

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

"Desarrollo de imagen corporativa y material informativo para el proyecto "Fábrica de Lectores" de la Fundación Adolfina  
(Castañeda.)"

PROYECTO DE GRADO

**ANA LUCÍA TRES FIGUEROA**  
CARNET 10723-12

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

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

"Desarrollo de imagen corporativa y material informativo para el proyecto "Fábrica de Lectores" de la Fundación Adolfina Castañeda."

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR  
**ANA LUCÍA TRES FIGUEROA**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE 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**

LIC. JORGE ROBERTO MORALES TOBIAS

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

LIC. JESSICA PAOLA PÉREZ ESPINOZA  
LIC. MARÍA ORDOÑEZ GARZA  
LIC. SILVIA LUCRECIA BARRIENTOS FABIÁN

## CARTA DE APROVACIÓN



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradicón 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.124-2018

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

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **ANA LUCÍA TRES FIGUEROA**, con carné **1072312**, cumplió con los requerimientos del curso de Proyecto de Grado en Diseño Gráfico.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Presentación de Proyecto de Grado, previo a optar al grado académico de Licenciado(a).

  
Lic. Jorge Roberto Morales Tobías  
ASESOR DE PROYECTO

## CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
No. 031419-2018

### Orden de Impresión


De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante ANA LUCÍA TRES FIGUEROA, Carnet 10723-12 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03153-2018 de fecha 13 de septiembre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"Desarrollo de imagen corporativa y material informativo para el proyecto "Fábrica de Lectores" de la Fundación Adolfina Castañeda."

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 29 días del mes de octubre del año 2018.



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

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente muchos niños guatemaltecos no cuentan con suficiente material de lectura en casa ni apoyo de sus padres o maestros. Por lo cual no se tiene motivación para leer. El proyecto *“Fábrica de Lectores”* de la *Fundación Adolfinia Castañeda* ayuda a que se entienda la importancia de los mediadores en la educación de los niños. Por medio de material informativo se trata de incentivar a los padres de familia a que inscriban a sus hijos al proyecto *“Fábrica de Lectores”*. Al mismo tiempo se tiene el objetivo de motivar a los niños a continuar el hábito de la lectura dándoles un sentido de pertenencia dentro de la *“Fábrica de lectores”*.

---



**Desarrollo de imagen corporativa y material  
informativo para el proyecto “Fábrica de lectores”  
de la *Fundación Adolfina Castañeda***

Licenciatura en Diseño Gráfico  
Elaboración de Portafolio Académico  
Ana Lucía Tres Figueroa  
Carné 1072312  
Guatemala 9 de mayo de 2018

  
Adolfina Castañeda

  
Universidad  
Rafael Landívar  
Tradicón Jesuita en Guatemala



# ÍNDICE

En el índice se encuentran las partes más importantes del proyecto. En color rojo se encuentran las distintas gestiones del diseño. En color verde se encuentran todas las fases que se realizan para generar el diseño. En color amarillo se resalta la propuesta final y fundamentación del proyecto.

4

Introducción

5

Gestión estratégica  
del diseño

6

Familiarización con el cliente  
y proyecto en general,  
definición del mercado y  
contexto

7

Comprensión y definición del  
problema o necesidad



8

Objetivos

63

Gestión del proceso  
del diseño

78

Planeación estratégica  
de medios

155

Producción y reproducción

9

Marco de referencia

64

Contenido del  
material gráfico

86

Bocetaje para definir  
propuesta preliminar

166

Conclusiones y  
recomendaciones

22

Marco teórico  
de diseño

67

Diseño del concepto

137

Gestión de implementación  
del diseño

167

Referencias

54

Comprensión del  
grupo objetivo

73

Codificación  
del mensaje

138

Propuesta final  
y fundamentación

169

Anexos



## INTRODUCCIÓN

La *Fundación Adolfina Castañeda* es una organización no lucrativa con el fin de ayudar a la educación, salud y nutrición de niños, jóvenes y mujeres guatemaltecas. Dicha fundación cuenta con distintos proyectos como «*Zapatos para un chapín*», «*Una bici para ir a la escuela*» y el «*Club de lectura*».

El proyecto que se trabajó fue el «*Club de lectura*», el cual trata de incentivar la lectura en niños de todo el país iniciando por los hijos de los trabajadores de *DISAR S.A.* El «*Club de lectura*» cuenta actualmente con 60 integrantes, a quienes se les envían distintos libros a lo largo del año. La fundación se encarga de entregar los libros dependiendo de la edad del integrante y de su comprensión de lectura.

Se realizó el rediseño de logotipo del «*Club de lectura*», aplicando un nuevo nombre para generar una mejor identidad para el mismo. Para dar a conocer la nueva identidad se generó una animación informativa y un kit de lectura para incentivar a los niños a continuar promoviendo su habilidad lectora.

Todo el material fue realizado con la técnica análoga *Paper Art*, experimentando con papel y distintos materiales. Además se utilizó fotografía y programas de Adobe Photoshop, Ilustrador y *After Effects*.





**GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DEL DISEÑO**

## FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE Y PROYECTO EN GENERAL, DEFINICIÓN DEL MERCADO Y CONTEXTO

La *Fundación Adolfina Castañeda* es una organización no lucrativa con el fin de ayudar a la educación, salud y nutrición de niños, jóvenes y mujeres guatemaltecas. Esta fundación fue creada para apoyar a los trabajadores de Helados Sarita y sus familias. Este cuenta con proyectos de educación como el “*Club de lectura*”.

“*Club de lectura*” es un proyecto que trata de incentivar a la lectura de los niños de todo el país. Este se basa en que se envía un libro a un niño según su edad, ellos deben de hacer un trabajo (resumen escrito a mano y tres palabras nuevas que aprendieron) y devolver el libro. Se tiene una bitácora con el tiempo en que ellos tardan en entregar el libro y así les van subiendo de nivel poco a poco. Una de las problemáticas que se tienen actualmente es la falta de comunicación por la cual los padres no saben que pueden inscribir a sus hijos al club.

El Proyecto “*Club de lectura*” es un proyecto reciente por lo que se tienen muy pocos antecedentes gráficos. La fundación también ha realizado otros proyectos como “*Zapatos para un chapín*” y “*Una bici para ir a la escuela*”.

Debido a las características del proyecto se cuenta con dos grupos objetivos. El primario que son los padres y el secundario son los hijos de los trabajadores de Helados Sarita.

El grupo objetivo primario son padres de niños de 7 a 13 años de edad del grupo socio económico C-. Viven en la Ciudad de Guatemala. Trabajan para la empresa Helados Sarita.

El grupo objetivo secundario son niños y niñas de 7 a 13 años de edad del grupo socio económico C-. Viven en Guatemala, generalmente en la Ciudad de Guatemala.

La demanda que hizo la fundación fue encontrar una manera que los niños se sientan identificados con el club. Realizar membresías y rediseño de material informativo para padres.

El área de estudio en la cual se trabaja es en el área de educación pues la lectura es una base fundamental para la educación de todos los niños.

Este proyecto trata de promover y facilitar el aprendizaje, al igual que desarrollar las destrezas y habilidades del niño. La lectura es una destreza que fortalece el aprendizaje por medio del desarrollo de competencias y la retroalimentación. También está enfocado a promover la lectura a través de los diferentes niveles de complejidad según la edad de los destinatarios. Por esto, se quiere informar a los padres los beneficios de la lectura y del “*Club de lectura*” para que puedan inscribir a sus hijos al proyecto. También se quiere que los niños sientan curiosidad y motivación por el “*Club de lectura*” para que sigan solicitando los libros.

El éxito del proyecto se podrá medir por medio de la inscripción de los niños al club y de la motivación que los niños muestren para seguir pidiendo libros.

Para este proyecto de diseño no se cuenta con un presupuesto definido. Aún que la fundación esta dispuesta a pagar por la mejora del “*Club de lectura*”.

## COMPREENSIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

Actualmente muchos niños guatemaltecos no cuentan con suficiente material de lectura en casa ni apoyo de sus padres o maestros por lo que tienen una baja motivación para leer.

Por esto la *Fundación Adolfina Castañeda* quiere dar a conocer e informar a padres guatemaltecos que trabajan en *Helados Sarita*, con hijos de 7 a 11 años de edad, los beneficios de la lectura. Así mismo, el proyecto con el que cuenta para fortalecer el aprendizaje de sus hijos.

Además se desea motivar a los niños guatemaltecos de 7 a 11 años de edad inscritos en el «*Club de lectura*» a que desarrollen el hábito de la lectura para mejorar su estímulo mental, empatía, concentración y educación.



## OBJETIVOS

Desarrollar la imagen corporativa del «*Club de lectura*» de la *Fundación Adolfina Castañeda* para que los padres de familia que trabajan en *Helados Sarita* puedan inscribir a sus hijos.

Realizar una animación para informar a los padres de familia, los beneficios de la lectura y dar a conocer el «*Club de lectura*»

Crear una experiencia a través de un kit de bienvenida para que motive a los niños del «*Club de lectura*» a seguir participando en el proyecto y mejorar su estímulo mental, empatía, concentración y educación.

## MARCO DE REFERENCIA



Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda

### Información del cliente

#### **Fundación Adolfina Castañeda:**

La *Fundación Adolfina Castañeda* es una organización no lucrativa con el fin de ayudar a la educación, salud y nutrición de niños, jóvenes y mujeres guatemaltecas. Esta ubicada en 30 avenida 9-90 zona 12, Guatemala. Esta fundación cuenta con el apoyo de aproximadamente 10 personas, entre voluntarios y vacacionistas.

Los objetivos de la fundación son:

- Propiciar el desarrollo y la formación integral de las personas, en lo social, económico, cultural, educativo, tecnológico, artístico, deportivo y otras actividades que no contravengan el orden público que sean de beneficio colectivo.

- Apoyar la Educación a través de programas y proyectos que permitan el desarrollo de niños adolescentes y adultos, por medio de programas, proyectos, becas y convenios con otras organizaciones.
- Promover programas de salud y nutrición para empleados y sus familias, también para la población más vulnerable que necesite los servicios.
- Apoyar a los colaboradores de DISAR S.A. y a sus familias, para que se desarrollen integralmente, tanto física, moral e intelectual a través de sus diferentes proyectos y programas.
- Apoyo a otras Organizaciones.



Entrega de mochilas en Fundación Adolfina Castañeda  
Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda

### Proyecto «Club de lectura»:

«Club de lectura» es un proyecto reciente en el cual se trata de incentivar a la lectura de los niños de todo el país. El proyecto se inició con 5 niños y ahora tiene casi 60 niños inscritos. Este se basa en que se les envía un libro a un niño según su edad, ellos deben de hacer un trabajo (resumen escrito a mano y tres palabras nuevas que aprendieron) y devolver el libro. Se tiene una bitácora con el tiempo en que ellos tardan en entregar el libro y así les van subiendo de nivel poco a poco.

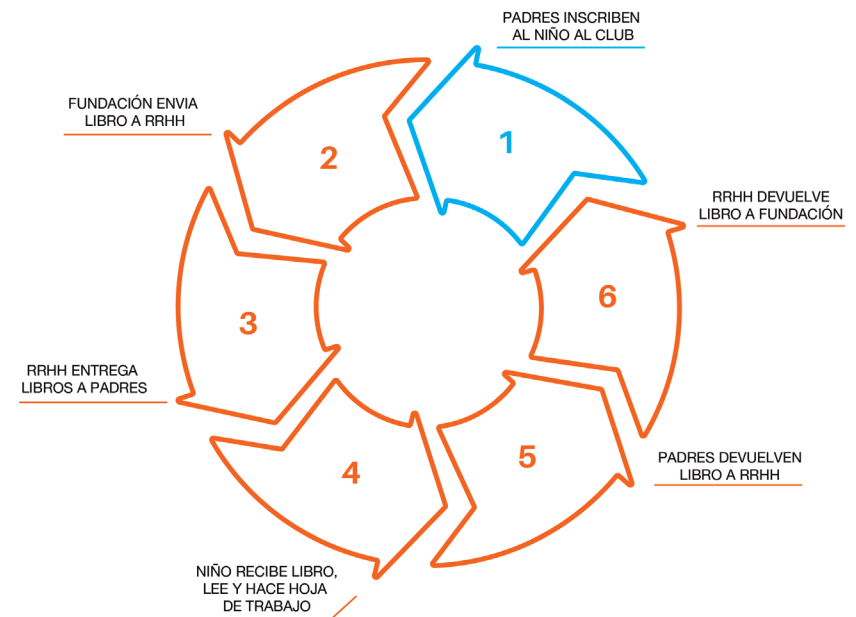
Este proyecto trata de promover y facilitar el aprendizaje al igual que desarrollar las destrezas y habilidades del niño. Su meta más adelante es expandirse para poder motivar a más niños a unirse al Club de lectura y mejorar o iniciar con el hábito de la lectura.



Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda  
Recopilada de: <https://www.facebook.com/FundacionAdolfinaC/photos/a.373783112786997.1073741828.373770869454888/377090365789605/?type=3&theater>

El proceso que utilizan para entregar libros:

Los padres inscriben a sus hijos al «Club de lectura» una única vez. La *Fundación Adolfina Castañeda* envía libros a recursos humanos de *Helados Sarita*, ellos le entregan un libro a los padres. Los niños leen el libro, hacen su trabajo y lo envían a recursos humanos con sus padres. Recursos humanos recolectan los libros y envían un nuevo libro con un cupón de helado gratis.



Fuente: Ana Lucía Tres (2018)





Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda

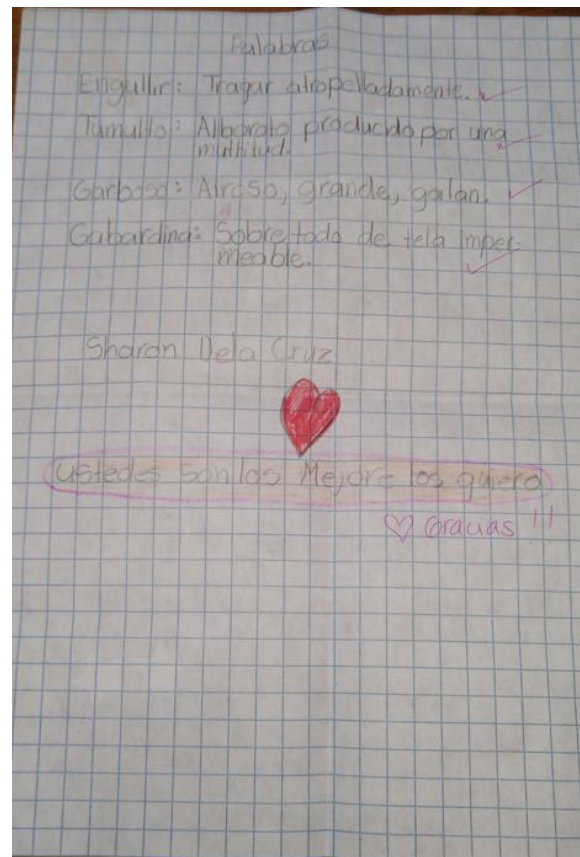


Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda



Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda

## Antecedentes

La *Fundación Adolfina Castañeda* cuenta con varios proyectos en los cuales los siguientes son los más conocidos:

«*Zapatos para un chapín*» es un proyecto en el cual al comprar un ticket se donan zapatos para niños de escasos recursos. En el material gráfico que han realizado se puede observar que esta compuesto por mucho texto de distintos colores, se incluye el logotipo y se utilizan fotografías.

«*La bici que ya no usas tiene nombre*» es un proyecto en el cual se quiere motivar a la donación de bicicletas usadas. Estas bicicletas se arreglan para luego repartirlas a niños que tienen problemas de transporte para ir a estudiar. En el material gráfico que han realizado se puede observar que esta compuesto por el uso del logotipo, una ilustración, texto en negrita de distintos colores, utilizan degradación de color para el fondo y la diagramación es muy simple y formal.

«*Club de lectura*» es un proyecto en el cual se quiere motivar a niños a leer más libros. En el material gráfico que han realizado se puede observar que está compuesto por imágenes de *stock*, mucho texto en negrita de distintos colores, un título y el logotipo.



Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda  
Recopilada de: <https://www.facebook.com/FundacionAdolfinaC/photos>



Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda  
Recopilada de: <https://www.facebook.com/FundacionAdolfinaC/photos>



Imagen de: Fundación Adolfina Castañeda  
Recopilada de: Licda. María Gabriela Chinchilla



Por ser un proyecto reciente no se cuenta con una identidad de campaña definida que represente al grupo objetivo. Tampoco se cuenta con un estilo, tipografía ni colores con los cuales se represente el proyecto.

Según la guía de observación (anexo 1) el logotipo que se utilizaba anteriormente no es adecuado, pues cuenta con dos distintos pesos tipográficos, dos colores distintos y tiene sombras creando mucho ruido visual. La línea gráfica no cuenta con especificaciones determinadas por lo que se utilizan distintas tipografías para todos los materiales, evitando así la unidad. Las imágenes que se utilizan no van acorde al grupo objetivo pues se utilizan imágenes de stock para jóvenes adultos. Con la guía de observación se pudo determinar que no se utiliza correctamente el formato pues se tiene mucha información que no es necesaria y distrae al objetivo de las piezas.

**Club de lectura** Adolfinia Castañeda

¡Hola amigo lector!  
En el club de lectura nos gusta conocer cada día más a nuestros integrantes. Te enviamos una serie de preguntas para poder incluir en tu historial del Club.

Nombre: \_\_\_\_\_  
Apellido: \_\_\_\_\_  
Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_  
Preséptimo: \_\_\_\_\_  
Libro Favorito: \_\_\_\_\_  
Lugar Favorito: \_\_\_\_\_  
Persona que mas admiras y por qué: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Qué quieres ser cuando seas grande? \_\_\_\_\_

Escribe una breve biografía \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Carta de bienvenida  
Imagen de: Fundación Adolfinia Castañeda  
Recopilada de: Licda. María Gabriela Chinchilla

**Club de lectura** Adolfinia Castañeda

La lectura es una herramienta extraordinaria. Pone en acción la mente y agiliza la inteligencia. La lectura deja al lector ser un protagonista, que aumente su conocimiento y lo deja viajar por lugares que nunca ha conocido.

La lectura tiene beneficios intelectuales y culturales, ayuda a tener mejor ortografía y enseña nuevas formas de expresión.

En Fundación Adolfinia Castañeda creemos en la lectura de los jóvenes. Por lo que hemos desarrollado un sistema de incentivos a la lectura por medio de un club de lectura.

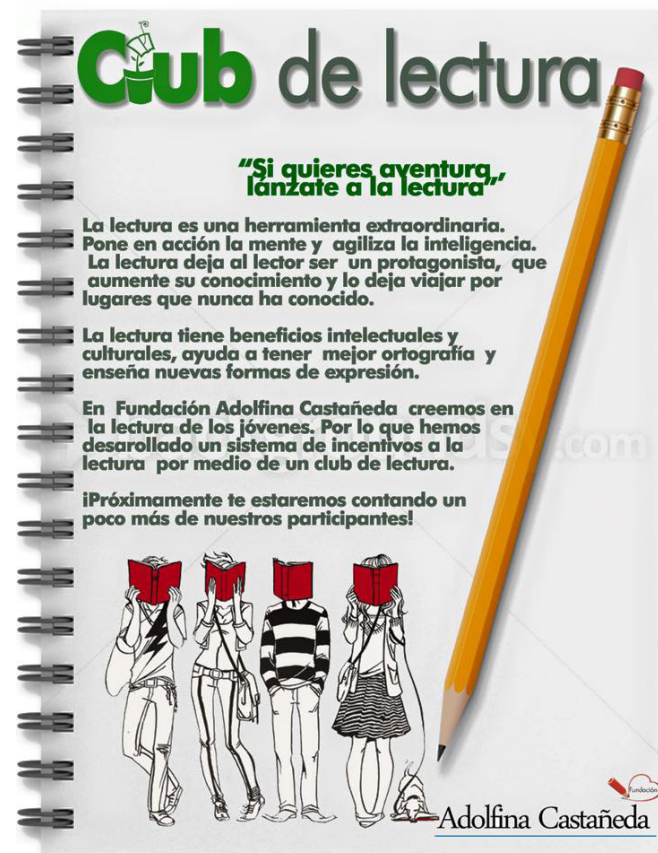
Para poder ser parte de este club necesitas llenar el siguiente formulario para tu inscripción.  
¡Te damos la bienvenida!

**Club de lectura** Adolfinia Castañeda

Primer Nombre: \_\_\_\_\_ Segundo Nombre: \_\_\_\_\_  
Primer Apellido: \_\_\_\_\_ Segundo Apellido: \_\_\_\_\_  
Dirección de casa: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
Grado: \_\_\_\_\_ Nombre de Padre/Madre: \_\_\_\_\_  
Puesto que ocupa en \_\_\_\_\_  
Sueldo: \_\_\_\_\_  
Fecha Inicio Inscripción Club de lectura: \_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Ficha de inscripción  
Imagen de: Fundación Adolfinia Castañeda  
Recopilada de: Licda. María Gabriela Chinchilla



Publicidad del “Club de lectura”  
Imagen de: Fundación Adolfinia Castañeda  
Recopilada de: Licda. María Gabriela Chinchilla

## Competencia

### *El Reino de los Libros:*

Es una librería que todos los sábados realizan una lectura para introducir un libro distinto. Ellos hacen actividades distintas para promover la lectura.

Según la guía de observación (anexo 2) se utiliza el logotipo siempre al centro del formato. Se utiliza formato digital de 600 x 600 px. Utilizan distintas tipografías para las publicaciones pero casi siempre se combinan sans serif y alguna cursiva o serif. Se utilizan ilustraciones infantiles.



El Reino de los Libros  
Imagen de: El Reino de los Libros  
Recopilada de: [www.facebook.com/elreinodeloslibros](http://www.facebook.com/elreinodeloslibros)

Este sábado 17 de febrero  
**Juan Pablo Dardón**  
compartirá con nosotros  
**"La historia de una persona con dudas"**  
una charla sobre su vida como escritor.  
A las 4:00 pm

Km. 15.5 Carretera a El Salvador, Plaza Concepción, 2o. Nivel

Publicación de facebook de El Reino de los Libros  
Imagen de: El Reino de los Libros  
Recopilada de: [www.facebook.com/elreinodeloslibros](http://www.facebook.com/elreinodeloslibros)

**Cuentos de Amistad**

Disfruta junto a Encuentrada de Cuentos y Talentos, en una divertida tarde de historias.

sábado 10 de febrero | 4:00 de la tarde

En el Reino de los Libros Km 15.5 Carretera a El Salvador, Plaza Concepción 2do nivel.

Publicación de facebook de El Reino de los Libros  
Imagen de: El Reino de los Libros  
Recopilada de: [www.facebook.com/elreinodeloslibros](http://www.facebook.com/elreinodeloslibros)



**MuniEduca:**

Es un programa de educación conformado con tres furgones que se dividen en una biblioteca, cineteca y computeca. Estos prestan «los siguientes servicios: Educación personalizada, cursos de computación para niños y adultos, Cineforos, cuenta cuentos y lectura grupal. Los furgones están abiertos en horario de 8AM a 4PM.» Municipalidad de Guatemala (2018)

La Municipalidad de Guatemala comunica que los furgones de MuniEduca Móvil visita cada comunidad por 15 días y se ubica en un lugar que esté cercano y accesible para el arribo tanto de la niñez escolar como de los vecinos que quieran participar de los servicios gratuitos municipales.

La ubicación de los furgones se puede encontrar en la página de facebook de MuniEduca Movil: <https://www.facebook.com/munieducamovil>.



Imágenes recopiladas de: <https://www.facebook.com/munieducamovil>

### **Alianzas estratégicas**

La fundación tiene como alianza estratégica a la empresa guatemalteca *Helados Sarita*. Esta cuenta con 138 heladerías propias, 900 franquicias y tienen más de 1,000 empleados alrededor de Guatemala.

Los valores de la empresa son lealtad y obediencia absoluta a Dios, Respeto, honestidad, integridad.

La misión es ofrecer productos de calidad, variedad y alto valor agregado, a través de diferentes canales de comercialización, logrando satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor.

La visión es ser una organización líder en la innovación, producción y comercialización de helados en América Latina.



Imagen de: Franquicias Helados Sarita  
Recopilada de: <https://es.foursquare.com/v/helados-sarita/4f9ee673e4b0e9595cd75eb0?openPhotoId=5153b3fde4b074360c2f58ff>



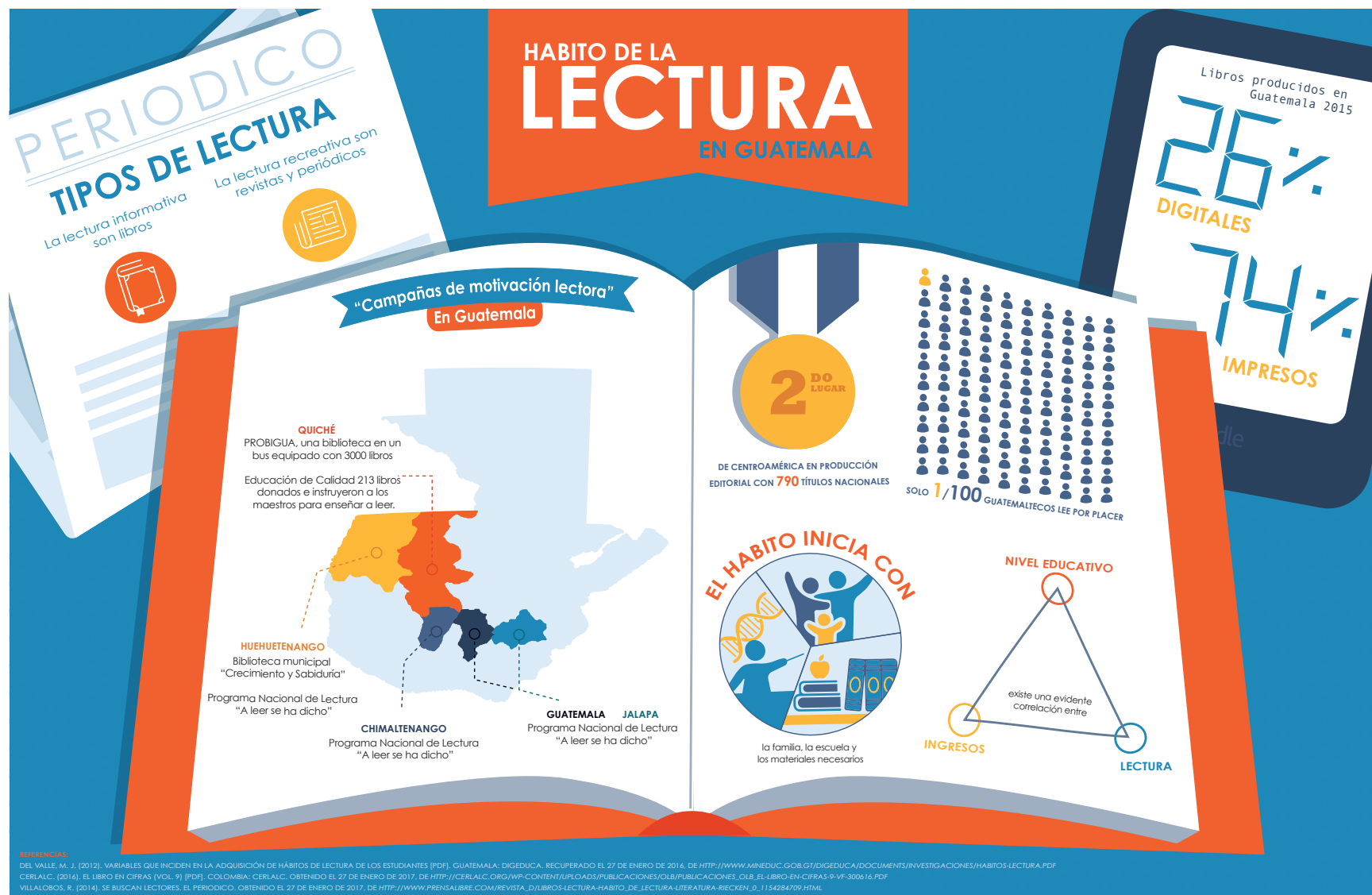
Logotipo Helados Sarita



Imagen de: Frozen yogurt de Helados Sarita  
Recopilada de: <https://www.prensilibre.com/vida/salud-y-familia/los-helados-irresistibles-del-verano>



## Información del tema



Fuente: Ana Lucía Tres (2016)

### *Alfabetización en Guatemala:*

Según Menéndez (2006) la alfabetización es todo intento de solución al problema del analfabetismo, todo esfuerzo dirigido a facilitar el alfabeto para las personas que no han tenido acceso a la lectura y a la escritura del idioma que hablan.

En Guatemala el analfabetismo es un problema de primer orden. Se insiste que no es suficiente saber leer y escribir para que se obtenga una vida mejor aunque si es un remedio para la ignorancia, pobreza, desempleo, desnutrición, etc.

Cuyán (2009) indica que poco a poco el alfabetismo a través del país esta incrementando. En el año 2008 la población analfabeta es solo el 21.04%.

De acuerdo con Sánchez (s.f.) el logro educativo esta condicionado por varios factores como:

- La educación de los padres
- Nivel socioeconómico
- Tamaño y composición de la familia
- Asignación de roles
- Coeficiente intelectual
- Salud
- Interés y motivación
- Características de las escuelas
- Material didáctico, mobiliario y equipo
- Características de los maestros

### *La lectura:*

Según Cerrillo, García, Morón, Puente & Yubero (2001), la lectura es un hábito, una afición, una practica de vida, es un elemento fundamental en la formación integral de las personas. Es considerada esencial ya que tiene un acto cognitivo complejo, ejercita la mente, agudiza el espíritu critico, abre las puertas de la imaginación, estimula la fantasía y sirve para mejorar la ortografía, la morfosintaxis y la semántica.

Menéndez (2006) argumenta que el conocimiento y la habilidad de leer y escribir son un instrumento útil para el ser humano pues otorga mayor posibilidades de participación social como ente pensante y actuante. « [...] promover la lectura debe ser promover la educación lectora, sabedores de que con ello ayudamos a la formación de un individuo más crítico, más independiente, más solidario, más libre».

Mendoza (1998) dice «la lectura es un proceso activo de construcción de significados a partir de estímulos textuales [...] leer es básicamente, saber comprender y sobre todo, saber interpretar: o sea, saber llegar a establecer nuestras propias opiniones, formuladas como valoraciones y juicios. Por ello, leer es participar en un proceso activo de recepción».

### *Beneficios de la lectura:*

Para Clavell (2012) uno de los beneficios de la lectura es que nos saca de la caja mental y nos permite ver más allá de nuestras limitaciones. Leer enriquece el intelecto, el alma y el bolsillo. Pues la lectura da poder y fuerza en todos los aspectos de la vida: económico, afectivo, profesional y espiritual.

Algunos de los beneficios que Clavell (2012) menciona son:

- Suprime los límites pues abre las puertas a nuevos conocimientos
- Ejercita el músculo del cerebro pues obliga al cerebro a enfocar y a las neuronas a conectar información.
- Es la base para todo, un mundo sin lectura no podría funcionar pues sin la lectura no hay escritura por lo cual no hay libros, no hay aprendizaje, no hay leyes. Nos encontraríamos en un mundo prehistórico.

Según la entrevista realizada a Forno (sujeto de estudio, 2018, anexo 3.2) la lectura brinda estrategias de aprendizaje y refuerza áreas que ya se habían aprendido. Da equilibrio, coordinación, desarrolla el movimiento visomotoro y la imaginación.

Según Ramírez (2005) la lectura estimula la creatividad, relaja y permite conocer realidades distintas. Para los niños es esencial ya que ayuda al aprendizaje y para los adultos también es fundamental pues ayuda a tener distintos puntos de vista, a ser más analíticos y entender procesos. La lectura enriquece el patrimonio lingüístico (hablar, oír y escribir), ayuda a ser más críticos, educa, cultiva el sentimiento, permite descubrir el silencio y se aprende a estar solo. Leer nos cambia, nos hace pensar, elimina fronteras y se disfruta.

Maqueo (2010) dice que la persona que aprende a leer, aprende a pensar, a generar ideas, a relacionarlas y compararlas, a analizar, a deducir, a comprender. La lectura es una herramienta fundamental para que la persona sea pensante, reflectivo, autónomo, con mayor posibilidad de integrarse a la vida laboral, social y afectiva.

### *La lectura en la infancia:*

Cerrillo, Yubero & Martínez (2007) dicen que la infancia es un momento que no se debe de dejar pasar de largo par promover el gusto por los libros. Lo que se quiere hacer con la animación de la lectura es que un niño que no lee, descubra el libro y que siga leyendo por gusto y no por obligación.

Características de la literatura infantil:

- Elementos no normales que provocan atención inmediata del destinatario por el choque de la normalidad
- Humanizar lo que no es humano
- No hay un argumento claro pero si hay una serie de elementos argumentales
- Plantean un conflicto al que le dan solución en el libro
- Tiene gran carga afectiva
- Es bastante fantástica y fabulosa
- Los personajes son niños o adolescentes
- El protagonista destaca del resto
- No suelen tener una época específica
- No suelen tener un lugar específico
- Estructuras repetitivas
- Tienen sencillez expresiva, léxica y sintáctica

### **Qué es la animación a la lectura:**

Según Cerrillo et al. (2001) la animación a la lectura es un proceso de aprendizaje intencionalmente educativo, cuyo objetivo es la autoeducación que acerca a la persona al hábito de la lectura.

El aprendizaje lector es una competencia técnica mientras que el hábito lector es más una actitud, es comprender y analizar el texto desde la visión personal dominando los textos para llegar al placer de la lectura.

La animación de la lectura es buscar métodos creativos para llegar a el hábito lector. Esto se puede hacer por medio de varias actividades como: lecturas en voz alta, proyecciones audiovisuales, elaboración de periódicos y murales, guías de lectura, etc.

Cerrillo et al. (2007) menciona que en la promoción de la lectura como en la animación a la lectura, sobre todo cuando se trata de niños o adolescentes es muy importante la figura de un mediador, papel que cumplen padres o maestros. Son un puente o enlace entre los libros y esos primeros lectores que propicia y facilita el diálogo entre ambos. Usualmente el mediador es quien ayudar a elegir un buen libro pues cada vez hay más títulos nuevos, hacienda esto más difícil para elegir.

Cerrillo et al. (2001) también explica que los niños inician a leer por alguna motivación externa pero más adelante ellos mismos inician a tener satisfacción al leer, creciendo el hábito de la lectura. La animación a la lectura no debe de ser solo en la escuela también es importante la influencia educativa familiar. La familia es parte fundamental en el aprendizaje de los niños pues suelen imitar comportamientos.

En la entrevista con Calderón (sujeto de estudio, 2018, anexo 3.1) los niños que tienen problemas con la lectura están en desventaja en los estudios por esto es tan importante el refuerzo en casa y el apoyo de los profesores. Para lograr motivar a los mediadores a fomentar la lectura en sus hogares se debe de compartir los beneficios de la lectura y dar ejemplos de cómo se puede motivar a los niños. Forno (2018) menciona que es importante incluir a los mediadores en cursos o talleres dónde ellos comprendan lo que sus hijos van a hacer. También menciona que es importante crear un tiempo diario dedicado a la lectura con una pequeña librería dónde los niños puedan elegir libros con temas de su interés.

Los ámbitos de la animación a la lectura son dos tipos:

- Formales: escuela y biblioteca
- No formales: la familia, los medios de comunicación, los clubes de lectura, las tertulias literarias, las librerías

Según Cerrillo et al. (2001) dentro del ámbito escolar la lectura es una material instrumental e obligatoria. Pero es importante crear también una afición por la lectura. Se debe de hacer una diferencia entre la lectura escolar (aprender, estudiar, obligatoria) y la lectura literaria (divertido, gusto, voluntaria). Muchas veces se conecta la palabra libro al aprendizaje por lo que los niños suelen rechazar la lectura pues no se ve como algo recreativo. Calderón (2018, anexo 3.1.) menciona que es importante que los niños tengan temas de interés pues a veces la lectura tradicional no logra enchancarlos e la lectura.



Según Forno (2018) para mantener motivado a un niño se necesita variar actividades que incluyan movimiento, ritmo y estructura. Al hacer una rutina diaria con un tiempo prudente dependiendo de la edad se ayuda a crear el hábito de la lectura.

### *Club de lectura*

Según Calvo (s.f) un Club de lectura es un grupo de personas que leen al mismo tiempo un libro. Cada uno lo puede leer en su casa pero se reúnen algún día para comentar el libro.

En las reuniones se debate lo leído, los personajes, el trama, etc. Las opiniones de otras personas ayudan a enriquecer el conocimiento.

Para formar un Club de lectura se necesita: lectores, libros y un coordinador.

### *Club de lectura para niños:*

Cerrillo et al. (2001) dice que para motivar el hábito de la lectura en niños y jóvenes se pueden realizar actividades como el club de lectores que es un grupo de niños y jóvenes que se reúnen semanalmente en torno a la lectura. Allí se realizan diferentes actividades donde puedan expresarse.

## MARCO TEÓRICO DE DISEÑO

### *Tipografía:*

Según Navarro (2007) la tipografía *sans serif* representa la forma natural de una letra rotulada con un lápiz. La tipografía *sans serif* se fue expandiendo pues la ausencia de remates y sus trazos finos las hacen apropiadas para títulos y textos grandes. Estas son ideales para visualización en pantallas. No se recomienda utilizar en textos impresos extensos pues resultan monótonas y difíciles de seguir.

De acuerdo con Giralt (2015) la tipografía *sans serif* es informal y se suele utilizar para el entorno digital, pantallas. Giralt recomienda que para trabajar la tipografía se debe de lograr contraste. Se deben de usar tipografías que se puedan combinar, no se deben de utilizar más de dos tipografías en un mismo trabajo y tampoco mezclar tipos que se parezcan mucho. También se puede crear contraste con el tamaño, grosor o mayúsculas, de la fuente para dar énfasis en algunas partes del texto.

Para Zanón (2008) los tipos geométricos como futura se asocian con la sencillez y el modernismo. La combinación de tipos enriquece el diseño pero es importante que no se utilice más de dos. Lo más normal es elegir una de palo seco y otra con remates pero también se pueden utilizar variaciones como el tamaño de tipo, el peso, cursivas, espaciado y color. Cuando el papel en el que va el texto tiene textura se debe de hacer mucho contraste, de lo contrario se perdería en el soporte.

Por otra parte Bosler (2012) menciona que las mayúsculas y minúsculas influyen la legibilidad de una tipografía. Las mayúsculas se leen diferente que las minúsculas y diferente que las mayúsculas combinadas con las minúsculas. Las

mayúsculas forman un bloque de texto, estas pueden tener buena o mala legibilidad dependiendo de la tipografía. La mayoría de tipografías serif y *sans serif* funcionan positivamente en mayúsculas. La tipografía script no funciona bien en mayúsculas.

Las mayúsculas pueden representar varias cosas: importancia, confianza, acción, riesgo, urgencia o peligro. Las mayúsculas se deben de usar esporádica mente pues no se leen tan fácilmente como las minúsculas.

MOST PEOPLE WHO BOTHER WITH THE MATTER AT ALL WOULD ADMIT THAT THE ENGLISH LANGUAGE IS IN A BAD WAY, BUT IT IS GENERALLY ASSUMED THAT WE CANNOT BY CONSCIOUS ACTION DO ANYTHING ABOUT IT. OUR CIVILIZATION IS DECADENT, AND OUR LANGUAGE—SO THE ARGUMENT RUNS—MUST INEVITABLY SHARE IN THE GENERAL COLLAPSE. IT FOLLOWS THAT ANY STRUGGLE AGAINST THE ABUSE OF LANGUAGE IS A SENTIMENTAL ARCHAISM, LIKE PREFERRING CANDLES TO ELECTRIC LIGHT OR HANSOM CABS TO AEROPLANES. UNDERNEATH THIS LIES THE HALF-CONSCIOUS BELIEF THAT LANGUAGE IS A NATURAL GROWTH AND NOT AN INSTRUMENT WHICH WE SHAPE FOR OUR OWN PURPOSES.

—GEORGE ORWELL

*Imagen de: Luis, N. L. (2007).*

*Recopilada de: Fundamentos del diseño temas para la introducción a los fundamentos del diseño.*

## Tipografía para niños:

Parcerisa (2016) menciona que dependiendo de la edad del lector la tipografía juega un papel importante, mientras más pequeños sean los niños, mayor debe de ser la dimensión de la tipografía.

### Tamaños tipográficos según la edad

Debido a la madurez del ojo y el aprendizaje del niño, la tipografía varía de tamaño.

Escolaridad	Características de la tipografía	Tamaño de tipografía cuerpo de texto	Ejemplo
Pre escolar	Sin remates, letra redonda.	18 pts.	<b>hola</b>
1 ero. Primaria	Letra redonda.	17 pts.	<b>hola</b>
2 do. Primaria	Letra redonda.	16 pts.	<b>hola</b>
3 ero. Primaria	Exposición del niño a tipografías con remates.	15 pts.	<b>hola</b>
4 to. Primaria	El uso de la tipografía libre, siempre considerando la legibilidad de la misma.	14 pts.	<b>hola</b>
5 to. Primaria	El uso de la tipografía libre, siempre considerando la legibilidad de la misma.	13 pts.	<b>hola</b>
6 to. Primaria	El uso de la tipografía libre, siempre considerando la legibilidad de la misma.	12 pts.	<b>hola</b>
Adultos con escolaridad primaria completa	El uso de la tipografía libre, siempre considerando la legibilidad de la misma.	12 pts.	<b>hola</b>
Uso en pantalla	Tipografía sin remates.	15 pts.	<b>hola</b>

El tamaño en puntos, es el equivalente a una letra Arial.. Recuerde que un titular puede tener 4 pts. más que el cuerpo de texto.

Fuente: Ordóñez, M. (2016, Agosto). *Aciertos y Desaciertos en el diseño editorial. Lecture presented at Sintesis I in Guatemala, Guatemala. [Powerpoint slides]*

Según Karp (1985) «la tipografía destinada a la primera lectura de los niños debe tener un tamaño de 36 puntos; y al final del primer año escolar debe ser todavía de 16 puntos. Del segundo al cuarto año escolar, la escritura adecuada es la de un cuerpo de letra de 14 puntos. También las personas de vista débil y los ancianos deben leer textos escritos en un cuerpo de letra mayor por razones de higiene óptica».

Pujadas (2007) «recomienda que [...] para 7 y 8 años, entre 14-16; para 9 años, el 12; [...] ». Son el tamaño de tipografía que se debe de utilizar para la creación y gestión de proyectos editoriales.

Para libros de niños, Rayan y Conover (2004) recomiendan el uso de tipografía serif puesto a que facilitan la lectura. Esto se da por que las palabras parece que se unieran ayudando a los niños a leer mejor las palabras y seguir la lectura.

Acevedo (2014) recomienda que la combinación entre tipografías se debe mantener simple, por esto no se deben de utilizar más de dos tipografías. Se debe de crear contraste utilizando una para títulos y otra para cuerpo de texto. Para lograr este tipo de contraste se utilizan los pesos, tamaños, formas y proporciones de tipografías.



Fuente: <https://www.picmonkey.com/blog/font-pairing-like-a-pro>

Dentro de la tipografía existen caracteres que imitan el trazo que se le enseña a los niños al escribir. Acevedo describe que según Sue Walker las tipografías sin serifs son las mejores para los lectores más pequeños ya que esta se asemeja a la forma que les enseñan a escribir.



Comparación de tipografía para niños con tipografía normal  
Fuente: <https://issuu.com/lolette/docs/eraseunavez-manualtesina>

#### Interletraje: (Kerning & Tracking)

Según Adobe (2017) *kerning* es el proceso de adición o eliminación de espacio entre pares de caracteres concretos. Según Bosler (2012) un buen interletraje hace que el texto tenga mejor legibilidad. Usualmente se necesita aplicar *Kerning* en pares de letras para ajustar el texto y no afectar la legibilidad.

Según Adobe (2017) *tracking* es el proceso de creación de expansión o compresión de un bloque de texto. Según Bosler (2012) *tracking* es el espacio entre las letras de una palabra u oración. Este afecta directamente la legibilidad de un texto pues al leer las personas reconocen una letra seguida de otra y un tracking muy angosto puede afectar la legibilidad. Un tracking muy separado puede afectar el reconocimiento de cuando termina una palabra y cuando empieza la otra.

#### Interlineado: (Leading)

Strizver (s.f) para que el texto de libros de niños sea más legible recomienda que se utilice de 14 a 24 puntos de tamaño de tipografía, también recomienda un interlineado generoso de 4 a 6 puntos para que se lea mejor.

Según Karp (1985) las líneas que tienen muy poca separación entre sí son más difíciles de leer que las que tienen un interlineado medio. Para la letra de tamaño 10 a 12 puntos Kapr recomienda que se utilice 2 puntos más (12-14 pts). De acuerdo con la tipografía y el espacio.

Según Otero, (2004) «en longitudes de línea muy largas se debe aplicar un mayor interlineado ya que si las líneas están muy juntas, el ojo humano se puede perder en el recorrido entre el final de una línea y el comienzo de la siguiente. Y por contra, en textos de líneas cortas se debe reducir el interlineado».



Fuente: <http://4.bp.blogspot.com/-a7WGqE2tKiE/VqUHatCxJul/AAAAAAAAAFc/WBuM-3fUtV3E/s1600/LeadingKerningTracking.jpg>

### **Color:**

Johansson (2011) dice que el color no es más que un producto de la mente; debido a que el cerebro ve colores distintos cuando se perciben diferentes frecuencias luminosas. Por lo que sin la luz, no habría color.

El color según Ambrose y Harris (2005) es una forma inmediata de comunicación no verbal. Ellos afirman que ningún otro elemento de diseño permite representar emociones e ideas como lo hace el color, que sirve para llamar la atención inmediatamente.

En niños, los colores vivos son fáciles de asociar con figuras y ayudan transitar sentimientos. Según Rayan y Conover (2004), los colores primarios resaltan más, y usualmente son asociados con los niños por su preferencia a los colores puros. Según Zelanski y Fisher (2001) es universalmente reconocido que los colores afectan nuestras emociones; Los colores rojos, naranjas y amarillos usualmente nos emocionan mientras que los azules y verdes nos relajan. Por esto los colores se usan para expresar emociones y también evocarlas.

Herrera y López (2017) recomiendan utilizar colores contrastantes en una composición. Combinar colores cálidos y fríos, luminosos y oscuros, vivos y apagados. También mencionan que nunca se debe de utilizar letras claras sobre fondo claro, sin embargo la letra clara se debe de utilizar sobre un fondo oscuro para que gane fuerza.










*Imagen de: colores Fríos y Calidos*

*Recopilada de: <http://artesstudio.blogspot.com/p/colores-calidos-y-frios.html>*

*Psicología del color:*

Según Ricupero (2007):

Amarillo	El color de la plenitud, es luminoso, cálido y expansivo. Es el color de los niños, es activo. Suele interpretarse como animados, joviales, excitantes e impulsivos. El color amarillo puede significar: egoísmo, celos, envidia, adolescencia, risa y placer. El amarillo siempre impulsa hacia delante, hacia el futuro. El amarillo tiene relación con la motivación y atención.	
Rojo	Es un color fundamental ligado al principio de la vida. Expresa energía, agresividad, fuerza, pasión y fuego. En general el color rojo es percibido como sociables, excitantes, potentes y protectores. Expresa alegría entusiasta y comunicativa. Significa pasión, emoción, acción y agresividad. Alvarado (Sujeto de estudio, 2018 anexo 4.3) dice que el color rojo generalmente es un color de alerta.	
Azul	Es un color tranquilo que representa la profundidad. Es un color frío que expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad. El azul expresa confianza, reserva, armonía, afecto, amistad, fidelidad, amor. Alvarado (2018) menciona que el color azul es muy popular entre los adultos.	

Verde	Es el color más tranquilo y sedante. Evoca vegetación naturaleza y crecimiento. Este es un color indiferente pues no transite alegría, tristeza ni pasión. Representa la esperanza de una vida renovada. Es el color de la esperanza, naturaleza, juventud, deseo, descanso y equilibrio.	
Anaranjado	Tiene un carácter acogedor, es cálido, estimulante y positivo. Ricupero (2007) lo llama "vitaminado". Es el color del fuego, es un color hipnótico, radiante y con fuerza activa. Alvarado (2018) comenta que según su experiencia el anaranjado es un color que llama mucho la atención de las personas.	
Violeta	Expresa misterio, es majestuoso. Es el color de la templanza y de la reflexión. Este puede representar la introversión. Este color indica ausencia de tensión. Puede significar calma y aristocracia pero también violencia y engaño.	
Blanco	Expresa paz, feliz, activo, puro e inocente. Crea un vacío positiva y el infinito. Expresa inocencia, paz, infancia, divinidad, estabilidad, calma, armonía.	
Negro	Es el símbolo del misterio, puede significar algo impuro y maligno. Se asocia con la nobleza y elegancia. Expresa muerte, asesinato, noche, nobleza, pesar.	

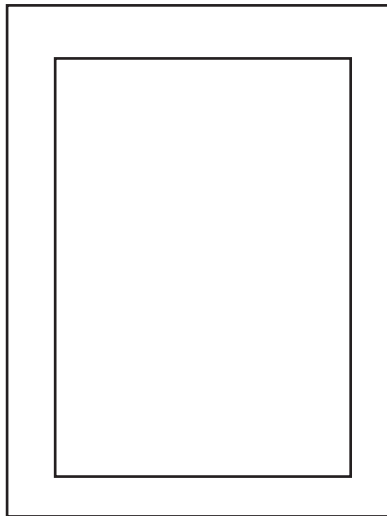


### **Retícula:**

Según Zanón (2008) «los tipos de retículas más interesantes son: Manuscrito, columnas, modular y jerárquica». Se aconseja no utilizar todos los campos de la retícula, se deben de dejar espacios blancos para contrastar y destacar elementos. La retícula es importante por que ayuda a organizar elementos gráficos y textos.

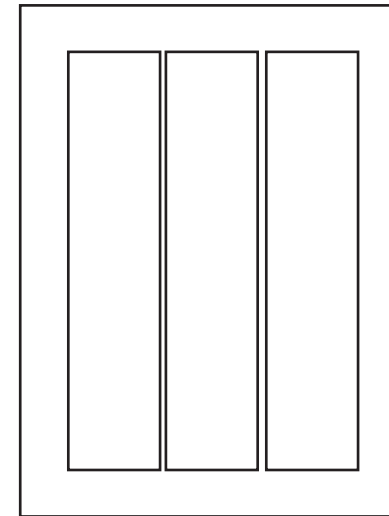
#### *Retícula de manuscrito*

Es la más sencilla pues es un rectángulo sobre la mayor parte de la página. Los márgenes de la página son los que delimitan el tamaño y la posición de la retícula. Esta retícula suele ser aburrida. Según Muller (2016) dicha retícula se utiliza en ensayos, informes y cartas.



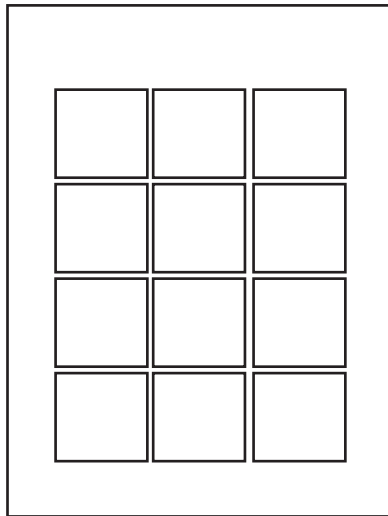
#### *Retícula de columnas*

Se caracteriza por ser bastante flexible. Siempre hay que considerar el ancho de la columna para el cuerpo del texto pues debe de ser fácil y continua la lectura. Esta retícula tiene una calle entre cada columna con una medida  $x$ , los márgenes dos veces esa medida para que la atención se dirija hacia el texto. Según Muller (2016) la retícula de dos columnas esta enfocada a la organización de textos permitiendo la lectura comprensiva y rápida.



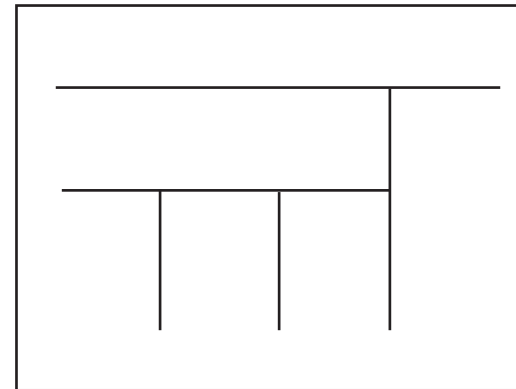
### *Retícula Modular*

Es adecuada para muchas páginas o muchos elementos. Se caracteriza por ser una retícula de columnas con un elevado número de líneas que forman módulos. Esta retícula se caracteriza por orden, claridad y sencillez. Muller (2016) menciona que dicha retícula sirve para organizar gran cantidad de elementos, permitiendo utilizar segmentos que se pueden combinar entre ellos para generar módulos más grandes.



### *Retícula Jerárquica*

Es la que fundamentalmente se adapta a las necesidades de la información. Se basa en la disposición intuitiva de los elementos. No tiene repeticiones modulares y las columnas son variadas. Muller (2016) dice que generalmente esta retícula se logra con líneas horizontales ayudando así a crear orden en la información.





## Ilustración:

Tipos de ilustraciones

Viro (2016) menciona algunos tipos de ilustración.  
Decorativa: aparece como decoración de libros



XL

i...!

*Hi ha en la vida un mati molt semblant a tants  
[altres:]*

Imagen de: Ilustración decorativa

Recopilada de: Edición de Liliána de Apel les Mestre (Editorial Selecta.)

Representativas del texto: demuestran lo que dice el texto



Imagen de: Ilustración Representativa del texto.

Recopilada de: The heart in the bottle (Oliver Jeffers)

Acciones paralelas: se ven acciones no narradas

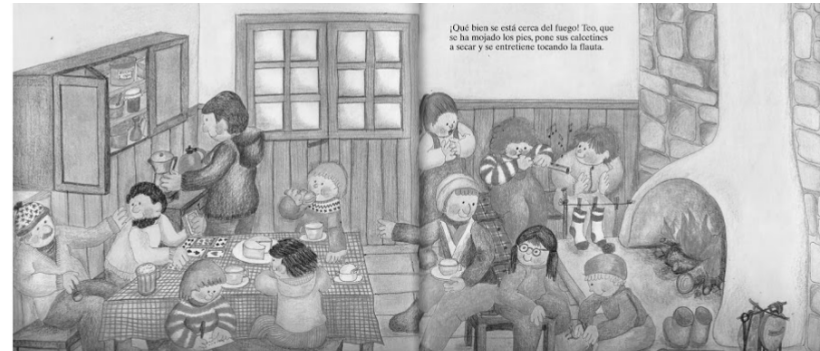


Imagen de: Ilustración de acciones paralelas no narradas

Recopilada de: Teo de Violeta Denou (Editorial Timun Mas)

Sustituir el texto: cuando no hay texto, únicamente imagen

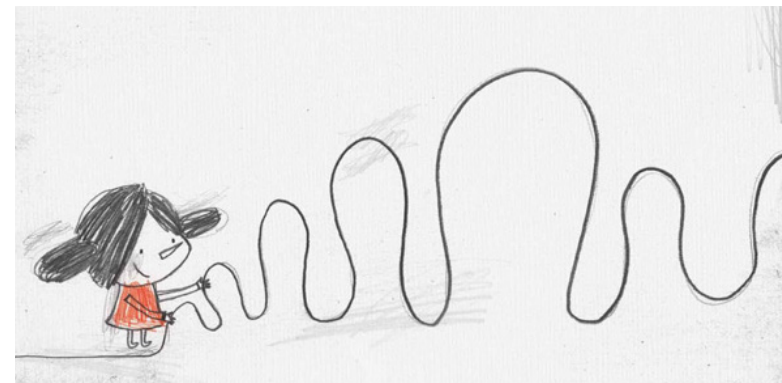


Imagen de: Ilustración Sustitutiva del texto.

Recopilada de: The Line (Paula Bossio)

## Texturas

Según García, Horna y Serna (2011) las texturas son cualidades visuales y táctiles que presenta una superficie. Existen varias clases de texturas: Visuales, táctiles, mixtas, naturales y artificiales. Las texturas pueden cambiar de manera radical la expresividad de una imagen.

Navarro (2007) dice que la textura representa cualidades de la superficie del plano. En diseño gráfico entendemos por textura a la rigurosidad de una superficie, las sensaciones táctiles que el ojo percibe.

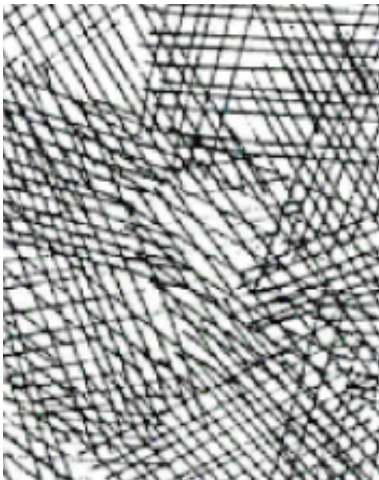


Imagen de: Textura Visual / artificial  
Recopilada de: Navarro (2007)



Imagen de: Textura táctil / naturales  
Recopilada de: Navarro (2007)

## Ilustración de niños

Según Viro (2016) hay que tomar en cuenta la interrelación entre el texto y la imagen para que esta nos sirva para conocer más a fondo la complejidad del libro. La ilustración en libros infantiles es un auxiliar útil para comprender los relatos. Hay que tener en cuenta que la ilustración no debe de ser redundante con el texto escrito pues esto provoca que el niño solo mire las imágenes y logre entender la historia sin leerla.

Hay que tomar en cuenta:

La paleta de colores

El contorno suele estar muy marcado para que los niños identifiquen la figura rápidamente.

Las secuencias de personajes a través de las hojas o las ilustraciones en la misma hoja.

Símbolos de acción señalan cuando hay acción a través de líneas rectas, onduladas, curvas, etc.

La perspectiva, si no se maneja bien se pueden dar confusiones.



Imagen de: Contornos marcados, símbolos de acción, líneas onduladas y perspectiva.  
Recopilada de: Libro Cat in the Hat ( Dr. Seuss)



## Ilustración en papel

Gildersleeve (2014) dice que actualmente las ilustraciones digitales que predominaban se han sustituido por ilustraciones hechas en base al papel. Menciona que en un mundo saturado de diseño digital se ve la importancia del contacto humano y las imperfecciones de este. El sentir que existe una algo físico es satisfactorio. Estamos hechos para crear con las manos, el regresar a una técnica análoga nos hace libres de la era digital en la que vivimos. El papel es un material económico por lo que permite que la persona experimente sin tener miedo de equivocarse.

Últimamente la ilustración hecha a mano esta resurgiendo, dejando a un lado las ilustraciones vectoriales limpias, aventurándose a las imperfecciones de las ilustraciones análogas. Actualmente la técnica de ilustración en papel depende mucho de el área digital, estas están relacionadas directamente. Algunos artistas utilizan máquinas para cortar, otros manualmente. Unos utilizan los medios digitales para fotografías la pieza o para perfeccionar detalles. Algunas personas utilizan programas digitales imitando la ilustración en papel. Esta técnica depende mucho de la fotografía digital pues después de realizar la ilustración muchos toman fotografías para aplicarla en publicidad o revistas.

Alvarado (2018) recomienda utilizar una caja de luz siempre en la misma posición con la cámara en el mismo lugar para tomar las mejores fotografías. Márquez (Sujeto de estudio, 2018 anexo 4.2) recomienda tener buenas fotografías de no menos de 1080px, con buena resolución y enfoque.



Imagen de: Ilustración de papel

Recopilada de: <https://abduzeedo.com/index.php/beautiful-paper-art-work-margaret-scrinkl>

### **Imagen gráfica:**

#### *Logotipos*

Según Bosler (2012) los logotipos generalmente consisten en dos elementos, el nombre y la marca. Algunas veces son solo nombre o solo marca. Para el nombre la tipografía se convierte en el elemento clave asegurándose que el logotipo comunique el mensaje claramente. La tipografía debe de ser distintiva, memorable, versátil y apropiada para el grupo objetivo y resistir el paso del tiempo.

Según García (2014) existen distintas formas de representar una marca, ellos son:

- Logotipo: «Es el termino más utilizado en el mundo del diseño gráfico para referirnos a cualquier representación gráfica de una marca». La palabra Logotipo deriva del latín Logos que significa palabra y tipos que significa señal o marca. Para que un logotipo resulte exitoso debe de responder a un criterio de simplicidad que le permita ser:

- Legible hasta en su tamaño más pequeño
- Escalable a cualquier tamaño.
- Reproducible sin restricciones de materiales
- Distinguible en positivo como en negativo.
- Memorable, que impacte y no se olvide.



*Imagen de: Logotipo Nintendo*

- Logo símbolo: son dos partes que constituyen la marca. El logo símbolo se puede entender como tipografía y por el icono. Es la unión entre elementos simbólicos y tipográficos que sirven de insignia a una empresa. El logo símbolo se utiliza para dar un pequeño símbolo que represente la empresa.



*Imagen de: Logosimbolo de Nike*

- Imagotipo e isologo: Es la combinación entre un elemento no verbal que se acompañe con tipografía, este se puede utilizar independientemente siempre y cuando el usuario reconozca e identifique el nombre y el símbolo. La utilización de imagotipos es la más común en el mundo del diseño gráfico.

Dentro de los imagotipos se encuentran dos clases distintas. Imagotipo que es la representación visual separada de un logotipo y un isotipo. El isologo es la representación en la que el logotipo y el isotipo se funden en un solo elemento.



*Imagen de: Isologo de Burger king*

# Características de los buenos logotipos

## 1 Asociación positiva

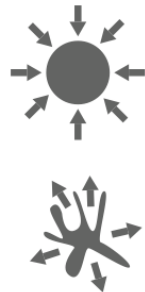
El logotipo nos debe mostrar una imagen de una compañía o un producto en su mejor punto de vista o ángulo.

## 2 Fácil identificación

Los logotipos deben ser rápidamente legibles para que sean reconocidos y recordados.

## 3 Gestalt cerrada

Compara tu mano cerrada o un puño como la "gestalt cerrada", de esta forma se captura un todo integrado que dirige la vista al interior de la estructura. Cuando la abres tus dedos apuntan a muchas direcciones y crean la "gestalt abierta" generando dispersión y por lo tanto una percepción débil. El círculo perfecto tiene la gestalt ideal y sirve como un imán para el ojo.



## 4 Nivel de abstracción

Los logos deben atraer el apropiado nivel de lectura visual del observador objetivo. Los logotipos muy abstractos son muy costosos para promocionarlos y pueden crear confusión visual.

## 5 Reducción

Los logotipos deben ser diseñados para poderlos reducir a 1.5 cm de diámetro sin que pierdan su efectividad visual. Inclusive, si se puede reducir más, mejor. Ten cuidado de que el logotipo no pierda partes al reducirse.

## 6 Un color

Los logotipos idealmente deben ser diseñados para imprimirse en una tinta, por cuestiones económicas. El color se aplica para denotar la marca, pero ésta no depende del color para sus efectos visuales. Hay que ser muy cuidadosos con las tintas, pantallas tramados, porque tienden a empastarse o desaparecer.

## 7 Espacios negativos

Un claro entendimiento del fenómeno figura/fondo es esencial en el diseño de logotipos efectivos. Los espacios negativos o blancos deben ser considerados cuidadosamente. Estas formas blancas a través de una claridad visual reversible o invertida pueden ser imágenes muy recordables (estrella, corazón).

## 8 Peso del logotipo

El peso visual del símbolo debe ser consistente. Los logotipos pesados tienen a ser aquellos con trazos simples. Estos resisten mejor las reducciones, además ofrecen más contraste con la tipografía ubicada a su alrededor. Las marcas ligeras y medianas comunican mal y tienen muy limitado su rango de efectividad.

## 9 Fluido

Considera que los logotipos donde el espacio blanco fluye, son mucho mejores que en los que queda atrapado. Por esto el ojo se mueve mucho mejor donde hay fluidez que donde lo paran en seco.



## 10 Dirección

La indicación de dirección es importante en el logotipo, apuntar arriba a la derecha es más efectivo que apuntar a la izquierda o abajo. Estas direcciones, adelante y hacia arriba, son percibidas como positivas por los observadores.



Valvert, J. (2015, Enero). Características de los buenos logotipos. Lectura Presentada en Diseño de imagen visual en Guatemala, Guatemala.

Según El Congreso de la República de Guatemala (2000) Decreto Número 57-2000, Ley de Propiedad Industrial de la constitución de Guatemala, Sección Tres:

«Vigencia, Renovación y Modificación del Registro  
Vigencia del Registro y Renovación

31. El registro de una marca tendrá vigencia por diez años, contados a partir de la fecha de la inscripción. Podrá renovarse indefinidamente por períodos iguales y sucesivos de diez años, contados a partir de la fecha del vencimiento precedente».

#### **Soportes:**

Según Carrasco (2004) los soportes existentes son:

- Soporte impreso: Libros, revistas, fichas, periódicos, etc.
- Soporte audiovisual: Estimula el aprendizaje mediante percepciones visuales, auditivas o mixtas. El cine, TV, diapositivas, magnetófono, radio, casete, láminas, grabados, ilustraciones, programas informáticos, etc.
- Material tridimensional: la realidad o sus representaciones: un pez, una semilla, etc.

Según Eisenberg, Murkoff y Hathaway (1995) los libros con puntas redondeadas son ideales para niños. Ellos mencionan que se utilizan las puntas redondas pues tienen mayor duración.

#### *Manual de identidad*

Díez (2006) afirma que el manual de identidad reúne todos los símbolos y normas que definen una organización. Este ayuda a que se tenga una imagen empresarial homogénea y coherente. En este se deben de incluir todos los elementos que estén vinculados con la imagen de la empresa.

Según Sanz y Gonzáles (2005) el manual de identidad de una marca debe de estar compuesta por lo menos de dos partes. Se debe de incluir una introducción de la identidad empresarial, la primera parte refleja la construcción de la marca y la segunda muestra sus aplicaciones: papelería, vehículos, inmuebles, ente otros.

La primera parte define el código lingüístico, icónico, cromático, los cuales funcionan como símbolo empresarial.

En la segunda parte, especifica lo que se debe y no se debe hacer con la marca.

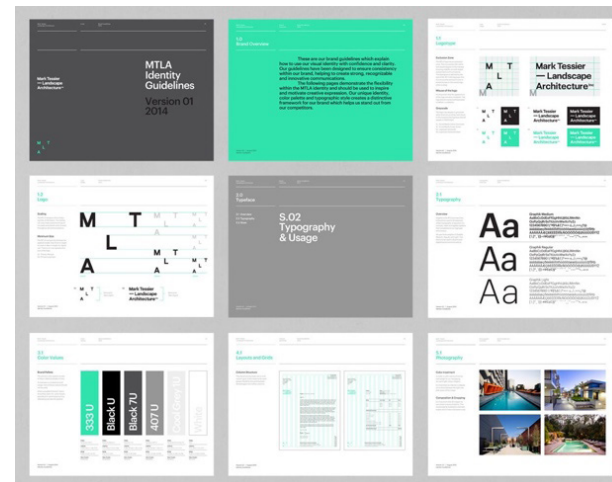


Imagen de: Ejemplo de Manual de identidad  
<https://samuparra.com/como-hacer-un-manual-de-identidad-corporativa/>



El manual de identidad visual corporativa puede contar con elementos como:

- Código lingüístico
- Código icónico
- Código cromático
- Símbolo empresarial
- Tratamientos gráficos permitidos
- Familias y fuentes tipográficas
- Aplicaciones en papelería
- Otras aplicaciones
- Señalética
- Uniformes
- Vehículos

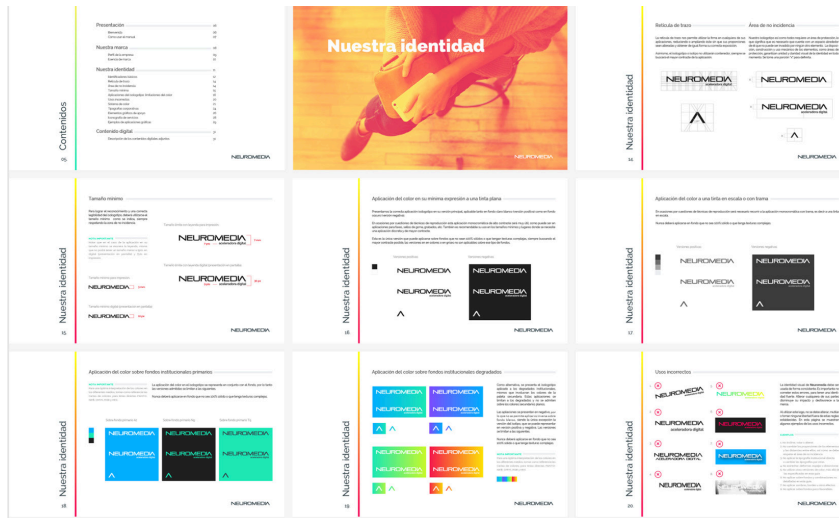


Imagen de: Ejemplo de manual de identidad  
 Recopilada de: [www.behance.net/gallery/50146655/Neuromedia-Identidad-corporativa](http://www.behance.net/gallery/50146655/Neuromedia-Identidad-corporativa)



Imagen de: Aplicaciones en papelería  
 Recopilada de: [www.behance.net/gallery/50146655/Neuromedia-Identidad-corporativa](http://www.behance.net/gallery/50146655/Neuromedia-Identidad-corporativa)



### **Presentaciones audiovisual y multimedia:**

Según Cuevas, Díaz, Sicilia y Vara (2009) multimedia es la integración de dos o más medios. Pueden integrar la imagen, diseño, texto, gráficos, voz, música, animación o video e un mismo entorno. La presentación multimedia permite presentar información de forma atractiva, manteniendo la atención del usuario y facilitando el proceso de enseñanza. El multimedia permite que el aprendizaje sea más amigable.

El “diaporama” es un conjunto de sonido, palabras e imágenes. Algunas fases para su realización son:

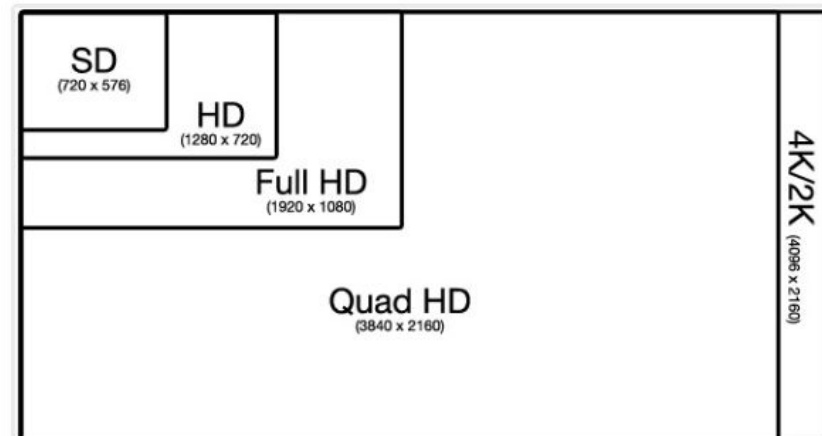
- Planificar la idea inicial
- Redactar el guion
- Seleccionar las diapositivas
- Preparar el sonido (voces adecuadas, música, ruidos y efectos)
- Grabar el sonido
- Comprobar que el sonido y la imagen tenga ritmo
- Evaluar y corregir

Según Monge Bauza (2014) el grafismo audiovisual es una rama de información que su función es tener la capacidad de comunicar. Para desarrollar un proyecto de diseño audiovisual se debe de considerar el espacio de trabajo, la tipografía, el color y composición.

Según Ponsa (sujeto de estudio, 2018 anexo 4.1) el video debe de tener un tiempo no mayor de dos minutos pues si no, no se logra mantener la atención de las personas adecuadamente.

### *Espacio de trabajo en Presentaciones audiovisual y multimedia*

El espacio de trabajo debe de adaptarse a las necesidades de el monitor dónde vaya a ser emitido. Se debe de tener en cuenta que se trabaja con pixeles y no DPI. Hay que tener en cuenta el tamaño de las imágenes para optimizar el rendimiento y el espacio en las presentaciones. Monge Bauza (2014) recomienda trabajar a 30 fotogramas por segundo para que la pieza pueda ser exportada a otros países. Hay que considerar que se debe trabajar en RGB. Los formatos son muy moldeables e imprevisibles por lo que se recomienda utilizar 1920 x 1080, conocido como FULL HD.



Recopilada de: <http://posproducciondevideo.blogspot.com/2013/07/>

Monge Bauza (2014) dice que las nuevas tecnologías obligan a reestructurar los aspectos gráficos, adaptándose a diferentes tamaños, utilizando tipografías grandes y legibles, diseños sencillos con formas clásicas y funcionales para que la información sea más fácil de asumir.

Se debe de tener en cuenta el cuerpo y tamaño del carácter de la tipografía. Usualmente se utilizan cuerpos grandes pues la tipografía se ve afectada por la definición de la pantalla, la posición de la persona y el movimiento del texto. Se debe de evitar los cuerpos tipográficos muy pequeños o muy grandes.

Se debe de cuidar el peso del carácter pues si es un trazo muy fino se dificulta que el espectador lea correctamente el texto. En cambio un texto más grueso ayuda a la lectura. Lo mismo pasa con tipografía condenada, dificulta la lectura por lo que se recomienda utilizar tipografía más equilibrada y de palo.

El contraste entre el texto y el fondo debe ser lo más óptimo para que ayude a su comprensión mediante sombras, trazos o color. Al animar los textos tener en cuenta que el control de los tiempos es una de las partes más difíciles. Si la animación es muy lenta el espectador se aburre y si es muy rápida no da tiempo de leer. Por esto hay que buscar el tiempo adecuado para la lectura.

Hay tres partes de la animación de un texto, estas son:

1. La entrada: debe ser fluida y rápida.
2. Su lectura y comprensión: debe de tener el tiempo necesario para la lectura
3. La salida: debe ser más tapida que la entrada ya que no tiene importancia para el exportador.

Se debe de tener en cuenta la dirección de la lectura pues si se lee de izquierda a derecha la animación debería de ser de izquierda a derecha para facilitar la visualización y la lectura.

Márquez (2018) menciona que las personas ya no están interesadas en leer por lo que se recomienda utilizar una narración. Si en algún caso no se usa narración se debe de considerar el tiempo de lectura pues esto hace que el video sea más largo. Márquez dice que depende de la función de los textos se deben de animar, por ejemplo un título se anima más que texto común. Siempre es recomendable enfocarse en la animación de elementos pues mucha animación de textos los hace menos legible.

Se recomienda también hacer un guion del video. Con este guion se hacen pruebas en dónde se lee lentamente la frase que se lee en la animación y se dejan 2 a 3 segundos extras. Esto con el fin de calcular los tiempos tomando en cuenta los tiempos de lectura de muchas personas.

Monge Bauza (2014) recomienda las tipografías más empleadas en pantalla:

## Futura Impact

«La tipografía no solo contiene un valor estético ya que transmite un mensaje, la expresión de este mensaje se debe reforzar siempre con el movimiento. La tipografía es uno de los mejores recursos para un diseñador, de debe cuidar y ser capaz de darle vida para que pueda comunicar adecuadamente». Monge Bauza (2014)

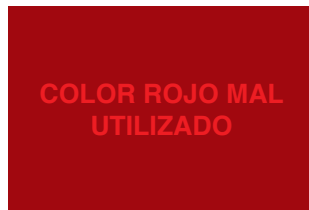
El color es un medio de comunicación clave para transmitir el mensaje, este puede generar sensaciones, emociones y provocar recuerdos.

Al trabajar en pantalla hay que tomar en cuenta como afectan y deben ser aplicados algunos colores :

**Rojo:** Textos en color rojo pueden ayudar a reforzar el peligro, la sensualidad y la energía pero no se debe de abusar para no ser demasiado agresivo.

**Blanco:** es el color más utilizado en el mundo audiovisual. Potencia los colores que lo acompañan. Se utiliza en textos y en pastillas solidas.

**Negro:** utilizado en el cine para textos.



COLOR ROJO BIEN UTILIZADO

TEXTO DE COLOR FONDO BLANCO



Ponsa (2018) menciona que es muy importante la música y locución en los videos audiovisuales pues estos ayudan a mantener la atención de las personas. Márquez (2018) piensa que los sonidos hay que tratar de utilizarlos solo si son necesarios, de apoyo. Si no se tiene cuidado de esto se puede provocar mucho ruido al unir la música de fondo, los sonidos y la locución.

Al hablar de composición se debe de saber para que formato de pantalla se trabaja. Usualmente se trabaja en un formato más horizontal pues el ojo humano tiene mayor Angulo de visión en este eje. El peso del eje horizontal está descompensado ya que se tiende a ver de izquierda a derecha por lo que el peso visual aumenta al colocar objetos a la derecha.

Un objeto colocado a la derecha pesa más que uno a la izquierda. Si un objeto de desplaza del centro a los extremos de la imagen su peso aumenta a medida que se acerca al extremo.

Álvarez (2012) dice que toda presentación persigue tres objetivos:

- Conectar con la audiencia: a nivel intelectual, emocional y ético
- Dirigir y mantener la atención: guiar la audiencia a lo más importante
- Fomentar la comprensión y el recuerdo: que sea fácil de seguir y recordar

Se debe de conectar con la audiencia intelectualmente, emocionalmente y éticamente. Al conectarse intelectualmente tener en cuenta que las personas no todas tienen los mismos conocimientos por lo que al hacer una presentación se debe de considerar esto para no comunicar ideas que no se lleguen a entender. Al conectarse emocionalmente la audiencia debe de sentirse apreciada, se debe de sentir un diálogo y que se cree en ellos. Al conectarse éticamente se debe de pensar en los valores y creencias que se comparten con el público. Álvarez (2012) dice que la atención de las personas es difícil de pescar y más difícil de retener.

#### *Fichas de inscripción:*

Según Redacción Ejemplo de (2012) una ficha de inscripción es un documento que junta datos de las personas que se quieren inscribir.

Pueden tener distintos usos como inscripción escolar, empresarial, etc.

El formato es simple más no tiene ningún orden en específico, algunos de los datos que se colocan son:

- Nombre de la institución
- Número de folio
- Nombre del alumno
- Fecha de nacimiento
- Lugar de nacimiento
- Domicilio
- Nombre del padre
- Nombre de la madre
- Tipo de identificación del individuo

- Situación civil
- Información de la institución
- Nombre del responsable
- Firma

#### *Membresías:*

Según Diccionario de la Lengua Española. (s.f.) membresía significa «condición de miembro de una entidad». AlphaCard (s.f.) ofrece una variedad de materiales para la creación de tarjetas de identificación entre ellas están:

- Standard ID Cards: son hechas de plástico PVX, estas son usadas la mayoría de las veces.
- BioPVC: son una opción ecofriendly, ofrecen la misma durabilidad que el PVC pero tiene menos impacto ambiental.
- PVC reciclado: otra alternativa ecofriendly hecha de PVC reciclado.
- ID Cards Reusables: son hechas de material termo sensitivo que puede ser impreso y borrado por 500 veces. Como son reimprimirles solo se pueden imprimir en azul o negro.
- Tarjetas adhesivas: son tarjetas PVC con adhesivo en la parte de atrás,
- PVC/ Poli: recomendado para tarjetas que van a ser laminadas. Resisten calor y el proceso de laminado.



Existen varios tamaños para estas tarjetas, entre ellos están:

- CR80: es el tamaño estándar, este tamaño es del tamaño de una tarjeta de crédito. La medida es de 3.375" x 2.125". Ésta es usada para identificaciones con foto, control de acceso, tarjetas de estudiantes, tarjetas de bibliotecas, etc.
- CR79: estas son un poco más pequeñas que las CR80 y usualmente tienen la parte de atrás adhesiva. Ésta mide 3.303" x 2.051".
- Xtended: está medida es una medida larga de 4.3" x 2.125". Estas son una pulgada más grandes que las estándar y son utilizadas para tickets, entradas a eventos o conferencias.
- CR100: son un 42% más grandes que las CR80, estas miden 3.99" x 2.63". Éstas se usan con menos frecuencia pero se usan para aplicaciones militares.

Tarjetas de llavero: son hechas de PVC, originalmente diseñadas para utilizarse en un llavero y miden 1.100" x 2.125".



Recopilada de: [www.shop.enzocard.eu/es/tarjeta-plastica-para-imprimir/324-tarjetas-pvc-blancas-para-imprimir-076-mm.html](http://www.shop.enzocard.eu/es/tarjeta-plastica-para-imprimir/324-tarjetas-pvc-blancas-para-imprimir-076-mm.html)

### Separadores de libros:

Según Business template (s.f.) un separador de libros estándar mide 2.125" x 6.5", debe de incluir 0.125" de sangrado. Entre la tipografía y el borde se debe de tener 0.125" de margen.

#### Standard Bookmark Template & Design Specifications



Recopilada de: <http://titaniumbackupapk.org/microsoft-word-bookmark-template.html>



Imagen de ejemplo de separadores. Recopilada de: <https://www.primavaracol.com/productos/separadores-de-libros/>

### Libros / álbum de stickers

Según la empresa de impresión, promocionales y empaques [alsografgroup.com](http://alsografgroup.com) (2018) los libros coleccionables están creados para ser completado por el niño pegando *stickers* que va obteniendo. Existen dos tipos de álbum:

- Álbum de papel: detrás del *sticker* aparece un número que identifica el lugar del álbum dónde ira pegado.
- Álbum virtual: el *sticker* tiene un código único que lo identificará para poder meterlo en el álbum virtual.

El público de estos álbumes depende de el tema, desde los infantiles de 4 años hasta preadolescentes de 10 a 12 años.

Se menciona que una de las ventajas es que este puede ser considerado un juguete de bajo precio el cual ayuda a la economía familiar. El juego empieza desde que el niño no sabe que carta le va a tocar por lo que genera sorpresa y emoción.

El álbum coleccionable refuerza la perseverancia y la habilidad de relacionarse con otros niños que tienen intereses similares.



Imagen de: Album de stickers panini Fifa World Cup Russia 2018  
Recopilada de: <https://www.laprensagrafica.com/deportes/Como-se-si-estoy-comprando-el-album-Panini-original-del-Mundial-de-Rusia-2018-20180322-0052.html>

### ***Empaques:***

Según Kotler & Keller (2016) el empaque es la actividad de diseñar y producir el empaque o envoltura de un producto. El empaque podría incluir hasta tres niveles de materiales. Por ejemplo en una loción se utiliza el empaque primario que es la botella, el secundario que es la caja dónde va la botella y el tercer empaque que es la caja de cartón corrugado dónde van muchas cajas de loción.

Se debe de establecer un concepto dónde se defina que va a ser el empaque o que va a hacer por el producto. Luego hay que considerar el tamaño, forma, materiales, color, texto y marca.

Según Mcneal (1999) al hacer encuestas descubrió que las personas querían que el empaque de sus productos tuviera una función, que fuera conveniente para guardar, fácil de abrir, y que se pueda volver a cerrar. Se debe de pensar en el funcionamiento al igual que en el diseño.

### *Material para empaque*

Según Merello (2012) algunos tipos de empaque según su material son:

- Empaque de papel: se utiliza como envoltorio, protege contra luz y polvo, absorbe humedad.
- Empaque de cartón corrugado: tiene mayor resistencia que el papel, son los más utilizados para el transporte y protección de productos.
- Empaque plástico: materiales como PET, PEAD, PP, PVC entre otros. Se utilizan normalmente para envasado de alimentos, cosméticos y aceites.

- Empaque metálico: materiales como acero y aluminio, sirven para enlatado de alimentos, bebidas, empaques de aerosoles, etc.
- Empaque de vidrio: son transparentes, solidos y frágiles. Se utiliza para botellas y frascos que sirven para empacar bebidas, alimentos como salsas, cosméticos, entre otros.
- Empaque en madera: se utiliza para exportación de maquinaria pesada y también para empaques de lujo.
- Empaques con material textil: materiales como yute, cáñamo y algodón. Se utiliza para elaborar bolsas y sacos para guardar productos a granel. Es de bajo costo.

### *Empaque para niños*

Fishel y King (2007) se encontraron con el problema que al querer diseñar empaque para niños tenían que pensar en dos grupos objetivos, los niños y las madres. El diseño para las madres debía contener las cualidades nutricionales para el niño y el empaque diseñado para niños debe de ser algo travieso y divertido, totalmente opuestos. La solución que encontraron fue diseñar para los niños pero al mismo tiempo colocar la información que la madre necesita saber a un lado del producto dándole prioridad a los niños. Principalmente se trato de crear empaques divertidos y creativos utilizando caricaturas y frases traviesas para conectar con los niños.

Kit

Según WordReference (s.f.) un kit es un conjunto de piezas o instrumentos que sirven para realizar alguna función o desarrollar alguna actividad.

Knock Knock Stuff (s.f.) tiene a la venta un kit llamado «Reading Rumpus» el cual incluye separadores, hojas de calificación del libro, *stickers* y actividades.



knockknockstuff.com tiene a la venta un kit llamado "Reading Rumpus" el cual incluye separadores, hojas de calificación del libro, *stickers* y actividades.



### **Serigrafía:**

Según Medio Tono Soluciones Gráficas (s.f.) la serigrafía es un procedimiento de impresión que consiste en el paso de tinta a través de una plantilla. Este sistema permite imprimir sobre cualquier soporte: blanco, transparente, de color, grueso, fino, brillante, pequeño, grande o cilíndrico. Se puede aplicar en materiales como papel, cartulina, cartón, cuero, corcho, metal, madera, plástico, cristal, telas orgánicas y sintéticas, fieltro o cerámica.

El proceso de serigrafía según guía de serigrafía textil es:

- Separar el diseño por colores
- Se realiza un fotolito por color
- Se hacen las pantallas
- Se aplica la tinta
- Proceso de secado



Imagen de: Serigrafía  
Recopilada de: [http://adiccionurbana.com/técnicas\\_de\\_estampado/serigrafia/](http://adiccionurbana.com/técnicas_de_estampado/serigrafia/)

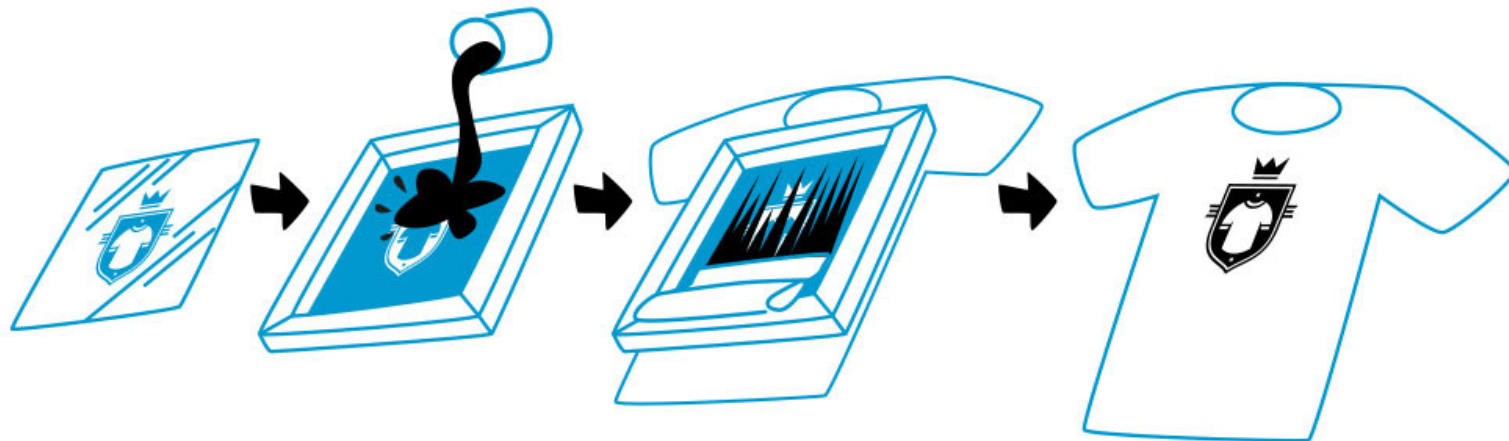


Imagen de: Proceso de serigrafía  
Recopilada de: <http://www.camisetas.info/serigrafia.php>

## Objetos de estudio

### Imagi-nación

#### Proyecto Imagi-Nación (Pollo campero)

El proyecto Imagi-Nación de pollo campero fue realizado por la agencia de publicidad guatemalteca BBDO. BBDO es una agencia de comunicación internacional fundada en 1891 cuenta con 287 oficinas en 79 países. En Guatemala fue fundada en 1989 y tiene 24 años de estar en el mercado publicitario. BBDO trabaja con clientes como Pollo campero, Bayer, Frito lay, Banco G y T Continental, Jhonson&Jhonson, La curacao, P&G, Visa, CBC, Avianca, Universidad Rafael Landívar y otros.



Se realizó una entrevista a Christian Acevedo López (2018, anexo 5) quien trabajo como líder de grupo y director creativo en BBDO del 2015 al 2016. Acevedo (2018) comenta que el formo parte del proyecto “Imagi-Nación” para Pollo Campero. La demanda era “crear un concepto para el área de juegos de los restaurantes”. Se hicieron pruebas de diferentes conceptos pero ninguno era lo suficientemente solido hasta que se llego a al concepto de “imaginación”. Se buscaron recursos gráficos y por esto decidieron hacer una historia, un libro que al voltear la página habría una nueva sorpresa mágica. Por esto decidieron realizarlo con la técnica paper-art.

Las texturas de las piezas gráficas se hicieron vectoriales, todo se trabajo digital. Las sombras, el volumen y las texturas todo se realizó en Photoshop. Esto se realizó así por los tiempo de entrega y la facilidad de hacer cambios. Se realizaron Vallas, afiches, colgantes, *sticker* y juegos para el proyecto. También se hizo un comercial que fue producido por “Magnético”, los encargados en el diseño gráfico fueron Andrés Anleu, Chejo Casasola, Antonio Cay, Karla León.

Según la guía de observación (anexo 6) la tipografía utilizada es sans serif aportando un estilo relajado relacionándose con el grupo objetivo. Se utilizan dos tipos de tipografía una en negrita y la otra en peso medio la cual se utiliza para complementar los textos. La tipografía es legible aunque en algunos casos dónde se utilizan cuadros de color se puede presenciar un poco de ruido visual.

La paleta de color que utilizan es adecuada con el cliente pues el color que predomina en Pollo Campero es el anaranjado y este es el color predominante de la línea que se maneja en este caso. Otros colores que se utilizan son verde y azul aunque se usan más colores para complementar.

Utilizando la guía de observación se identifico que la ilustración es adecuada al grupo objetivo pues utilizan la técnica *Paper Art* la cual se realizó digitalmente utilizando texturas de papel y cartón con sombras para generar un aspecto manual. Esta técnica es muy adecuada con el grupo objetivo pues ayuda a relacionar la ilustración con niños. Se notó que le dieron importancia en la animación a los padres lo cual se considera que es una forma adecuada de incluir al grupo objetivo secundario quien tiene mucha opinión en los pensamientos de el grupo objetivo primario.

Se consideró que el concepto que se utilizó se reflejaba en las ilustraciones pues se pudo notar como el tema de historias se hacia presente en los elementos como castillos o barcos pirata. El soporte que se utilizó fue un comercial digital el cual se transmitió en la televisión llegando así a muchos padres e hijos. Los sonidos y la música que se utilizó apoyan a la animación generando un sentimiento de niñez y felicidad. La narración es realizada por un niño lo cual lo conecta con el grupo objetivo.



Imagen de: Proyecto Imagi-nación campero



## Experiencias desde diseño

Traducción libre realizada por: Ana Lucía Tres (Ver anexo 7 con artículo original) OFFSET y Sagar (2017)

---

# INGENIOSA INSPIRACIÓN

---

Combinando una sensación infecciosa de diversión con una curiosidad insaciable y una actitud de nunca acabar, Kelli Anderson es innovadora verdaderamente apasionada y creativa.

---

*Kelli Anderson* - Kelli es un artista, diseñadora e inventora que siempre está experimentando con nuevos medios para crear imágenes y experiencias. Hace dibujos, fotografías, cortes, grabados y códigos en su estudio ecléctico; crea todo, desde papel interactivo y en capas, hasta sitios web experimentales también encuentra el tiempo para enseñar historia de arte en el Pratt Institute cada verano. [www.kellianderson.com](http://www.kellianderson.com)



Imagen de: Kelli Anderson  
Recopilada de: Computer arts Magazine Abril 2017 (página 51)

Cuando Kelli Anderson le presentó a su editor el prototipo de “This book is a camera, una publicación pop-up que se convierte en una cámara”, fue rechazado por ser imposible de producir.

Decidido demostrar que estaban equivocados, la diseñadora residente en Brooklyn auto publicó el libro, aprendiendo los cimientos de la distribución y promoción de libros para producir 2.000 copias en tan solo ocho semanas desde el prototipo hasta la impresión. Este se agotó. Ahora, para deleite de Anderson, el museo de arte moderno de Nueva York va a volver a imprimir el libro, consolidando su posición como un clásico del diseño de Papercraft.



La determinación y la curiosidad son típicas de Anderson. Es más feliz cuando explora nuevas formas de crear experiencias, ya sea dibujando, pintando o codificando. Ella también siente pasión por el papel que toman los diseñadores en la creación de cambios.

Anderson se puso al día con OFFSET Dublín antes de su charla en la conferencia de este año para debatir sobre política, publicación y solución de problemas. Esto es lo que ella tuvo que decir...

### **Offset: ¿Cómo funciona este proyecto este libro es una cámara de trabajo?**

Es un libro pop-up que cuando se abre se transforma en una cámara de gran formato completamente funcional. Las páginas del libro muestran cómo este simple dispositivo, puede aislar un rayo de luz para crear una fotografía y proporciona instrucciones completas para revelar las imágenes con los productos químicos domésticos. Hace que el mundo físico sea el anfitrión de todo tipo de magia invisible porque, físicamente, hay muy poco en ello.

Los dispositivos tecnológicos normales son complejos y opacos. Cuando interactúas con tu iPhone, no está claro de dónde viene la funcionalidad, pero con el libro *"This book is a cámara"*, no hay nada entre tú, el papel y la física, esencialmente. Una delgada hoja de papel es lo único que lo separa de las fuerzas estructurales que subyacen a la acción en el mundo.

Encuentro que hay un tipo muy íntimo de alegría intelectual en esto: al tocar y manipular estas fuerzas fundamentales, que normalmente se describen como abstracciones intangibles en los libros de texto de ciencias.



Imagen de: "This book is a cámara", libro pop up que se transforma en una cámara.  
Recopilada de: Computer arts Magazine Abril 2017 (página 52)

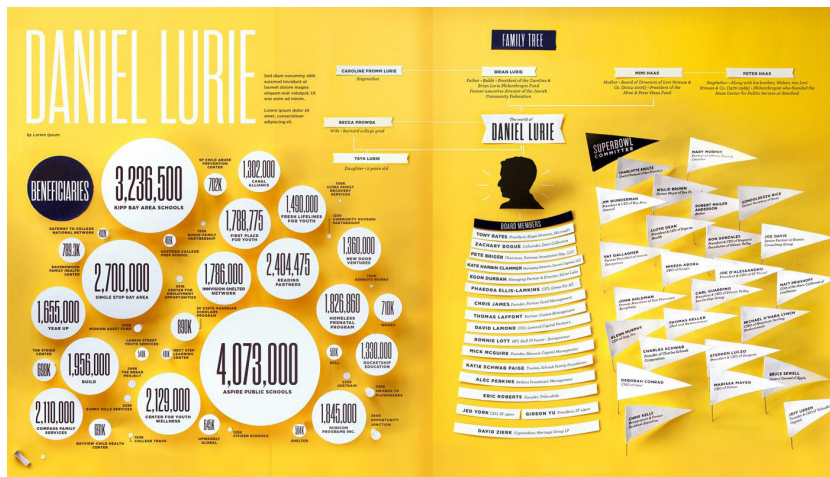


Imagen de: Ilustración de papel de las conexiones e influencias de Daniel Lurie  
 Recopilada de: Computer arts Magazine Abril 2017 (página 53)



Imagen de: Ilustración de papel para la biblioteca pública de Nueva York, convirtio libros a esculturas de papel.  
 Recopilada de: Computer arts Magazine Abril 2017 (página 54)

**Su trabajo expresa tanto humor e ingenio, pero también emana una sensación de curiosidad alegre. ¿Puedes llevarnos a través de tu proceso?**

La mayoría de las veces, sucede algo como magia que no entiendo del todo. La alegría viene de las sorpresas que descubro a lo largo del camino y hago todo lo posible para llevarlas a la perfección, para que otros puedan experimentar estos mismos descubrimientos emocionantes. Sin embargo, a veces el proceso funciona así: mantengo un cuaderno de bocetos con ideas huérfanas en busca de un hogar.

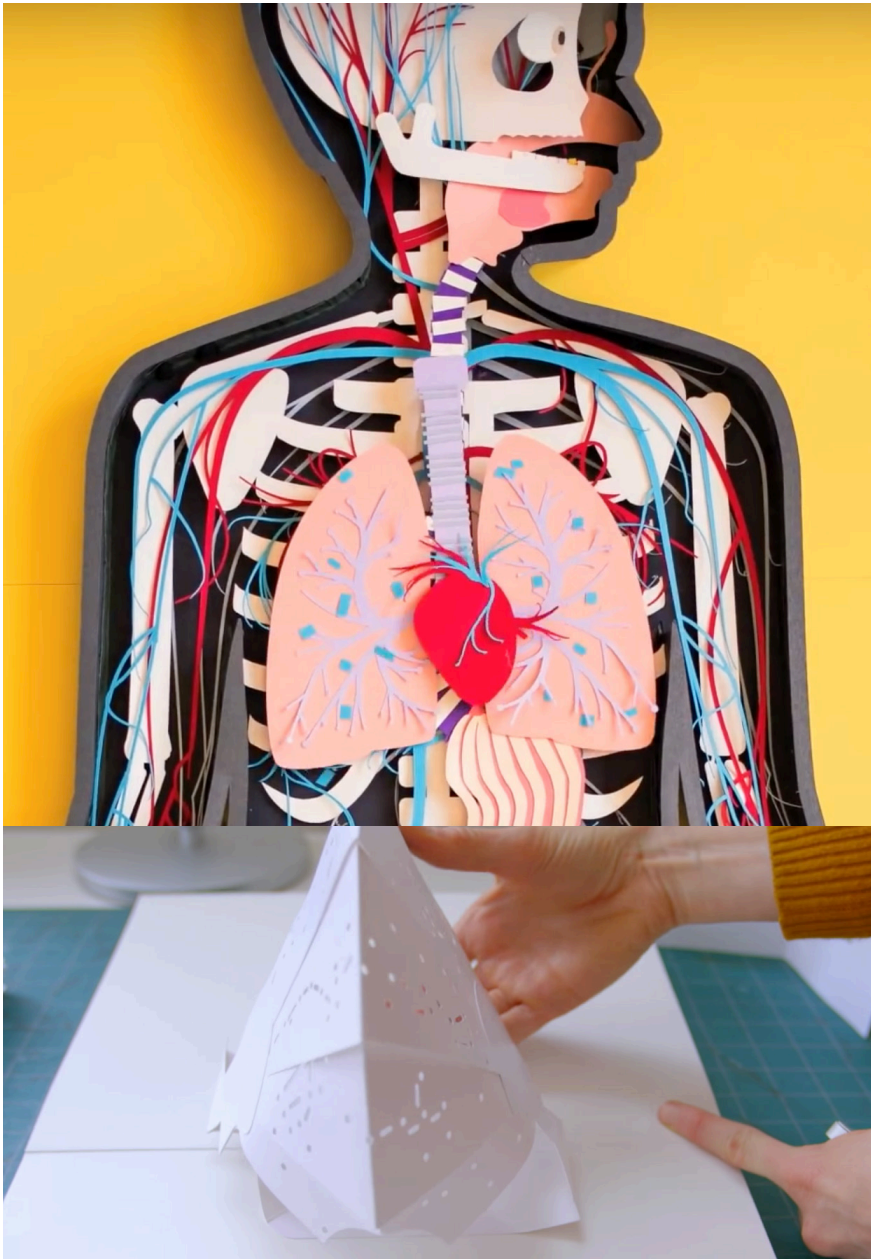
Todo entra allí, cualquier cosa que me haga pensar. Las mejores cosas son las que parecen geniales, pero no tengo idea de por qué. Esos son los nuevos potenciales descubrimientos.

De todos modos, el cuaderno de bocetos es algo así como una lista de deseos, de ideas soñadas, que espero algún día coincidir con un proyecto y desarrollar.

Eventualmente, puede aparecer un proyecto que sea una buena combinación y procedo a dar cuerpo a todos los detalles, dadas las necesidades específicas de la nueva circunstancia específica, más la agalla y la complicación de la realidad.

Si no se exactamente cómo resolver el problema, me aferro al ángulo que me interesa y pienso, busco o leo hasta que encuentro un acercamiento que me emociona. A veces no encuentro una buena solución, que es decepcionante, pero le sucede a todos en algún momento.





Recopilada de: <https://www.youtube.com/watch?v=PTJPzpgXUzo>

### **¿Cómo afecta el diseño de tu estudio tu práctica diaria?**

Porque trabajo en muchos proyectos físicos, necesito mucha espacio. Construí un escritorio de 16 pies de largo y de forma convergente con la ayuda del experto en metales, Dustin John, y mi otra mitad, Daniel. Los planos están en mi blog. La base del escritorio está construida con gabinetes de cocina de IKEA. Esto ayuda a ocultar el desorden.

El escritorio también contiene mi plotter, que utilizó para crear recortes en papel para crear prototipos de libros pop-up.

La esquina del estudio contiene una máquina de impresión tipográfica 1919 Golding Pearl.

Tengo herramientas como un acaparador. Me pone nerviosa no tener todo a mano para trabajar en un proyecto en medio de la noche. Nada me hace feliz como herramientas especializadas ¡son la encarnación física de la lógica perfecta y elegante!

### **¿Tiene mucha interacción con otros creativos en el área?**

Disfruto la compañía de otros, pero he sido independiente toda la vida.

Colaboro con amigos y clientes en proyectos, pero generalmente es por correo electrónico y ocasionalmente trabajamos juntos con Daniel. Sin embargo, vivo en Brooklyn, así que no podría vivir en un lugar más pequeño si lo intentara. Camino por la calle y me encuentro con amigos, veo diseño y hablo regularmente con personas de ideas afines.

Sin embargo, me gustaría trabajar en un entorno de ciencia o ingeniería, dónde pudiera aprender cosas de personas que exploran el mundo físico desde un ángulo completamente diferente. Estoy realmente inspirada por lo que el laboratorio de Manu Prakash en Stanford ha hecho al crear el Foldscope (un

microscopio de papel barato) y estaría encantada si mi carrera pudiera ir en esa dirección en algún momento.

### **¿Cómo llegaste a dónde estás?**

Yo era una chica nerd de libros, arte y ciencia que se convirtió en una nerd adolescente artista de libros y de la música, que finalmente fue a la escuela de posgrado para el arte de estudio, luego otra vez para arte y la historia del diseño.

Yo quería ser un estudiante para siempre, básicamente. Como adulto, trabajé como fotógrafa de colecciones en el Museo Americano de Historia Natural durante cinco años -digitalizando negativos de placas de vidrio y libros de ciencias naturales raros- hasta el momento en que mi invitación de boda de tocadiscos de papel se volvió viral en Internet.

Este fue el momento en que me di cuenta de que la gente me veía como una diseñadora. Mis intereses y actividades siempre han sido muy diversos, así que siempre me sentí un poco salvaje. Fue agradable encontrar un hogar en un campo que ofrece a sus practicantes tanta flexibilidad. Gracias a su carrera, he tenido la suerte de experimentar varias experiencias significativas que cambiaron mi vida.

Ayudé a uno de mis músicos favoritos a volver a ingresar música, diseñé un restaurante completo para una institución querida de NYC, viajé por el trabajo hablando en conferencias de diseño, construí una instalación para la NYPL, hice un video musical para una de mis bandas favoritas y estoy publicando un libro. Soy extremadamente afortunada.

**Usted ha descrito el activismo político y social como una puerta de entrada para descubrir el poder del diseño. ¿Qué papel pueden tener los diseñadores?**



Cuando era niño, aprendí sobre el medio ambiente y me volví súper dedicado y obsesionado con él. Hacia carteles de protesta en la escuela primaria. Leí la liberación de animales en quinto grado y dejé de comer carne. Esto se ha traducido en la vida adulta como diseñador cuando me doy cuenta de que cada pieza de trabajo en la que invierto amor o esfuerzo es un acto de defensa. Así que escojo clientes y proyectos basados en lo que creo que debería ser en el mundo.

Hago trabajo para entidades, organizaciones, ideas y personas de las cuales estoy desacuerdo. Este no es el trabajo más glamoroso pues las marcas de lujo ciertamente pagan mejor, pero mantiene mi ánimo alto, que es algo que no se puede comprar. Mis proyectos de arte / diseño de activistas favoritos son aquellos que demuestran que convencen con evidencia de primera mano. Como ver es creer para la mayoría de las personas, mostrar en lugar de decir puede ser visceralmente persuasivo.

En 2008, trabajé con Yes Men y otros grupos para lograr un engaño gigante: cubrimos NYC con una versión falsa del New York Times que contenía «Noticias» de un futuro utópico. [Vea cómo la noticia se revolvió para dar sentido a la travesura que estaba ocurriendo: [www.bit.ly/nytfake](http://www.bit.ly/nytfake)]. Queríamos mostrar cuán grande podría ser el mundo si nosotros, las personas, simplemente lo quisiéramos lo suficiente como para presionar a nuestros líderes electos a representar nuestros intereses.

La acción más tarde pasó a recibir el Premio Prix Ars Electrónica y se exhibió en el Museo de Brooklyn el año pasado. Otros proyectos divertidos y eficaces que son tremendamente inspiradores son las revistas falsas que avergüenzan a los ricos codiciosos, atacan las deudas del sistema de negociación de deudas, muchas de las acciones de Yes Men, y hay más en Actipedia.

### **¿Cuál es tu kit de herramientas central de estudio?**

Lo que uso con más frecuencia es mi macbook pro y estoy principalmente pegado al Adobe Creative Suite; más que nada Photoshop. Para codificar cosas, me gusta Espresso. Me encanta mi plotter y me gustaría tener un cortador láser en casa. Por ahora, estoy ordenando cortes por láser de fabberz. Son sorprendentes.

Tengo una máquina de impresión tipográfica de 1919 Golding Pearl, pero cuando quiero imprimir normalmente voy a la calle al espacio de impresión de mi comunidad local, The Arm. Dan, quien lo dirige, es una de mis personas favoritas, y me alegra pasar el rato allí y usar sus Vandercooks.

### **¿Todavía encuentras el tiempo para producir trabajo personal?**

Sí, estoy terminando un libro que he estado haciendo titulado: *“Este libro es un planetario”* que saldrá este otoño con Chronicle Books. También estoy tratando de convertir mi tocadiscos de papel en un libro pop-up real y amigable para el consumidor. Esas son mis actividades personales (caras) de este año. Mis pasatiempos incluyen escuchar música, podcasts y audiolibros. Fuera de mi departamento, disfruto pasear en bicicleta por la ciudad de Nueva York como loca, comer con amigos y subir al techo, mi estilo de exploración urbana.

Kelli Anderson habló con OFFSET Dublín. Lea más entrevistas en [www.iloveoffset.com/interviews](http://www.iloveoffset.com/interviews)

## ESPECIALIZATE EN LA TÉCNICA

*Inspirado por el éxito de Kelly Anderson,  
Tres tips para crear texturas.*

### 01 USO DE PHOTOSHOP PARA HACER PROTOTIPOS

“Yo empiezo pensando que quiero que la imagen contenga y hago una lista de las cosas que representan el concepto,” explica Jessica Walsh. “Yo hago mockups de photoshop de los elementos que quiero en mi pieza final, juego con los tamaños hasta lograr la composición que es balanceada, después creo el mockup en objetos de la vida real y los fotografío”.

### 02 PENSAR EN TRES DIMENSIONES

Casper Franken en Shotopop dice que “Muchos ilustradores piensan en una dimensión acerca de la ilustración”. “Explora técnicas y efectos digitalmente o a través de un medio más tradicional que se puede editar. Uno nunca sabe que se puede descubrir”.

### 03 NO HACER EL LOOK DE HECHO A MANO FALSO

“Yo siempre me frustró si las ilustraciones cortadas a mano son falsas en alguna forma o si las piezas fueron manipuladas en una computadora para verse hecho a mano”. dice Owen Gildersleeve. “La felicidad de hacer trabajo manual es que no es perfecto y tiene fallas visibles. Usa estas cualidades a tu ventaja”.





## COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Para descubrir las características del grupo objetivo se realizaron dos encuestas, una para los padres y una para los niños. Los resultados de ambas encuestas se encuentran en la sección de anexos (anexo 8.1. y 8.2.). Con dichas encuestas se definió el perfil geográfico, demográfico, psicológico y psicopedagógico de ambos grupos.

El grupo objetivo se divide en dos grupos:

1

- **Primario**

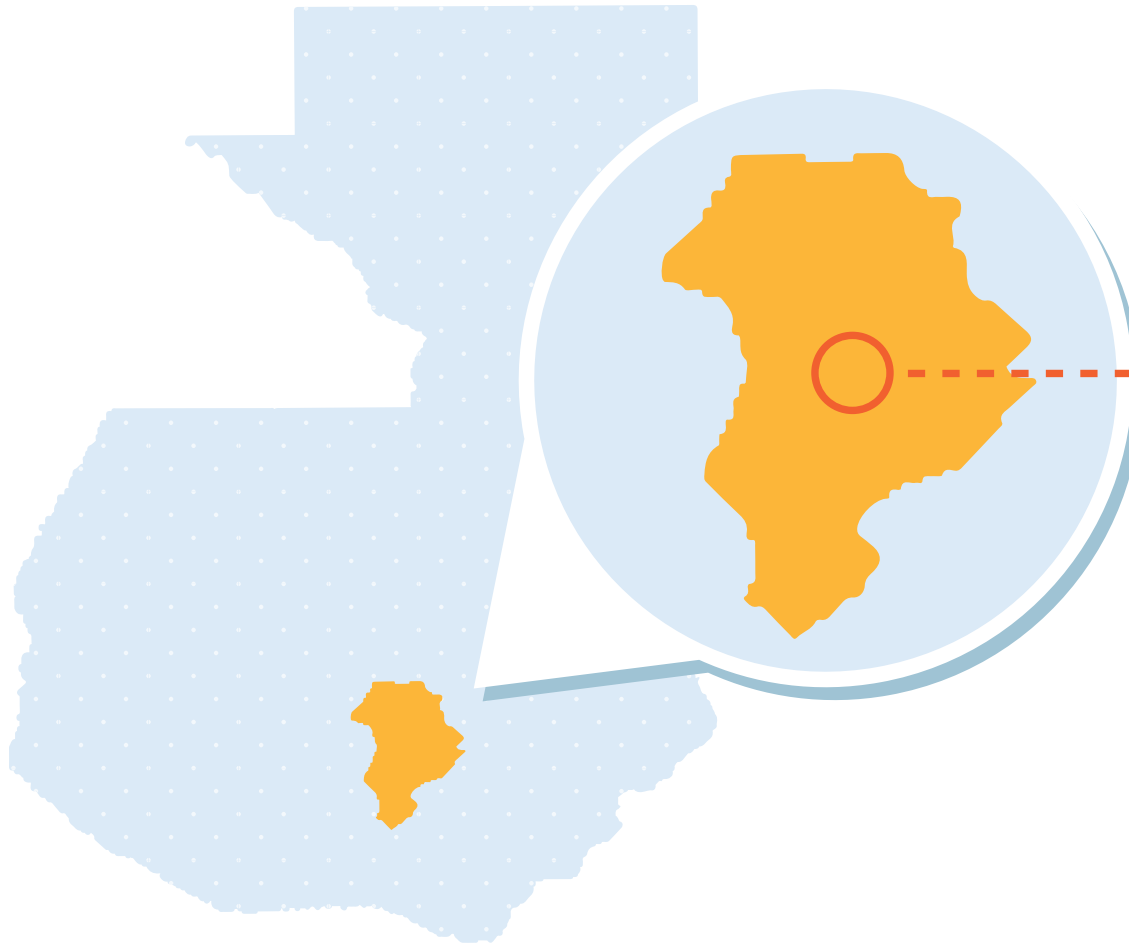
Son padres de familia a quienes va dirigida la presentación multimedia en la cual se les invitará a que inscriban a sus hijos para poder formar parte del «Club de lectura».

2

- **Secundario**

Son niños, hijos del grupo objetivo primario, a quienes va dirigida la identidad de campaña y el kit de bienvenida al «Club de lectura».

# GEOGRÁFICO



**PAÍS:** Guatemala

**DEPARTAMENTO:** Guatemala

**MUNICIPIOS:** Guatemala,  
Villa Nueva, Santa Catarina  
Pinula, Villa Canales y Mixco.



# DEMOGRÁFICO

## ADULTOS



### **NIVEL EDUCATIVO:**

Universitarios no graduados con secundaria completa



### **CICLO DE VIDA:**

Nido lleno / Paternidad  
Casados

### **HIJOS:**

Generalmente tienen 1-2 hijos

**Edad:** 30-40 años

**Genero:** Hombres y mujeres

**Nivel Socio económico:** Nivel medio bajo C2

**Laboran en:** Helados Sarita

### ***Definición del perfil demográfico***

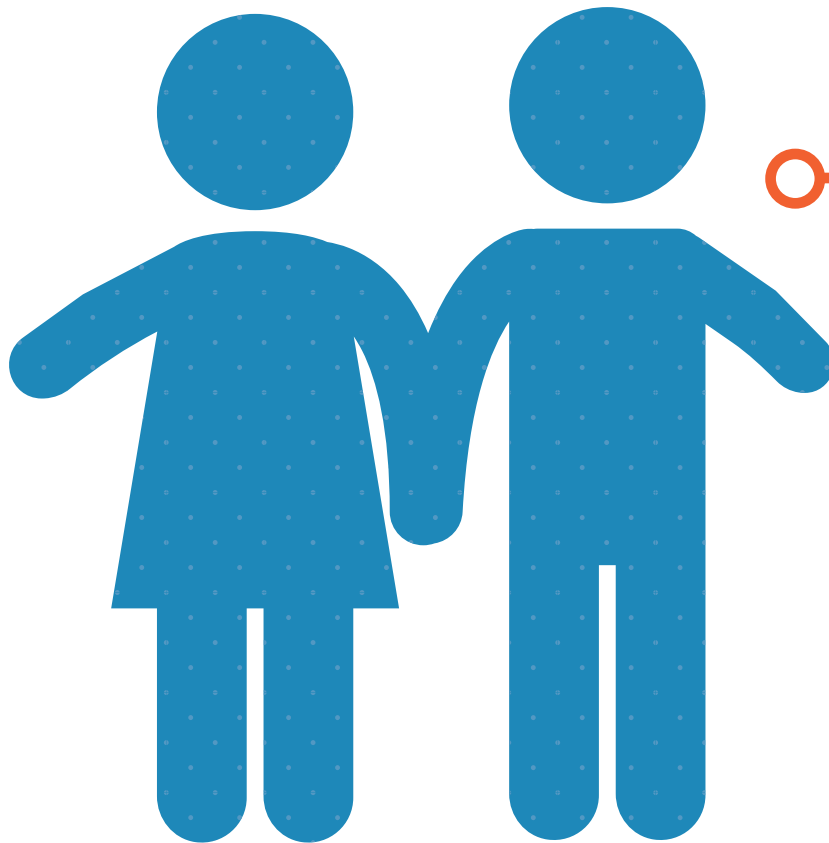
Demográficamente el grupo objetivo son hombres y mujeres que tienen entre 30 a 40 años de edad. Son padres de familia, 75% de ellos en un matrimonio, en la etapa de nido lleno, según Rivas y Grande (2013) esta es una etapa de crecimiento en la cual se invierte en escuelas y productos infantiles. La estructura familiar usualmente consta de un matrimonio o pareja con hijos en edad infantil. El 58.3 % de ellos tienen de 1 a 2 hijos por lo cual su núcleo familiar es pequeño.

Según las encuestas el 33.3% termino la secundaria y el 50% están cursando una carrera universitarias, lo cual indica que son personas que están invirtiendo en su educación para poder superarse.

Según Multivex (2009) el grupo objetivo pertenece al nivel socioeconómico C2 pues “por lo general son profesionales, comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios”. Ellos ocupan puestos como supervisión de ventas, asistente de compras, asistente de desarrollo organizacional, asistente de relaciones laborales, coordinador de reclutamiento y dotación, entre otros.

# DEMOGRÁFICO

## NIÑOS



**Edad:** 8-12 años

**Genero:** Hombres y mujeres

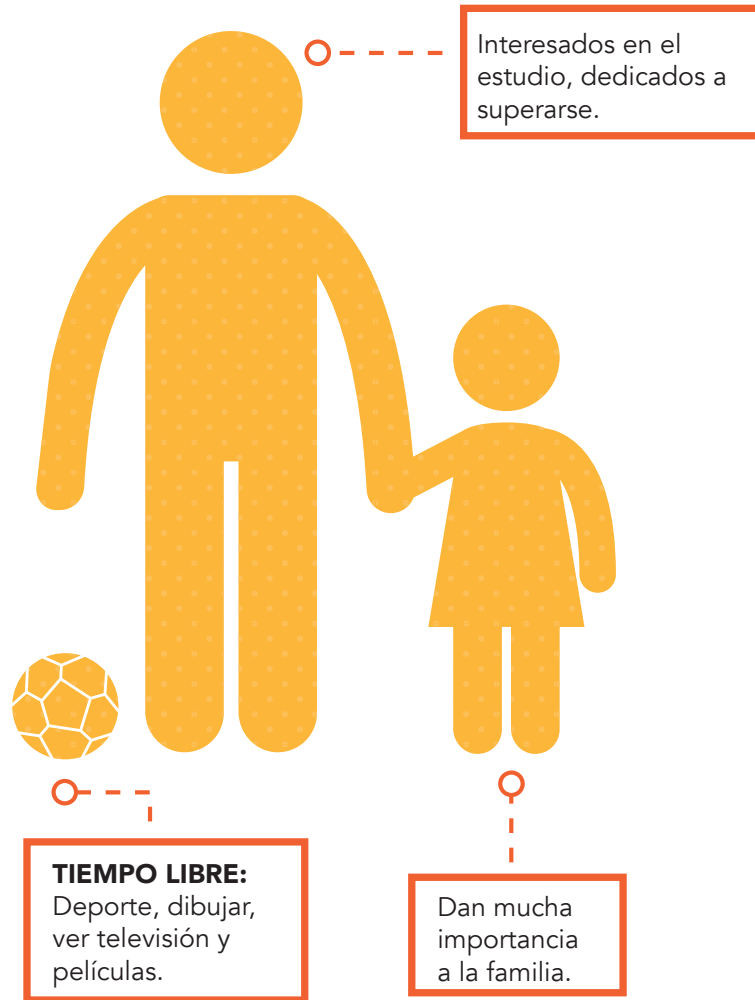
**Nivel Socio económico:** Nivel medio bajo C2

### *Definición del perfil demográfico*

Demográficamente el grupo objetivo secundario son niños y niñas que tienen entre 7 a 12 años de edad. Sus padres trabajan en *Helados Sarita*. Son estudiantes de tercer grado a primero básico, según Multivex (2009) van a colegios y universidades del país. Viven con sus padres y usualmente tienen uno o más hermanos.

# PSICOGRÁFICO

## ADULTOS



### **Definición del perfil psicográfico**

Psicográficamente el grupo objetivo son padres de familia que en su tiempo libre hacen deporte, dibujan y ven películas.

El 50% de los encuestados mencionan que su tiempo libre lo dedican a la familia por lo que son personas que entienden la importancia de la familia. Son personas conservadoras que respetan al prójimo, aman a su familia, tienen valores y educan adecuadamente a sus hijos.

Según las encuestas, el 50 % está cursando una carrera universitaria y el 33.3% termino la secundaria. Al 100% de los encuestados les gusta leer por lo cual se puede decir que son personas educadas y responsables. Que quieren aprender y mejorar. Según Multivex (2009) la educación es muy importante por lo cual los padres realizan muchos esfuerzos para darles una buena educación a sus hijos. Esto nos indica la importancia que tiene la educación para los padres, según las encuestas el 100% de los padres consideran que la lectura es importante para la educación.

# PSICOGRÁFICO

## NIÑOS



Son curiosos y quieren aprender más.



Suelen estar influenciados por sus amigos, padres, libros, maestros, ect.

### **Definición del perfil psicográfico**

Son curiosos y quieren aprender más. Suelen estar influenciados por sus amigos, padres, libros, maestros, etc.

Psicográficamente los niños de estas edades se caracterizan por ser muy activos, según las encuestas realizadas entre las actividades que les gusta hacer en su tiempo libre están jugar, pintar, hacer tareas y bailar.

Según Chavarría (1985) los niños suelen tener un gusto muy pronunciado a la acción. Usualmente son niños curiosos y buscan mucho el ¿por qué? de las cosas. En la edad escolar los niños tienen muchas influencias, los compañeros, los libros, la televisión, los maestros y los padres.

Les gustan los animales reales e imaginarios. Les llaman la atención los colores fuertes como el azul, morado, verde y amarillo.



# PSICOPEDAGÓGICO

## ADULTOS

### **Definición del perfil Psicopedagógico**

Según Undurraga (2007) el aprendizaje en los adultos es un tema que no se trata usualmente. Ella menciona que el aprendizaje es no es solamente educativo sino un funcionamiento vital. Este se da en la interacción sujeto-medio en dónde el sujeto cambia el medio a través de sus acciones, el medio se modifica y presenta nuevas demandas al sujeto quien a su vez debe adecuarse a estos cambios. Este proceso se puede definir como aprendizaje.

Varios autores dicen que no existe diferencia entre el aprendizaje de niños y de adultos pues el aprendizaje es un solo proceso que se manifiesta en distintos sujetos. El aprendizaje de adultos es llamado andrología. Los adultos usualmente necesitan saber para que aprenden antes de involucrarse en la tarea, necesitan entender el fondo y el sentido del aprendizaje.

“Los adultos se integran a situaciones educativas con un mayor y diferente tipo de experiencias” por lo que se pueden producir efectos negativos, sesgos, prejuicios o Resistencia a nuevas ideas. Usualmente aprenden mejor cuando lo aprendido tiene valor en su vida diaria. La motivación es interna dando calidad de vida, satisfacción y autoestima.

Calderón (2018) menciona que es muy importante que los adultos entiendan la importancia de las cosas para estar

interesados. Ellos prefieren saber los beneficios puntuales de las cosas para motivarse. Forno y calderón (2018) recalcan que es muy importante para los adultos saber los beneficios de las cosas al igual que dar información puntual para poder mantener la atención. Una forma de motivar a adultos es por medio de talleres o conferencias donde puedan aprender los beneficios que traerá para ellos o sus hijos.

Forno (2018) afirma que a los adultos puede darles miedo lo desconocido por lo que recomienda brindar información exacta y directa. También recomienda que para adultos de nivel académico medio se utilicen letras grandes con imágenes coloridas y al utilizar videos no pasarse de 5 a 7 minutos.



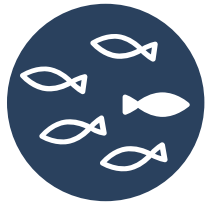
Aprenden mejor cuando lo aprendido tiene valor en sus vidas.



Miedo a lo desconocido.

# PSICOPEDAGÓGICO

## NIÑOS



Quieren ser independientes aunque los padres siguen siendo una influencia.

### **Definición del perfil Psicopedagógico**

Conforme pasan los años, los amigos son cada vez más importantes y los padres menos. A los 9 años muchos niños se niegan a vestirse lo que sus padres sugieren, este es un símbolo de independencia.

Los padres continúan siendo influencia en los niños. Les incomoda que los adultos estén al mando por la madurez que han adquirido. Se sienten responsables y pueden actuar con rebeldía hacia la autoridad.

Según Berger (2007) los niños de 9 años se vuelven mucho más precisos y eficientes cuando estudian. Utilizan habilidades meta cognitivas, que es una forma más elevada de pensamiento. Necesitan que la lectura y escritura están conectadas para tener una mejor comprensión y que se siga desarrollando la lectura.

A partir de los 8 años, los niños alcanzan el pensamiento operacional, esto incluye la capacidad para comprender principios lógicos de identidad, reciprocidad y reversibilidad. Los niños se vuelven más abiertos a aprender, su capacidad para procesar información aumenta y también su memoria. En el lenguaje incrementa la capacidad de usar un vocabulario más amplio.

Según Chavarría (1985) «a la mayor parte de niños de primeros grados de enseñanza básica les agradan los libros con narraciones cortas y tipografía claramente legible y ilustraciones figurativas; los temas preferidos son historias de animales reales y fantásticos, cuentos de hadas, narraciones sobre niños de otras latitudes, relatos hogareños, juegos infantiles, adivinanzas, trabalenguas, palabras sin sentido, lo absurdo, poesía rimada y juegos verbales. El interés por lo fantástico se incrementa hasta los 8 y 9 años, posteriormente disminuye en forma gradual».

A los niños les interesan los relatos de travesuras, personajes divertidos y valientes, la interacción de niños con adultos. Se interesan en aventuras, misterio, el espacio y la ficción. A los 9 años se diversifican niños y niñas pues a las niñas les atraen más narraciones sentimentales y a los niños de aventura. Los 9 años es una edad intermedia y una de las características más importantes es la auto-motivación, esta es la clave

para entenderlo en su progreso hacia la madurez. Tiene la capacidad para poner su mente en diferentes cosas. Tienen mucha creatividad y cuando se entregan a una actividad lo hacen de lleno pues no les gusta ser interrumpidos. Puede profundizar y llegar mucho más lejos que el niño de 8 años. Es constante y capaz de corregirse gracias a su madurez y conocimiento de sí mismo. En esta época los niños son buenos alumnos pues disfrutan de aprender. Les gusta clasificar información y recolectar datos. Tienen interés en rangos, marcas, banderas y escudos. Tienen capacidad de captar información que viene de la radio, televisión y revistas.

Forno (2018) menciona que la lectura es importante pues brinda estrategias de aprendizaje y refuerza lo que ya fue aprendido. La lectura desarrolla la imaginación y el movimiento visomotor. Los niños se interesan cuando hay variedad de actividades que incluyan movimiento, ritmo y estructura. Ellos necesitan una rutina diaria para crear el hábito de la lectura aunque recomienda utilizar un tiempo prudente dependiendo de la edad. También menciona que es importante hacer comprobaciones de lecturas con actividades prácticas.

Calderón (2018) menciona que es muy importante dejar a los niños elegir sus propios libros para mantenerse motivados. A los niños les gustan los retos por lo que hay que considerar el tamaño del libro que se va a leer pues uno muy corto puede ser aburrido. También dice que usualmente los niños con problemas de lectura están en desventaja en los estudios y por esto es necesario reforzar la lectura en casa.





# GESTIÓN DEL PROCESO DEL DISEÑO



## CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

La sección del “contenido del material gráfico” contiene todo el contenido textual que se utilizará en cada una de las piezas.

### *Logotipo*

Fábrica de lectores

### *Manual de Identidad*

Introducción

Índice

La marca

Logotipo

Área de protección

Tamaño mínimo de reproducción

Color

Tipografía

Versiones correctas

Aplicaciones Correctas

Aplicaciones Incorrectas

Papelería corporativa

Aplicaciones Varias

### *Ficha de inscripción*

Información de padres

Fecha

Nombre de padre/madre

número de teléfono

Correo electrónico

Puesto que ocupa

Dirección de casa

Información de hijos

Primer y segundo nombre

Primer y segundo apellido

Fecha de nacimiento

Centro educativo al que asiste

Grado

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Whatsapp: 4084-9098

[fundacionadolfinacastaneda@gmail.com](mailto:fundacionadolfinacastaneda@gmail.com)

### *Video (Animación)*

Logotipo “Fábrica de lectores”

La lectura es una herramienta que agiliza la inteligencia.

Es un elemento fundamental en la formación de las personas.

El hábito de lectura estimula:

La creatividad, ortografía e inteligencia

Por esto es importante que ayudemos a motivar y guiar a los niños a través de la lectura

Recuerda: El ingrediente secreto de la educación de tus hijos son los libros

Motivemos a los niños al hábito de la lectura para ayudar a formar

personas con opiniones valiosas para la comunidad

Inscribe a tu hijo en la

Logotipo “Fábrica de lectores”

Para más información:

[fundacionadolfinacastaneda@gmail.com](mailto:fundacionadolfinacastaneda@gmail.com)

Whatsapp: 4084-9098

[Tel. 2333-3444](tel:2333-3444)

Logotipo *Fundación Adolfin Castañeda*

### **Kit de bienvenida:**

Bolsa

Logotipo “Fábrica de lectores”

Separadores

Separador 1:

“Solo con el corazón se puede ver bien, lo esencial es invisible a los ojos”. Antonie de Saint-Exupery

Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo “Fábrica de lectores”

Separador 2:

“Mientras más leas, más cosas sabrás. Mientras más sepas, más lejos llegarás”. Dr. Seuss

Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo “Fábrica de lectores”

Separador 3:

“Un libro es un sueño que tienes en tus manos” Neil Gaiman

Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo “Fábrica de lectores”

Mapa

Logotipo “Fábrica de lectores”

Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

[fundacionadolfinacastaneda@gmail.com](mailto:fundacionadolfinacastaneda@gmail.com)

WhatsApp: 4084-9098

Bienvenido !Hola!

Pasos que debes completar:

1 disfruta de tu libro

2 escribe un resumen

3 escribe 3 nuevas palabras

Al terminar de leer el libro...

1. Entrega tu comprensión de lectura y el libro a tus padres
2. Ellos lo entregan a la Fábrica de lectores
3. te enviamos un nuevo libro y un cupón de helado sarita GRATIS

Siempre recuerda

Los libros son propiedad de la Fábrica de lectores.

Debemos cuidar los libros para que lleguen a todos en buen estado.

Tu kit de lectura contiene

Tu primer libro, un separador de libro, una bolsa para guardar tus libros y membresía de la Fábrica de lectores.

Primera visita a Fábrica de lectores

Mejor resumen del libro

Mejor descripción de personaje

Lector estrella

Subiste de nivel de lectura

Primer libro leído

Excelentes palabras nuevas

Quinto libro leído

Gana las 8 *stickers* que se te entregarán junto a tus libros para gana un libro Nuevo y medio gallón de helado GRATIS.

### Sticker

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades por la mejor descripción de personaje  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades subiste de nivel de lectura  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades por el mejor resumen del libro  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades por tu primera visita a la Fábrica de lectores  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades Lector estrella del mes  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades por el primer libro leído  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades por las excelentes palabras nuevas  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

Logotipo Fábrica de lectores  
Felicidades por tu quinto libro leído  
Sigue leyendo para completar tu mapa.  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*

### Membresía

Logotipo “*Fábrica de lectores*”  
Nombre del niño  
Fecha de cumpleaños

Logotipo “*Fábrica de lectores*”  
Nombre:  
Padre / Madre:  
Código de barras  
Logotipo *Fundación Adolfina Castañeda*  
[Fundacionadolfinacastaneda@gmail.com](mailto:Fundacionadolfinacastaneda@gmail.com)  
Whatsapp:4084-9098

### Sobre de Membresía

Logotipo “*Fábrica de lectores*”

## DISEÑO DEL CONCEPTO

### ***Búsqueda del concepto***

Antes de iniciar el proceso para encontrar frases conceptuales se realizó una técnica llamada seis sombreros para pensar. Esta técnica muestra un resumen de lo que el proyecto es en general. Se utilizó el método de los seis sombreros para pensar por que es una forma sencilla de ordenar la mente al momento de tomar decisiones. Se utilizan seis sombreros imaginarios con los cuales se debe de analizar algo. El sombrero blanco responde al área objetiva, analiza hechos y datos. El rojo es el sombrero de los sentimientos y de la intuición. El sombrero azul ve los procesos. El sombrero verde es creativo y es el sombrero de las ideas. El amarillo analiza solo el lado positivo de las situaciones y el sombrero negro ve el peligro, dificultades y riesgos.

Con la información obtenida en la técnica seis sombreros para pensar y las siguientes técnicas de conceptualización se obtiene un concepto que sirve como base del proyecto. Utilizando estas técnicas se elige un concepto el cual se necesita para la realización de todos los materiales. Las técnicas que se realizaron para la generación de ideas fueron *what if?*, transformación y Da Vinci, las cuales se explican más adelante. Dichas técnicas se pueden encontrar en los anexos 9.1 al 9.4.

SOMBRERO	DEFINICIÓN
Sombrero Blanco	Falta de hábito de lectura en Guatemala Analfabetismo elevado Pobreza en todo el país
Sombrero Rojo	Enojo por desinterés de mejora personal Felicidad por ver que se proponen programas para promover la lectura
Sombrero Azul	Para que los niños lean se necesita de la ayuda previa de padres y maestros. Ellos son la guía que necesitan. (Maestros > padres > Niños) Para entender la lectura y que no sea aburrida se necesita llegar a cierto nivel de alfabetización primero. (Alfabetización > escritura > lectura > conocimiento > opinión fundamentada) La lectura ayuda al conocimiento el cual genera ingresos para las personas (Lectura > aprendizaje > conocimiento > trabajo > ingresos > Mejora personal)
Sombrero Verde	Libros digitales Libros pop u Ingeniería del papel Audio books troquelados
Sombrero Amarillo	Niños lectores Guatemaltecos cultos y prósperos Personas inteligentes que producen valor a Guatemala
Sombrero Negro	Falta de interés, pobreza , necesidad de material, poca colaboración de padres y maestros, falta de intelecto y sentido común, poco fundamentos para tener opinión.



# 1

## *Técnica What if? / ¿Que pasaría si?*

Se utilizó una técnica llamada ¿qué pasaría si...? Esta técnica toma como base la frase ¿qué pasaría si...? Seguida de una oración relacionada con el tema que la complementa. Luego de tener la pregunta se hace una lista con respuestas a esta pregunta, las cuales serán las frases conceptuales.

Ej. ¿qué pasaría si no existiera la escritura?  
- Se nos olvidaría todo

Conceptos generados:

Avance mental

Repetición de soluciones históricas

Expansión de comunicación pensante

Aventura de aprendizaje histórico

# 2

## *Técnica Transformación*

La técnica de transformación se basa en tomar una palabra relacionada a la temática que se va a utilizar. Se busca el significado a esa palabra en el diccionario de la Real Academia Española y se toma una palabra clave de la definición de la palabra inicial. Se obtiene la definición de esta palabra clave y se elige otra, así encontrando palabras interesantes que se relacionan a la temática. Finalmente realizar frases conceptuales en base a estas palabras.

Ej. Palabra inicial: Lectura

Lectura: Interpretación del sentido de un texto.

Definición: Explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto

Conceptos generados:

Movimiento de lectura oculta

Secreto descubierto

Quimérica realidad cultural

Conocimiento escondido

Mente secreta en movimiento

Secreto engendrado de lo desconocido

# 3

## *Técnica Da Vinci*

Esta técnica utiliza una imagen en la cual se debe tratar de obtener el mayor número de palabras posibles relacionadas a la imagen. Con las palabras se debe de realizar frases conceptuales.

Conceptos generados:

**Recorrido intelectual guiado**

Recorrido infantil guiado

Planos escondidos

Conexiones en recorridos secretos

Conocimiento experimental

Se eligieron cuatro conceptos preliminares:

## *Aventura de aprendizaje histórico*

Se seleccionó este concepto preliminar por su relación con el eje de educación el cual se refleja en el área de aprendizaje histórico, la relación con el grupo objetivo secundario es la Aventura pues los niños son motivados por temas como este.

## *Conocimiento escondido*

Se seleccionó conocimiento Escondido por que se refiere al conocimiento que las personas obtienen al abrir un libro, si nunca lo abren nunca van a saber que se están perdiendo, por lo cual esta Escondido. Se relaciona con el grupo objetivo secundario por el factor sorpresa que es de interés para niños.

## *Recorrido intelectual guiado*

Recorrido intelectual guiado se refiere al recorrido que hacen los niños a través de los libros el cual es guiado por el grupo objetivo primario que son los padres.

Se hizo una selección del concepto evaluando su relación con el grupo objetivo primario y secundario, la necesidad, los objetivos y el eje de educación. Por esto se eligió el siguiente concepto.



*Concepto:*

**⇒ RECORRIDO INTELECTUAL GUIADO** 



### ***Fundamentación de la idea***

La lectura es una base fundamental para el aprendizaje, los niños usualmente pierden la motivación de leer pues es un proceso educativo y nadie los anima a seguir con esta actitud. Por esto se eligió el concepto siguiente: “recorrido intelectual guiado”. La lectura es un recorrido de conocimiento, en el cual se recorre de página en página a través de mundos imaginarios. El libro permite hacer un recorrido registrando e investigando todo lo que se desea saber. Mientras más lee una persona más conocimiento obtiene, la persona se transforma en alguien que puede emitir un juicio inteligente, deduciendo y entendiendo las cosas, transmitiendo ideas de valor que aportan a la comunidad. El mediador, el grupo objetivo forma parte importante del hábito de la lectura, este es quien guía al lector a través del viaje de los libros. Se considera que este concepto se adecua a el proyecto porque refuerza la importancia que la lectura tiene en el aprendizaje y la inteligencia al igual que menciona la importancia que tiene el grupo objetivo.



## RECORRIDO

### DENOTACIÓN

ruta  
camino  
viaje  
caminar  
trayecto

### CONNOTACIÓN

experiencia  
enseñanza  
movimiento  
ubicación  
aventura

### SIGNOS

flecha  
puntos  
aire  
bicicleta  
agua

### ARQUETIPOS

capitán  
piloto

### EMOCIONES

curiosidad  
ilusión

## INTELLECTUAL

### DENOTACIÓN

docto  
culto  
estudioso  
sabio  
pensador

### CONNOTACIÓN

educación  
entendimiento  
validez  
verdad  
confianza

### SIGNOS

números  
letras  
cerebro  
bombilla  
tuercas

### ARQUETIPOS

genio  
maestro

### EMOCIONES

tranquilidad  
orgullo

## GUIADO

### DENOTACIÓN

orientador  
educar  
asesor  
dirección  
ejemplarizar

### CONNOTACIÓN

compañía  
aprendizaje  
conocimiento  
experiencia  
estabilidad

### SIGNOS

brújula  
mapa  
binoculares  
manos  
lupa

### ARQUETIPOS

explorador  
policia

### EMOCIONES

seguridad  
admiración

## CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

### Visualización

Se generó una tabla y un *moodboard* para poder comprender la función, tecnología y expresión de cada uno de los elementos que se van a utilizar para el diseño de las piezas. La codificación del mensaje será dividida en tres partes, la imagen corporativa, el video y el kit de bienvenida. Cada una de estas partes contiene sus piezas y la función, tecnología y expresión de cada uno de los elementos que se utilizarán. Esta se realiza con el fin de comprender de una mejor manera que es lo que las piezas van a expresar y como se realizarán.

En el área de imagen corporativa se inicia con el logotipo, el cual su función principal es representar el la Fábrica de lectores. Este será aplicado en varias piezas por lo que se deben de tener la versatilidad de poder ser utilizado en distintos soportes. Para el logotipo se analizara el color y la tipografía.

El logotipo también cuenta con un manual de identidad, el cual debe de dar los lineamientos de cómo utilizar la marca. Para esta pieza se analizará la tipografía, retícula y soporte.

La ficha de inscripción es una pieza muy importante, es el material que llenan los padres para la inscripción de los niños. Esta pieza debe de contar con tipografía legible, espacios agradables para la escritura, etc. Por esto se analizara la tipografía, el color, el soporte y el formato.

LOGOTIPO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
COLOR	Aplicación sobre distintos colores y soportes	Blanco y negro	Adaptabilidad sobre cualquier color de soporte
TIPOGRAFÍA	Dar personalidad a la marca	Tipografía sans serif bold (Boogaloo)	Empatía con grupos objetivos

FICHA DE INSCRIPCIÓN	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
COLOR	Adaptarse al presupuesto	Escala a grises	N/A
TIPOGRAFÍA	Claridad en la lectura de textos amplios	Tipografía sans serif regular	Formalidad y confianza
FORMATO	Utilización del papel adecuadamente	Tamaño media carta	Conciencia ecológica
SOPORTE	Facilidad de reproducción	Digital	N/A

Para el área del video se realizó un video (Animación) el cual es el primer acercamiento con los padres. Este deberá de parecer para niños pero comunicar a adultos. Por esto se analizara color, tipografía, música, soporte, formato e ilustración.

VIDEO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
COLOR	Identificación con el eje de educación	RGB	Confianza
TIPOGRAFÍA	Legibilidad en el movimiento	Sans serif	Dinamismo
MÚSICA	Potenciar la atención	Digital, sonido	Niñez
SOPORTE	Presentación dinámica para grupos grandes	Digital	Tecnología
FORMATO	Tener la mejor resolución posible	HD (1920 x 1080)	N/A
ILUSTRACIÓN	Representar al grupo objetivo secundario	Ilustración de corte de papel	Empatía

Para el área del Kit de bienvenida se realizará una bolsa, la cual contará con distintas piezas dentro de ella. La bolsa tiene como fin proteger el libro cuando es trasladado y ser una sorpresa agradable para los niños. Para la bolsa se analizara el color, el soporte y el formato.

Los separadores de libros tienen como fin ayudar a mantener la lectura. Estos deberán tener los colores, tipografía, soporte y formato correcto.

Las membresías se utilizarán para poder identificar a cada niño, estas también sirven para crear el ambiente de un club dónde los niños sientan que pertenecen a algo. Para esta se analizará el color, el soporte y el formato.

El mapa será utilizado para informar las reglas de la Fábrica de lectores. Este también sirve como juego en el cual ellos van a tener que completar el mapa con *sticker* que ganarán por completar ciertos retos. Para ello se analizará, el soporte, el formato y la retícula.

BOLSA	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
COLOR	Identidad	Bolsa de colores con logotipo negro	Curiosidad y motivación
SOPORTE	Empaque	Tela ecológica	Durabilidad
FORMATO	utilidad	33 x 24 cm (Tamaño carta)	reusabilidad

<b>SEPARADOR</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>TECNOLOGÍA</b>	<b>EXPRESIÓN</b>
COLOR	Atraer al grupo objetivo secundario	CMYK	Motivación
TIPOGRAFÍA	Personalidad	Tipografía sans serif bold (Boogaloo) Tipografía decorativa sans serif (DK crayón crumble)	Dinamismo
SOPORTE	Durabilidad	Papel texcote con puntas redondas	Rigidez
FORMATO	Marcador de página	Formato vertical	N/A

<b>MEMBRESÍA</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>TECNOLOGÍA</b>	<b>EXPRESIÓN</b>
COLOR	Identificar nivel de lector	CMYK (Rojo, verde y azul)	Motivación
SOPORTE	Durabilidad	Tarjeta PVC	Rigidez
FORMATO	Tamaño adecuado para los libros	2 x 3.5"	Tamaño comodo

<b>MAPA</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>TECNOLOGÍA</b>	<b>EXPRESIÓN</b>
SOPORTE	Facilidad de doblar	Papel couche 80g	Profesional
FORMATO	Además de informar funcionar como juego	Tamaño 11 x 11"	Interesante
RETÍCULA	Organización de elementos	Modular	Orden



## COLOR



CONTRASTE DE COLOR

LOGOTIPO EN BLANCO

COLORES BRILLANTES

## TEXTURAS



MUCHAS TEXTURAS

TEXTURA CON PALABRAS



Codificación del mensaje

## TIPOGRAFÍA



TIPOGRAFÍA JUGUETONA

TIPOGRAFÍA REDONDA



TIPOGRAFÍA MANUAL  
COMBINADA CON SANS SERIF  
TIPOGRAFÍA ASIMETRICA



## SOPORTE Y FORMATO



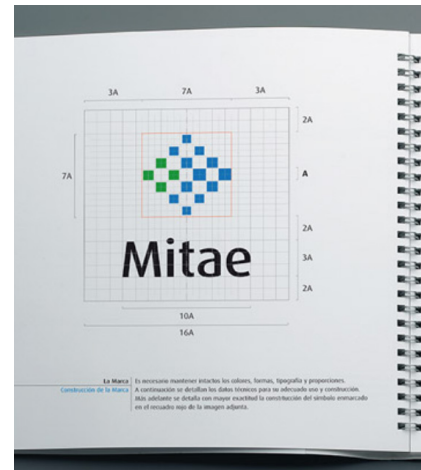
BOLSA ECOLÓGICA

MANUAL DE IDENTIDAD



VIDEO PRESENTADO A  
GRUPOS GRANDES

KIT DE LECTURA



## PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

Para la planeación estratégica de medios se presentan las piezas, el espacio, el tiempo y las personas que están involucradas en el proyecto. Se realiza la selección de las piezas para definir la manera en que se desarrollara cada fase, una línea del tiempo para tener clara la distribución de las fases en el tiempo y una proyección financiera para definir el presupuesto.

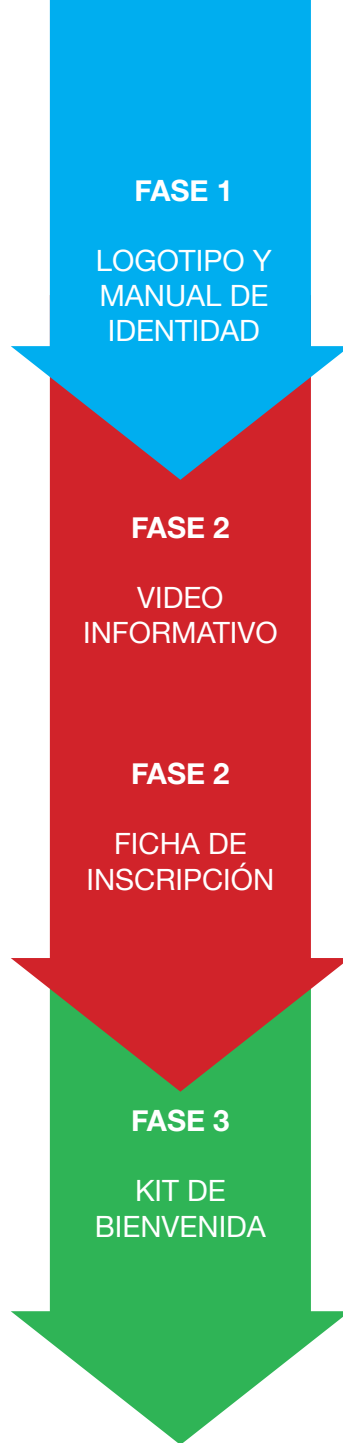
Para este proyecto se dividieron las piezas en tres fases. La fase 1 cuenta con el logotipo y el manual de identidad pues es lo primero que se deberá de tener para la realización de las piezas. La fase 2 cuenta con el video informativo y la ficha de inscripción, esta fase es el acercamiento con los padres en dónde se les debe de persuadir para inscribir a los niños. La fase tres es la fase final dónde se le entrega su kit de bienvenida a los nuevos integrantes del club.

### **Fases estratégicas de comunicación**

En la siguiente tabla se realiza una descripción general de lo que se hará en cada fase y su secuencia.

FASE 1	FASE 2	FASE 3
<p>En la fase 1 se desea crear la identidad de la Fábrica de lectores haciendo que los niños se relacionen con el proyecto. Esta es la primera fase en la cual se crea la imagen para ser usada en las distintas piezas que se necesiten.</p> <p>Las piezas que se van a realizar son: Logotipo Manual de identidad</p>	<p>Esta fase está dirigida a los padres pues ellos son quienes tienen que inscribir a los niños para pertenecer a la Fábrica de lectores. Esta fase debe persuadir e informar a los padres de los beneficios de la lectura.</p> <p>Las piezas que se van a realizar son: Video informativo Ficha de inscripción</p>	<p>Ya inscritos los niños a la fábrica, la fase 3 consta de un kit formado por varias piezas que quieren motivar a los niños a continuar con la lectura para que se desarrolle el hábito.</p> <p>Las piezas que se van a realizar son: Mapa de la fábrica + <i>Sticker</i> Membresía Separadores Bolsa</p>





### ***Línea del tiempo***

Se realizó una línea del tiempo la cual muestra como se va a distribuir y realizar el Proyecto. Este iniciara en el mes x con la fase 1, en la cual se entregara el logotipo y el manual de identidad a la persona encargada del área de mercadeo de la *Fundación Adolfina Castañeda*. Un mes después se realizará la presentación del video informativo para dar a conocer el proyecto, junto con la ficha de inscripción. Se tendrán dos meses para que los padres inscriban a los niños y para la realización del kit. A principios del tercer mes se entregarán los kits de bienvenida.

### Selección de piezas

En la siguiente tabla se menciona la manera en que se desarrolla cada fase, la implementación de cada pieza especificando su uso y distribución. Se utilizaron las pregunta ¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación? para responder al propósito, soporte, carácter de la pieza, la cantidad y sistema de impresión; y ¿Cómo se distribuirá? para responder al lugar, tiempo y a través de quien.

FASE 1						
Pieza	Medio			Distribución		
Carácter	Soporte	Propósito	Cantidad y sistema de impresión	Lugar	Tiempos	A través de quien o como (responsables)
LOGOTIPO Identidad Visual	Digital e Impreso	Identificar la Fábrica de lectores	1	Oficina de <i>Fundación Adolfina Castañeda</i> (Área de mercadeo)	10 años de vida	Lcda. María Gabriela Chinchilla (Encargada del proyecto)
MANUAL DE IDENTIDAD Identidad Visual	Digital e impreso Impresión digital	Guía de uso para la marca	1		Indefinido	

El logotipo se entregará digital e impreso en distintas piezas. Se recomienda utilizarlo por no más de 10 años. El manual de identidad se entregara una copia impresa y una digital.

FASE 2						
Pieza	Medio			Distribución		
Carácter	Soporte	Propósito	Cantidad y sistema de impresión	Lugar	Tiempos	A través de quien o como (responsables)
VIDEO Informativo	Digital	Informar y persuadir	1	Oficinas de <i>Fundación Adolfina Castañeda</i> (Mediante capacitaciones)	Indefinido	Lcda. María Gabriela Chinchilla (Encargada del proyecto)
FICHA DE INSCRIPCIÓN Informativo	Digital e impreso Impresión Digital	Método de inscripción	1	Oficina de <i>Fundación Adolfina Castañeda</i> (Área de mercadeo)	Indefinido	

La ficha de inscripción se entregará digital, esta contará con dos fichas en una hoja tamaño carta. Se entregará digital para que sea fácil y económico imprimirlas en la oficina en una impresora digital.

FASE 3						
Pieza	Medio			Distribución		
Carácter	Soporte	Propósito	Cantidad y sistema de impresión	Lugar	Tiempos	A través de quien o como (responsables)
MEMBRESÍA Identidad Visual	Impresa PVC Transmisión térmica	Identificar edad y persona.	3 Estilos 120 – Rojas 120 – Verdes 120 – Azules 360 total	<i>Fundación Adolfina Castañeda</i> (Dentro del Kit de Bienvenida)	Renovación cada dos años	Lcda. María Gabriela Chinchilla (Encargada del proyecto)
SOBRE DE MEMBRESÍA Identidad Visual	Impreso Digital	Identificar edad adecuada de libro.	3 Estilos 120 – Rojas 120 – Verdes 120 – Azules 360 total	<i>Fundación Adolfina Castañeda</i> (Dentro de los libros)	Cada vez que se obtengan nuevos libros	
MAPA Informativo / Motivacional	Impreso Digital	informar reglas y Motivar a la lectura	360 total	<i>Fundación Adolfina Castañeda</i> (Dentro del Kit de Bienvenida)	Indefinido	
STICKERS Motivacional	Impreso Digital Adhesivo	Motivar y coleccionar	8 Estilos 360 de cada estilo 2,880 total		Al ir completando requisitos	
SEPARADORES Motivacional	Impreso Digital	Motivar a la lectura	3 Estilos 120 – Rojas 120 – Verdes 120 – Azules 360 total		Los primeros tres libros leídos	
BOLSA Motivacional / Identidad	Impreso Serigrafía	Proteger el libro y el kit	360 total		Indefinido	



Se calculó que aproximadamente se pueden inscribir 5 niños mensuales por lo que se decidió realizar 360 kits, contando a los 60 niños ya inscritos y 300 niños que se inscribirán en el plazo de 5 años.

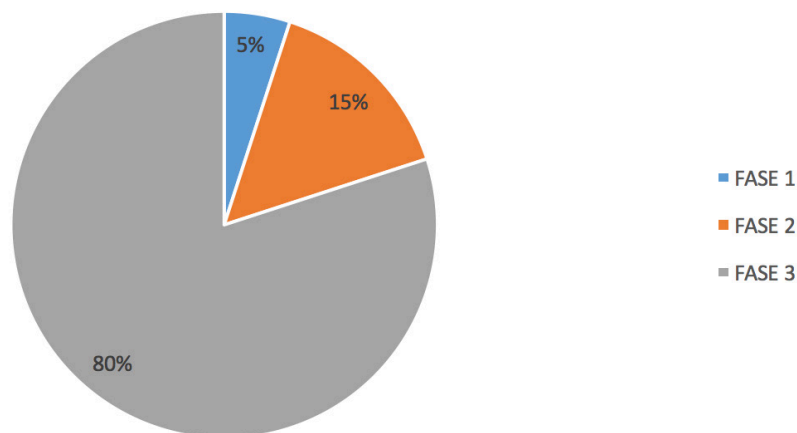
Las membresías se entregarán dependiendo de la edad de los niños, esta se renovará cada dos años cambiando de color para poder identificar fácilmente el libro que se le debe de asignar a cada uno. La primera membresía se entregará con el kit. El color rojo será de niños de 7 – 9 años, la verde de 9-11 años y azul 11-13 años. Los libros tendrán un pequeño sobre en la parte de atrás con los mismos colores identificando la edad adecuada. Las membresías serán impresas en PVC tiro y retiro. Los sobres serán impresos en impresión digital .

El mapa se realizarán 360, los cuales estarán incluidos en el kit de bienvenida. Este se entregará una sola vez. Este cuenta con 8 *stickers* diferentes que se entregarán con los libros dependiendo de las metas alcanzadas. Son 8 estilos diferentes de *stickers* para 360 mapas, la impresión total de *stickers* será de 2,880.

El primer separador se entregará junto al kit de bienvenida, los otros dos se entregarán con los siguientes dos libros leídos, esto para motivarlos con un pequeño premio para que continúen leyendo.

### **Proyección financiera**

Según el presupuesto que se estableció, se realizó una proyección o estimación de cómo se distribuirá el mismo en las distintas fases. Este se presenta en forma de porcentaje y una gráfica de pie para poder visualizarlo de mejor manera.



Según el presupuesto, el 80% será utilizado para la fase 3, kit de bienvenida el cual incluye materiales impresos como las membresías, mapa, separadores y bolsa. El 15% será utilizado para la fase 2 el cual incluye el video y la ficha de inscripción. El 5% será utilizado para la fase 1 que contiene el logotipo y el manual de identidad.

La mayor parte del presupuesto se asignó para el kit de bienvenida, la Fase 3 ya que es lo que va a ayudar a motivar a los niños a seguir e iniciar con la lectura. Para esta fase se realizaron varias piezas que requieren de impresión por lo que se asignó la mayor parte del presupuesto.

La fase 2 cuenta con el 15% del presupuesto pues para realizar el video se utilizará la técnica *Paper Art* que se basa en recortes de papel. Para esto se necesitarán materiales como cartulinas de colores, goma, mounting tape, cuchillas, etc. También se utiliza una canción de fondo que al aprobar el proyecto esta se debe comprar. Esta fase también cuenta con la ficha de inscripción, ésta no está contemplada en el presupuesto pues se realizará de una forma digital y económica en la cual se podrán imprimir en cualquier impresora que tengan en la oficina.

Para la Fase 1 el logotipo y el manual de identidad se manejarán digitalmente. Se contemplo el 5% del presupuesto pues se imprimirá una copia del manual para poder usarlo y archivarlo físicamente.

## BOCETAJE PARA DEFINIR PROPUESTA PRELIMINAR

### Logotipo:

La *Fundación Adolfina Castañeda* cuenta actualmente con un logotipo para el «*Club de lectura*». Se consideró necesario desvincular el antiguo logo del nuevo pues este era enfocado a jóvenes adultos y no tenía una línea gráfica bien definida. Por esto se decidió rediseñar el logotipo y cambiar de nombre.



Imagen de: Logotipo de «*Club de lectura*» de *Fundación Adolfina Castañeda*  
Recopilada de: *Fundación Adolfina Castañeda*

Para la realización del logotipo del «*Club de lectura*» de la *Fundación Adolfina Castañeda* se propuso un cambio de nombre para la actualización del proyecto. Se realizaron distintas propuestas:

- Club de lectores
- El libro feliz
- Fabrica de libros
- Fabrica de lectura
- Pequeños lectores
- Leamos juntos
- Lectores a crecer
- Lectores a leer
- La lectura me gusta

Dentro de las propuestas se eligió “*Fábrica de lectura*” porque hace referencia a la fábrica donde trabaja el grupo objetivo.

Se decidió cambiar el nombre a “*Fábrica de lectores*” por que se quiere transmitir que la fábrica es para crear lectores y profesionales .

Se realizó una comparación entre el nombre “*Fábrica de lectores*” y el nombre original «*Club de lectura*». Estos se evaluaron con respecto a la empatía, brevedad, pronunciación, singularidad, sugestivita, positividad, solidez, dinamismo y modernidad. Después de realizar la evaluación se seleccionó el nombre “*Fábrica de lectores*”.

Nombre	Club de lectura	Fábrica de lectores
Empatía		1
Brevedad	1	
Pronunciación	1	
Singularidad		1
Sugestividad		1
Positividad	1	1
Solidez	1	
Dinámico		1
Moderno		1
TOTAL	4	6

El nombre “*Fábrica de lectores*” también se eligió ya que se quiere desvincular el nombre del proyecto del ambito académico. Este abre la imaginación de los niños creando una expectativa del proyecto aun que se utiliza la palabra “lectores”.

Se inició el bocetaje del logotipo con la búsqueda de referencias relacionadas a la temática de “fábrica”.

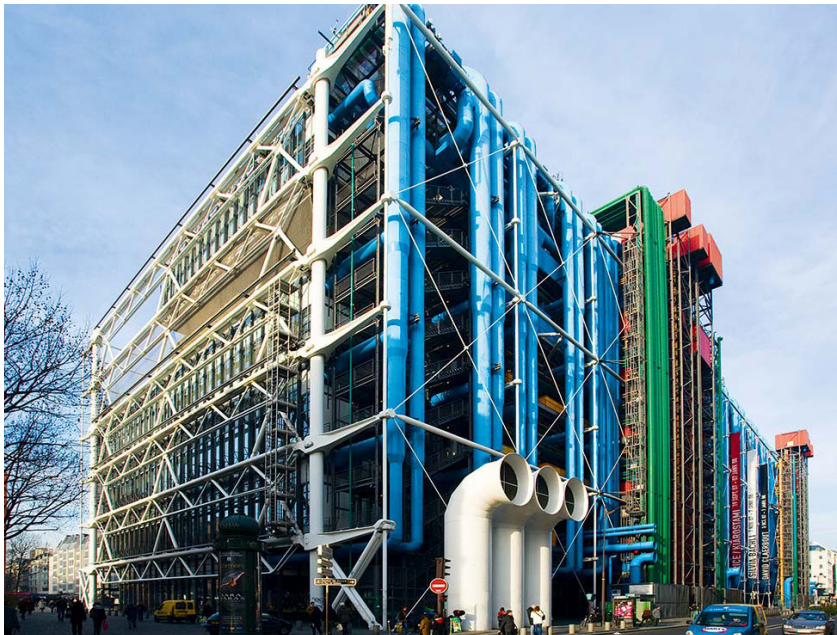
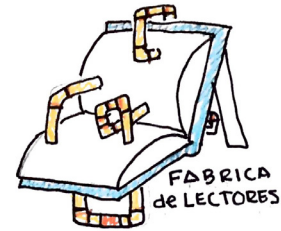


Imagen de: Georges Pompidou Centre  
Recopilada de: <http://www.businessdestinations.com/bd-portrait/deconstructing-tradition-the-rise-of-renzo-piano/>

Se realizaron propuestas (anexo 10.1) de logotipos como bocetaje manual. De estas se seleccionaron tres para generar bocetos del logotipo digitales.



**Fabrica  
de  
Lectura**



Se digitalizaron las tres propuestas manuales seleccionadas, se eligió la parte tipográfica de la tercera propuesta. El Logotipo tipográfico se eligió por ser el más versátil al colocarlo en distintos soportes.



Se consideró que el logotipo no se conectaba lo suficiente con los grupos objetivos, con el concepto ni con la temática por lo que se realizaron bocetos digitales sobre la propuesta previamente seleccionada. Para los bocetos se intento utilizar elementos de fábricas que representaran recorridos.

**FABRICA**  
**DE**  
**LECTORES**

**FABRICA**  
**DE**  
**LECTORES**

**FABRICA**  
**DE**  
**LECTORES**

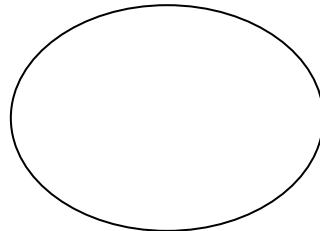
**FABRICA**  
**DE**  
**LECTORES**

Se eligió la propuesta siguiente pues se consideró que podría aplicarse mejor en cualquier formato. Se consideró una forma curva, para simular una gota de agua la cual hace su recorrido a través de tuberías utilizando el agua como metáfora en dónde la gota de agua es el niño haciendo un recorrido a través de la educación. La curvatura del logotipo refleja la forma curva que los libros forman al ser abiertos, representando así la lectura.

# FABRICA DE LECTORES



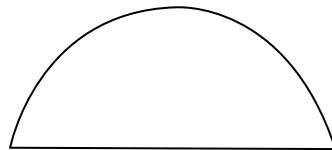
=



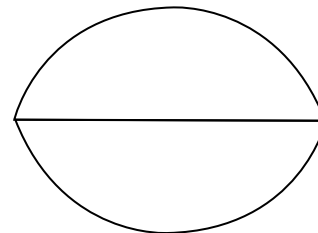
=



=



=



=



A partir de la propuesta elegida se agregó una figura de humo que reforzaría el concepto y aportaría personalidad al logotipo. Se consideró realizar una propuesta a color en donde se colocó un borde café el cual su función sería el contraste entre el color del logotipo y el color de fondo.



Se decidió quitar el color para que el logotipo se pueda colocar sobre cualquier fondo de color y textura sin saturar la imagen. Aunque se consideró adecuado conservar el borde.



Fue necesario reforzar la temática de fábrica por lo que las líneas que dividen "fábrica" y "lectores" se convirtieron en abstracciones de tuberías. Para que se integraran mejor al logotipo y reflejar un recorrido se decidió unir las tuberías con letras. Para esto se realizaron varias propuestas.



Se eligió la propuesta seleccionada pues lograba unificar el logotipo y tenía equilibrio. Las propuestas anteriores no fueron seleccionadas pues separaban el logotipo por partes, la forma se distorsionaba o se perdía el equilibrio y simetría de la forma.

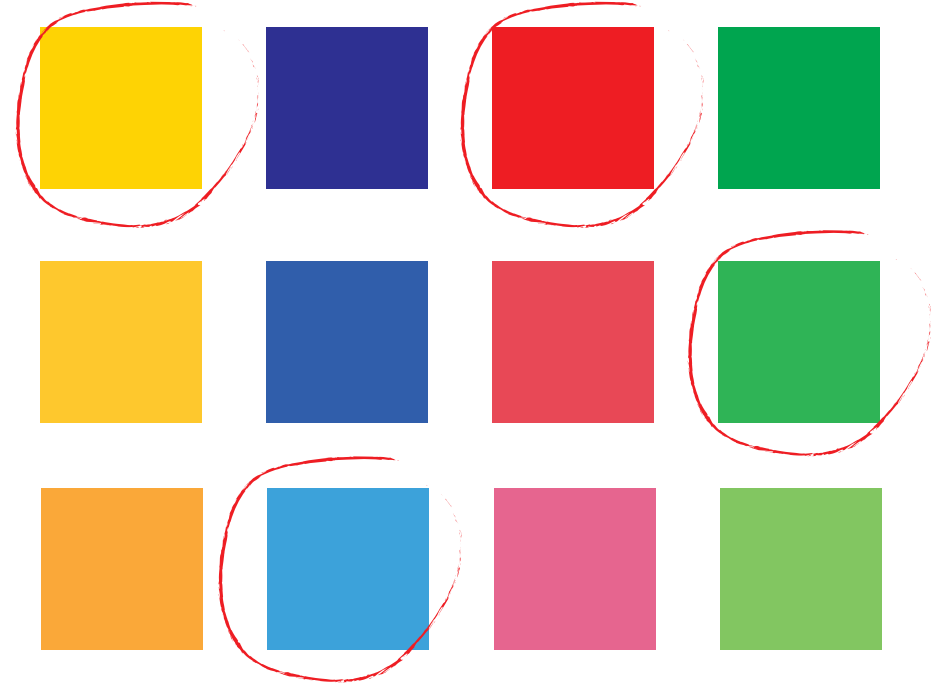


Finalmente, basándose en el logotipo seleccionado anteriormente se consideró mover la “F” para el lado izquierdo para que la figura tuviera mejor equilibrio. La aplicación de la tilde en la palabra “fábrica” fue un aspecto a considerar pues se creía que al utilizar mayúsculas no es necesario agregarla pero según la Real Academia Española es obligatorio tildar mayúscula y por ser un proyecto educativo para adultos, pero también para niños se consideró necesario agregarla.

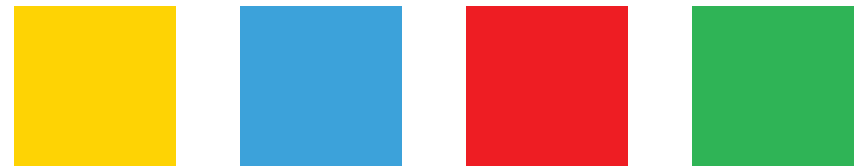


**Colores:**

Se realizaron varias combinaciones de cuatro colores.



Se realizaron varias pruebas de colores basados en los colores que ya se habían elegido, (azul, rojo, amarillo y verde) y se eligió la siguiente propuesta por que reflejaba al grupo objetivo de mejor manera.



Los colores primarios son relacionados con la niñez por lo que se decidió utilizar el amarillo, rojo y azul. Se decidió agregar el color verde pues es el color que la fundación utiliza originalmente.

### Tipografía:

Se seleccionó la tipografía “boogaloo”, la cual es una tipografía gruesa decorativa que refleja la personalidad de los niños. Esta es la misma tipografía utilizada para el logotipo por lo cual se decidió utilizar solo para títulos o palabras importantes. Se decidió utilizar toda la tipografía en mayúsculas, pues da más orden a los textos representando tanto a los niños así como a los padres.

## BOOGALOO

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 i@#\$\$%

Fábrica de lectores

Fábrica de lectores

Se realizó pruebas de distintas tipografías tipo sans sérif para utilizar una tipografía sencilla que se complementara con la tipografía “boogaloo” la cual es bastante compleja y gruesa. Esta se utilizará en las piezas donde se tiene mucho texto que quiere expresar formalidad.

### CALIBRI

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 i@#\$\$%

### AVENIR BOOK

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 i@#\$\$%

### CENTURY GOTHIC

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 i@#\$\$%

### HELVETICA REGULAR

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 i@#\$\$%

Se selecciono la tipografía “Avenir” pues es una tipografía delgada y sencilla que complementa adecuadamente la tipografía boogaloo.

### DK CRAYÓN CRUMBLE

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 i@#\$

Se decidió agregar la tipografía DK crayon crumble pues es una tipografía que simula la escritura de un niño con crayón. A pesar que es una tipografía elaborada es bastante redonda lo cual la hace amigable a la lectura. Esta tipografía se utilizará para las piezas gráficas generalmente dirigidas a el grupo objetivo primario (adultos).

### **Ilustraciones:**

El proceso de bocetaje para las ilustraciones inició con la búsqueda de referencias. Se utilizó como referencia un cartel realizado para Nokia por Maurizio Santucci.



Imagen de: Nokia por Maurizio Santucci  
Recopilada de: <http://www.bomboland.com>

Se inició con la idea de realizar tuberías para demostrar un recorrido. Basándose en esta idea se seleccionó una técnica de ilustración con papel para hacer referencia a los niños. Esta se pensaba realizar digital simulando las texturas y las sombras del papel. Se aplicó un fondo de tuberías el cual se eliminaron para evitar ruido visual.



Ilustración digital previa

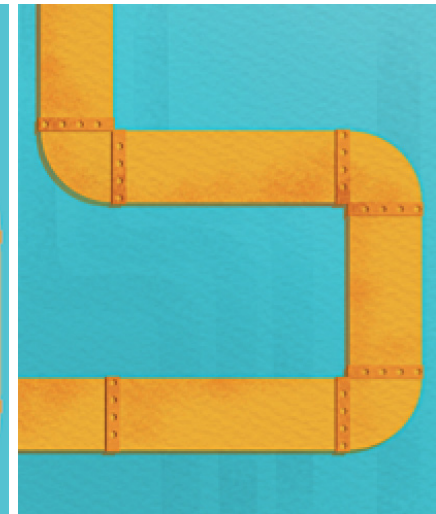


Ilustración digital simulando papel



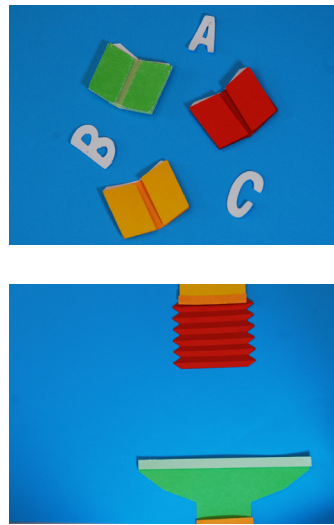
Se consideró que sería una mejor propuesta si se realizaban físicamente. Por lo que se inició un proceso en el cual se realizaron las ilustraciones digitales, se armaron las composiciones, se tomaron las fotografías y luego se digitalizó para tener mejor calidad de ilustración. Las ilustraciones se realizaron para el video y luego se adaptaron para el resto de las piezas. (Más fotografías del proceso se pueden encontrar en anexo 11)



*Bocetaje Manual*



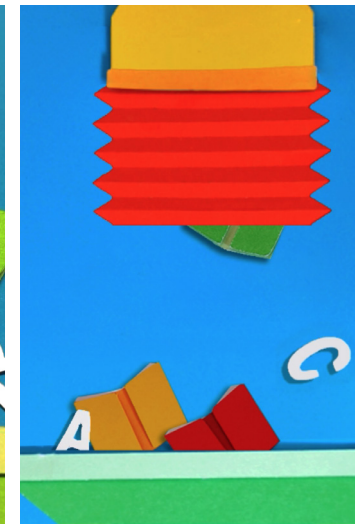
*Ilustración digital*



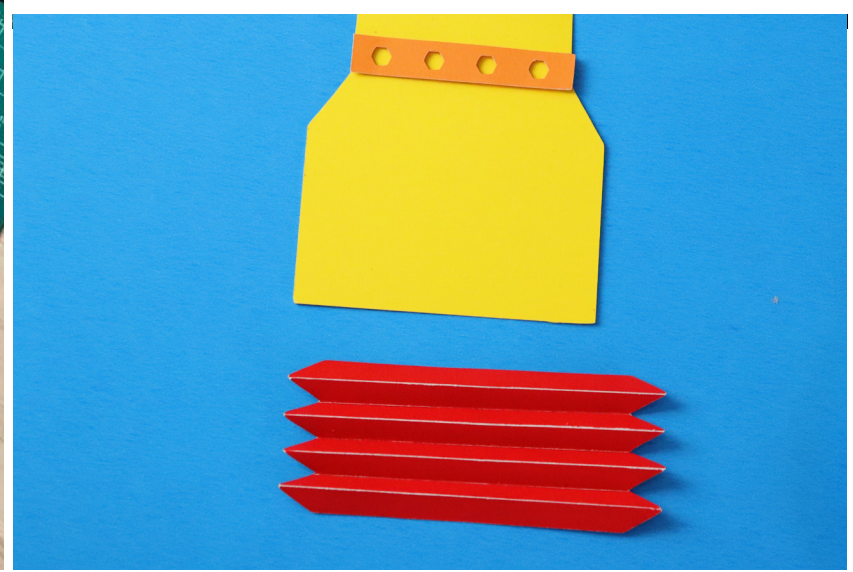
*Troquelado de elementos*



*Fotografías de composiciones*

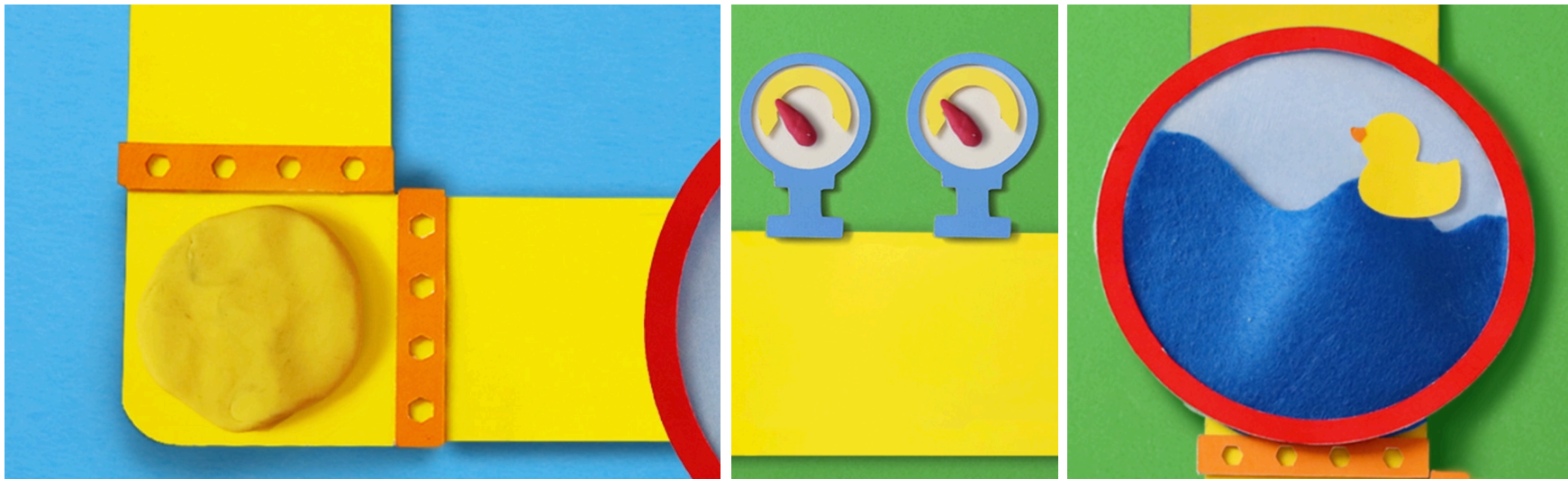


*Ilustración digital para animación*





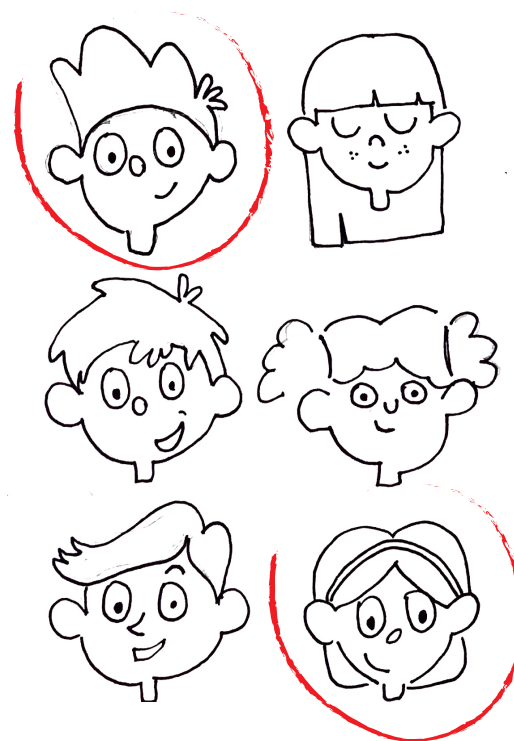
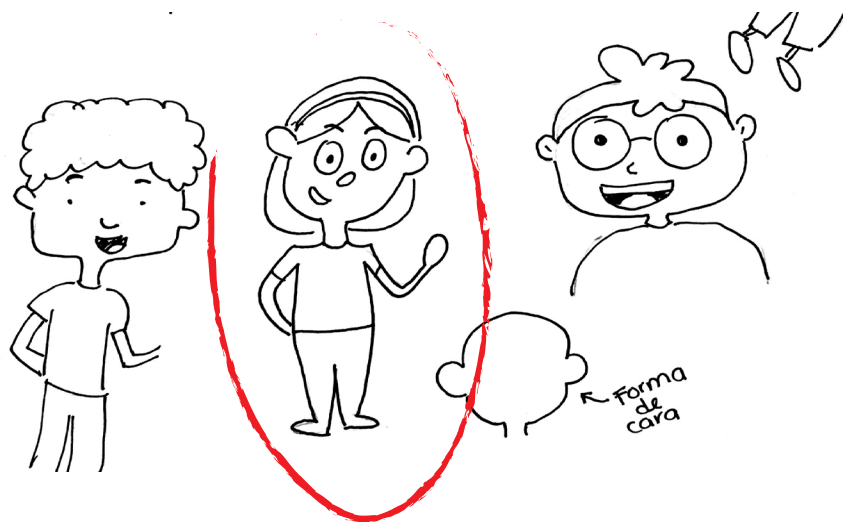
Después de una pequeña validación (anexo 12) se consideró importante mejorar fotografías de las ilustraciones realizadas y agregar otro tipo de texturas. Por esto se decidió realizar elementos en plastilina y fieltro que ayudan a resaltar el estilo análogo que se está utilizando.



*Ilustraciones con mejor resolución, color y más texturas.*

Como parte de las ilustraciones se realizaron dos niños los cuales representan a los miembros del club como adultos profesionales por haber leído libros. Inicialmente se realizaron bocetos manuales de niños. Se eligió el siguiente boceto por que es el que mejor representaba a una niña profesional . En (anexo 10.2) se pueden encontrar más bocetaje de niños.

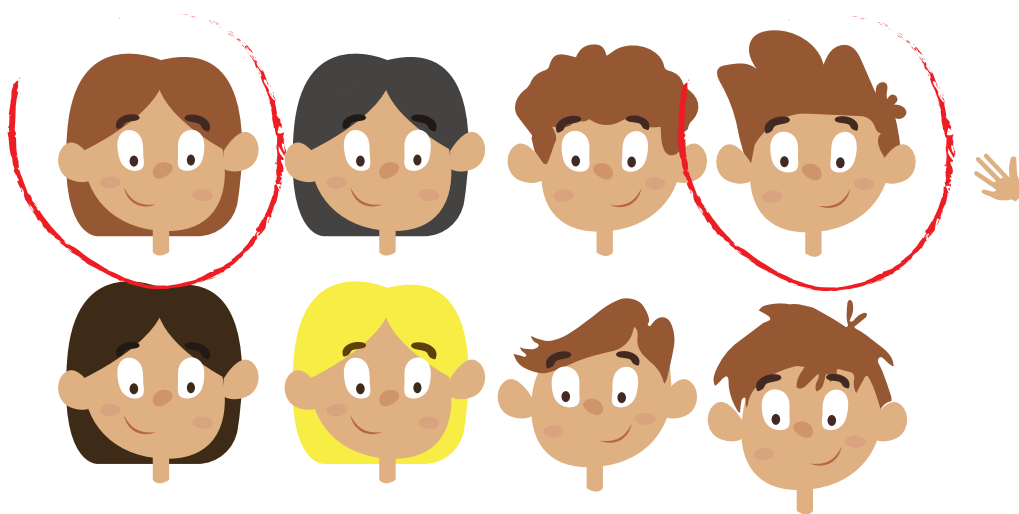
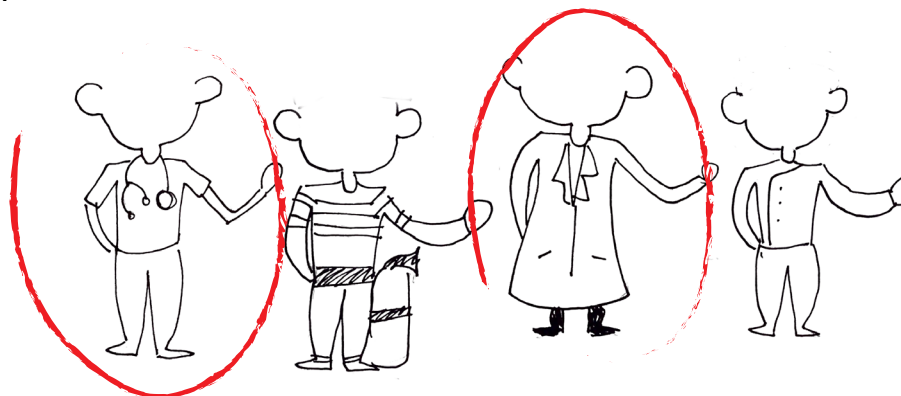
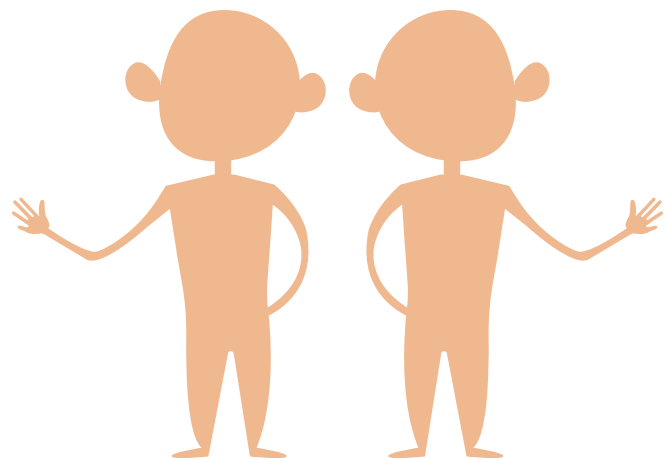
En base al primer boceto se realizaron distintas opciones de pelo y expresiones para ambos niños. Al igual que diferentes tipos de ropa que representararan a un profesional .



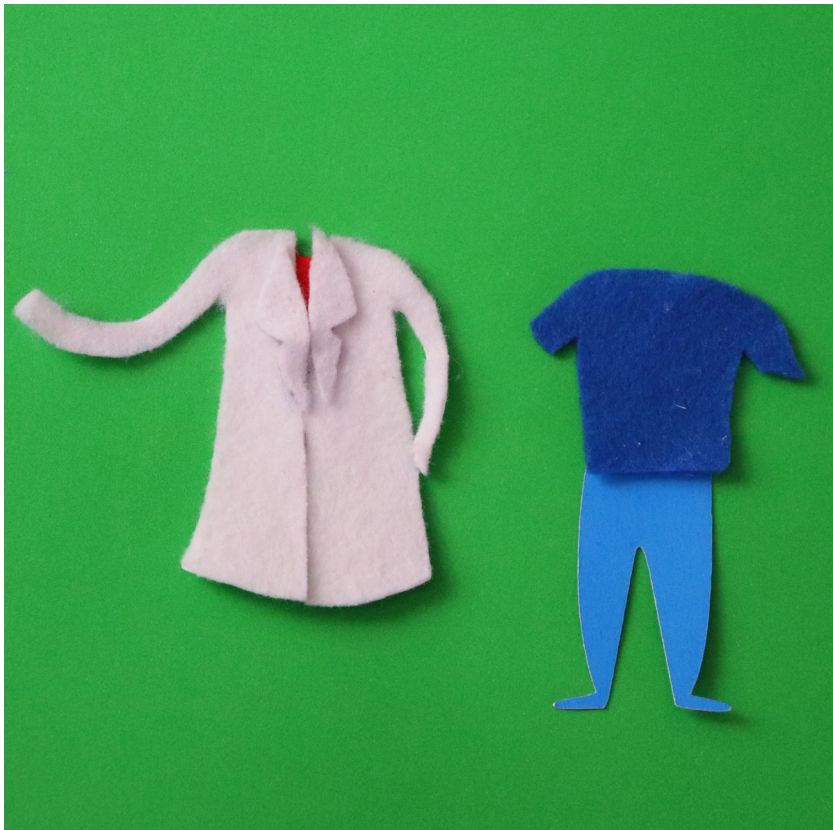


Se utilizaron ciertas características como los brazos largos, las orejas grandes y las cejas gruesas. El hombre y la mujer son un reflejo para representar la igualdad de importancia entre ambos generos. Se eligió el color de pelo y estilo para ambos.

Se eligieron al niño científico y la niña doctora por que son dos profesionales que se reconocen a simple vista.



La ropa se realizó con pedazos de fieltro, se les tomo fotografías y se digitalizó. Finalmente, la cara y los brazos se agregaron digitalmente para facilitar la movilidad. Se realizó el cambio de la boca pues daba la impresión que ellos están hablando por lo que se cambió a una sonrisa cerrada y amigable.



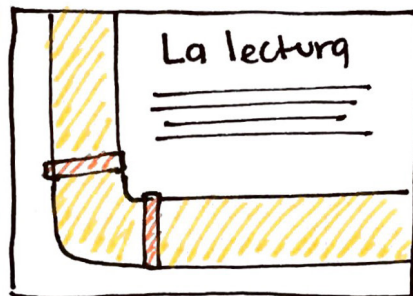
*Ilustración utilizando elementos digitales y analógicos*

Video:

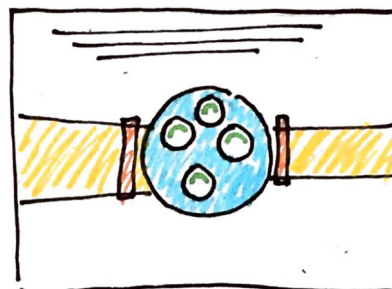
Se inició el proceso de bocetaje del video con un guion y un storyboard manual. En el anexo 10.3 se puede encontrar el bocetaje de los distintos elementos utilizados.



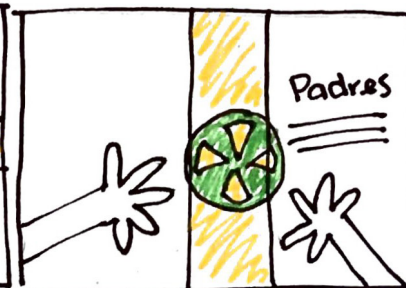
La lectura es una herramienta extraordinaria. Pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.



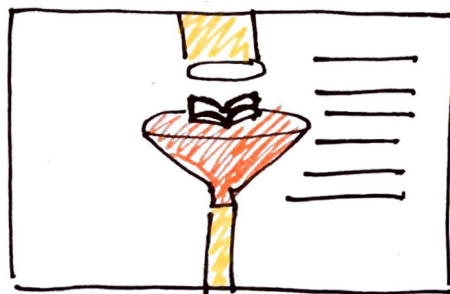
Es la base de todo, es un elemento fundamental en la formación integral de las personas.



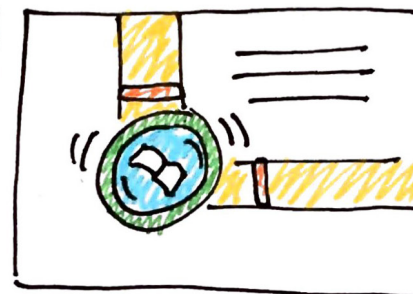
El hábito de lectura estimula: La creatividad, la inteligencia, la ortografía y la relajación



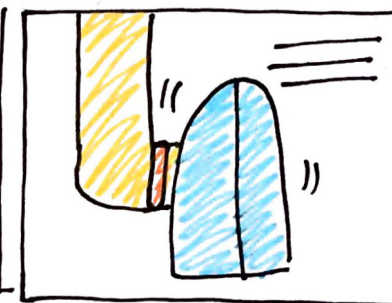
Por esto es importante que los padres, maestros, junto a la Fábrica de lectores, ayudemos a motivar y guiar a los niños a través de la lectura.



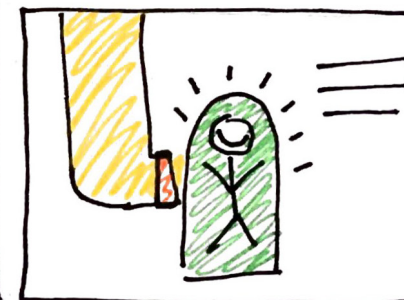
Recuerda siempre que el ingrediente secreto de la educación de tus hijos son los libros.



Estos les dan mayor posibilidad de integración en la vida laboral, social y afectiva.

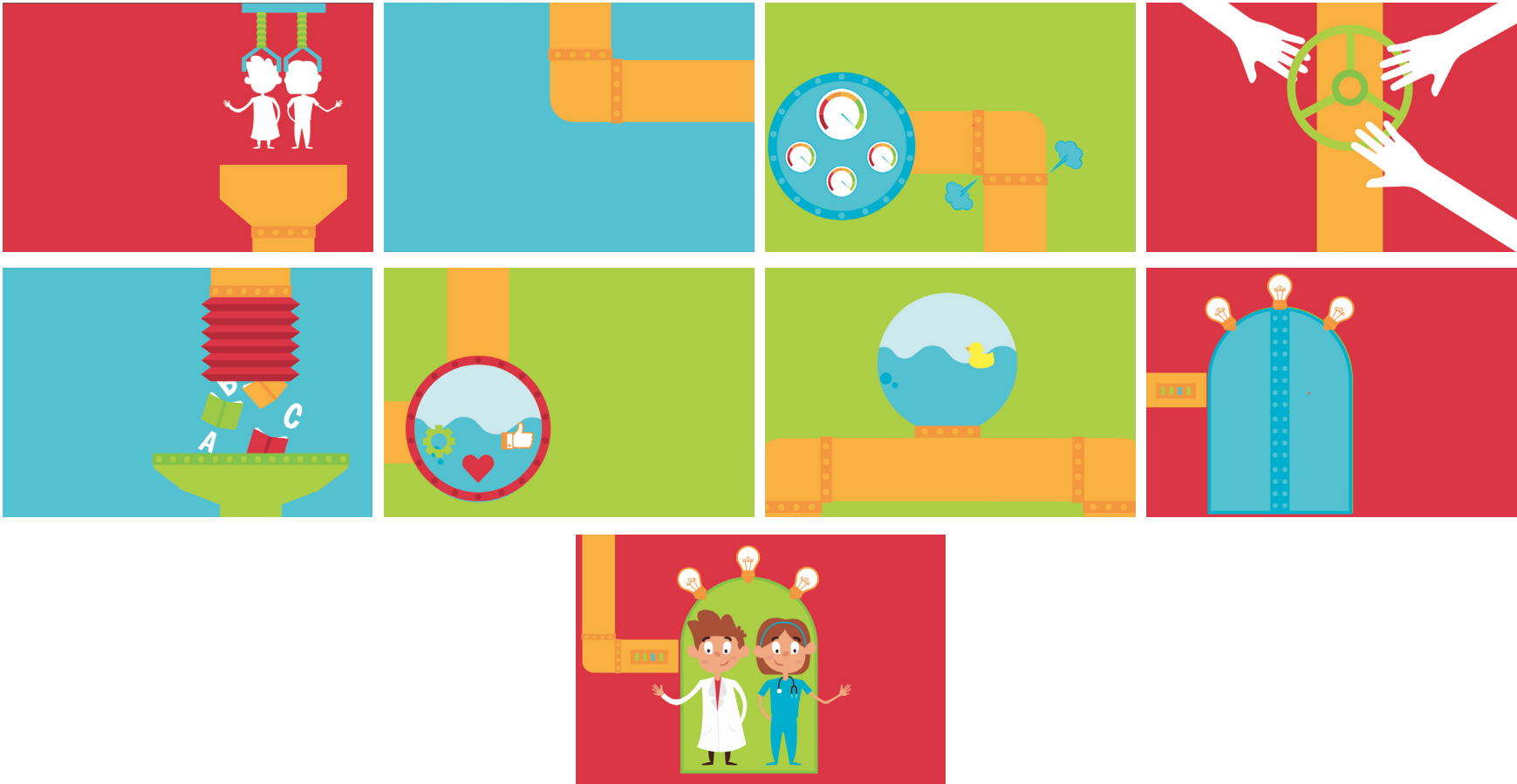


Motivemos a nuestros niños al hábito de la lectura. Así ayudaremos a formar...



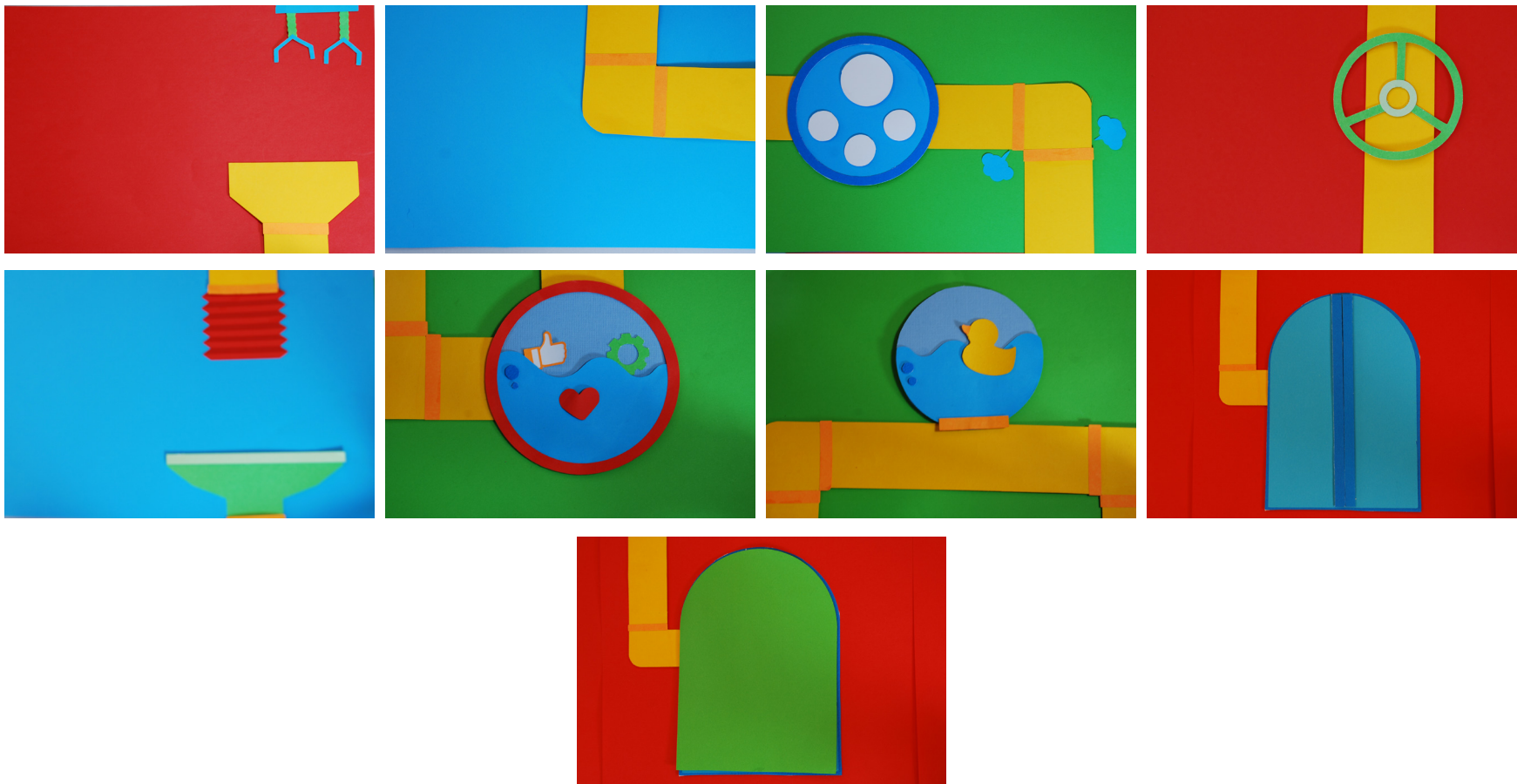
Una persona inteligente con opiniones valiosas para la comunidad

Luego de realizar los bocetos manuales se digitalizaron. Se utilizó la paleta de color ya definida. Al ver que los bocetos digitales eran muy detallados se simplificaron para poder ser troquelados. Se decidió agregar una diapositiva extra para hacer el texto por guion más corto.

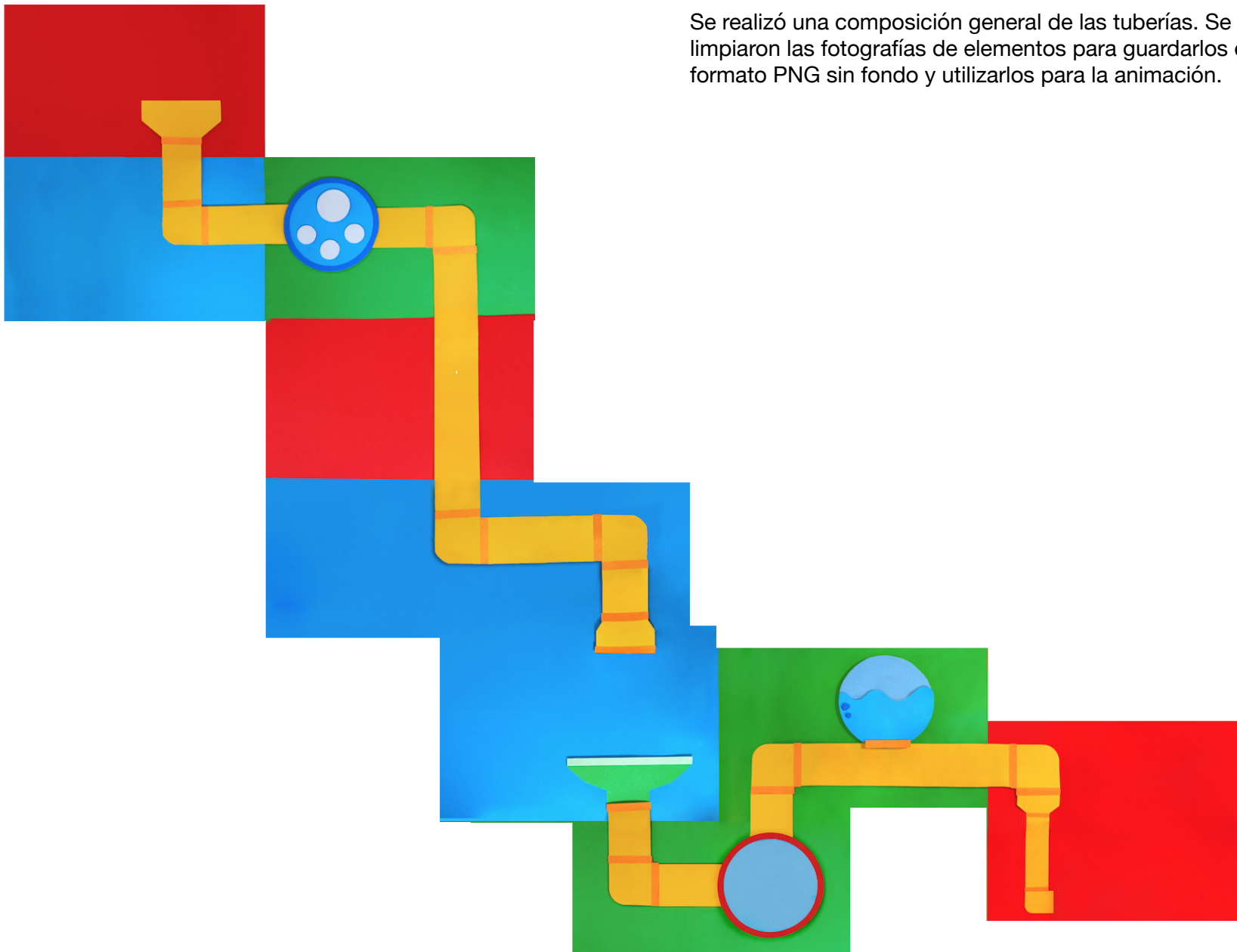




Se realizaron las ilustraciones de cada diapositiva y se tomaron fotografías de cada una. Las fotografías no tenían la misma exposición por lo que se retocaron una por una.



Se realizó una composición general de las tuberías. Se limpiaron las fotografías de elementos para guardarlos en formato PNG sin fondo y utilizarlos para la animación.



Finalmente, para terminar el proceso de ilustración se decidió realizar una introducción con el logotipo de la “*Fábrica de lectores*” y un cierre con el logotipo de la “*Fábrica de lectores*” y el logotipo de la fundación.

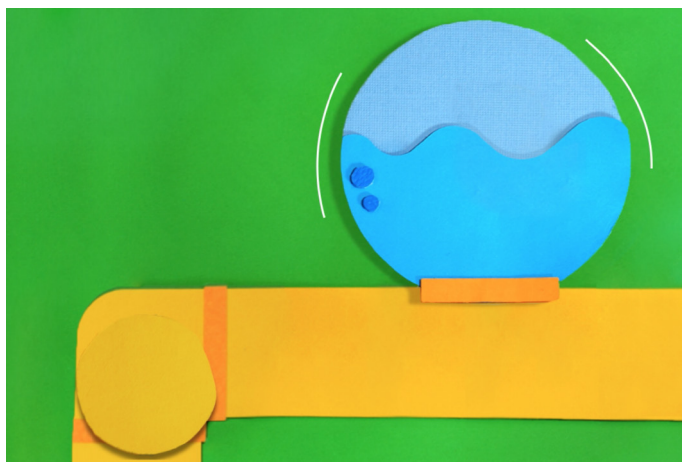
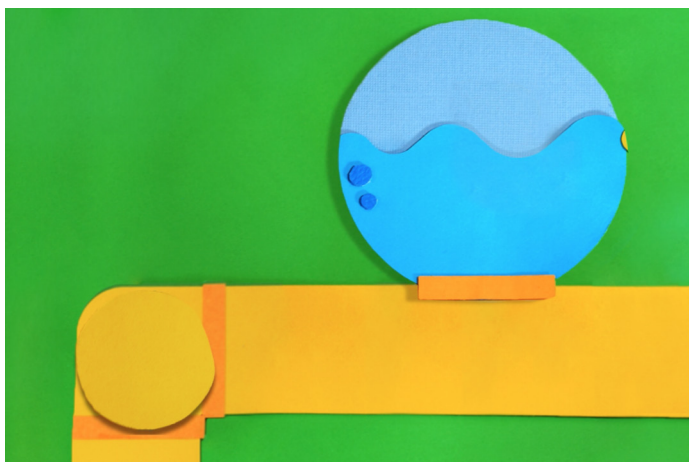


El video utiliza una canción de fondo, inicialmente se decidió utilizar una voz que narrara el video. Se consideró que esa no era la mejor opción pues la voz era muy computarizada y era de una mujer española por lo que se decidió quitarla. Se reemplazó la narración por texto animado por lo que el video se modificó en el tiempo de cada diapositiva.





El video era muy estático por lo que se decidió agregarle elementos vectoriales inesperados al igual que una pelotita que representara el recorrido de los niños.



Después de una validación previa (anexo 12) se definió que el video era demasiado largo por lo que el grupo objetivo no pondría atención. Se decidió resumir el guion haciendo la información más concisa y directa según la retroalimentación obtenida por medio de las entrevistas a expertos en el tema.

Luego de mejorar el guion se realizó nuevamente las ilustraciones mejorando la calidad de las fotografías.



Se realizó un cambio en la siguiente diapositiva pues no se lograba entender bien la información por la cantidad de elementos en la misma escena. Se cambió el indicador grande por tres indicadores que se animaran uno por uno sin afectar la legibilidad de la información. En el anexo 10.3 se encuentran los bocetos de los nuevos elementos integrados.



*Ilustración anterior*



*Nueva ilustración con nueva tipografía, cambio de indicadores y cambio de pelota.*



Se realizó un cambio en la introducción y el final de la presentación pues se decidió generar más movimiento y dinamismo al logotipo simulando que cae amarrado con pitas. En la diapositiva final se animó el logotipo de la fundación par que se revelara como si fuera una *sticker*.



Diapositivas de presentació anterior

Diapositivas de nueva presentación



### Ficha de inscripción:

Las fichas de inscripción que se utilizan actualmente son de tamaño carta, utilizan el logotipo del «Club de lectura» y la tipografía del texto es sérif.

Se realizó la propuesta en tamaño media carta, tratando de aprovechar al máximo el formato con relación a la información. Se realizaron bocetos manuales, se eligió uno de ellos y se digitalizó.



**Club de lectura** Adolfinia Castañeda

La lectura es una herramienta extraordinaria. Pone en acción la mente y agiliza la inteligencia. La lectura deja al lector ser un protagonista, que aumente su conocimiento y lo deja viajar por lugares que nunca ha conocido.

La lectura tiene beneficios intelectuales y culturales, ayuda a tener mejor ortografía y enseña nuevas formas de expresión.

En Fundación Adolfinia Castañeda creemos en la lectura de los jóvenes. Por lo que hemos desarrollado un sistema de incentivos a la lectura por medio de un club de lectura.

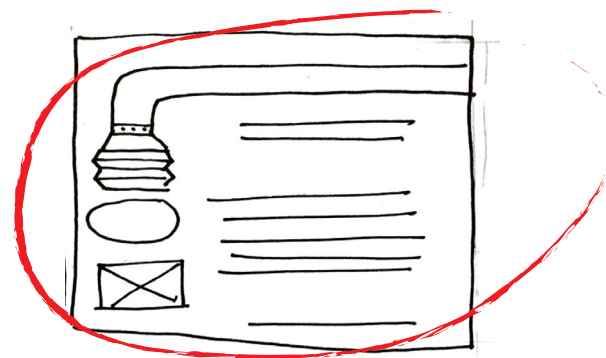
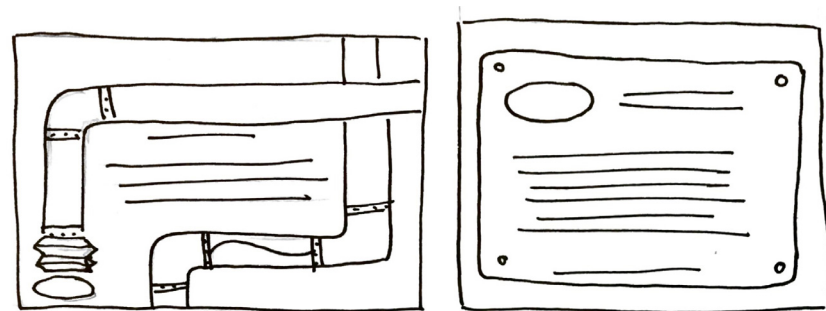
Para poder ser parte de este club necesitas llenar el siguiente formulario para tu inscripción.  
¡Te damos la bienvenida!

---

**Club de lectura** Adolfinia Castañeda

Primer Nombre: \_\_\_\_\_ Segundo Nombre: \_\_\_\_\_  
Primer Apellido: \_\_\_\_\_ Segundo Apellido: \_\_\_\_\_  
Dirección de casa: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
Grado: \_\_\_\_\_ Nombre de Padre/Madre: \_\_\_\_\_  
Puesto que ocupa en  
Su casa: \_\_\_\_\_  
Fecha Inicio Inscripción Club de lectura: \_\_\_\_\_  
Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Imagen de: Ficha de inscripción  
Recopilada de: Fundación Adolfinia Castañeda



Bocetos manuales de fichas de inscripción

Al digitalizar la propuesta se aplicó un borde grueso a los elementos para unificarlos con el logotipo. Se decidió usar solo los colores blanco y negro. Se colocó el texto dentro de una placa de metal para que el texto no quedara volando. No se había colocado el logotipo de la fundación ni se habían definido líneas guía para escribir por lo que se realizaron mejoras.

Se decidió quitar un poco de peso visual a la tubería pues competía mucho jerárquicamente con el logotipo. Se consideró dar más importancia al título “Ficha de inscripción” por lo que se colocó en una placa dentro del tubo. Se colocaron líneas guía para que sea más fácil y ordenado el texto que llenan los padres a mano. También se colocó el logotipo de la fundación el cual es un elemento muy importante que no debe de faltar.

**FICHA DE INSCRIPCIÓN** Fecha: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia. Para que tus hijos puedan ser parte de la fábrica de lectores debes de llenar el siguiente formulario de inscripción.

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_  
 Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_  
 Dirección de casa: \_\_\_\_\_

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_  
 Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_  
 Edad: \_\_\_\_\_  
 Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
 Grado: \_\_\_\_\_

**FABRICA DE LECTORES**

**FICHA DE INSCRIPCIÓN**

Fecha: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia. Para que tus hijos puedan ser parte de la fábrica de lectores debes de llenar el siguiente formulario de inscripción.

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_  
 Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_  
 Dirección de casa: \_\_\_\_\_

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_  
 Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_  
 Edad: \_\_\_\_\_  
 Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
 Grado: \_\_\_\_\_

**FABRICA DE LECTORES**

Por Adollina Castañeda

Se aplicó escala de grises para que las ilustraciones no fueran tan planas. Se aplicó un borde negro al texto “Ficha de inscripción” para resaltar el título.

Después de realizar una pequeña validación previa se detectó que la ficha incluía mucho texto que no era necesario, solo satura la ficha. Se decidió reestructurar el texto moviendo el párrafo hacia abajo dejando la información más importante en la parte superior. Se modificó la escala de grises para evitar saturación. Se considera que el título peleaba mucho visualmente con el logotipo por lo que se decidió quitarle jerarquía moviéndolo hacia abajo y sin sombra negra. Finalmente se aplicó el correo electrónico de la fundación en caso que los padres no hayan tenido la oportunidad de tener toda la información en el video.

• FICHA DE INSCRIPCIÓN •

Fecha: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia. Para que tus hijos puedan ser parte de la fábrica de lectores debes llenar el siguiente formulario de inscripción.

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Dirección de casa: \_\_\_\_\_

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_

Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

**FABRICA DE LECTORES**

Por Adólfina Castañeda

○ FICHA DE INSCRIPCIÓN ○

Fecha: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE PADRES**

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_

Numero de teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Dirección de casa: \_\_\_\_\_

.....

**INFORMACIÓN DE HIJOS**

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_

Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Por Adólfina Castañeda

fundacionadolfinacastaneda@gmail.com

## Kit de lectura:

### Membresía:

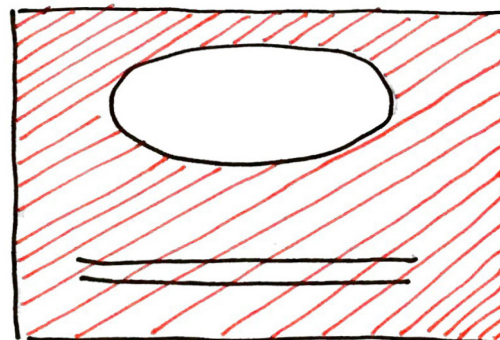
La *Fundación Adolfina Castañeda* no contaba con membresías para los integrantes del «*Club de lectura*» por lo que se realizaron bocetos manuales (anexo 10.4) y digitales para tener el diseño correcto para ellas. Las membresías se utilizarán para identificar el número de integrante que es el niño para poder tener control de los libros y de su progreso. También servirán para otorgar descuentos o beneficios especiales en *Helados Sarita*. Esta membresía les ayuda a saber que ellos forman parte de algo lo cual los motiva a seguir adelante con la lectura.

Como primer paso se buscaron referencias de membresías. En estas se definió la información importante que se debe de colocar. Esta información es el número de identificación del niño, un correo electrónico, el nombre del niño y el logotipo.



Imagen de: Membresía

Recopilada de: <https://twincitieskidsclub.com/product/annual-membership/>



Se consideró que la información que tenía la membresía era muy poca y poco funcional por lo que se agregó el número de miembro, el nombre del centro educativo y la edad. También se consideró que se podrían hacer 4 variaciones de color en las membresías para que exista variedad.





Membresías de cuatro colores

Después de una pequeña validación (anexo 12) los expertos en diseño gráfico mencionaron que se debía unificar la temática de tuberías con la membresía. Por esta razón se agregaron tuberías al diseño de la membresía. Se agregó el logotipo de la fundación pues para ellos es muy importante que este presente. Se agregó el correo electrónico para solicitar más información. Se decidió cambiar la tipografía de las membresías pues no reflejaban al grupo objetivo de las piezas.

Anteriormente se decidió utilizar cuatro colores distintos de membresías. Se van a utilizar únicamente tres colores para las membresías, rojo, azul y verde pues son los colores que contrastan con el color de las tuberías.



La fundación considero que realizar las membresías en papel no era funcional para ellos pues cuentan con una máquina para hacer tarjetas de PVC por esto se decidió cambiar el soporte de las membresías. Además las tarjetas de PVC son más duraderas.

Se analizó que las membresías pueden servir para identificar quien tiene los libros y quien lo esta devolviendo por esto se decidió que la membresía contaría con un código de barras el cual identifica a cada niño. Esto hace más fácil el poder seguir su progreso y más adelante se puede aplicar en las heladerías para la entrega de los cupones. Se agregó un sobre el cual ira colocado en los libros dónde estará ubicada la membresía. Por lo que se cambió el formato horizontal a vertical.

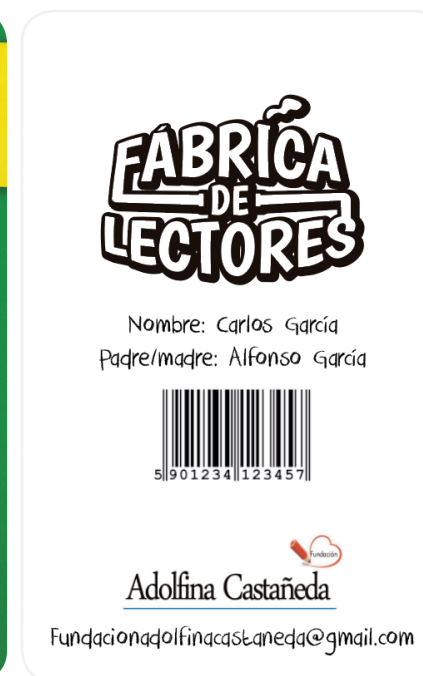
Se decidió aplicar un color a cada edad para que sea fácil ubicar de que edad es apto el libro. La membresía y el sobre deberían de coincidir en color.



Membresías con sobre



Membresías en formato vertical



**Bolsa:**

Para la realización de la bolsa selecciono una bolsa grande con agarrador largo para que tenga un uso secundario aparte de ser como se entregara el kit. Se realizaron bocetos digitales en el cual se utilizó el logotipo como punto focal y se unificó a la línea gráfica utilizando las tuberías pero esta vez solo el borde.

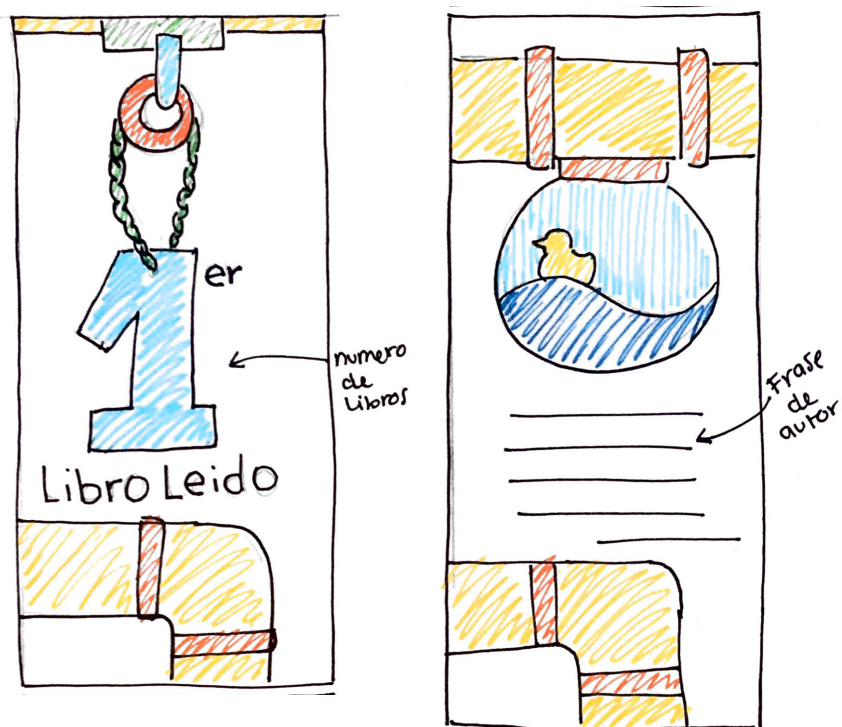
Se consideró que el diseño era muy saturado por lo que se decidió eliminar las tuberías y dejar el logotipo como la parte principal. Se consideraron distintos tamaños de bolsa y se llegó a la conclusión que una bolsa de tamaño pequeña tiene la funcionalidad como empaque para el kit y va a ayudar a los niños para transportar sus libros y mantenerlos limpios. Haciendo que la bolsa sea específicamente para libros.





### Separadores:

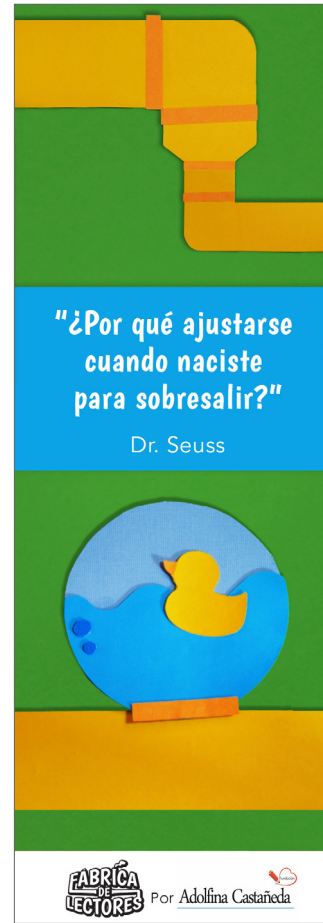
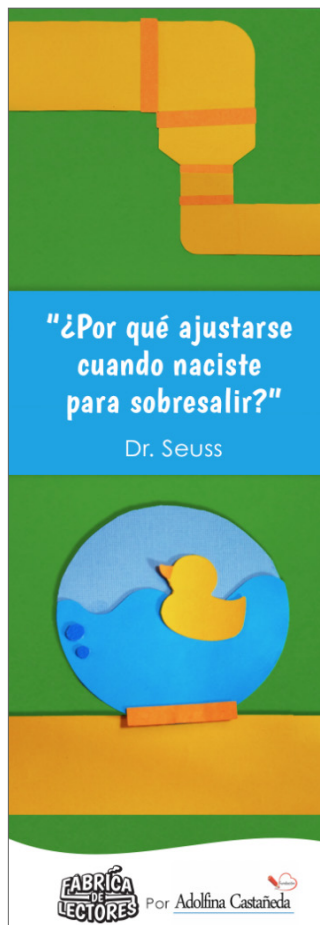
Como parte del kit de lectura para motivar a los niños a iniciar y continuar el hábito de la lectura se decidió realizar tres diseños de separadores de libros. Se realizaron bocetos manuales de los separadores (anexo 10.6) en donde tendrían números indicando en que etapa de la lectura se encuentran los niños. Se consideró cambiar esta propuesta por que los separadores se usarían mejor para premiar el hábito de la lectura en los primeros tres libros leídos.



Se decidió utilizar las ilustraciones del video para realizar los separadores teniendo unidad dentro de todo el proyecto. Se utilizaron frases de libros y autores conocidos para motivarlos a leer. Las frases se realizaron con la tipografía "Avenir book" y el autor con "boogaloo". Se decidió intercambiar las tipografías pues el autor tomaba más jerarquía que la frase.







Se agregó una franja de color para darle mayor jerarquía visual a la frase realizando contraste con el fondo. Se aplicó una franja blanca ondulada en la parte de abajo para que se identificara el logotipo del proyecto y de la fundación. Se cambió la franja blanca curva a una franja recta pues la curva generaba ruido visual y desorden.

Se cambiaron las ilustraciones utilizadas en los separadores utilizando las nuevas ilustraciones. Se mejoró el texto para estar integrado con los elementos gráficos y se agregó una textura de papel a la parte blanca del separador. Se utilizó la tipografía DK Crayon Crumble para el autor y boogaloo para el texto.

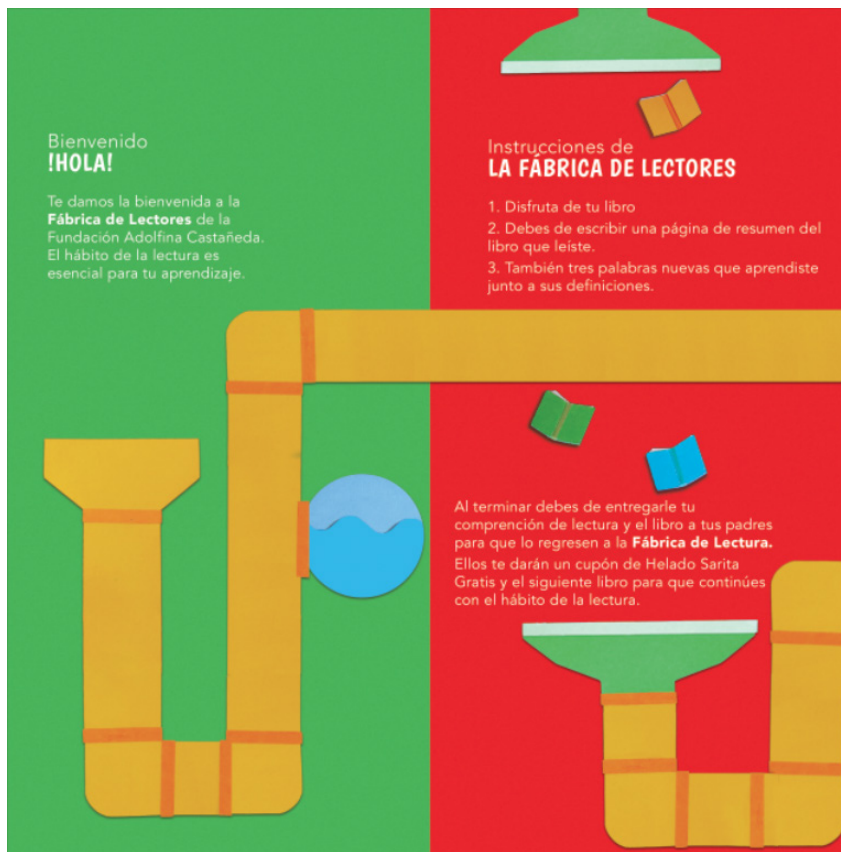
Se agregaron elementos para resaltar las palabras y hacer más dinámica la composición. Se modificó el área de los logotipos utilizando primero el logotipo de la fundación y después el de la fábrica para recalcar que el proyecto es parte de la fundación.



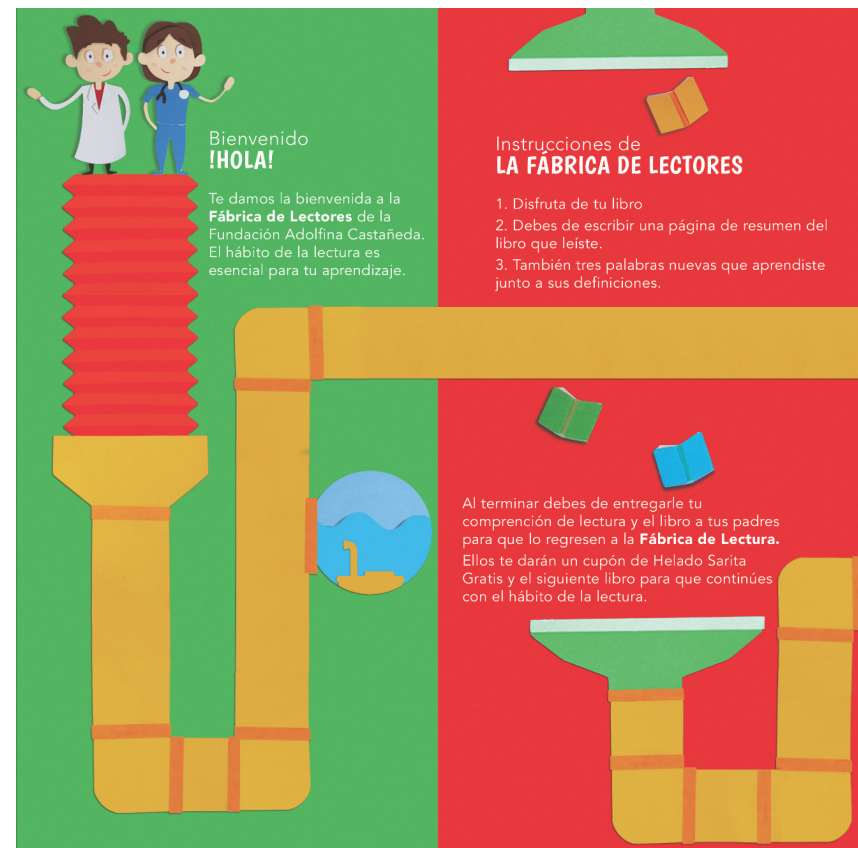




Se decidió modificar el área roja para crear mejor diagramación entre las ilustraciones y el texto. Se agregó un embudo en la parte superior para tener equilibrio.



Se agregaron los personajes para hacer una conexión entre los niños y los personajes. Se aplicó también un elemento inesperado en el agua para crear un elemento sorpresa y así captar la atención de los niños.

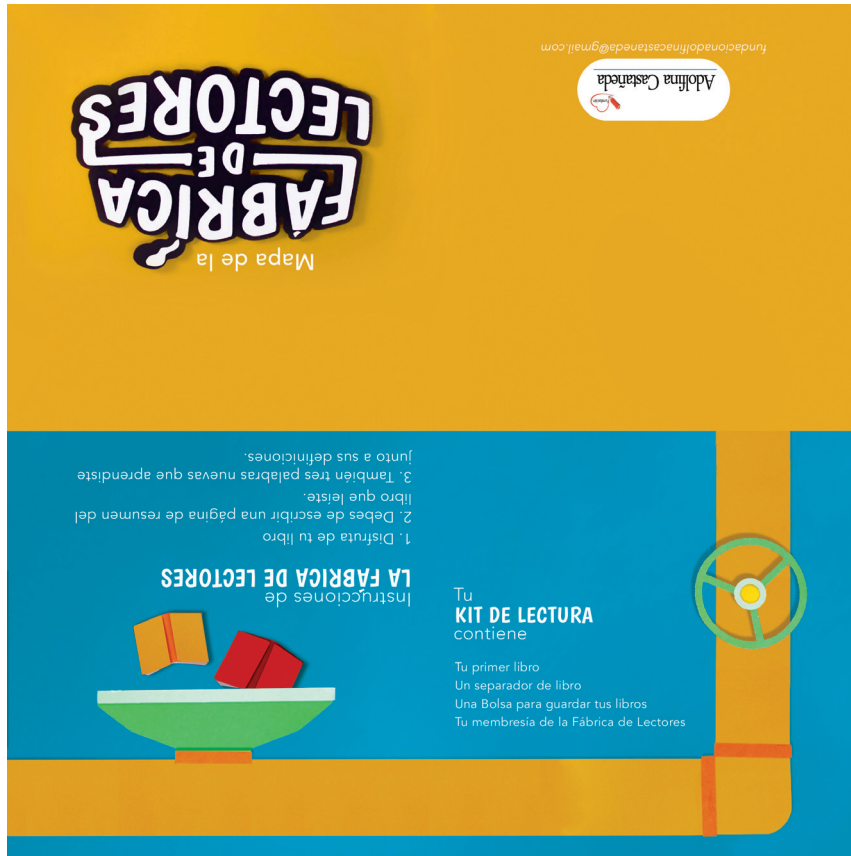




Se modificó el área amarilla el tiro del mapa, se cambió el logotipo de la fundación a la cara del retiro. Esto otorga mayor jerarquía al logotipo de la “Fábrica de lectores” y no al de la fundación.



Se decidió realizar un troquel en el que las tuberías serían secuenciales al abrir el folleto por lo que se tuvieron que adaptar las ilustraciones. Se modificó la forma en la que se presenta el logotipo de la fundación pues se quiere mantener coherencia entre todas las piezas.



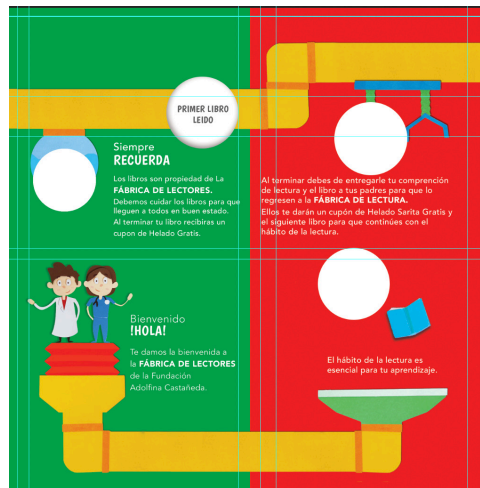
Según una previa validación con expertos en diseño gráfico, el grupo objetivo y expertos en el tema (anexo 12) se analizó que el mapa era funcional pero no era innovador, no llamaba la atención del grupo objetivo. Por lo que se decidió realizar un tipo de juego en el cual se deben de coleccionar *stickers* para completar el mapa. Se consideró que el mapa necesitaba tener más elementos gráficos y ser más directo por lo que se mejoró la diagramación del mismo. Se aplicaron los fondos para dar la apariencia de pedazos de papel entrelazados.





Stickers:

Se realizó Bocetaje digital para las *stickers* del juego en el mapa anterior para poder tener una idea de cómo se manejarían las *stickers*.



Se realizó la propuesta para el nuevo mapa utilizando los elementos de la línea gráfica.



## VALIDACIÓN

Se llevó a cabo la validación del proyecto en la cual se realizan encuestas al grupo objetivo, expertos en el tema y en diseño gráfico para analizar que mejoras se le pueden dar al proyecto. Estas preguntas se encuentran en los anexos del 13.1 al 13.5 y el análisis completo de las validaciones se encuentra en el anexo 13.6 .

### Ficha de inscripción

Ponsa y Márquez (2018) mencionan que la tipografía avenir médium utilizada en la ficha de inscripción son legibles y expresan formalidad al grupo objetivo.

Forno (2018) menciona que la tipografía de la ficha de inscripción da confianza. Esta pieza es un gancho para que después del video se genere más interés.

El grupo objetivo primario menciona que la ficha motiva a inscribir a sus hijos al proyecto, que el texto es fácil de leer y si transmite confianza en el proyecto. También al igual que en el video es mejor colocar un número para hablar por WhatsApp o un número de teléfono que correo electrónico pues es más fácil la comunicación por esa vía.

## ANTES

**FICHA DE INSCRIPCIÓN**

Fecha: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE PADRES**

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_

Numero de teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Dirección de casa: \_\_\_\_\_

.....

**INFORMACIÓN DE HIJOS**

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_

Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Por Adolfin Castañeda fundacionadolfincastaneda@gmail.com

## DESPUÉS

**FICHA DE INSCRIPCIÓN**

Fecha: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE PADRES**

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_

Numero de teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Dirección de casa: \_\_\_\_\_

.....

**INFORMACIÓN DE HIJOS**

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_

Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Por Adolfin Castañeda Whatsapp: 4084-9098 | fundacionadolfincastaneda@gmail.com

## Video

Ponsa y Márquez (2018) consideran que las tipografías expresan niñez. Son tipografías legibles con formas bastante dinámicas e irregulares que complementan bien el tema de ilustración en papel. Ambos mencionan que las ilustraciones tienen relación con el tema pues al ser libros se relacionan con papel y al mismo tiempo es algo que niños podrían hacer por lo que el estilo manual los representa. El formato en el que se realizó la animación es el incorrecto por lo que sugieren que se modifique a 1920 x 1080 FULL HD. Ponsa menciona que la animación debe ser modificada para acortar tiempos entre las transiciones de las diapositivas. También mencionan que la música funciona bien con el video pues expresa niñez aunque se debe de arreglar como termina la canción y la animación. Se mencionó también que en la última diapositiva se deben de organizar los textos para que tengan una entrada y salida más ordenada.

Por el contrario Forno (2018) considera que las transiciones y el tiempo es perfecto para que se tenga tiempo de leer. También menciona que es un medio adecuado para comunicar al grupo objetivo. Ella menciona que los colores son llamativos, son los colores básicos que se conocen a todas las edades. También indica que sería interesante agregar elementos blancos como los que se encuentran en los separadores para unificar todo y agregar dinamismo a la presentación.

El grupo objetivo primario consideró el video con un tiempo adecuado en el cual se puede entender y leer la información con un tiempo suficiente. Menciona que en ningún momento le pareció aburrido, siempre se mantuvo divertido e interesante. También menciona que la música del video es adecuada por que es infantil. En el área de la información del proyecto se entendió adecuadamente cual es el logotipo del proyecto y cual es el de la fundación, se mencionó que es mejor colocar un número para hablar por WhatsApp o un número de teléfono que correo electrónico pues es más fácil la comunicación por esa vía.

*Los cambios que se realizaron en el video son:*

El cambio de orden en el texto de la diapositiva final. En la validación se mencionó que el orden de animación de texto se podría mejorar hacienda que los textos aparezcan de arriba hacia abajo uno por uno. Por esto se inicia con el logotipo que es el elemento más importante, se sigue por el primer texto, seguido por el Segundo texto y termina con el logotipo de la fundación.

El orden en que animaron los distintos elementos:

**ANTES**

1. Logotipo
2. Inscribe a tu hijo en la
3. Para más información:  
Fundacionadolfinacastaneda@gmail.com  
Tel. 2333-444
4. Logotipo fundación

**DESPUÉS**

1. Logotipo
2. Inscribe a tu hijo en la  
Para más información:  
Fundacionadolfinacastaneda@gmail.com  
Tel. 2333-444
3. Logotipo fundación

**ANTES**

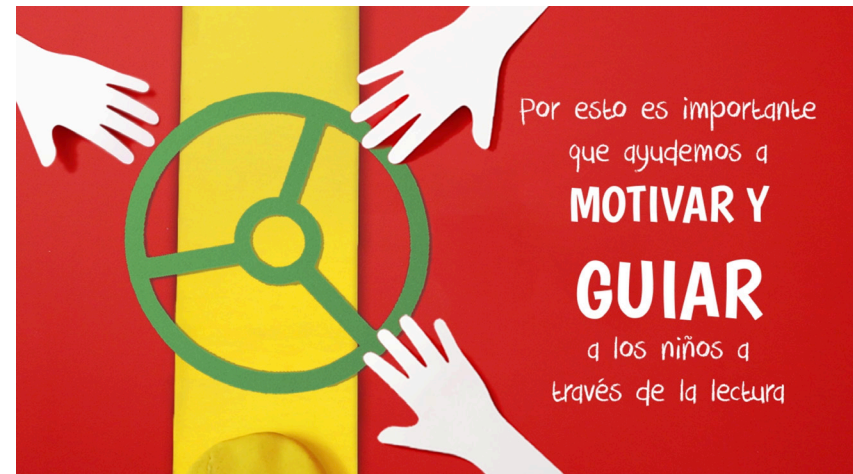


**DESPUÉS**

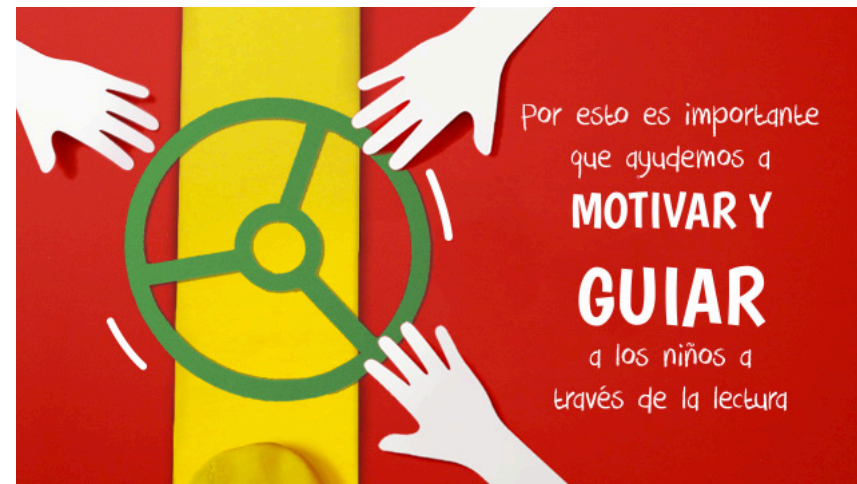


También se mencionó que se debería de unificar la línea gráfica de todo el Proyecto utilizando los elementos de acción blancos. Por esto en algunas diapositivas se agregaron para darle énfasis a la animación.

## ANTES



## DESPUÉS





## Separadores

Márquez menciona que los separadores en papel textote con puntas redondas son una buena elección de materiales y formas pues las puntas redondas ayudarán a evitar que al meterlos en los libros se doblen las puntas.

Forno (2018) menciona que los separadores son una pieza que ayudara a dar seguimiento a la lectura al igual que evita la distracción por lo que aparte de ser un elemento básico es útil para ellos. También mencionan que las puntas redondas son más duraderas pero por la edad de los niños se deberían de empalasticar los separadores. Forno (2018) menciona que el tiempo de entrega de los separadores (Cada dos libros leídos) es el adecuado para motivar al hábito de la lectura.

Los separadores les generan motivación aunque la frase del separador verde es difícil de leer pues no se entendió claramente. Además los signos de interrogación dan a entender una frase incorrecta. Por esto se cambiará la frase del separador verde haciéndola más fácil de comprender para las edades del grupo objetivo secundario.

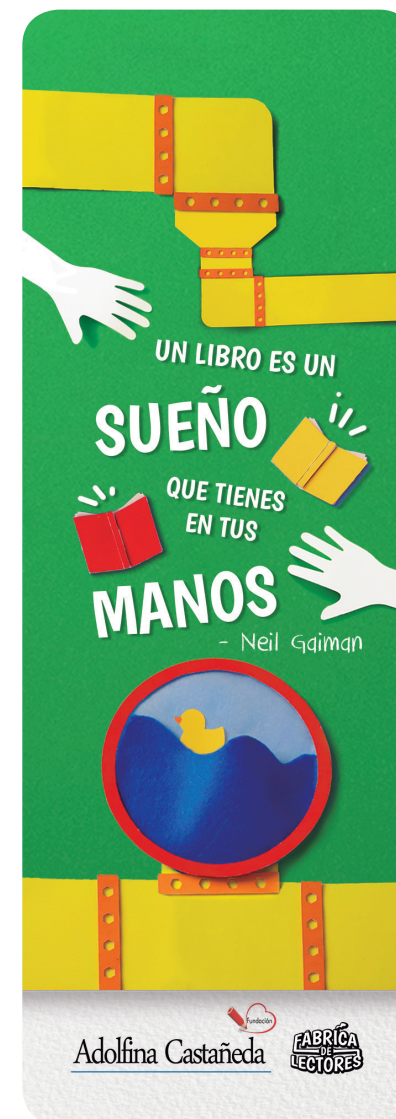
*Los cambios que se realizaron en los separadores son:*

Al realizar la validación con el grupo objetivo se noto que no se entendía la frase por lo que se realizó el cambio de frase. Con este cambio también se agregaron elementos que combinarán con la nueva frase.

## ANTES



## DESPUÉS



## Mapa

Ponsa y Márquez (2018) mencionan que el mapa es innovador pero para motivar a los grupos objetivos se necesita alguna recompensa pues aunque la lectura no es común que les guste a los niños necesitan algo que los motive. De igual manera consideran que es un material que funciona. Mencionan también que no es necesario colocar el logotipo en la parte de adentro del mapa pues ya se cuenta con el logotipo en la portada. También mencionaron que se pueden utilizar elementos hechos a mano para realzar los textos que contienen numeración para tratar de hacerlo más gráfico y que llame la atención para la lectura.

Forno (2018) menciona que la tipografía utilizada en el mapa (DK Crayon crumble) se entiende perfectamente a pesar de su tamaño y puede ser un factor importante para determinar si algún niño tiene dificultades de lectura. Al no ser ese el objetivo del proyecto se considera hacer más grande la letra para que sea legible para todas las edades. También menciona que se debería de eliminar la dirección de correo electrónico

en la parte de debajo de las *stickers* pues es innecesario por que los niños usualmente no leen determinadamente ese tipo de información. Ella menciona que los elementos gráficos representan correctamente el concepto pues se van cumpliendo metas y objetivos a través de un esquema guiado. También considera que el mapa es interesante pues le da seguimiento a la lectura y lleva una secuencia que los niños pueden llevar.

El grupo objetivo secundario menciona que no se entienden muy bien las instrucciones del desafío, no se entiende como hay que completarlo por lo que se van a cambiar las instrucciones y los desafíos para que se entienda que hay que completarlos para poder ganar la siguiente *sticker*. En el área de bienvenida al club no se entienden muy bien los pasos que se van a realizar para completar el libro por lo que se deberá de agregar algo para apoyar las instrucciones.

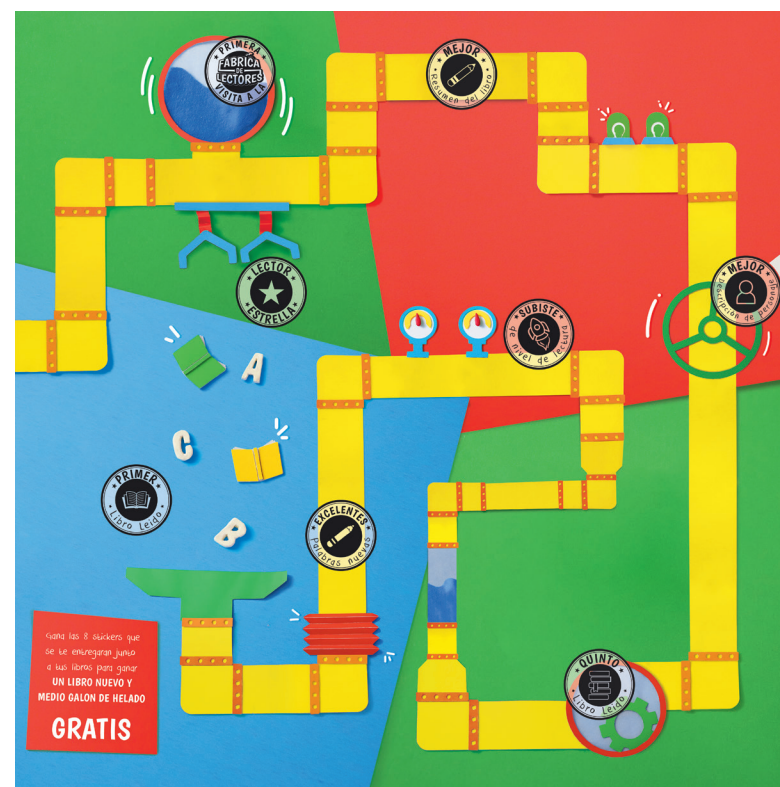
Los cambios que se realizaron en el mapa + stickers son:

En el tiro del mapa se decidió eliminar el logotipo y la pestana blanca pues no es necesario repetir tanto el logotipo. Se realizó una modificación en el área dónde se coloca la *sticker* para que sea más fácil de identificar a que *sticker* pertenece. Se crearon estos emblemas los cuales llaman más la atención y expresan mejor la información.

## ANTES



## DESPUÉS





En el retiro del mapa se recomendó utilizar formas visual para los textos por lo que se agregaron números, áreas, y elementos que expresan los textos de una manera más dinámica. En el área de Bienvenidos se agregó una pequeña introducción a los números pues el grupo objetivo no comprendió como funciona.

## ANTES

**FABRICA DE LECTORES**

Adelina Casanueva

Siempre  
RECUERDA

Los libros son propiedad de la  
FABRICA DE LECTORES.  
Debemos cuidar los para que  
lleguen a todos en buen estado.

Tu  
KIT DE LECTURA  
contiene

1. Tu primer libro.  
2. Una bolsa para guardar los libros.  
3. Una bolsa para guardar los libros.  
4. Memoriales de la fabrica de lectores.

¡Bienvenidos!  
**HOLA!**

**1** Disfruta de  
TU LIBRO

**2** Escribe un  
RESUMEN

**3** Escribe 3  
NUEVAS  
PALABRAS

AL TERMINAR DE LEER EL LIBRO...

**GRATIS**

1. Te enviaremos un nuevo libro y un cupón de Helado Sorita.

2. Ellos lo entregaran a la fabrica de lectores.

3. Entregas la comprensión de lectura y el libro a tus padres.

## DESPUÉS

**FABRICA DE LECTORES**

Adelina Casanueva

Siempre  
RECUERDA

Los libros son propiedad de la  
FABRICA DE LECTORES.  
Debemos cuidar los para que  
lleguen a todos en buen estado.

Tu  
KIT DE LECTURA  
contiene

Tu primer libro, un separador, una bolsa para guardar los libros y memoriales de la FABRICA DE LECTORES.

1. Tu primer libro.  
2. Una bolsa para guardar los libros.  
3. Una bolsa para guardar los libros.  
4. Memoriales de la fabrica de lectores.

¡Bienvenidos!  
**HOLA!**

Pasos que debes completar:

**1** Disfruta de  
TU LIBRO

**2** Escribe un  
RESUMEN

**3** Escribe 3  
NUEVAS  
PALABRAS

AL TERMINAR DE LEER EL LIBRO...

**GRATIS**

1. Te enviaremos un nuevo libro y un cupón de Helado Sorita.

2. Ellos lo entregaran a la fabrica de lectores.

3. Entregas la resumen las eres palabras y el libro a tus padres.



Para las *stickers* los expertos en el tema mencionan que es mejor eliminar el texto para más información pues al entregarle la *sticker* a los niños no lo van a leer y tampoco van a mandar correo ellos. Por esto se eliminó el correo y así mismo el tamaño de la *sticker*.

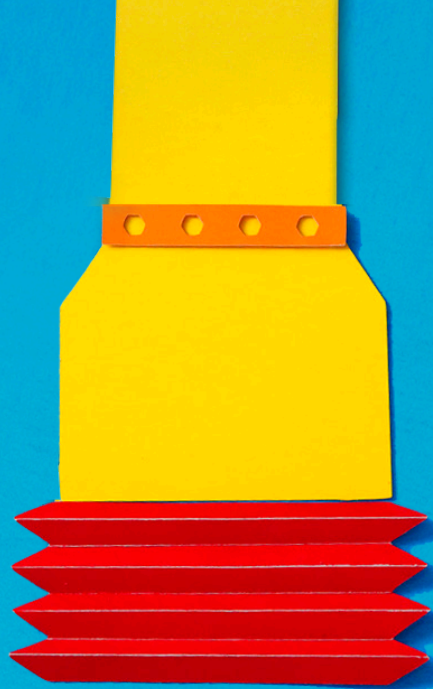
## ANTES



## DESPUÉS







GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN

DEL DISEÑO



## PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

La *Fundación Adolfina Castañeda* solicito ayuda para realizar mejoras a su proyecto llamado «*Club de lectura*». Para esto se decidió realizar distintas piezas como: un logotipo, una ficha de inscripción, un video y un kit de lectura. A continuación se fundamentara cada elemento de diseño de lo general a lo específico. Iniciando con la tipografía, ilustración, colores, el nombre del proyecto, seguido de las piezas.

### Tipografía

Se eligió la familia tipográfica *sans serif* ya que representa una letra geométrica, principalmente fácil de leer en pantalla. Esta es una tipografía informal que representa sencillez y modernismo.

Giralt (2015) recomienda crear contraste aunque no recomienda combinar más de dos tipografías para lograrlo. Por esto se decidió utilizar la tipografía *Avenir Medium*, *DK Crayon Crumble* combinada con la tipografía *Boogaloo Regular*. La tipografía *avenir* es una tipografía delgada, se decidió utilizar un peso tipográfico medio pues la tipografía *Boogaloo* es bastante gruesa. Así creando contraste entre ambas tipografías. Esta se utiliza en las piezas donde se tiene mucho texto que generalmente son dirigidas al grupo objetivo primario, los padres.

Se utilizó la tipografía *Boogaloo* en mayúsculas, ya que según Bosler (2012), las mayúsculas representan importancia. Se seleccionaron palabras clave para aplicar dicha tipografía utilizándose esporádicamente según recomendado.

Se agregó la tipografía *DK Crayon crumble* para complementar la tipografía *Boogalo* reflejando el grupo objetivo secundario.

### Ilustración

Según Viro (2016) es muy importante generar imágenes que no sean redundantes con la información. Por esto se crearon ilustraciones en las cuales se perciba un recorrido. Las ilustraciones se decidieron realizar en una técnica de papel cortado tratando de representar cortes realizados por niños. Gildersleeve (2014) menciona que estas ilustraciones nos conectan con algo físico lo cual permite conocer la importancia del contacto humano. De igual manera se representa el rol tan importante que tienen los padres, maestros y la “*Fábrica de lectores*” en los niños.

Se utilizaron texturas análogas pues las ilustraciones fueron realizadas en papel. Estas texturas según García et al. (2011), hacen más expresiva una imagen. También se agregaron elementos en plastilina y fieltro para agregar más texturas y dinamismo.

### Colores

Los colores que se utilizaron para las ilustraciones son rojo, amarillo, azul y verde. Estos colores fueron elegidos por algunas cualidades: el color rojo, amarillo y azul son los colores primarios, estos son relacionados con la educación y los niños. Según las encuestas realizadas (anexo 5.1) los colores asociados con educación en orden de preferencia son Azul, rojo, amarillo y verde. Según Forno (anexo 13.2) los colores primarios son perfectos para niños pues ya todos los reconocen.

El color azul expresa amistad, serenidad y confianza. Se utiliza este color para dar confianza a los padres para inscribir a sus hijos en la “*Fábrica de lectores*”. En este proyecto también se utiliza el color azul como representación de los niños los cuales



son como una gota de agua que se traslada atreves de las tuberías de la fábrica expandiéndose cada vez más.

El color rojo es vida y energía. Este color también transmite protección y acción por lo que representa a los mediadores quienes guían a los niños por el recorrido de la lectura. El color rojo es el color principal de Helado Sarita por lo que se decidió utilizarlo como el color de introducción al proyecto generando una conexión entre el proyecto y su alianza estratégica.

El color amarillo es un color cálido relacionado con los niños pues según Ricupero (2007), es un color activo, jovial e impulsivo. El amarillo es un color que impulsa hacia el futuro, además de estar relacionado con la motivación el cual es uno de los objetivos principales del proyecto. Este color se utilizó para toda la tubería pues es un elemento que se utiliza en todo el proyecto, logrando llevar un mensaje de motivación y de crecimiento a futuro.

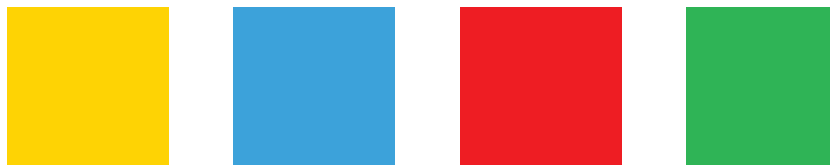
El color verde fue elegido pues el logotipo anterior del proyecto contaba con este color. También por que es el color de la naturaleza, cuando un niño inicia el proceso del aprendizaje va creciendo poco a poco como una planta, alimentándose de lo aprendido. Por esto en este caso el color verde representa el crecimiento personal.

Los colores utilizados para el logotipo son blanco y negro. El color blanco expresa el infinito, la inocencia y la estabilidad, cualidades que se desean transmitir. Una infinidad de posibilidades a través de la lectura, la inocencia de los niños y la estabilidad que la educación puede traer a futuro.

El color negro, este se utiliza como contorno en el logotipo. Es un color de misterio el cual se utiliza para generar expectativa del proyecto. Este también es un color formal el

cual representa al grupo objetivo, los padres. Según Márquez (anexo 14.1) estos son colores neutrales por lo que se adaptan a todo tipo de material y fondos.

#### *Paleta de color:*



#### **Nombre**

El objetivo de este club es abrirle las puertas a los niños para que conozcan la lectura fuera del ámbito escolar y educativo. Según Cerrillo et al. (2001) se debe de hacer una diferencia entre la lectura escolar (aprender, estudiar, obligatoria) y la lectura literaria (divertido, gusto, voluntaria). Se inició este proyecto con la evaluación del nombre «*Club de lectura*». Este nombre hace referencia a una actividad obligatoria y educacional.

Se consideraron varios nombres y se eligió “*Fábrica de lectores*” por que es un nombre que no expresa literalmente un Club de lectura por lo que deja volar la imaginación y crea expectativa sobre el proyecto. Según Forno (anexo 13.2) el nombre y logotipo de “*Fábrica de lectores*” logra dar un sentimiento de expectativa de que va a tratar el proyecto. También se eligió por la conexión entre la palabra “fábrica” y la fábrica de *Helados Sarita*. Esto ayuda a que el grupo objetivo primario (padres) se sientan identificados por trabajar allí al igual que el grupo objetivo secundario (hijos) que saben que sus padres trabajan en una fábrica.



## **Logotipo**

Según García (2014) el logotipo es un isologotipo, pues combina elementos no verbales con tipografía y se funden creando un solo elemento. En este se utiliza la tipografía Boogaloo. Según Bosler (2012) la tipografía de un logotipo debe ser distintiva, memorable, versátil y apropiada. Por esto se eligió la tipografía Boogaloo para ser la tipografía del logotipo. Este va dirigido a padres e hijos pues los padres son quienes inscriben a sus hijos y los hijos son los que deben sentirse como parte de un grupo.

Se modificó la tipografía agregándole a la letra “F” y “S” una tubería la cual genera equilibrio y simetría entre el logotipo. El logotipo cuenta con elementos que se adaptan al concepto “recorrido intelectual guiado” en el cual las tuberías representan el recorrido realizado. Siguiendo la temática de una fábrica se agregó humo saliendo de una tubería.

Según la imagen compartida por Valvert J. (2015) el logotipo cuenta con varias características de un buen logotipo. Asociación positiva, el logotipo cuenta con asociación positiva pues muestra el mejor punto de vista del proyecto, dejando a la imaginación de los niños descubrir de que trata la “*Fábrica de lectores*”.

Gestalt cerrada, el logotipo cuenta con Gestalt cerrada pues por su forma redonda integra todos los elementos dirigiendo la vista directo al logotipo.

El color, el logotipo se realizó a dos colores, blanco y negro, por esto no depende de ningún color para sus efectos visuales. Esto lo hace más económico pues puede imprimirse en una tinta.

Espacios negativos, los espacios negativos del logotipo funcionan de igual manera al ser invertidas.

Fluidez, el logotipo a través de las tuberías logra que el ojo se mueva a través de el mismo.

Dirección, el logotipo muestra una dirección con la utilización del humo. Este apunta hacia arriba para el lado derecho lo cual lo hace más efectivo y positivo.

El logotipo se realizó en blanco y negro pues para las ilustraciones se utilizaron texturas con colores y se quiere evitar la saturación de las piezas.

Para la correcta utilización del logotipo se realizó un manual de identidad (anexo 16) en el cual se mencionan las distintas versiones del logotipo al igual que las aplicaciones correctas e incorrectas.







**FÁBRICA  
DE  
LECTORES**

MANUAL DE IDENTIDAD



## Ficha de inscripción

Se decidió realizar una ficha de inscripción para generar unidad gráfica en las piezas que tienen contacto con los padres. Después de presentar el video se repartirán dichas fichas para que puedan inscribir a sus hijos. Estas deben de generar interés y expectativa del proyecto y al mismo tiempo ser funcionales.

Puesto a que es una pieza para uso interno de la fundación, se decidió realizar en formato media carta en papel bond a escala de grises pues se diseño para ser impreso en una impresora de oficina haciendo más económica la pieza. La pieza final es un pdf que cuenta con dos fichas las cuales están divididas por una línea punteada para facilitar el corte de la pieza.

The image shows two identical registration forms, one above the other, separated by a dashed horizontal line. Each form is designed to look like a lightbulb-shaped card. On the left side of each form is a graphic of a lightbulb with the text 'FABRICA DE LECTORES' written in a stylized, bold font below it. At the bottom left of each form, it says 'Por Adollina Castañeda' with a small logo. At the bottom right, it provides contact information: 'Whatsapp: 4084-9098 | fundacionadolfinacastaneda@gmail.com'. The main body of each form is a rounded rectangle with a title 'FICHA DE INSCRIPCIÓN' in a rounded box at the top. Below the title, there are two sections: 'INFORMACIÓN DE PADRES' and 'INFORMACIÓN DE HIJOS'. Each section contains several lines of text with corresponding input fields. At the bottom of each form, there is a quote: 'La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.'

**FICHA DE INSCRIPCIÓN**

Fecha: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE PADRES**

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_

Numero de teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Dirección de casa: \_\_\_\_\_

.....

**INFORMACIÓN DE HIJOS**

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_

Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_

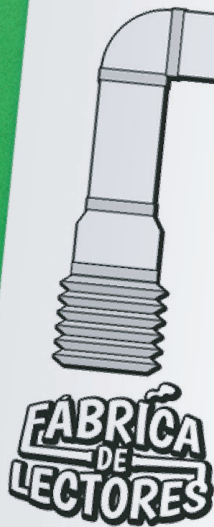
Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Whatsapp: 4084-9098 | fundacionadolfinacastaneda@gmail.com

Por Adollina Castañeda





Por Adolfin Castañeda

### FICHA DE INSCRIPCIÓN

#### INFORMACIÓN DE PADRES

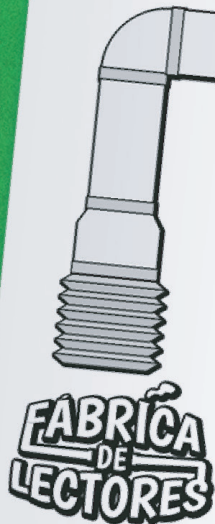
Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_  
Numero de teléfono: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_  
Dirección de casa: \_\_\_\_\_

#### INFORMACIÓN DE HIJOS

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_  
Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_  
Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_  
Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Whatsapp: 4084-9098 | fundacionadolfinacastaneda@gmail.com



Por Adolfin Castañeda

### FICHA DE INSCRIPCIÓN

#### INFORMACIÓN DE PADRES

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_  
Numero de teléfono: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_  
Dirección de casa: \_\_\_\_\_

#### INFORMACIÓN DE HIJOS

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_  
Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_  
Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_  
Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_  
Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agiliza la inteligencia.

Whatsapp: 4084-9098 | fundacionadolfinacastaneda@gmail.com



## Video

Se decidió realizar un video para informar a los padres de la existencia y los beneficios que la “*Fábrica de lectores*” tiene para sus hijos. Por esto se realizó una animación en la cual se evidenciara un recorrido a través de una fábrica por la cual los niños se van transformando para ser personas exitosas con ayuda de sus padres y de los libros.

Se decidió hacer este video pues es muy importante la colaboración de un mediador en el hábito de la lectura de un niño. Según Cerrillo et al. (2007) en la promoción de la lectura como en la animación a la lectura, sobre todo cuando se trata de niños o adolescentes es muy importante la figura de un mediador, papel que cumplen padres o maestros. La Fábrica de lectores quiere servir como mediador para los niños pero en el video también se solicita el apoyo de los padres.

El formato que se utilizó para dicho video es de 1920 x 1080 px. Este formato es conocido como FULL HD y es el formato recomendado por Monge Bauza (2014) y Ponsa (anexo 13.1.). Se utilizan tres distintos colores de fondo, rojo, azul y verde simulando pedazos de papel. Estas se intercalan para no recargar con un solo color y mantener el video dinámico. Según Monge Bauza (2014) el color blanco es uno de los colores más utilizados en audiovisual, este se utiliza para textos. Por esto se utilizó para todos los textos del video, contrastando con los colores de fondo.

Monge Bauza (2014) recomienda que la entrada de los textos debe ser fluida y rápida, debe de tener el tiempo necesario para la lectura y la salida debe de ser más rápida que la entrada. Por esto se animaron los textos de una manera sencilla para no recargar la animación y se dio un tiempo que según el grupo objetivo y los expertos en el tema es adecuado para la lectura.

A pesar de que expertos en animación recomiendan la utilización de narración en el video no se utiliza pues el video será presentado en un grupo grande de personas. Para poder ser escuchado adecuadamente se necesitaría mucho silencio, de no ser así puede transformarse en ruido.



El hábito de lectura estimula:  
**CREATIVIDAD, ORTOGRAFÍA  
E INTELIGENCIA**

Motivemos a los niños al  
**HÁBITO DE LA LECTURA**  
para ayudar a formar...

Por esto es importante  
que ayudemos a  
**MOTIVAR Y  
GUIAR**  
a los niños a  
través de la lectura

personas con  
**OPINIONES VALIOSAS**  
para la comunidad

**RECUERDA:**  
El ingrediente secreto  
de la educación de tus  
hijos son los libros.

Inscribe a tu hijo en la

**FÁBRICA  
DE  
LECTORES**

Para más información:  
fundacionadolfinacastaneda@gmail.com  
Whatsapp: 4084-9098  
Tel. 2333-444

Adollina Castañeda



La lectura es una  
**HERRAMIENTA**  
que agiliza la  
**INTELIGENCIA**



## Kit de lectura

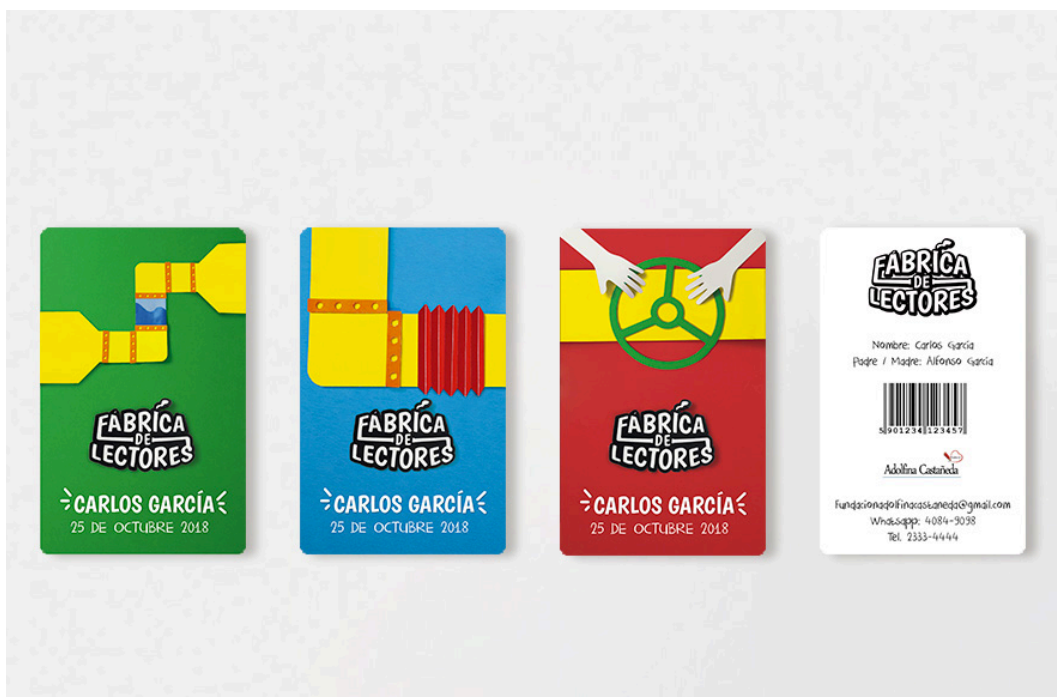
### Membresía

Se realizó la membresía de tamaño 2 x 3.5" pues es una medida estándar una tarjeta de crédito. La fundación cuenta con tarjetas de PVC y una máquina para imprimirlas por lo que se utilizó como soporte. Se realizaron tres colores distintos de membresías, Rojo, azul y verde dependiendo de la edad y nivel de lectura del Niño. No se utilizó el color amarillo pues es el color de las tuberías. La función principal de las membresías es identificar el nivel de lectura del niño y al niño en general. Esto servirá de motivación pues crea en ellos una necesidad de querer mejorar o seguir participando en el club para obtener una tarjeta más.

La membresía Roja será para niños de 7 – 9 años, la verde de 9-11 años y azul 11-13 años.

Se realizaron sobres que se aplicaran en la parte de atrás de los libros como una tarjeta de biblioteca pero en vez de eso se colocara la membresía. Así se ayudará a la Fábrica de lectores a identificar quienes pertenecen al club, darle seguimiento a los libros que se le dan a cada niño y monitorear el nivel de lectura.

Las membresías fueron realizados adecuadamente para que al juntar varias membresías se pueda formar un recorrido. Esto con el fin de fomentar la colaboración y el juego entre los integrantes de la fundación.







## Separadores

Los separadores son de tamaño 2.125" x 6.5". Se realizaron en papel texcote por ser un papel rígido pues estos se estarán manipulando frecuentemente. Forno (anexo 13.2.) recomienda la utilización de plástico para los separadores pues se estarán utilizando a diario y al ser para niños necesitan tener doble protección. Se realizarán con las puntas redondas pues según Eisenberg et al. (1995) esto mejora el tiempo de vida de los materiales.



Los separadores al igual que la membresía fueron realizados adecuadamente para que al juntar varios separadores se pueda formar un recorrido. Esto con el fin de fomentar la colaboración entre los integrantes de la fundación. Según encuestas al grupo objetivo (anexo 8.1) cuentan con 3 a 4 hijos por lo que se puede utilizar para jugar entre hermanos y motivarse a coleccionar y ganar más separadores.

El primer separador se entregara como parte del kit y los otros dos se entregarán con los siguientes dos libros leídos fomentando así la lectura.







UN LIBRO ES UN  
**SUEÑO**

QUE TIENES  
EN TUS

**MANOS**

- NEIL GAIMAN



Adolfina Castañeda 



SOLO CON EL  
**♡RAZÓN**

SE PUEDE VER BIEN,

LO ESCENCIAL ES  
**INVISIBLE**

A LOS OJOS.

- ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY



Adolfina Castañeda 



MIENTRAS  
MÁS LEAS,  
MÁS COSAS SABRAS

MIENTRAS  
MÁS SEPAS,  
MÁS LEJOS LLEGARAS

- DR. SEUSS

Adolfina Castañeda 











## **Bolsa**

Para el empaque del kit de lectura se decidió realizar un empaque que tuviera una función aparte de contener las piezas del kit. Según McNeal (1999) al hacer encuestas descubrió que las personas querían que el empaque de sus productos tuviera una función, que fuera conveniente para guardar, fácil de abrir, y que se pueda volver a cerrar. Por esto se decidió realizar una bolsa pues servirá para guardar los libros cuando los padres se los lleven a casa. La bolsa evitara que los libros se deterioren por la rotación que mantienen.

Según Merello (2012) existen varios tipos de empaques según su material. Uno de estos son textiles con los cuales se hacen bolsas, estas de bajo costo. Por ser un proyecto para una fundación con poco presupuesto se debe de considerar las propuestas económicas.

Además las bolsas ecológicas permiten eliminar la contaminación que se tenía, anteriormente se utilizaban sobres manila para los libros. Estos serán intercambiados por la bolsa que permitirá eliminar el consumo de sobres y así la contaminación.



**FÁBRICA  
DE  
LECTORES**

## PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

### Especificaciones técnicas

Las especificaciones técnicas se mencionan para poder tener claro como serán realizadas cada una de las piezas. En las siguientes tablas se mencionan el color, tamaño, formato, soporte, sistema de impresión y especificaciones de cada pieza gráfica.

#### Logotipo:

<b>Color</b>	Blanco y Negro
<b>Formato</b>	Ai CC, PNG, JPG

#### Video:

<b>Tamaño</b>	1920 x 1080 px
<b>Color</b>	RGB
<b>Formato</b>	mp4
<b>Sustrato</b>	Digital
<b>Especificaciones</b>	El video se deberá presentar a través de una cañonera para que pueda ser observado por muchas personas. Se deberá de tomar en cuenta el audio del video para que se comprenda.

#### Ficha de inscripción:

<b>Tamaño</b>	8.5 x 5.5"
<b>Color</b>	Escala de grises
<b>Formato</b>	PDF
<b>Sustrato</b>	Hoja Carta Bond
<b>Sistema de impresión</b>	Digital
<b>Cantidad</b>	Depende de la demanda.
<b>Especificaciones</b>	Se entregara la fiche de inscripción en formato PDF tamaño carta. En cada hoja carta se encuentran dos fichas de inscripción. Estas se deberán de imprimir en las oficinas de la fundación.



**Kit de lectura:***Membresía*

<b>Tamaño</b>	2 x 3.5"
<b>Color</b>	CMYK
<b>Formato</b>	Tiff
<b>Sustrato</b>	PVC
<b>Sistema de impresión</b>	Transferencia térmica (Máquina especial para impresión de tarjetas de PVC)
<b>Cantidad</b>	3 Estilos 120 – Rojas 120 – Verdes 120 – Azules 360 total
<b>Especificaciones</b>	Impresión tiro full color y retiro blanco y negra.  Se utilizará códigos de barras para identificar a cada integrante.

*Sobre de membresía*

<b>Tamaño</b>	4.4 x 6.6"
<b>Color</b>	CMYK
<b>Formato</b>	Tiff
<b>Sustrato</b>	Papel texcote
<b>Sistema de impresión</b>	Digital
<b>Cantidad</b>	720 sobres.  3 Estilos 240 – Rojas 240 – Verdes 240 – Azules 720 total  Se desean tener por lo menos 720 sobres para los libros. Se tendrán que realizar más sobres a medida que se recauden más libros para la Fábrica de lectores.
<b>Especificaciones</b>	Tiro y retiro troquelado y pegado de los lados.

*Separadores*

<b>Tamaño</b>	2.125" x 6.5"
<b>Color</b>	CMYK
<b>Formato</b>	Tiff
<b>Sustrato</b>	Papel texcote
<b>Sistema de impresión</b>	Digital
<b>Cantidad</b>	3 Estilos 120 – Rojas 120 – Verdes 120 – Azules 360 total
<b>Especificaciones</b>	Emplasticado

*Mapa*

<b>Tamaño</b>	12 x 12"
<b>Color</b>	CMYK
<b>Formato</b>	Tiff
<b>Sustrato</b>	Papel couche
<b>Sistema de impresión</b>	Digital
<b>Cantidad</b>	360 total
<b>Especificaciones</b>	Tiro y retiro.

*Stickers del Mapa*

<b>Tamaño</b>	2 x 3"
<b>Color</b>	CMYK
<b>Formato</b>	JPG
<b>Sustrato</b>	Papel adhesivo
<b>Sistema de impresión</b>	Digital
<b>Cantidad</b>	8 Estilos 360 de cada estilo 2,880 total

*Bolsa*

<b>Tamaño</b>	8.5 x 11”
<b>Color</b>	CMYK
<b>Formato</b>	Ai CC y JPG
<b>Sustrato</b>	Bolsa ecológica
<b>Sistema de impresión</b>	Serigrafía
<b>Cantidad</b>	360 bolsas



***Informa técnico que acompaña los archivos digitales de reproducción***

En el informe técnico que acompaña los archivos digitales de reproducción se muestran las cartas que serán entregadas a las personas encargadas de la reproducción de las piezas. En ellas se señala dónde, como y cuanto se debe de imprimir para cada pieza evitando así confusiones más adelante.

## VIDEO

Guatemala, 29 de Abril, 2017

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la utilización del video informativo "Fábrica de Lectura".

### Descripción del proyecto

Video informativo de la "Fábrica de Lectura".

### Nombre del cliente

Fundación Adolfinca Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Sistema operativo

MOV

### Software utilizado

Adobe After effects CC exportado para MOV.

### Formato

Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 2
    - VIDEO
      - MOV
        - F2-VIDEO.MOV

### Especificaciones

Al abrir el archivo seleccionar la opción de pantalla completa para tener una mejor visualización.

Asegurarse de tener bocinas con suficiente volumen y los cables necesarios.  
Cables HDMI / VGA para video.  
Cable Auxiliar para audio

## FICHA DE INSCRIPCIÓN

Guatemala, 29 de Abril, 2017

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la reproducción de la ficha de inscripción para la "Fábrica de Lectura".

### Descripción del proyecto

Ficha de inscripción realizada para ser impresa en las oficinas de la fundación según se necesite.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfinca Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Ai CC exportado para Ilustrador CS6 guardado como PDF.

### Sustrato

Papel bond  
Escala de grises

### Reproducción

Impresión Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 2
    - FICHA DE INSCRIPCIÓN
      - PDF
        - F2-FICHA DE INSCRIPCION.pdf

### Especificaciones

El archivo PDF esta listo para imprimir en las oficinas, no se necesita imprimir en litografía.

Imprimir el archivo es PDF . Recortar la hoja por la mitad.

## SEPARADORES

Guatemala, 4 de julio, 2016

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la realización de los **separadores** solicitados.

### Descripción del proyecto

Separadores para libros. Tres diferentes motivos.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfinia Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Adobe Photoshop CC

### Sustrato

Papel textcote del lado brillante  
Emplasticado

### Formato

2.125 x 6.5"

### Reproducción

Impresión Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 3
    - SEPARADORES
      - JPG
        - F3-SEPARADOR-AZUL.jpg
        - F3-SEPARADOR-ROJO.jpg
        - F3-SEPARADOR-VERDE.jpg

## MEMBRESÍA

Guatemala, 4 de julio, 2016

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la realización de las **membresías** solicitadas.

### Descripción del proyecto

Tres diferentes motivos de membresías.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfinia Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Adobe Photoshop CC

### Sustrato

PVC

### Formato

2 x 3.5"

### Reproducción

Impresión Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 3
    - MEMBRESIA
      - JPG
        - F3-MEMBRESIA-AZUL.jpg
        - F3-MEMBRESIA-ROJO.jpg
        - F3-MEMBRESIA-VERDE.jpg

### Especificaciones

Nombre Personalizado  
Codigo de barras

## SOBRE

Guatemala, 4 de julio, 2016

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la realización de los **separadores** solicitados.

### Descripción del proyecto

Sobres de membresía para libros. Tres diferentes motivos.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfinca Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Adobe Photoshop CC

### Sustrato

Papel texcote tiro y retiro

### Formato

4.4 x 6.6"

### Reproducción

Impresión Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 3
    - MEMBRESIA
      - JPG
        - F3-MEMBRESIA-SOBRE-AZUL-TIRO.jpg
        - F3-MEMBRESIA-SOBRE-AZUL-RETIRO.jpg
        - F3-MEMBRESIA-SOBRE-ROJA-TIRO.jpg
        - F3-MEMBRESIA-SOBRE-ROJA-RETIRO.jpg
        - F3-MEMBRESIA-SOBRE-VERDE-TIRO.jpg
        - F3-MEMBRESIA-SOBRE-VERDE-RETIRO.jpg

### Especificaciones

Troquelado

## STICKERS DE MAPA

Guatemala, 4 de julio, 2016

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la realización de las **membresías** solicitadas.

### Descripción del proyecto

Ocho diferentes motivos de *stickers*.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfinca Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Adobe Photoshop CC

### Sustrato

Papel Adhesivo

### Formato

2 x 3"

### Reproducción

Impresión Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 3
    - MAPA
      - JPG
        - F3-STICKERS-EXCELENTES PALABRAS NUEVAS.jpg
        - F3-STICKERS-LECTOR ESTRELLA.jpg
        - F3-STICKERS-MEJOR DESCRIPCIÓN.jpg
        - F3-STICKERS-MEJOR RESUMEN.jpg
        - F3-STICKERS-PRIMER LIBRO LEIDO.jpg
        - F3-STICKERS-PRIMERA VISITA AL CLUB.jpg
        - F3-STICKERS-QUINTO LIBRO LEIDO.jpg
        - F3-STICKERS-SUBISTE DE NIVEL.jpg

### Especificaciones

Troquelado



## MAPA

Guatemala, 4 de julio, 2016

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la realización de los mapas solicitados.

### Descripción del proyecto

Mapa tiro y retiro, troquelado y doblado.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfina Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Adobe Photoshop CC

### Sustrato

Papel couché

### Formato

11 x 11"

### Reproducción

Impresión Digital

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 3
    - MAPA
      - JPG
        - F3-MAPA-RETIRO.jpg
        - F3-MAPA-TIRO.jpg

## BOLSA

Guatemala, 4 de julio, 2016

A quien interese:

A continuación sírvase de encontrar las especificaciones técnicas para la realización de las bolsas solicitadas.

### Descripción del proyecto

Bolsa eco de tela roja.

### Nombre del cliente

Fundación Adolfina Castañeda

### Contacto

Ana Lucia Tres  
4084-9098  
analuciatres3@gmail.com

### Software utilizado

Adobe Photoshop CC

### Sustrato

Bolsa de tela

### Formato

33 x 24 cm

### Reproducción

Serigrafía

### Nombre del archivo

- FABRICA DE LECTORES - 2018
  - FASE 3
    - BOLSA
      - JPG
        - F3-BOLSA.jpg

### Especificaciones

Logotipo color blanco o negro dependiendo del color de fondo.

## Presupuesto diseño y reproducción

### Presupuesto de diseño

Fase 1	Investigación Concepto Logotipo + Manual de identidad Ilustraciones Validación	Q5,500
Fase 2	Video Ficha de inscripción	Q2,700
Fase 3	Kit de Bienvenida: Separadores Membresías Mapa + <i>Stickers</i> Bolsa	Q3,700
<b>TOTAL</b>		Q11,900

El presupuesto de diseño se dividió en 3 fases:

**Fase 1**, consiste en el proceso de investigación, conceptualización, desarrollo de logotipo y de ilustraciones. En esta fase se realizaron distintas técnicas de conceptualización donde se selecciono una frase conceptual “Recorrido intelectual guiado” con la que se desarrolló todo el proyecto. En base a este concepto se decidió el cambio de nombre del proyecto y se realizó un logotipo para dicho nombre “*Fábrica de lectores*”. El logotipo va acompañado de un manual de identidad en el cual se especifica como debe de ser la utilización del mismo. En esta fase se contemplan las ilustraciones en papel que son la base de todas las piezas, estas fueron realizadas digitalmente, luego cortadas, ensambladas, fotografiadas, editadas y luego se aplicaron a las piezas. Al finalizar con todas las piezas se llevo a cabo el proceso de validación en el cual se logra pulir las piezas para que realmente funcionen.

**Fase 2**, esta fase es la realización del video y las fichas de inscripción. El video es una de las piezas más importantes y fue realizado con las ilustraciones de la fase 1, se realizó Bocetaje manual de cada elemento y de cada diapositiva del video. Cada uno de los elementos fue recortado, ensamblado y fotografiado para poder realizar el video. Luego de tener todos los elementos se animaron para poder formar el video. Se realizaron Bocetaje manual y digital hasta tener las fichas de inscripción finales y listas para imprimir.

**Fase 3**, es la realización del kit de bienvenida, este incluye separadores, membresías, mapa + *stickers* y una bolsa. Con las ilustraciones ya realizadas se adaptaron para poder lograr las piezas mencionadas anteriormente.

### Presupuesto de reproducción

Fase 1	Manual de identidad	Digital House	Q150
Fase 2	Ficha de inscripción	Fundación Adolfina Castañeda	Q -
		<a href="https://audiojungle.net/item/happy-kids-music/20925132?s_rank=10">https://audiojungle.net/item/happy-kids-music/20925132?s_rank=10</a>	\$19 / Q140
Fase 3	Separadores	Digital House	Q300
	Membresías	Fundación Adolfina Castañeda	Q -
	Mapa	Digital House	Q1,800
	Stickers	Digital House	Q1843
	Bolsa	Innovaciones Publicitarias	Q810
<b>TOTAL</b>			Q5,043

Las cotizaciones para el presupuesto de reproducción se encuentran en el anexo 14.

Las fichas de inscripción serán impresas en impresoras de la fundación por lo cual no se realizó un presupuesto de dicha pieza. Al igual que las membresías, la fundación cuenta con una máquina de impresión de tarjetas de PVC por lo que el costo es nulo.

Para el video se cotizó la compra de la canción que se utilizó la cual se puede encontrar en el siguiente enlace: [https://audiojungle.net/item/happy-kids-music/20925132?s\\_rank=10](https://audiojungle.net/item/happy-kids-music/20925132?s_rank=10) y tiene un costo de \$19.

Se eligió la empresa Digital house para las impresiones digitales por que es una empresa confiable que trabaja con buena calidad. También se eligió por que es quien cotizó económicamente.

Las bolsas se realizarán en serigrafía por lo que se eligió la empresa Innovaciones publicitarias. Ellos realzaron la cotización más económica y realizan productos de buena calidad.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Se desarrolló la identidad de campaña para lograr que los grupos objetivos se identificaran y conocieran el proyecto, esto se logró a través de la realización de un nuevo logotipo para el «Club de lectura» de la *Fundación Adolfina Castañeda*, el cual ahora se llama “*Fábrica de lectores*”. Se creó para este un manual de identidad para manejar la marca de manera efectiva.

A través de la técnica de ilustración *Paper Art* se realizó un video para incentivar e informar a los padres de los beneficios de la lectura. El mismo los invita a inscribir a sus hijos a la “*Fábrica de lectores*”. El video está acompañado de una ficha de inscripción para que los padres interesados inscriban a sus hijos después de ver el video.

El kit de lectura fue realizado con el propósito de crear una experiencia que motive a los niños a tener el hábito de la lectura. Para el kit se realizaron piezas como una bolsa para guardar los libros, separadores, membresías, un mapa de bienvenida y *stickers*.

“*Fábrica de lectores*” es un proyecto que desde el 2017 está en funcionamiento en la *Fundación Adolfina Castañeda*. El video incentivó a más padres a inscribir a sus hijos al proyecto. El kit de lectura motivó a los niños a continuar con la lectura, la rotación de libros aumentó significativamente.

### Recomendaciones

Con respecto al logotipo de la “*Fábrica de lectores*” se recomienda utilizar el manual de identidad para poder aplicarlo de manera correcta y efectiva.

Si se desea utilizar el video para mailing o redes sociales se puede agregar narración para hacerlo más dinámico. Se puede hacer un tiraje de bolsas más grandes para libros que excedan el tamaño de la bolsa original.

Se aconseja utilizar los elementos en vectores para la realización de futuras piezas.

Para continuar con el proyecto se pueden generar piezas como un pequeño taller para los padres, hojas de comprobación de lectura y diplomas para seguir motivando a los niños. También agregar una introducción al principio y una dinámica al final de la presentación.

En suma, evaluar el logotipo actual de la *Fundación Adolfina Castañeda* pues no cuenta con lo necesario para poder aplicarse en cualquier tipo de material, ni sobre cualquier fondo.



## REFERENCIAS

- Adobe. (2017, 5 enero). **Kerning y tracking**. Recuperado 30 enero, 2018, de <https://helpx.adobe.com/es/indesign/using/kerning-tracking.html>
- AlphaCard. (s.f.). **ID Card Material**. Recuperado 2 marzo, 2018, de <http://www.alphacard.com/learning-center/printer-technology-and-options/id-cards/id-card-material-color/>
- Alsograf group. (s.f.). **Stickers Coleccionables**. Recuperado 20 enero, 2018, de <http://www.alsografgroup.com/es/collectables/>
- Álvarez, G. (2012). **El arte de presentar: cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones**. Barcelona: Gestión 2000.
- Berger, K. (2007). **Psicología del desarrollo: infancia y adolescencia** (7ª ed.). Madrid, España: Editorial Médica Panamericana.
- Bosler, D. (2012). **Mastering type: the essential guide to typography for print and web design**. Ohio, Estados Unidos: How Design Books.
- Business template. (s.f.). **Standard Bookmark Template & Design Specifications**. Recuperado 2 marzo, 2018, de <http://titaniumbackupapk.org/microsoft-word-bookmark-template.html>
- Calvo, B. (s.f.). **Receta para un Club de lectura**. Recuperado 10 febrero, 2018, de <http://reddebibliotecas.jccm.es/portal/index.php/clubes-de-lectura/clubes-lectura-funcionamiento/2-uncategorised/59-receta-club-de-lectura>
- Carrasco, J. (2004). **Una didáctica para hoy: Cómo enseñar mejor**. Madrid, España: EDICIONES RIALP, S.A..
- Cerrillo, P., García, J., Morón, C., Puente, A., & Yubero, S. (2001). **Hábitos lectores y animación a la lectura**. Cuenca, España: Universidad de Castilla-La Mancha Centro de estudios de promoción de la lectura y lectura infantil (CEPLI).
- Cerrillo, P., Yubero, S., & Martínez, C. (2007). **La formación de mediadores para la promoción de la lectura: contenidos de referencia del Máster de Promoción de la Lectura y Literatura Infantil**. (2ª ed.). Cuenca, España: Universidad de Castilla-La Mancha Centro de Estudios de Promoción de la Lectura y Lectura Infantil (CEPLI).
- Chavarría, M. (1985). **Antología: Desarrollo Y Atención Del Niño de 7 a 12 Años**. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia (EUED).
- Clavell, S. (2012). **¿Cómo fabrico mi queso?** (2ª ed.). Dorado, Puerto Rico: Melissa Santiago Flecha.
- Congreso de la Republica de Guatemala. (2000). **Ley de propiedad industrial**. Recopilado en 2018, de [https://www.rpi.gob.gt/PortalRPI/sites/default/files/ley\\_pripiedad\\_industrial.pdf](https://www.rpi.gob.gt/PortalRPI/sites/default/files/ley_pripiedad_industrial.pdf)
- Cuevas, I., Díaz, P., Sicilia, M., & Vara, A. (2009). **Sistemas multimedia: análisis, diseño y evaluación**. Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).
- Cuyán, H. (2009). **La alfabetización: Una oportunidad para la población excluida**. Guatemala, Guatemala: CONALFA.
- Diccionario de la Lengua Española. (s.f.). **Membresía**. Recuperado 5 marzo, 2017, de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=membres%C3%ADa>
- Díez, S. (2006). **Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa** (Ed. rev.). Madrid, España: Ideaspropias.
- Eisenberg, A., Murkoff, H., & Hathaway, S. (1995). **El Primer Año Del Bebe/What to Expect the First Year**. Bogota, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Fishel, C., & King, S. (2007). **Little Book of Big Packaging Ideas**. Massachusetts, Estados Unidos: Rockport.
- García, J. (2014). **Técnicas de diseño gráfico corporativo**. Madrid, España: Editorial CEP S.L..
- García, S., Horna, L., & Serna, J. (2011). **Educación Plástica y Visual (ESO I)**. Madrid, España: EDITEX.
- Gildersleeve, O. (2014). **Paper cut: an exploration into the contemporary world of papercraft art and illustration**. Massachusetts, Estados Unidos,: Rockport .
- Giralt, A. (2015). **Diseño y autoedición Adobe Indesign CS6. Ministerio de educación, cultura y deporte**. España: Secretaria General Técnica.
- Herrera, C., & López, A. (2017). **Introducción al diseño (2ª ed.)**. Editorial Elearning.
- Kapr, A. (1985). **101 reglas para el diseño de libros [PDF]**. Ciudad de La Habana, Cuba: Empresa Editoriales de Cultura y Ciencia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). **A framework for marketing management**. Boston, Mass.: Pearson.
- Maqueo, A. M. (2010). **Lengua, aprendizaje y enseñanza: el enfoque comunicativo: de la teoría a la práctica**. México, D. F.: Limusa, Grupo Noriega Editores.

Mcneal, J. U. (1999). **The kids market: myths and realities**. Nueva York, Estados Unidos: Paramount Market Publishing.

Medio Tono Soluciones Gráficas. (s.f.). **Curso Básico de Serigrafía**. Recuperado 19 marzo, 2017, de <http://proveedoradelasartesgraficas.com/pdf/CURSO%20BASICO%20DE%20SERIGRAFIA.pdf>

Menéndez, L. A. (2006). **La educación en Guatemala, 1954-2004: enfoque histórico-estadístico**. Guatemala: Editorial Universitaria, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Merello, P. (2012, 2 febrero). **Tipos y Materiales de Empaque y la Necesidad de Protección**. Recuperado 5 febrero, 2017, de <http://pmerello.blogspot.com/2012/02/tipos-y-materiales-de-empaque-y-la.html>

Monge Bauza, D. (2014). **El Libro del Diseño Audiovisual: Pautas y ejercicios prácticos para su desarrollo**. David Monge Bauza.

Municipalidad de Guatemala. (2018). **Muniguat**. Retrieved September 15, 2018, from <http://www.muniguat.com/blog>

Muller, J. (2016). **Diseñando Con Retícula**. Recuperado 4 marzo, 2018, de <https://www.subcutaneocreative.com/2016/12/disenando-con-reticula.html>

Multivex (2009). **Definición de Niveles Socio Económicos**. Recuperado 2 abril, 2017, de <https://mtjerez62.files.wordpress.com/2014/06/estudio-nse-guatemala-multivex-2009.pdf>

Navarro, L. (2007). **Fundamentos del diseño temas para la introducción a los fundamentos del diseño**. Castelló de la Plana, España: Publicacions de la Universitat Jaume I.

OFFSET, & Sagar, J. (2017, abril). **Inspiring Ingenuity**. Computer Arts Magazine, 50-56.

Otero, O. (2004). **Interlineado**. Recuperado 13 julio, 2016, de <https://es.letrag.com/palabra.php?id=104>

Parcerisa, A. (2016). **Materiales curriculares: Cómo elaborarlos, seleccionarlos y usarlos** (6ª ed.). Barcelona, España: GARÓ.

Ramírez, E. (2005). **Lectura: pasado, presente y futuro**. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

**Reading Rumpus** [Producto de venta en línea]. (s.f.). Recuperado 13 febrero, 2017, de

<http://knockknockstuff.com/product/reading-rumpus/>

Redacción Ejemplo de. (2012, agosto). **Ejemplo de Ficha de inscripción**. Recuperado 2 marzo, 2017, de [http://www.ejemplode.com/13-ciencia/2299-ejemplo\\_de\\_ficha\\_de\\_inscripcion\\_.html](http://www.ejemplode.com/13-ciencia/2299-ejemplo_de_ficha_de_inscripcion_.html)

Ricupero, S. A. (2007). **Diseño gráfico en el aula: guía de trabajos prácticos**. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.

Rivas, J. A., & Grande, I. E. (2013). **Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing**. Madrid, España: ESIC.

Sánchez, M. (s.f.). **Factores Socioeconómicos que Condicionan el Logro Educativo**. Recuperado 18 marzo, 2016, de <http://biblio3.url.edu.gt/IDIES/est70/5.pdf>

Sanz, M. Á., & Gonzáles, M. Á. (2005). **Identidad corporativa: Claves de la comunicación empresarial**. Madrid, España: ESIC.

Strizver, I. (s.f.). **Typography for Children**. Recuperado 13 julio, 2016, de <https://www.fonts.com/content/learning/fyti/situational-typography/typography-for-children>

Undurraga, C. (2007). **Como aprenden los adultos? Una mirada psicoeducativa** (2ª ed.). Santiago, Chile.: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Viro, I. C. (2016). **Iniciación literaria en educación infantil**. La Rioja, España: Universidad Internacional de La Rioja (UNIR Editorial).

WordReference. (s.f.). **Kit - Definición**. Recuperado 13 febrero, 2017, de <http://www.wordreference.com/definicion/kit>

Zanón, D. (2008). **Introducción al diseño editorial**. Madrid, España: Vision NET.

Zelanski, P., & Fisher, M. (2001). **Color** (3ª ed.). Madrid, España: H. Blume.

## ANEXOS

A continuación se encuentran los documentos anexos que se utilizaron para la realización del proyecto.

1. Guía de observación- Club de lectura
2. Guía de observación – Reino de los libros
3. Entrevista en el tema
  - 3.1. Calderón
  - 3.2. Forno
4. Entrevista diseño
  - 4.1. Ponsa
  - 4.2. Márquez
  - 4.3. Alvarado
5. Objeto de estudio- Christian Acevedo
6. Guía de observación Campero
7. Publicación Revista
8. Entuesta Grupo Objetivo
  - 8.1. Padres
  - 8.2. Hijos
9. Técnicas de conceptualización
10. Bocetaje
  - 10.1. Bocetaje logotipo
  - 10.2. Bocetaje persojanas
  - 10.3. Bocetaje elementos
  - 10.4. Bocetaje de membresías
  - 10.5. Bocetaje de ficha de inscripción
  - 10.6. Bocetaje de separadores
11. Fotos de proceso de ilustración
12. Validaciones previas
13. Validación
  - 13.1. Ponsa/Márquez
  - 13.2. Forno
  - 13.3. Grupo objetivo 1
  - 13.4. Grupo objetivo 2
  - 13.5. Profesionales en el diseño
14. Cotizaciones
15. Imágenes de la “Fábrica de lectores”
16. Manual de identidad

## 1. GUÍA DE OBSERVACIÓN

Línea gráfica Fundación Adolfina Castañeda

### ¿La tipografía es adecuada para el grupo objetivo?

Se utiliza una tipografía sans serif en negrita y otra en regular la cual no logra integrar todo el logotipo.

### ¿Se diferencian jerarquías en la tipografía ?

Se le da más importancia a la palabra club que a la palabra lectura, la palabra lectura es más importante por la temática del proyecto.

### ¿La tipografía que se utiliza es legible?

La tipografía que se utiliza es legible pero tiene sombras lo cual genera ruido visual.

### ¿Se utiliza una paleta de colores adecuada al grupo objetivo y al cliente?

Se utiliza el color verde pues se quiso representar el crecimiento, este es complementado con el color gris oscuro. Estos colores no reflejan la personalidad del grupo objetivo ni de la empresa.

### ¿La ilustración es adecuada para el grupo objetivo?



Los elementos gráficos que se utilizan como ilustraciones no son adecuadas para el grupo objetivo. Estas son ilustraciones de stock dirigidas a jóvenes adultos.

### ¿Los elementos que se utilizan van de acuerdo al concepto?

Se utilizan elementos que no aportan al diseño sino generan confusión.

### ¿Las piezas cumplen su función?

Las piezas con las cual cuenta actualmente la fundación cumplen su función pero no adecuadamente. La carta de bienvenida no logra enganchar al niño en el club, no es motivante. La ficha de inscripción cuenta con información de los beneficios de la lectura por lo que no cumple su función sino que tiene una función secundaria que distrae el objetivo y no utiliza correctamente el formato.

 <p>La lectura es una herramienta extraordinaria. Pone en acción la mente y agilita la inteligencia. La lectura deja al lector ser un protagonista, que aumente su conocimiento y lo deja viajar por lugares que nunca ha conocido.</p> <p>La lectura tiene beneficios intelectuales y culturales, ayuda a tener mejor ortografía y enseña nuevas formas de expresión.</p> <p>En Fundación Adolfina Castañeda creemos en la lectura de los jóvenes. Por lo que hemos desarrollado un sistema de incentivos a la lectura por medio de un club de lectura.</p> <p>Para poder ser parte de este club necesitas llenar el siguiente formulario para tu inscripción.</p> <p>¡Te damos la bienvenida!</p> <hr/>  <p>Primer Nombre: _____ Segundo Nombre: _____ Primer Apellido: _____ Segundo Apellido: _____ Dirección de casa: _____ Edad: _____ Centro educativo al que asiste: _____ Grado: _____ Nombre de Padre/Madre: _____ Paquete que ocupa en Sarita: _____ Fecha Inicio Inscripción Club de lectura: _____ Observaciones: _____ _____ _____</p>	 <p>¡Hola amigo lector!</p> <p>En el club de lectura nos gusta conocer cada día más a nuestros integrantes. Te enviamos una serie de preguntas para poder incluir en tu historial del Club.</p> <p>Nombre: _____ Apellido: _____ Centro educativo al que asiste: _____ Edad: _____ Pasatiempo: _____ Libro Favorito: _____ Lugar Favorito: _____ Persona que mas admiras y por que: _____ _____ _____</p> <p>¿Qué quieres ser cuando seas grande? _____ _____</p> <p>Escribe una breve biografía _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------





## 2. GUÍA DE OBSERVACIÓN

*El Reino de los libros, Competencia*

### ¿La tipografía es adecuada para el grupo objetivo?

Usualmente se utilizan dos tipos de tipografías cursivas y sans serif. El grupo objetivo son los padres de familia a quienes se dirigen los posts de facebook la letra cursiva da relación a los niños y la letra sans serif la complementa siendo un poco más formal.

### ¿Se diferencian jerarquías en la tipografía?

Los títulos tienen distinta tipografía o color que el texto complementario.

### ¿La tipografía que se utiliza es legible?

La tipografía que se utiliza es simple y limpia logrando hacerla legible.

### ¿Se utiliza una paleta de colores adecuada al grupo objetivo y al cliente?

Se utiliza colores claros de fondo para resaltar los textos. No se utiliza una paleta de colores definida para todos los posts pero se utilizan colores claros.

### ¿La ilustración es adecuada para el grupo objetivo?

Los elementos gráficos que se utilizan como ilustraciones son adecuadas para niños y adultos reflejando con la ilustración infantil que el tema es para niños.

### ¿El formato es el adecuado?

El soporte y formato que utiliza es cuadrado, digital por lo que se utiliza a través de Facebook. Este formato es adecuado pues es dirigido a los padres de familia los cuales están pendientes de sus redes sociales.

### ¿Los elementos que se utilizan van de acuerdo al concepto?

Los elementos e ilustraciones que se utilizan son adecuadas para el grupo objetivo y el concepto pues casi siempre incluyen libros e ilustraciones fantásticas las cuales recuerdan a la infancia.

### ¿Las piezas cumplen su función?

Las piezas cumplen con su función pues logran informar al grupo objetivo de la forma adecuada.



### **3. ENTREVISTAS CON EXPERTOS EN EL TEMA**

#### **3.1. Entrevista a Gabriela Calderón**

***Mi nombre es Ana Lucía Tres, soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar de la carrera de Diseño Gráfico. Para mi proyecto final necesito dar a conocer el «Club de lectura» de la Fundación Adolfina Castañeda a padres de familia que trabajan en Helados Sarita, en la fábrica y las heladerías. Para dicho proyecto quiero saber un poco de su experiencia como experto en el tema por lo que le solicito unos minutos de su tiempo para realizar una entrevista.***

**NOMBRE:** Gabriela Calderón

**PROFESIÓN:** Terapeuta del habla, especialista en problemas de aprendizaje y maestra de primaria.

#### **¿Cómo considera que influye la lectura en el aprendizaje de niños de 7 a 13 años?**

Considero que influye directamente en el aprendizaje por que según el nivel de comprensión de lectura que tienen los niños va a ser más fácil que digieran los contenidos. Usualmente los niños que tienen problemas de lectura están en desventaja en los estudios por esto es tan importante reforzar la lectura en casa.

#### **¿Según su experiencia como se logra motivar de mejor manera a niños de 7 a 13 años?**

Para motivar a los niños se necesita tener temas de interés para ellos pues a veces la lectura tradicional ya no logra engancharlos. Si al niño le interesa y le gusta el tema que va a leer, más motivación van a tener de seguir el hábito de la lectura.

#### **¿Qué creen que lograría motivar a los padres a inscribir a los niños al Club de lectura?**

Que ellos entiendan la importancia de la lectura. Que sepan que el interés que le presten al aprendizaje de sus hijos influye directamente a su vida académica. Darles beneficios puntuales de por que ellos tienen que colaborar con el aprendizaje de sus hijos a través de la lectura.

#### **¿Cómo creen que es la mejor manera de informar y motivar a los padres de fomentar la lectura en sus hogares?**

Hacer talleres o conferencias en dónde se den los beneficios de la lectura. Dando ejemplos de como pueden ayudar.

#### **¿Qué cantidad de texto considera que un adulto de nivel académico medio pueden prestar atención?**

Creo que es importante no usar texto corrido si no textos puntuales en dónde la información este resumida para ser digerida de forma fácil. A nadie le gusta leer tanto por lo que se recomienda usar más imágenes y locución que texto. También considera que mucha locución no es bueno por que llega un momento dónde la mente bloquea la locución. Usar muchas imágenes de apoyo.

#### **¿Al hablar con adultos considera que es mejor la comunicación puntual o narrativa?**

Considero que es mejor el texto puntual pues es más fácil que se lean pedazos cortos de texto que párrafos largos.

#### **¿Cómo experto en el tema como considera que se podría mejorar para hacer más efectivo dicho proyecto?**

Hacer uso de la tecnología, todo lo que viene en pantallas les llama la atención a los niños como a los padres. Utilizar material adecuado a las edades y a los intereses generales. También cuidar mucho el nivel de lectura de cada edad pues a los niños les gustan los retos y una lectura muy corta puede ser aburrida y una muy larga puede romper el interés.

### 3.2. Entrevista a Ximena Forno

**NOMBRE:** Ximena Forno

**PROFESIÓN:** Psicóloga y maestra de niños de 2 a 6 años

#### **¿Cómo considera que influye la lectura en el aprendizaje de niños de 7 a 13 años?**

La lectura brinda estrategias de aprendizaje y refuerza áreas que ya se habían aprendido. Da equilibrio y coordinación desde lo más simple hasta procesos más elevados de aprendizaje. Si la lectura se vuelve hábito se logra continuar desarrollando las múltiples inteligencias. También desarrolla la imaginación y el movimiento visomotor.

#### **¿Según su experiencia como se logra motivar de mejor manera a niños de 7 a 13 años?**

Variando actividades que incluyan movimiento, ritmo y estructura. Haciendo un programa que logre crear una rutina diaria con un tiempo prudente dependiendo de la edad del niño. Si pertenecen a una institución deberían de comprobar que entendieron la lectura con actividades prácticas.

#### **¿Qué creen que lograría motivar a los padres a inscribir a los niños al Club de lectura?**

Usualmente a los padres les da miedo lo desconocido por lo que el brindarles información exacta de que es lo que sus hijos van a hacer, darles beneficios de la lectura y que ellos participen en algún programa como un taller ayudaría a motivarlos. Se logra motivar más cuando se les involucra, integrarlos para que le den seguimiento a los ejercicios en casa de sus hijos.

#### **¿Cómo creen que es la mejor manera de informar y motivar a los padres de fomentar la lectura en sus hogares?**

Motivar a los padres con concursos o talleres en los cuales

ellos comprendan que al fomentar la lectura en casa sus hijos van a ser mejores. Creando un espacio diario para la lectura o una pequeña librería se logra crear un ambiente de lectura en casa. Los padres pueden ayudar dejando que sus hijos elijan sus libros según su interés.

#### **¿Qué cantidad de texto considera que un adulto de nivel académico medio pueden prestar atención?**

Recomiendo la lectura con letra grande, con imágenes coloridas y libros que no sean tan largos. Si se habla de un libro se calcula 7 a 10 hojas sin que la persona se distraiga y en videos de 3 a 5 minutos máximo.

#### **¿Al hablar con adultos considera que es mejor la comunicación puntual o narrativa?**

Al no saber nada del tema ellos necesitan la información numeral o puntual para que se entienda directamente lo que se esta diciendo.

#### **¿Cómo experto en el tema como considera que se podría mejorar para hacer más efectivo dicho proyecto?**

Realizar un taller para los padres en el cual puedan aprender y vivir la experiencia de sus hijos. Que ellos entiendan el papel que tienen en la educación de sus hijos.

Para complementar la lectura de los niños se pueden realizar ejercicios, hacer exposiciones de libros, carteles, hojas de trabajo en las cuales se dibuja la representación del libro, se hace un sub libro, hacer resumen, hacer diez preguntas, hacer comprensiones de lectura más interesantes en las cuales se les motive a realizarlas. Se logra motivarlos más al hacer distintas hojas de trabajo.

## **4. ENTREVISTA CON EXPERTOS EN DISEÑO**

### **4.1. Enrique Ponsa**

**NOMBRE:** Enrique Ponsa

**PROFESIÓN:** Diseñador y Mgrtr. Motion Graphics

#### **¿Cuál es una forma efectiva para lograr mantener la atención de las personas al ver un video?**

Principalmente que el video tenga un tiempo no mayor a dos minutos. Considero que la locución y el sonido es muy importante pues logra mantener la atención de las personas.

#### **¿En su experiencia qué colores son los más adecuados para que las personas pongan atención?**

Creo que no hay colores específicos pero siempre debe haber una coherencia entre la empresa y la línea gráfica que se va a trabajar.

#### **¿Cómo cree que se debería de manejar el texto en un video con respecto al color, tamaños, diagramación y animación?**

El texto debe de ser puntual, puede ser grande pero que no compita con las imágenes. Siempre se debe tener en consideración las jerarquías y saber que es lo que tiene que llamar la atención. Evitar texto muy grande y muy pequeño. Evitar colores muy brillantes si se va a trabajar en pantallas.

#### **¿Cómo cree que es una forma acertada de manejar animación de textos? Algún consejo**

Siempre simplificar la animación de textos para que sea de lectura rápida. Nosotros usamos opacidad y posición para no saturar la animación del texto. Usar mucha animación en texto roba la atención de las personas y no deja que se concentren en la animación en si.

#### **¿En video que tipo de jerarquías cree que son las más**

#### **importantes?**

Depende de que es lo que se quiere comunicar. Si el texto es lo que se quiere resaltar se puede hacer más grande o de un color llamativo. Si es la animación usar menos texto.

#### **¿Considera que el sonido es importante para una animación?**

Si, considero que la música es esencial para la animación, así se evita que se vuelva aburrido.

#### **¿Si es un video informativo de 2 min cree que es necesario utilizar narración?**

Considero que si es necesario por que uno prefiere oír una voz a estar leyendo muchos textos.

#### **¿Han trabajado proyectos de niños dirigidos a los adultos? Que me recomienda**

Si, trabajé un Proyecto para INFASA de medicina para niños. Lo que hicimos fue el diseño infantil aunque esta dirigido a los padres. Esto con el fin de que los padres identifiquen a sus hijos y digan “esto le gustaria a mi hijo”. Siempre de debe de tener el mensaje claro resaltando lo más importante haciendo que aunque el diseño sea para niños que el mensaje sea para adultos. Utilizando lenguaje adecuado para adultos.

#### **¿Que me recomendarían para ilustración en papel?**

Tener siempre Buena iluminación para que las fotografías sean buenas. Siempre tener alta resolución en las fotografías.



## 4.2. Alejandro Márquez

**NOMBRE:** Alejandro Márquez

**PROFESIÓN:** Diseñador gráfico

### **¿Cuál es una forma efectiva para lograr mantener la atención de las personas al ver un video?**

Tener un diseño atractivo, que tenga detalles con movimiento todo el tiempo. El texto debe de ser discreto y puntual pero tener más elementos gráficos que tengan fluidez en el movimiento.

### **¿En su experiencia qué colores son los más adecuados para que las personas pongan atención?**

Depende del estilo de diseño que se quiera manejar, también creo que depende mucho del grupo objetivo. Colores brillantes llaman más la atención de niños.

### **¿Cómo cree que se debería de manejar el texto en un video con respecto al color, tamaños, diagramación y animación?**

Depende de la función del texto pues si la función es apoyar el diseño no debería de ocupar tanto espacio. Depende también de las jerarquías pues si es un título se puede manejar de un mayor.

### **¿Cómo cree que es una forma acertada de manejar animación de textos? Algún consejo**

Depende de su función pues cuando son textos de apoyo se pueden animar menos que cuando es un titular. Siempre se recomienda enfocarse en la animación de elementos y no tanto de textos pues mucha animación de textos hace defectuosa la legibilidad.

Al animar textos lo que nosotros hacemos es hacer pruebas con el guion. Leemos la frase que va a decir el video

lentamente y dejamos 2 a 3 segundos extras. Esto se hace para calcular los tiempos de lectura de todas las personas.

### **¿En video que tipo de jerarquías cree que son las más importantes?**

Usualmente las personas hablan de las jerarquías de elementos gráficos pero no se dan cuenta que existe jerarquías de animación. Las cosas que están en movimiento tienen más jerarquía que lo que esta estatico.

### **¿Considera que el sonido es importante para una animación?**

Si, aunque los sonidos tratamos de utilizarlos solo si son necesarios como apoyo. Por que si no se crea mucho ruido cuando se unen los sonidos con la música de fondo.

### **¿Si es un video informativo de 2 min cree que es necesario utilizar narración?**

Si, las personas ya no quieren leer y sin narración se debe de dejar mucho tiempo de lectura por lo cual el video se vuelve más largo evitando la completa atención de las personas.

### **¿Que me recomendarían para ilustración en papel?**

Tener buenas fotos, por lo menos de 1080px. Que tenga Buena resolución y enfoque.

### 4.3. Ana Luisa Alvarado

**NOMBRE:** Ana Luisa Alvarado

**PROFESIÓN:** Arquitecta, Ilustradora y artista.

#### **¿Que colores son los más adecuados para que las personas presten atención?**

Según mi experiencia el color anaranjado llama mucho la atención. El color azul es un color preferido de la mayoría de los adultos y el color rojo es el color que mantiene alerta a las personas. Este también sugiere peligro.

#### **¿Cómo manejaría usted piezas con mucho texto?**

Trataría de tener una diagramación la cual ayude a ordenar los textos. Si la pieza tiene mucho texto yo lo manejaría de forma infográfica con más imágenes que textos.

#### **¿Cómo se manejan mejor las jerarquías? Cuales son más importantes?**

Las jerarquías que yo manejo más con de color, haciendo puntos focales. También utilizó mucho la jerarquía de tamaños.

#### **¿Ha trabajado algún proyecto de niños dirigido a adultos? Que me recomendaría?**

Si, trabajé un proyecto de niñas el cual contaba con guías de trabajo en las cuales se les enseñaba desde higiene hasta sus derechos. Esta era dirigida hacia padres pero era para ellas. Se manejó de una manera más infantil para que los padres supieran intuitivamente que es material adecuado para niños.

Para este proyecto se utilizaron fotos reales y se dieron ejemplos de éxito de personas Se realizó también material de apoyo para enseñar a los hijos desde casa a través de historias cortas que tuvieran un mensaje, junto con una guía corta con beneficios que esta tiene.

#### **¿Que me puede recomendar para realizar paper art?**

Yo te recomendaría utilizar una caja de luz que este siempre en la misma posición y cámaras con trípode que nunca se muevan.

## 5. ENTREVISTA CHRISTIAN ACEVEDO

*Imagi-Nación (Pollo Campero)*

***Buenas tardes, mi nombre es Ana Lucía Tres, estoy en último año de la Carrera de diseño gráfico en la Universidad Rafael Landívar. Para este proyecto se quiere realizar distintas piezas gráficas para uno de los proyectos la Fundación Adolfin Castañeda, llamado «Club de lectura». Como parte de las piezas se va a rediseñar el logotipo y nuevo nombre del Proyecto, un video informativo para motivar a los padres a inscribir a sus hijos al proyecto, una ficha de inscripción y un kit de lectura el cual cuenta con una bolsa para guardar el libro, un separador, un mapa con instrucciones y reglas del Proyecto y una membresía. Le agradecería si en esta ocasión me podría ayudar contestando unas preguntas sobre su experiencia personal.***

**¿Cuál es su nombre?**

Mi nombre es Christian Acevedo López.

**¿A qué se dedica actualmente? (nombre del puesto y empresa)**

Estamos empezando un estudio de diseño llamado “MIYAGI” con un amigo con quien trabajé en BBDO, llevamos solo 2 semanas. Mi puesto es Director Creativo y mis mayores responsabilidades están directamente ligadas al diseño gráfico.

**¿Qué puestos ocupó cuando trabajó en BBDO y en qué fechas?**

Cuando entre a BBDO llegué como líder de grupo (*creative leader*) teniendo a mi cargo a un grupo de 8 personas, 3 meses después, me ascendieron como Director Creativo para un grupo de 25 personas. Trabajé en BBDO durante 1 año (enero 2015 a enero 2016), hasta que me ofrecieron otra oportunidad

en una agencia llamada FCB:CREA donde trabajé como Director Creativo durante 2 años.

**¿Usted formó parte de los creadores de la campaña “Imagi-Nación” de Pollo Campero? Qué me puede contar sobre este Proyecto (En qué fecha se realizó, Quiénes formaron parte, qué fue lo que se solicitó, qué piezas se realizaron, si utilizaron un concepto cuál fue, etc.)?**

Cuando recién llegué a BBDO el proyecto llevaba un año de haber empezado, la solicitud era: crear un concepto para el área de juegos en los restaurantes. Se habían testeado diferentes conceptos pero ninguno era lo suficientemente sólidos o eran muy sobreprometedores, prácticamente teníamos que partir de cero. Así que nos juntamos a pelotear unos conceptos con el equipo y fue entonces que apareció la respuesta más obvia: los niños no ven las cosas como las vemos los adultos, ellos ven más allá. Para nosotros “imaginación” es solo una palabra, para ellos es el espacio donde pueden crear y divertirse, donde solo necesitan que los dejen ser niños. Después de haber encontrado el concepto empezamos a buscar recursos gráficos y fue entonces que decidimos que nuestra historia debería de iniciar en un libro, pero este debía tener algo mágico, así que pensamos que hacerlo pop up para sorprender con cada voltear de página y por ello es que utilizamos la técnica de *Paper Art*. Se realizaron vallas, afiches, colgantes, *stickers* y juegos.

**¿Cómo se realizaron las texturas de las piezas gráficas?**

Aquí hicimos un poco de trampa más que nada por los tiempos de entrega, todo se trabajó en vectores, se coloreó y luego en Photoshop se le añadió volumen y todas las texturas parte por parte. No estoy diciendo que haya sido un trabajo fácil pero nos daba la flexibilidad de hacer cambios sin demorar mucho tiempo.

**¿Voy a realizar el proyecto con la técnica de Paper-Art o Crafting, la cual es muy parecida a la que ustedes manejaron, esta se logra haciendo cortes de papel, fotografiándolos y después animándolos. Hay alguna recomendación que me pudiera dar para mi Proyecto?**

Me parece que es una técnica muy bonita pero lleva mucho trabajo, tiempo y paciencia. Si tienes el tiempo, no dudes en hacerlo porque el resultado es mucho mejor que hacerlo computarizado. Por otro lado, si no cuentas con tanto tiempo puedes trabajarlo como nosotros lo hicimos. Crea tus modelos en vectores y texturiza, con esto te ahorra: Comprar los papeles, imprimir las figuras, recortarlas a mano, dolor de manos, pegarlas, fotografiarlas, volver a cortarlas en Photoshop.



## 6. GUÍA DE OBSERVACIÓN

Proyecto “Imagi-Nación” de Pollo Campero, BBDO

### ¿La tipografía es adecuada para el grupo objetivo?

Se utiliza una tipografía en negrita sans serif en mayúsculas la cual es adecuada al grupo objetivo aportando un estilo relajado.

### ¿Se diferencian jerarquías en la tipografía?

Se utilizan tipografías en negrita para títulos y tipografías regular para textos complementarios.

### ¿La tipografía que se utiliza es legible?

La tipografía que se utiliza es legible pero la tipografía de “Imagi-nación” tiene un poco ruido por los cuadros de color que se utilizan detrás.

### ¿Se utiliza una paleta de colores adecuada al grupo objetivo y al cliente?

Se utilizan una variedad de colores, principalmente se utiliza en color anaranjado (color campero), Verde, y azul.

### ¿La ilustración es adecuada para el grupo objetivo?

Se utiliza una técnica de ilustración llamada *Paper Art*, esta se realizó digitalmente utilizando texturas y creando sombras para generar un aspect analogo. Todos los elementos tienen distintas texturas de papel o carton.

En la animación se puede observar que incluyen a los padres, dandoles importancia ya que son ellos los que deciden a dónde ir a comer.

### ¿Los elementos que se utilizan van de acuerdo al concepto?

El concepto que utilizaron fue “Imaginación” pero dentro del mismo realizaron todo en base a una historia por lo cual se pueden ver elementos como un Castillo, un barco pirata o un cohete.

### ¿El soporte de la animación es adecuado?

Se realice la animación para un comercial que se transmitio en la tv, logrando llegar al grupo objetivo.

### ¿Los sonidos y música que se utilizó es la adecuada para el grupo objetivo?

Los sonidos que se utilizaron apoyan la animación generando un sentimiento de niñez y felicidad. Se utilizan sonidos de papel adecuandose al concepto.

### ¿Las narraciones o voces son necesarias para la animación?

La narración se realiza por un Niño lo cual ayuda a conectarse con el grupo objetivo.



## 7. PUBLICACIÓN INSPIRING INGENUITY

# INSPIRING INGENUITY

Combining an infectious sense of fun with an insatiable curiosity and a never-say-die attitude, **Kelli Anderson** is a truly passionate and creative innovator

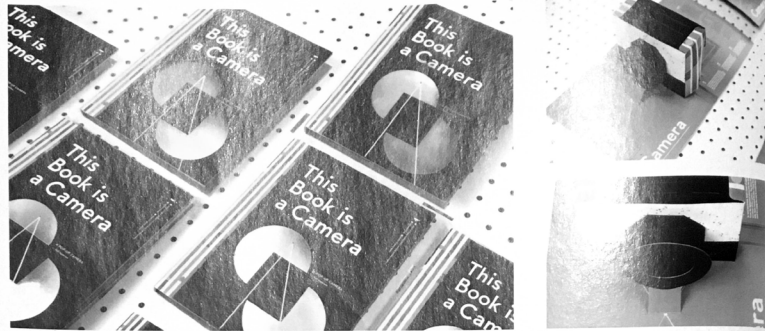
**KELLI ANDERSON** \_ Kelli is an artist, designer and tinkerer who is always experimenting with new means of making images and experiences. She draws, photographs, cuts, prints and codes from her eclectic studio; creates everything from interactive paper to layered, experimental websites and also finds the time to teach art history at Pratt Institute each summer. [www.kellianderson.com](http://www.kellianderson.com)

■ WORDS: OFFSET and Julia Sagar SELF PORTRAIT: Kelli Anderson





IN CONVERSATION



Above: This Book is a Camera, an ambitious self-published pop-up book that transforms into a fully functional pinhole camera (also featured on previous spread).

**W**hen Kelli Anderson presented her publisher with the prototype for *This Book is a Camera* – a pop-up publication that turns into a pinhole camera – it was rejected on the grounds that it would be impossible to produce.

Determined to prove them wrong, the Brooklyn-based designer self-published the book, learning the ropes of book distribution and promotion to produce 2,000 copies in just eight weeks from prototype to print. It sold out. Now, to Anderson's delight, New York's Museum of Modern Art is going to reprint the book, cementing its position as a papercraft design classic.

This determination and joyful curiosity is typical of Anderson. She's happiest when exploring new ways of creating experiences, whether she's drawing, printing or coding. She's also passionate about the role of designers in creating change.

Anderson caught up with the good folks at OFFSET Dublin before her talk at this year's conference to discuss politics, publishing and problem-solving. Here's what she had to say...

**OFFSET: How does your project *This Book is a Camera* work?**

It's a pop-up book that transforms into a fully functional large-format pinhole camera when opened. The book's pages show how this simple device can isolate a light beam to

create a photo, and also provides complete instructions for developing the images with household chemicals. It makes the case for the physical world being host to all kinds of invisible magic because, physically, there's very little to it.

Normal tech devices are complex and opaque. When you engage with your iPhone, it's unclear where the functionality comes from, but with the camera book, it's clear there's nothing there besides you, the paper and physics, essentially. A thin piece of paper is all that separates you from the structural forces that underlie action in the world.

I find that there is a very intimate type of intellectual joy in this – in touching and tinkering with these fundamental forces, which are normally described as intangible abstractions in science textbooks.

**Your work expresses so much humour and wit, but also it exudes a sense of joyful curiosity. Can you take us through your process?**

Most of the time, some sort of magic transpires that I don't fully understand. The joy comes from the legit surprises I discover along the way and I do my best to smuggle them to completion, so others can experience these same joyful discoveries. However, sometimes the process works like this: I maintain a sketchbook with a backlog of orphan ideas in search of a home. Everything goes in there – anything

that makes me think, 'Oh, wouldn't that be cool.' The best things are the ones that seem cool, but I have no clue why. Those are the potentially new discovery things.

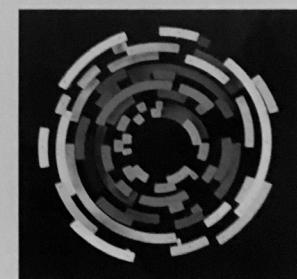
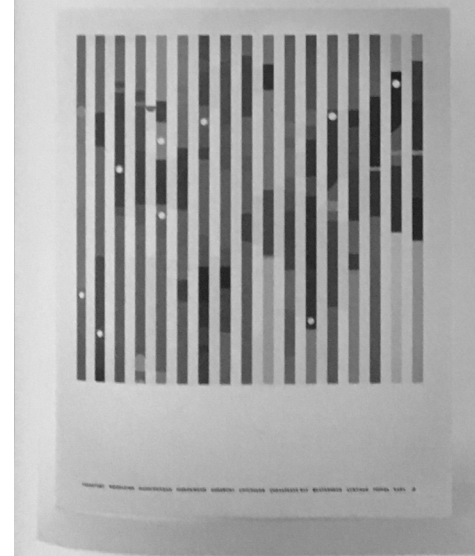
Anyway, the sketchbook is something of a wish list of dream ideas, which I hope to one day match with a project and develop. Eventually, a project may come along that is a good match, and I proceed to flesh out all the details, given the specific needs of the newly specific circumstance, plus the grit and complication of reality.

If it isn't immediately apparent how to solve the problem, I latch onto the angle that interests me and think, sketch or read until I find an approach that excites me. Sometimes I fail to find a good solution, which is disappointing, but happens to everyone at some point.

**How does the layout of your studio affect your everyday practice?**

Because I work on many physical-world projects, I need a lot of surface area. I built a 16-foot-long convertible sitting/standing desk with some help from metal expert, Dustin John, and my other half, Daniel. The plans are on my blog. The base of the desk is constructed from IKEA kitchen cabinets. This helps hide the clutter – I have a one-room living/working space.

The big desk also contains my Graphtec cutter/plotter tool, which I use for creating paper graphics



Top: Papercraft illustration of philanthropist Daniel Lurie's connections and influence.

Above: Sneak preview from Anderson's *This Book is a Planetarium*, out in September.

Left: Perspective, a die-cut archival art print that marks the spots of the earth's largest meteorite impact on an abstract map.

IN CONVERSATION

Right: Anderson's paper installation for the New York Public Library converts the covers of various books into tactile paper sculptures.



■ and for prototyping pop-up books. The corner of the studio houses a 1919 Golding Pearl letterpress. I collect tools like a hoarder. It makes me nervous not to have everything on hand to work on a project in the middle of the night. Nothing makes me happy like super-specialised tools – they are the physical embodiment of perfect, elegant logic!

**Do you have much interaction with other creatives in the area?**

I enjoy the company of others, but have been a lifelong loner. I collaborate with friends and clients on projects, but that's usually over email, and my other half, Daniel, and I occasionally work together. However, I live in Brooklyn, so I couldn't live in a vacuum if I tried. I walk down the street and run into friends, see design and regularly get talking to like-minded people. I would really like to work in a science or engineering setting, though, where I could learn things from people who explore the physical world from a completely different angle. I'm really inspired by what Manu Prakash's lab at Stanford has done in creating the Foldascope (a cheap paper microscope) and would be thrilled if my career could go in that direction at some point.

COMPUTERARTS.CREATIVEBLOG.COM  
54

**How did you get to where you are?** I was a book, art and science nerd kid who became a book, art, science and music nerd teenager, who eventually went to grad school for studio art, then again for art and design history. I wanted to be a student forever, basically. As an adult, I worked as a collections photographer at the American Museum of Natural History for five years – digitising glass plate negatives and rare natural science books – until the point when my paper record player wedding invitation went viral on the internet.

This was the moment when I realised people saw me as a designer. My interests and activities have always been pretty diverse, so I've always felt a bit feral. It was nice to find a home in a field that offers its practitioners such flexibility. I've been running with it, and have been lucky enough to experience several meaningful, life-changing experiences because of this career.

I helped one of my favourite musicians re-enter music, designed an entire restaurant for a beloved NYC institution, have travelled the world speaking at design conferences, built an installation for the NYPL, made a music video for one of my favourite bands, and I'm publishing a book. I'm extremely lucky.

**You've described political and social activism as a gateway into discovering the power of design. What role can designers have?** As a kid, I learned about the environment movement and became super dedicated and obsessed with it. I was making protest posters in elementary school. I read *Animal Liberation* in fifth grade and stopped eating meat. How this has translated into adult life as a designer is that I realise each piece of work I invest love or effort into is an act of advocacy. So I pick my clients and projects based on what I believe should be in the world.

I make work for entities, organisations, ideas and people whose side I'm on. This isn't the most glamorous work – luxury brands certainly pay more – but it keeps my spirits high, which is something that can't be bought. My favourite type of activist art design projects are those that demonstrate, they convince by firsthand evidence. Since seeing is believing for most people, showing rather than telling can be viscerally persuasive.

In 2008, I worked with the *Yes Men* and other groups to covertly pull off a giant hoax: we blanketed NYC with a fake version of the *New York Times* that contained "hoax"

KELLI ANDERSON



Left: Anderson contributed 200 illustrations to interactive biology guide *The Human Body*, by Tinybop.

Middle: *The Powers of Ten* is a flip-book movie made using found images from "the observable internet".

Bottom left: *Where Coffee Comes From*, an infographic for *EatingWell* magazine.

Bottom right: Anderson collaborated on a stop-motion animation for *Tinybop's Plants* app, assembling a menagerie of paper-cut animals drawn by Marie Caudry.

COMPUTERARTS.CREATIVEBLOG.COM  
55





Above: Another portrait of Kelli Anderson, which encapsulates her quirky, inquisitive personality.

from a utopian future. [See how the news scrambled to make sense of the prank that was transpiring: [www.bit.ly/NYTFake](http://www.bit.ly/NYTFake)]. We wanted to show how great the world could be if we, the people, simply wanted it enough to pressure our elected leaders to represent our interests.

The action later went on to receive the Prix Ars Electronica Award and was exhibited in the Brooklyn Museum last year. Other cool, funny, effective activist projects that I find tremendously inspiring are Spy Magazine's shaming of the greedy rich, Strike Debt's hack of the debt trading system, many of the Yes Men's actions, and there are many more on Actipedia.

**What's your core studio toolkit?**

I most frequently use my MacBook Pro and am mostly glued to Adobe's Creative Suite; I think in Photoshop. For coding stuff, I like Espresso. I love my Graphtec cutter and wish I had a laser cutter in-house. For now, I'm ordering laser cuts from FABberz. They are amazing.

I have a 1919 Golding Pearl letterpress, but when I want to print, I normally go down the street to my local community print space, The Arm. Dan, who runs it, is one of my favourite people, and it makes me happy to hang out there and use his pristinely maintained Vandercooks.

**Do you still find the time to produce personal work?**

Yes, I'm finishing a book I've been making entitled: This Book is a Planetarium, which will come out this autumn with Chronicle Books. And I'm trying to turn my paper record player into a legit, consumer-friendly pop-up book. Those are this year's (expensive) personal pursuits.

My hobbies include listening to music, podcasts and audiobooks. Outside my apartment, I enjoy riding my bike around NYC like a crazy person, eating with friends, and 'climbing onto the roof' - my style of urban exploration. ■

*Kelli Anderson spoke to OFFSET Dublin. Read more interviews at [www.iloveoffset.com/interviews](http://www.iloveoffset.com/interviews)*

**MASTER HANDMADE TECHNIQUES**

Inspired by Kelli Anderson's success, three creatives give tips on tactile appeal.

**01 USE PHOTOSHOP TO PROTOTYPE**

"I start by thinking about what I want to convey in an image, and list things that represent the concept," explains Jessica Walsh.

"I make Photoshop mock-ups of the elements I want in the end piece, play around with sizes until the composition is balanced, then recreate the mock-ups with real objects and photograph them."

**02 THINK IN THREE DIMENSIONS**

"Many illustrators think very one-dimensionally about the medium of illustration," believes Casper Franken at Shotopop. "Explore techniques and effects digitally, or through a more traditional medium that's imported and manipulated. You never know what you might discover."

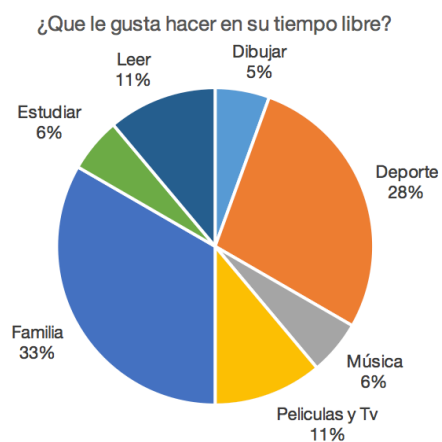
**03 DON'T FAKE THE HANDMADE LOOK**

"I always get frustrated if handmade illustration has been faked in some way, or if the piece has been manipulated on a computer to look handmade," says Owen Gilderleeve. "The joy of making work by hand is that it's not neat, and has visible flaws. Embrace this, and use these qualities to your advantage."

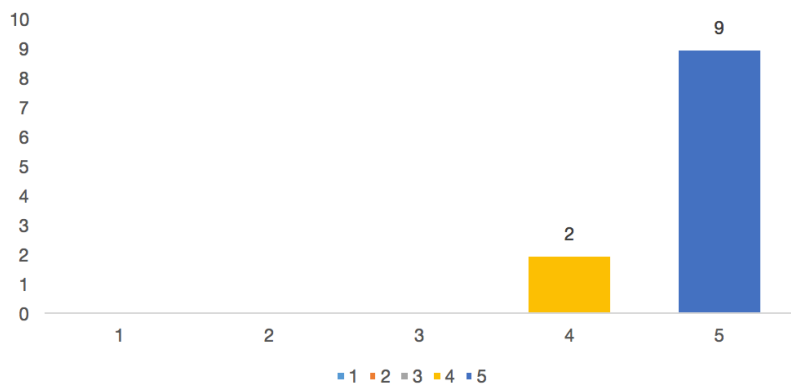
## 8. ENCUESTAS GRUPO OBJETIVO

A continuación se presentan los resultados de encuestas realizadas a el grupo objetico primario (adultos) y secundario (niños). Se encuestaron once adultos y once niños para poder tener una pequeña muestra del grupo objetivo.

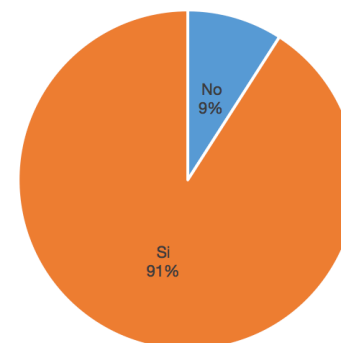
### 8.1. Encuesta adultos



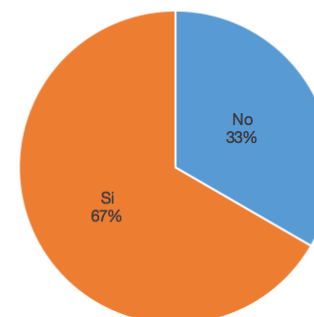
¿Que tan importante es la lectura para usted?



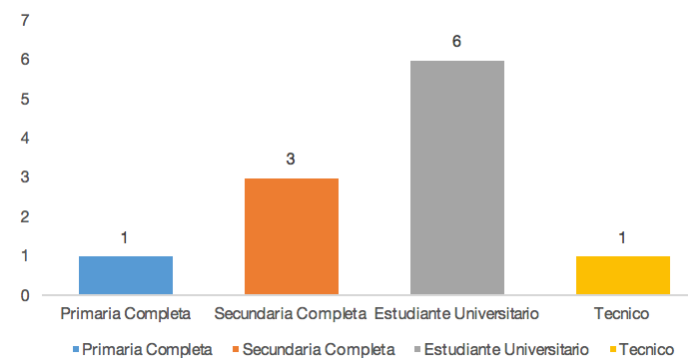
¿Le gusta leer?

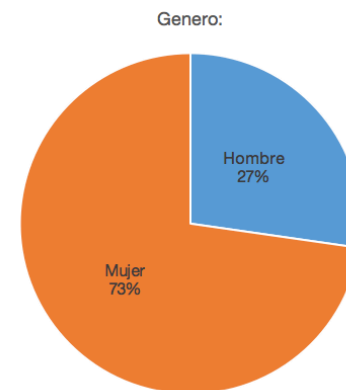
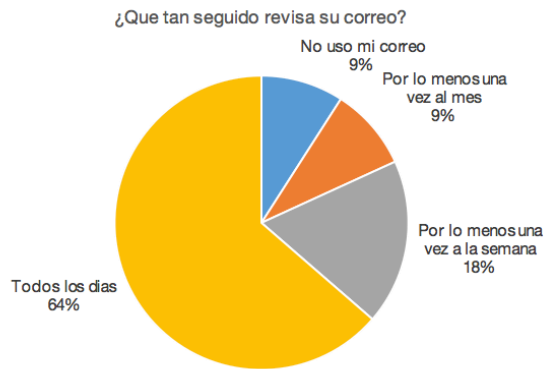


¿Sabía usted que la Fundación Adolfina Castaneda cuenta con un "Club de Lectura" disponible para sus hijos?



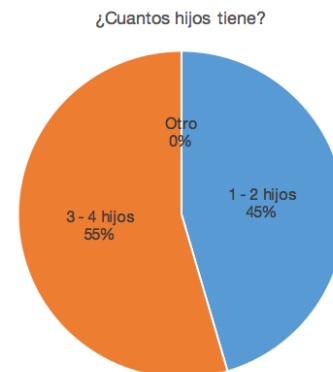
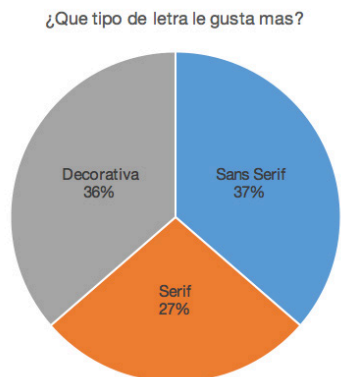
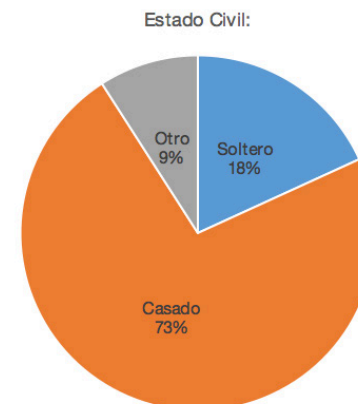
Su nivel de educacion es:





¿Que colores asocia con educación?

Azul  
Rojo  
Amarillo  
Verde  
Celeste  
Blanco



Puesto o profesión

Técnico operador programador supervisora de ventas

Asistente compras locales

Bachillerato en computación

Conserje

Perito contador

Coordinadora de reclutamiento y dotación

Asistente de desarrollo organizacional

Jefe de operaciones

Asistente de relaciones laborales psl

Secretaria bilingüe

Jefe de operaciones/bachiller en computación

**¿En dónde vive?**

5 av b 0.68 zona 2 boca del monte

Colonia santa anita zona 25

Zona 1 mixco

Santa Lucía milpas altas, sacatepéquez

Zona 5

Zona 6 de mixco

San cristobal zona 8 de mixco

Zona 4 de villa nueva

Zona 10 quetzaltenango

Zaragoza, chimaltenango.

Jocotenango, sacatepéquez.

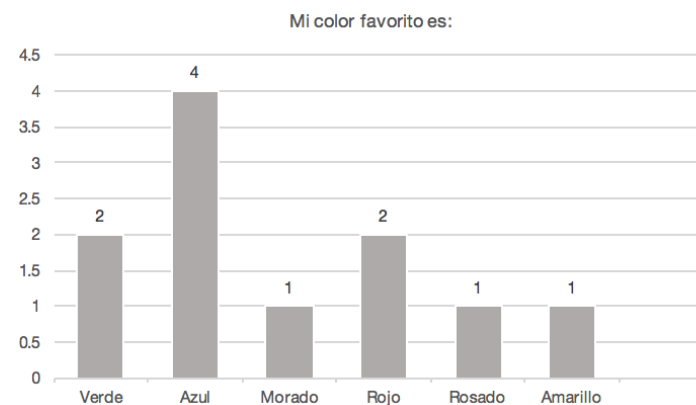
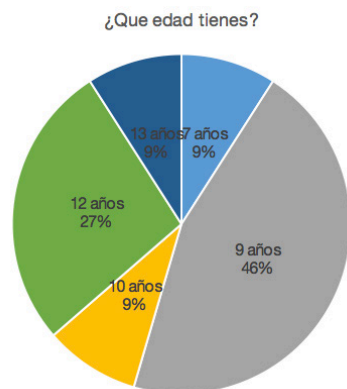
Zona 10, santa catarina pinula



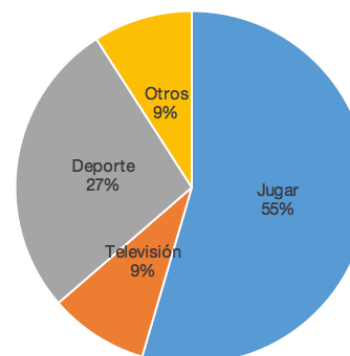
## 8.2. Encuesta niños

Vivo en zona:

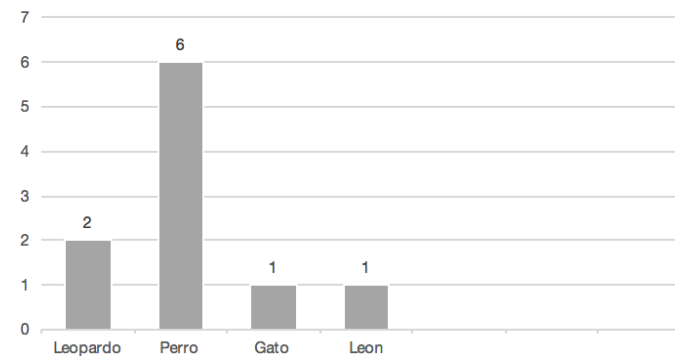
San Cristobal  
 Jocotenango  
 Boca del Monte  
 Santa Catarina Pinula  
 Zona 5  
 Jocotenango  
 Pinula  
 San Cristobal  
 San Cristobal  
 Boca del Monte  
 Mixco



En las tardes me gusta:



Mi animal favorito es:



## 9. TÉCNICAS DE CONCEPTUALIZACIÓN

### 9.1. *what if...?*

Que pasaría si no existieran los libros?

No existiría la Aventura  
No se transmitiría conocimiento  
La sociedad no avanzaría  
No se aprenderían nuevas cosas  
No existiría la comunicación  
No sabríamos la historia del mundo  
No expandiríamos la mente  
No seríamos personas pensantes  
No solucionaríamos nada  
Viviríamos en un mundo prehistórico  
Sería muy difícil la vida  
Repetiríamos muchos errores  
La imaginación no tendría fin  
Los niños no tendrían cuentos  
Sobresaldría la transmisión de pensamiento oral

Frases Conceptuales:

Avance mental  
Repetición de soluciones históricos  
Expansión de comunicación pensante  
Aventura de aprendizaje histórico

### 9.2. *Transformación*

Lectura:

Interpretación del sentido de un texto.  
Cultura o conocimientos de una persona.

Interpretación:

Explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto.  
Concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad.

Realidad

Lo que es efectivo o tiene valor práctico, en contraposición con lo fantástico e ilusorio.

Contraponer

Poner una cosa contra otra para estorbarle su efecto

Fantástico

Quimérico, fingido, que no tiene realidad y consiste solo en la imaginación.

Quimérico

Fabuloso, fingido o imaginado sin fundamento.

Imaginar

Representar en la mente la imagen de algo o de alguien.

Mente

Potencia intelectual del alma.

Potencia

Capacidad generativa.

Generativa  
Dicho de una cosa: Que tiene virtud de engendrar.

Engendrar  
Causar, ocasionar, formar.

Ocasionar  
Mover o excitar

Ilusorio  
Engañoso, irreal, ficticio.

Expresar:  
Manifestar con palabras, miradas o gestos lo que se quiere dar a entender.

Manifestar  
Descubrir, poner a la vista.

Descubrir  
Hallar lo que estaba ignorado o escondido, principalmente tierras o mares desconocidos.

Escondido  
Retirar a alguien o algo a lugar o sitio secreto.

Secreto  
Cosa que cuidadosamente se tiene reservada y oculta.

Ignorado  
No saber algo o no tener noticia de ello

Noticia  
Información sobre algo que se considera interesante divulgar

Palabras Clave:  
Lectura  
Interpretación  
Texto.  
Cultura  
Conocimientos  
Explicar  
Texto.  
Expresar  
Realidad  
Contraposición  
Fantástico  
Ilusorio  
Quimérico  
Imaginado  
Mente

Imagen  
Potencia  
Generativa  
Engendrar  
Ocasionar  
Mover  
Engañoso  
Manifestar  
Descubrir  
Ignorado  
Escondido  
Desconocidos  
Secreto  
Reservada  
Oculta  
Noticia  
Información

Frases Conceptuales:  
Movimiento de lectura oculta  
Secreto descubierto  
Quimérica realidad cultural  
Conocimiento escondido  
Mente secreta en movimiento  
Movimiento imaginario contrapuesto  
Secreto engendrado de lo desconocido

### 9.3. Da Vinci

Recorrido  
Dirección  
Proceso  
Experimentar  
Seguimiento  
Tuberías  
Conexiones  
Ingredientes  
Tamaños  
Cilindro  
Planos  
Concreto  
Solido  
Metal  
Fábrica  
Producto  
Materia prima  
Divisiones  
Unión

#### Frases Conceptuales:

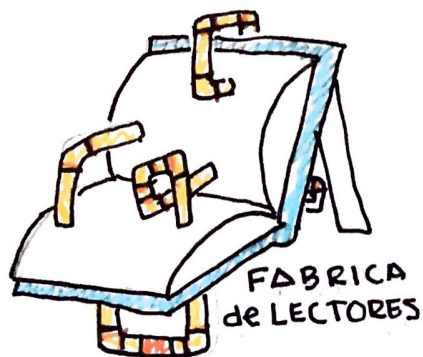
Avance mental  
Repetición de soluciones históricos  
Expansión de comunicación pensante  
Aventura de aprendizaje histórico  
Movimiento de lectura oculta  
Secreto descubierto  
Quimérica realidad cultural  
Conocimiento escondido  
Mente secreta en movimiento  
Movimiento imaginario contrapuesto



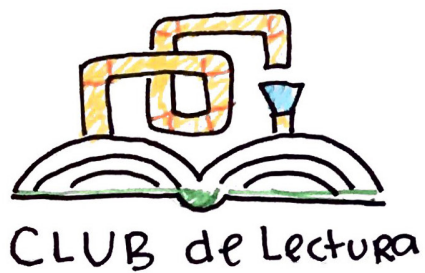


## 10. BOCETAJE

### 10.1. Bocetaje Logotipo



Fabrica  
de  
Lectura

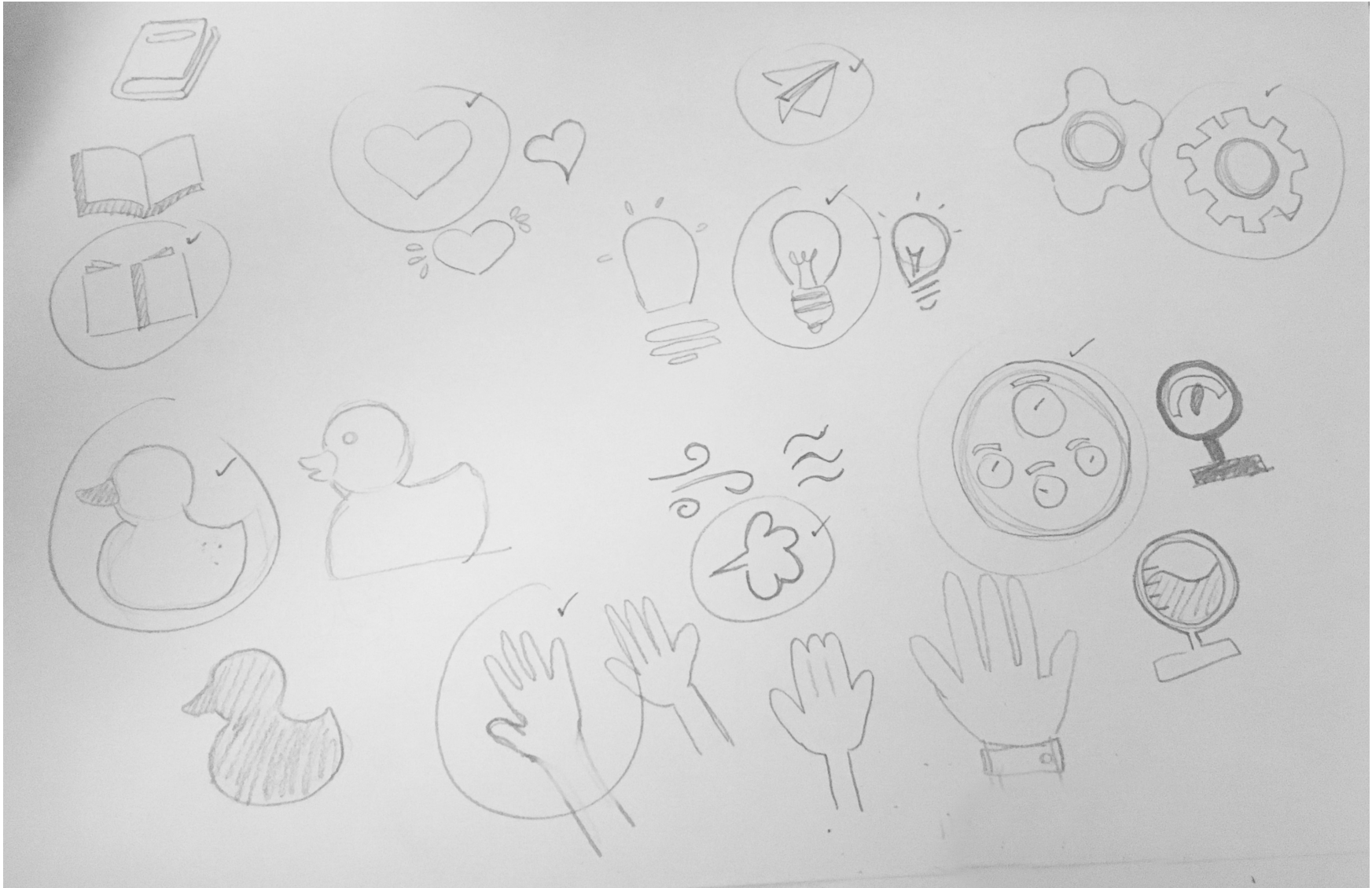


FABRICA  
— DE —  
LECTORES

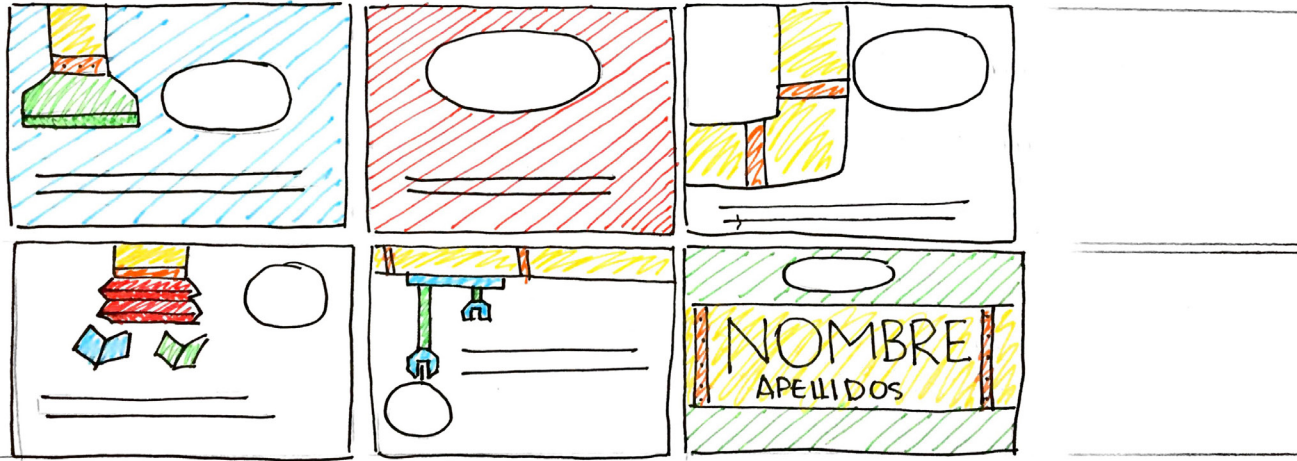
10.2. Bocetaje Personajes



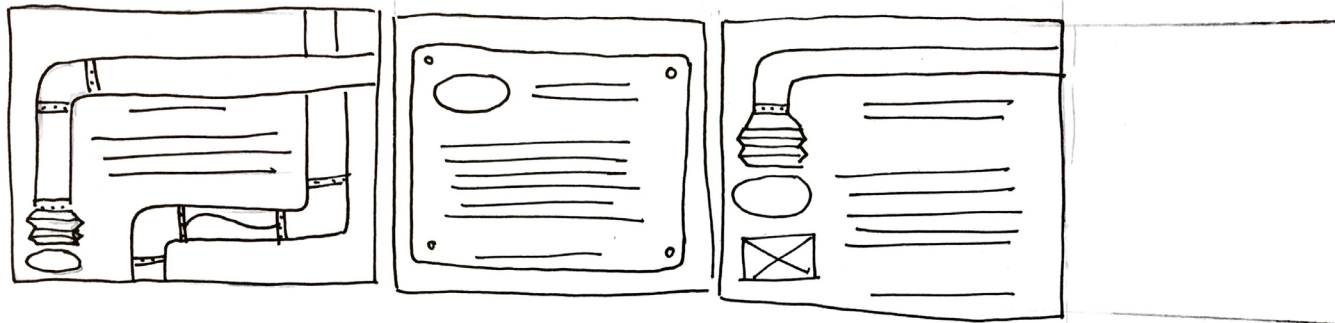
10.3. Bocetaje elementos



10.4. Bocetaje de membresía

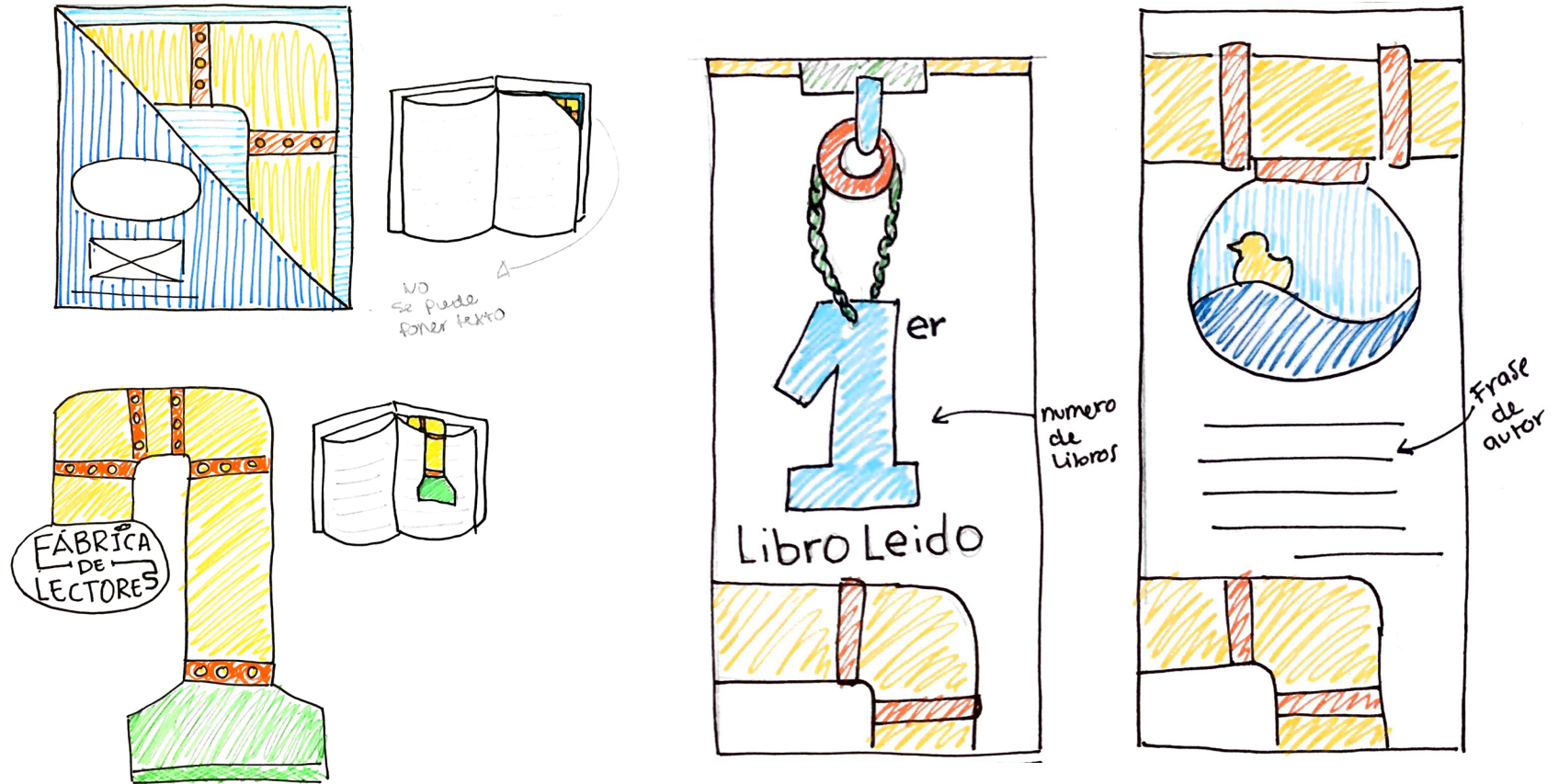


10.5. Bocetaje de ficha de inscripción

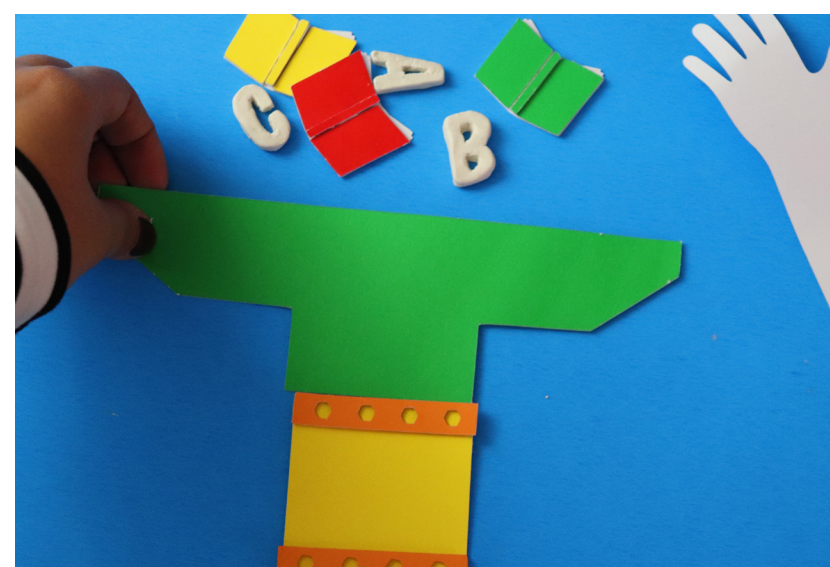




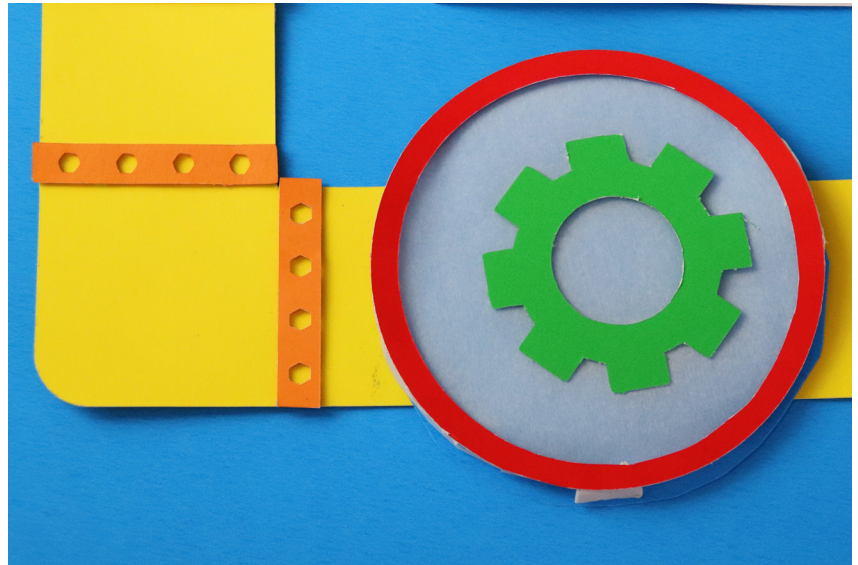
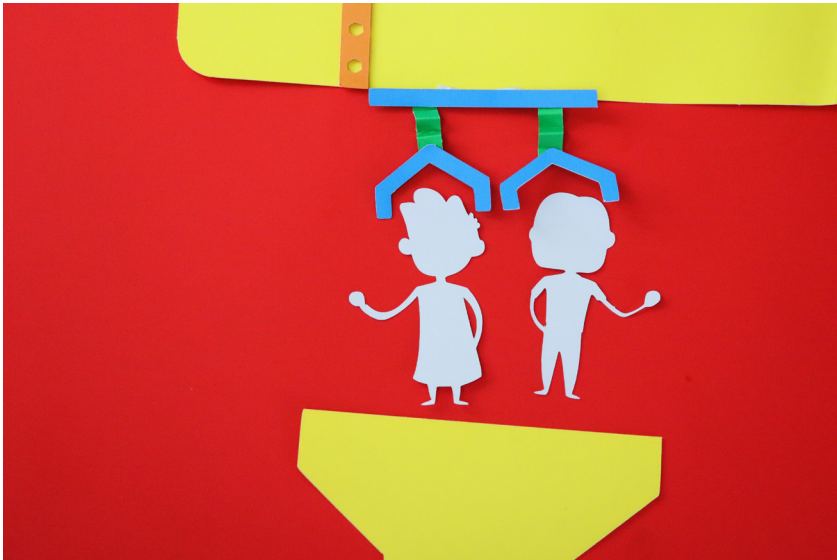
10.6. Bocetaje de separadores



## 11. FOTOGRAFÍAS DE ILUSTRACIONES







## 12. VALIDACIÓN PREVIA

Se realizó una pequeña validación previa y los resultados según pieza fueron:

Video: El grupo objetivo consideró que no se daba toda la información necesaria para la inscripción de los niños. Los expertos en el tema opinaron que el video es muy largo por lo que las personas pierden la atención. Comentaron que el video no era tan interesante por lo que se debería de incluir locución. Se mencionó que el video cuenta con mucho texto.

Ficha de inscripción: El grupo objetivo considera que la ficha crea expectativa y les llama la atención. Algunos mencionan que se debería de manejar la ficha monocromática en color azul aunque esta idea fue rechazada por motivos de impresión. Los expertos en diseño mencionan que el título pelea visualmente con el logotipo. Se consideró que la escala de grises necesita más contraste. Los expertos en el tema consideran que la ficha tiene mucha información innecesaria. Se menciona también que no se diferencia el título del logotipo. También resaltan que lo primero que se debe de ver son los campos para llenar información pues es lo que más interesa.

Kit de Lectura: el grupo objetivo primario considera que las ilustraciones les recuerdan a sus hijos. El grupo objetivo primario piensa que el kit los motiva a iniciar la lectura. El mapa les llama la atención por las formas de las tuberías y los separadores por los diseños y frases. Mencionan que a todos les gustaría recibir el kit. Los expertos en diseño gráfico mencionan que los colores reflejan al grupo objetivo y la temática de educación. También mencionan que el kit genera una experiencia para el niño que no va a olvidar. Mencionan que el formato del mapa es dinámico y funcional pero no es innovador. Mencionan también que es importante que las membresías

se conecten con la temática de tuberías. Los expertos en el tema mencionan que los colores reflejan adecuadamente el fin educativo del Proyecto y se relacionan con el grupo objetivo. Los personajes se consideran adecuados para niños y consideran que si representan personas exitosas. Se menciona que el kit es una herramienta que si motivara a la lectura.



## 13. VALIDACIÓN

### 13.1. Experto en diseño gráfico

Entrevista realizada a Enrique Ponsa y Alejandro Márquez el día 19 de abril de 2018.

#### **¿Considera que los colores del logotipo son aplicables sobre distintos colores y soportes?**

Si considero que son colores adecuados, son colores neutros por lo cual son versátiles. A pesar de ser colores que no se relacionan con niños se logra una buena aplicación.

#### **¿La tipografía utilizada en el logotipo expresa empatía con los grupos objetivos dándole personalidad a la marca?**

Usualmente todo lo que se adapta para los niños se adapta a los adultos. Es importante que el adulto sepa que es material adecuado para niños.

#### **¿Considera que la tipografía Avenir Medium utilizada en la ficha de inscripción es clara para la lectura y expresa formalidad?**

Si, es una tipografía que logra generar balance entre las ilustraciones y el texto. Al ser textos extensos una tipografía simple ayuda a no saturar la pieza.

#### **¿Para usted que expresan las tipografías Boogaloo y DK crayón crumble, son legibles?**

Ambas tipografías son dinámicas, las formas irregulares permiten relacionarlo con el tema de hacer todo a mano. Se complementan bien, me transmiten los trazos que hacen los niños. A pesar de ser tipografías con formas irregulares son bastante sencillas lo cual permite ser legible.

#### **¿Considera que la técnica de ilustración en papel refleja empatía con los niños?**

Considero que la técnica que se utilizó fue bien seleccionada pues tienen la misma relación los libros con el papel que se utiliza para la ilustración. Es algo que ellos podrían hacer por lo que representa ese estilo manual.

#### **¿Considera que el formato Full HD (1080 x 720) es el adecuado para tener un video de buena calidad?**

El formato que se utilizó no es el correcto, recomiendo utilizar 1920 x 1080 px que es HD. Así poder tener mejor calidad y un tamaño de pantalla que se adapte para pasarlo en presentaciones.

#### **¿Considera que la duración del video es adecuada para la atención del grupo objetivo?**

Pienso que debería de ser más corto, hay que acortar las transiciones pues es muy estático. Se necesita hacer la presentación más fluida. Al hacer la entrada de los textos que haya animación de elementos al mismo tiempo.

#### **¿Considera que la música logra potenciar la atención de las personas en el video?**

Si, considero que la música fue seleccionada de manera que funciona junto a la animación.

#### **¿Considera que la bolsa de empaque para el libro es funcional y es reusable?**

Si considero que es funcional pues no se está usando plástico. Esta también se puede utilizar para reforzar el tema del medio ambiente.

**¿Considera que los separadores de papel texcote con puntas redondas son duraderos?**

Considero que al meter los separadores en el libro cuando tienen puntas redondas son más difíciles que se doblen por lo que lo hace más duradero.

**¿Considera que el material utilizado para la membresía (PVC) es adecuado?**

Considero que si es adecuado para niños pues son rígidas y duraderas. Estas van a aguantar estar siendo manipuladas todo el tiempo.

**¿Considera que el mapa es una forma innovadora de motivar al grupo objetivo de la pieza (niños)?**

Creo que el mapa es innovador pero no logra motivar al grupo objetivo pues al no ser un tema de interés se necesita una recompensa que los motive a utilizarlo. Considero que es un buen material que puede funcionar. Creo que no se necesita recalcar el logotipo dentro del mapa pues ya se utiliza en grande en la portada. Se debería de unificar más el mapa con los separadores utilizando las líneas blancas que se usan en los separadores. Te recomiendo agregar más elementos en la parte superior.

**¿Considera que los elementos gráficos representan un “recorrido intelectual guiado”?**

Si representa el concepto por que la tubería es un recorrido, la tubería le da un extra por que no es el típico caminito. Este también combina con el tema y el nombre pues representa una fábrica.

**Comentarios Generales:**

El diseño va acorde al grupo objetivo al igual que los elementos. Todo tiene armonía entre si.

### **13.2. Experto en el tema**

Entrevista realizada a Ximena Forno el día 11 de abril de 2018.

#### **¿Considera que la tipografía representa y empatiza con el grupo objetivo secundario (Hijos)?**

Si, son tipografías gruesas que se leen mejor. Son más fáciles de leer para los niños pues son amistosas. La tipografía de crayon se entiende perfectamente a pesar de su tamaño pequeño. Este puede ser un factor importante para darse cuenta si el niño tiene dificultad de visión. La tipografía de las *stickers* es un poco pequeña por lo que considero que los niños no les llama la atención y no lo leerían.

#### **¿Considera que la tipografía representa y empatiza con el grupo objetivo secundario (Hijos)?**

Si, son tipografías gruesas que se leen mejor. Son más fáciles de leer para los niños pues son amistosas. La tipografía de crayon se entiende perfectamente a pesar de su tamaño pequeño. Este puede ser un factor importante para darse cuenta si el niño tiene dificultad de visión.

#### **¿Que representan los colores para usted?**

Creo que los colores son llamativos para los niños. Son colores básicos que todos los conocen. No son excesivamente llamativos para que mareen pero tampoco son apagados para que los niños pierdan interés.

#### **¿Considera que los colores representan a la niñez y la educación?**

Si por que son colores que todo niños sabe y conoce desde la edad más pequeña lo cual hace que lo motive. Los colores de todos los materiales hacen que la letra sobresalga.

#### **¿Considera que los elementos gráficos utilizados representan el concepto “recorrido intelectual guiado” y la**

#### **temática de animación a la lectura?**

Considero que si tanto el contenido como los elementos gráficos explican todo, todo tiene relación con el tema por que ellos van trazando sus letras y cumpliendo sus objetivos a través de un esquema guiado.

#### **¿Considera que el logotipo tiene personalidad y genera motivación?**

Si considero que aplica para todas las edades pues es bastante genérico.

El nombre si motiva por que no refleja claramente un Club de lectura, implica imaginación y esto hace que los niños sientan ganas de ir.

#### **¿Considera que la tipografía de la ficha de inscripción da formalidad y confianza a los padres?**

Si da confianza y también es un gancho por que se pasa después del video esto genera más interés.

#### **¿Considera que las ilustraciones generan empatía entre grupos objetivos?**

Si es fácil que los papas comprendan las ilustraciones y la temática como los niños. Es amigable e interesante para ambos grupos.

Esta proyectado para cualquier nivel educativo de personas, es fácil de entender para todos. Al entender la gente se motiva y al motivarse se interesan.

#### **¿Considera que un video es adecuado para comunicar y motivar al grupo objetivo?**

Si considero que es un medio importante aunque le agregaría un pequeño taller de 15 minutos dónde ellos pongan en practica lo que los niños van a hacer en la fábrica.

**¿Considera que la bolsa del kit de lectura generara curiosidad al grupo objetivo secundario?**

No solo les da curiosidad sino que los responsabiliza de su equipo de trabajo.

**¿Considera que los separadores son una buena forma de motivar a los niños a seguir con la lectura? ¿Que piensa del tiempo de entrega de los separadores (Cada 2 libros) ?**

Es algo que les va a dar un punto de seguimiento en la lectura, eso va a ayudar a no distraerse. Creo que es un elemento básico que no solo va a motivar sino que va ayudarlos y es útil.

Esta bien el tiempo de entrega para incitarlos a ir más allá y va a fomentar un hábito para la lectura diaria.

**¿Para usted que significa el que los niños tengan una membresía? ¿Qué piensa de la renovación de la membresía cada dos años?**

La membresía equivale a un sentido de pertenencia que ellos pueden entrar y salir de la fábrica. Se responsabilizan de sus materiales y cada vez que lo vean se van a recordar de seguir leyendo.

Me gusta que se tenga que renovar la membresía pues esto refuerza el hábito de la lectura al recordarles que sigan leyendo.

**¿Considera que el mapa es interesante y funciona como motivación y juego para los niños?**

Si por que tiene un seguimiento lo cual es importante para que los niños lleven una secuencia.

**Comentarios Generales:**

Excelente estrategia para invitar a los papas a que conozcan sobre el taller de lectura por ser un medio audiovisual es más

fácil que presten atención. Los colores y tiempo me parecen perfectos. El tiempo del video me encanto por que es cotro. Aunque recomiendo que hay que dar una introducción antes y una dinámica al final.

Recomiendo que se agregan elementos blancos de animación como los de los separadores. Creo que es un medio que más adelante no solo funciona para papas sino para todas las maestras, psicólogas y educadores en general.

Yo agregaría un diploma y un premio por cada libro leído pues eso motiva a los niños muchísimo.

Es un proyecto efectivo para las edades mencionadas, tiene material que motiva en colores como en contenido para que ellos tengan un interés y le den seguimiento. Los elementos son adecuados y el título invita a adultos y niños a indagar en el proyecto.

Las puntas redondas son mejores para que duren pero de igual forma yo creería que hay que emplasticarlas. Seria mejor si las membresías fueran de PVC.



### **13.3. Grupo Objetivo**

Entrevista realizada a Sandy García el día 11 de abril de 2018.

#### **¿Considera que el logotipo es adecuado para adultos y niños?**

Si por que tiene una forma divertida para niños y adultos por lo cual motiva a leer.

#### **¿El logotipo genera curiosidad pero al mismo tiempo confianza ?**

Si, me transmite curiosidad de lo que contiene. Si me da confianza, se ve divertido. También por que esta avalado por la marca de la fundación.

#### **¿La ficha de inscripción me motiva a inscribir a mis hijos en la Fábrica de lectores?**

Si, además de motivarme me asegura que los estoy inscribiendo en un lugar seguro.

#### **¿El video informa y me motiva a inscribir a mis hijos a la Fábrica de lectores?**

Si entendí el video, lo vi como una motivación para inscribir a mis hijos. Si me informo que hay que apoyar a los niños y que se puede ayudar en la Fábrica de lectores.

#### **¿La música del video y las ilustraciones las relaciono con sus hijos?**

Si por que es infantil, expresa un sentimiento divertido que lo relaciono con mis hijos.

#### **¿En algún momento al ver el video sintió que era lento o aburrido?**

No, Es un tiempo adecuado para captar la información, siempre me pareció divertido y no me aburrí en ningún momento.

#### **¿Entiendo cual es la fundación y cual es el nombre del proyecto?**

Si se entienda que el programa es Fábrica de lectores y la fundación es Adolfinia Castañeda.

#### **¿Entiendo a dónde me tengo que comunicar si quiero más información del proyecto?**

Si , al correo electrónico pero siempre prefiero comunicarme por whatsapp o teléfono.

#### **¿El video me transmite el concepto recorrido intelectual guiado?**

Si por que se pasa a través de toda la fábrica en un recorrido.

#### **Comentarios Generales:**

Es un programa interesante por que los niños pueden desarrollar muchas destrezas con el hábito de lectura por eso debemos de apoyarlos.

### **13.4 Grupo Objetivo Secundario.**

Entrevista realizada a Naomi Alvarez el día 11 de abril de 2018.

#### **¿Te gusta el logotipo? ¿Por qué?**

Si me gusta mucho por que me hace imaginar

#### **¿La bolsa da curiosidad y me motiva a inscribirme a la Fábrica de lectores?**

Si me da curiosidad y si le pediría a mis papas que me inscriban.

#### **¿Los separadores te motivan a leer?**

Si , me gustan mucho pero no entiendo la frase del separador verde. Le deberían de cambiar de frase y agregar algo más divertido.

#### **¿El mapa es interesante y me motiva a completarlo?**

Si pero no entiendo las instrucciones del desafío.

#### **¿Entiendo la información que el mapa me quiere transmitir?**

No se entiende muy bien las instrucciones o requisitos que están en la bienvenida a la Fábrica de lectores.

### **13.5 Experto en Administración de empresas**

Entrevista realizada a Luis Pedro Pérez el día 11 de abril de 2018.

#### **¿Cree usted que el sistema que se utiliza para controlar el nivel de lectura esta bien realizado?**

Si, al utilizar colores para diferenciarlo es muy fácil de entender, es visual y amigable con los niños y quien tiene que manejarlo dentro de la fundación.

#### **¿Considera que la impresión de bolsas para proteger los libros son necesarias?**

Si, debido a toda la interacción que el libro tiene que pasar. Por ser niños esto ayudara a mantener mejor resguardados los libros.

#### **¿Considera adecuado que se estima la inscripción de 5 niños mensuales por un plazo de 5 años contando con por lo menos 1000 trabajadores?**

Suponiendo que son 1000 empleados y cada uno tiene 2 hijos se están estimando 2000 posibles niños del cual se estima que el 15% de la población se inscriba por lo que considero que es una meta bastante razonable.

#### **¿Se realizarán 360 kits de bienvenida, considera que 60 kits extras son suficientes?**

Si, considerar un 20% de kits extra esta bien.

#### **¿Considera que la línea del tiempo es adecuada contemplando tiempos de entrega de materiales de impresión e inscripciones?**

Si me parece un buen tiempo para realizar cada una de las tareas. Aunque considero importante que las inscripciones estén abiertas siempre.

#### **¿Considera que es adecuado que el 80% del presupuesto esta dedicado al kit de lectura, el 15% al video y el 5% al logotipo y manual de identidad?**

Si considero adecuado la distribución presupuestaria puesto que la mayor parte se le asigna a la tercera fase del proyecto la cual es una de las que más consumen el presupuesto.

#### **¿Considera que Q15,000 es una buena cantidad para realizar un proyecto como este?**

Si, considero que es un buen presupuesto tomando en cuenta que para la fase 1 y fase 2 no se necesita mayor cantidad del presupuesto y que las membresías son prácticamente gratuitas por que la fundación cuenta ya con los materiales para realizarlas.

#### **Comentarios Generales:**

Considerar en el presupuesto que se debe de comprar la canción que se va a utilizar para el video.

### **13.6 Análisis de resultados de validación**

#### **Logotipo**

Se realizó una entrevista a Enrique Ponsa y Alejandro Márquez (anexo 13.1) para poder analizar el proyecto del punto de vista de expertos en diseño gráfico y animación. Se concluyó que los colores del logotipo eran adecuados pues son colores neutros que se pueden aplicar en cualquier soporte haciéndolo versátil. Mencionaron que la tipografía que se utiliza para el logotipo tiene bastante personalidad y si se adapta para padres e hijos por lo que expresa empatía con ambos grupos objetivos.

Según Ximena Forno (anexo 13.2) la tipografía del logotipo empatiza con ambos grupos objetivos, es una tipografía amigable para niños por su forma y tamaño. Ella menciona que el logotipo tiene personalidad y genera motivación a ambos grupos objetivos. Ya que el nombre no refleja claramente que es un Club de lectura deja que los niños usen la imaginación y los motiva a ir. Menciona también que el logotipo invita a niños como adultos a indagar en el proyecto.

El grupo objetivo primario considera que el logotipo es adecuado tanto para adultos como para niños pues tiene una forma divertida. Si transmite curiosidad de que es lo que contiene o de que se trata. Menciona que si refleja que es un proyecto que le da mucha confianza y que el que se incluya el logotipo de la fundación ayuda a hacerlo más formal. A el grupo objetivo secundario le llamo mucho la atención el logotipo generando interés en el proyecto.

#### **Bolsa**

Márquez considera que el empaque del libro es funcional y al mismo tiempo reusable. El no usar plástico ayuda también a motivar a la protección del medio ambiente. Forno (2018) señala que la bolsa no solo genera curiosidad sino que responsabiliza a los niños de su equipo de trabajo. El grupo objetivo secundario menciona que la bolsa le da curiosidad de saber que hay dentro.

#### **Membresía**

Ponsa y Márquez (2018) consideran que las membresías en PVC son adecuadas para niños debido a su rigidez y durabilidad. Forno (2018) dice que el que los niños cuenten con una membresía equivale a un sentido de pertenencia, esto los responsabiliza. El ver la membresía los anima a recordarse de seguir leyendo. Al grupo objetivo le gusta las membresías pues los hace sentir parte de algo.



## 14. COTIZACIONES



Centro Comercial La Plaza, 20 calle 25-96, Zona 10. Local 14-E  
Tel: 2367-5589  
color.rita.laplaza@gmail.com

Guatemala, 28 de Abril del 2018

Señorita  
Ana Lucía Tres  
Presente

Le saludamos cordialmente deseando que todo esté bien en sus actividades diarias.  
El motivo de la presente es para cotizarle lo siguiente:

### SOBRES

\* Impresas full color tiro / retiro tamaño de 4.4 x 6.6" en couche 80, 3 colores distintos  
240 de cada uno.

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
720	Q3.47	Q2500.00

### SEPARADORES

\* Impresos full color solo tiro tamaño de 2.125" x 6.5" en texcote 12', 3 colores distintos  
emplasticados  
120 de cada uno.

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
360	Q2.00	Q900.00

### MAPA

\* Impreso full color tiro/retiro tamaño de 11 x 11" en couche 80

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
360	Q9.00	Q3,240.00

Impresión  
digital



Centro Comercial La Plaza, 20 calle 25-96, Zona 10. Local 14-E  
Tel: 2367-5589  
color.rita.laplaza@gmail.com

### STICKERS

\* Impreso full color tiro tamaño de 2 x 3" en adhesivo + troquel

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
2889	Q1.00	Q2,889.00

### MANUAL DE IDENTIDAD

\* Impreso full color tiro tamaño de 8.5 x 11" en bond + encuadernado

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Q119.00	Q119.00

Impresión  
digital

Cotización No. **118565**  
Guatemala, 27 Abril 2017

Cotización No. **118566**  
Guatemala, 27 Abril 2017

Señores  
**CLUB DE LECTORES**  
Atención  
Presente

Señores  
**CLUB DE LECTORES**  
Atención  
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

**SEPARADORES EN TAMAÑO 2.125 X 6.5" IMPRESA A FULL COLOR TIRO EN  
TEXCOTE C-12 3 MOTIVOS 120 DE CADA UNO**

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

**SOBRES EN TAMAÑO 4.4 x 6.6" IMPRESA A FULL COLOR TIRO Y RETIRO EN TEXCOTE C-12  
3 MOTIVOS 240 DE CADA UNO**

360 ..... Q 613.00

720 ..... Q 2,520

**ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA**

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE  
Observaciones de Pago: CREDITO  
Tiempo de Producción: A CONVENIR

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

**ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA**

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE  
Observaciones de Pago: CREDITO  
Tiempo de Producción: A CONVENIR

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

**Yaslin Arevalo**  
Operaciones Comerciales



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

**Yaslin Arevalo**  
Operaciones Comerciales



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

Cotización No. **118568**  
Guatemala, 27 Abril 2017

Señores  
**CLUB DE LECTORES**  
Atención  
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

**STICKERS EN TAMAÑO 2X3" IMPRESO A FULL COLOR TIRO EN ADHESIVO CON TROQUEL**

2,880..... Q 2,016

**ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA**

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE  
Observaciones de Pago: CREDITO  
Tiempo de Producción: A CONVENIR

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

**Yaslin Arevalo**  
Operaciones Comerciales



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232



Cotización No. **78206**  
Guatemala, 02 Abril 2017

Señores  
**ANA LUCIA TRES**  
Atención  
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

**STICKERS**

**STICKERS: Impreso en Adhesivo, tamaño abierto 2 x 3 plgs., impresion tiro, troquelado**

2880 ..... Q 1843

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.  
Vigencia de la cotización: 10 días.

Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribimos.

Atentamente,

**Melanie Sapper**  
Ejecutivo de Ventas



Cotización No. **78208**  
Guatemala, 27 abril 2018

Señores  
**ANA LUCIA TRES**  
Atención  
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

**SEPARADORES**

**SEPARADORES: Impreso en TEXCOTE 16, tamaño abierto 2.125" x 6.5" , 3 colores distintos, impresion tiro, emplastificados.**

360 ..... Q 300.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.  
Vigencia de la cotización: 10 días.  
Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

**Melanie Sapper**  
Ejecutivo de Ventas



Cotización No. **78208**  
Guatemala, 27 abril 2018

Señores  
**ANA LUCIA TRES**  
Atención  
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

**MAPA**

**MAPA: Impreso en couche 12, tamaño abierto 11 x 11" , , impresion tiro y retiro**

360 ..... Q 1800

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.  
Vigencia de la cotización: 10 días.  
Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

**Melanie Sapper**  
Ejecutivo de Ventas





**INNOVACIONES  
PUBLICITARIAS**  
20 Años  
ANA TRES

8<sup>a</sup> Av. 4.07 Zona 1  
Tels.: 2232-8955 • 2253-4006  
Fax: 2221-4103 / Nit: 1689962-8  
info@innovacionespublicitarias.com.gt  
www.innovacionespublicitarias.com.gt  
Guatemala, C.A.

---

**Empresa:** ANA TRES **Fecha:** 27-4-2018  
**Atención:** **Nit:**  
**Dirección:** **Correo:**  
**Teléfonos:**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	SUBTOTAL
360	BOLSAS POCKET IMPRESAS A 1 COLOR	Q2.25	Q810
COTIZACION VALIDA POR OCHO DIAS HABILES			
<b>Forma de pago:</b> 50% de anticipo y 50% contra entrega <b>Tiempo de entrega:</b> 8 días hábiles después de autorizado el arte y recibido el anticipo.			<b>TOTAL</b>

SAUL AVILA 5595-7738

---

Asesor(a) de Ventas

---

Firma de autorización

## Presupuesto

Imagen Y Textiles  
11 Calle 5-59 Zona 9, Plaza FPK Of 2f2 2do. Nivel  
502 Guatemala  
Teléfono: 23624794, 30065019  
Correo electrónico: ventas@imagenytextiles.com  
NIF / CIF: 7004873-8  
Número de registro de IVA: 7004873-8



Fabrica de Lectores  
Ana Lucia tres

Número de cliente	Número de presupuesto	Página	Fecha de presupuesto	Válido hasta
1516	1885	1 / 1	26/04/18	26/05/18

Artículo	Cantidad	Unidad	Precio	Importe total
Bolsa ecológica color rojo Medida: 35.5 x 45.5 cm. Logotipo impreso a un color.	360	each	7.50	2,700
Timbre de Prensa	1	each	15.07	15.07
<b>Importe total</b>				<b>2,700</b>

PRECIOS SUJETOS A TIMBRE DE PRENSA

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

## HOJA DE PRESUPUESTO



**Señores:** Ana Lucia Tres

**Fecha:** 27/04/2018 **Tels.:** 4084-9098

**Correo:** analuciatres3@gmail.com

Por medio de la presente sometemos a su amable consideración el siguiente presupuesto:

Cant.	Descripción	Unidad	Total
360	Bolsa eco plana impresas a un color con tinta negra en serigrafía	Q.5.75	Q.2587.50
Precio Total de presupuesto			Q.2587.50

Estamos inscritos en el régimen de pequeño contribuyente

Forma de pago: 60% previo a la producción & 40% a contraentrega.

Esperando vernos favorecidos con su orden, les saluda atentamente:

\_\_\_\_\_ Oscar Requena/Alicia Martínez

Aceptamos la presente cotización, bajo las condiciones descritas, y autorizamos la producción del trabajo cotizado que será cancelado en la forma antes indicada.

Nombre del trabajo: \_\_\_\_\_ Precio Total: \_\_\_\_\_

Nombre de quien autoriza: \_\_\_\_\_ Firma y sello \_\_\_\_\_

4133-3777

prixeigt@yahoo.com

/prixeigt

@prixeigt

www.prixeigt.com

## 15. IMÁGENES DE LA “FÁBRICA DE LECTORES”



Imagen de: Fundación Adolfin Castañeda  
Recopilada de: <https://www.facebook.com/FundacionAdolfinC/photos/a.373783112786997.1073741828.373770869454888/939267396238563/?type=3&theater>



Imagen de: Fundación Adolfin Castañeda  
Recopilada de: <https://www.facebook.com/FundacionAdolfinC/photos/a.373783112786997.1073741828.373770869454888/939265936238709/?type=3&theater>

## **16. MANUAL DE IDENTIDAD**

A continuación se presenta el manual de identidad completo para la utilización correcta del logotipo y la imagen de la marca.



# FÁBRICA DE LECTORES

MANUAL DE IDENTIDAD

# INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene como fin la recopilación de elementos que conforman la identidad visual del proyecto “Fábrica de Lectores” de la Fundación Adolfina Castañeda.

Los elementos de identidad visual son la aplicación del logotipo, el uso de tipografías, las aplicaciones cromáticas de la marca, entre otros.

Se recomienda prestar una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual para garantizar la correcta utilización y la unidad del proyecto.

Las directrices que contiene este documento no pretenden de ninguna manera restringir la creatividad de la empresa sino ser una guía para abrir nuevas posibilidades con comunicación efectiva.

# ÍNDICE

## A

- A.1. La Marca
- A.2. El Logotipo
- A.3. Área de protección
- A.4. Tamaño mínimo de reproducción
- A.5. Color
- A.6. Tipografía

## B

- B.1. Versiones correctas
- B.2. Aplicaciones correctas
- B.3. Aplicaciones incorrectas

## C

- C.1. Aplicaciones varias
- C.2. Uso a futuro

## A.1. LA MARCA

La Fundación Adolfina Castañeda solicitó el cambio de imagen para el proyecto “club de lectura”. Por esto se creó la imagen corporativa renovando el nombre del proyecto como “Fábrica de lectores”.

El nombre “Fábrica de Lectores” nace del recorrido que hacen los niños a través de la lectura para llegar a tener una mejor educación.

## A.2. LOGOTIPO

El logotipo creado para el proyecto “Fábrica de Lectores” es un isologotipo pues integra texto e iconos para que funcionen como uno solo.

La forma principal es la palabra “Fábrica de Lectores” en la cual se utiliza la tipografía “Boogaloo” en mayúsculas. Esta tipografía logra reflejar la personalidad de los niños. El logotipo tipográfico contiene elementos claves que aportan un espacio para la imaginación. Las letras F y S modificadas hacen que la tipografía así como el logotipo sean personalizados aportando una identidad propia para la marca.



LOGOTIPO



### A.3. ÁREA DE PROTECCIÓN

Se estableció un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá mantenerse sin ningún elemento que pueda interferir con la percepción o lectura del logotipo.

El área se construyó con respecto a una medida determinada "x" basada en el ancho de la tipografía específicamente la letra "R" ubicada en la palabra "FÁBRICA". Siempre que sea posible es preferible aumentar esta medida para que nada interviene con el logotipo.



## A.4. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción:

**OFFSET:** 0.5 pulgada de alto

**SERIGRAFÍA:** 1 pulgada de alto

**DIGITAL:** 100 px de alto

OFFSET

0.5"



SERIGRAFÍA

0.5"



DIGITAL

100 px



## A.5. COLOR

El color es esencial en el diseño por lo que se debe de considerar la aplicación en cualquier soporte de comunicación.

El color del logotipo es blanco y negro. Se utilizan otros colores como fondo. A continuación la lista de colores utilizados con su debida variación para cada soporte.

### PANTONE P 1-1 C

**C=0% M=0% Y=0% K=0%**  
**R=255 G=255 B=255**  
**#FFFFFF**

### PANTONE P PROCESS BLACK C

**C=0% M=0% Y=0% K=100%**  
**R=33 G=25 B=21**  
**#211915**

## PANTONE P 48-8 C

**C=0% M=99% Y=91% K=0%**  
**R=192 G=26 B=36**  
#C01A24

## PANTONE P 112-13 C

**C=74% M=26% Y=0% K=0%**  
**R=106 G=153 B=206**  
#6A99CE

## PANTONE P 48-8 C

**C=80% M=0% Y=100% K=13%**  
**R=91 G=151 B=57**  
#5B9739

## PANTONE P 112-13 C

**C=0% M=18% Y=100% K=0%**  
**R=242 G=211 B=0**  
#F2D300



## A.6. TIPOGRAFÍA

Las familias tipográficas utilizadas son Dk Crayon Crumble, Boogaloo y Avenir.

La tipografía Avenir se utiliza para los textos corporativos usualmente dirigidos a adultos, se eligió por claridad y buena legibilidad.

La tipografía Boogaloo se utiliza para todos los títulos o textos importantes, se eligió por dinamismo.

La tipografía Dk Crayon Crumble se utiliza para todos los textos usualmente dirigido a niños, se eligió por su relación con los niños.

## AVENIR

Avenir Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Avenir Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Avenir Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Avenir Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890*

Avenir Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Avenir Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

Avenir Heavy

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

## BOOGALOO

Boogaloo

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

## DK CRAYON CRUMBLE

DK Crayon Crumble

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## B.1. VERSIONES CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal.  
En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en negativo.



LOGOTIPO VERSIÓN PRINCIPAL



LOGOTIPO VERSIÓN NEGATIVO



## B.2. APLICACIONES CORRECTAS

Se debe de asegurar que en todas las aplicaciones el logotipo tenga la máxima visibilidad, legibilidad y contraste.

A continuación se muestra como el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías.

FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO OSCURO



FONDO FOTOGRAFICO OSCURO



FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO CLARO



FONDO FOTOGRAFICO CLARO



## B.3. APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene medidas y proporciones determinadas, en caso que se hagan modificaciones los siguientes son ejemplos de las aplicaciones incorrectas que se desean evitar para el uso adecuado de la marca.

APLICACIÓN INCORRECTA COLOR



APLICACIÓN INCORRECTA COLOR



OCULTACIÓN



DEFORMACIÓN



OMISIÓN DE ELEMENTOS



DEFORMACIÓN



# C.1. APLICACIONES VARIAS

FICHA DE INSCRIPCIÓN

**FICHA DE INSCRIPCIÓN**

Fecha: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE PADRES**

Nombre de Padre / Madre: \_\_\_\_\_

Numero de teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Dirección de casa: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE HIJOS**

Primer y segundo nombre: \_\_\_\_\_

Primer y segundo apellido: \_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Centro educativo al que asiste: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

La lectura es una herramienta extraordinaria que pone en acción la mente y agilita la inteligencia.

Por Adelfina Castañeda fundacionadolmcastaneda@gmail.com

BOLSA ECOLÓGICA





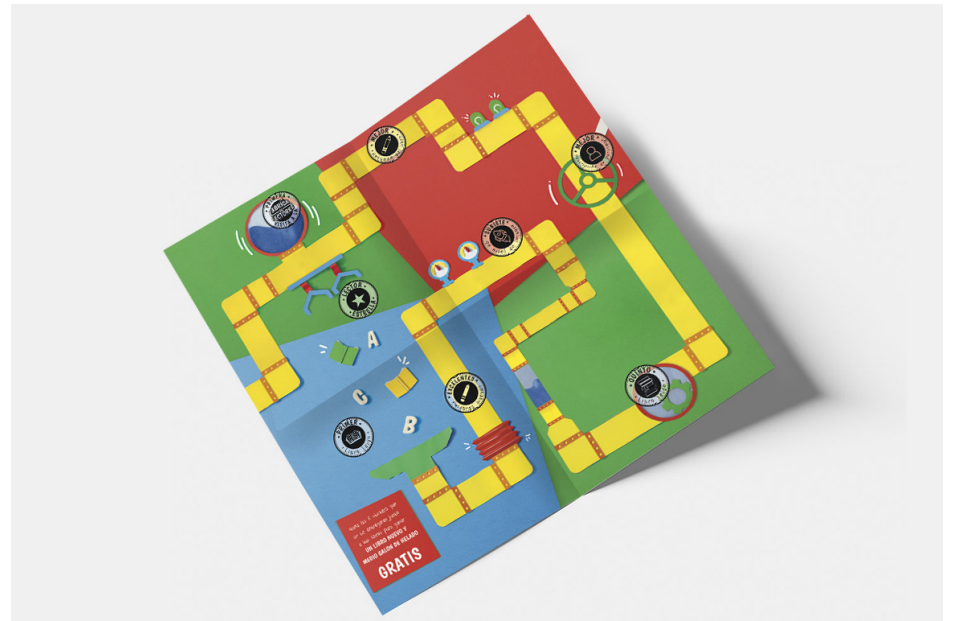
SEPARADORES



MEMBRESÍA



## MAPA



## C.2. USO A FUTURO

Para la utilización a futuro de la línea gráfica, se recomienda usar los elementos vectoriales junto a la tipografía y colores mencionados anteriormente.

Se proporciona un archivo en ilustrador con los elementos vectoriales para que se utilicen en las piezas gráficas.



## CONTACTO

Cualquier duda con respecto a la forma correcta de la utilización del logotipo favor de contactarse con:

**Ana Lucía Tres**  
analuciatres3@gmail.com  
4084 - 9098