opiniones y comentarios son concisas. Por esto se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Pensar siempre la razón por la que utilizará el “tuit”.
- Seguir a las personas influyentes en el negocio.
- Buscar noticias importantes para el público que también conciernen al público
- Publicar fotos y vídeos importantes o necesarias para la compañía o un tema en específico
- Aprovechar los 140 caracteres al máximo.

5.2.3 BLOG

Según Rodríguez (2015), el blog es un medio de comunicación masiva que permite compartir mensajes, noticias u opiniones cada cierto tiempo. Esto influencia en las personas ya que permite la interacción del público y se puede alcanzar un amplio público en poco tiempo.

Shama (2012) comenta que es un herramienta que permite presentar material de una forma diferente y el hecho de que las personas pueden suscribirse permite mantener el vínculo con los clientes y poder mantenerlos informados.

Shama también aconseja que las publicaciones en el blog



sean 2 veces en la semana, que cada publicación debería tener al menos de 500 palabras y que en las publicaciones estén palabras que se relacionen a la temática del negocio.

Continuando con Rodríguez, las publicaciones deben de tener lo siguiente:

- Una temática
- Deben ser habituales
- Deben de tener un itinerario en el que se publiquen
- Debe contar un referencia gráficas (imágenes, ilustraciones,etc.)
- Permitir los comentarios

5.2.4 YOUTUBE

“Youtube es la plataforma líder de vídeo online” Rodríguez (2015). Esto se debe, según Rodríguez, por su simple y comprensible forma de utilizarse tanto para subir un vídeo como el poder viralizarse. También cuenta con la característica que puede ser personalizada, y transmitir la imagen de la compañía.

Las compañías lo utilizan para dar a conocer sus productos o servicios, sus nuevos lanzamientos y el poder promocionarse. Si la creación del vídeo se analiza de forma

adecuada solo en 30 segundo se puede llegar a tener una lista de seguidores considerables.



Tamaño para portada de Youtube

Referencia: <http://logotipalia.es/disenio-grafico/20-diseno-de-banners.html>



5.2.5 INSTAGRAM

Farucci (en red/2016) comenta que el uso de instagram se debería utilizar para un grupo objetivo joven y que se debe desarrollar un plan que permita explotar el medio y crear una buena estrategia dedigital.

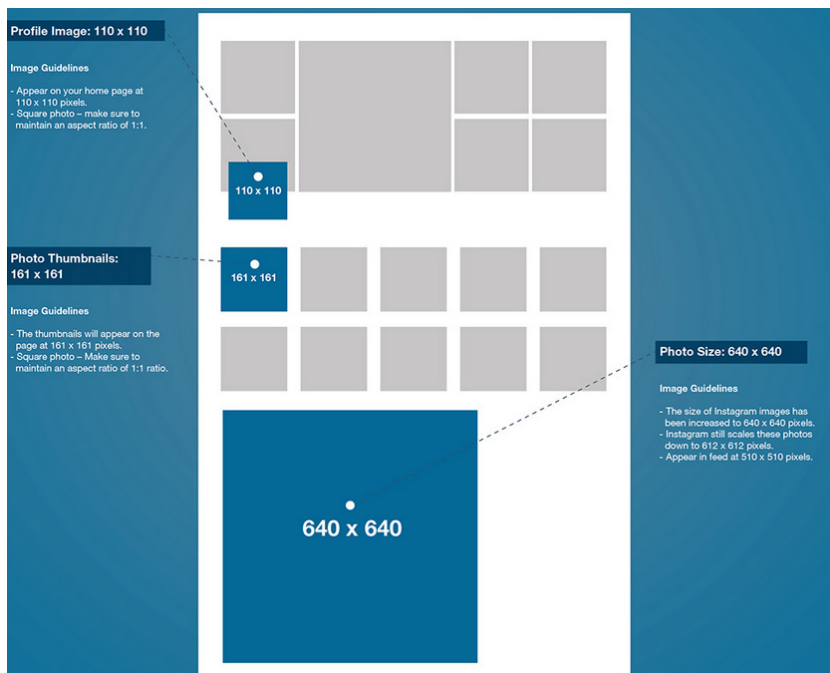
- Crear un buen perfil: escribir datos llamativos e interesantes de la marca, a demás de utilizar fotografías con buena resolución.
- Usuarios a seguir: también es importante las cuentas que se siguen ya que ellos también lo siguen a uno, la cuales debería relacionarse con la temática de la marca.
- Hashtags: implemetar el uso de hashtags que tenga relación con el grupo objetivo y las actividades que se realizan. Se pueden usar hasta 10 hashtags.
- Uso de otra redes: el material que se comparte en Instagram también compartirlo en las otras redes sociales, para dar a conocer dar a conocer aún más el material que se publica.
- Ubicación: compartir la localización en la que se realizan las publicaciones, lo cual ayuda al grupo

objetivo a conocer más de la marca y relacionarse con ella.

- Interacción: contestar a los comentarios de los seguidores, mejorará la relación.
- Horas de las publicaciones: Planificar las horas en la que los usuarios se conectan más para realizar las publicaciones a esas horas.

Quintero (en red/ 2017) explica el tipo de publicaciones que se deben realizar:

- Mostrar el trabajo que se realiza: logra que los usuarios se acerquen a la marca, ya que pueden observar los procesos, productos y el tipo de trabajo que se hace.
- Dar a conocer a los integrantes de la empres: demostrar la confianza del equipo que se maneja y quienes son dan más credibilidad a la marca y a sus servicios o productos.
- Mantener un lazo con los seguidores: las fotografías publicadas deben generar emociones y describir una historia, a lo cual los seguidores pueden relacionarse y crear una interactividad, generarnado que los usuarios compartan fotos similares con los productos o servicios de la marca.



Tamaño para fotos en Instagram

Referencia: <http://blog.arnoldmadrid.com/el-tamano-de-las-imagenes-si-importa/>

5.2.6 VÍDEOS EN REDES SOCIALES

Vídeos en redes sociales como una pieza estratégica para el marketing de una marca tiene una función totalmente positiva, tal y como lo explica Ruíz (en red/2016),

normalmente una de sus cualidades es que tienden a ser cortos.

Existen diversos medios para publicar un vídeo como Vine, Instavids, Instagram, Facebook o Pinterest y estas deben de tener una razón para utilizarse como:

Vídeo que muestren la funcionalidad de un producto tal y como VideoMeals o MelissaMade, lo cuales demuestran cada fases de su implementación. Una de las cualidades que ha ayudado a estos vídeos es que mientras mas cortos sean mejor, es decir mientras más simplificado este el uso del producto será más deseable para el público.

También se pueden dar a conocer experiencias, como lo hace Zach King en Vine y Instagram. Sus vídeo cuentan un relato sobre diversos eventos de la vida con algo inusual en ellas, captando la atención del vidente y promocionando algún producto y lugar al mismo tiempo.

Otro uso de los vídeo es para promocionar un suceso o festividad próximo en su fecha. Por ejemplo MyKids y su aplicación Stop Motion ya que su público comparte el vídeo en Facebook como un material utilizable para Navidad.

Una temática de vídeo interesante es el "detrás de escena", ya que muestra una parte del empresa que el público



normalmente no ve. Este es el caso de Constant Contact que publica sus vídeos sobre lo que sucede en su área de trabajo dando a conocer el proceso de un producto y todos sus contratiempos

Por último un aspecto envidiable de los vídeos es que no es necesario invertir mucho dinero ya que se pueden realizar con bajo presupuesto como el vídeo realizado por Lorna Jane usando nada más un bloc de notas y un marcador.

5.2.7 BOLETÍN ELECTRÓNICO

Según la página de CreceNegocios (en red/2010) El boletín electrónico también conocido como e-newsletter es utilizado como un instrumento de comunicación utilizando en el correo electrónico como un medio para hacerlo llegar. Su propósito es informar y ayuda las personas que los reciban o se hayan suscrito a ella.

Uno de los motivos del boletín es informar pero sobre un tema en específico que suele adoptar la forma de un artículo (por ejemplo, un artículo sobre consejos para realizar algo), una noticia (por ejemplo, la apertura de un nuevo local o la aproximación de un evento), una novedad (por ejemplo, el lanzamiento de un nuevo producto o promoción), o una promoción (por ejemplo, cupones que puedan ser impresos y canjeados posteriormente).

Según Hamilton (en red/ 2012), el tamaño de ancho del boletín debe de ser de 600px a 550px. Entre los primero 300 y 500px de largo, debería de encontrarse las información más importante del boletín ya que es aproximadamente la cantidad de información que cabe en la pantalla de una computadora y eso será lo primero que se lea.

Para la realización del diseño Hamilton recomiendo photoshop, Indica que se debe trabajar a 72dpi y en formato RGB de color, además de implementar el tamaño de ancho ya mencionado, el tamaño de largo depende de la cantidad e información pero también indica que comencemos con 1000px.

Uno de los elementos importantes es la integración de un link que permita al usuario visualizar correctamente el boletín ya que muchas personas no utiliza el cargado de imágenes automático.

El boletín, expresa Hamilton, que debe componerse de la siguientes partes:

- Header: Que contenga la imagen del producto o servicio.
- Noticias: Luego se colocan los títulos, imágenes y textos sobre las noticias del boletín.



- Redes sociales: incluir de último las formas de comunicación y de conocer más sobre la empresa. Como parte del footer, junto con las redes sociales, se debe colocar un link que permita al anular la suscripción del boletín.

Rocheleau (2016), aconseja que el boletín tenga un diseño limpio y sin saturación de imágenes o contenido, ya que muchos correos captan esto como un spam y puede no llegar al buzón de entrada de los correos.

Algunos programas gratuitos recomendados para la realización del boletín son:

- HTML email Boilerplate: Ideal para codificar HTML. El programa contiene muchas correcciones comunes de correo electrónico, por lo que es una buena opción tanto para los editores de boletines técnicos como para los que no son expertos. El sitio web también incluye una sección de comentarios útil donde los usuarios pueden compartir sus consejos y correcciones de errores.
- Kompozer: El programa es un completo sistema de autoría web y gestión de archivos web. KompoZer utiliza WYSIWYG (lo que ves es lo que obtienes) la edición de páginas web, fácil de usar para principiantes.

5.3 ARTÍCULOS PROMOCIONALES

“Los artículos promocionales son aquellos artículos que se utilizan en la promoción de ventas, destinados a obsequiarse a cliente, especiales, proveedores, miembros del canal, empleados de la empresa, funcionarios, consumidores, etc. Estos llevan impreso un mensaje publicitario de la marca o el logotipo de la empresa que los obsequia”. (Ambrosy, 1986).

Algunos tipos de artículos promocionales son los siguientes:

- Calendarios de pared.
- Calendarios de mesa.
- Ceniceros.
- Billeteras y carteras.
- Juegos de plumas lápices.
- Artículos de piel.
- Llaveros.
- Pisapapeles.
- Agendas
- Afiches decorativos promocionales
- Libros para Video promocional.
- Calcomanías.
- Sujeta-libros.
- Sellos postales.

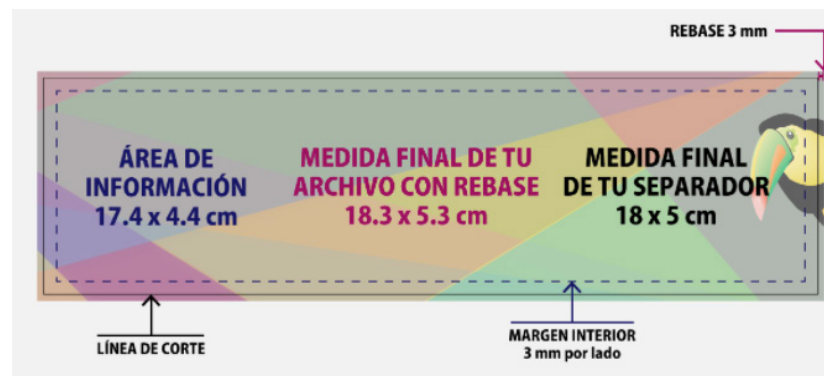


- Papel de notas.
- Camisa, T - shirts.
- Lápices.
- Imanes.
- Tazas.
- Muestras de Encendedores.
- Chumpas.
- Gabachas.
- Linternas.
- Gorras.
- Cuadernos.

Para seleccionar que artículos promocionales son los mejores para la empresa se debe responde a las siguientes preguntas:

- ¿Es útil para el consumidor?
- ¿Es original en relación con las promociones de la competencia?
- ¿Es algo que guarda relación con el producto?
- ¿Es de la calidad que los consumidores esperan a un precio que se pueda costear?

5.3.1 SEPARADOR



Referencia: <https://emprendeconsolotarjetas.com.mx/impresion-offset-y-digital/tag/cual-es-eltamano-de-separadores/>



5.3.2. STICKERS

ALGUNOS EJEMPLOS DE MEDIDAS Y CANTIDAD POR PLANCHA
CONSULTE POR OTRAS MEDIDAS

REDONDAS

2,5 cm 60 stickers	3 cm 45 stickers	3,5 cm 30 stickers	4 cm 24 stickers
5 cm 15 stickers	6 cm 12 stickers	7 cm 8 stickers	9 cm 5 stickers

2,5x2,5 cm stickers x plancha 60	3x2,5 cm stickers x plancha 56	3x4 cm stickers x plancha 36
3x5 cm stickers x plancha 25	3x7 cm stickers x plancha 18	4x2,5 cm stickers x plancha 45
3x5 cm stickers x plancha 25	3x7 cm stickers x plancha 18	4x2,5 cm stickers x plancha 45
4x5 cm stickers x plancha 20	5x2 cm stickers x plancha 40	6x2 cm stickers x plancha 36

Referencia: <http://www.segurtag.com.ar/medidas.png>

5.3.3 AFICHES PROMOCIONALES

Olachea (en red/2013) define el afiche como pieza que debe dejar una impresión y ser capaz de captar la atención del grupo objetivo por medio de “una composición de imágenes y palabras”.

Para que el afiche cumpla con esta función hay ciertas cualidades con la que debe contar y estas son siguientes:

1. El material debe ser pensado para grupo objetivo

Los gustos del grupo objetivo deben ser reflejados en el diseño a utilizar. Es fundamental entender al público y la parte del mercado que abarca.

2. Las imágenes debe ser originales

Utilizar ya se fotos, ilustraciones o ambas, pero mantener en cuenta que su principal función es el de captar la atención del grupo objetivo.

3. Implementar los valores como parte del diseño

Favorece en el diseño la utilización de los valores ya que genera un comunicado positivo y logra marcarlo.



4. Usar imágenes que creen un impacto

Muchas imágenes logran decir más que mil palabras. La otra función de la imágenes es ayudar a transmitir el mensaje deseado moviendo al grupo objetivo con solo verlo.

5. El mensaje debe de ser corto y fácil de comprender

El mensaje debe ser fácil de comprender y de leer, por lo cual no debe ser extenso. El tamaño de la letra también debe adecuarse al diseño, a la empresa y al grupo objetivo.



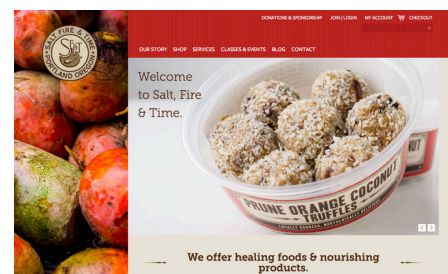
Referencia: <http://www.rocknboard.com/artes-entrevista-a-el-disenador-gustavo-mancini-mendoza.html>

5.4 COLORES

Browman (2015), clasifica el uso de los colores de la siguiente forma:

- **Rojo:** se utiliza para captar el interés, pero no se debe usar muchas veces ya que puede provocar mucha exaltación. Su uso se puede dar en temáticas de comida, deportes, emergencias, salud, entretenimiento y moda.

Evan Heller (2004) explica que es de preferencia tanto para mujeres como para hombres de foma equitativa, sin embargo respecto a edad es preferido por personas con más de 50 años y niños que jóvenes. Además su combinación con el azul refleja un vínculo con aspectos físicos y lo incorporé ya que ambos se contrastan.

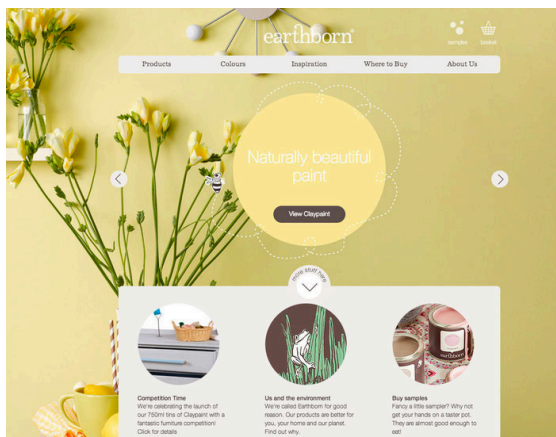


Referencia: <https://es.jimdo.com/2015/02/10/psicolog%C3%ADa-del-color-en-el-dise%C3%B1o-web- parte-1/>



- **Amarillo:** connota alegría, juventud y optimismo. Se puede utilizar crear un ambiente alegre, pero su constante uso puede fatigar los ojos.

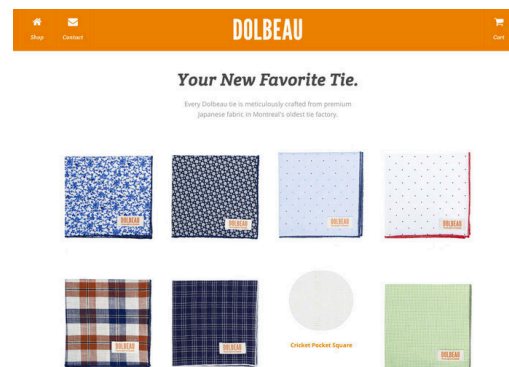
En cuanto al amarillo Evan Heller (2004) esclarece que es un color que causa problema a la hora de diseñar ya que tiende a mandar un mensaje negativo con los colores que se mezcla, por lo cual a pesar de ser un color que capte la atención solo es usado en empaques. Por ello para que el mensaje sea positivo debe combinarse con rojo o naranja, según el grupo objetivo.



Referencia: <https://es.jimdo.com/2015/02/10/psicolog%C3%ADa-del-color-en-el-dise%C3%B1o-web- parte-1/>

- **Anaranjado:** es un color relacionado con la felicidad, la energía y entretenimiento. Se puede usar en temáticas de comida, entretenimiento, niños y tecnología.

Fue muy utilizado en la publicidad de 1970's, por lo cual no se toma con seriedad y se asocia con lo barato, tal y como lo comenta Evan Heller (2004), por ejemplo "nadie se compraría un Rolls-royce naranja, porque aunque por seguridad sería el más visible parecería menos caro".

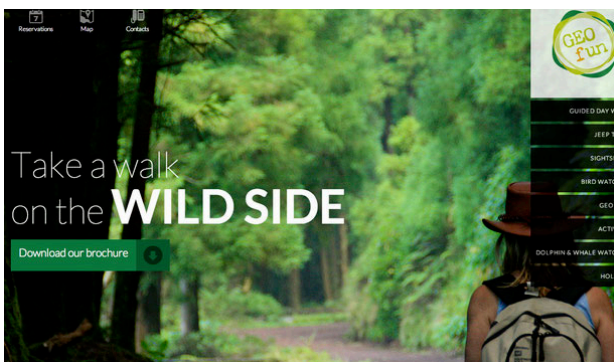


Referencia: <https://es.jimdo.com/2015/02/10/psicolog%C3%ADa-del-color-en-el-dise%C3%B1o-web- parte-1>



- **Verde:** Esta relacionada con la naturaleza, salud, dinero, suerte, energía, etc. Se puede utilizar en temas de ciencias, medioambiente, turismo y salud. No utilizar para temáticas de tecnología, elegancia y juvenil.

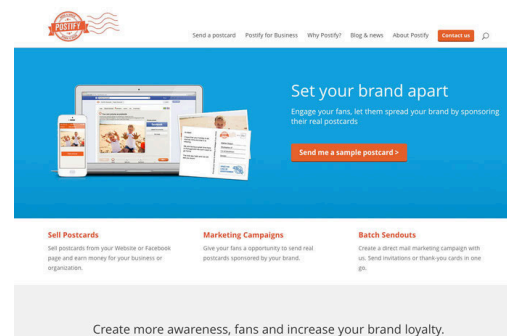
Evan Heller (2004) define el color como uno de los cuales va siendo de agrado conforme los años más que todo en hombres. Funciona más como un color complementario, por ejemplo con el azul ayuda a dar un mensaje positivo como algo grato, pero si se combina con negro o violeta el mensaje será lo opuesto por su alto contraste. También considera que es un color que representa a la juventud como las frutas no maduras o que están “verdes”.



Referencia: <https://es.jimdo.com/2015/02/10/psicolog%C3%ADa-del-color-en-el-dise%C3%B1o-web- parte-1/>

- **Azul:** Se vincula con calma, frescura, seguridad y confianza. Normalmente se utiliza para salud, ciencia, política y tecnología. El uso exagerado del color puede crear un ambiente poco encantador y de frialdad.

Es el color más perseguido por las personas, sin importar su género o edad, declara Evan Heller (2004), debido a que no genera ninguna sensación negativa.



Referencia: <https://es.jimdo.com/2015/02/10/psicolog%C3%ADa-del-color-en-el-dise%C3%B1o-web- parte-1/>



- **Morado:** Se afilia con el misterio, creatividad y sabiduría. Se emplea en asuntos de juventud, si su tonalidad es clara denota alegría y amor. No debe usarse como un color que llame la atención ya que no es un color llamativo.

Evan Heller (2004) lo enlaza con temáticas como “la vanidad, de la moda, de la magia, lo oculto, la fantasía.”



Referencia: <https://es.jimdo.com/2015/02/10/psicolog%C3%ADa-del-color-en-el-dise%C3%B1o-web- parte-1/>

5.5 TIPOGRAFÍA

5.5.1 Tipografía para Logotipos

LanceTalent (en red/2016) los tipo de letras que deben analizar en un logo ideal para el grupo objetivo y la función de la marca:

- Las tipografías serif son las más comunes. Este tipo de letra concede una apariencia técnica y tradicional. Times New Roman es uno de los ejemplos de este tipo de fuente.
- Las sans serif dan una apariencia mucho más fresca y actual.
- Las tipografías de escritura a mano dan una apariencia de lo manual, es decir “más humano” y da la sensación de agradable y calurosa.
- Las caligráficas o script por llevar cierta inclinación y diseño orgánico sugieren finura y delicadeza. También, como las de escritura a mano, dan una sensación agradable.

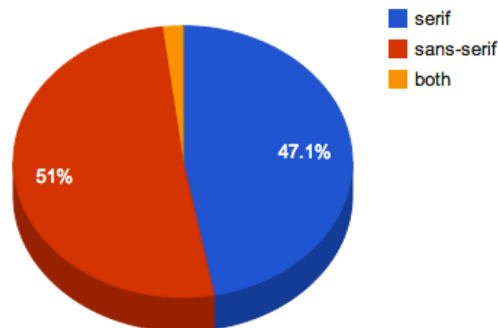


- Las tipografías display normalmente son fuente con grosor, por lo cual tienden a crear de mucho un impacto visual al consumidor y son atrayentes.

5.5.2 Tipografía para material digital

Basado en el estudio realizado por Smashing Magazine, Rodríguez (2014) comenta que la tipografía de uso digital en general debe ser san serif, ya que su anatomía la hace más fácil de asimilar en dispositivos:

Headings: Serif vs. Sans-Serif



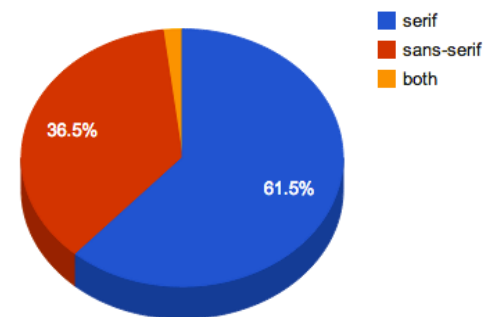
Referencia: <https://www.smashingmagazine.com/2013/05/typographic-design-patterns-practicescase-study-2013/>

Lorem Ipsum

Lorem Ipsum

Referencia: <https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/705/02/>

Body: Serif vs. Sans-Serif



Referencia: <https://www.smashingmagazine.com/2013/05/typographic-design-patterns-practicescase-study-2013/>

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque suscipit lobortis metus. Donec et mi sed arcu laoreet lobortis. Phasellus nibh neque, lacinia eu, pellentesque eget, egestas non, est. Donec erat. Quisque sed elit eget erat condimentum sollicitudin. Cras dignissim felis et ipsum.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque suscipit lobortis metus. Donec et mi sed arcu laoreet lobortis. Phasellus nibh neque, lacinia eu, pellentesque eget, egestas non, est. Donec erat. Quisque sed elit eget erat condimentum sollicitudin. Cras dignissim felis et ipsum.

Referencia:<https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/705/02/>

El uso de tipografía serif es mayor en cuanto al cuerpo de texto, en cuanto los títulos gana Sans-serif, creando una mezcla contrastante de tipografías. Lo más interesante del estudio es el comentario de Smashing Magazine, respecto a que las empresas utilizan tipografía sin estándares, significan que le dan importancia a la tipografía que representará a la empresa y que al mismo tiempo permita un mayor legibilidad de los textos.



6. COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

▶ PERFILES DEL GRUPO OBJETIVO

Perfil Geográfico

Basado en la encuesta (anexo no. 1), realizada al grupo objetivo, y previamente iniciada por el cliente, se concluyó que son guatemaltecos de la ciudad que en su mayoría habitan en las zonas 5, 7, 11, 16 y 18 de la ciudad capital y en Mixco y Carretera El Salvador del departamento de Guatemala.

Perfil Demográfico

Complementado la información de la encuesta con datos de Multivex (2013) y la netnografía pudo establecerse que son mujeres y hombres, siendo el 80% mujeres, entre 15 y 25 años de edad, el 83.1% son estudiantes, entre los cuales hay universitarios y escolares (nivel diversificado), y solo el 35.4% trabajan, alguno de sus intereses profesionales se orientan al diseño, salud, negocios y educación mayormente).

Su nivel socioeconómico pertenece al segmento C1, los ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23,500 al mes. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y el 87.7% tienen estudios universitarios. Viven en sectores residenciales o colonias. Poseen muebles y electrodomésticos populares. Según la encuesta el 89.2% se transporta por medio de vehículo propio. El 56.9% indicó que viven con 4 a 6 personas y el 38.5% con 0 a 3 personas. El 83.1% cuenta con servicio de internet tanto en casa como en móvil, contando el

100% con teléfono móvil y el 92.9% tiene una computadora portátil, luego se observa una reducción en el porcentaje de las personas que cuenta con una tableta siendo el 50% y en cuanto a una computadora de escritorio sería el 46.4%, indicando la preferencia por dispositivos móviles.

Perfil Psicográfico

Según la encuesta, el 83.1% disfrutan de su tiempo libre en casa, viendo televisión o netflix y les gusta pasear a sus mascotas, el 32.3% llega a centros comerciales para poder asistir al cine. También el 43.1% indicaron que realizan actividades familiares y el 29.2% artísticas, dibujando o tomando fotografías.

Además uno de sus hobbies es la lectura, cuyos temas favoritos abarcan al 32.3% romance, 18.5% misterio y 18.5% de drama, en cuanto a los gustos literarios la mayoría mantiene una preferencia por las novelas abarcando el 75% del grupo objetivo, en segundo lugar el 65% se inclinan por los cuentos y en tercer lugar, con el mismo porcentaje, siendo el 32.1% se ubican los poemas y las crónicas..

Según la edad del grupo objetivo, esta se conforma por la generación digital y neodigital, esto implica que nacieron y/o crecieron con la tecnología. El Internet lo utilizan para comunicarse para diferentes aspectos como el trabajo o los amigos. Manipulan la información de forma rápida y sencilla.



Los resultados en la encuesta demuestran que el 60% pasa entre 3 a 5 horas diarias en las redes sociales, en las cuales el 69.2% es Facebook, 58.5% en Youtube y el 55.4% en Instagram, lo cual se puede deducir que utilizan las redes como una fuente de información y entretenimientos. Perteneciendo a la generación millennial y haciendo gran uso de las redes indica, según Jack Myers, que son sociales no solo lo implementan para comunicarse sino como un medio para poder expresar su diario vivir por medio de comentarios, compartir contenido, realizar consultas por medios de sus celulares.

Manteniendo esa necesidad por estar conectados en las redes también se puede nombrar, como producto de la encuesta, que los famosos que más siguen son: Justin Bieber, Katy Perry, Taylor Swift, entre otros; esto indica que la fama es un factor importante y se relaciona con el egocentrismo que y la opinión crítica de los millenials y esto a su vez con el hecho de dar su opinión en redes sociales y darse a conocer, lo cual crea vínculos que dan una sensación de pertenencia.

Se realizó una netnografía, y observando a los seguidores en las páginas de los booktubers se pudo deducir, que son personas que expresan lo que piensan, en este caso dan su opinión sobre el video y sobre su experiencia del libro comentado por el booktuber, y les gusta compartir los gustos propios con personas que los comparten. También se puede observar que en cuanto a gustos de vestimenta en su mayoría era informal, conformado por una blusa sencilla o playera, algún sudadero o suéter, un jeans y tenis.

Visuales e interactivos

En cuanto a sus gustos de elementos gráficos de diseño, el 20% del grupo objetivo prefieren logotipos flat design, el 20% lineales, y el 18.5% geométricos. En cuanto a niveles de abstracción el 63.1% se inclinan por el nivel medio, lo que indica que prefieren elementos fáciles de procesar visualmente. En los colores el 49.2% tienen preferencia por una paleta de colores vivos y contrastantes (morado, verde y amarillo-naranja), los cuales en la encuesta fueron seleccionados como los colores que más se relacionan con un club de lectura juvenil. Para la tipografía el 72.3% mantiene una predisposición por las sans serif, con un estilo moderno, el cual el grupo objetivo relaciona nuevamente con el club de lectura juvenil.





7. GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO



▶ 7.1 CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

PIEZAS	CONTENIDO A DESARROLLAR
Logotipo	<ul style="list-style-type: none">- Nombre de la marca "Booktubers Guatemala"- Símbolo de la marca
Animación de logo	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales
Afiche	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Hora, fecha y canal para ver los vídeos- Fotos de los booktubers
Boletín	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo- Información del tema (ver anexo. 10)
Player	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales
Separador de libro	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales- Citas de libro (3 citas diferentes de Harry Potter, Juegos del Hambre y el Principito)
Botón	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales
Calcomanía versión 1	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales



PIEZAS	CONTENIDO A DESARROLLAR
Calcomanías versión 2	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales- Citas de libros
Foto de portada y perfil	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Nombre de actividad, fecha, hora y lugar (foto portada informativa)- Imagen (foto portada de fotografías)
Publicaciones en redes	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Símbolos de redes sociales- Citas de libros (Publicación de frases)- Imagen (Excepto la publicación diccionario)
Vídeos en redes	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la marca- Redes Sociales- Vídeos de los booktubers- Frase de expectación
Manual de identidad	<ul style="list-style-type: none">- Título: Logo- Título: Color- Título: Tipografía- Título: Área de seguridad- Título: Construcción del logo- Título: Usos correctos- Título: Usos incorrectos- Título: Uso del patrón- Título: Aplicaciones a piezas



8. PPROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN



▶ 8.1 DISEÑO DE CONCEPTO

Durante este proceso se realizaron tres técnicas de conceptualización diferentes, el principal objetivo de ellas fue encontrar un concepto que funcionara con el grupo objetivo. En estas técnicas se manejan diferentes procesos, dando como resultado 15 frases diferentes. A continuación se le presentan las tres técnicas creativas utilizadas entre ellas:

- Lluvia de Palabras (Brainstorming)
- Opuestos
- Relaciones Forzadas

▶ 8.2 MÉTODO 1: BRAINSTORMING

Se utilizó el método brainstorming por la facilidad de generar palabras con relación a las temáticas necesarias. Para la generación de palabras es necesario tener conocimiento sobre la temática del material, el tipo de diseño a utilizar y el grupo objetivo.

El propósito de esta técnica es el de escribir cuantas palabras se puedan y luego ir unido alguna con otras para poder formar frases conceptuales, en este caso el grupo objetivo son hombres y mujeres entre 15 y 25 años de edad y la temática es sobre booktubers.

La facilidad que otorgó la técnica dió como resultado un tiempo eficiente y un trabajo eficaz.

A continuación se le presentará el proceso que se realizó paso a paso para la realización de esta técnica:

► PROCESO: BRAINSTORMING

Libros
Lectura
Vídeos
Tecnología
Red social
Jóvenes
Páginas
Portada
Contenido
Letra
Palabra
Párrafo
Historia
Novela
Tema
Romance
Terror
Ciencia Ficción
Fantasía
Misterio
Trama
Inicio
Final
Lector
Alegría
Hobbie
Grabaciones
Grupo
Análisis

Compartir
Disfrutar
Distracción
Conocer
Crítica
Seguidores
Comunidad
Gustos
Vista
Ojos
Ideas
Emociones
Conexión
Sentimiento
Identificar
Relación
Sociabilidad
Comentarios
Recomendaciones
Cocimientos
Cultura
Pasión
Comunicación
Ícono
Abstracción
Minimalismo

Conceptos

- *Abstracción de una tecnología comunicativa*
- Conexión juvenil de palabras
- Tecnología lectora de juventud minimalista
- Grupo de páginas culturales.
- Conexión de fantasías en letras

Fundamentación

La selección de la palabra “abstracción” abarca tanto la técnica de diseño en la que se puede basar, la cual va acorde la temática tecnológica. Esta última se complementa con la palabra “red”, por su relación al Internet, la cual a su vez se acopla a la palabra “comunicativa”. Las 2 últimas palabras juntas logran expresar al grupo objetivo, el cual se basa en los libros y la tecnología.

▶ 7.2.2 MÉTODO 2: OPUESTOS

Se utilizó el método de opuesto ya que ayuda a generar palabras que contrarias a lo que se quiere expresar y así poder crear conceptos distintos a los esperados, siempre con las temáticas necesarias

El propósito de esta técnica es el de generar un listado de palabra en relación a los temas y luego buscar su opuesto para generar conceptos contradictorio.

La técnica permite generar ideas nuevas y no obvias que ayudan a complementar el concepto.

A continuación se le presentará el proceso que se realizó paso a paso para la realización de esta técnica:

► PROCESO: OPUESTOS

Pasión - frialdad
Historia - invención
Lector - analfabeto
Grupo - individuo
Inicio - final
Idea - realidad
Sentimiento - Indiferencia
Joven - anciano
Tecnología - rudimentario
Social - Introversión
Opinión - desinterés
Conexión - divergencia
Comunidad - disparidad
Conocimiento - Ignorancia
Casa - exterior
Artístico -científico
Leer - desconocer
Imagen - letra
Realidad - fantasía
Comunicación - aislamiento
Hábito - inexperiencia
Visual - escrito
Corazón - cerebro

Conceptos

- Disparidad de lectores tecnológicos
- Fantasía de una conexión tecnológica
- *Aislamiento de ideas visuales*
- Realidad de un escrito tecnológico
- Inventiva de conocimiento visual

Fundamentación

“Aislamiento” representa a la comunidad como otra parte de la sociedad; “ideas” representa la temática de lectura, ya que no solo son ideas si no que esta originan otras; “visuales” representa la temática del vídeos y también una descripción del grupo objetivo.

▶ 8.3 MÉTODO 3: RELACIONES FORZADAS

Método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. De ahí pueden surgir ideas originales.

Esta técnica de conceptualización consiste en buscar palabras al azar teniendo ya sea un significado opuesto o similar al listado de palabras. Es muy útil a la hora de generar ideas de una forma espontánea y divertida, ya que con esta técnica se pueden crear conceptos interesantes uniendo palabras y creando combinaciones llamativas.

Es muy útil para generar ideas que complementan al Brainstorming cuando ya parece que el proceso se estanca.

A continuación se le presentará el proceso que se realizó paso a paso para la realización de esta técnica:

▶ PROCESO: RELACIONES FORZADAS

- Libro: páginas, letras, historias, escritos, portada, pasta, inicio, final, trama, frases, expresiones, lector, sentimientos, gustos, disgustos, comentarios, opiniones, conocimientos, imaginación, hábito, biblioteca, silencio.

- Tecnología: comunicación, red, vídeos, imágenes electricidad, audiovisual, futuro, moderno, actual, habilidad, juvenil, icono, facilidad, desarrollo.

- Juventud: comunidad, risas, metas, sueño, cocimientos, estudios, Internet, tecnología, emociones exterior, imaginación, movimiento, crear, ser, futuro

Conceptos

- Comunicación de historias
- Comunidad de emociones lectoras
- *Imaginación de letras audiovisuales*
- Ícono histórico moderno
- Emoción escrita en imágenes.

Fundamentación

La palabra "imaginación" aporta una representación al grupo objetivo, como lectores, y también a la temática de la lectura, además aporta bastantes elemento de diseño; esta última se complementa con la palabra "letras"; y como representación de la otra temática que es tecnología esta "audiovisuales" por el uso de los vídeos y también representa como se caracteriza el grupo objetivo en la actualidad.

▶ 8.4 FUNDAMENTACIÓN DEL CONCEPTO

“Tecnología de letras audiovisuales”

“Tecnología” expresa comunicación lo cual es un aspecto más fácil a realizar para los jóvenes de hoy, por ende describe al grupo objetivo, ya que esta palabra se asocia normalmente con Internet y con ella a la juventud.

“Letras” representa la temática de la lectura y también funciona como un elemento gráfico que puede utilizarse en el diseño.

“Audiovisual” abarca la temática de vídeo y tecnología, además de dar una característica del grupo objetivo.

En conjunto, las 3 palabras, pretende representar un mundo tecnológico dedicado al tema de los libros por medio de elementos audiovisuales.



9. CODIFICACIÓN DEL MENSAJE



▶ 9.1 VISUALIZACIÓN

Para la realización de las siguientes tablas se utilizó de base el concepto “Tecnología de letras audiovisuales”. Con el fin de poder describir y concretar la línea gráfica y elementos visuales que se utilizaran en las piezas a crear.

Imagen gráfica general

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Estilo gráfico	Facilitar la comprensión de los elementos gráficos implementados connotando a un grupo joven	El diseño debe ser de alta abstracción con estilo flat design, utilizando la temática de libros y videos como base del diseño.	Modernismo Juvenil Equilibrio
Paleta de color	Reforzar el material, asociándolo con un grupo joven y activo.	Paleta de colores brillantes para captar la atención, colores planos utilizando la paleta de color amarillo-anaranjado, morado y verde-celeste.	Juventud Tecnología Literatura
Tipografía	Facilitar la lectura, espontánea y divertida para el lector.	Tipografía san serif, tanto para el logo como para el cuerpo de texto de las demás piezas.	Modernismo Organización Juvenil



Logo

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Ejes	Contribuir a la integración de la imagen y el texto.	Utilización de ejes curvos e informales.	Juventud Modernidad
Isotipo	Buscar que los elementos se vinculen con la literatura y los vídeos digitales.	Flat design, con figuras geométricas y alta abstracción de elementos de libros y el botón de play.	Juventud Dinamismo

Boletín

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Facilitar la ubicación de elementos dentro del formato determinado por medio de una distribución que genere movimiento entre las secciones del material.	Retícula semiformal, combinación de ejes inclinados con verticales y horizontales.	Orden Juvenil Dinamismo
Formato	Permitir al usuario visualizar el material de forma fácil y adaptado a su pantalla.	Vertical y digital. Tamaño aprox. 600px de ancho aproximadamente.	Agilidad Comodidad



Redes Sociales

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Crear un orden visual manteniendo un enfoque en los elementos gráficos que capten la atención del usuario.	Jerárquica y modular	Movimiento Juvenil
Formato	Permitir que el contenido se presente en diferentes tamaños, adaptándose a la plataforma de la red social y a los dispositivos del usuario.	FACEBOOK <i>Perfil 180px X 180px</i> <i>Portada 851px X 315px</i> YOUTUBE <i>Perfil 100px X 100px</i> <i>Portada 2560px X 1440px</i> INSTAGRAM <i>Perfil 110px X 110px</i>	Comodidad



Publicaciones en redes sociales

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Generar un punto focal en los contenidos textuales para comunicar mejor el mensaje y que la lectura sea fácil y divertida.	Retícula modular, semiformal.	Orden Modernismo
Formato	Permitir que el contenido se presente en diferentes tamaños, adaptándose a la plataforma de la red social y a los dispositivos del usuario.	FACEBOOK <i>Post 618px X 618px</i> INSTAGRAM <i>Post 640px X 640px</i>	Comodidad

Manual de identidad

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Crear un orden visual, en el cual el texto y el ejemplo gráfico logren resaltar del resto de los elementos de forma ordenada.	Retículas dinámica, utilizando elementos gráficos con relación a la temática de libros y el logo manteniendo la línea de diseño	Orden Fluidez
Formato	Facilitar el acceso y lectura de la pieza	Horizontal, tamaño carta y digital	Comodidad



Artículos Promocionales

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Crear un enfoque en la promoción de la marca, en este caso el logo, sin opacar los textos, como las frases y redes sociales de forma juvenil y energético	Ejes rectos y retícula modular , utilizar elementos gráficos con relación a la temática de libros y el logo manteniendo la línea de diseño	Dinamismo
Formato	Facilitar el transporte y uso de la pieza	PLAYERA: s, m, l, xl SEPARADOR: vertical 2" x 6.5" STICKER: redondo 4"	Comodidad Juvenil
Soporte	Facilitar la reproducción del material economizando recursos.	PLAYERA: algodón SEPARADOR : opalina STICKER: papel calcomanía brillante	Comodidad



Vídeos en redes sociales

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Encuadres	Que el contenido se lea de forma fácil e interesante, reconociendo la marca y captando lo elementos más importantes como los libros.	plano general, americano, cenital y detalle	Dinamismo Juvenil Modernismo
Formato	Permitir que el contenido se presente en diferentes tamaños y disposiciones, adaptándose a los diversos dispositivos del uso del usuario.	1280px x 720px	Comodidad

Animación del logo

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Encuadres	Captar los elementos esenciales de la animación, enfocado en el logo, creando una sensación de inegridad y fluidez entre las escenas	plano general, americano y detalle	Dinamismo Juventud Fluidez
Formato	Permitir que el contenido se presente en diferentes tamaños y disposiciones	1280px x 720px	Comodidad

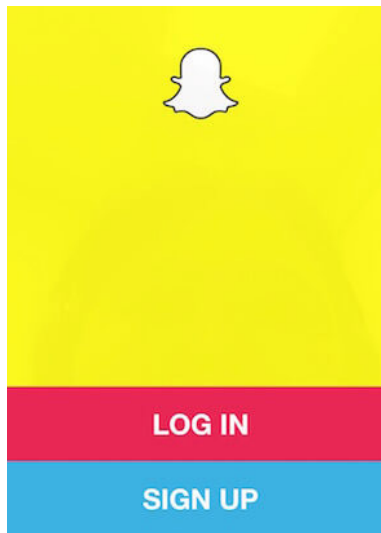


Afiches Promocionales

Elementos	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Crear un punto focal en la imagen para poder atraer al lector, sin opacar el contenido textual.	Ejes inclinados y rectos y una retícula modular	Dinamismo Organizado
Formato	Facilitar el transporte y uso de la pieza en los lugares a ubicarlos	11" x 17"	Comodidad Juvenil
Soporte	Facilitar la reproducción del material economizando recursos.	Texcote	Sencillez



Colores

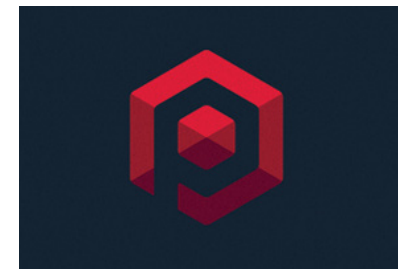
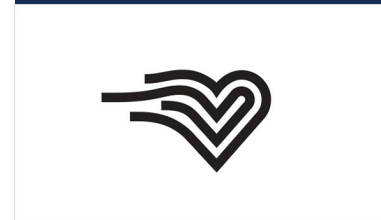
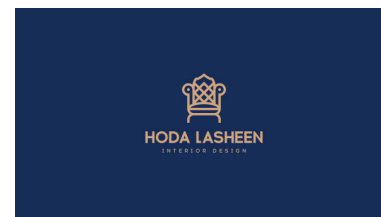
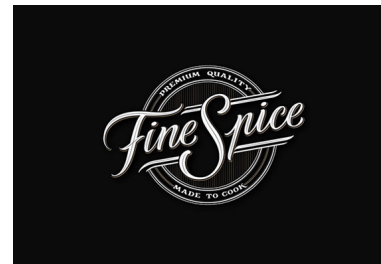


Tipografía

SPIN CYCLE



Tendencias logo



sima-x



10. PLANEACIÓN DE ESTRATÉGICA DE MEDIOS



▶ 10.1 DESCRIPCIÓN DE CADA PIEZA

Con el bajo presupuesto y el uso de la tecnología y redes sociales se logró desarrollar una planificación con las piezas de forma que la marca sea reconocida y promovida.

1ER PASO GENERAR UNA MARCA PARA IDENTIFICAR EL PRODUCTO

PIEZAS Y MEDIO DE SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIEN O COMO
Logo	Imagen visual	Dar a conocer a la comunidad de Booktubers Guatemala a jóvenes del país por medio de su imagen visual	En el material informativo y publicitario (redes sociales, presentación, boletín , artículos promocionales)	Por tiempo indefinido o hasta que la comunidad desee realizar un rediseño de la imagen.	El material será distribuido por los integrantes de la comunidad Booktubers Guatemala hacia sus seguidores, por medio de la piezas que la implemente.
Animación del logo (<i>digital</i>)	Imagen visual	Dar a conocer a la comunidad de Booktubers Guatemala a jóvenes del país por medio de su imagen visual	En cualquier vídeo realizado de por los booktubers	Por tiempo indefinido o hasta que la comunidad desee realizar un rediseño de la imagen.	El material será distribuido por los integrantes de la comunidad Booktubers Guatemala hacia sus seguidores, por medio de la piezas que la implementen.



2DO PASO GENERAR MATERIAL PUBLICITARIO Y PROMOCIONAL QUE AYUDE

PIEZAS Y MEDIO DE SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIEN O COMO
Redes sociales (digital)	Material publicitario	El material se utilizará para publicar a la comunidad y familiarizar a los seguidores con las actividades de los booktubers	En redes sociales (Facebook, instagram, Youtube, Snapchat)	PORTADA Y PERFIL: Cambiará mensualmente, en un ciclo de 3 meses por 1 año	El material será distribuido por Lectores Chapines y booktubers a sus seguidores.
				POSTS Redes Sociales: Lunes Diccionario: Martes Booktubers: Miércoles Frase: Sábados	
Vídeos de redes sociales (digital)	Material publicitario	El material se utilizará para publicar a la comunidad y lanzar la nueva marca.	En redes sociales (Facebook, instagram, Youtube, Snapchat)	Aparecerá un nuevo vídeo cada mes los cuales estarán rondando por 4 meses.	
Afiche (impreso)	Material publicitario	El material se utilizará para publicar a la comunidad y tener más seguidores en el canal.	Universidades (San Carlos, Landívar, Del Valle, Marroquín, etc.) y colegios (Liceo Guatemala, Sagrado Corazón, Belga, Liceo Javier, el Austriaco, Capoulliez, etc.)	6 meses	
Artículos Promocionales (impreso)	Material promocional	Promocionar a la comunidad y generar incentivos a través de juegos y concursos	En eventos que la comunidad participará	Por tiempo indefinido o hasta que la comunidad desee realizar un rediseño de la imagen.	



3ER PASO GENERAR MATERIAL INFORMATIVO PARA LOS INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD

PIEZAS Y MEDIO DE SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIEN O COMO
<i>Boletín electrónico (digital)</i>	Material informativo	El material se utilizará para informar a los booktubers.	En correo electrónico para Booktubers	El boletín cambiará de texto e imágenes de forma mensual por 3 meses.	El material será distribuido por Lectores Chapines hacia sus Booktubers.

PIEZAS Y MEDIO DE SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIEN O COMO
Manual de identidad (<i>digital</i>)	Imagen visual	Que se conozca el manejo de la marca a la hora de su implementación.	Dentro de la comunidad de Booktubers Guatemala	Por tiempo indefinido o hasta que la comunidad desee realizar un rediseño de la imagen.	El responsable del material será Iván Velázquez de Lectores Chapines.

▶ 10.2 ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

Luego de haber desarrollado una estrategia de fases donde se establece la importancia de nuevas piezas de diseño que facilitarán la implementación de la imagen y promoción de la comunidad de Boktubers Guatemala, a continuación se detalla el método para implementarlas:

10.2.1 LOGOTIPO

Identifica una marca que se generó con el fin de identificar a la comunidad. Mantendrá relación con los booktubers para que pueda acompañar el material en los diferentes medios o soportes como: publicaciones en redes sociales, publicidad, boletín electrónico y artículos promocionales.

10.2.2 REDES SOCIALES

Como parte de crear una interacción con el grupo objetivo, se diseñaron diversas publicaciones para las redes sociales como: publicación booktubers, en ellas se presenta un poco de cada booktube para que el grupo objetivo pueda conocer a los miembros y alentar a seguirlos en sus respectivas páginas está se publicará los lunes y miércoles, se hará 2 veces a la semana ya que la cantidad de miembros es grande y siempre puede aumentar. Publicación sobre redes sociales en la que la comunidad participa para que aumente la cantidad de seguidores, para ello se realizaron 5 opciones las cuales se publicaran una por una los días martes y se repetirá durante el año para promocionar a la comunidad. Luego están las publicaciones diccionario en las cuales se comparte sobre palabras técnicas o modismo adaptados sobre los booktubers y libros será utilizada para los días sábados. Por último está la publicación de una frase de un libro, la frase se relaciona a los libros más populares entre el grupo

objetivo con el objetivo de incitar una interacción con comentarios y opiniones, esta será usada los domingos. El viernes se usará para la publicación del nuevo video y el jueves para subir un pequeño adelanto del mismo.

10.2.3 VIDEOS DE EXPECTACIÓN

Los videos de expectación son 4, los primeros 3 muestran diversas situaciones en las cuales unas personas interactúan con los libros dando a entender de que trata la comunidad y que el grupo objetivo logre intriguarse por eso. Cada video será publicado uno cada mes y en el cuarto mes se publicará el último video en el cual se integran todos y se da a conocer de que trata la comunidad, este video durará otro mes.

10.2.4 LOGO ANIMADO

El propósito del logo animado es el de promocionar la marca, en este caso será empleado en diversos videos como lo son los videos semanales por parte de los booktubers o videos promocionales como los de expectación.

10.2.5 PRODUCTOS PROMOCIONALES

Los productos promocionales serán utilizados por parte de los booktubers para dar a conocer la comunidad durante sus eventos utilizarán las playeras durante los eventos y esos mismos repartirán los separadores promocionándose, así mismo utilizarán una calcomanía en el auto para dar a conocer a la marca en cualquier lado al que vayan y dar a conocer que pertenecen a la comunidad.



10.2.6 AFICHE

Con un propósito publicitario el afiche cumple la función de dar a conocer a la comunidad y los días en que publicarán un vídeo nuevo a demás de conocer las redes que utilizan. Cuenta con 3 versión con una variante en el color las cuales serán puestas en diferentes universidades y colegios, en los cuales por el ragon y el nivel educativo, se logra ubicar al grupo objetivo.

10.2.7 BOLETÍN ELECTRÓNICO

La función del boletín electrónico es el de poder ayudar a los booktubers a mejorar la calidad de sus vídeos, por ellos recibirán el boletín una vez al mes a su correo para facilitar la comunicación, y con diversos temas de forma indefinida.

▶ 10.3 SECUENCIALIDAD DE LAS PIEZAS

Se planifica un cronograma estratégico mensual para la implementación de las piezas par eventos, para promocionar y publicitar a la comunidad Booktubers de Guatemala de la manera adecuada. Se tomó en cuenta el objetivo principal del proyecto, el cual es el de dar a conocer a la comunidad.

También se tomó en cuenta que la comunidad no cuenta con los recursos económicos para la reproducción física de las piezas, en caso de que cuenten con los fondos, se debe de optar por un método de implementación que ayude a reducir gastos.

Logo animado

Ene. Feb. Mar. Abr. Mayo Jun. Jul. Agos. Sept. Oct. Nov. Dic.

Se utilizará para el vídeo semanal, el día viernes de forma indefinida

Videos Publicitarios

Ene. Feb. Mar. Abr.

Uno por mes. durando los primeros 4 meses del año.

Video 1 Video 2 Video 3 Video 4

Boletín electrónico

Ene. Feb. Mar. Abr. Mayo Jun. Jul. Agos. Sept. Oct. Nov. Dic.

Se mandará una vez al mes

opción 1 opción 2 opción 3



Imagen de portada y perfil

Ene. Feb. Mar. Abr. Mayo Jun. Jul. Agos. Sept. Oct. Nov. Dic.

Se realizaron 2 versiones una para agregar eventos y otra para fotos y de cada una hay 3 opciones. Cada mes se debe cambiar según el color, el uso por versión dependerá si en el mes a un evento o no. Actualizar diseño luego de 2 años.

opción 1 opción 2 opción 3

Publicaciones en Facebook e Instagram

Lun Mart. Mier. Juev. Viern. Sab. Dom.

Las publicaciones serán de forma diaria.

booktuber Redes Diccionaria Adelanto de video Video de la semana Frase

Artículos promocionales

Ene. Feb. Mar. Abr. Mayo Jun. Jul. Agos. Sept. Oct. Nov. Dic.

Serán vendidos en eventos (todavía no hay un cronograma de eventos), y también por medio de los 2 videos mensuales o ganársela en actividades implementadas por los booktubers. A continuación se presenta como será rifan de forma mensual. Uso indefinido.

playera 2 botones 2 separadores 2 stickers



Afiche

Ene.

Feb.

Mar.

Abr.


Mayo

Jun.

Los afiches se mantendrán en las tiendas por 6 meses, en cuyo ciclo la comunidad se hará conocida.

▶ 10.1 DESCRIPCIÓN DE CADA PIEZA

A continuación se presentan la candelarización de un mes del año, junto a la planificación de implementación de las piezas para dar una mejor ejemplificación.

JUNIO 2018							Publicaciones	
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
				     1	   2	   3		
   4	   5	   6	   7	   8	   9	   10		
   11	   12	   13	   14	   15	   16	   17		
   18	   19	   20	   21	   22	   23	   24		
   25	   26	   27	   28	   29	   30			



11. BOCETAJE Y PROPUESTA PRELIMINAR



▶ 11.1 BOCETAJE

El área de bocetaje se trabajó por pieza, primero el logo, segundo imagen de redes sociales, tercero las publicaciones para redes sociales, en cuarto lugar los vídeos de expectación, en quinto lugar la animación del logo, en sexto los afiches promocionales, y en séptimo el boletín electrónico; donde la propuesta de diseño está basada en el concepto “Tecnología de letras audiovisuales”. El bocetaje de cada pieza está dividido por etapas como se muestra a continuación:

11.1.1 Logotipo

- Isotipo
- Tipografía
- Integración de isotipo y tipografía
- Aplicación de color
- Integración de isotipo y tipografía 2

11.1.2 Redes sociales

- Elementos gráficos

11.1.3. Imagen en redes sociales

- Diagramación
- Tipografía complementaria

11.1.4 Publicaciones en redes sociales

11.1.5. Vídeos de expectación

11.1.6 Animación del Logotipo

11.1.7 Boletín electrónico

11.1.8 Promocionales - Playera

11.1.9 Promocionales - Separador

11.1.10 Promocionales - Calcomanías

11.1.11 Afiche Publicitario

El siguiente apartado tiene como fin, demostrar el proceso de bocetaje llevado a cabo para la realización de la propuesta gráfica preliminar. A lo largo del mismo se implementa la siguiente serie de íconos para facilitar la comprensión del proceso:



Referencia



Bocetaje manual



Bocetaje Digital



Propuesta aprobada

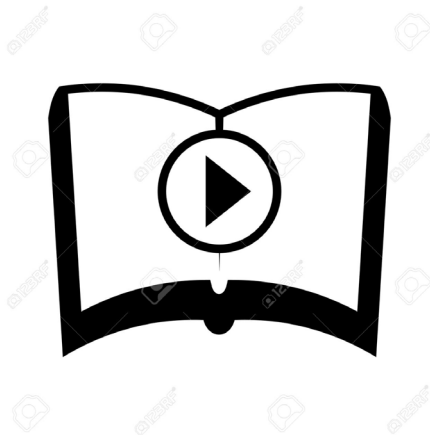
▶ 11.1.1 LOGOTIPO

A continuación se presenta referencias gráficas de los elementos a implementar en logo, tomando como base los gusto del grupo objetivo seleccionadas en la encuesta que les fue realizada.



Referencias

Se buscaron imágenes denotaran libro y lo audiovisual/tecnológico, en este caso vídeos pero siendo de youtube lo más conocido es el ícono de play.



Referencia: https://es.123rf.com/photo_58833833_ebook-representada-por-el-icno-de-un-libro-digital-sobre-fondo-aislado-y-plana.html



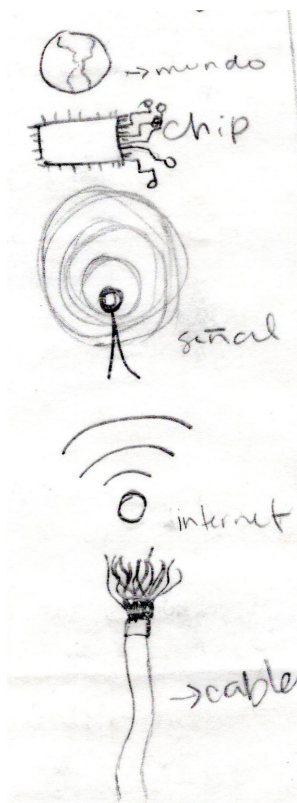
Referencia: <https://sp.depositphotos.com/167652968/stock-illustration-online-education-digital-school-book.html>



Referencia: <http://www.evolutiona.com/blog/tag/feria-del-libro-digital/>



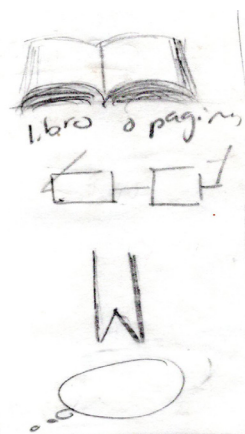
Se comenzó por gráfica diversas opciones de las palabras que conformaban el concepto, tecnología, letras y audiovisual, buscando gráficos a implementar en el isotipo



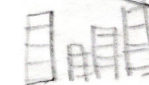
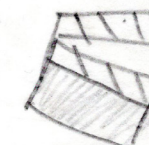
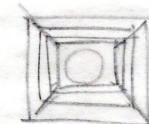
programa



estantería
libros



audio visual

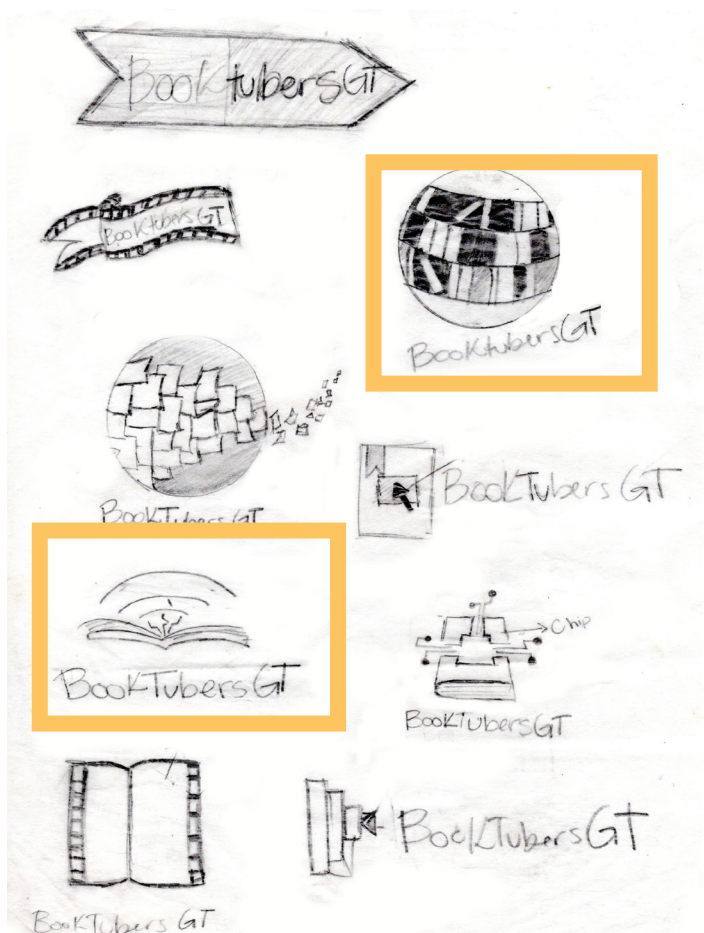




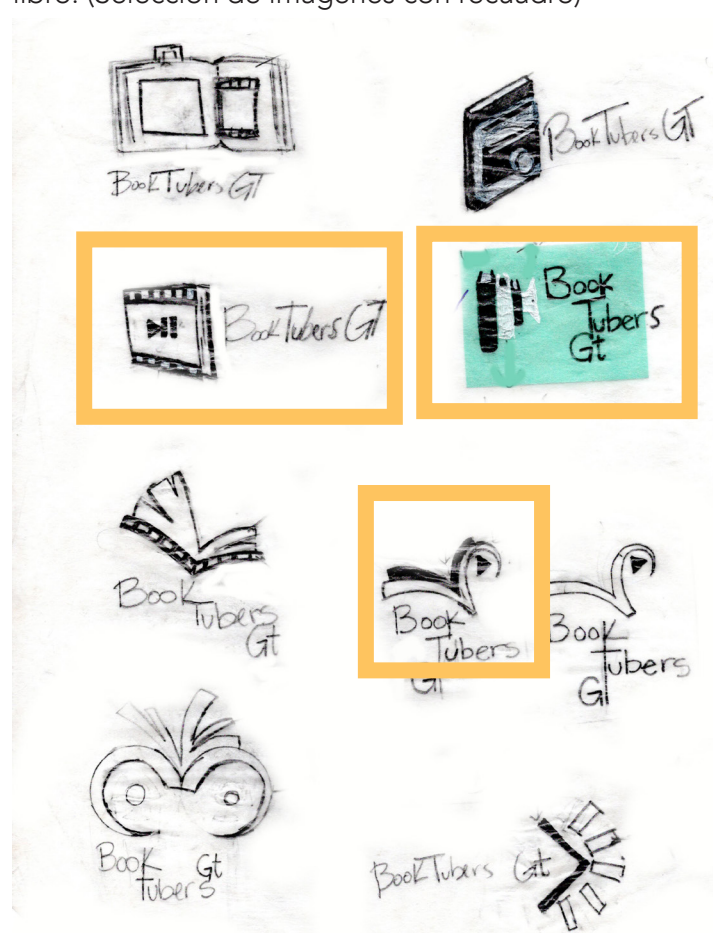
a. Isotipo



Se combinaron los gráfico realizado de cada palabra del concepto para formar ideas de isotipos que denotaran libros y vídeos.



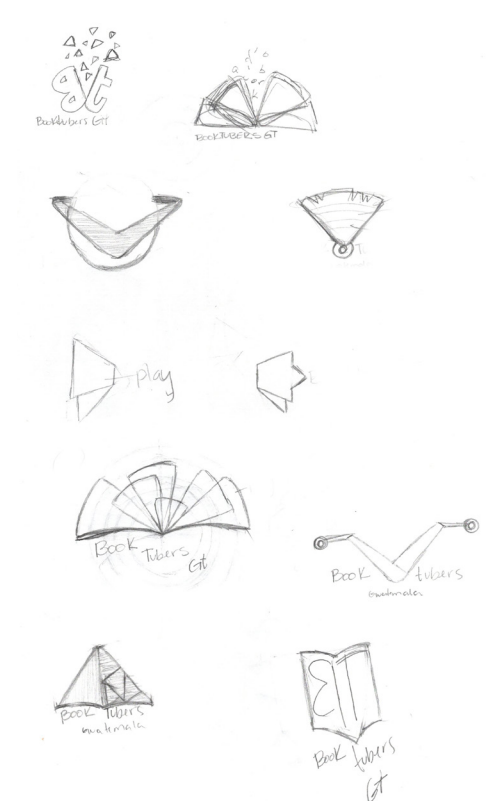
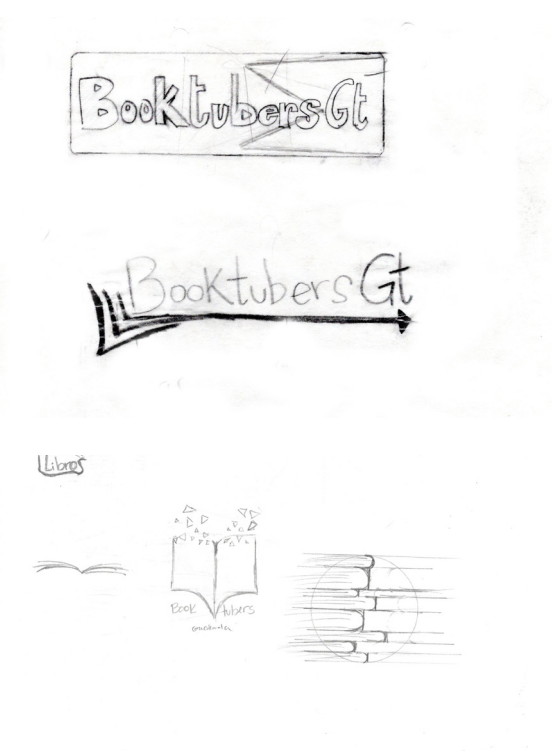
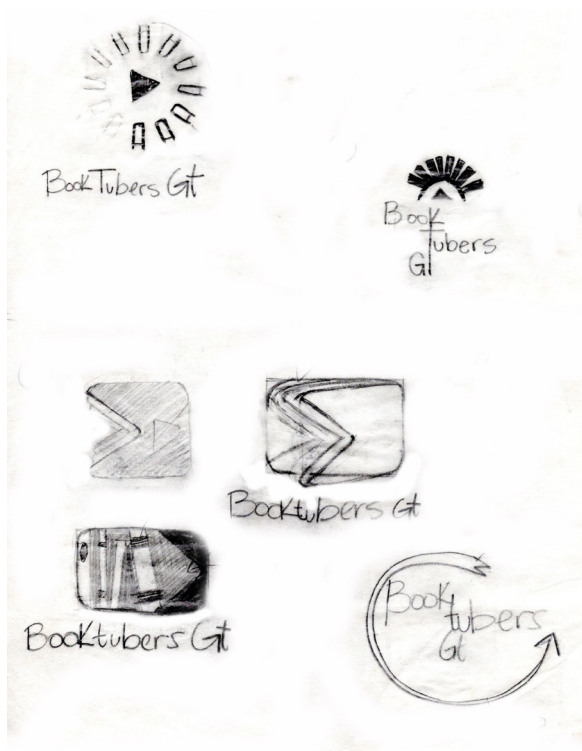
La selección se basó en los criterios anteriores y también que su forma fuera fácil de identificar en un nivel alto de abstracción, mantenido como elemento principal el libro. (Selección de imágenes con recuadro)





El resto de imágenes no fueron seleccionados ya que no estaban completos, ya sea que solo abarcaran la temática de vídeo o solo libros o no era muy comprensible a lo que quería comunicar.

También estaban los isotipos que eran muy evidentes o poco originales, por lo cual también fueron descartados.





Luego se digitalizan las opciones elegida que fueron 5 y se analiza cual presenta mayor dinamismo y es mucho más fácil de abstraer y comprender para el grupo objetivo



Las 4 opciones presentes no se escogieron por ser logos aburridos y que caen un tanto en obvios, como el uso de una cámara o solo colocar el ícono de play y utilizar una abstracción de libros comunes. Además no transmiten el lado juvenil y dinámico del grupo objetivo.



El isotipo caía en lo obvio de lo que la comunidad realiza.



Este logo tiraba mucho al concepto de biblioteca de colegio, no era lo suficientemente juvenil



Está imagen denotaba más como fotografías y álbumes



Este isotipo podía confundirse con el concepto de wifi y no tanto de vídeos en youtube



Está fue la selección, ya que contenía los elementos necesarios (libro y el play) y al mismo tiempo el nivel de abstracción es comprensible y dinámico para el grupo objetivo juvenil



Sin embargo todavía se complicaba el tipo de abstracción del libro que no lo hacía tan evidente y también se requería de unificar aún más los elementos de logo como el ícono de play.



El logo evolucionó y cambió a la siguiente forma. Para poder unificar más el logo y poder también cierta lógica en la colocación y utilización de los elementos, el triángulo de play pasa a salir de libro como contenido del libro basado en el concepto de píxeles pero en forma de triángulo ya que la temática es sobre libros, lo que al mismo tiempo da la sensación de la magia o fantasía que proviene de los libros. También se mejoró la abstracción de libro para que su forma fuera más comprensible.





b. Tipografías

Basado en los aspectos descritos por LanceTalentos se buscó tipografías modernas y juveniles, dentro de las cuales debía de ser san serif y/o display ya que este tipo de letras connotan estos aspectos, a demás de ser confirmado por el grupo objetivo al seleccionar la tipografía siguiente durante la encuesta.

Estas tipografías fueron las otras 2 opciones mas seleccionadas dentro de la encuestas del grupo objetivo pero no se tomaron en cuenta ya que la más seleccionada es la que también cuenta con los criterios para ser la tipografía que acompañe al isotipo.

SPiN CYCLE

Referencia: <https://sp.depositphotos.com/167652968/stock-illustration-online-education-digital-school-book.html>



Referencia: <https://sp.depositphotos.com/167652968/stock-illustration-online-education-digital-school-book.html>

Xenois Serif

Referencia: <https://sp.depositphotos.com/167652968/stock-illustration-online-education-digital-school-book.html>



Basado en elección del grupo objetivo por la tipografía palo seco Baron Neue, se seleccionaron otras tipografía similares para probar cual lograba acoplarse al logo y que se identifique con la comunidad Booktubers y el grupo objetivo

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

BOOKTUBERS
GUATEMALA

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

BOOKTUBERS
GUATEMALA

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

BOOKTUBERS
GUATEMALA

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**

BOOKTUBERS
GUATEMALA

**BOOKTUBERS
GUATEMALA**



Finalmente, queda la tipografía exacta que el grupo objetivo había seleccionado, ya que tiene el grosor necesario para crear un impacto visual, además siendo sans serif también connota modernidad lo cual caracteriza al grupo objetivo y a la comunidad booktubers ya que son un grupo que utiliza la tecnología constantemente y por último la legibilidad de la misma era la mejor ya mantiene un interletraje que ayuda a comprender cada letra y la forma de las letras es clara y uniforme.

BOOKTUBERS GUATEMALA

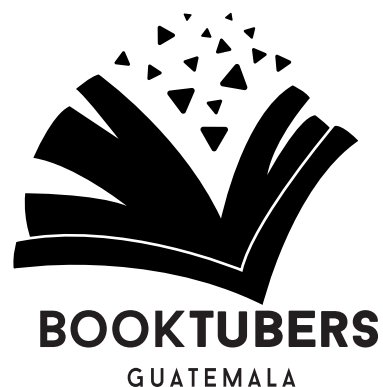
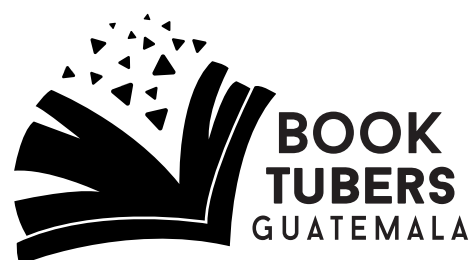


c. Integración Isotipo y Tipografía

Se probaron diferentes opciones de posicionar el isotipo con el nombre. Tratando que le isotipo manejara la primera jerarquía en cuanto a posición.



Finalmente se eligió la quinta opción ya que mantiene una unión entre el isotipo y la tipografía y que también logra jerarquizar el texto.



d. Aplicación de Color

Para selección del color se crearon 3 paleta de colores, la primera se basa se una gama de colores contrastantes vivos que lograra connotar lo juvenil del grupo objetivo combinando el fucsia rojizo, amarillo y verde.



La segunda gama de colores se basó en una de la aplicaciones más usada por los jóvenes, Snapchat, ya que representa al grupo objetivo y a la comunidad booktubers por medio de la tecnología y la diversión juvenil de la palicación



Po último se creo otra mezcla de colores basdo en su significado, el morado como fantasía y creatividad representante de los libros, el amarillo alegre tanto como lo es la comunidad de los booktubers y el grupo objetivo, y luego se encuentra el verde azulado que cuál representa al grupo joven y fresco, a demás los 3 colores logran contratar entre si ayudando a la jerarquía visual



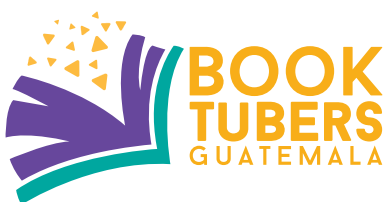
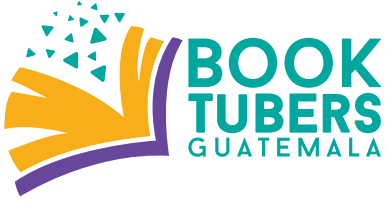
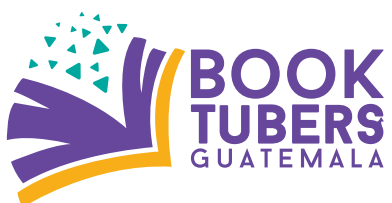
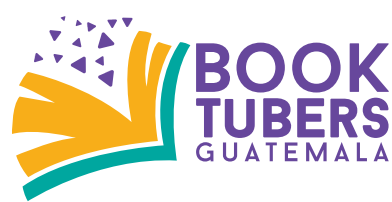
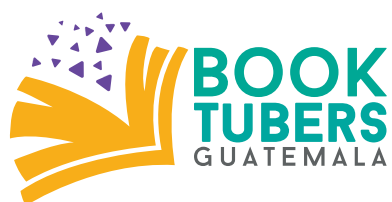
de los elementos.

Está última es al selección por el grupo objetivo como la paleta que mejro relacionan a un club de lectura juvenil confirmando que el significado de los colores se acompla y que también es del agrado al grupo objetivo y de la comunidad booktubers.

La paleta de color original contaba con un color verde limón sin embargo esta se relaciona más con temáticas de naturaleza, por lo cual se oriento a un verde aqua la cual es un color popular entre lo jóvenes y logra asociarse ala frescura por azulado del color, lo cual caracteriza al grupo obejtivo.



Se escogió esta opción ya que permite jerarquizar el contenido entre el isotipo y el nombre y también logran contrastar de una forma armónica cada uno de los elementos.



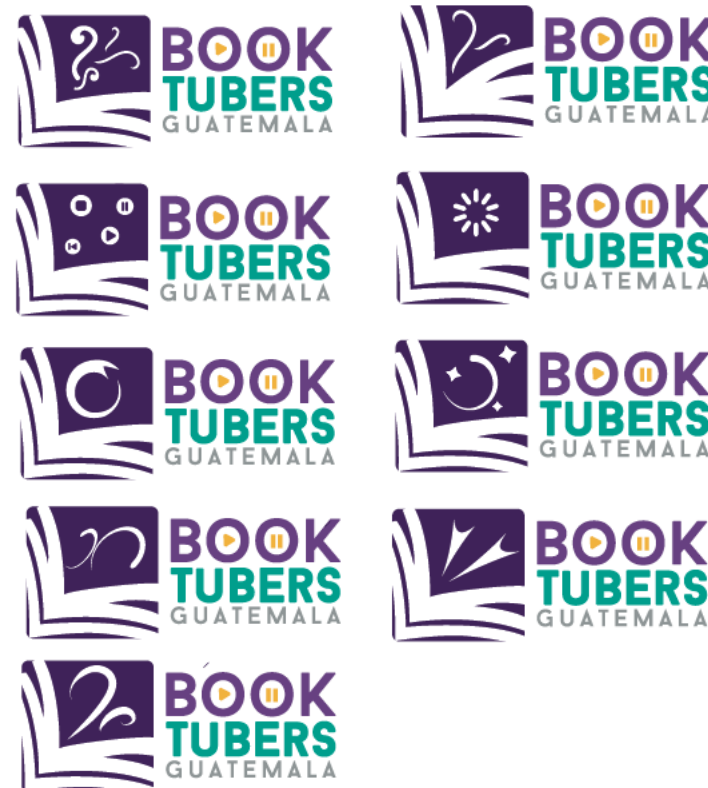


e. Integración Isotipo y Tipografía 2



Luego de la aplicación de color se volvió analizar la opción del logo ya que la posición de los triángulos no denotaba los videos y la tecnología y el grupo objetivo lo relacionaba con confetti, por lo se optó cambiar el elemento por otro que representará la temática.

Al mismo tiempo el isotipo perdía peso visual al cambiar los elementos triangulares, por lo cual se optó por colocar una forma de fondo que agregará un punto focal al logotipo, por lo cual se coloca un cuadro de "stop". lo cual también agrega dirección y alineación al logotipo.





La elección final es la presente la cual también cuenta con más color en el isotipo ya que el gusto del grupo objetivo es el estilo flat design y con más color es más fácil distinguir la abstracción del libro. Por último en la tipografía se implementa jerarquización por color que permita al grupo objetivo distinguir los elementos del logo por orden de mayor a menor importancia, a demás da distinción a cada una de las palabras que representan a la comunidad y así poder comprender más fácilmente sobre la función de la misma y para mantener la relación con los videos se agrega el ícon de play y pausa en la tipografía, integrando todos los elementos.



IMPORTANTE

La aplicación de este cambio en el logo se realiza, luego de haber tenido las piezas finales, y por ello en la mayoría del proceso del bocetaje se puede observar la implementación del logo antiguo en las piezas y solo al estar finalizada la pieza esta aparece con el logo modificado.

▶ 11.1.2 REDES SOCIALES



a. Elementos gráficos

Se comenzó por desarrollar una serie de elementos se pudieran completar el diseño de las piezas y pudieran mantener una línea gráfica que las unificara.



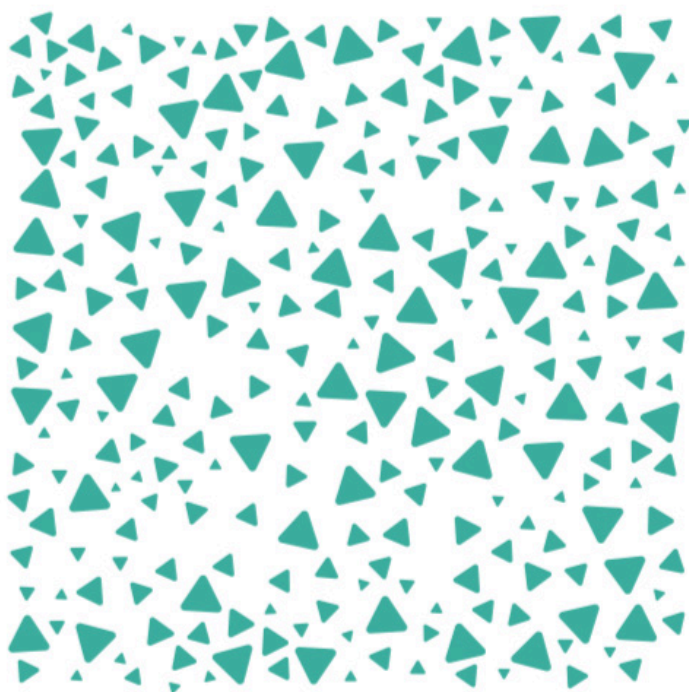
Referencia: <https://mx.depositphotos.com/87495062/stock-illustration-set-of-line-polygon-abstract.html>



Referencia: https://www.freepik.es/vector-gratis/fondo-morado-de-triangelos-de-colores_1095549



Se desarrolló un patrón que con los triángulos rotado en diversas formas, sin embargo el patrón solo tenía un propósito decorativo. Por lo cual se ideó el implementar íconos que comunicará sobre las actividades que se desarrollaban en la comunidad.



Las actividades icononizadas fueron: tema de vídeo, vídeo-reseña, booktuber, producción, comunidad y booktag. Todas estas son las actividades que más sobresalen en cuanto al tema de los booktubers.





Finalmente se digitalizó la opción más comprensible y que su denotación fuera la correcta. También fueron aprobadas por los booktubers, quienes son conocedores del tema



El patrón aprobado logra integrar los íconos y el ícono de play pero de una forma sutil que no robe el protagonismo a el resto de elementos en las piezas y pudiera también complementar el diseño.



Producción



Tema



Video Reseña



Booktag



Comunidad



Booktuber





b. Tipografía complementaria



Se busca una tipografía que se puede implementar tanto en esta pieza como en la otras para poder relacionar por medio de la línea de diseño. Tomando en cuenta el desarrollo de largo contenido del boletín electrónico las propuestas se basaron en su legibilidad y su denotación moderna y/o juvenil.

Booktour

Booktour

booktour

Booktour

Booktour

booktour

Booktour

Booktour

booktour



Se elige la tipografía "Lato" por la amplia familia tipográfica que permite crear varias jerarquías en el contenido.

Booktour

Booktubertour

Booktour

▶ 11.1.3 FOTO DE PORTADA Y PERFIL

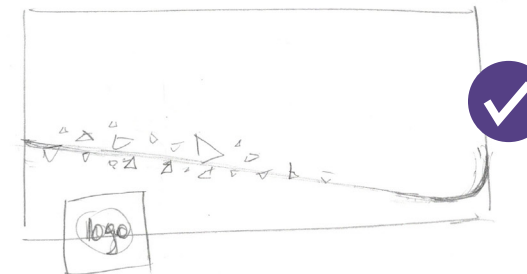
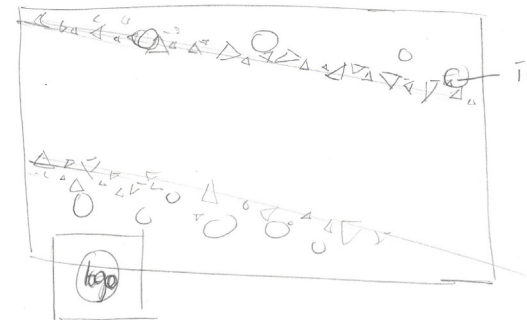


a. Diagramación

Se realizaron 3 opciones de las cuales 2 debería ser escogidas, uno para la colocación de fotos y otro para poder colocar texto.

En la foto de perfil se colocara el logo ya que es el identificador de la comunidad en las redes. En cuánto a la foto de portada se hace uso del patrón desarrollado.

En este punto del bocetaje se evidencia la necesidad de implementar tanto el patrón con los ícono como sin ellos ya que dependiendo de la pieza está se puede saturar por el exceso de elementos, a demás de crear una variación que no rompa con el diseño y mantenga la línea gráfica.





Durante el desarrollo de las propuesta se buscaron opciones para crear variaciones con los elementos gráficos del diseño, así poder obtener 3 propuestas de cada diseño. Por lo cual se combinaron de diferentes formas los colores de la paleta seleccionada



Sin embargo ninguna de las propuestas en esta página fueron escogidas ya que el uso excesivo de los colores creaba una armonía en el diseño y sobre todo no permitía jerarquizar los elementos de forma adecuada ya que eran demasiados elementos que creaban un punto focal





Finalmente se realizaron 2 opciones con 3 prepuestas de cada una en la cual variaba el color implementado, para mantener la línea gráfica pero también evitar caer en la monotonía del mismo diseño.

También se puede observar que el uso de todos los colores en una sola portada fue eliminado lo cual permitió que la información o la fotografía tuvieran la primera jerarquía en el diseño.

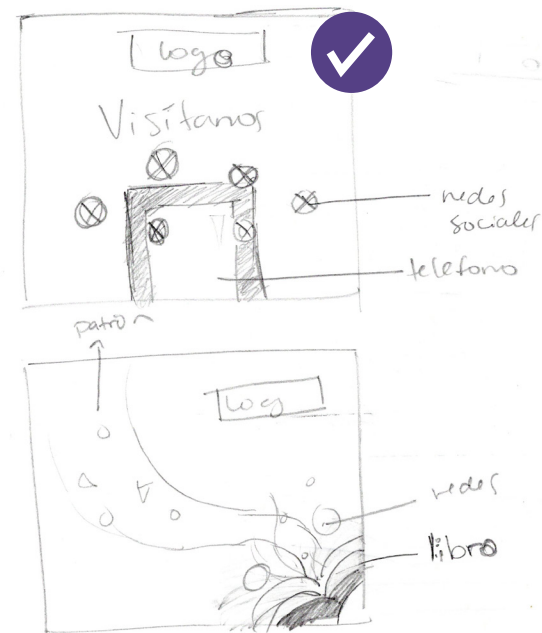
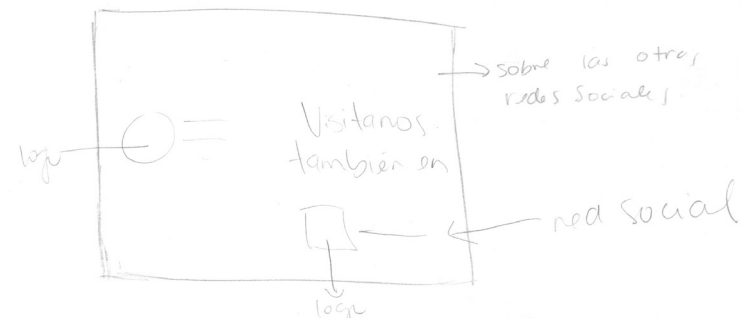


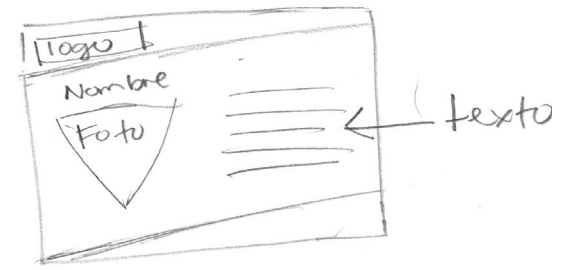
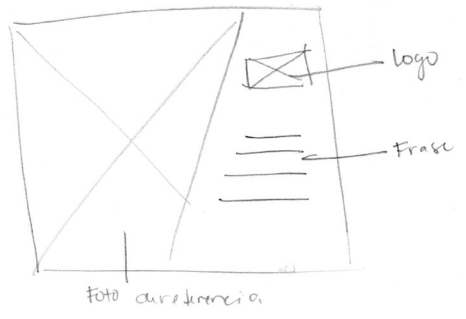
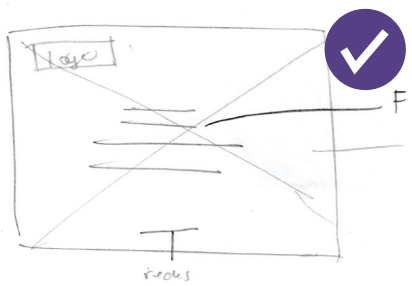
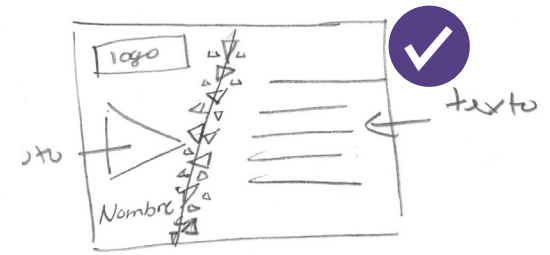
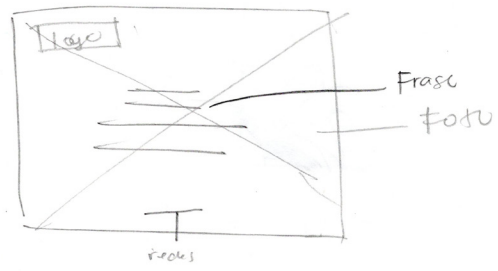
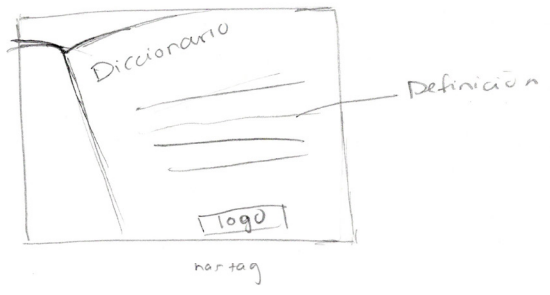
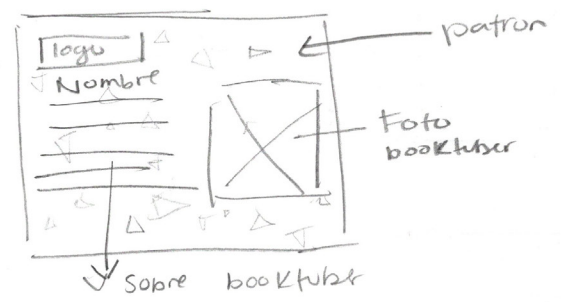
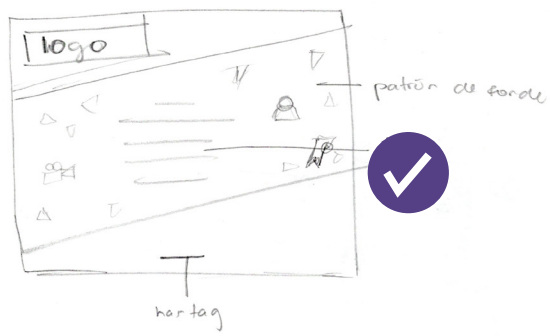
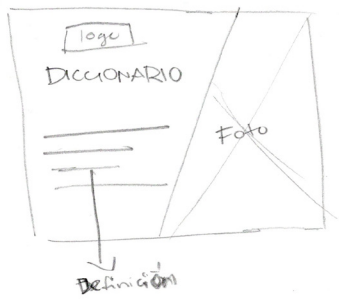
▶ 11.1.4 PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES



Basado en el diseño de la foto de perfil y portada, se realizaron diversas propuestas de publicaciones en las redes en la cuales se encuentran publicaciones sobre las redes que la comunidad maneja, también hay sobre los miembros de las comunidades, un diccionario y por último publicaciones sobre frases de libros.

La selección de propuestas aprobadas se basa en que sus diseño son diferentes para no aburrir con publicaciones similares pero mantiene la línea gráfica.







Para la primera publicaciones de redes se inicio solo implementado el ícono de la red, sin embargo el post no era lo suficientemente atractivo para el grupo objetivo y se implementó una ilustración vectorial que incentivara al grupo objetivo a buscara la comunidad en otras redes, junto con el patrón desarrollado

Finalmente queda como la tercera imagen en donde se implementan todas las redes de un solo.



Originalmente se había desarrollado un solo un diseño con todas las redes sociales, sin embargo el compartir la misma publicación se volvería aburrido para el grupo objetivo por lo cual luego se desarrolló una publicación por red social complementando la publicación original.





Con las publicaciones de diccionario, se quería crear un medio informativo que permitiera la grupo objetivo conocer más de la comunidad y de ciertos términos que los booktubers implementan en los vídeos.

Se utiliza nuevamente el patrón, pero solo en ciertas partes del diseño para no crear un impedimento al visualizar el texto informativo, que el elemento principal de la publicación. Por último se combinan los colores de diversas formas para no crear una publicación monótona y que canse al grupo objetivo



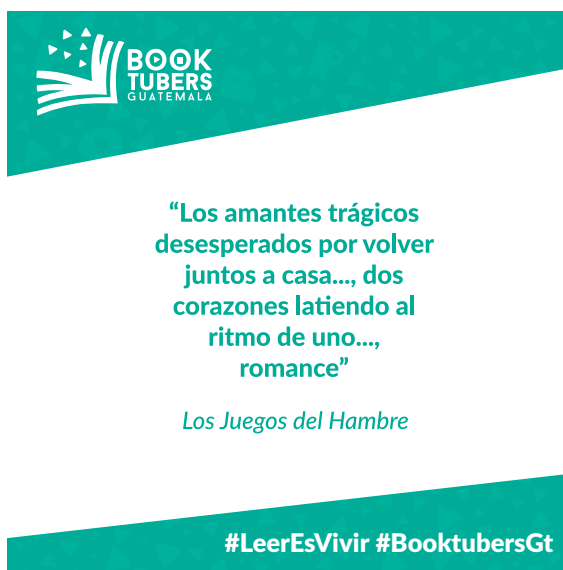
Se cambia la combinación de colores y se decide por un diseño más simple y sobrio que no sature el diseño. También se agrega un cintillo para poder colocar le logo a color, ya que siendo una marca nueva necesita que el grupo objetivo se familiarice con él y al colocar con un solo color esta familiarización puede tardar más en realizarse, asimismo la implementación de elementos y ejes inclinados otorga al diseño una expresión juvenil y moderna.





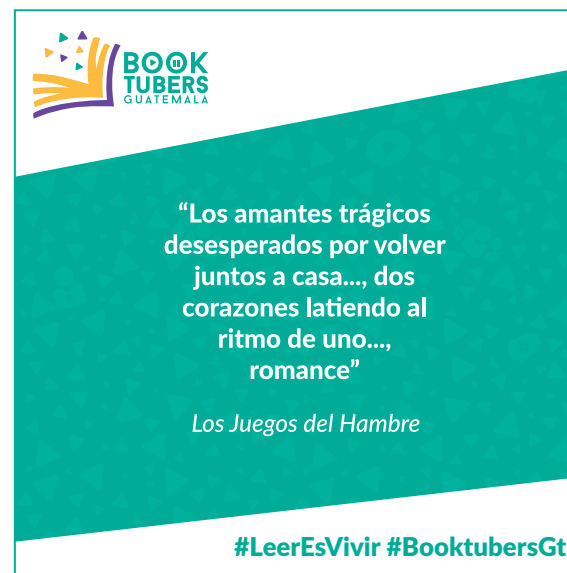
Se desarrolla una publicación sobre frases de libros con el propósito de que el grupo objetivo logre crear un vínculo con la comunidad al compartir los mismos gustos. Frases fueron elegidas de libros ya anteriormente señalados por el grupo objetivo como preferidos.

Se crean tres diseños, los cuales difieren solamente en el color implementado. Asimismo se comienza a utilizar las frases/hashtags, ya que siendo un grupo joven puede utilizarse como un medio publicitario cuando el grupo objetivo y los booktubers lo implemente en sus publicaciones.



Se optó por una versión en la que se pueda utilizar el logo a color para que el grupo objetivo se familiarice con él, como ya se había comentado.

La frase/hashtags utilizada fue elegida por el grupo objetivo "Leer es chilero, booktubear es de cracks".





Por último se realizan las publicaciones de los booktubers, en las cuales se da a conocer a los miembros el nombre del canal que maneja y que pueden encontrar en él.



El diseño hace uso de un eje inclinado y del patrón que mantiene la relación con las otras piezas.

En esta publicación se hace uso de imágenes, en este caso la fotografía del booktuber para que el grupo objetivo logre identificarse con la comunidad y sus miembros



Canal
"Bea siendo Bea"

Abre la oportunidad de transmitir su opinión acerca de libros que le han gustado y los que no. En su mayoría los videos son sobre booktags tales como "Los Dioses del Olimpo" y "Los Hechizos de Harry Potter".



Beatriz

f i s
/booktubersgt




Canal
"El Cajón de Mon"

Dentro de su canal se encuentra tendencias, listados de libros, technibooks, classybbooks, reseñas, booktags. Por lo mismo las temáticas de los libros varían de amor a misterio o inclusive a clásicos de la literatura.




Mónica

f i s
/booktubersgt



Canal
"Nuevo Mundo"

En el canal se puede observar que tocan temas de literatura, misterio, terror, romance y otros. Entre sus videos se encuentran reseñas, booktags, concursos y otras actividades.



**Sam, Cam,
Sory y Katy**

f i s
/booktubersgt

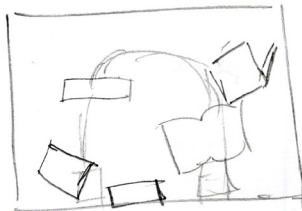
▶ 11.1.5 VIDEOS REDES SOCIALES



Para los videos en redes sociales se realizaron diversas ideas que trataran la temática de libros y que captara la atención del grupo objetivo al identificarse con la temática o los sucesos que se dan en los video y al mismo tiempo se cree una intriga con respecto a la comunidad y su función.



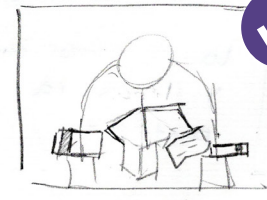
Book tuber
diciendo
"Si no me
conoces muy
pronto lo harás"



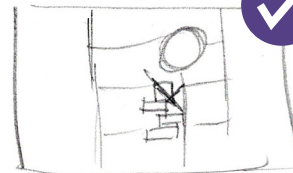
Lluvia de libre
Varios libros cae
y llenan la
pantalla



persona leyendo
varios libros



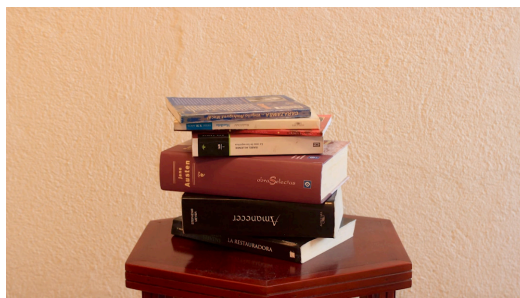
persona leyendo
varios libros al
mismo tiempo



persona esugriendo
varios libros
juntando una torre

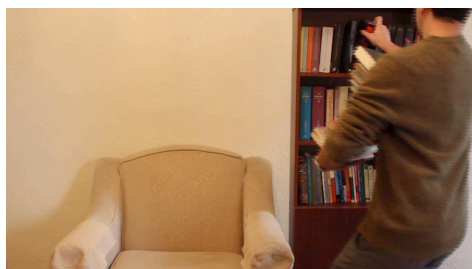
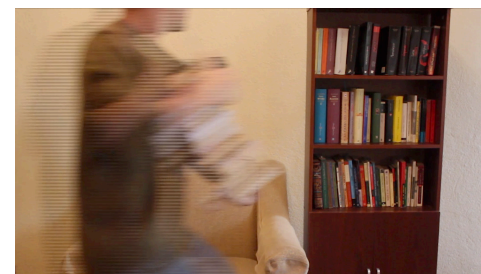
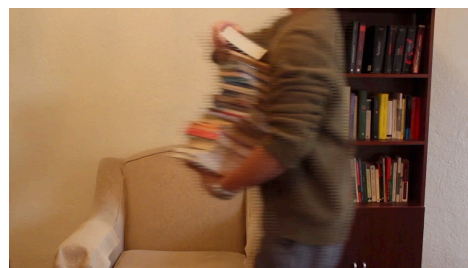
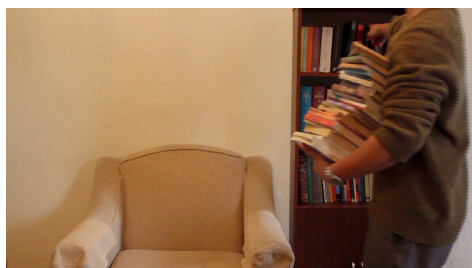


En el primer vídeo se observa a una persona tomando varios libros de una estantería y luego en una mesa se miran varios libros apilándose; se escoge esta situación ya que el grupo objetivo puede identificarse con la escena e interesarse por la comunidad.. Se utilizan varios cortes para que el vídeo vaya al punto y que no sea aburrido para el espectador. El vídeo concluye con la frase "Algo grande esta por pasar. Espéralo", lo cual crea curiosidad de espectador por el vídeo.





En el segundo vídeo se observa a una persona sujetando varios libros y tomando otro de una estantería y luego se ve como rápidamente regresa por otro libro que necesitaba. Estos vídeo tratan de expresar como los booktubers se prepara para conocer sobre los libros y las diversas temáticas, por ello los libros son un elemento esencial. Y al final deja en suspenso al espectador con la frase "Ellos se está preparando ¿Y tú?"





En el tercer vídeo se puede ver a una persona leyendo varios libros al mismo tiempo, en este caso está comparando la información de los libros y nuevamente recaen en el tema que los booktuber se preparan.



Esta escena se filma en un ángulo donde no se observa bien la persona para generar intriga y también si se observan los escenarios de los vídeo estos son claros y solo con los elementos necesarios una mesa, o sillón y una estantería con libros para mandar el mensaje de que la comunidad trata de libros. La frase al final "Ya estamos listos. Te esperamos" le indica al espectador que la espera a terminar muy pronto manteniendo su expectación.





De último se crea un vídeo que acopla los tres anteriores y finalmente continúa con la actividades que realiza la comunidad, informando al espectador sobre que trataban los vídeos y su relación con los booktubers Guatemala.

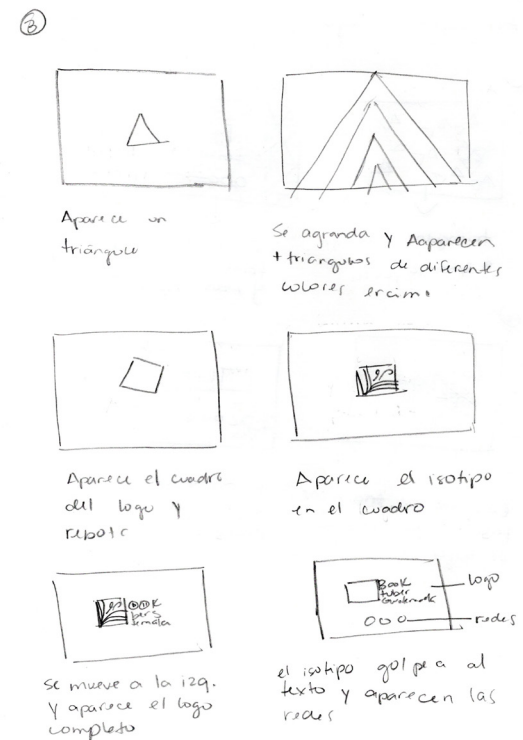
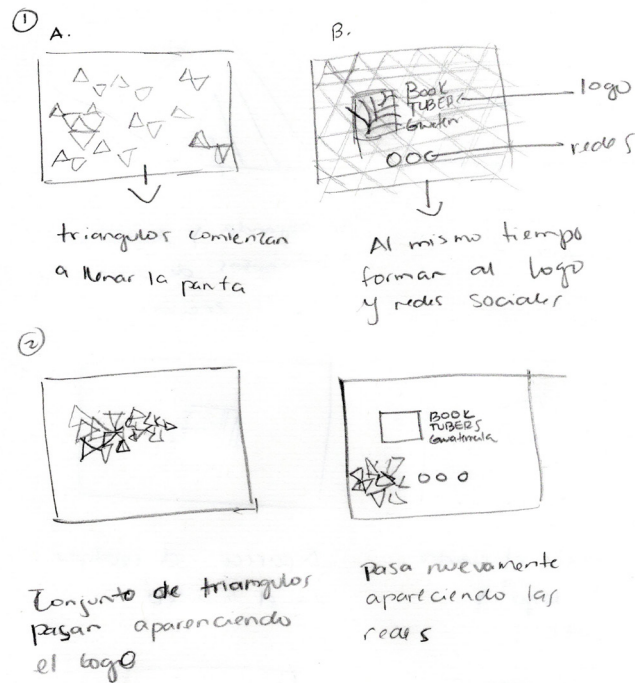


▶ 11.1.6 ANIMACIÓN DEL LOGO

La animación del logo se implementa en los video de redes social como un medio para identificar a la comunidad, asimismo será implementado en los videos que se realicen en el canal de Youtube o cualquier otro video publicitario relacionado con la comunidad.

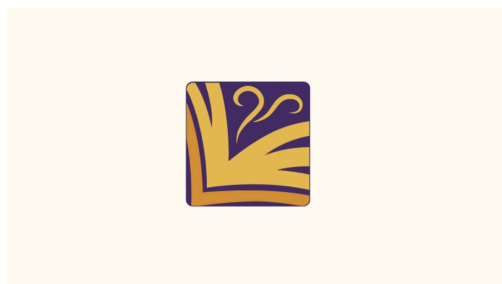
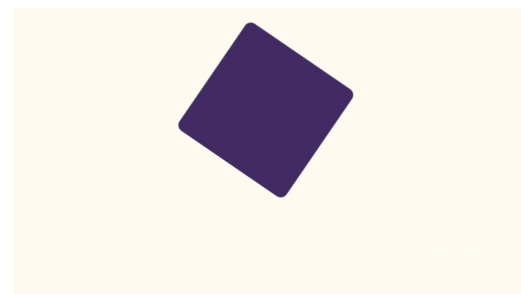
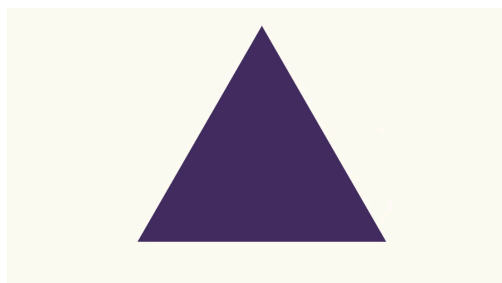


Se desarrollaron 3 ideas que rondaban en el concepto de dinamismo audiovisual, por lo cual se pretendía utilizar el elemento del play como elemento principal. Se escoge la opción 3 por tener mayor dinamismo lo cual capta la atención del espectador y maneja un mayor fluidez en la animación por la serie de transiciones.





La animación hace uso de la paleta de colores del logo manteniendo relación con las otras piezas y los elementos mantiene el estilo simple y abstracto del logo sin sombras o degradados, lo cual integra el diseño.

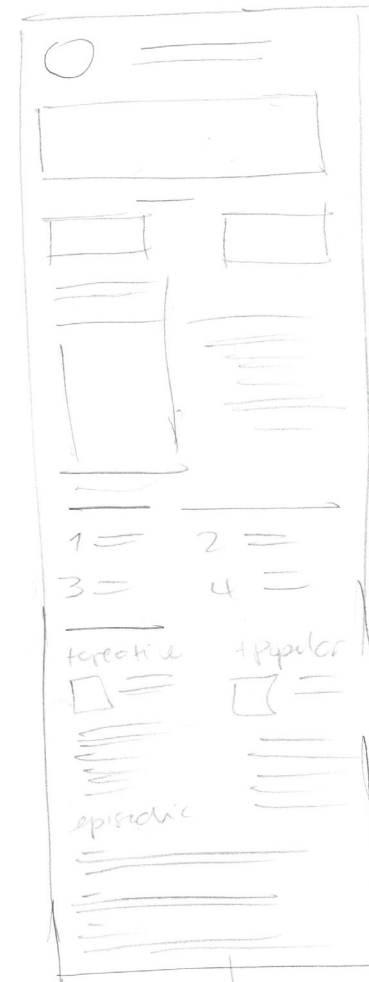
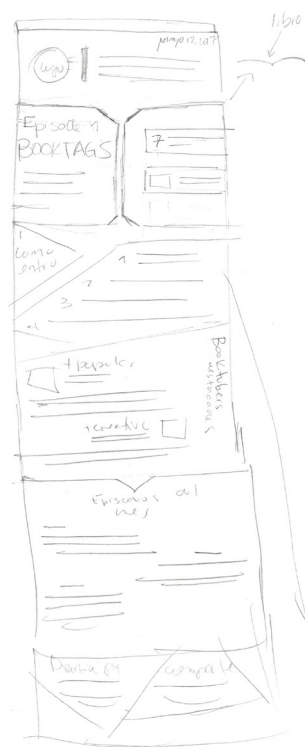
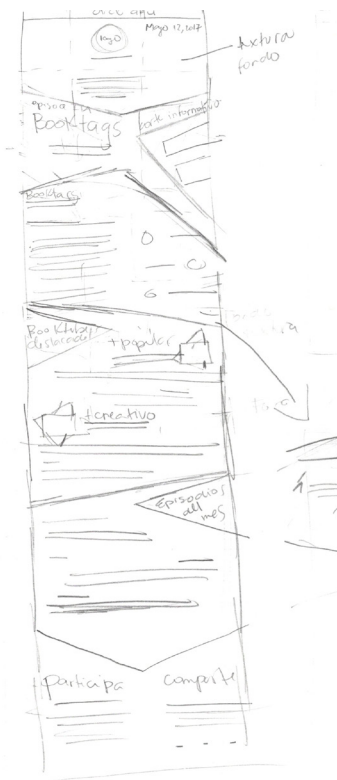


▶ 11.1.7 BOLETÍN ELECTRÓNICO



La retículas para el boletín se basaron siempre en el movimiento, pero que al mismo tiempo otorgaran el espacio necesario para la información.

La selección se basó en el dinamismo, el orden y también el poder distinguir cada sección y al mismo tiempo mantener relación entre ellas.

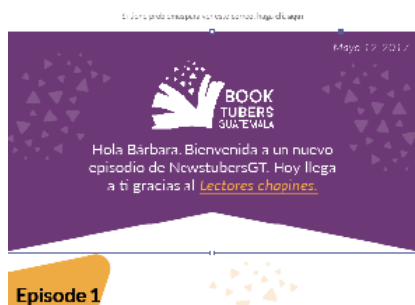




Se probaron formas diferentes de establecer cada sección del boletín por medio del color y la implementación de ejes inclinados.



Asimismo, en cuanto al color se trató de implementar varios en una misma sección sin embargo, era demasiado y se cambió utilizándose un color por sección, a demás ayuda a enfocarse más en el texto lo cual es lo importante en el material.



▶ 11.1.8 PROMOCIONALES-PLAYERA



Se crean diversas propuesta de playeras que logre destacar los elementos de la línea gráfica y que den a conocer a la comunidad.

Siendo un grupo objetivo joven los elementos gráficos se implementa de una forma dinámica y en partes diferentes a lo usual en la pieza.





Debido al presupuesto el diseño que se tuvo que manejar debía ser simple y el color de la playera fácil de conseguir por lo cual se descartaron todas las opciones presente a excepción de la primera opción.

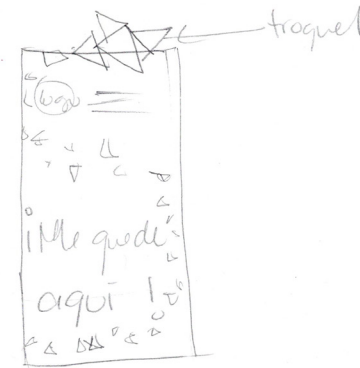
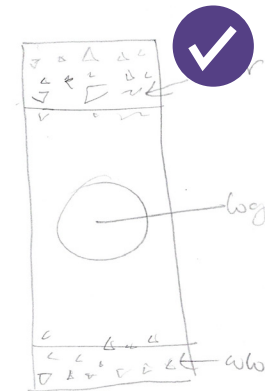
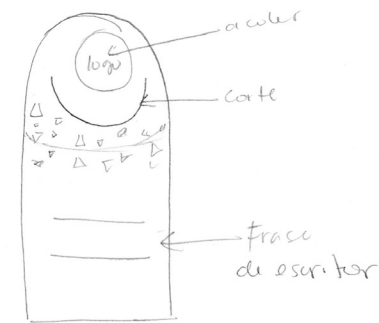
A este diseño se añaden las redes sociales para poder promocionarlas y también los hashtags/frases que logren captar la atención del grupo objetivo y logren identificarse con la frase y la comunidad.



▶ 11.1.9 PROMOCIONALES-SEPARADOR



Apesar de las opciones innovadoras en los separadores, por lo mismo del presupuesto se optó por la forma seleccionada que no necesitaba troquelado especial y complicado.





Se optó por el uso de textura de fondo creando un atractivo visual para el grupo objetivo. Nuevamente se implementan frases de libros seleccionadas por los mismo.



Se probó el uso de los íconos de otro color pero eran destacaban como lo más importante en la piezas por lo cual se descarto.



Finalmente se seleccionaron 2 ya que no opaca al logo ni a la frase utilizada, además logra integrar los elementos de una forma armónica.





A la opción seleccionada se realiza un retiro para promocionar a la comunidad de una forma más eficiente y evidente. Para enfatizar en la información importante y mejorar la integración de los elementos (frase y logo), el logo se centra y en la parte de la frase se omite el patrón para mejorar su legibilidad; asimismo se agregan las redes sociales para promocionar a la comunidad.

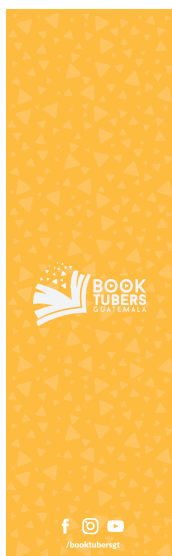


"Las palabras son, en mi
no tan humilde opinión,
nuestra más inagotable
fuente de magia,
capaces de infringir
daño y de remediarlo..."

Harry Potter



/booktubersgt

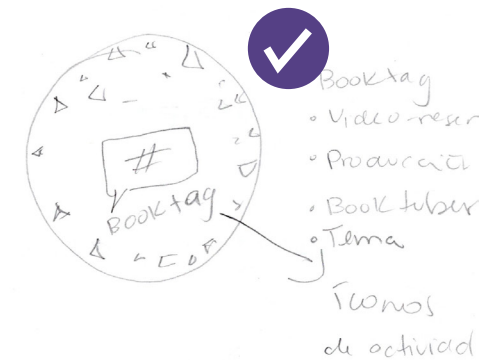
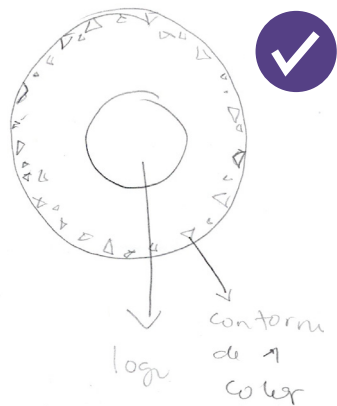
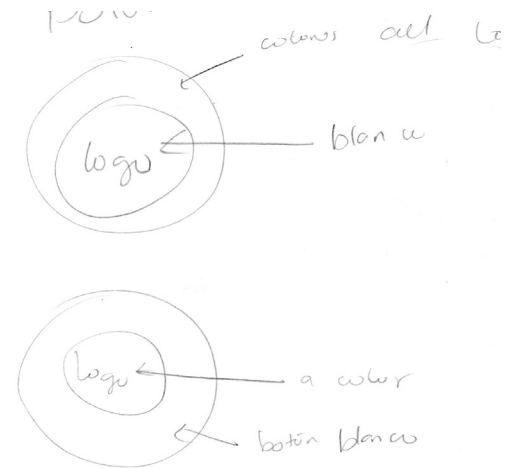


▶ 11.1.10 PROMOCIONALES - CALCOMANÍAS



Se desarrollaron dos diseños de calcomanías, uno del logo y otro con una los hastags/frases.

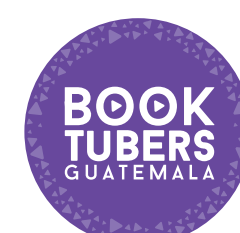
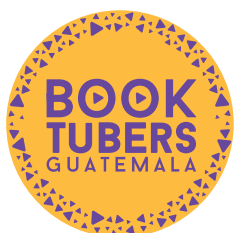
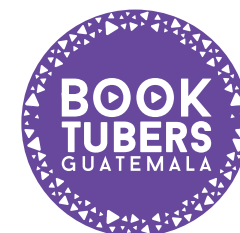
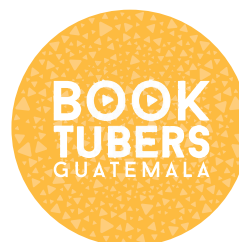
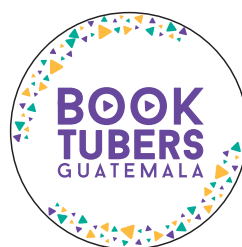
El uso de las calcomanías son para los carros como una manera de promocionar y a la comunidad, por lo cual los diseños seleccionados permiten que los elementos destaquen y sobre todo que la comunidad sea reconocida.





Se busco integrar el patrón como elemento gráfico que apoyara al logo.

Se descartó el uso del patrón con color o de la misma tonalidad que el logo ya que la opaca y satura el diseño.





Finalmente se integró el patrón con un efecto de opacidad para no opacar el logo, ya que también se integraron las redes sociales y el patrón a color podría saturar el diseño

Este mismo diseño se aplica a la calcomanías de los hastags, pero sin las redes sociales ya que saturan el diseño.

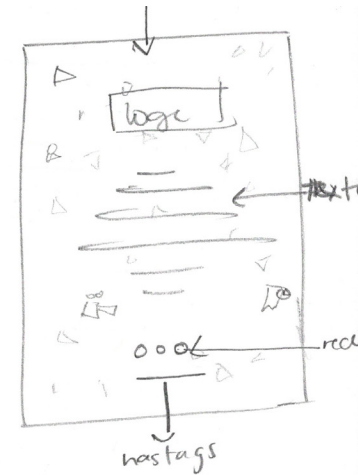
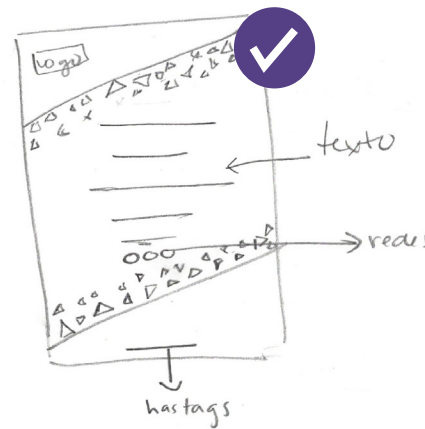
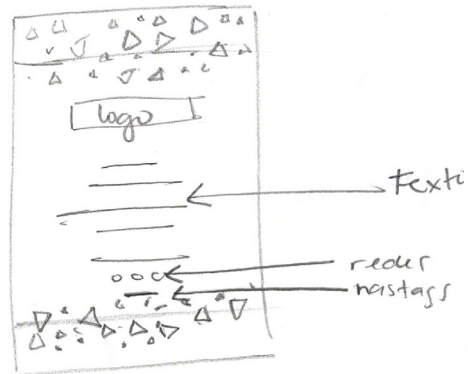


▶ 11.1.11 AFICHE PUBLICITARIO



Para el diseño del afiche se implementa el uso patrón para mantener la relación con la otras piezas.

La propuesta 2 fue seleccionada porque expresa dinamismo, por medio de los ejes inclinado, manteniendo la información centrada dentro de la pieza y ocupando la mayoría del espacio ya que es el elemento más importante de la pieza.





Finalmente se integró el patrón con un efecto de opacidad para no opacar el logo, ya que también se integraron las redes sociales y el patrón a color podría saturar el diseño



Se escoge la última opción por ser un diseño limpio y en cual destaca la información, también se incorpora una imagen como un elemento que comunique al grupo objetivo sobre la temática que trata la pieza y como un elemento que capte su atención.





11.2 PROPUESTA PRELIMINAR DE LAS PPIEZAS

▶ 11.2.1 LOGOTIPO

Dimensiones: Escalable
Sistema de Color: CMYK y RGB



► 11.2.2 FOTO PORTADA Y PERFIL

Soporte: Digital

Dimensiones:

FACEBOOK

Perfil 180px X 180px

Portada 851px X 315px

YOUTUBE

Perfil 100px X 100px

Portada 2560px X 1440px

Sistema de Color: RGB



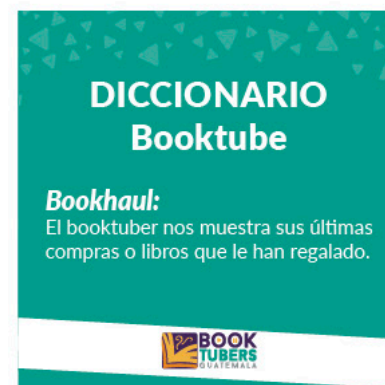
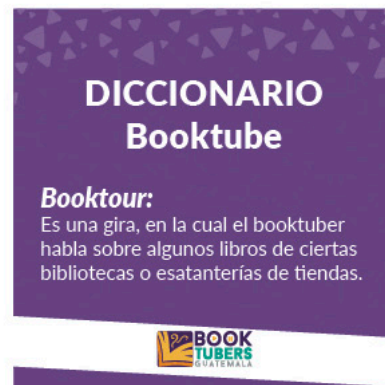
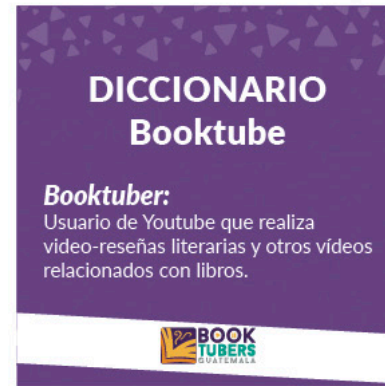
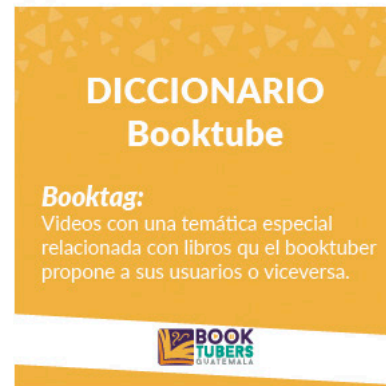
▶ 11.2.3 PUBLICACIONES SOBRE REDES SOCIALES

Soporte: Digital
Dimensiones: 640px x 640px
Sistema de Color: RGB



► 11.2.4 PUBLICACIONES DICCIONARIO

Soporte: Digital
Dimensiones: 640px x 640px
Sistema de Color: RGB

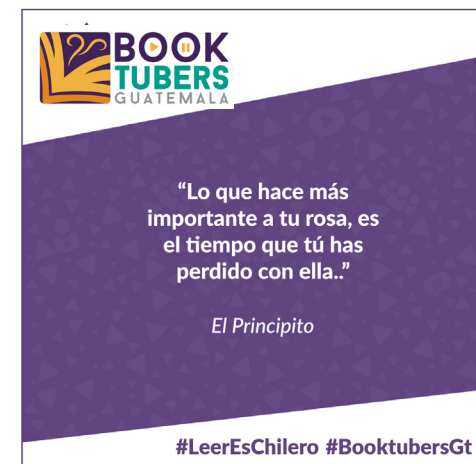
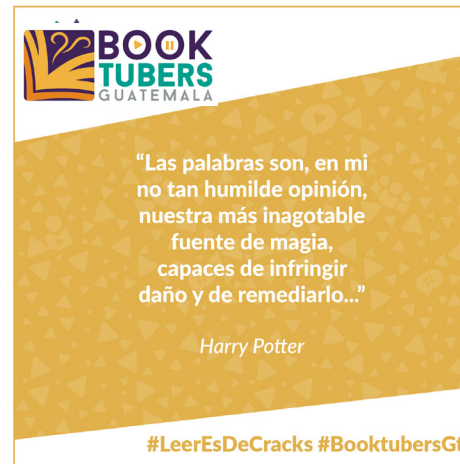
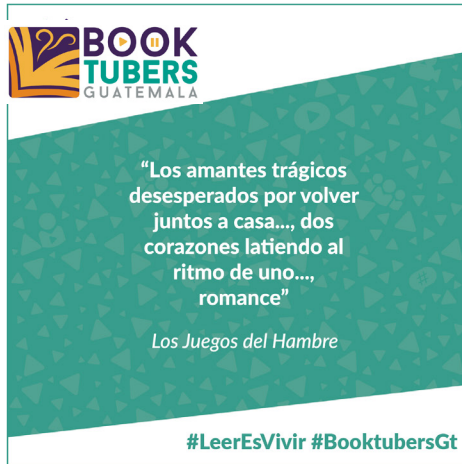


▶ 11.2.5 PUBLICACIONES DE FRASES

Soporte: Digital

Dimensiones: 640px x 640px

Sistema de Color: RGB



► 11.2.6 PUBLICACIONES BOOKTUBERS

Soporte: Digital
 Dimensiones: 640px x 640px
 Sistema de Color: RGB



Canal
"Bea siendo Bea"



Abre la oportunidad de transmitir su opinión acerca de libros que le han gustado y los que no. En su mayoría los videos son sobre booktags tales como "Los Dioses del Olimpo" y "Los Hechizos de Harry Potter".

Beatriz

f i s
 /booktubersgt




Canal
"El Cajón de Mon"




Dentro de su canal se encuentra tendencias, listados de libros, tecnibooks, classbooks, reseñas, booktags. Por lo mismo las temáticas de los libros varían de amor a misterio o inclusive a clásicos de la literatura.

Mónica

f i s
 /booktubersgt



Canal
"Nuevo Mundo"



En el canal se puede observar que tocan temas de literatura, misterio, terror, romance y otros. Entre sus video se encuentran reseñas, booktags, concursos y otras actividades.

Sam, Cam, Sory y Katy

f i s
 /booktubersgt



Canal
"La Ciudad de los Libros"



Sus video tiene la singularidad de parece un canal televisivo, en ellos las 3 analizan y discuten la trama de los libros, además algunas veces cuenta con la participación de un público el cual opina y preguntan. Algunos videos han sido realizados en De Museo, FILGUA y otros lugares.

Angélica, Carmina y Luisa

f i s
 /booktubersgt




Canal
"Palabras Cruzadas"



Conformado por dos chicas, en este canal se realiza recomendaciones de autores, principalmente de romance, y entre otras cosas. En sus video se puede observar que hay booktags, book hauls, reseñas, retos, etc.

Majo y Julia

f i s
 /booktubersgt



Canal
"Libros de Pasta Dura"



Le gusta realizar diversas actividades y promover la literatura clásica e infantil. La mayoría de videos tratan de reseñas, aunque también se pueden temáticas de booktags y booktours en FILGUA.

Nancy

f i s
 /booktubersgt

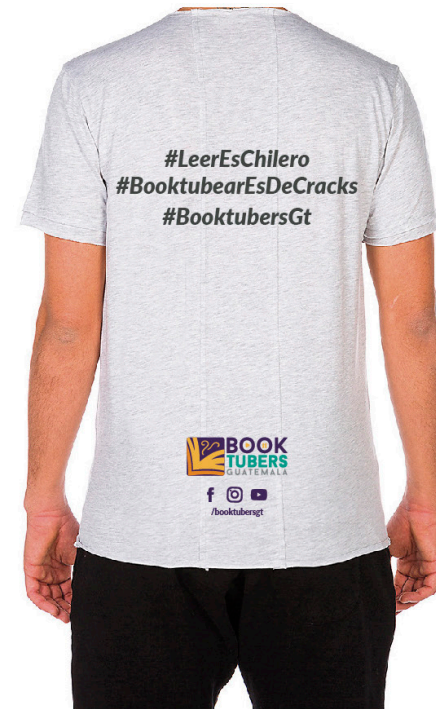
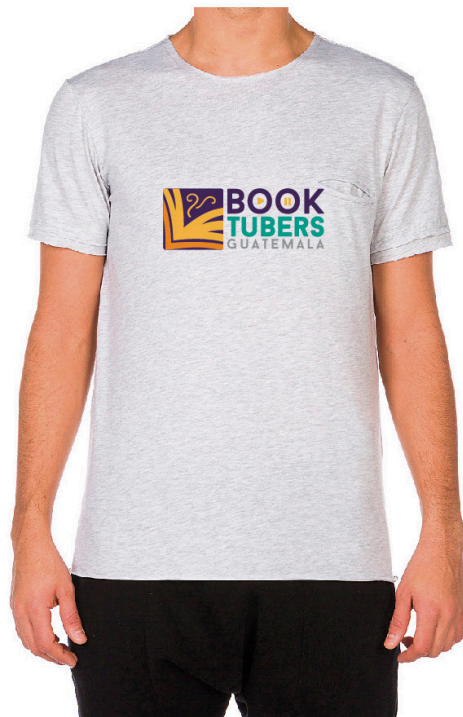
▶ 11.2.7 AFICHE

Soporte: Texcote
Dimensiones: 11" x17"
Sistema de Color: CMYK



▶ 11.2.8 PLAYERA

Soporte: Aldogón/Tela
Dimensiones: s, m, l, xl
Sistema de Color: CMYK



▶ 11.2.9 CALCOMANÍAS

Soporte: Papel sticker
Dimensiones: 4" x 4"
Sistema de Color: CMYK



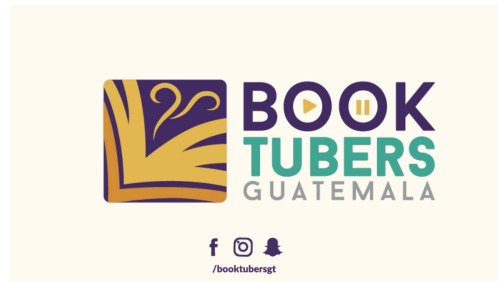
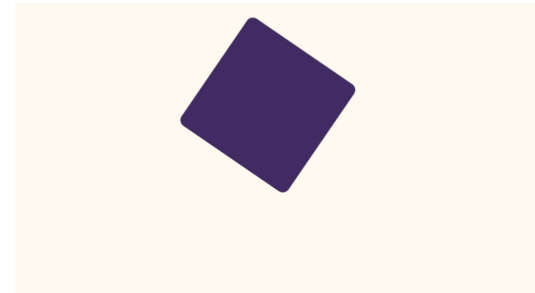
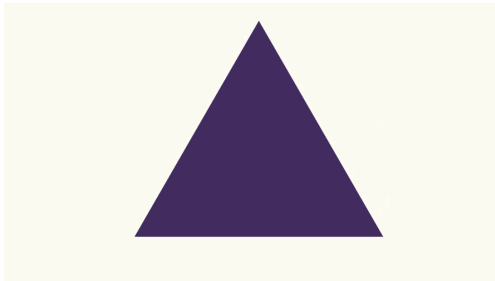
▶ 11.2.10 SEPARADORES

Soporte: Opalina
Dimensiones: 2" x 6.5"
Sistema de Color: CMYK



▶ 11.2.11 LOGO ANIMADO

Soporte: Digital
Dimensiones: 1280px x 720px
Sistema de Color: RGB



▶ 11.2.12 VÍDEOS DE EXPECTACIÓN

Soporte: Digital
Dimensiones: 1280px x 720px
Sistema de Color: RGB





12. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

▶ 12.1 PROCESO DE VALIDACIÓN

Al concluir la propuesta preliminar de diseño e implementación del proyecto Imagen Visual y promocional de Booktubers Guatemala, se validó el proyecto con expertos del tema, expertos de diseño y el grupo objetivo.

Del grupo objetivo fueron 36 personas entre hombre y mujeres.

En cuanto a los expertos en el tema, se validó con 7 booktubers de Guatemala

- Marina Santa Cruz / Booktuber
- Nancy Méndez / Booktuber
- Karin Arredondo / Booktuber
- Dayana Cifuentes / Booktuber
- Carmina Valdizán / Booktuber
- Lupita Lemus / Booktuber
- Mónica Beltethón / Booktuber

Expertos en diseño fueron 8:

- Iván Mendoza / Diseñador Gráfico
- Alejandra Vásquez / Diseñadora Gráfica e Ilustradora
- Cinthia Figueroa / Diseñadora Gráfica
- Ada Palacios / Diseñadora Gráfica
- Ericka Herrera / Diseñadora Gráfica
- Ma. Fernanda Cerón / Diseñadora Gráfica
- Katherine / Diseñadora Gráfica
- María del Rosario Recinos Márquez / Diseñadora Gráfica

Todas las validaciones fueron realizadas a través de Google Drive. Las encuestas especializadas para validar por cada grupo diferente, se clasifican en:

- Encuesta para Grupo Objetivo / Anexo 7
- Encuesta para Expertos en Diseño / Anexo 9
- Encuesta para Expertos en el Tema / Anexo 11

Por último, ya con los resultados obtenidos de cada grupo se comparan a través de gráficas y tabulaciones.

- Tabulación de Resultados de Grupo Objetivo / Anexo 8
- Tabulación de Resultados de Diseño / Anexo 10
- Tabulación de Resultados del Tema / Anexo 12

▶ 12.2 ANÁLISIS DE RESULTADO DE VALIDACIÓN

12.2.1 Logotipo

En su mayoría los tres grupos logran visualizar el libro y la magia como elementos del isotipo teniendo un 91.% del grupo objetivo, 57.1% de expertos en el tema y el 100% de los diseñadores indicando que el nivel de abstracción de los elementos es el adecuado.

En cuanto a si el logo refleja sobre lo que trata la comunidad el 52.8% del grupo objetivo esta muy de acuerdo, también el 71.4% de los expertos en el tema y un 87.5% de los diseñadores que esta de acuerdo. En este punto se tomará en cuenta los comentarios sobre eliminar los elemento ondulados del isotipo y incorporara el elemento del play, removiéndolo de la tipografía.

En el color, los resultados fueron positivos presentándose un 75% del grupo objetivo, 62.5% de diseñadores y 57.1% de expertos en el tema que están muy de acuerdo con la aplicación de colores y la jerarquía que presenta a los elementos.

Por último en la tipografía, se asevera la elección ya que se obtiene un 66.7% del grupo objetivo, 71.4% de expertos en el tema y un 62.5% de diseñadores que opina que esta refleja juventud y modernidad.

12.2.2 Foto Portada y perfil

El 85.7% experto en el tema, 83.4% del grupo objetivo y el 100% están de acuerdo que el diseño implementado comunica la temática que trata la comunidad y su función. Esto indica que los elementos utilizados denotan correctamente la temática de lectura y libros de la comunidad

En cuanto a la relación con el grupo objetivo el 66.7% opina que el diseño expresa juventud y dinamismo, lo cual es característico del grupo; este resultado es apoyado por el 57.1% de los expertos en el tema y el 62.5% de los diseñadores

12.2.3 Publicaciones en redes sociales

97.2% del grupo objetivo expone que la publicaciones expresan movimiento y juventud a lo cual le secunde el 100% de los diseñadores y 85.7% de los expertos en el tema, esto da la pauta que grupo objetivo logra identificarse con el diseño y se adapta a sus gustos.

Respecto a la tipografía utilizada el 85.7% de los expertos en el tema esta muy de acuerdo en que expresa modernismo y juventud junto con el 66.7% del grupo objetivo y el 62.% de los diseñadores. Indicando que la tipografía seleccionada se adapta y complementa el diseño.



12.2.4 Vídeos en redes sociales

Para los vídeos se obtuvo los siguiente resultados.

Vídeo 1: 71.4% de los expertos en el tema, 87.5% de los diseñadores y 91.7% del grupo objetivo indicaron que en el vídeo la persona quiere leer varios libros confirmando que la idea fue transmitida correctamente.

Vídeo 2: 71.4% de los expertos en el tema, 87.5% de los diseñadores y 63.9% del grupo objetivo indicaron que en el vídeo la persona quiere leer todos los libros que lleva, nuevamente se transmite el mensaje correctamente.

Vídeo 3: 42.9% de los expertos en el tema, 62.5% de los diseñadores y 41.7% del grupo objetivo indicaron que en el vídeo la persona lee varios libros al mismo tiempo. En este vídeo la interpretación era más abierta ya que podía escoger la opción anterior o como el 25% de diseñadores y el 47.2% de grupo objetivo que la persona esta comparando los libros.

100% de expertos en el tema, 75% del grupo objetivo y 87.5% de los diseñadores expresan que los vídeos denotan juventud y dinamismo; a este resultado se puede agregar que 75% de los diseñadores, 100% de los expertos en el tema y 86.1% del grupo objetivo opina que las piezas logran captar su atención. Esto indica que el lo cortes, efectos, sonido y tipografía utilizada se adaptan al grupo objetivo. y que cumple su función informativa al tener más de 80% en los tres grupos que consideran que si da a entender que la comunidad trata de lectura.

12.2.5 Animación del logo

Un 87.5% de diseñadores, 85.7% de expertos en el tema y 86.1% del grupo objetivo concuerda en que la pieza logra representar a la comunidad, comunicando que la animaciones y transiciones son adecuadas para el gusto del grupo objetivo.

Se confirma la deducción anterior al tener un 52.8% del grupo objetivo, 87.5% de diseñadores y un 57.1% de expertos en el tema que considera que la pieza expresa dinamismo y juventud.

12.2.6 Artículos promocionales

El 100% de diseñadores y expertos en el tema junto con el 97.2% del grupo objetivo concuerdan con que las piezas expresan juventud y dinamismo, dejando claro que el diseño la piezas va dirigido al grupo objetivo de forma correcta y que se logra mantener el diseño juvenil y dinámico de la línea gráfica.

En cuanto a la frase/hashtag a implementar se eligió "#LeerEsChilero #BooktubearEsDeCracks" ya que tuvo el mayor porcentaje con los diseñadores y los expertos en el tema y aunque fue el segundo lugar con el grupo objetivo la variación con el primero era mínima.



12.2.7 Afiche promocional

En la retícula utilizada se obtuvo un 88.9% del grupo objetivo y un 100% en diseñadores y expertos en el tema que la distribución del contenido expresaba orden y dinamismo, lo cual señala que la línea gráfica logra mantenerse y se logra jerarquizar correctamente los elementos de la pieza.

En cuanto al punto focal utilizado el 55.6% del grupo objetivo, 75% de los diseñadores y 57.1% de los expertos en el tema indicaron que era la imagen de los libros, lo cual acierta ya que este se implemento con el propósito de captar la atención y al mismo tiempo comunicar sobre que temática trata la pieza.

12.2.8 Boletín electrónico

Esta pieza solo fue evaluada por los expertos en el tema, ya que eran el grupo objetivo también y los diseñadores. el 57.1% de los expertos en el tema esta muy de acuerdo en que la retícula implementada jerarquizaba y organizaba correctamente el contenido, a lo cual lo apoya el 75% de los diseñadores. Continuando con la retícula el 100% de los diseñadores opina que está expresa orden y dinamismo, al igual que el 71.4% de los expertos en el tema. Mostrando que la retícula utilizada logra armonizar con el diseño juvenil y dinámico si saturar y desordenar el contenido de la pieza.

El 71.5% de los expertos del tema y el 62.5% de los diseñadores están muy de acuerdo que la combinación de la paleta en las 3

propuestas es armoniosa, lo cual señala que se logra integrar al diseño de la pieza.

Por último en la tipografía nuevamente se asegura que su elección que correcta ya que el 100% de los diseñadores y el 85.7% de los expertos en el piensan que está expresa modernidad y juventud.

12.2.9 Manual de identidad gráfica

Validado solo con los diseñadores el 100% esta de acuerdo que la información presentada en la pieza es la necesaria para hacer un buen manejo de la marca y que las instrucciones son comprensibles.

12.2.10 General

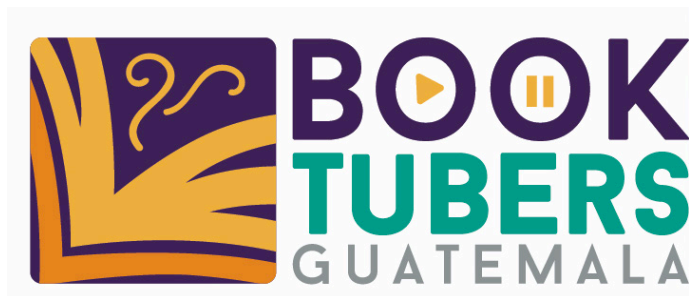
En cuanto al color implementado más del 90% en los 3 grupos indicaron esta de acuerdo en que se relaciona con un grupo objetivo joven y más del 85% que la paleta se adecuaba al tema.

En cuanto a la tipografía más del 97% en los 3 grupos está de acuerdo que armoniza con el diseño. Este mismo porcentaje resultado de la opinión de que las piezas mantiene la línea gráfica y tiene relación entre sus diseños.

Por último el patrón implementado obtuvo resultados que indicaba que generaba unidad y complementaba la propuesta diseño, ambas siendo resultados positivos indicaron que el uso del patrón y su implementación son correctas.

▶ 12.3 CAMBIOS DE VALIDACIÓN

Antes



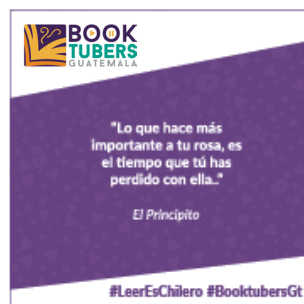
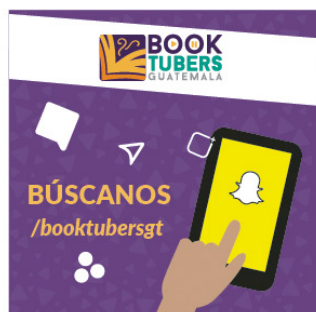
Después



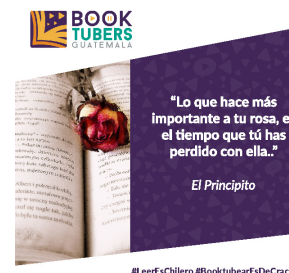
Se cambiaron los elementos ondulados ya que no mantenía congruencia con el tipo de diseño geométrico y sencillo. A pesar de que hay elementos con ejes inclinados no son totalmente curvos por lo cual logran entonar con el resto del diseño.



Antes



Después



Se cambiaron las ilustraciones por fotografía para que el resto de piezas tuviera más relación ya que la publicación sobre booktubers utiliza fotos. También se implementa para que el grupo objetivo se identifique más por medio de imágenes realistas.



Antes



Después



Para mejorar la unión entre los elementos y evitar la saturación, el patrón se emplea solo en el contorno lo cual también crea un punto focal hacia la frase al encerrar los elementos, se eliminan las redes sociales y se reduce el tamaño del logo lo cuál crea un diseño más sobrio y estético



13. FUNDAMENTACIÓN DE PIEZAS



▶ 13. FUNDAMENTACIÓN

La comunidad de booktubers esta integrada por hombres y mujeres de entre 15 a 25 años de edad con el propósito de compartir al mundo su pasión por la lectura en vídeo por medio de Youtube.

Se pudo evidenciar que la comunidad no logra ser reconocida, por lo que se necesitó una imagen que logre promocionar e identificar a la comunidad. Debido a que esta cuenta con un bajo presupuesto, ya que muchos son estudiantes, se realizan una recaudaciones entre la comunidad, sin embargo muchas de las piezas son digitales evitando costos y logrando acoplarse al grupo objetivo joven y tecnológico.

Teniendo claro la necesidad principal, se generó otra, la cual es el de publicitar la marca para que alcance al mayor grupo posible del público, debido a ello surgieron diversas piezas publicitarias y promocionales, como hacer uso de la redes sociales optimizando el presupuesto establecido.

Finalmente, la propuesta se basó en el concepto de "Tecnología de letras audiovisual", bajo los criterios seleccionados del grupo objetivo durante su estudio y la encuesta realizada.

▶ 13.1 LOGOTIPO

13.1.1 Logotipo

Como indica Argüello (2011), es la imagen que representa a una empresa, organización, marca, etc. hacia su grupo objetivo o clientes, tomando en cuenta el color la forma, estilo, tipografía y un sin fin de elemento característicos que desean representar.

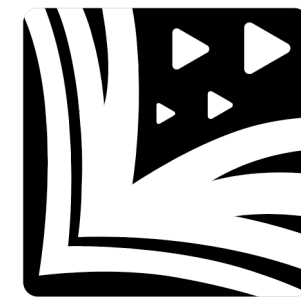
El logotipo de Booktubers Guatemala, representa a lo que la comunidad se dedica unificando 2 ámbitos diferentes uno digital y otro análogo y al mismo tiempo las características gráficas logran connotar el tipo de personas que conforman a la comunidad para hacer relación con el grupo objetivo.

- **ISOTIPO**

Está conformado por 2 elementos representativo de la comunidad los libros y los vídeos, por medio del ícono de *play*. Estas fueron abstraídas, según la elección del grupo objetivo.

El concepto se reflejaba al identificar el libro como las "letras" y el ícono de play "tecnología audiovisual", connotando que el el libro contiene material audiovisual y la forma de la distribución del los play refleja pequeño píxeles en forma triangular que connota la tecnología.

Para poder integrar de una mejor forma el logo, se optó por adptar una forma de fondo que respaldara la isotipo en esté caso el cuadro de stop, que logra crear un punto focal en los elementos que encierra.



- **TIPOGRAFÍA**

Como comenta LanceTalent (2016), la tipografía de estilo san serif son las más simples pero modernas, lo cual describe al grupo objetivo, al mismo tiempo las tipografías display crean un impacto visual debido a su grosor y tamaño, lo cual logra captar la atención del consumidor

Es por ello que se opta por la tipografía que logra combinar tanto san serif como display, ya que si bien el grupo ojetivo es juvenil no desean caer en lo infantil y es por ello que la tipografía es recta y con grosor para dar seriedad a la comunidad.



Al mismo tiempo, en la encuesta realizada al grupo objetivo se puede aseverar la desición de la tipografía san serfi/display ya que la más seleccionada pertenece a ese estilo.

Luego logra representar al concepto manteniendo el modernismo en lo tecnológico y la separación de las palabras se puede asociar a las "letras" que permiten reconocer palabras.

Por último se crea una jerarquía tipográfica separando las palabras para que el nombre pueda ser analizado fácilmente y también para que el grupo objetivo logre reconocer el propósito de la comunidad al reconocer palabra por palabra.

BOOK
TUBERS
GUATEMALA

Como se puede observar también fueron integrados elementos que connotaran los vídeos ya que si bien el logo tiene la palabra book, que da a comprender que son libros, tubers no logra connotar vídeos por si sola, esto también se pensó con el propósito de poder utilizarlo en un futuro como el logotipo sin el isotipo.

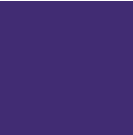


- **PALETA DE COLOR**

La paleta de colores fue combinada según su significado, según Browman (2015) y Heller (2004) el verde es un color representante de la juventud, lo cual conecta con el grupo objetivo; el morado es una representación del misterio, la fantasía y la creatividad, y aunque el azul sea el representante de la tecnología no se acopla un grupo juvenil y esta la razón por la cuál el morado es de un tono oscuro para conectar también la temática digital; luego el amarillo connota alegría, optimismo y a la juventud también; el anaranjado se relaciona con la alegría, otra característica del grupo objetivo y también al entretenimiento, el cual es una de las funciones de la comunidad además de informar busca entretener a su audiencia y apasionar sobre la temática de libros; por último se acopla el color gris dado seriedad a la paleta de colores para que, nuevamente, no caiga en lo infantil.



Los tonos base, morado, amarillo y verde-azulado, también fueron seleccionados como los colores que representan a un club de lectura juvenil lo cual asevera la decisión correcta de utilizar esta paleta de colores.

En la encuesta la grupo objetivo la paleta solo constaba de 3 colores, sin embargo durante el proceso de bocetaje se vio la necesidad de incluir 2 colores más que ayudarán a jerarquizar los elementos dentro del logotipo sin desarmonizar los tonos y que por se creara un contraste visual y armónico.

	C = 88 M = 96 Y = 17 K = 15		C = 0 M = 29 Y = 85 K = 0		C = 93 M = 0 Y = 54 K = 0
	C = 0 M = 50 Y = 100 K = 0		C = 0 M = 0 Y = 0 K = 53		





13.1.2 Logotipo Animado

Para el diseño del logo animado se utilizaron elementos que ayudarán a la transición de los movimientos de una forma dinámica y fluida, ya que el grupo objetivo es joven y el movimiento es un elemento base para mantener la atención del grupo, también fue una de las características observadas dentro de los vídeos analizados de youtubers y booktubers extranjeros.

Primero se utilizan uno de los elementos usados dentro del logotipo, el triángulo de play, para así poder también la relación visual y de diseño con el resto de piezas

La primera transición hace referencia a un cambio de páginas, en el cual pasan varias páginas de colores, reforzando el concepto de letras y relacionándolo con los libros; luego para que el espectador no pierda el hilo de la animación rápidamente continúa la siguiente animación que va haciendo referencia al área audiovisual por medio de varios triángulos, los cuales se agrandan y parece otro triángulo dentro de otro triángulo haciendo referencia al contenido multimedia que se encuentra en un video al reproducir el contenido dando click en un play; sigue la presentación del logo en el cual, en el cual al inicio solo se ubica el isotipo para dar expectativa al grupo objetivo y deduzcan sobre que trata la comunidad y a continuación

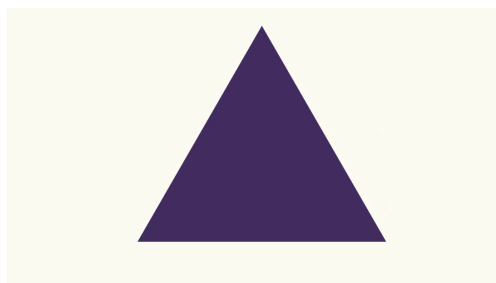
se presenta el nombre de la comunidad complementado la idea que el grupo objetivo ya tiene. De último se presentan las redes sociales, ya que parte importante es que se propague el conocimiento sobre la comunidad.



1



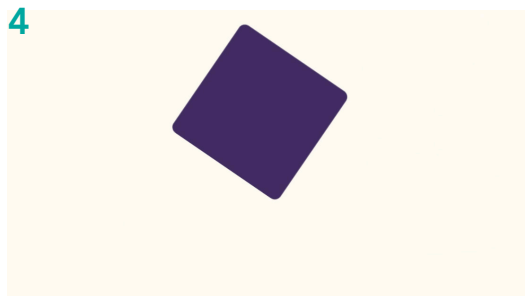
2



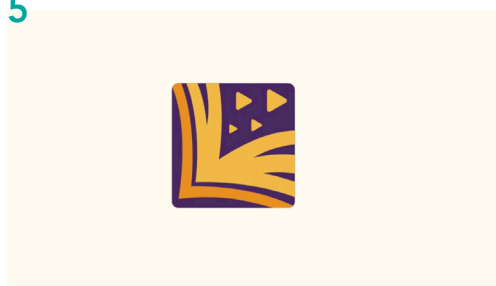
3



4



5



6



7



▶ 13.2 REDES SOCIALES

13.2.1 Imagen de Portada y de Perfil

Para la foto de perfil se utiliza el logo, ya que esta manera más eficiente de reconocer a la marca.

En cuanto a la foto de perfil, según Logotipalia.es (2016), representan parte de la publicidad que da a conocer la marca en el área digital. Es común diseñar con no más de 3 variantes en los diseños. En este caso se crearon 2 diseño diferentes uno para eventos el cuál debía contar con los datos de la misma y otra que pudiera congenear con la fotografía de la comunidad o evento para da a conocer a sus integrantes y las actividades que realizan

- **PATRÓN**

Durante el proceso de diseño de las redes sociales se creo un patrón que lograra complementar el diseño de una forma juvenil y dinámica, ya que dentro dde la misma se icluyeron íconos de play de forma que encajaran unos con otros y creara la sensación de dinamismo y que connotara a la tecnología y la temática de videos, también se incluyeron diferentes íconos que representaban actividades que realizan los booktuber o palabras del ámbito. para que el patrón lograra complementar al diseño y comunicará su propósito



Producción



Tema



Video Reseña



Booktag



Comunidad



Booktuber

El patrón logro integrar todos los elementos en el diseño utilizando opacidad para no crear un punto focal o una saturación de elementos, ya que este solo era un complemento del diseño.

- **TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

Para la selección de la segunda tipografía, se baso en el hecho que el material en su mayoría es digital y contemplando la necesidad jerarquizar textos extensos en



las otras piezas y la legibilidad de los textos se opta por una tipografía san serif, ya que smashingmagazine (2014) comenta que para el material digital y principalmente en textos extensos el uso de una tipografía san serif es la mejor opción ya que los textos son más limpios sin serifas y no cansa la vista.

A demás una tipografía de estilo san serif exprese modernidad y juventud, representado al grupo objetivo, sin caer en el desorden.

La selección final fue Lato, ya que tiene una gran familia tipográfica que pueden crear contraste visuales entre si sin crear un desorden visual y poder mantener una línea de diseño que se relaciona entre las piezas.

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿? ¡! #*

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿? ¡! #*

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿? ¡! #**

- **RETÍCULA**

Quintana (2016), la importancia de la retícula es el orden de los elementos y lograr jerarquizarlos para armonizar el diseño.

En este caso se utiliza una retícula jerárquica que permite la flexibilidad y movilidad de los elementos, adaptándolos según su relevancia. Agregado están los ejes inclinados de los elementos, que otorgan dinamismo y movimiento al diseño, adaptado a un público joven y animado. En el caso de las imágenes de portadas para redes sociales se observa el movimiento en los elementos al colocarlos con un eje inclinado como lo es el marco para foto o la imagen de fondo que utiliza el libro para resaltar los elementos más importantes de cada imagen.





13.2.2 Publicaciones de Imágenes

Se continúa con la aplicación del patrón, manteniendo la línea de diseño.

Nuevamente se hace uso de ejes inclinados que otorguen la sensación de dinamismo y movimiento. También se utilizan imágenes que apoyen al contenido de las publicaciones; se optó por fotografía y no ilustraciones para evitar dar una sensación infantil y que el grupo objetivo pudiera relacionarse con el contenido.

Agregado se utiliza una placa de fondo para el logo, primero que todo para resaltar el mismo que no pierda importancia dentro de las piezas y en segundo lugar se implementa con el propósito de poder utilizar el logo a color ya que en la etapa inicial a la presentación de la comunidad es muy importante que el grupo objetivo logre reconocer a la marca y mientras más logre observarla en su forma original más rápido será reconocerla, que si se utilizara en alguna versión de un solo color.

- **HASHTAG**

El hashtag es utilizado en las piezas para que logre viralizarse. Su propósito es promocionar a la comunidad al utilizarlos. Durante el proceso se pudieron realizar di-

versas opciones que debía contar con lo siguiente: la palabra "booktube" para que las personas logren familiarizarse con el concepto y logren reconocerlo si lo visualizan en otro material y saber su significado; también debía contar con la temática principal de la comunidad, los libros; por último siendo una comunidad de Guatemala debía llevar un chapinismo que creara un vínculo con el grupo objetivo. Las mejores opciones fueron presentadas al público y la más popular fue "Leer es chilero, booktube es de craks".


- **RETÍCULA**

Nuevamente se implementa la retícula jerárquica que permite movilizar los elementos de manera fácil y poder organizar los elementos según su importancia. Agregado permite utilizar ejes inclinados que dinamizan las piezas tanto de forma horizontal como vertical.




DICCIONARIO Booktube

Booktag:
Videos con una temática especial relacionada con libros que el booktuber propone a sus usuarios o viceversa.




DICCIONARIO Booktube

Booktuber:
Usuario de Youtube que realiza video-reseñas literarias y otros videos relacionados con libros.




DICCIONARIO Booktube

Booktour:
Es una gira, en la cual el booktuber habla sobre algunos libros de ciertas bibliotecas o esatanterías de tiendas.



DICCIONARIO Booktube

Bookhaul:
El booktuber nos muestra sus últimas compras o libros que le han regalado.



BÚSCANOS
/booktubersgt



BÚSCANOS
/booktubersgt



BÚSCANOS
/booktubersgt





BÚSCANOS
/booktubersgt



BÚSCANOS
/booktubersgt





"Lo que hace más importante a tu rosa, es el tiempo que tú has perdido con ella."

El Principito

#LeerEsChilero #BooktubearEsDeCracks

"Las palabras son, en mí no tan humilde opinión, nuestra más inagotable fuente de magia, capaces de infringir daño y de remediarlo..."

Harry Potter

#LeerEsChilero #BooktubearEsDeCracks




"Los amantes trágicos desesperados por volver juntos a casa..., dos corazones latiendo al ritmo de uno..., romance"

Los Juegos del Hambre

#LeerEsChilero #BooktubearEsDeCracks




Canal "Bea siendo Bea"

Abre la oportunidad de transmitir su opinión acerca de libros que le han gustado y los que no. En su mayoría los videos son sobre booktags tales como "Los Dioses del Olimpo" y "Los Hechizos de Harry Potter".

Beatriz

f i s /booktubergt




Canal "El Cajón de Mon"

Dentro de su canal se encuentra tendencias, listados de libros, tecnibooks, classyboks, reseñas, booktags. Por lo mismo las temáticas de los libros varían de amor a misterio o inclusive a clásicos de la literatura.

Mónica

f i s /booktubergt






Canal "Nuevo Mundo"

En el canal se puede observar que tocan temas de literatura, misterio, terror, romance y otros. Entre sus videos se encuentran reseñas, booktags, concursos y otras actividades.

Sam, Cam, Sory y Katy

f i s /booktubergt

Canal "La Ciudad de los Libros"

Sus video tiene la singularidad de parece un canal televisivo, en ellos las 3 analizan y discuten la trama de los libros, además algunas veces cuenta con la participación de un público el cual opina y preguntar. Algunos videos han sido realizados en De Masseo, FILGUA y otros lugares.

Angélica, Carmina y Luisa

f i s /booktubergt



13.2.3 Publicaciones de videos

Se desarrollan 3 videos de expectación con base en que los “booktubers se preparan para el lanzamiento de su nueva imagen”

En el primer video se optó por mostrar una persona juntando varios libros para dar a comprender sobre la temática de la comunidad y que los propios libros que se muestran puedan crear una sensación de relación con el grupo objetivo, bajo un ambiente hogareño para no confundirlo con una biblioteca o escuela. Para aumentar la expectación se agregó la frase “algo grande esta por pasar, espéralo”.

En el segundo video se optó por la continuación del primer video en el cual la persona ya lleva los libros que recolectó ya representando al booktuber y proceso de preparación. Y nuevamente se utiliza una frase que cree expectación “ellos se preparan y tu”.

En el tercer video se muestra una de las actividades que realizan los booktubers y con la cual el grupo objetivo se puede relacionar más y es el leer varios libros. Y terminando la expectación con la frase “ellos ya estan listos y tú”.

Por último se encuentra un cuarto video en el cual se juntan los 3 de expectación para que el grupo objetivo reconozca sobre que trata este video y luego aparece el logo ya presentando la marca formalmente y las actividades que realizan los booktubers, para que el grupo objetivo comprenda de que trata la comunidad.

En el 4 video se utiliza la animación del logo para que la marca comience a ser reconocida

▶ 13.4 AFICHES PROMOCIONALES

13.4.1 Afiches

Parte de la publicidad fue el desarrollo de afiches, para no tener solo un alcance digital al grupo objetivo si no físico. Como se explico en la estrategia de medio se colocarán en lugares a donde el grupo objetivo frecuenta como las universidades.

Durante el desarrollo del diseño se implementa el patrón nuevamente, solo que en este caso se obviaron los íconos para no saturar el diseño y ubicar rápidamente la información más importante manteniendo la relación de diseño, al igual que la tipografía.

En este caso la pieza presenta un texto informativo el cual Olachea (en red/2013) debe ser corto y fácil de recordar por ello se separa por colores, destacando la información del día y la hora como punto focal para que el lector no lo olvide.

Parte del afiche fue la inclusión de una imagen ya que como dice Olachea que se debe integrar una imagen al diseño para que esta sea la que capte la atención del grupo objetivo, a demás también informa sobre el tipo de información que trata el afiche.

Como parte de promocionar a la marca, se ubica el logo en la parte superior para que sea uno de los primeros elementos que logre visualizar el lector, conociendo quien es el que otorga la información. Por último se encuentran los íconos de las redes sociales en las que pueden ubicar a la comunidad para aumentar a los seguidores, y también se encuentra un hashtag para que se propague el conocimiento sobre la comunidad

Se realizarón 3 afiche con variantes en el color para no caer en la monotonía y que el grupo objetivo al verlo reciba un impacto diferente pero con familiaridad si ya ha visto otro afiche de otro color.



BOOKLOVER!
*Sintoniza nuestro canal
y conoce más sobre
tus libros favorito*

**Cada Viernes
apartir de las 7:00pm**



/booktubersgt

#LeerEsChilero
#BooktubearEsDeCracks



BOOKLOVER!
*Sintoniza nuestro canal
y conoce más sobre
tus libros favorito*

**Cada Viernes
apartir de las 7:00pm**



/booktubersgt

#LeerEsChilero
#BooktubearEsDeCracks



BOOKLOVER!
*Sintoniza nuestro canal
y conoce más sobre
tus libros favorito*

**Cada Viernes
apartir de las 7:00pm**



/booktubersgt

#LeerEsChilero
#BooktubearEsDeCracks

▶ 13.5 ARTÍCULOS PROMOCIONALES

13.5.1 Playera

Su función es que los miembros de la comunidad sean relacionados a los Booktubers Guatemala y logren destacar en los eventos a los que asistan promocionando a la marca. La playera es sencilla debido al bajo presupuesto y se compone del logo en la parte delantera para que sepan a que comunidad pertenece la persona y en la parte de atrás los hashtags que logren captar la atención de las personas y logre expresarse en las redes y provoque curiosidad al saber su significado buscando más sobre la comunidad. Por último está en logo y la redes en la parte de abajo por si no se logra ver a al booktuber de frente se siga sabiendo a donde pertenece.

13.5.2 Separadores

Estos fueron repartidos en los eventos en los que participan los booktubers para promocionar a la comunidad.

Utilizan el patrón desarrollado y un cintillo para poder visualizar el logo el cual transmite dinamismo y juventud. También cuenta con una frase de los libros más populares entre el grupo objetivo y que puedan identificarse y querer utilizar el material. Es de lado y lado para usarlo al gusto del grupo objetivo y poder variar su uso y reforzando el último

aspecto se realizaron 3 estilos con variante en el color.

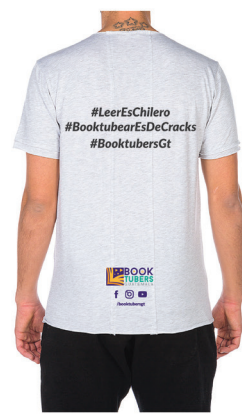
13.5.3 Stickers

Es para uso de carro ya que el grupo objetivo se moviliza en vehículo propio y su función es la de promover la marca.

Se realizan 2 diseños, uno solo con el logo y otro aparte con los hashtags. También funciona como un identificador de la persona en el auto ya que significa que es un booktuber.

Utiliza el patrón sin los íconos ya que el diseño se saturaba y por lo mismo su opacidad es tenue. Utiliza un troquel redondo para crear un punto focal que atraiga la atención de las personas.

Por último se integran las redes sociales ya que al crear curiosidad por la pieza pueda consultar en ella.



▶ 13.6 BOLETÍN ELECTRÓNICO

13.6.1 Boletín Electrónico

Su función es el de trasladar información a los booktuber de forma digital.

Se realizó una plantilla que logre adaptarse al resto de información ya que se utilizará para otros temas pero se mantendrán áreas como el booktuber más creativo y más popular y la información que le sigue.

CreceNegocios (2010) comenta que la estructura del boletín debería de llevar un header en este caso es la parte inicial de la bienvenida e indica sobre producto es ya que se ubica el logotipo como primera jerarquía; luego cuenta con el título sobre el tema del boletín ya que esta se debe ver entre los primeros 300 a 500 px del boletín para que sea lo primero que vea el usuario como comenta Hamilton (2012)

- **RETÍCULA**

La retícula implementada permite que las secciones del boletín sean claras pero al mismo tiempo por los ejes inclinados de una sensación de dinamismo junto al uso del patrón. Implementando la retícula jerárquica que ayuda a colocar el texto junto con las imágenes por orden de importancia y guiar la vista del usuario.

Se utiliza el patrón para mantener relación con el resto de las piezas y que pueda ser llamativa para los booktubers ya que el contenido es extenso y esta se debe entender claramente y sin aburrirse, además ayuda a la división de secciones y así ordenar el texto por subtemas.

Es la pieza en la que más familia tipográfica se utiliza, usando los títulos más importantes en "black" y los subtítulos en "semibold", procurando crear jerarquías y contrastes visuales entre los elementos de la pieza.

Para evitar la monotonía en la plantilla se crearon 3 variaciones en el color intercalando el color de cada sección de forma diferentes.



Si tienes problemas para ver este vídeo, haz clic aquí

Mayo 12, 2019

BOOK TUBERS GUADEMALTA

Hola Bárbara, bienvenida a un nuevo episodio de **NewslettersGT**. Hoy llega a ti gracias a **Lectores chapsines**.

Episode 1 BOOKTAGS!

Si, hablemos de BookTags, cabritos, memes y youtubers...

¡No eres un lector habitual? ¡No te preocupes! ¡Te enseñamos cómo hacerlo!

7 **Tipos de BookTags** que debes conocer

BOOKTAGS ¿Qué clase de brujería es esa?

Los BookTags son una manera de unir a los lectores entre ellos. Convierten en relación un libro, con una película, frase o situación de la vida cotidiana. Una vez hecho esto, se produce el "tag" o "etiqueta" a otros BookTubers para que también hagan el tag y así se va formando una cadena muy divertida de videos entre ellos.

Con videos muy divertidos, tanto para los que hacen el tag, como para los que los hacen, además de que abre la creatividad para que una persona diseñe su propio BookTag, usando a otros BookTubers y conociendo más sobre su opinión respecto a muchos libros.

¿CÓMO ENTRO?

- 1 Debe ser un gran reto, pero también divertido.
- 2 Realizar el BookTag como si estuvieras en un lugar físico.
- 3 Una música, arte y otros elementos para hacerlo creativo.
- 4 Debes etiquetar a canales que se parezcan al tuyo.

BOOKTUBERS DESTACADOS

+ CREATIVO + POPULAR

Juan Pérez
Canal de Libros y Memorias

Anita Tellado
Rebeldía Literaria

Explicación de por qué Juan Pérez es el más creativo en su video de Memorias poderosas. No le fuiste guapo.

Con más de 1.024.000 comentarios, el episodio de Anita es el más popular del último mes. **Averigua por qué!**

COMENTARIOS

Maria: "Juan eres simplemente genial!"

Estrella: "¿Qué toca tu colección de libros de memorias?"

COMENTARIOS

Maria: "Me encantó tu rebeldía literaria!"

Raul: "Hola Anita. No gustaba contactarte para el correo XYZ. ¡Buen tiempo a medio libro!"

EPISODIOS DE ESTE MES

EL CAJÓN DE MON

#BookReview: "Corre o muere" - James Dashner
(Reseña para Mejores lecturas 2015 - Marzo 2016 [Primer video del año]) | E

UN MUNDO NUEVO

LIBROS NUEVOS@BOOKHALL MARZO 2019@KARIN ARREDONDO
THE GIRL WITH THE DRAGON TATTOOS@STEF

LIBROS DE PASTA DURA

Book Tag: "No it or Stop it"

PARTICIPA

Tienes sugerencias, ideas, comentarios o dudas? ¡No dudes en escribirnos! Envíanos un correo a book@booktubersgt.com

COMPARTE

Si te gusta BookTubersGT no olvides seguirnos en redes sociales e invitarnos a tus amigos.

Facebook Twitter Youtube

Si tienes problemas para ver este vídeo, haz clic aquí

Mayo 12, 2019

BOOK TUBERS GUADEMALTA

Hola Bárbara, bienvenida a un nuevo episodio de **NewslettersGT**. Hoy llega a ti gracias a **Lectores chapsines**.

Episode 1 BOOKTAGS!

Si, hablemos de BookTags, cabritos, memes y youtubers...

¡No eres un lector habitual? ¡No te preocupes! ¡Te enseñamos cómo hacerlo!

7 **Tipos de BookTags** que debes conocer

BOOKTAGS ¿Qué clase de brujería es esa?

Los BookTags son una manera de unir a los lectores entre ellos. Convierten en relación un libro, con una película, frase o situación de la vida cotidiana. Una vez hecho esto, se produce el "tag" o "etiqueta" a otros BookTubers para que también hagan el tag y así se va formando una cadena muy divertida de videos entre ellos.

Con videos muy divertidos, tanto para los que hacen el tag, como para los que los hacen, además de que abre la creatividad para que una persona diseñe su propio BookTag, usando a otros BookTubers y conociendo más sobre su opinión respecto a muchos libros.

¿CÓMO ENTRO?

- 1 Debe ser un gran reto, pero también divertido.
- 2 Realizar el BookTag como si estuvieras en un lugar físico.
- 3 Una música, arte y otros elementos para hacerlo creativo.
- 4 Debes etiquetar a canales que se parezcan al tuyo.

BOOKTUBERS DESTACADOS

+ CREATIVO + POPULAR

Juan Pérez
Canal de Libros y Memorias

Anita Tellado
Rebeldía Literaria

Explicación de por qué Juan Pérez es el más creativo en su video de Memorias poderosas. No le fuiste guapo.

Con más de 1.024.000 comentarios, el episodio de Anita es el más popular del último mes. **Averigua por qué!**

COMENTARIOS

Maria: "Juan eres simplemente genial!"

Estrella: "¿Qué toca tu colección de libros de memorias?"

COMENTARIOS

Maria: "Me encantó tu rebeldía literaria!"

Raul: "Hola Anita. No gustaba contactarte para el correo XYZ. ¡Buen tiempo a medio libro!"

EPISODIOS DE ESTE MES

EL CAJÓN DE MON

#BookReview: "Corre o muere" - James Dashner
(Reseña para Mejores lecturas 2015 - Marzo 2016 [Primer video del año]) | E

UN MUNDO NUEVO

LIBROS NUEVOS@BOOKHALL MARZO 2019@KARIN ARREDONDO
THE GIRL WITH THE DRAGON TATTOOS@STEF

LIBROS DE PASTA DURA

Book Tag: "No it or Stop it"

PARTICIPA

Tienes sugerencias, ideas, comentarios o dudas? ¡No dudes en escribirnos! Envíanos un correo a book@booktubersgt.com

COMPARTE

Si te gusta BookTubersGT no olvides seguirnos en redes sociales e invitarnos a tus amigos.

Facebook Twitter Youtube

Si tienes problemas para ver este vídeo, haz clic aquí

Mayo 12, 2019

BOOK TUBERS GUADEMALTA

Hola Bárbara, bienvenida a un nuevo episodio de **NewslettersGT**. Hoy llega a ti gracias a **Lectores chapsines**.

Episode 1 BOOKTAGS!

Si, hablemos de BookTags, cabritos, memes y youtubers...

¡No eres un lector habitual? ¡No te preocupes! ¡Te enseñamos cómo hacerlo!

7 **Tipos de BookTags** que debes conocer

BOOKTAGS ¿Qué clase de brujería es esa?

Los BookTags son una manera de unir a los lectores entre ellos. Convierten en relación un libro, con una película, frase o situación de la vida cotidiana. Una vez hecho esto, se produce el "tag" o "etiqueta" a otros BookTubers para que también hagan el tag y así se va formando una cadena muy divertida de videos entre ellos.

Con videos muy divertidos, tanto para los que hacen el tag, como para los que los hacen, además de que abre la creatividad para que una persona diseñe su propio BookTag, usando a otros BookTubers y conociendo más sobre su opinión respecto a muchos libros.

¿CÓMO ENTRO?

- 1 Debe ser un gran reto, pero también divertido.
- 2 Realizar el BookTag como si estuvieras en un lugar físico.
- 3 Una música, arte y otros elementos para hacerlo creativo.
- 4 Debes etiquetar a canales que se parezcan al tuyo.

BOOKTUBERS DESTACADOS

+ CREATIVO + POPULAR

Juan Pérez
Canal de Libros y Memorias

Anita Tellado
Rebeldía Literaria

Explicación de por qué Juan Pérez es el más creativo en su video de Memorias poderosas. No le fuiste guapo.

Con más de 1.024.000 comentarios, el episodio de Anita es el más popular del último mes. **Averigua por qué!**

COMENTARIOS

Maria: "Juan eres simplemente genial!"

Estrella: "¿Qué toca tu colección de libros de memorias?"

COMENTARIOS

Maria: "Me encantó tu rebeldía literaria!"

Raul: "Hola Anita. No gustaba contactarte para el correo XYZ. ¡Buen tiempo a medio libro!"

EPISODIOS DE ESTE MES

EL CAJÓN DE MON

#BookReview: "Corre o muere" - James Dashner
(Reseña para Mejores lecturas 2015 - Marzo 2016 [Primer video del año]) | E

UN MUNDO NUEVO

LIBROS NUEVOS@BOOKHALL MARZO 2019@KARIN ARREDONDO
THE GIRL WITH THE DRAGON TATTOOS@STEF

LIBROS DE PASTA DURA

Book Tag: "No it or Stop it"

PARTICIPA

Tienes sugerencias, ideas, comentarios o dudas? ¡No dudes en escribirnos! Envíanos un correo a book@booktubersgt.com

COMPARTE

Si te gusta BookTubersGT no olvides seguirnos en redes sociales e invitarnos a tus amigos.

Facebook Twitter Youtube



14. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN



▶ 14.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A continuación se presenta el informe dirigido a la encargo de la comunidad Iván Méndez, con el fin que comprendan la distribución de los archivos y aspectos técnicos que deben conocer, en el CD que se les otorga, para su reproducción.

Guatemala, 8 de enero de 2018

Sr. Iván Méndez
Comunidad Lectores Chapines

Estimado Sr. Méndez:

El motivo de la presente es para explicarle sobre las especificaciones técnicas de las piezas que pertenecen al proyecto “Booktubers Guatemala” que encuentran en el CD que se entrega adjunto.

En el CD encontrará 7 carpetas que se clasifican según cada pieza del proyecto.

La carpeta “logotipo” incluye un versión editable Ai CC2017, jpg, png y pdf de las opciones del logotipo a color, blanco y negro, morado, verde y amarillo.

La carpeta “afiche” incluye un versión editable Ai CC2017, jpg, png y pdf de las 3 opciones del material, los cuales serán implementadas en la librerías seleccionadas.

En la carpeta “artículos promocionales” está ubicado una carpeta con las calcomanías, otra con la playera y la última con los separadores, todas incluyen un versión editable Ai CC2017, jpg, png y pdf de las 3 opciones del material, los cuales serán implementadas en la librerías seleccionadas.

La carpeta “boletín electrónico” incluye un versión editable y empaquetado de Id CC2017, jpg, png y pdf de las 3 opciones del material, los cuales serán enviadas por correo a los booktubers variando el color de diseño por mes.

La carpeta “logo animado” incluye un versión editable y empaquetado de Pr y Ae CC2017 y el vídeo final en formato mov. con el mismo nombre. Este será utilizado pr los booktubers para los vídeos de la comunidad y en la publicidad en redes sociales.

La carpeta “manual de identidad gráfico” incluye un versión editable Id CC2017, jpg, png y pdf del manual que contiene la forma de utilizar la imagen de los “Booktubers Guatemala” y su aplicación en piezas.

En la carpeta “redes sociales” está ubicado una carpeta con las imágenes de perfil tanto para Facebook como Youtube con su versión editable Ai CC2017, jpg, png y pdf en la redes sociales, otra con los 4 vídeos promocionales, lo cuales tienen su carpeta individual con los archivos utilizados para hacerlos y el vídeo final en versión Pr CC 2017 y el mov. de los vídeos para subir a redes; y la última con las publicaciones en redes que se desglosa en 4 carpetas de la publicación booktuber, diccionario, frase y redes sociales, todas incluyen un versión editable Ai CC2017, jpg, png y pdf en la redes sociales

Si otro particular estamos a sus órdenes con cualquier duda o comentario
reciba un cordial saludo.

Atentamente,

Bárbara Rentz Magariño

Teléfono: 5029-2040

Mail: brentzm@gmail.com

► 14.2 PRESUPUESTO DE DISEÑO

Elementos por Cobrados	Precios Establecidos	Subtotales
Logotipo	Q 2,000.00	Q 2,000.00
3 Afiches	Q 300.00	Q 2,300.00
8 calcomanías	Q 360.00	Q 2,660.00
3 separadores (lado y lado)	Q 210.00	Q 2,870
Playera	Q 55.00	Q 2,925.00
3 Boletines electrónicos	Q 450.00	Q3,375.00
Logo animado	Q 400. 00	Q 3,775.00
4 publicaciones para redes sociales	Q 400.00	Q 4,175.00
4 vídeos para redes sociales	Q 800.00	Q 4, 975.00
2 tipos de foto portada	Q 170.00	Q 5,145.00
Manual de identidad	Q 150.00	Q 5,295.00
Impresiones	Q 1,834.00.00	Q7,129.00
TOTAL		Q7,129.00

► 14.3 PRESUPUESTO DE IMPRESIONES PIEZAS

Ver Anexo 9

Elementos por Cobrados	Precios por unidad	Subtotales
20 Playeras con diseño impreso en pecho y espalda	Q40.00	Q 800.00
12 Afiches impresión full color laser tiro en papel texcote tamaño final 11 x 17 pulgada	Q 13.00	Q 156.00
40 Calcomanías impresión full color laser en adhesivo vinil troquelado 4x4 pulgada	Q 3.75	Q 150.00
40 separadores impresión full color laser tiro y retiro en papel opalina tamaño final / 2 pulgadas x 6.5 pulgadas	Q 2.5	Q 100.00
TOTAL		Q1206.00

Elementos por Cobrados	Subtotales
Diseño de piezas	Q 7,129.00
Impresión de piezas	Q 1206.00
TOTAL	Q8,335.00



15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



▶ 15.1 CONCLUSIONES

- Se diseñó un logotipo que identificará a la comunidad Booktubers Guatemala. Esta se logró por medio de la integración de elementos que representaran las actividades que realiza la comunidad como lo es el libro y el ícono de play, también se integra una tipografía que reflejara modernidad y juventud. El diseño se basó en el concepto “tecnología de letras audiovisuales”, obteniendo como resultado un isotipo compuesto por un libro del cual salen íconos de play. A esto se suma la animación del logo para representar a la comunidad en materiales multimedia.
- Se diseñó la imagen en la redes sociales para promocionar a la comunidad, así mismo se crearon publicaciones diversas que iniciaran una interacción con el grupo objetivo y que también pudieran compartirlas y promocionarlos. A esto se adjunta 4 vídeos de expectación cuyo propósito es el de captar la atención del grupo objetivo en redes sociales. También se desarrolló una serie de afiches que publiciten y den a conocer las actividades que desarrollará la comunidad, colocándolas en lugares que el grupo objetivo visite. Por último se desarrolla material promocional el cual será utilizado por los booktubers utilizándolos en evento para promocionarse.
- Se diseñó un boletín electrónico el cual, ayudará a los booktubers a mejorar sus vídeos ya que estos serán recibidos de forma mensual y tratarán sobre temas relacionados a la comunidad, el cual será fácil de recibir ya que será de forma electrónica.

▶ 15.2 RECOMENDACIONES

- Al desarrollar un logotipo, procurar que esta mantenga la integridad entre los elementos gráficos ya que podría verse dispersa y no captar la atención del grupo objetivo.
- Se recomienda que el desarrollo del material publicitario para jóvenes no caiga en un estilo infantil por lo cual se debe mantener un orden y modernismo, sin perder el dinamismo característico del grupo.
- Buscar la forma más eficiente de realizar un material de distribución buscar la mejor forma de hacerlo, que se adapte al grupo objetivo, ya que si son jóvenes de forma digital es más sencilla.



16. REFERENCIAS





A

Argüello, Jorge (2011). *"Identidad e imagen corporativa"*. Elibro.

C

CreceNegocio (2010). *"El boletín electrónico"*. Disponible: <http://www.crecenegocios.com/el-boletin-electronico-como-estrategia-de-marketing/>

Castro, Fernando. (2016). *"Millennials o la generación del Milenio: quiénes son, cómo son y cómo fidelizarlos"*. Disponible: vintagecomunicacion.com/millennials-o-la-generacion-del-milenio-quienes-son-como-son-y-como-fidelizarlos/#comments

F

Frascara, Jorge. (2011) *"Qué es el diseño informativo"*. Argentina. Ediciones Infinito.

G

García Llorente, Jorge. (2014) *"Técnicas de Diseño Gráfico Corporativo"*. Madrid. Editorial CEP. S.L.

García, Remigio. (2006) *"La Cultura del libro y la lectura"*. Disponible en: <http://www.educando.edu.do/articulos/docente/la-cultura-del-libro-y-la-lectura/>

García García, F., Llorente Barroso, C. & García Guardia, M L. (2010). La construcción globalizada del logo-símbolo y la globalización de la marca a través del mismo. *Historia y Comunicación Social*, 15, 131-156.

Gutierrez, Rubí. (2014) *"6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores"*. Disponible en: www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.4r2Fhho

L

LanceTalentos (2016). *"Tipos De Letra Para Logos: ¿Cómo Elegir La Adecuada?"*. Disponible en: <https://www.lance-talent.com/blog/tipos-de-letra-para-logos-dl/>

Lectores Chapines (2015) *"Nuestra Historia"*. Disponible en: <http://lectoreschapines.com/>

Lajeunesse, Samuel. (2004) *"Psicología económica y del comportamiento del consumidor"*. Barcelona. Editorial UOC.



Logotipalia.es (2015) *"Diseño de Banners para Web y Redes Sociales"*. Disponible en: <http://logotipalia.es/dise-no-grafico-low-cost/20-diseno-de-banners.html>

M

Moya, Eva. (2013) *"Inteligencia en Redes Sociales"*. Barcelona. Editorial UOC.

Morgan, Conway (1998) *"Logos: logotipos, identidad, marca, cultura"* Estados Unidos. Index Books

O

Olache, Occio. (2013) *"5 tips para diseñar un cartel publicitario impactante"*. Disponible en: <https://www.paredro.com/5-tips-para-disenar-un-cartel-publicitario-impactante/>

P

Peredo Merlo, María Alicia. (2001) *"Las habilidades de lectura y la escolaridad"*. México. Perfiles Educativos.

Perazo, Cintia. (2014) *"¿Quiénes son los booktubers? La nueva tendencia teen que dinamiza al mercado"*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1713383-quienes-son->

[los-booktubers-la-nueva-tendencia-teen-que-dinamiza-al-mercado](#)

Pérez, Julián. (2008) *"Definición de Cultura"*. Disponible en: <definicion.de/cultura/>

Pérez, Julián y Gardey, Ana. (2012) *"Definición de Comunidad"*. Disponible en: <definicion.de/comunidad/>

PublineWS. (2016) *"Conoce a estos destacados booktubers guatemaltecos en FILGUA"*. Disponible en: www.publineWS.gt/gt/tendencias/2016/06/28/conoce-estos-destacados-booktubers-guatemaltecos-filgua.html

R

Race, Glenda. (2016) *"¿Cuáles son las habilidades lectoras fundamentales?"*. Disponible en: http://www.ehowenespanol.com/cuales-son-habilidades-lectoras-fundamentales-info_395737/

Rodríguez, Óscar. (2011) *"Community Manager. Conviértete en experto en " Social Media ""*. España. Editorial Anaya Multimedia

Ruiz, Ana. (2016) *"¿Cómo crear vídeos para las redes sociales?"*. Disponible en: <http://www.clickam.es/como-crear-videos-redes-sociales/>



S

Shama Hyder Kabani. (2014) *“El Zen del Social Media Marketing”*. España. Editorial Anaya Multimedia

U

UNESCO. (1999) *“Informe mundial sobre la cultura: cultura, creatividad y mercados”*. España. Editorial CSIC - CSIC Press

V

Valdivia, Paloma. (2007) *“Club de lectura, conceptos y funciones”*. Disponible en: <http://hurukuta.blogspot.com/2007/11/club-de-lectura-escolares-concepto-y.html>



17. ANEXOS



▶ ANEXO 1: INSTRUMENTO GRUPO OBJETIVO

Soy estudiante de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Rafael Landívar. Mi intención es conocer mejor a los lectores guatemaltecos, con fines educativos. Agradezco mucho el tiempo que toma para realizar la encuesta.

Instrucciones: Seleccione una respuesta por pregunta a no ser que la pregunta indique lo contrario.

Edad: _____ Sexo: _____ Zona que reside: _____

1. ¿Con cuántas personas vive?

- 0-3
- 4-6
- 6 o más

2. ¿Cómo se transporta?

- Bus
- Taxi
- Vehículo propio
- Otro: _____

3. Sus estudios abarcan hasta:

- Primaria
- Secundaria

- Diversificado
- Universitarios
- Otro: _____

4. ¿A qué se dedica?

- Trabajo
- Negocio propio
- Estudiante
- Otro: _____

5. ¿Cuenta con internet ?

- Si, en casa.
- Si, en móvil.
- Si, ambas.
- Ninguno

6. ¿Cuántas horas pasa en redes sociales diariamente?

- 0 a 2
- 3 a 5
- 6 o más



7. ¿Qué tanto utiliza la red social Facebook? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

0 1 2 3 4 5

8. ¿Qué tanto utiliza la red social Twitter? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

0 1 2 3 4 5

9. ¿Qué tanto utiliza la red social Instagram? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

0 1 2 3 4 5

10. ¿Qué tanto utiliza la red social Snapchat? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

0 1 2 3 4 5

11. ¿Qué tanto utiliza la red social Youtube? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

0 1 2 3 4 5

12. ¿Qué otra red social utiliza? (Si no utiliza otra diferente a las anteriores, no es necesario responder)

13. ¿Dónde pasa su tiempo libre?

- En casa
- En el exterior al aire libre
- Bares y fiestas
- Centros comerciales
- Otro: _____

14. ¿Qué tipo de actividad es la que más realiza en su tiempo libre?

- Artísticas
- Científicas
- Al aire libre
- Deportivas
- Solidarias
- Familiares
- Intelectuales
- Otro: _____



1. ¿Qué género literario le interesa más (NO seleccionar más de 2)?

- Policial / thriller
- Románticas
- Aventuras
- Terror
- Ciencia ficción
- Biográfica
- Infantil
- Crecimiento personal
- Erótica
- Gastronomía
- Enciclopedia / Manual
- Política
- Economía
- Espiritualidad
- Viajes / Cultura
- Comics/Manga
- Drama
- Poesía
- Historia
- Misterio
- Fantasía
- Educativos
- Otro: _____

2. ¿Qué portada de libro es su favorita?

3. ¿Cuál es la persona famosa que más le agrada y sigue en redes sociales?

4. ¿Cuál es su youtuber favorito?

5. ¿Ha escuchado el término booktuber?

- Si
- No

6. Si conoce a un booktuber, escriba ¿cuál es?



7. ¿Qué tipo de letra asocia con un club de lectura juvenil ?

- Opción 1

SPiN CYCLE

- Opción 2

LTD **BARON** 2013
TYPEFACE

- Opción 3

BEAMS

- Opción 4

Xenois Serif

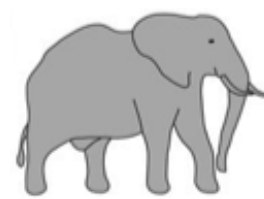
8. ¿Con que colores relaciona con un club de lectura juvenil?

-
-
-

• Otros: _____

9. ¿Qué tipo de dibujo es más agradable y entendible a la vista?

- Opción 1





- Opción 2

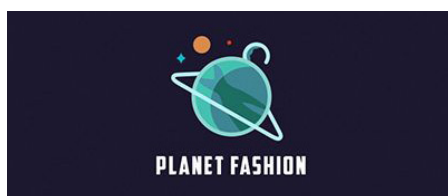


- Opción 3



1. ¿Qué tipo de logo es más de su agrado según su tipo de abstracción?

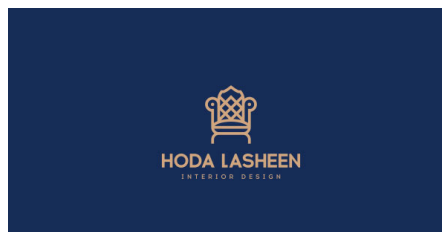
- Opción 1



- Opción 2



- Opción 3



- Opción 4

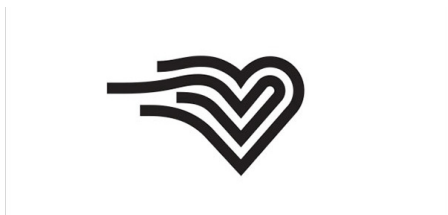




- Opción 5



- Opción 6



- Opción 7



2. ¿Con qué colores relaciona un club de lectura juvenil?

- Opción 1



- Opción 2

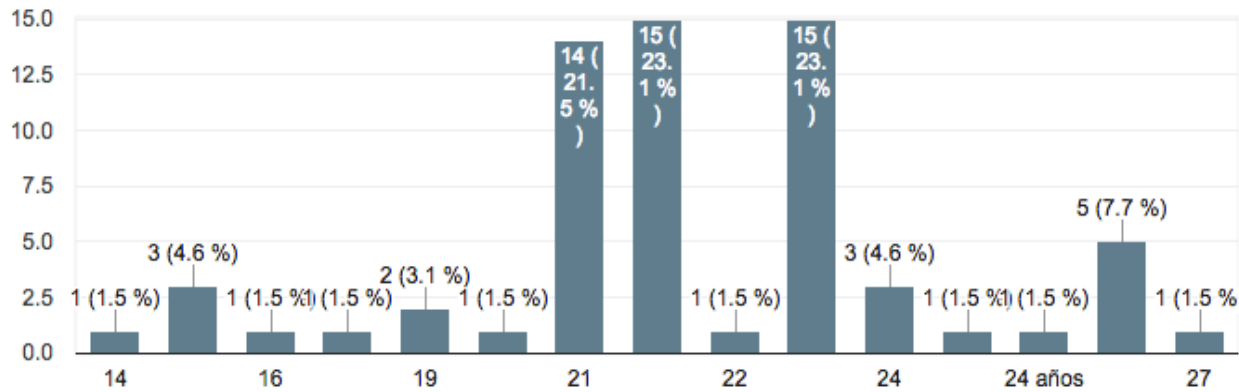


- Opción 3

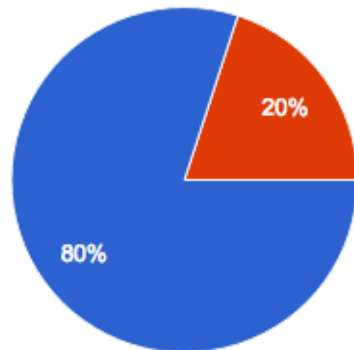


▶ ANEXO 2: RESULTADOS DE GRUPO OBJETIVO

Edad

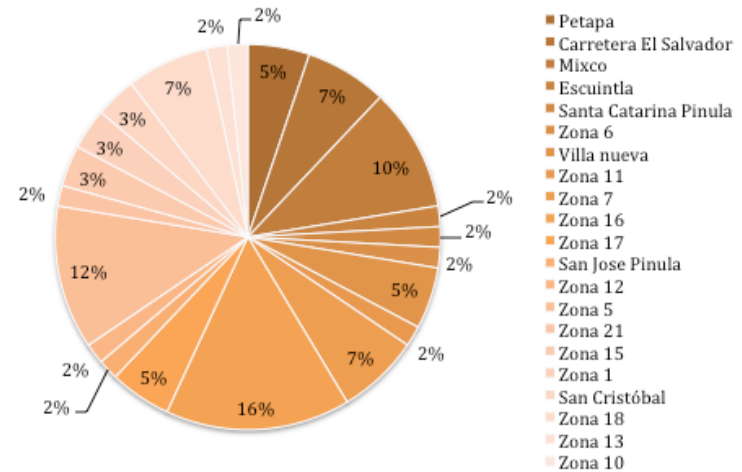


Sexo



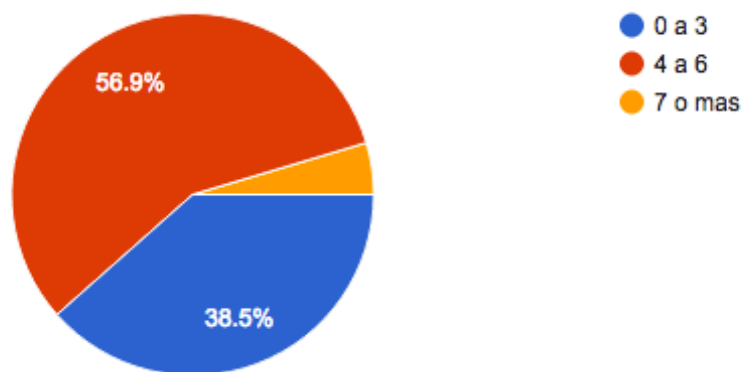
● Femenino
● Masculino

Lugar de residencia

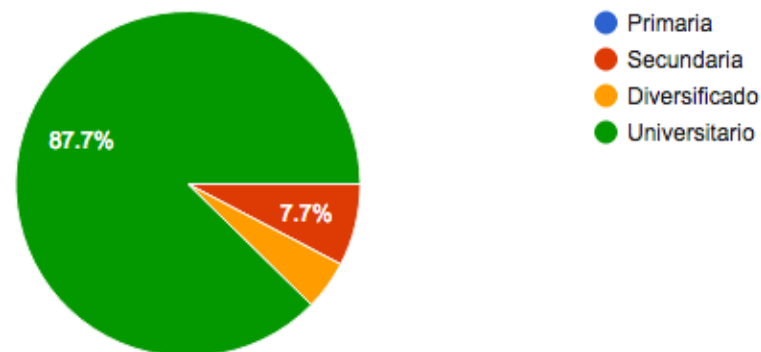




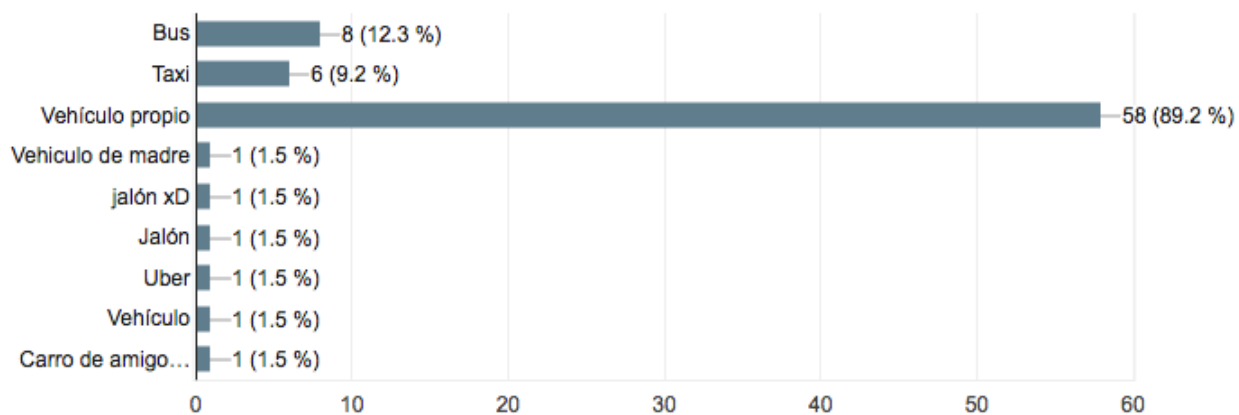
¿Con cuántas personas vive?



¿Cuántas horas pasa en redes sociales diariamente? Sus estudios abarcan hasta:

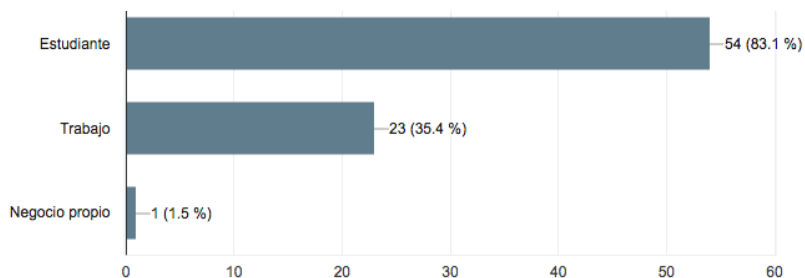


¿Cómo se transporta?

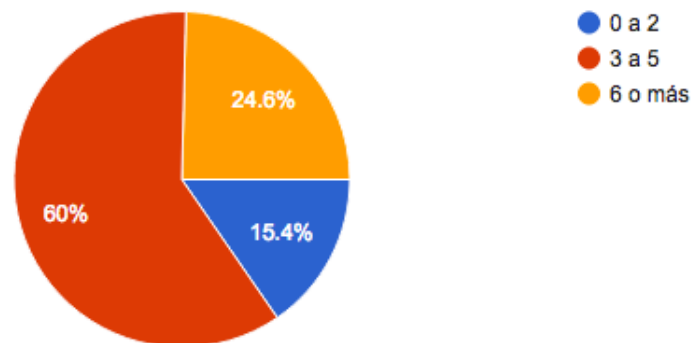




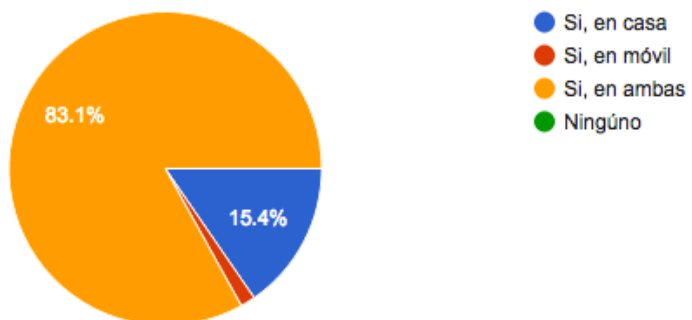
¿A qué se dedica?



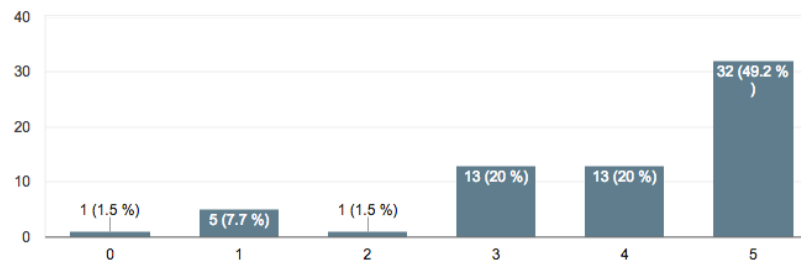
¿Cuántas horas pasa en redes sociales diariamente?



¿Cuenta con internet ?

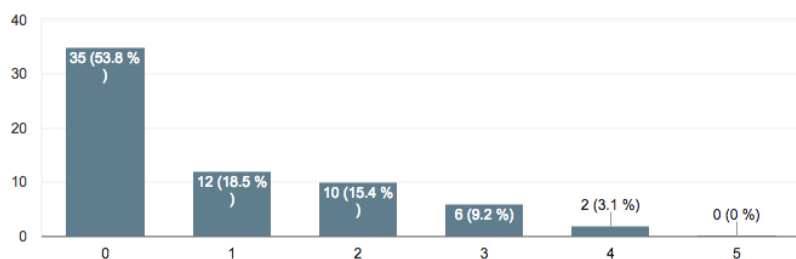


¿Qué tanto utiliza la red social Facebook? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

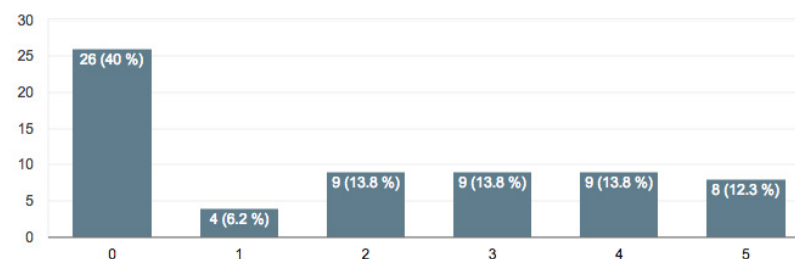




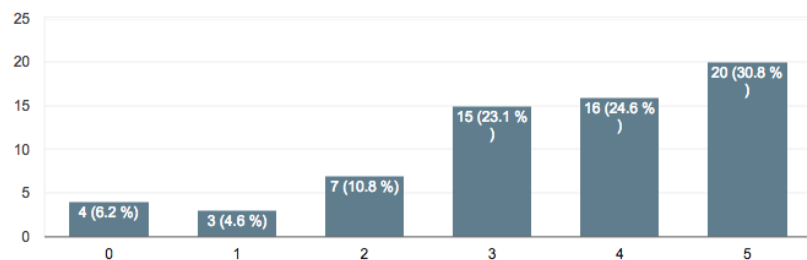
¿Qué tanto utiliza la red social Twitter? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)



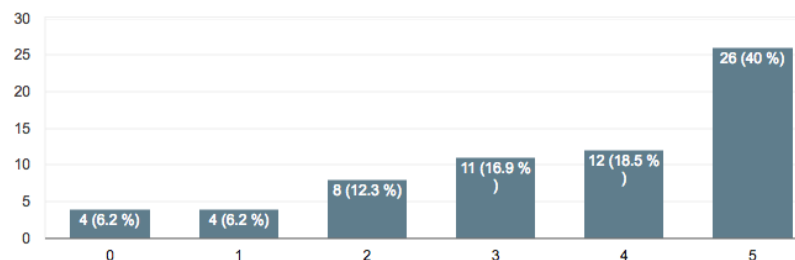
¿Qué tanto utiliza la red social Snapchat? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)



¿Qué tanto utiliza la red social Instagram? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)



¿Qué tanto utiliza la red social Youtube? (Siendo 5 mucho y 0 que no la usa)

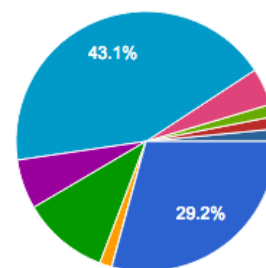




¿Qué otra red social utiliza? (Si no utiliza otra diferente a las anteriores, no es necesario responder)

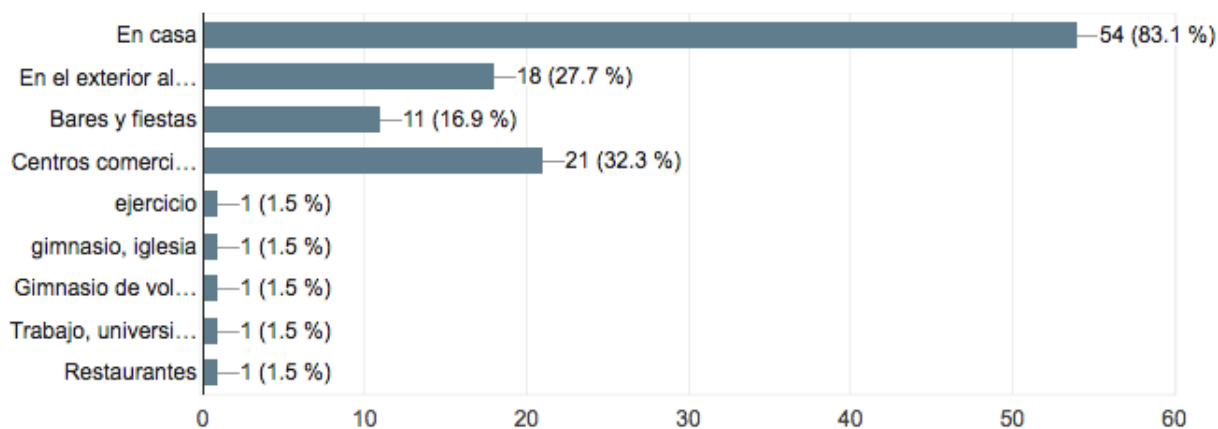
Pinterest (4)
Whatsapp (3)
Whatsapp (2)
Tumblr (2)
linkedin
We heart it
Wattpad
A veces wordpress
tumblr
Pinterest

¿Qué tipo de actividad es la que más realiza en su tiempo libre?



- Artísticas
- Científicas
- Al aire libre
- Deportivas
- Solidarias
- Familiares
- Intelectuales
- ilustrar, oír música y jugar videojuegos
- Iglesia
- ver película

¿Dónde pasa su tiempo libre?





¿Cuál es la persona famosa que más le agrada y sigue en redes sociales?

Justin bieber (2)	Bruno Mars
Maluma (2)	No tengo personas famosas solo emprendedores pequeños
Jk rowling	aislinn derbez
monodelespacio	Taylor swift
Gaby Asturias	Arjona
Benjamin Lacombe	Kendall Jenner
katy perry	No sigo
Showtek	Fan Page Real Madrid
scarlett johansson	Emma watson
CHLOE LUKASIAK	Rihanna
sara sigmundsdottier	Justin Timberlake
diseñadores	Algún cantante. Si no: pewdiepie
Sergio Ramos	
Nicolás sparks	
Selena Gómez	

Hunter Rowland	Kylie Jenner	Emily blincoe
Cristiano ronaldo	Celine Dion	Enrique Iglesias
Gorillaz	Yo 🙄	Katy Perry
Bart Kwan	Tutti Furlan	Andrea Preis
jackie chan	Ninguna	Andrea Henry
Amigos	Emma Watson	Joe Jonas
Bill Gates	Logan Paul	El Papa
varia por red social	Residente	Adam Levine

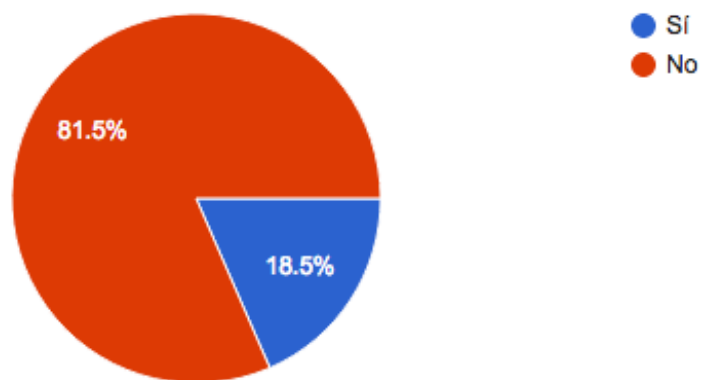
varia por red social	Justin Bieber, Zac Efron, Andrea Henry	Stan Lee
No se cual seria la mas famosa	Rafael Nadt	Cristiano Ronaldo
Olivia Culpo	Zayn Malik	Ema watson
Kendal jenner	Ashton Kutcher	lilly singh
Anahí		

¿Cuál es su youtuber favorito?

No tengo (9)	Franco Escamilla	Dalas review	Graveyardgirl
ninguno (3)	german garmendia	Anna Akana	Viajero emprendedor (Daniel Tirado)
yuya (2)	El juanpa zurita	Pewdiepie	Pollo Castillo
Ninguno (2)	LUZ de Craftingeek	AndyVlog	Wismichu
Yuya (2)	Zoella	Dross	Tyler Oakley
No tengo (2)	dross rotzank	donkey	Pepe Problemas
No uso youtube	David dobrick	Sylvia Deretodyi	Dulceida
Folagoro	Werevertumorro	No tengo favorito	Fernanfloo
Jonathan Clay	Tyson	Lee Pons	Superfruit
Lele	Germán	Hola soy Germán y yuya	Gabriel Conte
yuya	TAKE UNOTV	Craftingeek	Natalia Aguilar
Heyitspriscila	YellowMelo	Craftingreek	
Mark e miller	Hada de las fresas	lilly singh	



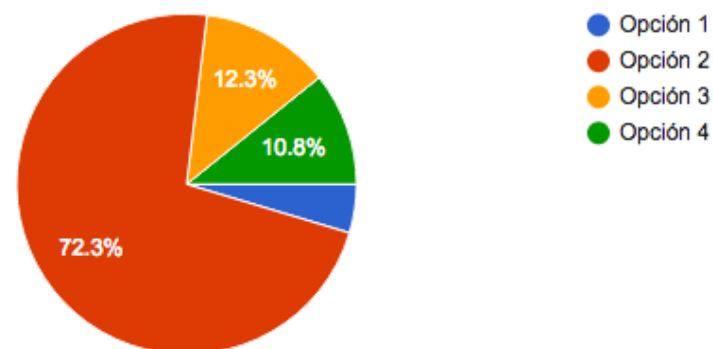
¿Ha escuchado el término booktuber?



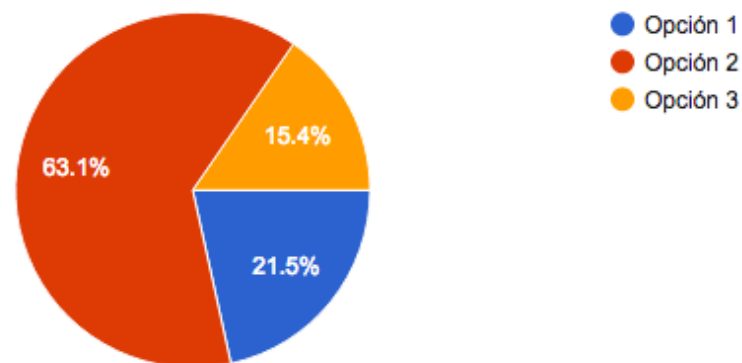
Si conoce a un booktuber, escriba ¿cuál es?

Fa orozco
LilyCReads
el cajon de mon
May RA Monte
Juan Pablo Franky
No conozco ninguno

¿Qué tipo de letra asocia con un club de lectura juvenil ?

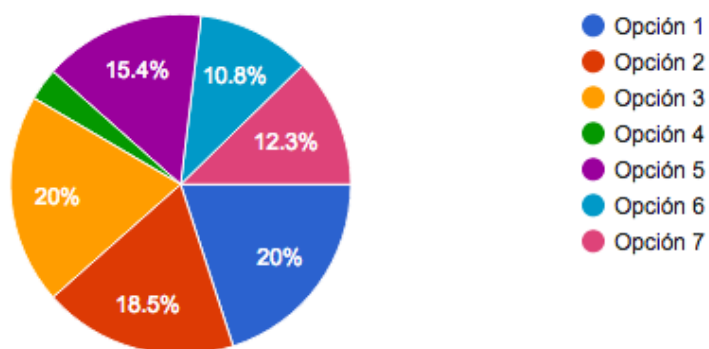


¿Qué tipo de dibujo es más agradable y entendible a la vista?

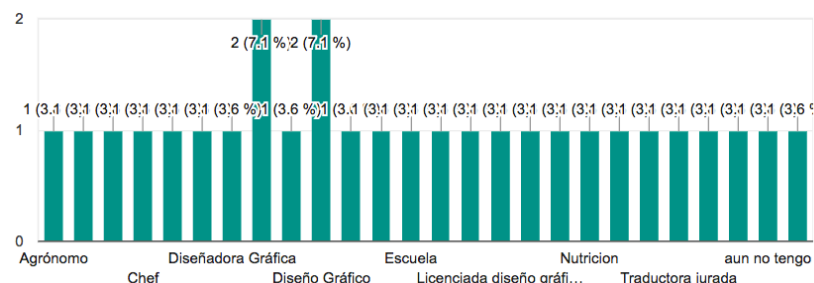




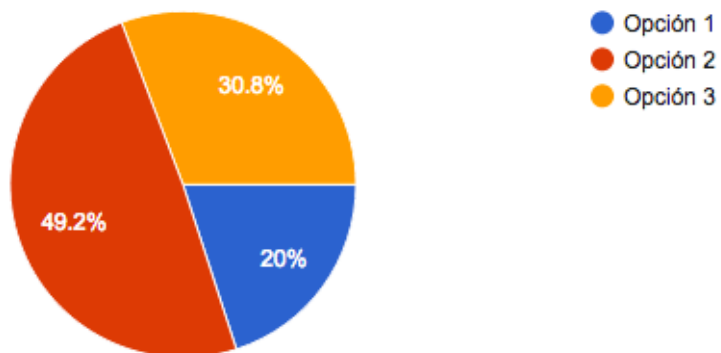
¿Qué tipo de logo es más de su agrado según su tipo de abstracción?



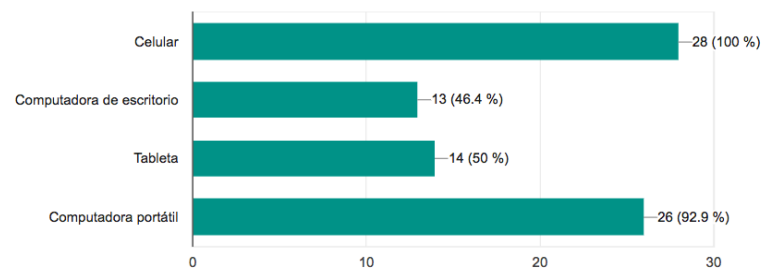
¿Cuál es tu profesión o carrera escolar o universitaria?



¿Con qué colores relaciona un club de lectura juvenil?

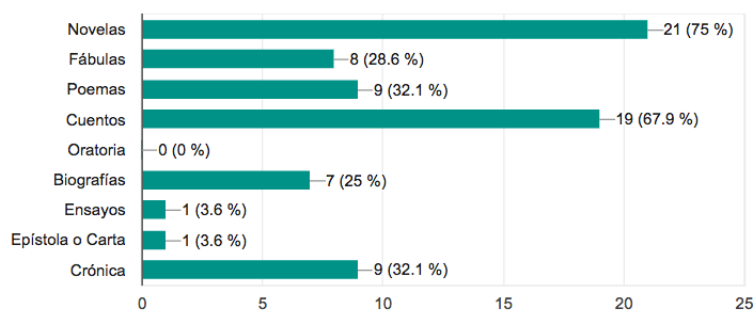


¿Con qué tipo de dispositivo cuenta? (seleccione las que tenga)





¿Cuáles son tus gustos literarios?



¿Qué tipo de actividades realizas en tu diario vivir?

Fiestas los viernes y sábado, 2 veces al mes en zona 10. Ver televisión más que todo series en Netflix los sábados y domingos de 9p.m. a 11p.m. Escribir poemas cortos en su mayoría románticos en mi casa por las noches.

Televisión programas de investigación, documentales

Cine día miércoles con mi novio películas de miedo suspenso o acción

Salir de paseo los fines de semana antigua. Costa sur. O centros comerciales

1. Ir al Cine, lo visitó en su mayoría los miércoles o días de promoción si no los fines de semana, películas de romance y ciencia ficción. Voy con mi pareja.

Ver redes sociales, en su mayoría Youtube e Instagram en Youtube veo tutoriales de maquillaje, retos graciosos, reviews sobre películas, libros, maquillaje o lugares.

Ver Netflix veo en su mayoría películas románticas, comedia, drama o infantiles, en su mayoría las veo sola o con mi familia. Las veo por la noche.

1). Arte (ilustración, dos veces al mes, 5 horas, en mi cuarto, solo y escuchando música)

2). Cine (terror y ciencia ficción, semanalmente, voy con mi novia, siempre en la noche)

3). Redes sociales (YouTube, tecnología, trailer de películas de terror, maquillaje, comida, arte, todos los días, en su mayoría en la tarde y noche, en mi casa, solo- a veces con mi novia)

Deporte (fútbol, natación) arte (ilustraciones) cine (películas con mi novia dos veces al mes) televisión (series, documentales, noticias) voluntariado (limonchispudo, colonia El limón zona 18)

Ilustración, clases privadas en zona 14

Ir al cine, los viernes y fin de semana, en las noches acompañado de amigos o pareja

Cocina enfocada en comida oriental, mexicana e Italiana.

Videogames de acción, luchas, estrategia, arcade, aventura y rol en nintendo 3ds, ps4, nintendo switch, snes, gameboy advance o sp, xbox, ps vita

Pasear a mis perros en cayala, green rush, pasos y pedales, básicamente todos los lugares pet friendly

1. Arte, esculturas pequeñas en mi casa como hobby.

2. Trabajo en diseño gráfico en publicidad de medios digitales y branding.

3. Paseos familiares en centros comerciales o áreas recreativas para entretenimiento.

Ilustración, en mi tiempo libre, en mi casa.

Fiestas, los fines de semana, con mi novio, donde sea

Fotografías, cuando tengo la oportunidad, y normalmente en la naturaleza o viajes

Ver series de NETFLIX Greys Anatomy y Lucifer son los géneros que me gustan por el momento jaja

Voy a la Universidad todos los días de lunes a viernes de 4pm a 8pm

Arte (ilustración) e ir al cine (dramáticas, cómicas, ciencia ficción, terror, infantiles)

Voluntariado en misiones religiosas, ir a la iglesia, cantar en el iglesia

Ver la televisión temática de cocina

Leo todos los días más que todo novelas juveniles, veo series en Netflix como graves & frankie y grace anatomy entendí volly los miércoles y asisto a partidos los fines de semana

Leer en mis tiempo libres

Caminar con mi perrita al salir del trabajo en el sector de mi casa

Dar clases de inglés (todos los días de la semana durante 1 hora)

Videogames, juegos de primera persona, ps4

Leer novelas de fantasía en mi casa cuando termino tareas. Escribir novelas sobre las vidas ficticias de personas reales, las escribo en mi cuarto o en el patio aproximadamente una vez por semana (cuando tengo tiempo).

Pasear a mis perros en mi colonia, aproximadamente de 17:45 a 6:10

Ilustración (en el hogar e institución), fiestas (en cayala y/o casas de compañeras, cuando se da la oportunidad- 2/3 veces al mes), fotografía (en distintos lugares, cada 2 meses), videojuegos (de aventura y estrategia, ps4), ver televisión (de misterios, investigaciones).

Ver televisión



Arte, en mi casa, dibujo y pintura. Canto, en mi casa y en la escuela, la mayoría del tiempo. Escritura, en mi casa, días lejanos, todo tipo de temática

arte (dibujar) escribir (novelas)

Practicar fútbol

1. Jugar con mi sobrina todos los días por la tarde hasta las noche.
2. Practico técnicas de arte dos días a la semana más el tiempo de las asignaturas en el colegio.
3. Ver mi serie favorita si tengo tiempo al terminar mis tareas todos los días.

Cocina(culinaria), cine (pareja) y pasear mascota(durante la tarde tipo 4.30)

Ballet, lo practico tres veces a la semana.
Arte, en el colegio, tres veces a la semana.
Ver televisión, todos los días, series en general

fiestas (cayala, los fines de semana, en la noche)
Ver televisión (series, ejemplo; the OC, casa de papel, dinastía, that's 70's show)
Tareas (de todo tipo)

Ir al cine. Tomar fotografías. Ver televisión.

▶ ANEXO 3: INSTRUMENTO VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

Gracias por prestarme unos minutos de tu tiempo para poder llevar a cabo la validación tanto de diseño como de funcionalidad del material realizado para el curso “Portafolio” de la carrera de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar. Gracias a tu validación podré mejorar la realización e implementación del proyecto para que logre cumplir con lo necesario.

El proyecto consiste en desarrollar la imagen gráfica de “BooktubersGt” para darse a conocer en Guatemala, la cual es una comunidad conformada por jóvenes cuyos videos son presentados en Youtube, sobre temáticas de libros (críticas, resúmenes, opiniones de los seguidores, etc.). A continuación se presenta un link para conocer más sobre un booktuber: <https://www.youtube.com/watch?v=QD31FwUun00&t=37s>

INSTRUCCIONES:

A continuación se presentarán un grupo de preguntas con el fin de evaluar el desarrollo del material. Favor seleccionar la respuesta que más te parezca, siendo 5 sobresaliente y 1 deficiente:

1. ¿Qué elementos logra visualizar en los elementos del recuadro?

- Libro y magia
- Sol y fuego
- Lápiz y magia

2. El logo logra representar a la comunidad

0 1 2 3 4 5

3. El nivel de abstracción de los elementos facilita su comprensión

0 1 2 3 4 5

4. La combinación de colores permite jerarquizar los elementos dentro del logo

0 1 2 3 4 5

5. El tipo de letra utilizada expresa

- Juventud y modernidad
- Seriedad y compromiso
- Dinamismo y agilidad

6. La imagen de portada y de perfil tiene relación con la temática de la comunidad

0 1 2 3 4 5



7. La foto de portada y perfil expresa

- Dinamismo audiovisual
- Juventud y movimiento
- Libros y vídeos

0 1 2 3 4 5

8. El diseño de las publicaciones expresa

- Movimiento y juventud
- Saturación y desorden
- Inestabilidad e infantil

12. La animación del logo representa a la comunidad

0 1 2 3 4 5

9. La tipografía utilizada va acorde al diseño juvenil y moderno

0 1 2 3 4 5

10. ¿Qué función cree que tienen las publicaciones en las redes sociales?

- Informar
- Decorar
- Entretener

13. La animación expresa

- Dinamismo y juventud
- Modernidad y tecnología
- Infantil y divertido

14. La animación logra mantener relación con las otras piezas

0 1 2 3 4 5

15. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 1?

- La persona leerá varios libros
- Se quiere crear una torre de libros
- Se trata de crear un desorden

11. Las publicaciones para las redes sociales informan acerca de la comunidad y sus actividades

16. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 2?

- La persona quiere leer todos los libros que lleva
- La persona está robando libros



- La persona está coleccionando libros
- La persona va a estudiar

1. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 3?

- Lee vario libros al mismo tiempo
- Estudia para un examen
- Está comparando los libros

2. Los vídeos captan su atención

0 1 2 3 4 5

3. Opina que los vídeos dan a entender que la comunidad trata de:

- Clases educativas
- Bibliotecas
- Lectura

4. Los vídeo denotan:

- Juventud dinámica
- Aburrimiento y monotonía
- Simplicidad y seriedad

5. ¿Qué es lo primero que observa en el afiche?

- Torre de libros
- Logo
- Texto
- Íconos de redes sociales

6. La distribución de los elementos es:

- Dinámica y ordenada
- Desequilibrada y saturada
- Infantil y desordenada

7. La combinación de colores facilita identificar los elementos

0 1 2 3 4 5

8. Utilizaría los artículos promocionales

0 1 2 3 4 5

9. Los vídeo denotan:

- Juventud dinámica
- Aburrimiento y monotonía
- Simplicidad y seriedad



10. Cree que los artículos promocionales expresan

- Juventud y dinamismo
- Desorden y desequilibrio
- Infantil y divertida

11. ¿Qué frase cree que utilizaría?

- #LeerEsSexy #BooktubearEsSuperSexy
- #SeTeAntojaLeer #PruebaLosBooktubers
- #LeerEsChilero#BooktubearEsDeCracks
- #UnLectomaniaco #EsBooktuberEngasado
- #LeerEsEnamora #BooktubearApasiona

12. Cree que se mantiene relación gráfica entre las piezas

0 1 2 3 4 5

13. Considera que el patrón y los elementos utilizados de fondo

- Generan unidad
- Dificultan la comprensión de la pieza
- Complementa la propuesta de diseño

14. Los colores son lo adecuado al tema

0 1 2 3 4 5

15. Los colores se relacionan con un grupo joven

0 1 2 3 4 5

16. La tipografía utilizada armoniza con el diseño

0 1 2 3 4 5

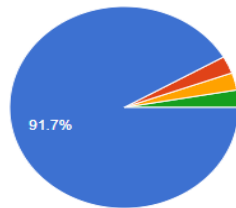
17. Los elementos en las piezas (colores, imágenes, patrón de fondo, tipo de letra) son llamativas

0 1 2 3 4 5

Tiene algún comentario que quiera hacer sobre el material ¿Qué crees que se debería mejorar?

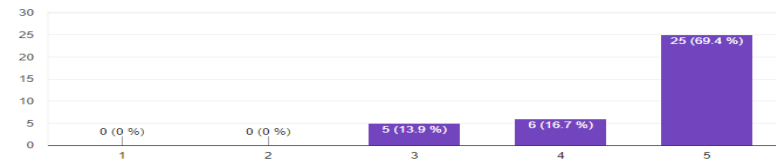
▶ ANEXO 4: RESULTADOS VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

1. ¿Qué elementos logra visualizar en los elementos del recuadro?

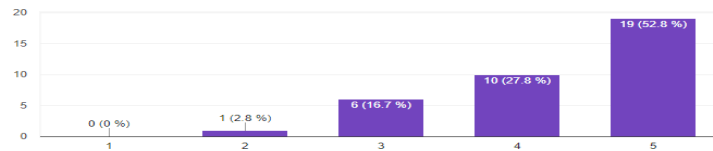


- Libro y magia
- Sol y fuego
- Lapiz y magia
- Entendí el libro hasta que leí book y las opciones. Probar otros colores

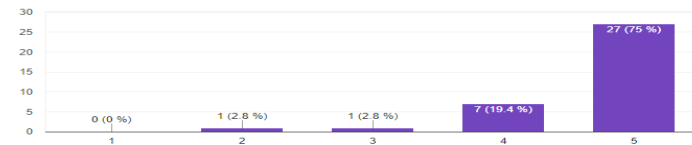
3. El nivel de abstracción de los elementos facilita su comprensión



2. El logo logra representar a la comunidad

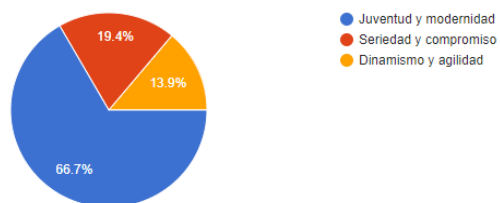


4. La combinación de colores permite jerarquizar los elementos dentro del logo

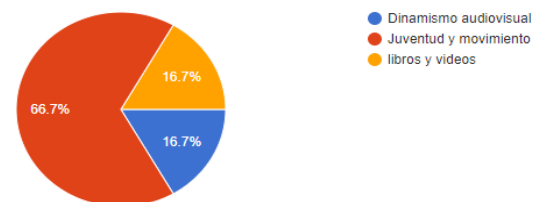




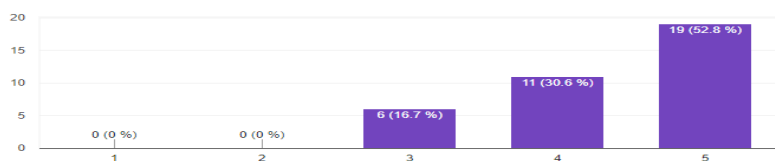
5. El tipo de letra utilizada expresa



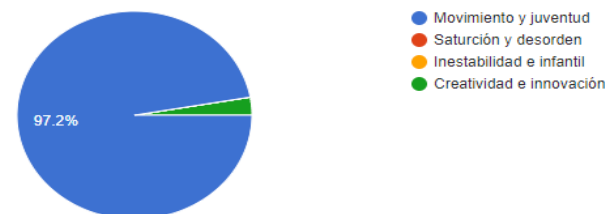
7. La foto de portada y perfil expresa



6. La imagen de portada y de perfil tiene relación con la temática de la comunidad

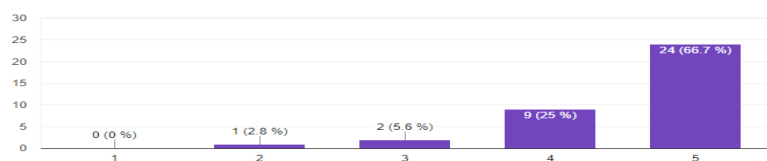


8. El diseño de las publicaciones expresa





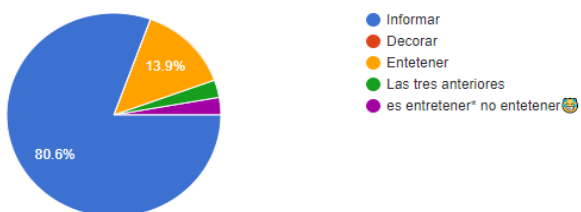
1. La tipografía utilizada va acorde al diseño juvenil y moderno



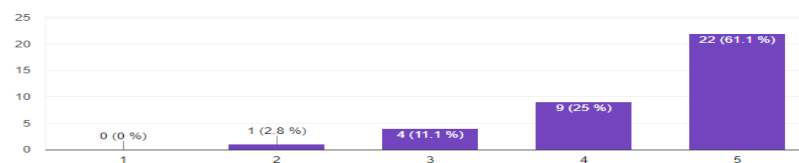
3. Las publicaciones para las redes sociales informan acerca de la comunidad y sus actividades



2. ¿Qué función cree que tienen las publicaciones en las redes sociales?

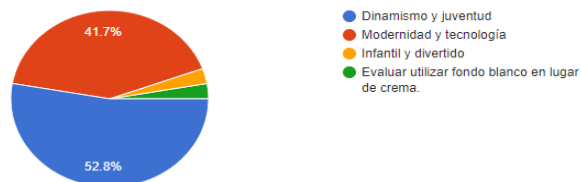


4. La animación del logo representa a la comunidad

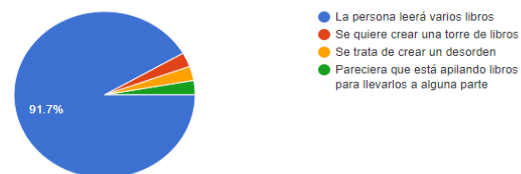




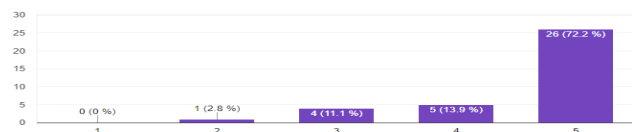
5. La animación expresa



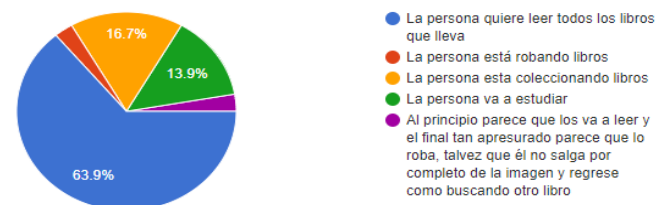
7. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 1?



6. La animación logra mantener relación con las otras piezas

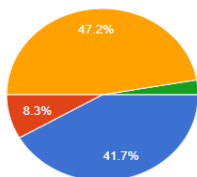


8. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 2?



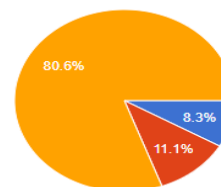


1. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 3?



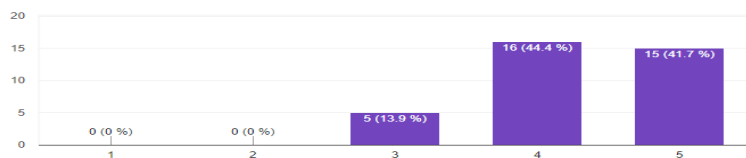
- Lee varios libros al mismo tiempo
- Estudia para un examen
- Está comparando los libros
- Parece que estudia o busca algo específico, pero son libros de lectura...debería expresar más el interés de leer

3. Opina que los vídeos dan a entender que la comunidad trata de:

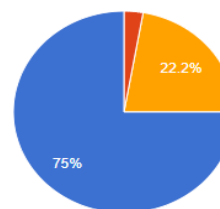


- Clases educativas
- Bibliotecas
- Lectura

2. Los vídeos captan su atención



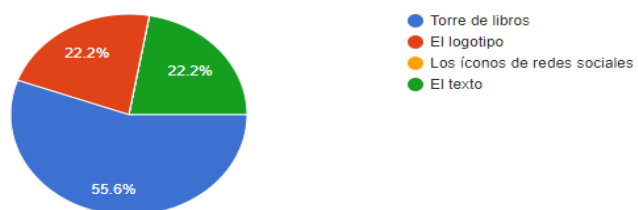
4. Los vídeo denotan:



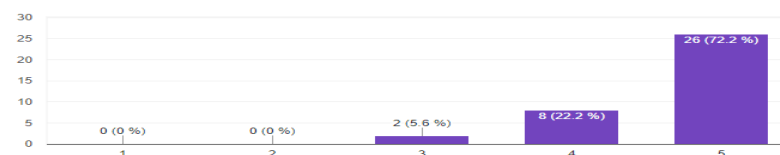
- Juventud dinámica
- Aburrimiento y monotonía
- Simplicidad y seriedad



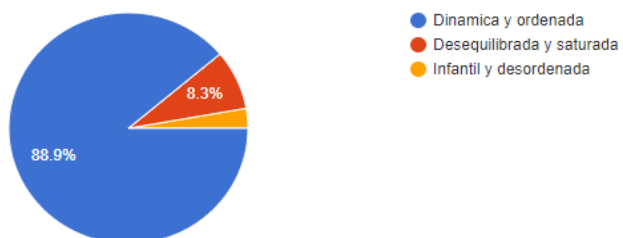
5. ¿Qué es lo primero que observa en el afiche?



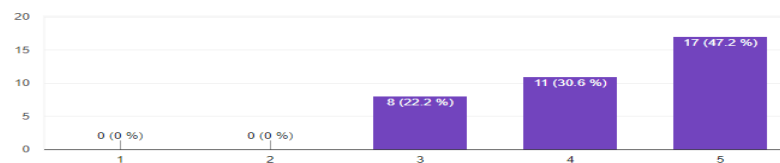
7. La combinación de colores facilita identificar los elementos



6. La distribución de los elementos es:

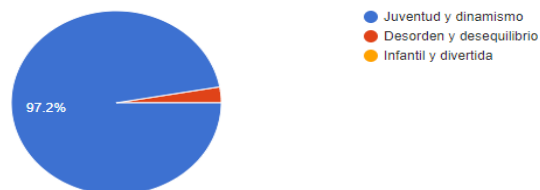


8. Utilizaría los artículos promocionales

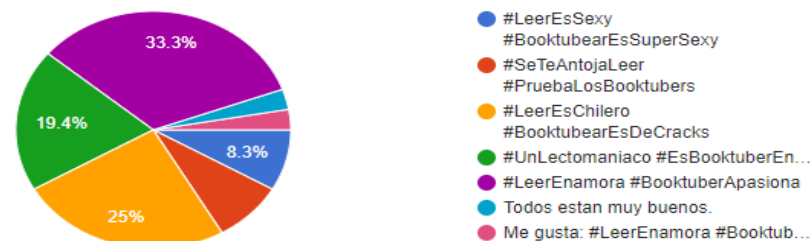




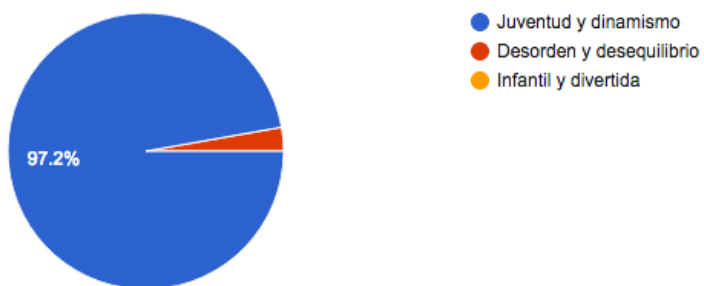
1. Los vídeo denotan:



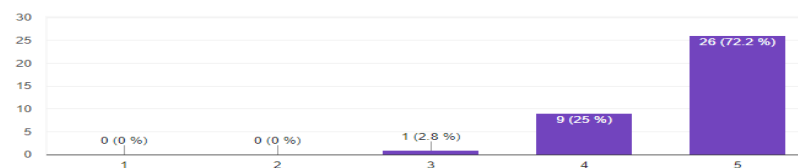
3. ¿Qué frase cree que utilizaría?



2. Cree que los artículos promocionales expresan

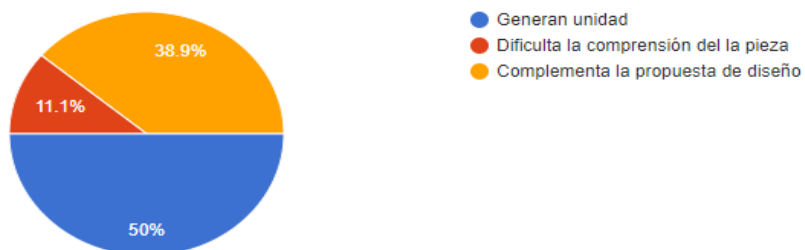


4. Cree que se mantiene relación gráfica entre las piezas

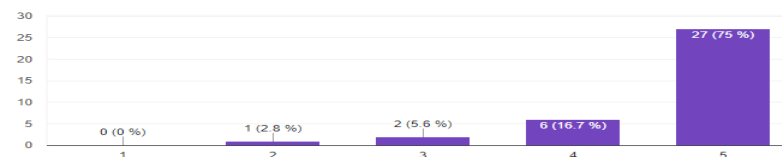




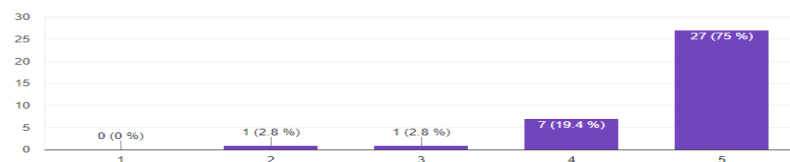
5. Considera que el patrón y los elementos utilizados de fondo



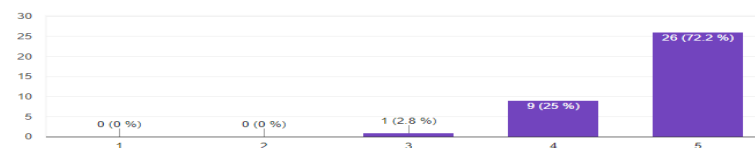
7. Los colores se relacionan con un grupo joven



6. Los colores son lo adecuado al tema

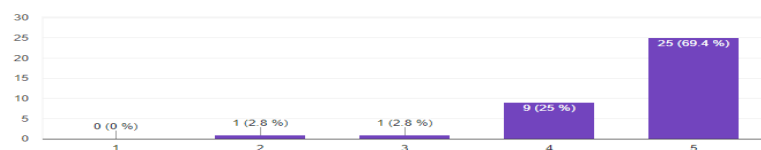


8. La tipografía utilizada armoniza con el diseño





1. Los elementos en las piezas (colores, imágenes, patrón de fondo, tipo de letra) son llamativas



Comentarios

Me encanta todo! Siento que los promocionales se puede explotar un poco más pero no estan mal.

Esta bastante completo, dinamico me gustan los colores los elementos diseñados. Me gusta todo felicidades

Podrían combinar tipografía tipo hand lettering por ser tema de lecturas y esta de moda.

El material es una propuesta super interesante nuestra unidad y dinamismo sobre el tema.

Sólo sugeriría probar con otro tipo de tipografía para la información de los fichas y post ya que considero que se proyecta más seriedad que dinamismo.

Intentar colocar el logo en rojo el icono de YouTube

Esta bonito

La propuesta en general está bien, pero podría ser más juvenil.

Más imagen, menos texto, sé que tienen poco texto y es breve y preciso pero no le gana a "una imagen dice más que mil palabras"

El principio del video es muy rapido

▶ ANEXO 5: INSTRUMENTO VALIDACIÓN EXPERTOS EN EL TEMA

Gracias por prestarme unos minutos de tu tiempo para poder llevar a cabo la validación tanto de diseño como de funcionalidad del material realizado para el curso “Portafolio” de la carrera de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar. Gracias a tu validación podré mejorar la realización e implementación del proyecto para que logre cumplir con lo necesario.

El proyecto consistía en desarrollar en diseñar la identidad gráfica de “Booktubers Guatemala” para darse a conocer en Guatemala, la cual es una comunidad conformada por jóvenes cuyos vídeo son presentados en Youtube, sobre temáticas de libros (críticas, resúmenes, opiniones de los seguidores, etc.). El grupo de personas a los cuales se dirigirá el material son jóvenes entre los 15 a 25 años de edad y pertenecientes a un nivel socio-económico C1 y en su mayoría estudiantes.

INSTRUCCIONES:

A continuación se presentarán un grupo de preguntas con el fin de evaluar el desarrollo del material. Favor seleccionar la respuesta que más te parezca, siendo 5 sobresaliente y 1 no sobresaliente:

1. ¿Qué elementos logra visualizar en los elementos del recuadro?

- Libro y magia

- Sol y fuego
- Lápiz y magia

2. El logo logra representar a la comunidad

0 1 2 3 4 5

3. El nivel de abstracción de los elementos facilita su comprensión

0 1 2 3 4 5

4. La combinación de colores permite jerarquizar los elementos dentro del logo

0 1 2 3 4 5

5. El tipo de letra utilizada expresa

- Juventud y modernidad
- Seriedad y compromiso
- Dinamismo y agilidad

6. La distribución de los elementos utilizada en el boletín ayuda a jerarquizar y organizar la información

0 1 2 3 4 5



1. La distribución del contenido expresa

- Orden y dinamismo
- Desorden y saturación
- Monotonía y desorden

2. La tipografía utilizada denota

- Modernidad y juventud
- Desorden y saturación
- Monotonía y desorden

3. ¿Qué es lo primero que observa en el boletín?

- Logo
- La sección con el tema
- Los elementos decorativos

4. Considera que la combinación de colores es armoniosa

0 1 2 3 4 5

5. La imagen de portada y de perfil tiene relación con la temática de la comunidad

0 1 2 3 4 5

6. La foto de portada y perfil expresa

- Dinamismo audiovisual
- Juventud y movimiento
- Libros y vídeos

7. El diseño de las publicaciones expresa

- Movimiento y juventud
- Saturación y desorden
- Inestabilidad e infantil

8. La tipografía utilizada va acorde al diseño juvenil y moderno

0 1 2 3 4 5

9. ¿Qué función cree que tienen las publicaciones en las redes sociales?

- Informar
- Decorar
- Entretener



10. Las publicaciones para las redes sociales informan acerca de la comunidad y sus actividades

0 1 2 3 4 5

11. La animación del logo representa a la comunidad

0 1 2 3 4 5

12. La animación expresa

- Dinamismo y juventud
- Modernidad y tecnología
- Infantil y divertido

13. La animación logra mantener relación con las otras piezas

0 1 2 3 4 5

14. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 1?

- La persona leerá varios libros
- Se quiere crear una torre de libros
- Se trata de crear un desorden

15. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 2?

- La persona quiere leer todos los libros que lleva
- La persona está robando libros
- La persona está coleccionando libros
- La persona va a estudiar

16. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 3?

- Lee vario libros al mismo tiempo
- Estudia para un examen
- Está comparando los libros

17. Cree que los vídeos captarán la atención del grupo objetivo

0 1 2 3 4 5

18. Opina que los vídeos dan a entender que la comunidad trata de:

- Clases educativas
- Bibliotecas
- Lectura



1. Los vídeo denotan:

- Juventud dinámica
- Aburrimiento y monotonía
- Simplicidad y seriedad

2. ¿Qué es lo primero que observa en el afiche?

- Torre de libros
- Logo
- Texto
- Íconos de redes sociales

3. La distribución de los elementos es:

- Dinámica y ordenada
- Desequilibrada y saturada
- Infantil y desordenada

4. La combinación de colores facilita identificar los elementos

0 1 2 3 4 5

5. Considera que los artículos promocionales son adecuado par el grupo objetivo

0 1 2 3 4 5

6. Cree que los artículos promocionales expresan

- Juventud y dinamismo
- Desorden y desequilibrio
- Infantil y divertida

7. ¿Qué frase cree que sería más utilizada?

- #LeerEsSexy #BooktubearEsSuperSexy
- #SeTeAntojaLeer #PruebaLosBooktubers
- #LeerEsChilero#BooktubearEsDeCracks
- #UnLectomaniaco #EsBooktuberEngasado
- #LeerEsEnamora #BooktubearApasiona

8. Cree que se mantiene relación gráfica entre las piezas

0 1 2 3 4 5



9. Considera que el patrón y los elementos utilizados de fondo

- Generan unidad
- Dificultan la comprensión de la pieza
- Complementa la propuesta de diseño

10. Los colores son lo adecuado al tema

0 1 2 3 4 5

11. Los colores se relacionan con un grupo joven

0 1 2 3 4 5

12. La tipografía utilizada armoniza con el diseño

0 1 2 3 4 5

13. Los elementos en las piezas (colores, imágenes, patrón de fondo, tipo de letra) son llamativas

0 1 2 3 4 5

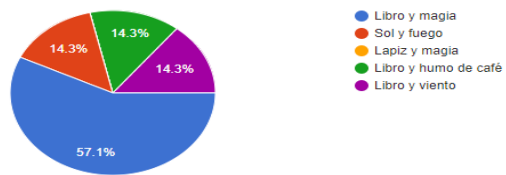
Tiene algún comentario que quiera hacer sobre el material ¿Qué crees que se debería mejorar?

Nombre

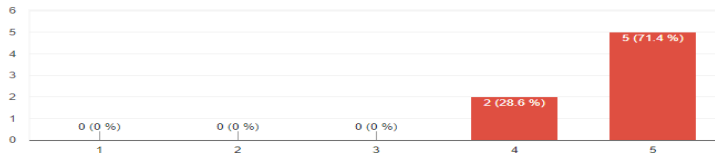
Profesión

▶ ANEXO 6: RESULTADOS VALIDACIÓN EXPERTOS EN EL TEMA

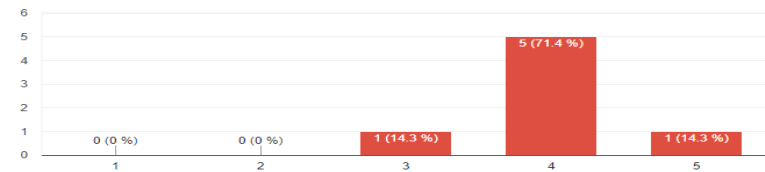
1. ¿Qué elementos logra visualizar en los elementos del recuadro?



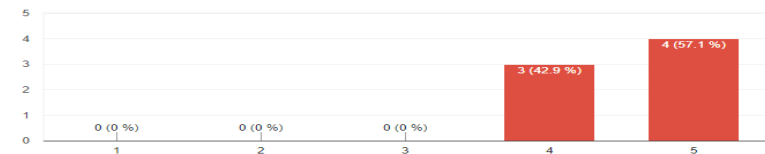
2. El logo logra representar a la comunidad



3. El nivel de abstracción de los elementos facilita su comprensión

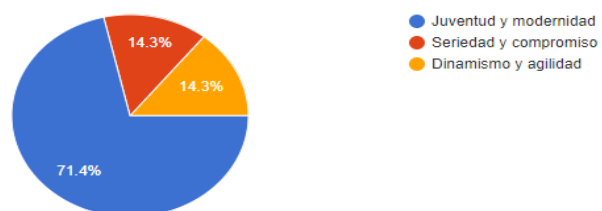


4. La combinación de colores permite jerarquizar los elementos dentro del logo

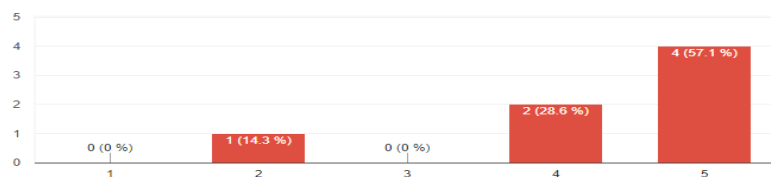




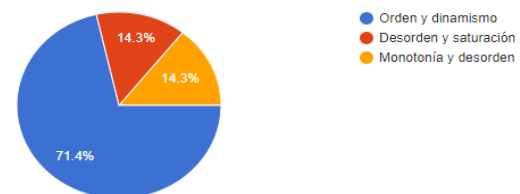
5. El tipo de letra utilizada expresa



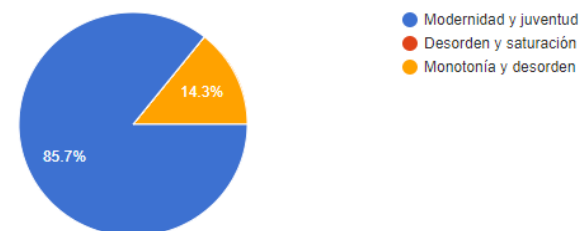
6. La distribución de los elementos utilizada en el boletín ayuda a jerarquizar y organizar la información



7. La distribución del contenido expresa



8. La tipografía utilizada denota

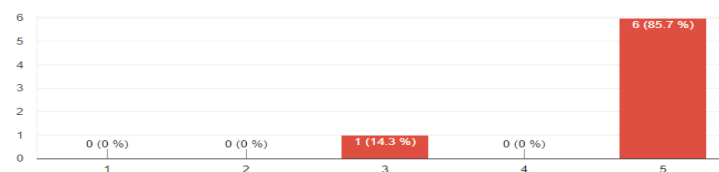




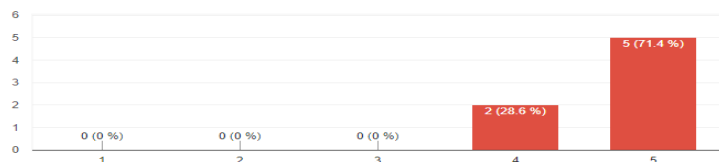
1. ¿Qué es lo primero que observa en el boletín?



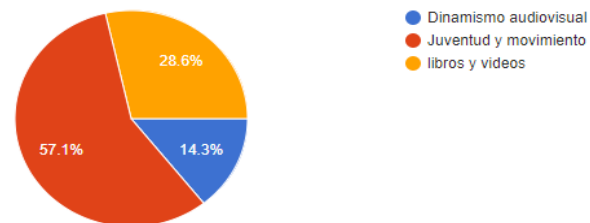
3. La imagen de portada y de perfil tiene relación con la temática de la comunidad



2. Considera que la combinación de colores es armoniosa

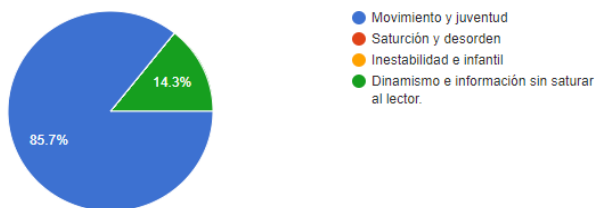


4. La foto de portada y perfil expresa

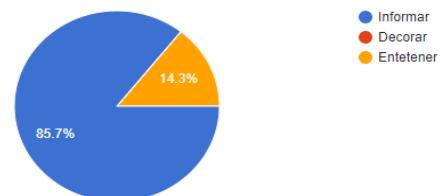




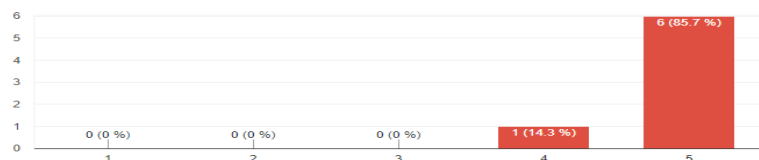
5. El diseño de las publicaciones expresa



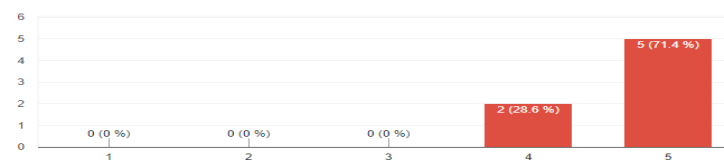
7. ¿Qué función cree que tienen las publicaciones en las redes sociales?



6. La tipografía utilizada va acorde al diseño juvenil y moderno

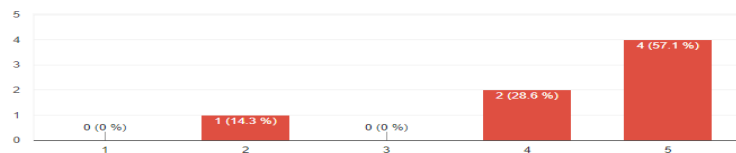


8. Las publicaciones para las redes sociales informan acerca de la comunidad y sus actividades

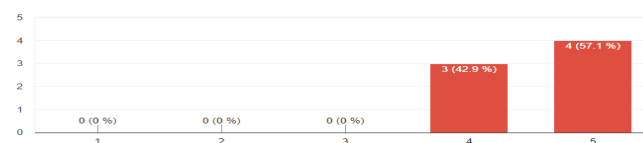




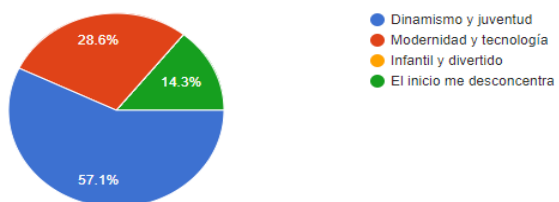
1. La animación del logo representa a la comunidad



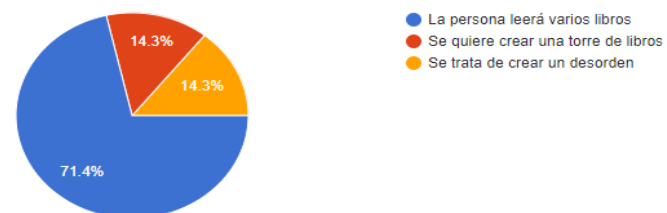
3. La animación logra mantener relación con las otras piezas



2. La animación expresa

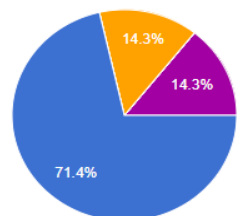


4. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 1?



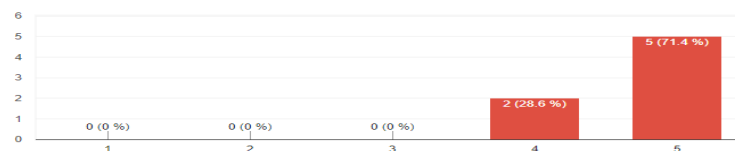


5. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 2?

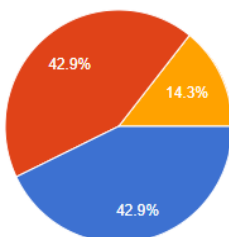


- La persona quiere leer todos los libros que lleva
- La persona está robando libros
- La persona esta coleccionando libros
- La persona va a estudiar
- Tiene mucho por leer.

7. Cree que los vídeos captarán la atención del grupo objetivo

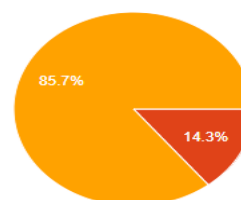


6. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 3?



- Lee varios libros al mismo tiempo
- Estudia para un examen
- Está comparando los libros

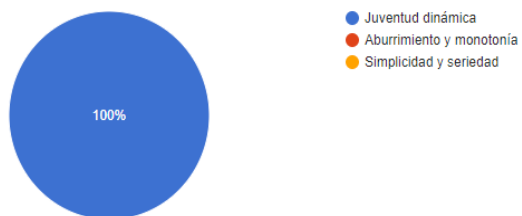
8. Opina que los vídeos dan a entender que la comunidad trata de:



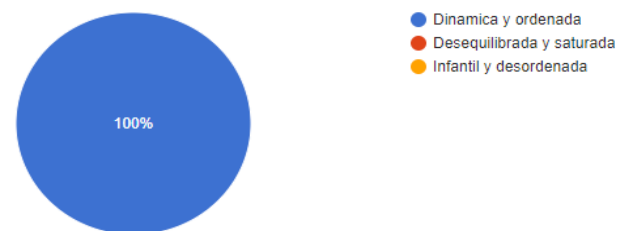
- Clases educativas
- Bibliotecas
- Lectura



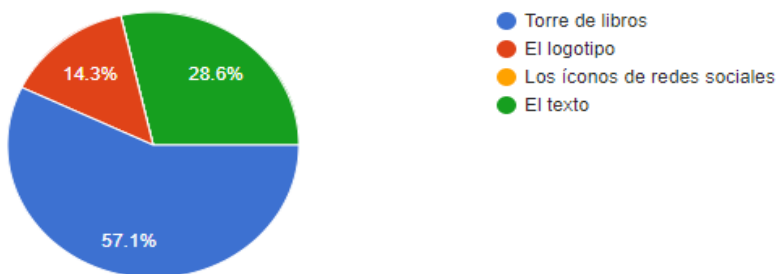
1. Los vídeo denotan:



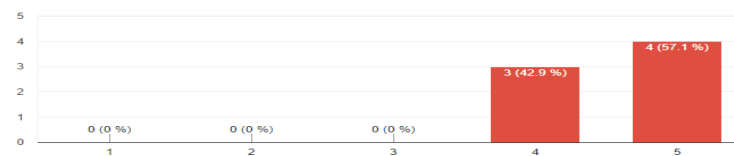
3. La distribución de los elementos es:



2. ¿Qué es lo primero que observa en el afiche?

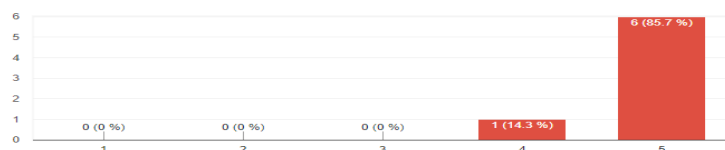


4. La combinación de colores facilita identificar los elementos

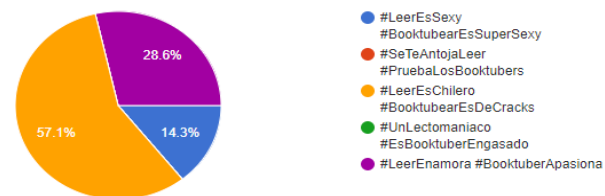




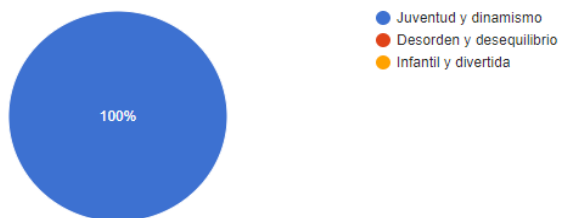
5. Considera que los artículos promocionales son adecuado par el grupo objetivo



7. ¿Qué frase cree que sería más utilizada?



6. Cree que los artículos promocionales expresan

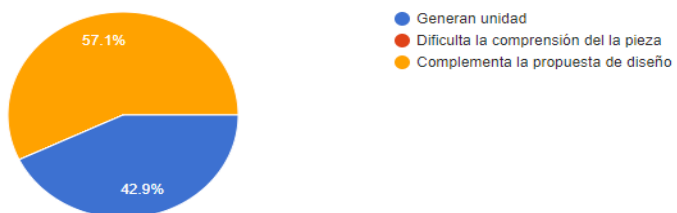


8. Cree que se mantiene relación gráfica entre las piezas

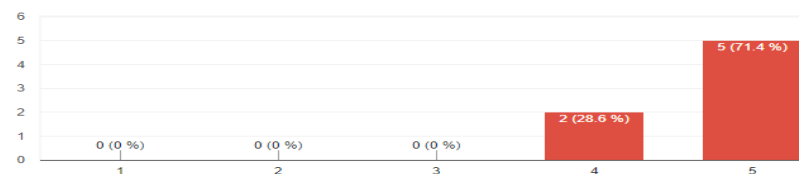




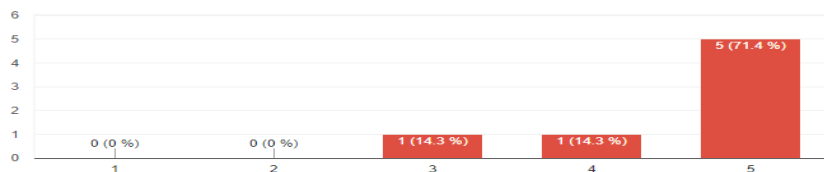
1. Considera que el patrón y los elementos utilizados de fondo



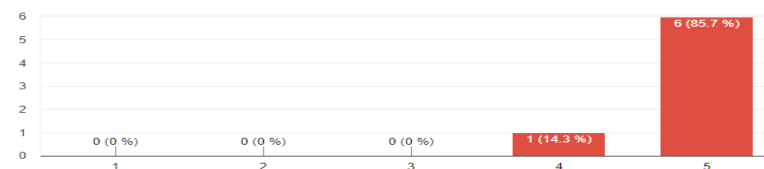
3. Los colores son lo adecuado para el grupo objetivo



2. Los colores son lo adecuado al tema

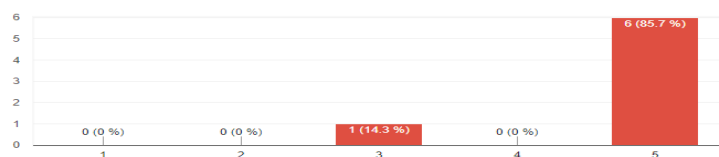


4. La tipografía utilizada armoniza con el diseño





5. Los elementos en las piezas (colores, imágenes, patrón de fondo, tipo de letra) son llamativas



Comentarios

En el Boletín solamente al inicio donde dice "Episode 1", y lo demás está en español. Sería mejor usar algo como Capítulo 1, que también hace referencia a libros.
En lo demás, todo muy bien :)

Todo esta lindo,talvés solo el logo mas colorido.

▶ ANEXO 7: INSTRUMENTO VALIDACIÓN EXPERTOS EN DISEÑO

Gracias por prestarme unos minutos de su tiempo para poder llevar a cabo la validación tanto de diseño como de funcionalidad del material realizado para el curso "Portafolio" de la carrera de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar. Gracias a su validación podré mejorar la realización e implementación del proyecto para que logre cumplir con lo necesario.

El proyecto consistía en desarrollar en diseñar la identidad gráfica de "Booktubers Guatemala" para darse a conocer en Guatemala, la cual es una comunidad conformada por jóvenes cuyos vídeo son presentados en Youtube, sobre temáticas de libros (críticas, resúmenes, opiniones de los seguidores, etc.). El grupo de personas a los cuales se dirigirá el material son jóvenes entre los 15 a 25 años de edad y pertenecientes a un nivel socio-económico C1 y en su mayoría estudiantes. A continuación se presenta un link para conocer más sobre un booktuber: <https://www.youtube.com/watch?v=Q-D31FwUun00&t=37s>

El concepto que se planteó para iniciar el proyecto fue "tecnología de letras audiovisuales". El concepto transmite la idea de tecnología comunicativa, en este caso del tema a comunicar es sobre libros y representando a un grupo joven, usando como medio de comunicación vídeo en Youtube.

INSTRUCCIONES:

A continuación se presentarán un grupo de preguntas con el fin de evaluar el desarrollo del material. Favor sleccione la respuesta que más tlee parezca:

1. ¿Qué elementos logra visualizar en los elementos del recuadro?

- Libro y magia
- Sol y fuego
- Lápiz y mágia

2. El logo logra representar a la comunidad

0 1 2 3 4 5

3. El nivel de abstracción de los elementos facilita su comprensión

0 1 2 3 4 5

4. La combinación de colores permite jerarquizar los elementos dentro del logo

0 1 2 3 4 5



5. El tipo de letra utilizada expresa

- Juventud y modernidad
- Seriedad y compromiso
- Dinamismo y agilidad

6. La distribución de los elementos utilizada en el boletín ayuda a jerarquizar y organizar la información

0 1 2 3 4 5

7. La distribución del contenido expresa

- Orden y dinamismo
- Desorden y saturación
- Monotonía y desorden

8. La imagen de portada y de perfil tiene relación con la temática de la comunidad

0 1 2 3 4 5

9. La tipografía utilizada denota

- Modernidad y juventud
- Desorden y saturación
- Monotonía y desorden

10. ¿Qué es lo primero que observa en el boletín?

- Logo
- La sección con el tema
- Los elementos decorativos

11. Considera que la combinación de colores es armoniosa

0 1 2 3 4 5

12. La foto de portada y perfil expresa

- Dinamismo audiovisual
- Juventud y movimiento
- Libros y vídeos

13. El diseño de las publicaciones expresa

- Movimiento y juventud
- Saturación y desorden
- Inestabilidad e infantil



1. La tipografía utilizada va acorde al diseño juvenil y moderno

0 1 2 3 4 5

2. ¿Qué función cree que tienen las publicaciones en las redes sociales?

- Informar
- Decorar
- Entretener

3. Las publicaciones para las redes sociales informan acerca de la comunidad y sus actividades

0 1 2 3 4 5

4. La animación del logo representa a la comunidad

0 1 2 3 4 5

5. La animación expresa

- Dinamismo y juventud
- Modernidad y tecnología
- Infantil y divertido

6. La animación logra mantener relación con las otras piezas

0 1 2 3 4 5

7. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 1?

- La persona leerá varios libros
- Se quiere crear una torre de libros
- Se trata de crear un desorden

8. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 2?

- La persona quiere leer todos los libros que lleva
- La persona está robando libros
- La persona está coleccionando libros
- La persona va a estudiar

9. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 3?

- Lee vario libros al mismo tiempo
- Estudia para un examen
- Está comparando los libros

10. Los vídeos captan su atención

0 1 2 3 4 5



11. Opina que los vídeos dan a entender que la comunidad trata de:

- Clases educativas
- Bibliotecas
- Lectura

12. Los vídeo denotan:

- Juventud dinámica
- Aburrimiento y monotonía
- Simplicidad y seriedad

13. ¿Qué es lo primero que observa en el afiche?

- Torre de libros
- Logo
- Texto
- Íconos de redes sociales

14. La distribución de los elementos es:

- Dinámica y ordenada
- Desequilibrada y saturada
- Infantil y desordenada

15. La combinación de colores facilita identificar los elementos

0 1 2 3 4 5

16. Considera que los artículos promocionales captarán la atención del grupo objetivo

0 1 2 3 4 5

17. Considera que los artículos promocionales son adecuado para el grupo objetivo

0 1 2 3 4 5

18. Cree que los artículos promocionales expresan

- Juventud y dinamismo
- Desorden y desequilibrio
- Infantil y divertida

19. ¿Qué frase cree que sería más utilizada?

- #LeerEsSexy #BooktubearEsSuperSexy
- #SeTeAntojaLeer #PruebaLosBooktubers
- #LeerEsChilero#BooktubearEsDeCracks
- #UnLectomaniaco #EsBooktuberEngasado



- #LeerEsEnamora #BooktubearApasiona

1. Manual tiene la información necesaria para realizar un buen manejo de la identidad gráfica

0 1 2 3 4 5

2. Son comprensibles las instrucciones de uso del manual

0 1 2 3 4 5

3. Cree que se mantiene relación gráfica entre las piezas

0 1 2 3 4 5

4. Considera que el patrón y los elementos utilizados de fondo

- Generan unidad
- Dificultan la comprensión de la pieza
- Complementa la propuesta de diseño

5. Los colores son lo adecuado al tema

0 1 2 3 4 5

6. Los colores se relacionan con un grupo joven

0 1 2 3 4 5

7. La tipografía utilizada armoniza con el diseño

0 1 2 3 4 5

8. Los elementos en las piezas (colores, imágenes, patrón de fondo, tipo de letra) son llamativas

0 1 2 3 4 5

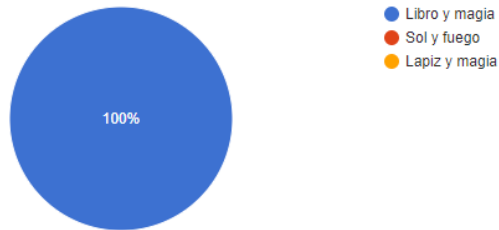
Tiene algún comentario que quiera hacer sobre el material ¿Qué crees que se debería mejorar?

Nombre

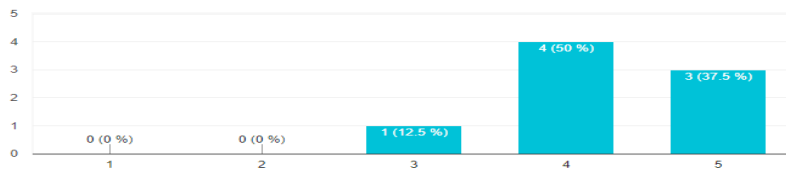
Profesión

▶ ANEXO 8: RESULTADOS VALIDACIÓN EXPERTOS EN DISEÑO

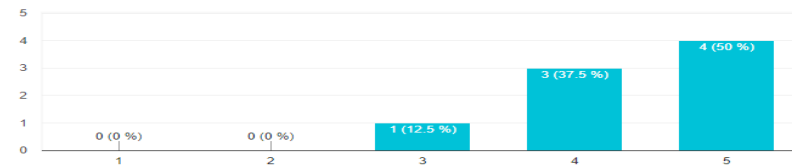
1. ¿Qué elementos logra visualizar en los elementos del recuadro?



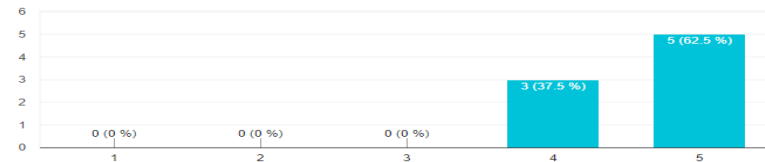
2. El logo logra representar a la comunidad



3. El nivel de abstracción de los elementos facilita su comprensión

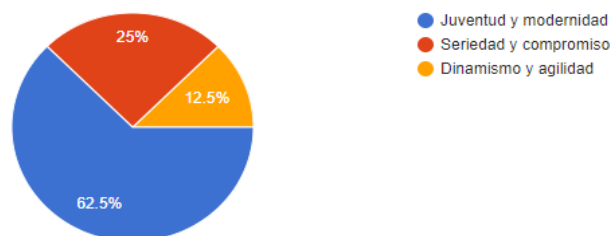


4. La combinación de colores permite jerarquizar los elementos dentro del logo





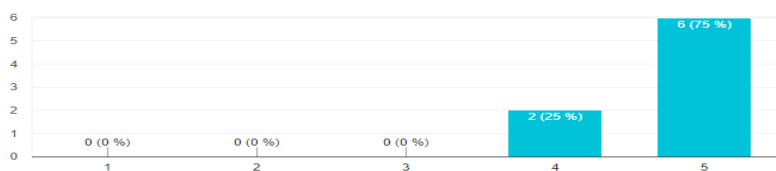
1. El tipo de letra utilizada expresa



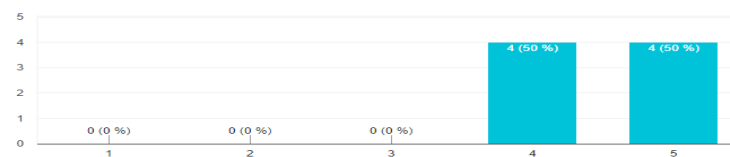
3. La distribución del contenido expresa



2. La distribución de los elementos utilizada en el boletín ayuda a jerarquizar y organizar la información

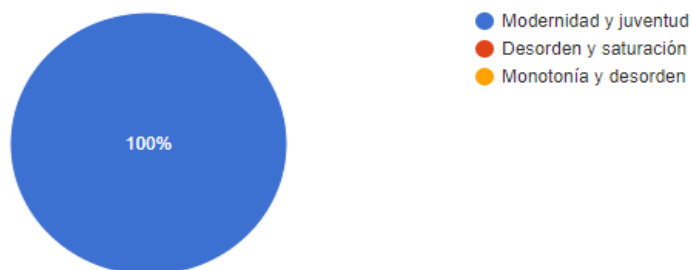


4. La imagen de portada y de perfil tiene relación con la temática de la comunidad

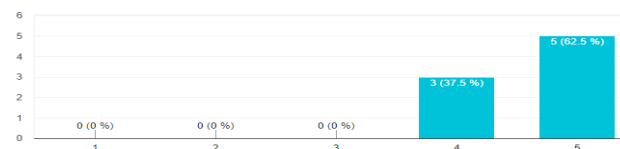




5. La tipografía utilizada denota



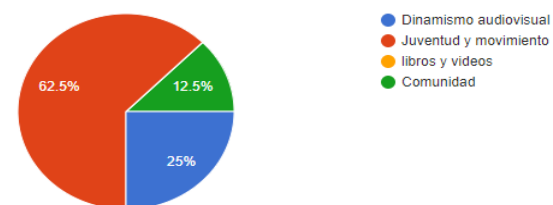
7. Considera que la combinación de colores es armoniosa



6. ¿Qué es lo primero que observa en el boletín?

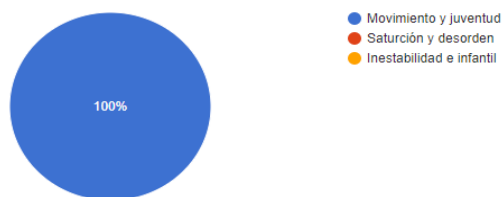


8. La foto de portada y perfil expresa

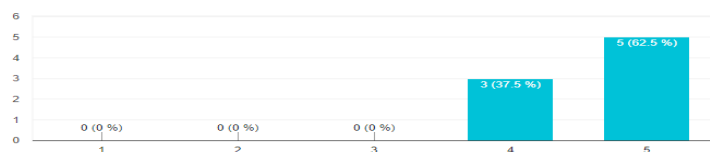




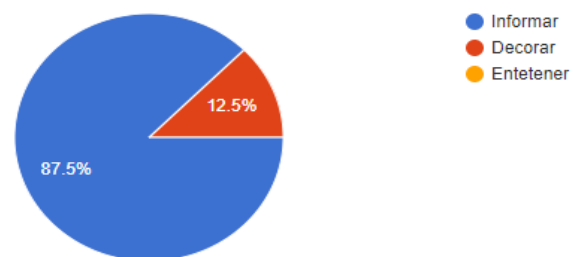
1. El diseño de las publicaciones expresa



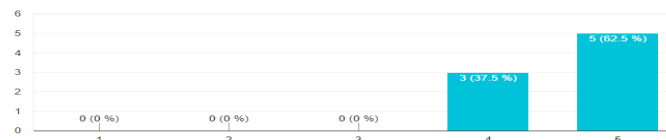
2. La tipografía utilizada va acorde al diseño juvenil y moderno



3. ¿Qué función cree que tienen las publicaciones en las redes sociales?

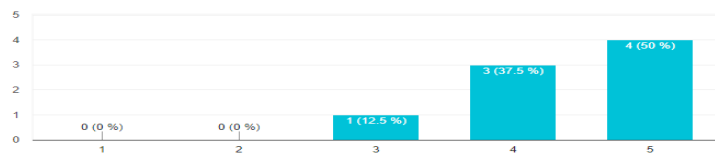


4. Las publicaciones para las redes sociales informan acerca de la comunidad y sus actividades

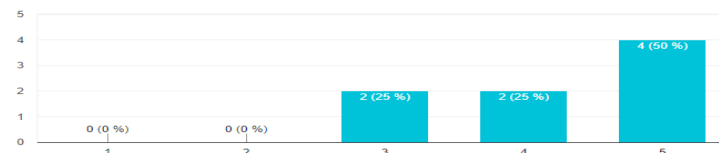




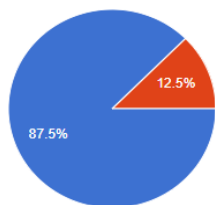
5. La animación del logo representa a la comunidad



7. La animación logra mantener relación con las otras piezas

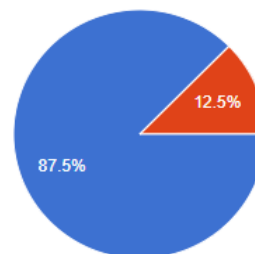


6. La animación expresa



- Dinamismo y juventud
- Modernidad y tecnología
- Infantil y divertido

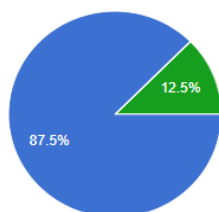
8. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 1?



- La persona leerá varios libros
- Se quiere crear una torre de libros
- Se trata de crear un desorden

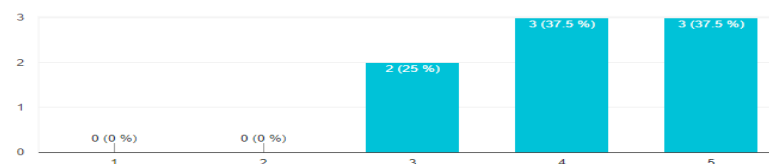


1. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 2?

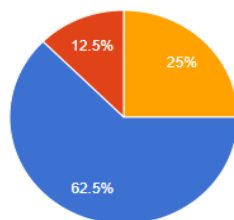


- La persona quiere leer todos los libros que lleva
- La persona está robando libros
- La persona esta coleccionando libros
- La persona va a estudiar

3. Los vídeos captan su atención

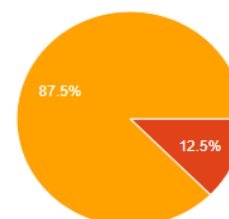


2. ¿Qué entiende que sucede en el vídeo 3?



- Lee varios libros al mismo tiempo
- Estudia para un examen
- Está comparando los libros

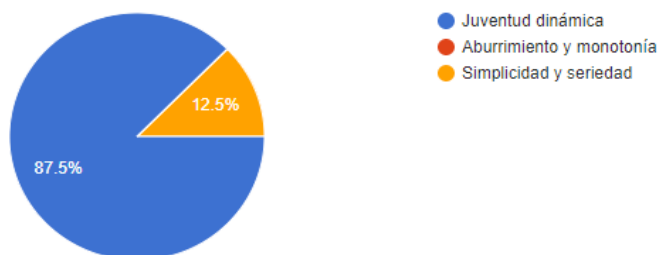
4. Opina que los vídeos dan a entender que la comunidad trata de:



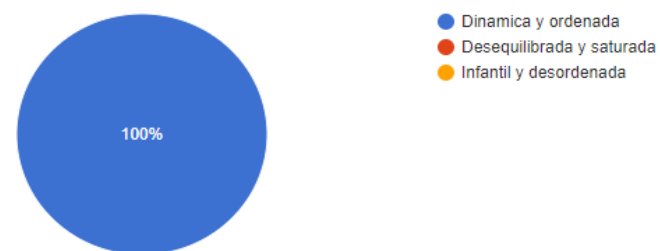
- Clases educativas
- Bibliotecas
- Lectura



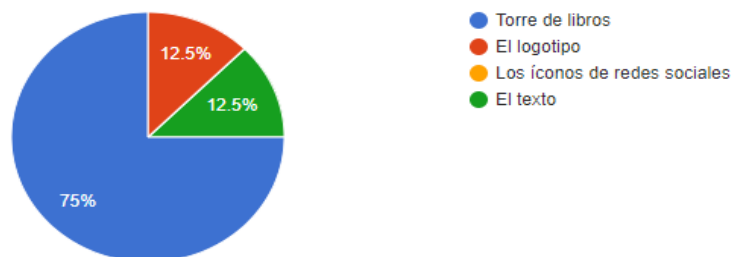
5. Los vídeo denotan:



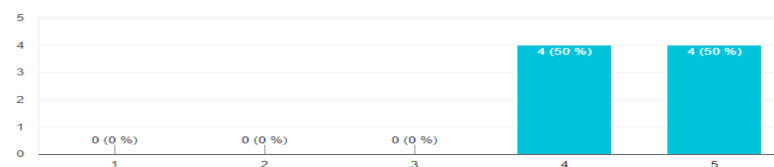
7. La distribución de los elementos es:



6. ¿Qué es lo primero que observa en el afiche?

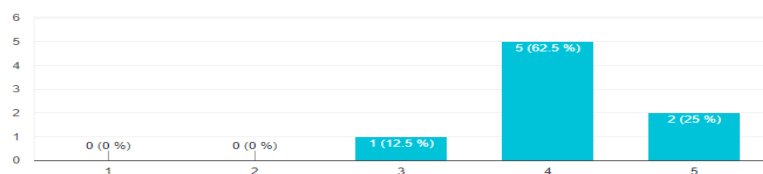


8. La combinación de colores facilita identificar los elementos

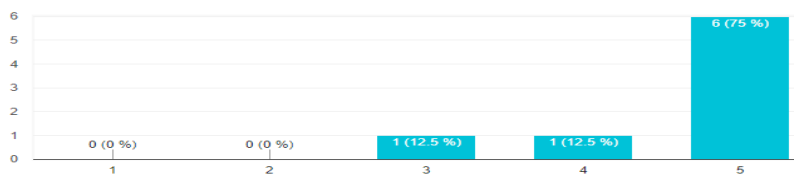




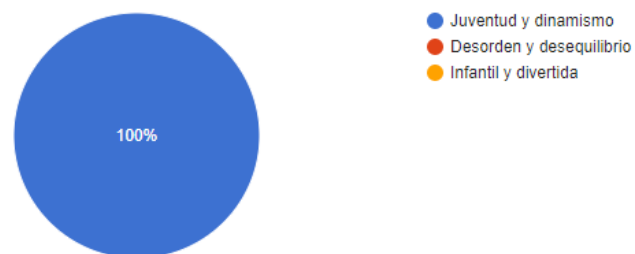
1. Considera que los artículos promocionales captarán la atención del grupo objetivo



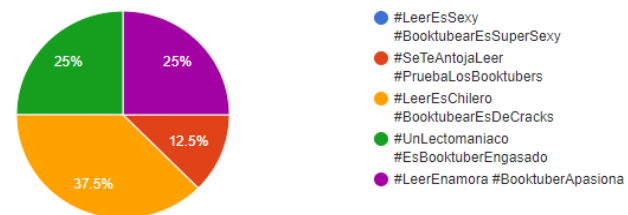
2. Considera que los artículos promocionales son adecuados para el grupo objetivo



3. Cree que los artículos promocionales expresan

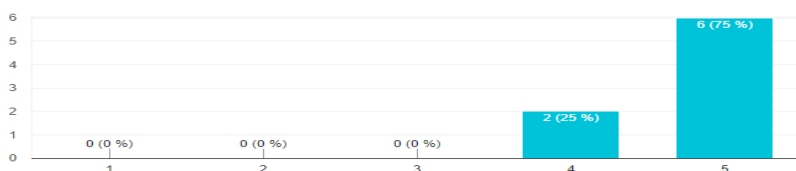


4. ¿Qué frase cree que sería más utilizada?

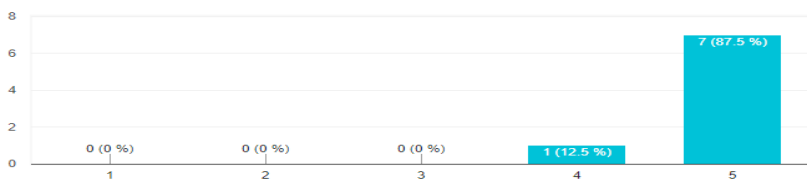




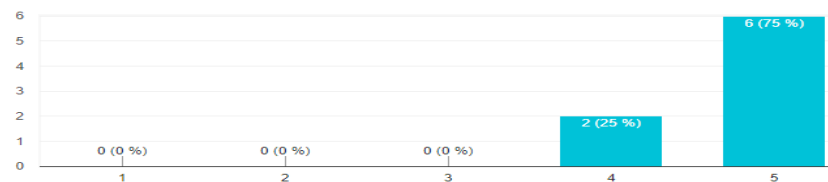
5. Manual tiene la información necesaria para realizar un buen manejo de la identidad gráfica



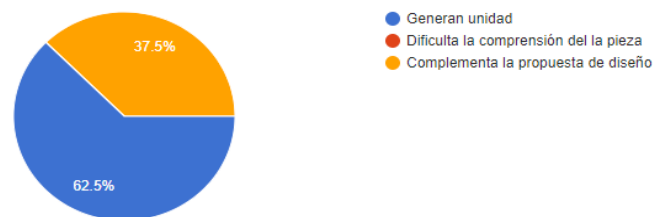
6. Son comprensibles las instrucciones de uso del manual



7. Cree que se mantiene relación gráfica entre las piezas

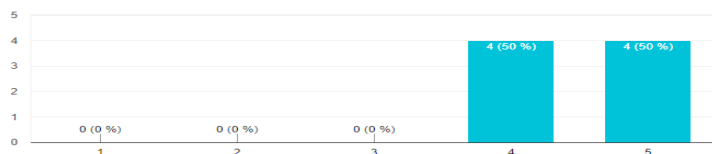


8. Considera que el patrón y los elementos utilizados de fondo

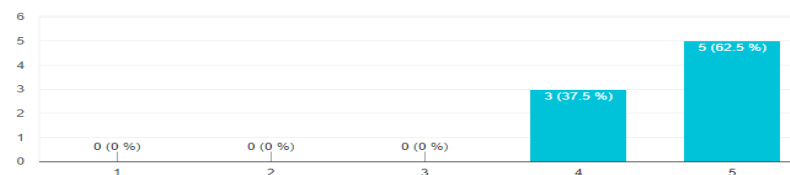




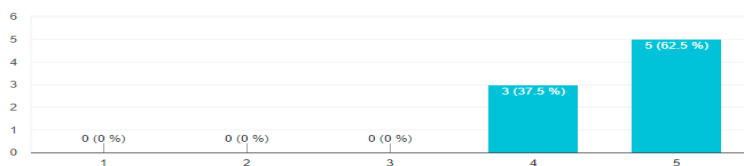
1. Los colores son lo adecuado al tema



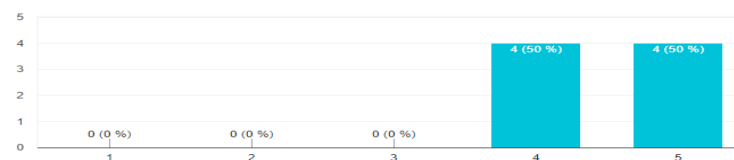
3. La tipografía utilizada armoniza con el diseño



2. Los colores se relacionan con un grupo joven



4. Los elementos en las piezas (colores, imágenes, patrón de fondo, tipo de letra) son llamativas





Comentarios

Respecto al logo, hay dos aspectos que me hacen ruido: 1. El "humo" que sale del libro, podrían ser los triángulos, como muchos botones de play, pienso que ayudaría a mantener la línea gráfica y estéticamente podría verse mejor que el humo. 2. Me parece excesivo que "Book" tenga botón de play y de pausa. Pienso que se podrían eliminar, para simplificar la cantidad de elementos y no se afecta al logo en general.

Cuida que el logo no se vea tan sobrecargado, creo que podrías simplificarlo, al menos elimina los símbolos de play/pausa y si los quieres poner ve como los integras en la gráfica del libro.

Omitir las formas onduladas al isotipo.

En el material donde aparecen las manos, que estas sean realistas (fotografía) para lograr mayor relación con los otros que contienen fotografías.

Probar que las animaciones de los elementos sean simultáneas y no una después de la otra porque aún no se logra la fluidez.

En los promocionales (stickers) los elementos están muy a la orilla; los separadores que contienen la franja inclinada, que esta vaya en dirección ascendente.

Tu propuesta integra y armoniza muy bien a los elementos y a las piezas: ¡bien :0!



ARTICULOS PROMOCIONALES
SERIGRAFIA, CONFECCION Y MUCHO MAS...

PROMOCIONALES F&F CREATIVA, S.A.
35 AVE. "A" 28-22, ZONA 5 COLONIA SANTA ANA
NIT: 6584344-4

COTIZACION

Empresa: _____
Dirección/NIT CIUDAD _____
Atención a: _____

Nº	Cantidad	Descripción	Precio por unidad	Sub-Total
	20	Playeras con diseño impreso en pecho y espalda	Q 40.00	800.00
			Q	
			Q	
			Q	
			Q	
			Q	
			Q	
			Q	00.00
		Su pedido sera entregado en 4 dias habiles a partir de 50% de anticipo		
		Promocionales F y F Creativa.		
		Guatemala, Guatemala		
		Emilio Farach		
		Tel.2463-9999 ext. 906		
		Movil.48484908		
Total:			Q	800.00

Presupuesto

Imagen Y Textiles
11 Calle 5-59 Zona 9, Plaza FPK Of 2f2 2do. Nivel
502 Guatemala
Teléfono: 23624794, 30065019
ventas@imagenytextiles.com
NIF / CIF: 7004873-8
Número de registro de IVA: 7004873-8



Barbara Rentz Magariño

Número de cliente	Número de Documento	Página	Fecha	Válido hasta
1956	2767	1 / 1	24/11/17	9/12/17

Artículo	Cantidad	Unidad	Precio	Importe total
Playera Hilo 20 Playeras Hilo 20 (100% algodón) con impresión full color en pecho y espalda, de la tallas XS a la XL.	25	each	36.00	900.00
Artes de serigrafía Quemado de marcos para impresión	1	pcs	150.00	150.00
Importe total				Q1,050.00

SUJETOS A PAGOS TRIMESTRALES
Forma de pago: 50% anticipo 50% contra entrega.

Tiempo de entrega: Se definirá a partir de que todos los detalles como logotipos y fotomontajes estén autorizados.
PARA APROBACION DE LA COTIZACION FIRMAR, SELLAR Y ENVIAR VIA MAIL

▶ ANEXO 10: CONTENIDO TEXTUAL DEL BOLETÍN ELECTRÓNICO



Planeta BooktubersGT
por Lectores Chapines

Hola Barbara. Bienvenida a un nuevo episodio de Planeta BooktubersGT. Hoy llega a ti gracias al [polvo de estrellas](#).

Episodio #1 Mayo 12, 2016
BOOKTAGS!
Sí, hablaremos de Booktags, cadenas, memes y youtubers...

pero antes un corte informativo

7 Episodios nuevos este mes

Vídeo más popular
Reseña: Fault in our...

BOOKTAGS ¿QUÉ CLASE DE BRUJERÍA ES ESA?

(Infografía)

Los BookTag's son una especie de juego que realizan los booktubers entre ellos. Consisten en relacionar un libro, serie o personaje que hayan leído, con una palabra, frase o situación de acuerdo a la temática del BookTag. Una vez hecho esto, se procede a "taggear" a otros booktubers para que también hagan el Tag y que de esta manera se vaya formando una cadena muy divertida de videos entre ellos.

Son videos muy divertidos, tanto para los que ven los Tag's, como para los que los hacen, además de que abre la creatividad para que uno pueda diseñar su propio BookTag, pasarlo a otros booktubers y conocer más sobre su opinión respecto a muchos libros.

¿CÓMO ENTRO?

(Banner para ambientar explicación)

Te presentamos los 4 consejos para hacer un booktag genial

- 1** Debe ser un gran reto, pero también divertido
- 2** Realizar el booktag como si estuvieras en un lugar lejano.
- 3** Usa música, arte y otros elementos para hacerlo creativo.
- 4** Debes etiquetar a canales que se parezcan al tuyo.

BOOKTUBERS DESTACADOS

+CREATIVO

Juan Perez
Canal de Libros y Manzanas

Explicación de por qué Juan Perez es el más creativo en su video de Manzanas podridas. [No te lo puedes perder.](#)

Comentarios

María: "Juan eres simplemente genial"

Estella: "¡Qué loca tu colección de libros de manzanas!"

+POPULAR

Anita Tellado
Rebelde literaria

Con más 1,024,020 comentarios, el episodio de Anita es el más popular del último mes. [Averigua por qué.](#)

Comentarios

Maite: "Me encantan tu rebeldía literaria"

Raúl: "Hola Anita. Nos gustaría contactarte para el evento XYZ. Escríbenos a raul@xyz.biz"

EPISODIOS DE ESTE MES

EL CAJÓN DE MON

[#BookReview "Correr o morir" - James Dashner \(Razones para](#)

[Mejores lecturas 2015 - Metas 2016 \(¡Primer video del año!\) | E](#)

UN MUNDO NUEVO

[LIBROS NUEVOS | | BOOKHAUL MARZO 2016 | | KARIN ARREDONDO](#)

[THE GIRL WITH THE DRAGON TATTOO | | STIEG](#)

LIBROS DE PASTA DURA

[Book Tag: "Rip it or Ship it](#)

PARTICIPA

¿Tienes sugerencias, ideas o comentarios sobre Planeta BooktubersGT? Envíanos un correo a planeta@booktubersgt.com

COMPARTE

Si te gusta Planeta BooktubersGT no olvides seguirnos en redes sociales e invitar a tus amigos.

[Facebook](#) [Twitter](#) [Youtube](#)