

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

INVESTIGACIÓN: Aplicación y funcionalidad de la estética artificial en la comunicación visual.

ESTRATEGIA: "Antología" Creative Cluster Guatemala.  
PROYECTO DE GRADO

**JOSHUA CUELLAR MORATAYA**  
CARNET 11550-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2015  
CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Aplicación y funcionalidad de la estética artificial en la comunicación visual.

ESTRATEGIA: "Antología" Creative Cluster Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR

**JOSHUA CUELLAR MORATAYA**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2015  
CAMPUS CENTRAL



## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, 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. HERNÁN OVIDIO MORALES CALDERÓN  
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ  
SECRETARIA: MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA  
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

## **NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

MGTR. PATRICIA DEL CARMEN VILLATORO CASTILLO DE PAZ

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

LIC. RAFAEL GARRIDO FLORES  
LIC. RAMIRO ALFONSO GRACIAS VILLEDA  
LIC. SILVIA LUCRECIA BARRIENTOS FABIAN



### Orden de Impresión

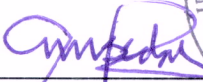
De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado del estudiante JOSHUA CUELLAR MORATAYA, Carnet 11550-10 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03102-2015 de fecha 17 de septiembre de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Aplicación y funcionalidad de la estética artificial en la comunicación visual.  
ESTRATEGIA: "Antología" Creative Cluster Guatemala.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADOR GRÁFICO en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 28 días del mes de septiembre del año 2015.



  
MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA, SECRETARIA  
ARQUITECTURA Y DISEÑO  
Universidad Rafael Landívar



Reg. No. DG.022-2015

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño a los nueve días del mes de julio de dos mil quince.

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante **CUÉLLAR MORATAYA, JOSHUA**, con carné **1155010**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

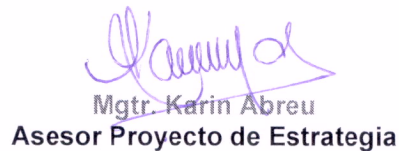
Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).



Mgtr. Patricia Villatoro  
Asesor Proyecto de Investigación



Lic. Ericka Herrera  
Asesor Proyecto Digital



Mgtr. Karin Abreu  
Asesor Proyecto de Estrategia

# ÍNDICE

	Pág.
Introducción	5
Gestión de la estrategia de diseño	
Familiarización con el cliente	11
Necesidad	12
Objetivo 12	
Marco de referencia	
Información general del cliente	13
Recopilación e información del tema	24
Contenido teórico de diseño	29
Investigación grupo objetivo	59
Gestión del proceso de diseño	
Contenido del material gráfico	63
Diseño del concepto	65
Codificación del mensaje	77
Planeación estratégica de medios	80
Bocetaje	85
Validaciones	169
Gestión de la implementación de diseño	
Fundamentación	191
Producción y reproducción	215
Conclusión	221
Recomendación	221
Referencias	223
Anexos	225



# INTRODUCCIÓN



Cada una de las costumbres, prácticas, maneras de interactuar con otros individuos, rituales, tipos de vestimenta y normas de comportamiento social, son aspectos incluidos en la cultura. Para Schwanitz (2002), la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre descubre valores y busca nuevas significaciones.

Parte de la cultura propia de una sociedad es permitir un desarrollo económico que como menciona Cajas (2011) la evolución acelerada y compleja del mundo en los últimos decenios, impide seguir concibiendo al desarrollo como un camino único, uniforme y lineal.

En la época contemporánea es donde se presenta el reto de la creación de plataformas que impulsen nuevas industrias que buscan promover a profesionales con nuevos talentos y áreas de intervención por medio de otorgar proyectos innovadores.

La industria creativa ha estado al margen de desarrollo e inversión en los países latinoamericanos, es en Guatemala cuando Chris Kummerfeldt tiene la visión de presentar el proyecto a “Antología” el cual tiene como finalidad funcionar como plataforma web para promover a profesionales que se han especializado en cierta área y que residen en el país. Los cuales hasta la fecha han estado al margen de derechos como remuneración económica justa, oportunidades laborales estables e integración entre los mismos.

El proyecto se encuentra dirigido a dos grupos objetivos distintos. El primero está integrado por profesionales que han realizado estudios de especialización mayormente en otros países y regresan a Guatemala en búsqueda de oportunidades laborales, las cuales son escasas y no son reconocidas las especializaciones realizadas. El segundo grupo objetivo son empresarios o encargados de mercadeo que solicitan servicios creativos, de producción, edición, entre otros, para sus empresas.

Una de las carencias que presenta el proyecto es que no cuenta con identificación visual para ambos grupos objetivos es necesario dar a identificar este proyecto y así comenzar a explotar de una mejor forma el talento existente en el país. Ya que como indica Foges (1999) la identidad visual es una imagen coherente y persuasiva, que ha de servir como expresión de personalidad y de carácter exclusivo de cada empresa, y es aquí donde interviene el diseñador gráfico.

En el siguiente documento se presenta el desarrollo del proyecto y la forma en la que el diseñador gráfico presenta una solución innovadora para solventar la necesidad de una iniciativa creativa en Guatemala, contribuyendo desde la comunicación visual al desarrollo económico y cultural del país.



# GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO





Para lograr una mayor comprensión del siguiente documento se ha implementado la siguiente iconografía.



**Aclaraciones**



**Notas**



**Importante**

---

JOSHUA CUELLAR  
1155010

---



# FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE



Chris Kummerfeldt es un visionario guatemalteco, el cual realizó estudios de economía en la Universidad Francisco Marroquín posteriormente migra hacia la ciudad de Vancouver, Canadá; en donde realiza en el año 2001 estudios de dirección de cine y funda la compañía Warmland Films Inc. Tras su regreso a Guatemala en el año 2013, crea la empresa “Hunter Eleven Films”, decidiendo especializarse en la producción de largometrajes, desde entonces se ha apropiado de una estrategia de crecimiento en la narrativa visual en el país.

Realizando el brief, Chris menciona la posibilidad de crear un “Creative Cluster”, el cual es un proyecto socio-cultural en donde se reúne a los mejores profesionales especializados en las áreas implicadas en la industria creativa y estos puedan llegar a comercializar de una mejor forma los servicios prestados, logrando realizar proyectos mas innovadores y destacados; además de tener como finalidad el promover la industria creativa emergente en el país. Este proyecto debe ser posible por medio de un espacio virtual el cual funcionará como plataforma de comercialización de los servicios profesionales antes mencionados.

De acuerdo al brief, según Kummerfeldt (2014),<sup>1</sup> este proyecto se le asigna el nombre de “Antología”, explicando que una antología es la colección personal de los mejores autores y poemas, lo cual esta reflejado en la idea central del proyecto, reunir a los mejores profesionales especializados en la industria creativa.

Existe el problema que actualmente no se cuenta con la identificación de dicho proyecto, proponiendo como solución la realización de identidad gráfica, la cual identifique y refleje la filosofía y finalidad del proyecto para así darlo a conocer y comenzar a impulsar esta iniciativa.

“Antología” se encuentra dirigido a todos los profesionales especializados en alguna de las áreas que llega a integrar o intervenir en la industria creatividad en Guatemala, permitiendo dar a conocer los distintos servicios profesionales especializados en diversas áreas y de esta forma promover el trabajo para conseguir una mejor remuneración económica. Así como posibles empresarios interesados en contratar estos servicios.

Para iniciar con el proyecto es necesaria la intervención de inversionistas, los cuales deben ser personas visionarias y que apuestan por aumentar la economía del país impulsando estas iniciativas. De esta forma se obtiene un capital inicial y asignar para el desarrollo de la identidad visual del proyecto, un aproximado de \$ 1,500.00 el precio se encuentra en dólares debido al tipo de proyecto y su alcance internacional.

Contacto:

Nombre: Chris Kummerfeldt

Puesto: Director del proyecto “Antología”

Cel.: 5720-6269

Correo electrónico: [chris@hunter11films.com](mailto:chris@hunter11films.com)

1.Kummerfeldt, Chris. 2014. Director del proyecto “Antología”.  
Brief elaborado para información del proyecto. Adjunto en el anexo I.



## NECESIDAD

El nuevo proyecto “Antología” no cuenta con identificación visual que facilite ser reconocido en las distintas áreas que intervienen en la industria creativa, el cual esta dirigido a profesionales especializados en las áreas pertenecientes y empresas que requieren del servicio de éstos, los cuales realizan proyectos en la ciudad de Guatemala, para que de esta forma puedan incrementar la participación e importancia de la industria creativa en Guatemala.

## OBJETIVO

Elaborar la imagen visual para identificar el nuevo proyecto “Antología”, el cual se encuentra dirigido a profesionales especializados en la industria creativa y empresarios que requieran del servicio de estos, a implementarse en la ciudad de Guatemala.



## 4.1 Información General del cliente:

Nombre del cliente: “Antología” Creative Cluster Guatemala  
Ideado por Chris Kummerfeldt Quiroa

Contacto directo en el proyecto:

Nombre: Chris Kummerfeldt

Puesto: Director del proyecto “Antología”

Cel.: 5720-6269

Correo electrónico: [chris@hunter11films.com](mailto:chris@hunter11films.com)

El proyecto “Antología” se encuentra dirigido por Chris Kummerfeldt el cual funcionará como la primera Creative Cluster en Guatemala.

### Abstracto

En los últimos 5 años, ha habido una explosión en la generación contemporánea (18-30 años) respecto a la oferta de servicios y productos creativos. La deficiencia más grande se encuentra en la falta de cohesión profesional entre los actores y agentes, la mayor parte de las veces: freelancers, artistas, creativos, estudiantes y micro-empresarios. Esta nueva oferta se caracteriza por ser innovadora, con skill-sets de muy alto valor agregado específico y altamente especializado. Según el mercado o demanda guatemalteca ha demostrado no estar preparado para acomodar este flujo de servicios y la oferta no ha sabido organizarse de manera efectiva para generar económicamente lo necesario para implementar un modelo sostenible de clase socioeconómica creativa.

La Antología busca justamente eso, promover una industria cultural a través de prácticas económicas distintas a las establecidas en el pasado reciente del país.

### Descripción

“Antologia” sería una plataforma de comercialización virtual de industrias creativas emergentes.



## Operación:

A través de una infraestructura virtual, la creación de un cluster de diferentes y variadas disciplinas creativas / culturales/ estéticas / artísticas, todas complementarias y profesionalizadas.

Tras un proceso de admisión curatorial, el pago de una suscripción simbólica para formar parte del cluster creativo y participar de sus valores y objetivos como miembro.

## Industrias a Incluir:

- Ley de entretenimiento ( conjunto de leyes, que protegen los proyectos creativos)
- Animación 2D
- Animación 3D
- Diseño de personajes
- Ilustración
- Pintura
- VFX ( Visual Effects- Efecto especiales )
- Maquillaje & Peinado para cinematografía
- Diseño de vestuario y administración, almacén de vestuario
- Dirección de Arte
- Guión cinematográfico
- Edición literaria (Copyright)
- Producción cinematográfica narrativa (Elaboración y revisión de guiones)
- Producción audiovisual comercial (Producciones para anuncios comerciales)
- Fotografía
- Fotografía cinematográfica (Implementación de conocimientos de composición fotográfica en proyectos audiovisuales )
- Graffiti
- Diseño y desarrollo de videojuegos
- Programación web

- Arquitectura
- Diseño gráfico
- Diseño web
- Compositores musicales
- Producción musical
- Sonido para film
- Ingeniería de sonido para producciones audiovisuales
- Edición de post-producciones
- Contabilidad para servicios creativos

## Objetivos del proyecto:

- Promover la comunicación entre los agentes y actores seleccionados.
- Promover la innovación y exploración de fronteras creativas a través de la colaboración comercial y artística.
- La estandarización de estructuras de precios dentro de la organización para evitar desfases competitivos.
- Lograr representatividad de una industria creativa organizada y única alrededor de una marca, símbolo o emblema.
- Ganar poder de negociación frente a la demanda corporativa.
- Ganar poder de negociación frente a la oferta de insumos externos.
- De manera conjunta, espontánea y colaborativa lograr alianzas estratégicas y exigentes entre los agentes seleccionados para la creación de un network que aglomere todas las aristas posibles o necesarias.
- Promover la colaboración y sinergia entre agentes y sus respectivas disciplinas.
- Promover la especialización de servicios.
- Lograr una ventaja competitiva con respecto a otros competidores no seleccionados, nacionales o extranjeros.
- Estandarizar la profesionalización (empresarial) de las plataformas operativas de cada agente y actor seleccionado.
- Optar por beneficios seguros de salud, laborales, fiscales, legales a raíz de éste proceso.



- Optar por beneficios como instrucción empresarial, consultorías, asesorías de management.
- Ofrecer mejores servicios y productos creativos a un mejor precio de una manera consolidada a una demanda que busca alternativas a los establecimientos creativos tradicionales.
- Optar por contratos y proyectos de mayor volumen o tamaño.
- La valorización de los servicios y productos creativos a precios que garanticen un modelo de vida satisfactoria para los agentes creativos.
- Forjar independencia económica entre miembros asociados.
- Promover la creación de empleos creativos responsables para otros miembros periferales al cluster.
- Una organización que marque los estándares en el resto de la industria regional en cuanto a calidad de servicios, innovación de productos, visión creativa, modelo de organización eficiente y generadora de industria cultural.
- Posicionar la marca del cluster como la representante de los líderes de sus respectivos medios.





### 1. Fortalezas

- a. Agrupación de talento exclusivo y singular
- b. Plataforma de comercialización orientada a la industria creativa
- c. Disciplinas altamente especializadas
- d. Alto nivel de comunicación interna
- e. Amplia red de contactos comerciales
- f. Cluster modelo aplicado a estrategias competitivas

### 2. Oportunidades

- a. Clientes en busca de mejores y mas creativas alternativas en el mercado.
- b. Mano de obra barata debido a la competitividad
- c. Posibilidad de mercado a nivel regional
- d. Jóvenes profesionales en busca de alternativas de comercialización en la industria creativa emergente
- e. Crecimiento del mercado: agencias, la tecnología, las redes sociales
- f. Participación de nuevas industrias creativas nuevas al mercado

### 3. Debilidad

- a. La falta de profesionalización entre los colaboradores
- b. Capital de trabajo limitado para la expansión o el poder adquisitivo
- c. Colaboradores muy dispersos
- d. Capital proveniente de inversionistas
- e. Falta de conocimiento del modelo de competencia clúster

### 4. Amenazas

- a. Competencia: anuncios o agencias creativas
- b. Ignorancia del cliente acerca de la administración cluster
- c. Sin el reconocimiento de marca
- d. Falta de regulación gubernamental
- e. Conocimientos y habilidades conjunto limitado por parte de fuerza de trabajo freelance
- f. Competencia desleal en base de precios



Revisar página No. 28 para conocer acerca de un Creative Cluster.

## Estructura Administrativa

### **DIRECTIVA**

Encargada legal de estrategia, expansión y representación del proyecto como S.A ante los accionistas.

### **Administración General y Ventas**

Administración de operaciones, procesos, coordinación entre miembros, recursos humanos y finanzas. Así como el manejo diario para el cumplimiento de los objetivos de la organización.

### **Diseño y Relaciones Públicas**

Diseño de toda la imagen, generación de contenido web, comunicación, publicidad y canales de Medios.

### **Webmaster y Programación - (Outsourcing)**

Manutención de página web, redes y servicios digitales.

### **Asuntos Legales - (Outsourcing)**

### **Auditoría y Contabilidad - (Outsourcing)**

## Estrategia de ventas, Características

1. La primera característica de operación estratégica de comercialización será la consolidación de la red de clientes. Todos los miembros se les recomienda una lista de contactos para ofertas diversificadas de cotizaciones, fomentando así la colaboración entre creativos para proyectos distintivos para citar.
2. Una vez que el grupo se consolidó abre sus fronteras a los clientes más grandes y con mayor capacidad para los proyectos más grandes o más rentables, etapa en la que una persona de ventas o representante puede visitar al futuro cliente.
3. Una vez acreditado el número interno para solicitudes de presupuesto es gestionado por la administración central y todos los miembros.

### Porcentajes de ganancia, dependiendo del tipo de miembro

En el momento de ingresar un nuevo miembro al proyecto, se le asigna un rango dependiendo del tipo de facturación que desea, así de este modo se obtendrá una porción de la ganancia neta sobre proyecto realizado;

- Miembros Júnior 10%
- Miembros Sénior 8%
- Miembros Directivos 5%





## Beneficios de convertirse en miembro /beneficios como usuario:

- Todos los accesos y recursos de la plataforma.
- Acceso a la red del cliente y las oportunidades de empleo .
- Formar parte de la primera red creativa en el país, adicional a formar parte de un proyecto innovador.
- Remuneración económica de una forma justa en base a la experiencia, estudios y calidad del trabajo.
- Formar parte de una red de trabajo. Ejemplo; incluir a diversos profesionales en proyectos personales para mejorar la calidad del proyecto a entregar.
- Promoción del proyecto “Antología”, por medio de marcas personales.
- Beneficios de seguros (médico, dental, vehículos, vida).
- El acceso o descuento a charlas, conferencias, cursos, y aliados estratégicos propios del proyecto.



La realización de este proyecto es de gran importancia para la economía del país, ya que se estará impulsando una industria que hasta entonces a estado abandonada y los profesionales pertenecientes a ésta, han estado laborando de manera independiente y sin un logro o mayor crecimiento económico así como el reconocimiento económico por sus mismas especialidades. Contribuirá a la realización de proyectos visuales innovadores, elevando la calidad de comunicación gráfica realizada en el país.

## Análisis de Antecedentes gráficos

Actualmente esta será la primera Red Creativa que existe en el país, por lo tanto no existen antecedentes gráficos para analizar, por lo que se analizarán casos análogos.

### Análisis de antecedentes gráficos de casos Análogos

Se realiza el análisis de las siguientes plataformas similares realizadas en otros países.

#### Beirut Creative Cluster

##### Beirut Creative Cluster

HOME ABOUT US MEMBERS INSTITUTIONAL PARTNERS JOBS PRESS/BLOGS MEDIA GALLERY DOWNLOADS  
CONTACT US



The objective of the Beirut Creative Cluster association is to promote Lebanese media services to the regional and international markets. It participates in the development of training facilities in all the media industries. It promotes research and development and supports business development and job creation in the sector. It encourages, particularly in connection with cultural stakeholders, dissemination of culture with the wider public.

Imagen 1. Captura de pantalla Beirut Creative Cluster/ [www.beirutcreativecluster.org](http://www.beirutcreativecluster.org)

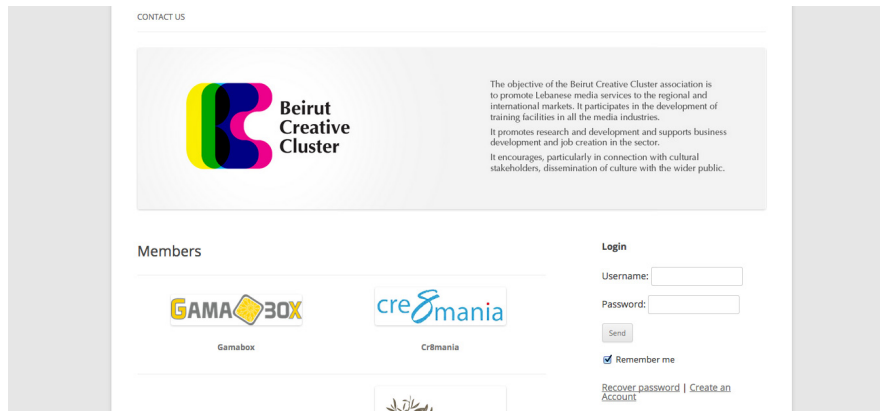


Imagen 2. Captura de pantalla Beirut Creative Cluster / www.beirutcreativecluster.org

Beirut Creative Cluster, es un proyecto respaldado y fundado por la unión europea, el cual provee el servicio de contacto, diseño y soluciones de mercadeo para distribuidores digitales y productores de medios.

Esta red cuenta con la aplicación de logotipo, el cual logra su identificación visual, a pesar que este no cuenta con las características de un buen logotipo. Es por lo mismo que en la página no se aplica una línea gráfica definida, aplicando colores básicos y opacos, los cuales no contribuyen a comunicar de una manera visual acerca del tipo de plataforma que se está utilizando. Existe aplicación de tipografías funcionales ya que se logra comprender cada uno de los textos, pero el modo en que se utiliza la jerarquía visual resulta básica y convencional. No se implementa ningún elemento gráfico de apoyo, que contribuya con la comunicación en dicha plataforma.

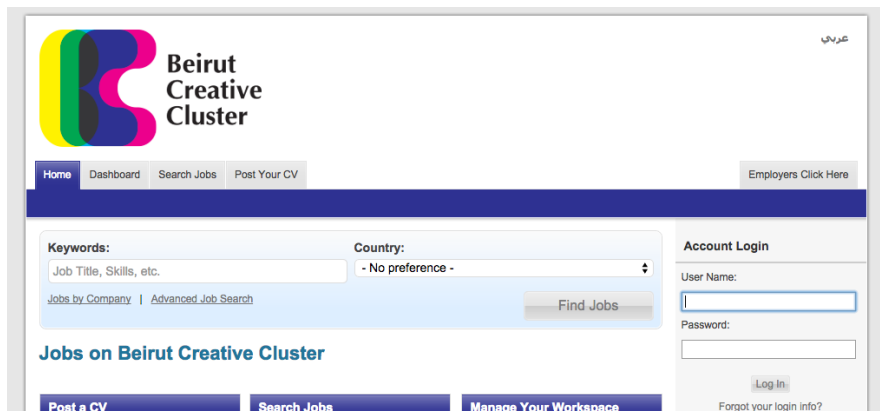


Imagen 3. Captura de pantalla Beirut Creative Cluster/ www.beirutcreativecluster.org

Las animación y transiciones utilizadas son bastante invariables y en ciertos casos escasas, sin aportar un valor a la experiencia del usuario, por lo tanto es una página interactivamente deficiente. Observar imágenes 1,2 y 3.

Puede consultar en: <http://www.beirutcreativecluster.org>. Fecha de consulta 04.08.2014

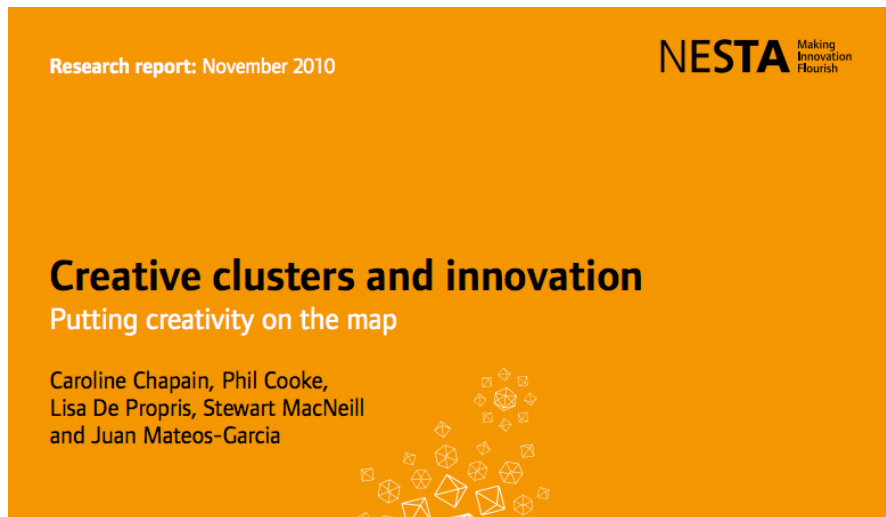


Imagen 4 Captura de pantalla NESTA / www.nesta.org.uk

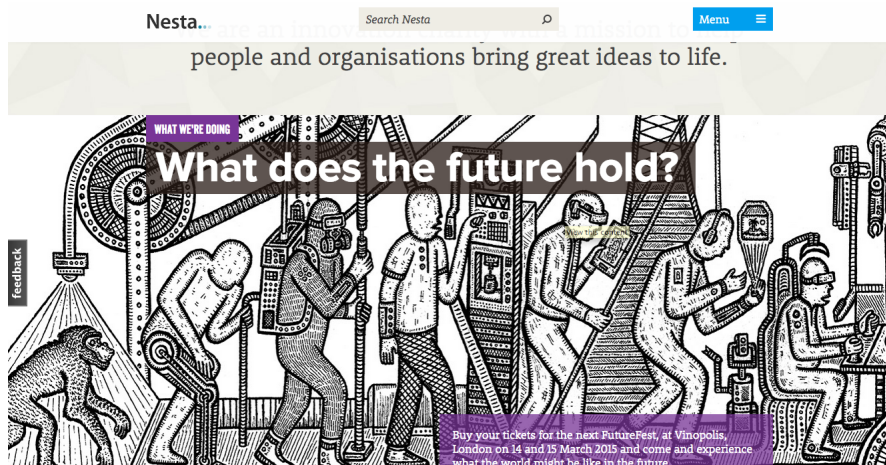


Imagen 5 Captura de pantalla NESTA / www.nesta.org.uk

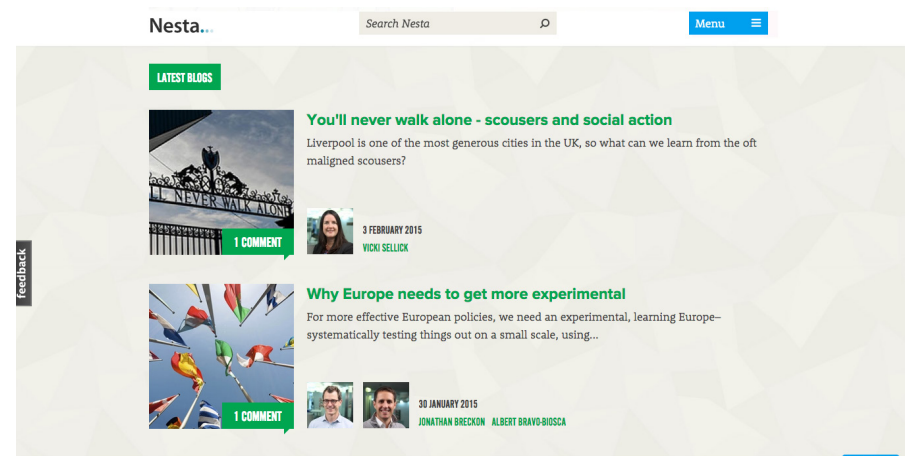


Imagen 6. Captura de pantalla NESTA / www.nesta.org.uk

NESTA es uno de los proyectos mas innovadores en el Reino Unido, apoyado por el gobierno, presenta un apoyo a las pequeñas economías creativas emergentes. Proveyendo una poderosa fuente de recursos locales hacia esta industria.

Esta es una plataforma con un desarrollo gráfico, bastante innovador, a pesar que proviene de una cultura europea, no se llega a evidenciar al 100% en su estilo, pero cada uno de los elementos de diseño, constituyen una composición funcional. Se presenta con una diagramación basada en ejes rectos y modulares, los cuales aportan a los usuarios legibilidad y orden visual para comprender los contenidos.

Se utilizan los proyectos de ilustración como parte de la misma composición aportando un valor gráfico extra al sitio, compartiendo con futuros usuarios los trabajos realizados por los miembros. Utilizan una paleta de colores vivos

y contrastantes con una estética que transmite innovación y creatividad. Se utilizan tonalidades grises como fondos de las imágenes o textos, para no caer en el convencionalismo utilizando el color blanco. Se aplica una jerarquía visual para botones, sección, titulares y textos, de esta forma se logra distinguir el valor y la funcionalidad de los mismos. Presentan un menú bastante innovador para este tipo de plataformas en donde el usuario puede llevar a cabo una navegación funcional.

Esta página definitivamente refleja en su totalidad el tipo de proyectos, llegando a utilizar como referencia gráfica. Observar imágenes 4,5 y 6.

Puede consultar en:  
[http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative\\_clusters\\_and\\_innovation.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative_clusters_and_innovation.pdf). Fecha de consulta 04.08.2014

## El Crew Mexico

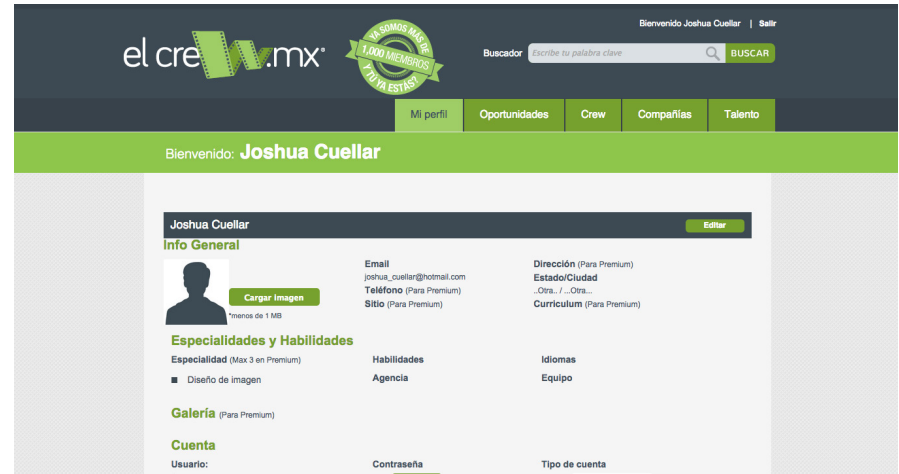


Imagen 7. Captura de pantalla El crew Mexico / elcrew.mx



Imagen 8. Captura de pantalla El crew Mexico / elcrew.mx



Imagen 9. Captura de pantalla El crew Mexico / elcrew.mx

información del usuario, campos de texto, sub-menús, etc. Otro punto a resaltar es que no aplican animaciones, reflejando monotonía y seriedad al usuario a demás de disminuir el interés de navegación por parte de éste.

El tipo de lenguaje utilizado no contribuye con esta web , ya que está implementado de una manera muy informal, a pesar que esta página está dirigida a profesionales en un área laboral de mucho peso en México. Observar imágenes 7,8,9.

Puede consultar en: <http://elcrew.mx>. Fecha de consulta 16.01.2015

Esta plataforma utiliza una línea gráfica bastante adecuada al grupo objetivo, aplicando ilustraciones vectoriales para comunicar de manera introductoria acerca de qué consiste.

No se cuenta con un logotipo o signo identificador sólido y elaborado de la forma correcta para reconocer el proyecto, provocando que el mismo pueda presentar una línea gráfica bastante débil y no lograr el posicionamiento en el grupo objetivo.

Utilizan una gama de colores definida , siendo colores naturales que reflejan vida, naturaleza, creatividad, contrastando con colores fríos y solidos, logrando un contraste visual. Utilizan la iconografía en las secciones principales para ubicar al usuario acerca de las funciones y áreas que intervienen en esta página.

Debido a la carencia del logotipo, los elementos visuales de apoyo son débiles y no se aplican a ciertas áreas como; los campos de búsqueda, base de datos,



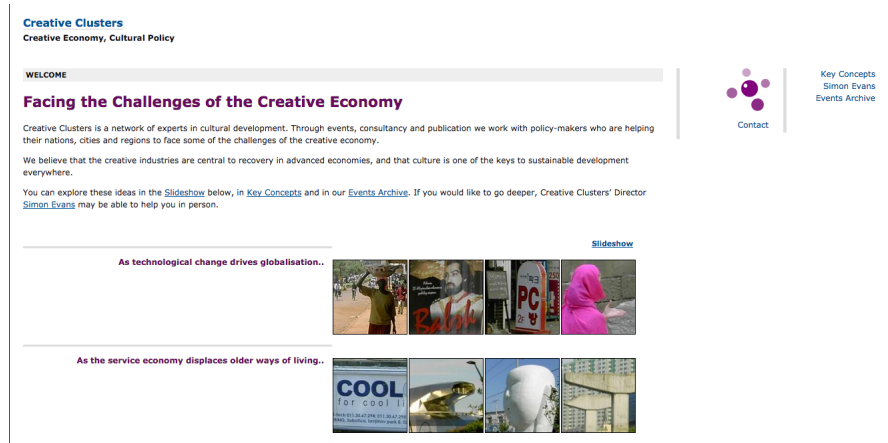


Imagen 10. Captura de pantalla Creative Cluster / creativeclusters.com

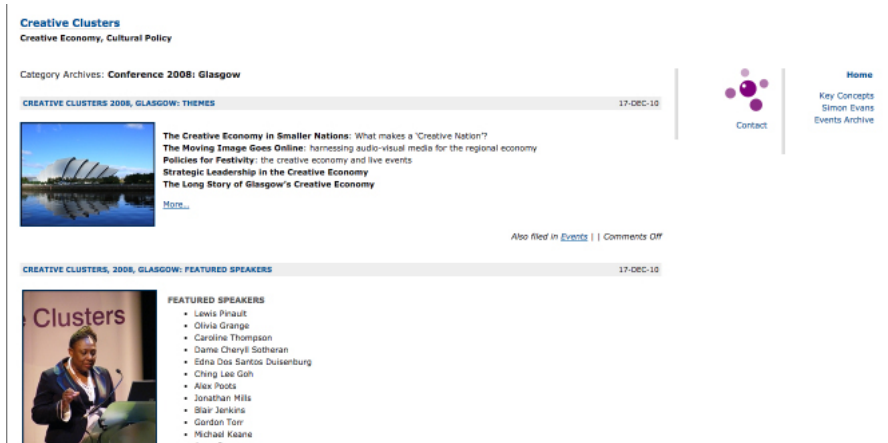


Imagen 12. Captura de pantalla Creative Cluster / creativeclusters.com

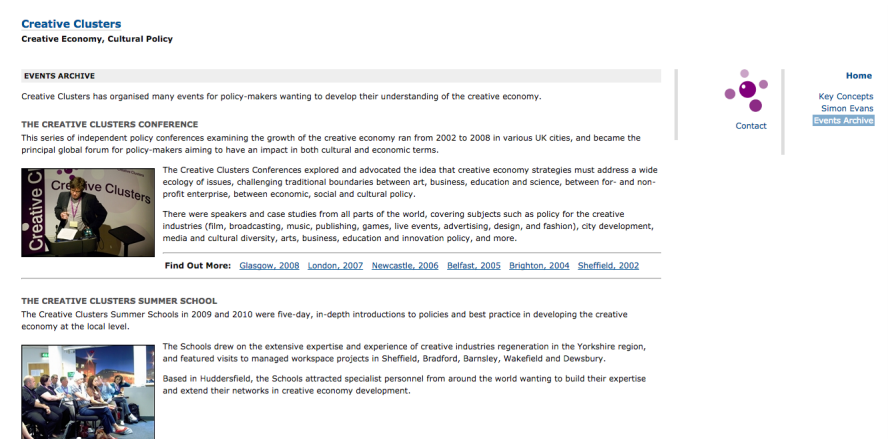


Imagen 11. Captura de pantalla Creative Cluster / creativeclusters.com

Esta página cuenta con un logotipo que contribuye a identificar de una manera visual el proyecto, sin embargo los elementos gráficos que se aplican en ésta son escasos, careciendo de retícula o ejes que contribuyan a una composición fluida y ordenada la cual podría guiar al usuario en la legibilidad, logrando una deficiencia en la comunicación. El usuario no puede navegar de una forma funcional ya que las secciones se encuentran mal identificadas.

En resumen se puede mencionar que es una página poco productiva, la cual carece de elementos que crean una línea gráfica que respalde de una manera visual el proyecto. Esta página es seleccionada debido a la importancia que ésta posee en su país.

Puede consultar en: <http://creativeclusters.com>. Fecha de consulta 04.08.2014





## 1. Cultura

Para la RAE (2009), este término puede poseer varios significados interrelacionados, empleando dos conceptos principalmente;

- Excelencia en el gusto por las bellas artes y las humanidades, también conocida como alta cultura.
- Los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de todo tipo.

Así mismo esta última definición también puede hacer referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. En general la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, prácticas, maneras de interactuar con otros individuos, rituales, tipos de vestimenta y normas de comportamiento social, son aspectos incluidos en la cultura.

Para Schwanitz (2002), la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre descubre valores y busca nuevas significaciones

## 2. Cultura y desarrollo

### ¿Qué es desarrollo?

Para Cajas (2011), desarrollar se refiere a hacer que algo crezca en tamaño o importancia. Asimilando como “crecer en un organismo hasta convertirse en adulto” o bien “progresar o crecer en una comunidad humana.

Dichos conceptos son aplicables tanto al sistema económico como a cualquier otro sistema, organismo, estructura, etc. De hecho son definiciones dadas por la Real Academia Española donde se observan dos fenómenos claves en la problemática del análisis de crecimiento y desarrollo económico, basándose en la idea de crear una definición.

- El ‘crecer’ es asociado con una categoría cuantitativa.
- El ‘desarrollar’ no se encuentra claramente separado de la categoría cuantitativa relacionada con el ‘crecer’. De hecho se podría entender que desarrollar significa hacer crecer algo. Así mismo el ‘desarrollar’ es asociado a un cambio cualitativo.

Según Cajas (2011) la evolución acelerada y compleja del mundo en los últimos decenios, impide seguir concibiendo al desarrollo como un camino único, uniforme y lineal. Supondría eliminar inevitablemente la diversidad cultural.



Sería un atentado contra las especificaciones de los pueblos, maduras en siglos y milenios de construcción y evolución de sus sistemas, limitando gravemente la capacidad creativa de la humanidad con su valioso pasado y su aptitud para ir edificando el futuro.

Existe alrededor del mundo una vigorosa diversificación, basada en el reconocimiento de las civilizaciones y los mosaicos de culturas lineales, ha dado pasos decisivos en la reflexión sobre el desarrollo. La exigencia de mayor bienestar humano es imperiosa pero, a menudo, los caminos emprendidos para lograrlo se han saldado en estereotipados fracasos por no tener en cuenta los factores culturales que forman el entramado de la vida de la comunidad. Dichos factores que han llevado a comprobar el progreso material y los altos niveles de consumo no deben confundirse con el verdadero desarrollo o la calidad de vida, cuestionándonos ¿Cuántos países altamente industrializados, viven la desilusión en medio de la opulencia material?

Arón (2002) menciona que es evidente que para la verdad sobre un desarrollo sostenible, había que trascender los conceptos puramente económicos. Se amplía así la idea misma del desarrollo al comprender que la economía por sí sola no podía servir de fundamento para un programa en pro de la dignidad y el bienestar de los seres humanos.

La cultura constituye una dimensión fundamental del proceso de desarrollo y contribuye a fortalecer la independencia, soberanía e identidad de las naciones. Es importante humanizar el desarrollo, ya que su fin principal es la persona en su dignidad individual y en la responsabilidad social. Solamente se puede asegurar un desarrollo equilibrado mediante la integración de los factores culturales en las estrategias para alcanzarlo, en consecuencia, dichas estrategias deberían siempre tomar en cuenta la dimensión histórica, social y cultural de cada sociedad.

En el texto de Arón (2002) se refiere que en la conferencia Mundial sobre las políticas culturales [ MONDIACULT ], convocada por la UNESCO, celebrado hace diecisiete años en México. Se plantearon los objetivos para cumplir en el decenio de 1988 a 1997, los cuales son los siguientes:

- Reconocer la dimensión cultural del desarrollo
- Afirmar y consolidar las identidades culturales
- Ampliar la participación en la vida cultural
- Promover la cooperación cultural internacional

El desarrollo es un fenómeno con fuertes repercusiones intelectuales y morales para individuos y comunidades. Cualquier intento destinado a comprender las cuestiones que el desarrollo y la modernización plantean se debe concentrar en los valores culturales, analizados con consistencia desde la realidad local y valiéndose de la lente que ofrecen las ciencias sociales. En un sentido más amplio, la cultura ( valores, símbolos, rituales, e instituciones de una sociedad ) incide sobre las decisiones y los resultados económicos.

Estas actividades económicas, a su vez, pueden debilitar o reforzar diversos aspectos de una cultura, el desarrollo económico combinado con una cultura desvirtuada y atrofiada no es desarrollo, es decadencia. En la diversidad de las culturas existe una unidad subyacente, definida con parámetros éticos que indican las normas mínimas, los cuales funcionan denominadores comunes que debe observar toda comunidad.

Para Arón (2002) el modo más duradero de asumir la diversidad es crear un sentimiento de nación con comunidad cívica y laica, arraigada a valores que pueden ser compartidos por todos los componentes culturales, étnicos, religiosos de la sociedad.

Las culturas no se encuentran aisladas ni estáticas, al contrario interactúan y evolucionan; es preciso favorecer a todos los medios, en especial el de información, para lograr un proceso de enriquecimiento. La rapidez impuesta a los intercambios por medios modernos de comunicación plantea nuevos y



cardinales desafíos para no correr, desafortunadamente hacia un futuro cuya perspectiva no es clara, justo a causa de no saber aprender del pasado. Uno de los retos en el presente es saber valorar el patrimonio cultural.

Arón (2002 ) expresa que es necesario entender que las culturas no pueden sobrevivir si se empobrece o destruye el entorno del que dependen. Es el mundo vertiginoso, el problema capital de los individuos y las comunidades consiste en promover el cambio en condiciones de equidad.

La cultura esta en el fundamento de los procesos de desarrollo, y es el fin último al que estos aspiran. La convicción de que la cultura está en la base del desarrollo , permitir concluir que la noción misma de política cultural debe ser revisada. Los políticos y representantes sociales deben inspirarse y sensibilizar acerca del substrato cultural que precede y así impulsar los planes de gobierno



La globalización es la expansión del comercio internacional, del otorgamiento y recepción de empréstitos, y de la inversión.

### 3.Desarrollo Económico

#### ¿Qué es economía?

Para Parkin (2002), la economía es la ciencia social que estudia las elecciones que hacen los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades todas, para enfrentar la escasez y los incentivos en cuanto fluyen esas elecciones y las concilian. Esta ciencia consta de dos partes;

Según Samuelson (1999) el desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

Como lo menciona Cajas (2011) es el crecimiento en términos económicos, los cuales están ligados con una variable cuantitativa que es el PIB (Producto interno bruto ) por lo que al crecimiento económico se le puede definir como el aumento sostenido del producto de un país o región.

La temática del desarrollo económico encierra un serie de problemas desde el momento mismo en que se busca definir el mismo concepto. Existe una estrecha vinculación con el crecimiento económico lo cual ha vuelto muy importante la necesidad de diferenciar a ambas categorías y comprender las relaciones existentes entre estas.

Así mismo se menciona que el crecimiento económico es el aumento en tamaño de alguna magnitud asociada a los procesos de producción, circulación, y/o de consumo de bienes materiales y se diferencia del desarrollo económico ya que este consiste en hacer crecer a dicha magnitud y convertir o transformar cualitativamente los procesos de producción, circulación y/o consumo.



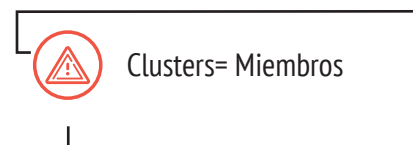
## 4. Desarrollo de industrias culturales

Como lo menciona Rodríguez (2001) existe la tendencia global en donde las industrias han pasado a ser los actores predominantes en la comunicación social y en la constitución de la esfera pública. Disciplinas como la literatura, las artes visuales y la música proporcionan los recursos culturales para las reflexiones para plasmar una identidad nacional. Pero la estructura del desarrollo cultural cambia a partir de los años cincuenta con el surgimiento de la televisión, la expansión masiva de la radio en los mismos años y luego el video y la informática desde mediados de los ochenta.

Un sector creciente de la producción cultural se realiza en forma industrializada, circulando en redes transnacionales de comunicación y es recibida por consumidores masivos que aprenden a ser públicos de mensajes no propios de una región. Son las generaciones jóvenes las que guían sus prácticas culturales de acuerdo con la información y estilos homogenizados, captables por los receptores de diversas sociedades con independencia de sus concepciones políticas, religiosas o nacionales.

Los consumidores de diferentes clases sociales son capaces de leer citas de un catálogo imaginario que la televisión y la publicidad agrupan: los ídolos del cine, de la música pop, héroes deportivos así como los políticos de varios países, componen un repertorio de signos en constante disponibilidad. En un periodo de globalización, en cambio, se produce una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, generadas por un sistema con muchos centros, en el que son más decisivas la velocidad para recorrer el mundo y las estrategias para seducir a los grupos objetivos.

Para Rodríguez (2001) en el momento de cuestionar qué cine y qué televisión se desea, es delimitado qué clase de espacio audiovisual y de integración, como con qué otras regiones se le otorga una mayor prioridad a la relación; momento en el cual se define que las industrias culturales son un instrumento clave para fomentar el conocimiento recíproco y masivo. La renovación de la legislación, la profesionalización de la gestión cultural y la participación de creadores y receptores en estas decisiones deben ser partes prioritarias de las políticas culturales. Esta participación social, a través de organizaciones de artistas y consumidores culturales, y con el apoyo de esa figura aún escasa, puede lograr que las diferencias culturales sean reconocidas, que una los sectores históricamente menos equipados para intervenir en la industrialización de la cultura como en los países más desarrollados.



---

## A. ¿Qué es un Creative Cluster o Industria Creativa?

En su traducción al castellano, Cluster: industria y Creative: Creativa osea Industria Creativa; es un término nacido en los 90's como herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria incorporar nuevos eslabones en su cadena productiva, los factores que determinan el uso de nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración. Dichas ideas provienen de trabajo pionero de Michael Porter y colaboradores, quienes analizan la adquisición por parte de concentraciones territoriales de empresas como ventajas coparativas en ciertos sectores del comercio manufacturero a nivel mundial.

Entonces siguiendo el concepto anterior, Porter (1990) define un cluster como concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular para la competencia, observando en el mundo gran variedad de Clusters en industrias automotrices, tecnológicas, de información, turismo, servicios de negociación, minería, entre otros.

Kummerfeldt (2014)<sup>2</sup> menciona a un "Creative Cluster" o Industria Creativa como el espacio donde las áreas a intervenir responden a ejes de comunicación, artístico y culturales. Este tipo de iniciativas buscan promover cada una de las áreas que integran la industria por medio de proyectos que coaccionan entre si integrando a cada uno de los miembros y presentando un beneficio económico a estos. De esta forma lograr crecer y respaldar cada uno de los componentes que vienen implícitos al momento de realizar este tipo de proyectos.

Según Arón (2002) este tipo de cluster responde al tipo de "cadena de valor", siendo el mas común de los clusters, donde estas cadenas son grupos de negocios que compran y venden sus servicios entre ellos. La proximidad física de los proveedores y los compradores permite reducir los costos y una mejor adecuación de la oferta y la demanda. Así mismo podemos mencionar las actividades primarias y secundarias en las cadenas de valor, lo que llegaría a generar un margen de utilidad en la empresa.

Estas cadenas tienen por objetivo agregar valor al producto o servicio que brinda al cliente; lo cual igualmente contribuye a la competitividad de las empresas que participan en éste.

Porter (1990) afirma que los clusters tienen el potencial de afectar la competencia de distintas maneras:

- Aumento de productividad por parte de los integrantes de esta cadena.
  - Impulsar la innovación en el campo o bien en las distintas áreas que integran esta industria.
  - Estimular nuevas empresas, iniciativas y proyectos.
  - Reducción del comportamiento oportunista.
-

CONTENIDO

TEÓRICO DE

DISEÑO



## / 1. Imagen visual /

Para Foges (1999), el cambio de siglo y la divulgación de la publicidad y del packaging trajeron consigo el convencimiento de que la imagen de una empresa no es otra que la de los documentos que esta hace públicos. Es de este modo, que se otorga mayor consideración al diseño de membretes, al mismo tiempo que se comienza a configurarse en la papelería de una empresa, las líneas directrices de la identidad corporativa: esto es, la utilización de una serie de fuentes, de una selección de colores e imágenes y de un logotipo.

El membrete es un artículo de diseño portador de información, cuyos componentes desempeñan un papel significativamente activo y adecuado al contenido al resto de un documento. Estos no deben ser considerados como elementos meramente decorativos.

Entonces se resume que una Identidad visual es una imagen coherente y persuasiva, que habría de servir como expresión de personalidad, de carácter exclusivo de cada empresa. Básicamente, la identidad visual se abre a partir del diseño de una marca o logotipo, por los que se habrá de reconocerse la empresa y productos. Después se incorpora, de forma controlada, esta marca a todas las comunicaciones de la empresa: folletos y anuncios publicitarios, packaging y por supuesto, material impreso.

Foges (1999) menciona que una empresa se dirige a distintas audiencias y distintas son las cosas que hay que contarle, a veces de forma individual, y otras de forma colectiva. Para la comunicación colectiva, las empresas suelen diseñar un folleto publicitario. Para las comunicaciones individuales, se recurre a la “famosa trilogía” de papelería de empresa; hoja membretada, sobre membretado y tarjeta de presentación. Así mismo las empresas deben de disponer de otras herramientas o materiales de comunicación de empresa, diseñadas en relación con el membrete.

La manera en que ha de utilizarse el conjunto de herramientas comunicativas de una empresa viene dictada por un -Manual de Identidad Visual- el cual debe ser confeccionado por un diseñador y cuenta con una serie de líneas directrices cuya observación garantiza que cada elemento cumpla la función que tiene encomendada.

Estos lineamientos pueden llegar a guiar al usuario el lugar de la página donde se debe colocar la dirección del destinatario, así como la medida preceptiva de los márgenes superiores, izquierdo y derecho. En ciertos casos se puede incluir recomendaciones en lo tocante al estilo, por ejemplo; si los numerales han de escribirse con números o con letras, o como escribir fechas y porcentajes o

incluso en donde se debe de firmar las cartas. Existen niveles de detalle que guían al usuario “Cuando haya espacio, dejar seis espacios para la firma y escribir a continuación el nombre del remitente con su cargo en la línea inferior. Repetir aquí el cargo no es necesario en caso de que este ya aparezca al principio del documento. Nombre y cargo pueden omitirse cuando la carta sea informal”.

## A. Forma y función

Según Foges(1999), este tipo de lineamientos en tanto que es una herramienta de comunicación para una empresa o para un individuo, debe de cumplir con tres funciones básicas;

- En primer lugar la transmisión de un mensaje, punto indispensable en la comunicación visual.
- Luego, debe de ser el vehículo de información, escueta pero funcional, referente tanto a la empresa como a toda la carga de información que contiene la carta.
- Y por último, se debe dar algún tipo de información acerca de la empresa o remitente, información como dirección, correos electrónicos, teléfonos, etc. Además, puede darse el que una empresa desee describir su negocio, aunque sea solo para hacer constar su rol comercial o una descripción mas sutil, menos

literal del tipo de actividad de la empresa. Muchas veces aplicada esta con una ilustración o abstracción de algún elemento visual característico.

## B. Normativas

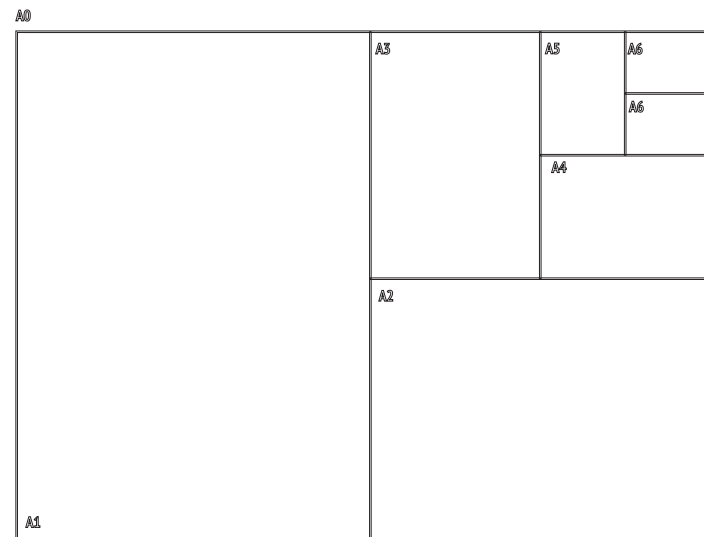
Ninguna ley impone un tamaño o una forma determinada, pero una serie de precedentes y normas internacionales se imponen al respecto.

### Hojas membretadas //

Para Foges(1999) esta pieza sirve como soporte para la comunicación tanto interna como externa de la empresa. Debe contar con datos esenciales como; teléfonos, direcciones de correo electrónico y paginas web. Existen ciertos elementos que todas las hojas membretadas comparten, la tarea del diseñador consiste en saber combinar unos y otros en beneficio y necesidad del cliente. La carta japonesa mide normalmente veintiuno por veintiséis centímetros; la americana, ocho pulgadas y media por once; los europeos observan lo que



A los creadores del sistema DIN se les considera arquitectos gráficos, gracias en parte a la precisión matemática de su brillante trabajo.

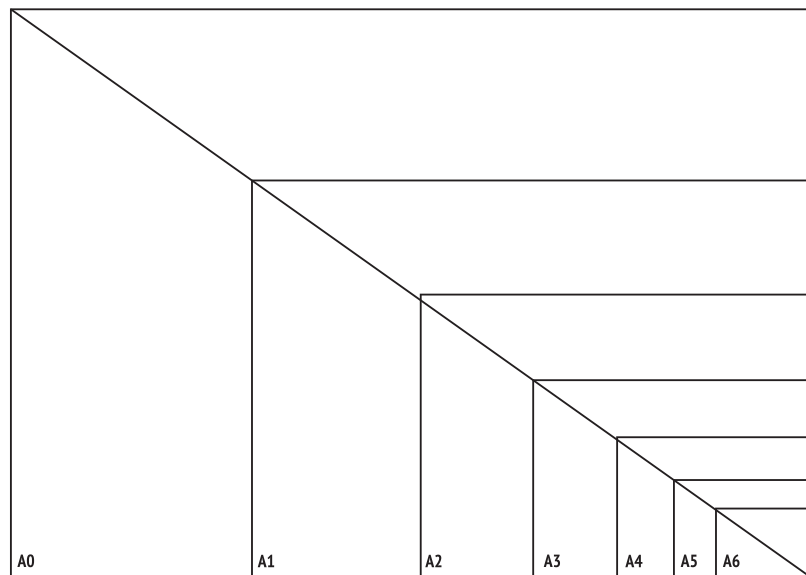


Estandarización del sistema DIN, imagen obtenida de Papelería e Identidad Corporativa

manda el sistema DIN ( Deutsche Industrie Normen), establecido en Alemania en los tempranos años veinte y adoptado posteriormente en Suiza, por la International Standards Organisation. La carta DIN A4, por ejemplo, mide 297 x 210 milímetros.

La proporción entre los tamaños de cualquier hoja membretada impresa, viene dada por la raíz cuadrada de dos, lo que significa que por mas veces que se doble la hoja, la proporción siempre será la misma.

Además que este tipo de piezas fueran fáciles de archivar y de recuperar, por lo que se recomienda que se coloque al lado derecho de la pagina aquella información que facilitara ambos procesos.



Estandarización del sistema DIN, imagen obtenida de Papelería e Identidad Corporativa

## Tarjetas comerciales- Tarjetas de presentación //

Foges(1999) indica que esta pieza funciona en la mayoría de casos como la “primera impresión” por parte del cliente, este tipo de materiales debe tener información básica de la marca como; nombre, logotipo, nombre y puesto del empleado que esta proporcionando la pieza, además de contar con datos básicos de comunicación como; teléfonos y dirección de correo electrónico, y en ciertos casos si la empresa lo requiere la dirección física de la misma. Estas poseen un tamaño estandarizado por el sistema DIN de A7 (9 cm x 5 cm)

## Sobre membretado //

Como lo indica Foges (1999) estas piezas son utilizadas para la protección de la papelería procedente de la empresa. Debe contar con datos esenciales como; nombre de la empresa, logotipo, remitente y hacia quién se encuentra dirigida, como aportar información de contacto como; teléfonos y direcciones de correo electrónico, y en ciertos casos si la empresa lo requiere la dirección física de la misma. Estos tamaños de los sobres vienen determinados por las series C (medidas estándares internacionales de correspondencia).

A pesar que los diseñadores gozan de cierta libertad para pasar por alto las normativas nacionales, deben pensárselo dos y más veces antes de hacerlo. Actualmente, el papel se produce en tamaños normalizados, y el desviarse de éstos implica buscar un tamaño de hoja hecho a medida. Del mismo modo, la mayoría de software y del hardware de las empresas, desde los procesadores del textos hasta la impresora personal, están programados para tratar con tamaños normalizados. También por eso, saltarse la norma va acarrear una perdida de tiempo y de dinero.





Pero depende de las demandas de cada cliente y de las circunstancias de cada momento en el que un diseñador tome en consideración todas estas sugerencias; aunque la influencia de los precedentes termina por imponerse, tal y como se demuestra en la piezas diseñadas e impresas en la actualidad.

Foges (1999) menciona que en tanto que los materiales impresos pertenecientes a la identidad corporativa, son portadores de información mas que herramientas publicitarias y su diseño debe obedecer primordialmente al criterio de la claridad.



A partir del correcto desarrollo de estas 3 piezas fundamentales para el diseñador será mas sencillo la implementación de una línea grafica definida en otras piezas que sean requeridas para la comunicación de la empresa.

---

# **/1. Logotipo /**

Como lo indica Murphy (1988), en el momento de diseñar un logo para un sitio o una empresa a menudo se presentan con inconvenientes que no facilitan el trabajo. Los usuarios generalmente no saben lo que quieren. Como profesional se debe comprender algunas posiciones antes de comenzar a trabajar. La conversación con el cliente es sumamente importante y es el verdadero requerimiento que debe cumplir el logo.

Si se empleará como imagen corporativa, también se deben tener en cuenta quienes representan la competencia directa. La mayoría de los emblemas institucionales son simples y planos. Esto responde a que en algún momento se hará una campaña de merchandising donde el cliente querrá poner su imagen en tasas, bolígrafos y playeras, entre otros.

Otro factor importante tiene que ver con la falta de referencia temporal. Utilizar una fuente muy moderna o antigua es específico para el rubro

al que pertenece el cliente. Esto responde a que inconscientemente las instituciones más serias sean representadas con fuentes sobrias y legibles. No es una cuestión de moda, simplemente que los bancos incluyen sus logotipos en mucha papelería, lo que es más sencillo y visualmente más atractivo con letras claras y espaciosas.

Según Murphy (1988) utilizar degradados de muchos colores también es a veces un arma de doble filo. ¿Que pasará cuando el logo sea requerido en tonos de grises? Puede ser un problema distinguir entre un amarillo muy claro y el blanco cuando se quita la saturación del color.

Respecto del formato, los vectores son las herramientas más utilizadas, ya que no se altera con el cambio de tamaño tan fácilmente como una imagen creada por bits, además de ser preferidas en las imprentas por su condición de color: pueden ser RGB o CYMK según las preferencias de los impresores. La mayoría de los programas de diseño vectorial como Illustrator permiten hacer estos cambios fácilmente.

## ¿Cómo crear el logotipo de una empresa?

Para Murphy (1988) un buen comienzo es proyectar la personalidad de la empresa al mundo exterior. Un buen logo funciona bien en todos los tamaños, positivo o negativo. Pero, por encima de todo, debería ser memorable y fácilmente memorizado.

En la creación de un logotipo el responsable de la empresa debe implicarse, desde el inicio al proceso de creación, aportando sus necesidades, inquietudes, gustos, estilos, objetivos, etc, y resumirlos en un completo briefing que exponga con detalle todo lo que debe representar el logotipo.

1º paso – Período de investigación: es importante conocer previamente el propio negocio de la entidad que solicita el trabajo, su mercado, la competencia, que tipo de clientes tiene, cómo quiere dirigirse a ellos, qué imagen quiere proyectar, etc.

2º paso – Conceptualizar una idea: crear una imagen para una entidad, producto o servicio es siempre un trabajo arduo porque cada creación representa un concepto diferente y personalizado.

3º paso – Bocetar: Murphy (1988) indica que se comienza a bocetar las ideas sobre las que el cliente ha aprobado una versión inicial. Es importante construir el diseño con una buena tipografía, o trabajar en una fuente adaptándola al concepto elegido. El lema o slogan se añade para experimentar su composición junto al logo.

4º paso – Color: finalmente se elige una paleta de colores y sobre ellas se hacen diferentes combinaciones entre ellos y contrastes, con la finalidad de que al aplicar el logotipo a los diferentes usos y versiones (en positivo, negativo, como sobre otros colores) así su imagen resulte siempre perfecta.

5º paso – Total branding: El último paso proporciona a la empresa el toque profesional necesario para darse a conocer, cuidando los detalles de forma homogénea y proporcionando las herramientas necesarias para el mantenimiento correcto de la imagen.

## A. 10 Características de los buenos logotipos

Documento proporcionado en el curso de diseño de imagen visual 2012

### 1. Asociación positiva

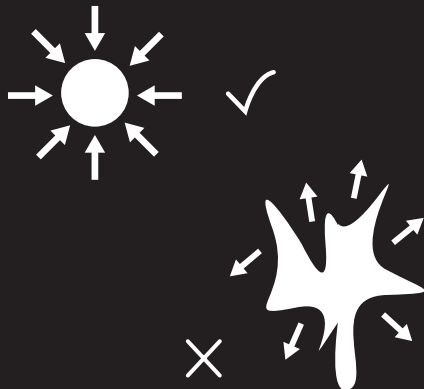
El logotipo debe de mostrar una imagen de una compañía o un producto en su mejor punto de vista o ángulo.

### 2. Fácil identificación

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

### 3. Gestalt cerrada

Se captura un todo integrado que dirige la vista al interior de la estructura, es a lo que se le conoce como "gestalt cerrada". En caso se perciba con diversas direcciones y no lleve el ojo al centro de éste, es percibido como la "gestalt abierta" generando dispersión y por lo tanto una percepción débil como; un círculo perfecto tiene la Gestalt ideal y sirve como un imán para el ojo.



### 4. Nivel de abstracción

Un logotipo debe atraer el apropiado nivel de lectura visual del grupo objetivo. Los logotipos abstractos son difíciles para promocionarlos y pueden llegar a crear confusión visual.

### 5. Reducción

Un logotipo debe ser elaborado para ser reducido a un mínimo de 1.5 cm. de diámetro sin que se pierda su efectividad visual. Incluso, si se puede llegar a reducir más, mejor. Se debe tener cuidado de que el logotipo no pierda partes al reducirse.

### 6. Un color

El logotipo idealmente debe ser diseñado para ser aplicado en una tinta, debido a cuestiones económicas en la impresión, y funcionalidad en aplicaciones digitales. El color se debe aplicar para denotar la marca, pero esa no depende del color para sus efectos visuales. Se debe ser cuidadoso con la tinta en el momento de impresión para no empastarse o saturar y deformar o desaparecer el logotipo.

### 7. Espacios negativos

Un claro entendimiento de figura fondo debe ser 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, como estrellas o corazones.

### 9. Fluido

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



### 8. Peso del logotipo

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



### 10. Dirección

La indicación de direcciones 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 el grupo objetivo.





**U**n neologismo puede definirse como una palabra nueva que aparece en una lengua, o la inclusión de un significado nuevo en una palabra ya existente o en una palabra procedente de otra lengua.



## / 2. En el momento de crear un LOGO se debe tener en cuenta que éste debe ser: /

Para Murphy (1988) en el momento de crear un logo se debe tener en cuenta que ésta debe ser:

### Simple

limpia, fácil de escribir. Algo complicado o profundo no es apropiado para la identidad de la marca.

### Práctica

va de la mano de la simplicidad. El logo debe ser apropiado para ser utilizado en todo tipo de medios: TV, impresos, uniformes, etc.

### Consistente

un buen proceso de creación de marcas debe ser reflejado en cada una de las piezas de comunicación hechas por la compañía, así como cada uno de los elementos en el diseño: logo, fotografía, paleta de colores usada, etc. Nunca verá un color rosa o naranja en una Coca-Cola, un tipo de letra diferente en McDonald's, etc.

### Único

no tiene caso tener una imagen excelente o un nombre sobresaliente si se ve muy similar al de alguien más, especialmente si la otra marca tiene más presupuesto invertido en publicidad.

### Memorable

si se aplican los puntos anteriores, probablemente la marca será memorable. La coloración es un elemento importante, por lo general el elemento más fácil de recordar de un logo es el color. Otro tipo de símbolos o códigos pueden ayudar a recordar una marcas por ejemplo, McDonald's utiliza la combinación rojo/ amarillo, la "M" en forma de arcos, la figura de Ronald, etc.

### Un reflejo

debe reflejar los valores y objetivos de la empresa. Si la compañía representa calidad, entonces los colores, estilo y fotografía deben reflejar esto también. Si la compañía representa Caridad, pues el logo no es tan complicado, ya que muchos logos que representan esto tienen algún elemento del ser humano.

¿Cuáles son los valores de la marca? ¿Sería usted capaz de adivinarlos al ver los elementos visuales? Una marca creada correctamente, que respetó las normas que se necesitan para lograr un resultado eficaz, no solo refleja los valores, los promueve.

### Adaptable

debe adaptarse al mercado meta. No muy moderno para consumidores conservadores, no muy conservador para mercados modernos.

### Sustentable

contemporáneo, pero algo clásico. Una gran cantidad de marcas actualiza sus logotipos cada 20 años. Es por esto que es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto en poco tiempo.



Una identidad corporativa bien realizada no es un simple logotipo. Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería, páginas web, etc. La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público; de esta identidad dependerá la imagen que la gente forme de dicha organización.



## / 2.1 Formas que adopta una marca /

Para Estrada (2005) se percibe como como los signos materiales que emplean las compañías para diferenciarse tanto de los demás productos como de las demás empresas, lo que hace difícil entender para la sociedad en general que una marca sea un grafismo de identificación, como por ejemplo de una asociación civil, de un hospital o de una dependencia gubernamental.

Como lo refieren Murphy y Rowe citados por Estrada (2005) “las marcas se han convertido en mucho más que simples recursos para distinguir productos: se han convertido en avales e indicadores de calidad, de valor, de fiabilidad y de origen.”

Baroni citado por Estrada (2005) sostiene que “la marca, es el elemento simbólico en el que se reconoce la actividad de un grupo, una sociedad comercial o industrial, un movimiento de ideas o político, - y - puede ser interpretado por diferentes conceptos.”

Entonces se define que las marcas son aquellos mensajes abreviados que permiten identificar productos, servicios, agrupaciones, personas y organizaciones. Conceptos diferenciadores, se suelen emplear entre los profesionales del diseño y la comunicación gráfica no sólo términos como marca o logotipo, sino también otros como:

## Marca

Para Estrada(2005) es un rasgo, huella o grafismo, que se asume como signo singular que distingue a una cosa de otra. Está asociada a la propiedad de un producto o a lo que el propietario hace, lo que abarca no sólo productos que cotidianamente consumimos, sino también los servicios y las organizaciones. La marca se formula para cumplir la función de representar, pudiendo adoptar diversas formas con base en signos icónicos (representación de imágenes provenientes de la realidad o por abstracción de la misma) y verbales (que utilizan signos).



Marca Verbal (Coca Cola)



Marca Iconico-verbal (AeroMexico)



Marca icónica (Mery Linch)

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Logotipo

Elemento verbal representado en forma escrita que asume una fisonomía singular y constante. El logotipo es la forma más común de representar una marca debido a su carácter fonético, pues a diferencia de las marcas icónicas, éste se puede leer. Costa citado por Estrada (2005) establece que para que una marca tenga el carácter de logotipo, debe poseer una unidad informativa escrita, semánticamente completa y suficiente por sí misma. Del logotipo derivan otras marcas también verbales, como son el monograma, el anagrama y la sigla, a las que Costa llama, “formas logotipadas”, agregando las iniciales y la firma.



Logotipo de Moulinex



Logotipo de Braun



Logotipo de Kenwood

Ejemplo de los logotipos, Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Símbolo

Vocablo que proviene del latín symbolum, el que a su vez deriva del griego simbolon. Corresponde a una representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con ésta por una convención socialmente aceptada. También se refiere a una representación gráfica mediante un elemento generalmente icónico que adquiere su carácter simbólico una vez que trae a la mente algo más allá del significado visual.

Su forma no solamente es figurativa, pues también puede ser abstracta, aunque si es apegado con rigor a la raíz etimológica de la palabra, un símbolo igualmente puede ser representado por elementos de tipo verbal, como un monograma o un anagrama. El símbolo obtiene su carácter no por la forma que adquieren los signos que usualmente son diseñados, sino por la función que estos asumen en el seno de la vida social.



Símbolos de las Olimpiadas



Festival Internacional Cervantino.



Mercedes Benz

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)





## Monograma

Según Estrada (2005) proviene del griego monos - monos, prefijo cuyo significado es único o uno sólo y del griego gamma, letra o escrito.

Se refiere a una cifra que como abreviatura se emplea en sellos y marcas. Corresponde a una variante del logotipo en la que son utilizadas una inicial o varias iniciales entrelazando los rasgos de unas letras con otras para formar un signo fundido en una sola unidad, lo que en ocasiones dificulta el orden de la lectura de las iniciales con las que está integrado.

Esta forma de marca era utilizada en la antigüedad y aún ahora para herrar al ganado, marcando así la identidad del propietario. Hoy en día, el monograma es utilizado como signo personal y como marca de empresas o grupos, siendo muy común su forma de aplicación como distintivo en productos duraderos.



Monograma de Teléfonos de México



Monograma de Paul Jean

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)



Monograma de Ocean Pacific

## Anagrama

Proveniente del latín anagramma, que a su vez deriva del griego anagrama - anagrama. Posee en términos lingüísticos dos sentidos, el primero que se refiere a la transposición de las letras de una palabra o sentencia, de la que resulta otra palabra o sentencia distinta, por ejemplo de amor - roma, o viceversa, y el segundo se refiere a un símbolo o emblema, especialmente el constituido por letras.

El anagrama en diseño, emplea letras o sílabas del nombre de la entidad que representa en forma "logotipada", utiliza contracciones que facilitan la denominación cuando ésta es demasiado extensa o difícil de aplicar gráficamente, por ejemplo PEMEX / Petróleos Mexicanos, Bancomex / Banco de Comercio Exterior, IGSS / Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.



Anagrama de Petróleos Mexicanos



Anagrama de Banco de Comercio Exterior



Anagrama de Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Sigla

Proviene del latín sigla que significa cifra o abreviatura. Es una palabra formada por el conjunto de letras iniciales de una expresión compleja.

La sigla a diferencia del anagrama no tiene articulación fonética, por lo que se tiene que leer letra por letra, por ejemplo: IBM-International Business Machine, BBV-Banco Bilbao Vizcaya, RTC- Radio, Televisión y Cinematografía. La sigla corresponde a otra variante logotipada de las marcas, que junto con las iniciales las denomina "iniciales representativas".



Siglas International Business Machines



Siglas Home Box Office

Siglas Northern Telecom

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Inicial

Estrada (2005) hace mención que proviene del latín “initialis”, que significa lo que pertenece o es relativo al origen o principio de las cosas.

En el caso de una marca verbal, se refiere a la primera letra de una palabra o nombre de una persona, entidad o empresa, la cual se utiliza a modo de síntesis para identificar rápidamente la unidad de que se trate. En su forma logotipada es considerada como la forma moderna del monograma, la cual suele generalmente estar acompañada del nombre de la identidad que representa.



Iniciales logotipadas de las marcas SEAT



Iniciales logotipadas de las marcas ZUZUKI



Iniciales logotipadas de la marca MOTOROLA

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Firma

Esta ofrece una característica propia que viene heredada desde su misma concepción, pues se refiere al nombre, apellido, título o distintivo que una persona escribe de propia mano para dar autenticidad a un determinado producto.

De hecho la firma era uno de los modos más comunes de marcar en la antigüedad, pues por ejemplo los alfareros mesopotámicos marcaban sus producciones con sus propias manos, siendo esta una forma de certificar la autenticidad de sus mercancías. A la firma la podemos considerar como otra variante del logotipo, la cual es aplicada en la actualidad en productos de gran exclusividad como la ropa, los perfumes o los zapatos, derivando en algunos casos en formas no necesariamente manuscritas y asumiéndose más como logotipos que como firmas.

Una firma manuscrita en cursiva que dice "Pierre Cardin".

Firma de Pierre Cardin

Una firma manuscrita en cursiva que dice "Oscar de la Renta".

Firma de Oscar de la Renta

Una firma manuscrita en cursiva que dice "Paul Smith".

Firma de Paul Smith

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Pictograma

Marca diseñada en forma iconográfica, es una forma de escritura que emplea figuras o símbolos producto de la síntesis de los objetos y formas de la realidad cotidiana. Son empleados como parte figurativa de las marcas, esto debido a su facilidad para cruzar las barreras del lenguaje hablado y escrito así como por su alta pregnancia. Pueden ir de la representación casi realista de los objetos hasta la abstracción de conceptos no figurativos, llegando incluso a la representación arbitraria. Independientemente de la forma que adopta un pictograma, este se puede aplicar a una marca y adquirir un valor simbólico, todo ello en función del uso que se le dé al signo.



Forma pictografía de SHELL



Forma pictografía de APPLE



Forma pictografía de LACOSTE

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)



## Logosímbolo

También se le conoce como isologotipo, para Estrada (2005) es el neologismo que logra definir las dos partes que constituyen las marcas diseñadas con la integración de elementos de tipo verbal e icónico. Está compuesto por el vocablo logos - logos, cuya raíz griega significa palabra, dicho o expresión. Este neologismo, se refiere a la palabra escrita, es decir un logotipo o cualquier forma logotipada.

Respecto al componente símbolo, proviene del latín symbolum. lo enmarca en el terreno de la identidad visual de las empresas como "Una representación gráfica, a través de un elemento exclusivamente icónico, que identifica a una compañía, marca o grupo." Este neologismo corresponde al elemento representado en forma icónica, por lo tanto **el logosímbolo lo podemos entender como el tipo de marca integrado por un componente escrito y por un distintivo icónico.**



Logosímbolo Gamesa



Logosímbolo nafinsa

Imágenes obtenidas de: [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu)

## Imagotipo

Marca diseñada con componentes icónicos y verbales. Estrada (2005) se refiere como un logotipo al que se suele sumar un signo no verbal cuya función es mejorar las condiciones de identificación de una marca, propone que, "Toda forma visual de cualquier índole que garantice un grado de diferenciación y pregnancia, teóricamente puede operar como imagotipo con solo aplicarse de un modo recurrente y asociado a una identidad dada."

Con ello establece, que el signo no verbal que acompaña a este tipo de marca, **puede funcionar de manera independiente sin desprenderse de su carácter de imagotipo, toda vez que el usuario logre reconstruir mediante su identificación el nombre o razón social que lo acompaña.** Por ejemplo, es posible a través de la representación de la creación de un signo abstracto como el grafismo de Nike, reconocer dicha marca sin existir la presencia del componente verbal.



Imagotipo NIKE



Imagotipo CICSA

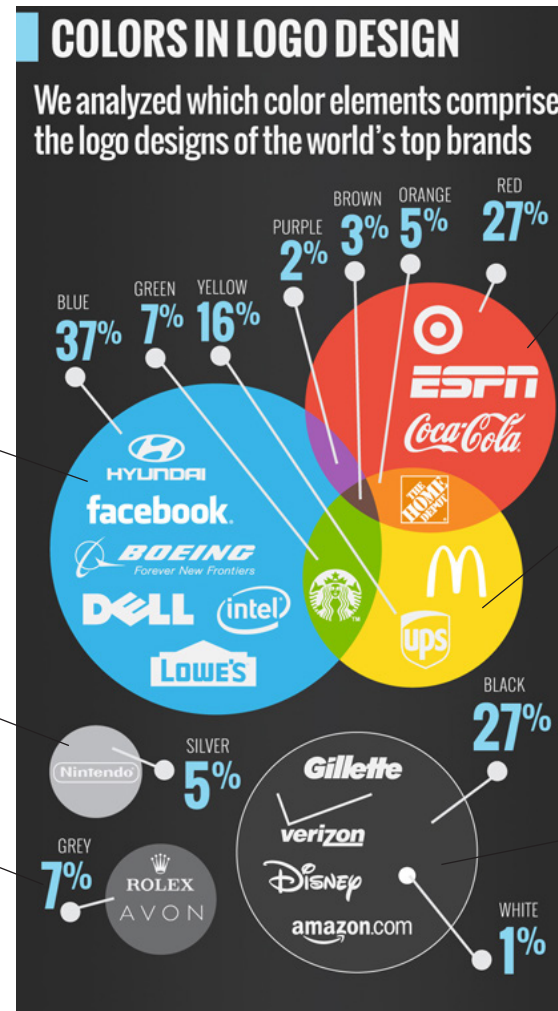
## 2.2. Letras y colores mas usados en los logos de las grandes marcas

Según Mercado 2.0 (2014), publicó un análisis que realiza la revista Forbes junto con la web de diseño grafico Tasty Placement han elaborado una infografía para conocer con base en 100 logos, definiendo cu cuáles son los elementos gráficos mas comunes así como cuántos logos, textos o ambos.

Marcas como Hyundai, Facebook, Boeing, Dell, Intel y Lowes representan el 37% de marcas que utilizan el color azul.

El plateado es utilizado por Nintendo utilizando el 5% y marcas como Rolez y Avon utilizan el color gris representando el 7% de las marcas que utilizan este color.

Imagen 13. Captura de pantalla. Características de un buen logotipo. <http://www.merca20.com/>



### Según el color utilizado

(ver Imagen 13)

Mostrando que respecto al color utilizado en el diseño del logotipo del top de marcas mundiales.

Marcas como Target, ESPN y Coca-Cola representan el 27% de marcas que utilizan el color Rojo, en comparación con el 3% que utilizan el color café como The Home Depot.

Marcas como Starbucks con un 7% utiliza el color verde en diferencia con marcas como UPS y McDonalds con un 16% utilizando el color amarillo.

Existen marcas como Gillet, Verizon, Disney y Amazon que utilizan el color negro representando el 27%.

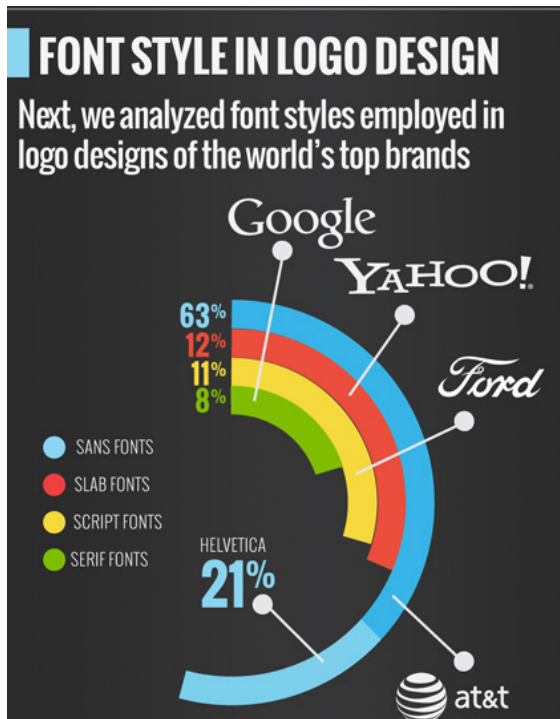


Imagen 14. Captura de pantalla. Características de un buen logotipo. <http://www.merca20.com/>

Según la tipografía  
(ver Imagen 14)

Existen marcas que optan por utilizar solamente tipografía en sus logotipos, el según Mercado2.0 (2014) marcas como Google que utilizan tipografía Serif representando solamente un 8%. Marcas como Ford utilizan tipografías con estilo Scrip, abarcando un 11% de las marcas estudiadas. Seguidas de un 12% por marcas como Yahoo las cuales utilizan tipografías tipo Slab. El resto de marcas como AT&T representan el 63% utilizando tipografías tipo Sans, abarcando de este grupo un 21% que utilizan en específico la tipografía Helvetica.



Imagen 15. Captura de pantalla. Características de un buen logotipo. <http://www.merca20.com/>

Según los iconos, textos o ambos  
(Ver Imagen 15)

Mercado2.0 (2014) examinó si la marca utiliza solamente logo, texto o ambos mostrando marcas como Apple y Shell utilizan solamente iconos, representando el 9%.

Marcas como Kelloggs, NOKIA, VISA y Budweiser utilizan solamente tipografía representando el 37% y marcas como Walmart, BlackBerry, Lexus, LG y Pampers utilizan ambos elementos gráficos en sus marcas representando un 56%.

Estudio realizado por Tasty Placement.



## B. Historia de internet y el Diseño

---

Durante el siglo XX, los medios de comunicación aportaron con su desarrollo tecnológico un mayor control del proceso gráfico a los diseñadores, ya que en los años noventa las nuevas formas de comunicación de la era digital presentaron nuevos desafíos, como es el caso del sistema de distribución de información World, Wide, Web ( W.W.W) contribuyen a una rápida evolución del diseño gráfico a nivel mundial.

Las páginas web son documentos electrónicos con enlaces de hipertextos que posibilitan la navegación virtual por las informaciones disponibles en internet. Hasta 1993 la labor de crear páginas web estuvo reservado a los técnicos en informática que conocían el lenguaje de creación de páginas web. Las primeras webs se podría decir que se trataban de las pinturas rupestres de la era digital ya que no poseían creatividad.

Según Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) con la incorporación de nuevas tecnologías y la llegada de los primeros editores HTML, la web posee ahora mucho mas colorido en sus fondos y también diferentes texturas, botones, barras y una infinidad de íconos. La w.w.w es un nuevo y complejo campo para el diseño gráfico, que permite múltiples posibilidades de añadir imágenes móviles en animación o en video, fotos, gráficos y textos en un ambiente interactivo.

Si fue recomendable una cierta modernización de los diseñadores gráficos con la aparición de las computadoras, el nuevo panorama que presenta internet hace de este proceso de reciclaje sumamente obligatorio, originando la aparición de un nuevo profesional; el diseñador web el cual resulta ser un híbrido entre el tradicional diseñador grafico y el nuevo perfil informático.

El diseñador web debe saber aprovechar las ventajas gráficas que ofrecen los computadores y han conseguido crear con sus trabajos nuevas categorías dentro del arte moderno.

## / 2. Desarrollo Web /

### A. ¿Cómo es desarrollado un buen contenido en la web?

---

Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) un contenido en la web es un buen contenido si consigue lo que pretende, es decir si el usuario compra, si el estudiante aprende, si el visitante conoce. Para crear buenos contenidos se debe tratar bien al cliente, haciendo que este se sienta cómodo, hay que diseñar pensando en el. Tomando en cuenta la usabilidad y ergonómica.



## C. ¿Qué es el internet?

---

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) mencionan que internet es una de las maravillas del mundo moderno. Permite acceder a documentos que incluyen imágenes, gráficos, fotos, sonidos y videos de manera sencilla, sin importar en qué parte del planeta se han publicado. Así mismo, se mantienen en comunicación instantánea para intercambiar ya sea un sencillos saludos, últimas noticias o los mas complicados archivos proyectos conjuntos.

En internet existen dos tipos de computadores: los clientes y los servidores . los servidores son los encargados de dirigir el tráfico en estas autopistas de la información. Sin su presencia internet no funcionaría.

Cuando se desea acceder a una página web, lo que se hace es una petición de información a un servidor que tiene un disco duro donde esta guardada dicha animación. EL computador donde queremos ver la página es en este caso el cliente.

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) indican que cuando el servidor recibe la petición del computador de ver un archivo que él contiene, nos manda el archivo por el mismo camino por donde vino la petición. Ese archivo de formato htm o html cuando llega al computador un navegador lo interpreta.

## D. Navegadores

---

Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) la característica mas importante de las paginas web es el hipertexto, esto es, el texto que se le de manera no secuencial. En un momento determinado se puede: saltar a otro texto relacionado con el primero; es conocido con el nombre de “enlaces o “vínculos”. La utilización de estos vínculos se denominan navegación y de ahí el nombre de navegador aquellos programas que permiten navegar en este hiperespacio.

Un archivo HTML (Hyper-Text-Markup Language) es un archivo de texto que incluye un código que un navegador es capaz de interpretar. Cuando el computador (cliente) solicita a un servidor web una página, este envía un archivo HTML y los archivos de imagen o sonido que incluya la página. El archivo HTML establece la posición y el tipo de texto que aparecerá en la página, el color de fondo que debe mostrar el navegador, las imágenes que deben aparecer, su posición, entre otros.

## E. Fuentes en Windows y Mac

---

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) indican que es importante que se definan las fuentes del documento eligiendo entre las que se encuentran disponibles habitualmente en los sistemas operativos principales Windows y Mac. Aunque las fuentes son muy parecidas tienen distintos nombres en cada sistema operativo. En Windows las fuentes más usuales son Arial, Comic Sans, Courier New, Georgia, Helvetica, Times New Roman (fuente por defecto), y Verdana.

En los sistemas Mac las más usuales son: Arial, Chicago, Courier, Geneva, Helvetica y Times (fuente por defecto). Por tanto, para que las páginas se muestren correctamente en los dos sistemas es necesario hacer una definición múltiple de fuentes, e indicar la fuente preferida tanto en el sistema Windows como en el sistema Mac.



## / 2. 1 Diseño WEB /

### A. ¿Cómo se debe diseñar en la Web de un modo adecuado?

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) indican que cuando se haya conocido todos los elementos de diseño que se pueda utilizar, se debe jugar con ellos para lograr composiciones atractivas. En este punto es donde entra en juego la imaginación del diseñador.

### B. ¿Cómo se logra un diseño atractivo?

Debe ser un diseño que “enganche” al usuario, que guste, que no deje al usuario ir a otro sitio. No debe ser solo un diseño bonito, sino efectivo a la hora de mantener la motivación y atención del usuario. Este tiene que estar con los cinco sentidos puestos en el diseño si se desea que capte toda la información para transmitir, se debe interactuar con el usuario, rompiendo la barrera estática que ofrecen las páginas web.

### C. Etapas logra un diseño atractivo

Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) el diseño de páginas web se debe tener en cuenta tres etapas.

•**La primera:** es el diseño visual de la información que se desea editar. En esta etapa se trabaja distribuyendo el texto, los gráficos, los vínculos a otros documentos y otros objetos multimedia que se consideren pertinentes. Es importante que antes de trabajar sobre el computador se realice un bosquejo o prediseño sobre el papel. Esto facilitará tener un orden claro sobre el diseño.

•**La segunda:** es la estructura y relación jerárquica de las páginas del sitio web, una vez que se tiene este boceto se pasa a ‘escribir’ la página web. Para esto, y fundamentalmente para manejar los vínculos entre documentos, se creó el lenguaje de marcación de hipertexto o HTML.

La importancia de la estructura web radica en que los visitantes no siempre entran por la página principal o inicial, en este caso el sitio debe darle la respuesta a lo que busca rápido, además permitirle navegar por el mismo.







•**La tercera:** etapa consiste en el posicionamiento en buscadores o SEO. Ésta consiste en optimizar la estructura del contenido para mejorar la posición en que aparece la página en determinada búsqueda. Etapa no gustosa por los diseñadores gráficos, porque a diferencia del texto, aún para el año 2011 no se pueden tener nuevos resultados en los buscadores con sitios muy gráficos.

## D. Tres leyes fundamentales del diseño en internet

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) menciona que es muy importante no perder la función del diseño como medio canalizador de la información. En los últimos años se prima más el diseño dejando a un lado el mensaje. Si se desea que un diseño sea efectivo, se debe utilizar las tres a la vez, de lo contrario el diseño no conseguirá su objetivo final.

### ▲1. Llamar la atención

Cualquier producto/servicio debe llamar la atención por que si no lo hace, nadie se acercará a él. Una forma de lograr esto es creando en el usuario una expectativa.

Otra forma utilizada de llamar la atención por medio de la utilización de gente famosa, deportistas, actores, artistas para la promoción de determinados artículos. La gente busca identificarse con ese personaje y gusta verlo.

### **Animaciones:**

En los últimos años las animaciones han invadido los sitios web con el objetivo de llamar la atención al usuario y poder “engancharlo”. Con el tiempo y el aumento de las presentaciones físicas de la red, las animaciones vectoriales dan paso a un tipo de animación más real: el video.

### **Interacción:**

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) indican que se debe lograr el nivel más alto de participación del usuario de forma que aporte por un momento el rol de espectador y tome el papel protagonista dentro del diseño. De esta forma asegurar un mayor aprendizaje de toda la información que se este mostrando.

### ▲2. Transmitir información

El diseño es un medio, no se trata de un fin. Hay que transmitir una información y el diseño se encarga de que esta sea lo más agradable posible. Siempre hay algo que transmitir. En el momento de incidir en la necesidad, hay que tener muy claro lo que se debe transmitir. Sin tener una seguridad plena en la idea del cliente no se puede seguir avanzando en el proceso de diseño, pues con toda seguridad no se logrará el objetivo.

Son muchos los que opinan que el proceso creativo se centra en la llamada de atención, ya que con vistosos gráficos o animaciones lograr convencer a los alumnos o clientes rápidamente. Solo es

verdad si, después de llamar la atención el usuario sorprendido puede captar tu mensaje. EL verdadero reto para el diseñador es conseguir que la información llegue al usuario.

Según Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) en internet, y en cualquier aplicación multimedia en general, hay cuatro maneras de transmitir un mensaje: con sonido, mediante imágenes o graficas, con animaciones o video y mediante elementos que interactúen con el usuario.

Sonido: se puede usar sonidos que refuercen determinadas acciones que ocurren en el diseño multimedia, o incluso utilizar más modernas tecnologías de streaming para incluir voz humana.

Imágenes: son la base del diseño y de la transmisión de información, por este medio deben estar presentes en el proceso de transmisión.

### **Pautas para logra un buen diseño**

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) indica que el ciclo de vida del diseño comienza con la definición de la necesidad de diseño. Una vez analizando el objetivo, se debe buscar el mejor camino a seguir o el enfoque más correcto para abordar el problema del diseño.

A continuación se entra en una fase denominada diseño interactivo en la que se debe crear el diseño, evaluarlo y analizarlo. Al llegar a esta última etapa no se ha logrado el objetivo inicial, hay que retomar la etapa de diseño y volver a evaluar y analizar.



### 3. Mantener la transmisión

La memoria es la capacidad de retener y recordar las imágenes, conceptos, sensaciones, procesos, sentimientos, hechos, etc. Existen muchas clasificaciones de la memoria en función de su duración o contenido.

#### **Definir**

Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) se trata de la fase mas importante del proceso de creación, pues es aquí donde hay que analizar y recoger toda la información relativa al proyecto, fijar unos objetivos, establecer un presupuesto y una duración, conocer perfectamente a los clientes, analizar mercados. Definiendo lo que se quiere vender o lo que quiere mostrar a los clientes o alumnos.

#### **Tiempo de realización**

Existe un destinado a la realización de un proyecto de diseño es otro de los parámetros importantes en la realización de un diseño. Cuanto más tiempo se tenga para el proceso de diseño mayor será la tranquilidad para el diseñador, mas seguridad para el cliente y probablemente se obtendrá un resultado mejor.

Luego de establecer estas bases del proyecto se debe comenzar con el proceso propio de cualquier diseñador en donde las siguientes etapas estarán delimitadas por este. Etapas como idear y diseñar quedará a consideración y orden del propio diseñador.

#### **Interfaz**

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) mencionan que este es un medio de comunicación entre el diseñador y el computador igual que el teléfono es un medio entre dos interlocutores, o incluso igual que un martillo es el medio para clavar en una pared. El diseñador gráfico dispone de muchas herramientas para comunicarse con el computador. Todas ellas forman parte del interfaz de usuario, desde teclado, mouse, tabletas digitales, escáneres, impresoras, hasta llegar a la mas importante que es el monitor.



## F. Tipos de monitor

Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006), existen en el mercado las LCD ( Liquid Cristal Display) son mas ligeros y delgados. Su funcionamiento se basa en el control eléctrico de un liquido polarizado atrapado entre dos laminas transparentes. Nace en 1968 gracias a un grupo de investigación liderado por George Heilmair. Los LCD más habituales en el mercado de los computadores utilizan a su vez la tecnología TFT (Thin film transistor).

## G. Resolución de pantallas para Web

Según el sitio de internet lostiemposcambian.com (2014) existen estadísticas que indican la resolución de pantallas mas usadas en la web. Estas estadísticas son datos muy importantes para conocer cuáles son las dimensiones de pantalla de los usuarios, a qué público se esta dirigido; y de esta forma poder tenerlo en cuenta para la navegación en el sitio.

Con la aparición de los tablets y los smartphones el abanico de tamaños de pantalla se ha expandido considerablemente, apareciendo muchísimas dimensiones diferentes y rebajando incluso los porcentajes de los formatos mas estándares.

Desde hace algunos años en el desarrollo web se ha sustituido en cierta medida el problema de la compatibilidad de navegadores ya que todas las compañías están cediendo a los estándares con HTML5/CSS3 y otras se basan directamente en web Kit debido al problema de los dispositivos.

## H. Resolución de pantalla de los navegadores web

Para lostiemposcambian.com, (2014) durante muchos años el desarrollo web se ha basado en la resolución estándar de 1024x768 (hace apenas 3 años aproximadamente el 40% de los usuarios tenía esta resolución). En la actualidad (ver Imagen 16) ya no es la resolución más utilizada, actualmente es 1366x768 es la resolución más usada en internet que es la resolución estándar de Windows 8.

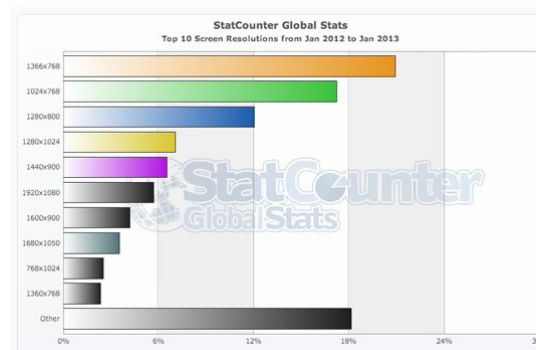


Imagen 16. Captura de pantalla. [www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/)

Estadísticas de las resoluciones de pantalla más usadas en Internet (las fuentes de datos coinciden en la tendencia): (ver Imagen 17)

resolución	% utilización Enero 2013
1366x768	20-25%
<b>1024x768</b>	<b>10-15%</b>
1280x1024	8-10%
1280x800	8-10%
1920x1080	6-10%
1920x1080	6-10%
800x600	2%

Imagen 17. Captura de pantalla. [www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/)

La solución técnica que se le ha dado en el desarrollo web al problema de esta diversidad de resoluciones web se llama Responsive Web Design que permite hacer interfaces adaptadas al entorno del usuario mediante estructuras e imágenes fluidas gracias a media-queries de CSS.

Se puede distinguir algunos increíbles ejemplos en The Next Web: 29 new inspiring responsive designs on the web con ejemplos como la BBC. (ver Imagen 18)



Imagen 18. Captura de pantalla. [www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/)

En muchas ocasiones se toma un tamaño mínimo como base para el diseño inicial y a pesar de que ya no es el estándar se sigue desarrollando como base el formato mínimo 1024x768, ya que no se puede despreciar a un 10-15% (no sucede lo mismo con 800x600). (ver Imagen 19).

lostiemposcambian.com (2014) indica que es fundamental tener en cuenta este tamaño mínimo de 1024x768 para la usabilidad y el primer impacto del usuario. Como las barras de navegación y scrolls tienen un tamaño, el área visible y útil de esta resolución sería 990x580 aproximadamente (muy utilizado en la antigüedad con Flash).

Es en esta área donde se mostrará el primer mensaje, lo imprescindible del producto, el botón de compra, entre otras cosas.

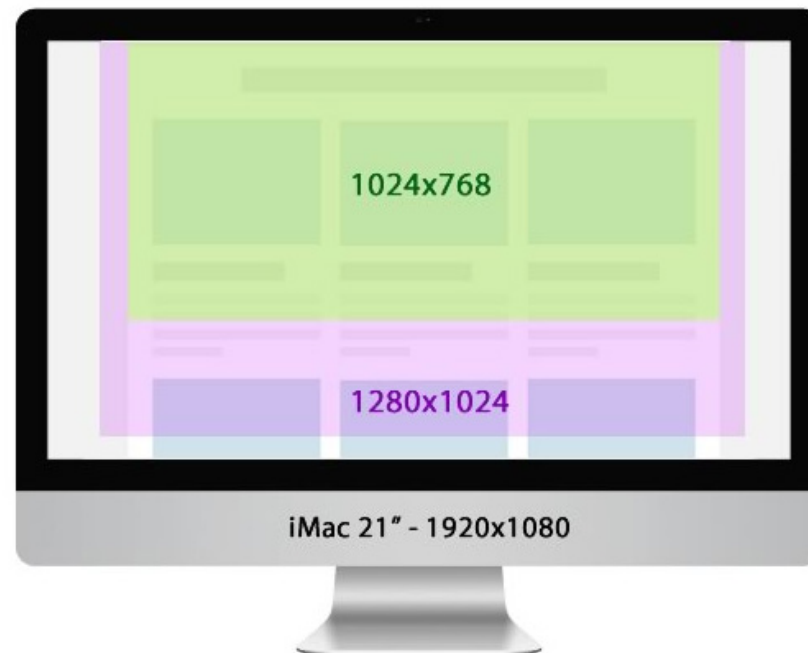


Imagen 19. Captura de pantalla. [www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/)



El Responsive Web Design es la mejor solución desde pantallas de iMac de 27” hasta los ipads mini de 7” o incluso un poco menos; pero cuando se trata de desarrollar para smartphones los procesos deben ser distintos ya que su caso de uso es distinto y por tanto se debe crear una versión o vista específica para este tipo de dispositivos, sobretodo si se trata de e-commerce o software (no tanto en páginas meramente informativas). (ver Imagen 20).

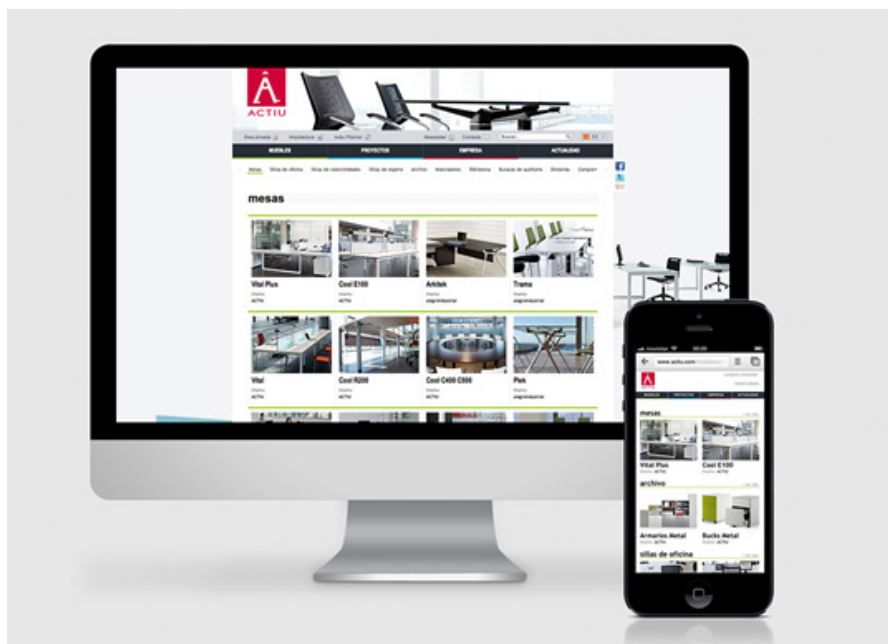


Imagen 20. Captura de pantalla. [www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/)

### La mejor fuente de datos: nuestra propia web

A pesar de las estadísticas (ver Imagen 21) es muy importante estudiar la propia web y los propios usuarios; al final pese a que mundialmente existan unos datos lo mejor es saber quién es el público concreto. Mediante Google Analytics se puede realizar hacer este estudio viendo las tendencias de los visitantes.

Se debe fijar también los usuarios que abandonan la web rápidamente, sus resoluciones y navegadores; quizás su salida del site sea por una mala o no correcta visualización de la web y no tanto porque el contenido no le interesaba, tomando en cuenta esto.

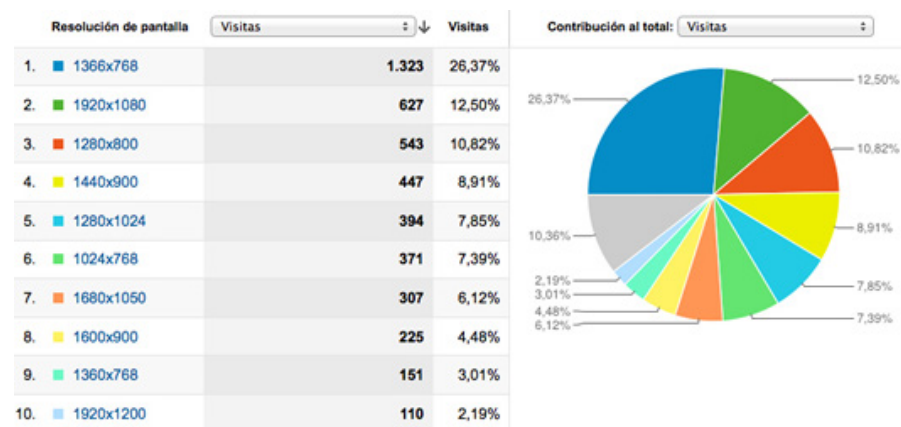


Imagen 21. Captura de pantalla. [www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/)

## Browserstack.com la mejor solución para test en navegadores, dispositivos y resoluciones de pantalla

La solución en la nube de [www.browserstack.com](http://www.browserstack.com) (2014) demuestra que ha cambiado la vida. Pese a no ser una solución muy rápida es una herramienta que brinda mucha ayuda (ver Imagen 21).

Consiste en una solución cloud donde probar el desarrollo web en cualquier navegador web así como en cualquier dispositivo en real (hay muchos). Se acabó tener máquinas virtuales para probar los Internet Explorer antiguos, simuladores de tablets y smartphones, comprar varios dispositivos para pruebas, máquinas virtuales en la oficina, etc.

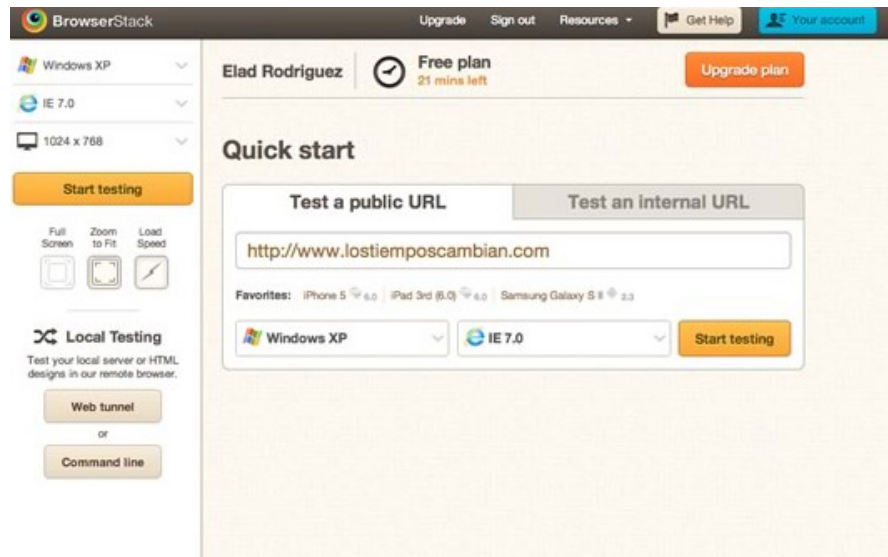


Imagen 22. Captura de pantalla. [www.browserstack.com](http://www.browserstack.com)

## G. Velocidades de conexión

Para [lostiemposcambian.com](http://lostiemposcambian.com) (2014) uno de los factores que se debe enfrentar al diseñar es que el tipo de contenido no debe pesar en exceso, pero ... ¿Cuánto es eso? Existen estudios en psicología cognitiva que no indica que nuestra paciencia dura diez segundos delante de un navegador web.

Se debe tener presente que la motivación final del cliente final es la visualización de contenidos, sucediendo que el usuario podría llegar a esperar mas de diez segundos en caso tenga demasiado interés en visualizar el contenido, por el contrario un usuario que busca información sin saber muy bien donde encontrarla no esperará tanto tiempo.

Por lo tanto la carga de las diferentes páginas de un sitio debe ser lo mas rápida posible, evitando que el usuario pueda aburrirse. Las páginas con mayor rapidez en internet destacan por su eficiencia en la carga y precisamente por esto es que les da el éxito.

## H. Tamaño de monitor

[lostiemposcambian.com](http://lostiemposcambian.com) (2014) indica que si se debe centrar en el proceso de diseño en que en una pantalla mayor facilita la visión de una mayor número de objetos. De hecho, se tiende actualizar lo monitores con modelos de mayor tamaño. Pero para lograr la visualización del contenido esto depende de la resolución de la tarjeta de video.

Las imágenes visualizadas en la pantalla son rasterizadas previamente en la tarjeta gráfica que, con la resolución que nosotros elijamos, envía al monitor tres señales analógicas, una para el color rojo, otra verde y otra para el azul.





## I. Metáforas de interfaces gráficas

lostiemposcambian.com (2014) menciona que cuando se diseña en computador, es conveniente dotar a la interfaz, la cual será el medio de comunicación con el usuario, de una metáfora, en este caso visual. De ese modo el usuario se siente mas cómodo.

Cuando se enfrenta un diseño nuevo, se debe pensar en quien va a utilizar el diseño y lograr entender el mensaje de la forma mas sencilla y fácil. Aplicando usabilidad al diseño.

## J. Usabilidad

Lostiemposcambian.com (2014) indica que la mayoría de los objetos que nos rodean son diseñados para un fin concreto o para un determinado uso. Si se es capaz de utilizarlos sin necesidad de “pensar” cómo se utilizan, habrán sido diseñados con una buena usabilidad.

La filosofía de la usabilidad cobra una mayor importancia en el campo de las aplicaciones informáticas, pues se trata de un tecnología cada vez mas cerca de la gente que no tienen una formación adecuada o que todavía tiene cierto respeto por los computadores. Facilitar la labor de cualquiera de las tareas informáticas con el desarrollo de estructuras usables, fáciles de utilizar, se ha convertido hoy en día en uno de los objetivos principales de cualquier diseñador o programador informático.



\*Las palabras usables y usabilidad provienen del vocablo inglés usability. La RAE todavía no ha reconocido este anglicismo.

En base a la usabilidad Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) comentan que todo el sitio debe tener un aspecto coherente. Para ello se utilizarán plantillas adecuadas con combinaciones de colores y controles similares.

### Coherencia

No se puede permitir en ningún momento la noción del ambiente en el que está en ese momento y por eso, crear distintos formatos de páginas dentro de un mismo sitio puede desorientar durante la navegación.

### Autoaprendizaje

El diseñador debe crear una web tan fácil de utilizar que un usuario pueda navegar para ella sin tener conocimientos avanzados de internet. Deben por tanto ser sencillos y con ayuda al alcance del lenguaje utilizado por el usuario. Para facilitar la navegación, todos los procesos deberían estar bien indicados, sobre todo aquellos que impliquen el paso de una a otra página.



Un pixel ( abreviatura de picture element) es la unidad de información gráfica con color mas pequeño. EL número de pixeles que tiene la pantalla del monitor es la resolución y, normalmente, existe una relación directa entre el tamaño de pantalla y la resolución máxima que soporta un monitor.



## Legibilidad

Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) debe existir una legibilidad en cada texto presentado en el sitio, ya que ésta es parte principal de la función de una tipografía.

Visibilidad: cada uno de los elementos aplicados en el sitio deben poseer una estética visual en la cual el usuario siga interesado y permita la función principal del mismo elemento.

## Ley de Fitts

Es una ley matemática de la ergonomía publicada en 1954 por Paul Fitts, que relaciona el tiempo que tarda un usuario en pulsar una cierta área de la interface. Sus consecuencias han supuesto un desarrollo enorme de los ratones y en la maquetación de aplicación y sitios web.

Estas son algunas de las consecuencias de la ley que se debe tener en cuenta a las hora de realizar el diseño .

- Los botones deben ser grandes y a ser posible situados en las esquinas de la pantalla.
- Los menús en forma de tarta o circulares son mas rápidos que los desplegados.
- A su vez, los desplegados son mas rápidos que la utilización de barras de desplazamiento.

## Protección

Para Rubio Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) el usuario debe estar seguro de que todo el tipo de transacción que haga y para ello se debe utilizar avisos cuando el usuario realice alguna operación que conlleve peligro.

Se debe de acompañar con un texto informativo que tranquilice al usuario indicándole claramente que es lo que se va a hacer con la información que ha proporcionado.

## Escabilidad

Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) indican que el sitio diseñado debe estar en constante actualización, reflejar que se encuentra vivo, que posee crecimiento y renovación.

## Lenguaje Gráfico

El desarrollo que ha tenido el lenguaje oral y escrito no se puede comparar al de la imagen. Aunque una palabra evoque el mismo pensamiento a dos personas distintas, es muy difícil conseguir las mismas sensaciones visualizando una imagen.

De todos modos, se han realizado muchos intentos por describir el alfabeto de la imagen, los elementos que combinados adecuadamente generen mensajes que intenten conseguir los mismos efectos en la mayoría de los espectadores. Es un difícil reto que facilitaría enormemente la comunicación visual den muchos campos, quizá con la excepción del arte mas moderno.

## El punto mágico

Según Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) esto sucede en el momento que dos puntos cercanos, el cerebro que intenta unir de alguna forma esos dos puntos en una línea. Mostrando que si en lugar de dos puntos se tienen tres puntos, la mente perciba un triángulo.

## La Gestalt

Es una palabra alemana que define una teoría y una escuela surgida en Estados Unidos en los años treinta por psicólogos alemanes, que ha hecho multitud de aportaciones en campos como el aprendizaje, la memoria y el pensamiento entre otros. Lo mas destacado de esta escuela es su estudio de la percepción donde se formulan sentencias como: “La percepción de un objeto es mayor que la suma de las percepciones individuales” es decir, la información de dos puntos cercanos es mayor que la que nos da cada uno por separado.





## Usabilidad en la Web

Según lostiemposcambian.com (2014) en el diseño web siempre ha existido una dicotomía entre la programación y el diseño y de hecho, la mayoría de los programas de creación de sitios web permiten del trabajo en ambos modos: diseñador y programador con el fin de adaptarse a cada uno de los perfiles.

Por lo tanto la importancia que ha cobrado la usabilidad en el diseño web en los últimos años es tan alta que ha surgido un nuevo concepto de diseñador gráfico: el diseñador de usabilidad o interacción.





## / 2.2 Diseño web adaptable /

Rigó (2013) indica que el diseño web adaptable o adaptativo, conocido por las siglas RWD (del inglés, Responsive Web Design) es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se esté utilizando para visualizarla. Hoy día las páginas web se visualizan en multitud de tipos de dispositivos como tabletas, smartphones, libros electrónicos, portátiles, PCs.

Además, aún dentro de cada tipo, cada dispositivo tiene sus características concretas: tamaño de pantalla, resolución, potencia de CPU, capacidad de memoria. Esta tecnología pretende que con un solo diseño web tengamos una visualización adecuada en cualquier dispositivo.

El diseñador y autor norteamericano Ethan Marcotte creó y difundió esta técnica a partir de una serie de artículos en A List Apart,<sup>1</sup> una publicación en línea especializada en diseño y desarrollo web, idea que luego extendería en su libro Responsive Web Design.

Para Rigó (2013) tanto la idea como el propósito del diseño web adaptable fueron previamente discutidos y descritos por el consorcio W3C (realizado en el año 2008) en su recomendación “Mobile Web Best Practices” bajo el subtítulo de “One Web”.



---

Dicha recomendación, aunque específica para dispositivos móviles, puntualiza que está hecha en el contexto de “One Web”, y que por lo tanto engloba no solo la experiencia de navegación en dispositivos móviles sino también en dispositivos de mayor resolución de pantalla como dispositivos de sobremesa.

El concepto de “One Web” hace referencia a la idea de construir una Web para todos (Web for All) y accesible desde cualquier tipo de dispositivo (Web on Everything).

Rigó (2013) menciona en el texto que hoy en día, la variedad de dispositivos existentes en el mercado ha provocado que la información disponible no sea accesible desde todos los dispositivos, o bien es accesible pero la experiencia de navegación es muy pobre.

El uso de dispositivos móviles está creciendo a un ritmo increíble, dispositivos como tablets y smartphones han incrementado sus ventas en los últimos años y la navegación en Internet mediante estos dispositivos es cada vez más común.

Ese es el motivo por el que el diseño web adaptable se ha vuelto tan popular, pues es una técnica que proporciona una solución web que puede manejar la visualización web tanto de escritorio como de dispositivos.

Según Rigó (2013) con una sola versión en HTML y CSS se cubren todas las resoluciones de pantalla, es decir, el sitio web creado estará optimizado para todo tipo de dispositivos: PCs, tabletas, teléfonos móviles, etc. Esto mejora la experiencia de usuario a diferencia de lo que ocurre, por ejemplo, con sitios web de ancho fijo cuando se acceden desde dispositivos móviles.

De esta forma se reducen los costos de creación y mantenimiento cuando el diseño de las pantallas es similar entre dispositivos de distintos tamaños. También se supone que evita tener que desarrollar aplicaciones ad-hoc para versiones móviles, o no, por ejemplo, una aplicación específica para iPhone, otra para móviles Android, entre otros. A pesar que hoy en día las webs para móviles todavía no pueden realizar las mismas funciones que las aplicaciones nativas.

Desde el punto de vista de la optimización de motores de búsqueda, sólo aparecería una URL en los resultados de búsqueda, con lo cual se ahorran redirecciones y los fallos que se derivan de éstas. También se evitarían errores al acceder al sitio web en concreto desde los llamados “social links”, es decir, desde enlaces que los usuarios comparten en medios sociales tales como Facebook, Twitter, entre otros, y que pueden acabar en error dependiendo de qué enlace se copió (desde qué dispositivo se copió) y desde qué dispositivo se accede.

---



INVESTIGACIÓN

GRUPO

OBJETIVO

Para permitir esta comprensión es necesario aclarar que este se encuentra integrado por 2 grupos objetivos:

-Grupo A: basado en los posibles miembros de la plataforma.

-Grupo B: empresarios que requieran del servicio de estos.

Para realizar dicha investigación, fue necesaria la utilización de dos instrumentos distintos, elaborados para cada grupo, los cuales fueron tabulados e interpretados para su comprensión. Disponible en los anexos II, III, IV y V.



## Perfil Geográfico

### Datos generales

Ambos grupos objetivos residen en Ciudad de Guatemala, Departamento de Guatemala, Guatemala Centro América.

Área Urbana, Zona Metropolitana; según la investigación realizada (adjunta en anexo I) el grupo objetivo A, indica que habita en zonas residenciales de la ciudad capital Guatemala, principalmente 1, 2, 5, 6, 11, 15, 16 y carretera a El Salvador.

Así mismo el grupo objetivo B, menciona ( instrumento adjunto en anexo III), que vive en zonas 9, 10, 14, 15, 16 y carretera a El Salvador de la ciudad capital .

Según la Organización de las Naciones Unidas, (ONU) 2014 Ciudad de Guatemala, se encuentra ubicada en el país de Guatemala, situado en América central, en su extremo noroccidental. La población de Guatemala cuenta con 15.773.517 habitantes de los cuales el 40 % está entre los 0 y 14 años, el 55.5 % esta entre los 15 y 65 años y el 3.6% de los 65 en adelante. En relación a estos datos cada uno de los grupos objetivos representan el 4% de la población nacional de este país. Ya que la ciudad de Guatemala cuenta con 2.149.107 de habitantes.



Mapa Ciudad de Guatemala.

Limita al oeste y al norte con México, al este con Belice y el golfo de honduras, al sur con el océano Pacífico, El país posee una superficie de 108.889 Km.

Guatemala cuenta con una división etnográfica; la cual muestra que el 60% de la población es ladina y el 40% es indígena, a nivel nacional.

Guatemala cuenta con una gran diversidad de clima. El clima de la meseta central es bastante templado, con una media de 15 grados C. El clima de la costa atlántica es mas húmedo que la del pacífico, con una temperatura cuya media o promedio anual es de 28,3 grados C. El clima es cálido y húmedo en la costa pacífica, y las zonas bajas de Petén, pueden llegar a ser bastantes húmedo y cálido. En las tierras altas y en el área de los Cuchumatanes el clima es de frío de montañas y es árido y cálido en las zonas mas orientales.

# GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO



CONTENIDO

DEL MATERIAL

GRÁFICO

Para el desarrollo del proyecto “Antología” serán las necesarias distintas piezas con el siguiente contenido.

A. Imagen visual

### **Logotipo para el proyecto “Antología”**

Piezas impresas:

1. Tarjeta de presentación

- Logo
- Nombre de la empresa
- Nombre de la persona
- Cargo
- Número de teléfono móvil
- Dirección web
- E-mail

2. Sobre

- Logo
- Nombre de la empresa
- Dirección web

3. Hoja membretada

- Logo
- Nombre de la empresa
- Dirección web

4. CD's

- Logo
- Nombre de la empresa
- Dirección web







### Piezas digitales

#### 6.Firma Electrónica

- Logo
- Nombre de la empresa
- Nombre de la persona
- Cargo
- Número de teléfono móvil
- Dirección web.

#### 7.Plantilla para presentaciones

- Logo
- Nombre de la empresa

### B. Desarrollo de línea gráfica para portal web.

El cual contara con las siguientes secciones:

#### A.Todo Público

- I. Orígenes - ¿Qué es Antología?
- II. Miembros (la oferta o servicios presentado por miembros e industria emergente)
- III. Cotización (espacio para ingresar la demanda de algún proyecto y poder realizar cotizaciones)
- IV. Portafolio (muestra de proyectos desarrollados por el miembro seleccionado)
- V. Blog (recopilación de artículos relacionados a alguno de los miembros /galería de imágenes/ eventos/noticias)
- VI. Contacto (directo al administrador del portal)

### B.Solamente miembros

- I. Perfil del miembro
- II. Proyectos (canal interno de proyectos a ser cotizados a potenciales clientes)
- III. Fórum (espacio de discusión o generación de propuestas creativas)
- IV. Mail (Para uso interno)
- V. Calendario (interno de actividades o noticias de la organización)
- VI. Blog
- VII. Recursos (logos, noticias, plantillas, cv's, memos internos, base de contactos, beneficios, entre otros).

### C. Manual de imagen visual

En este se encontrará los lineamientos para la utilización y aplicación de:

- Logotipo
- Color
- Tipografía
- Imágenes
- Iconografía
- Titulares y cuerpos de texto
- Campos de búsqueda
- Jerarquía visual del contenido
- Botones

# DISEÑO DEL CONCEPTO

## Búsqueda del concepto

Para Murphy (1988) conceptualizar una idea para crear una imagen de una entidad, producto o servicio es siempre un trabajo arduo porque cada creación representa un concepto diferente y personalizado.

Para lograr obtener el concepto para la realización del proyecto, se utilizaron 3 distintas técnicas de conceptualización.

- Análisis Morfológico
- Mapas mentales
- Lluvia de ideas con sinónimos



Para lograr una mejor comprensión de los procesos de conceptualización, se implementa la siguiente iconografía.

Palabras seleccionadas



Palabras encerradas son las que responden de una mejor manera con lo que se desea representar.



Posibles frases

Las siguientes frases conceptuales son posibles frases que puedan llegar a ser graficadas y responden a la necesidad del proyecto desde el grupo objetivo, necesidad o función del mismo.



Significado

Icono que se aplica para indicar frases preliminares para la aplicación de un posible concepto.





# 1. Análisis Morfológico

En este proceso se debe plantear un problema u objetivo determinado y parámetros los cuales podrían derivar del mismo o cambiarían en caso estos fueran alterados.

## Objetivo

Desarrollo de imagen para el proyecto “Antología”

## Parámetros

- Formas
- Colores
- Relaciones
- Áreas
- Enfoques

## Desarrollo de la técnica

	Formas	Colores	Relaciones	Áreas	Enfoques
1	Círculos	Amarillo	Fuego	Cámara	Excelencia
2	Triángulos	Dorado	Energía	Dibujo	Mediciones
3	Cruces	Negro	Trazos	Producciones	Desarrollo
4	Veladoras	Azul	Poder	Cintas	Economía
5	Espada	Blanco	Fortaleza	Iluminación	Idealismo
6	Ruedas	Grises	Mando	Cambios	Contemporáneo
7	Mazo	Rojo	Dominio	Ideas	Colección
8	Puño	Violeta	Señoría	Venta	Elitismo
9	Pluma	Café	Supremacía	Arte	Representación
10	Cuadrado	Morado	Roca	Sonido	Crecimiento



Se realiza una búsqueda de palabras relacionadas con los parámetros mencionados.



Seguido del desarrollo de variables se realiza frases conceptuales con estas palabras.

- Círculos energéticos dorados produciendo economía
- Triángulos Azules lazos de cintas ideales
- Cruces amarillas de fortaleza con ideas elitistas
- Cuadros blancos dominio
- Espadas grises que representan mando de ideas contemporáneas
- Aureolas violetas señalan supremacía con sonidos en excelencia
- Mazo blanco con fuego cámara económica
- Puños rojos rocas de arte medición
- Plumas moradas dominio de sonidos
- Veladoras grises en señorías

Ya que se obtienen estas frases conceptuales, se procede a combinarlas entre ellas

- Veladoras grises que crean caminos
- Plumas violetas de mundo y sonido
- Puños amarillos de supremacía que marcan representación
- Mazos dorados que dominan sociedades
- Ruedas negras de poder que iluminan colecciones
- Espadas que dominan ideas elitistas
- Antorchas** de señoría con arte representativo
- Marcas Grises de supremacía elitista
- Cruces rojas que fortalecen producciones ideales
- Triángulos amarillos que ilustran energía y crecimiento
- Veladoras que crean caminos
- Plumas y mandos que sueñan
- Puños de supremacía que marcan representación
- Mazos que forjan sociedades
- Ruedas que **iluminan** colecciones
- Espadas que fortalecen culturas
- Espadas dominantes

- Espadas de ideas elitistas
- Marcas de supremacía elitista
- Cruces que fortalecen idealismos
- Antorchas que iluminan idealismos
- Ideas convertidas en **iluminación**
- Plumas en el camino
- Iluminación a nuevos caminos en producción
- Focos para nuevos caminos culturales
- Focos que trazan caminos culturales
- Mazos que fuerzan sociedades
- Ruedas que iluminan colecciones
- Espadas que fortalecen **culturas**
- Antorchas representativas
- Marcos de supremacía elitista
- Fortalezas de producción ideales
- Triángulos de energía y crecimiento
- Espadas supremas elites
- Espadas que abren caminos
- Antorchas que crean cultura
- Antorchas que trazan ideales
- Antorchas colectivas de trazos culturales
- Antorchas colectivas que trazan cultura
- Producción de nuevos caminos
- Fortalezas representativas



Posibles frases:

- Antorchas colectivas que trazan cultura**
- Marcos de supremacía elitista**
- Triángulos de energía y crecimiento**

Estas frases denotan avances culturales por medio de la energía.



### **Antorchas colectivas que trazan cultura**

Representa la idea que una antorcha es utilizada para iluminar, lo cual es el propósito principal del proyecto; iluminar el camino hacia un avance cultural por medio de cada uno de los integrantes quiere decir colectivo. Llegándose a plasmar con una paleta de colores cálida y formas orgánicas.

### **Marcos de supremacía elitista**

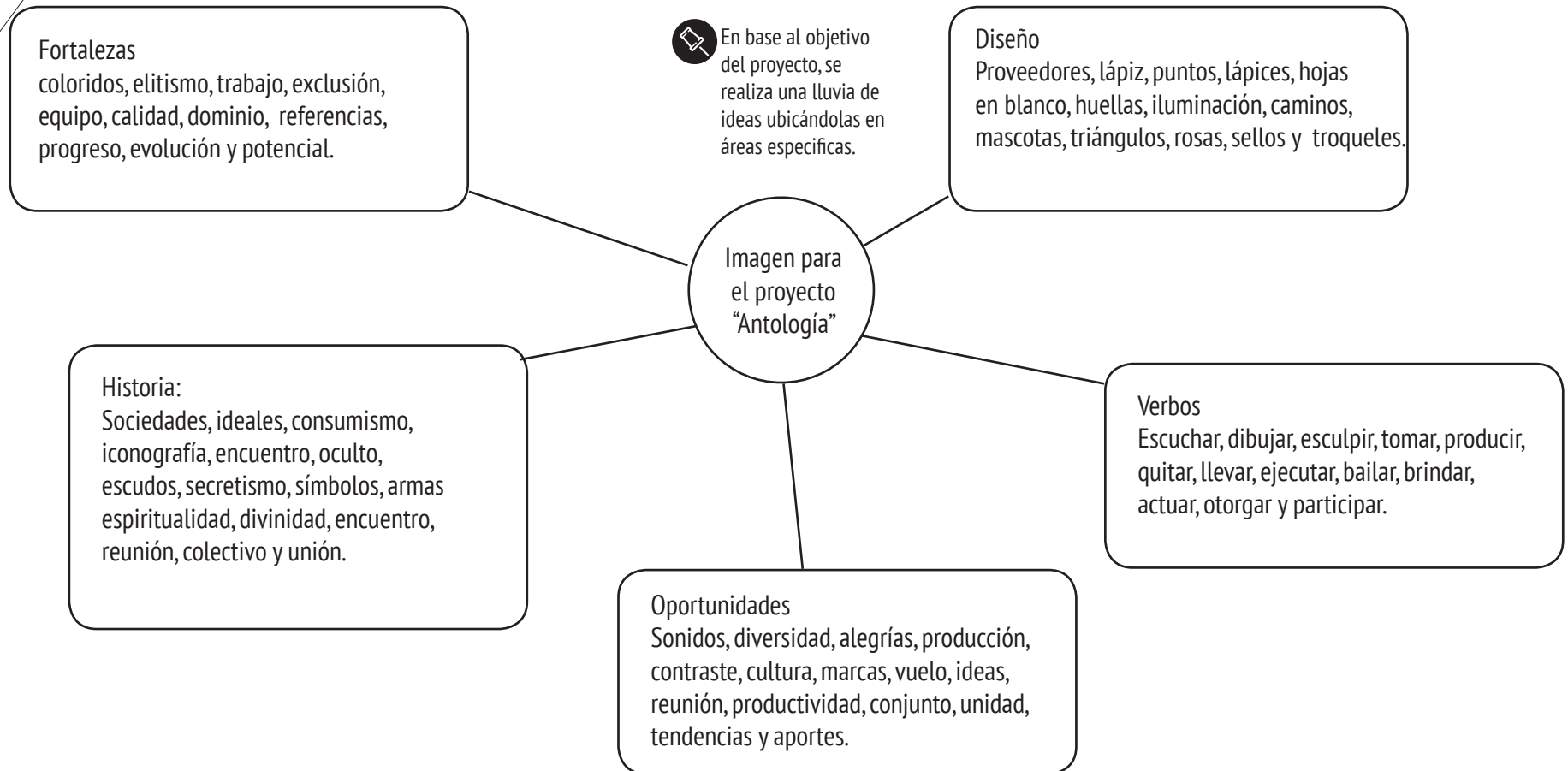
Frase que simboliza la forma en la que cada uno de los factores que intervienen y logran el proyecto se integran en una misma plataforma, la cual enmarca cada uno de los factores y llegará a ser un grupo elite en la cultura creativa. Lográndose plasmar mediante paleta de colores fríos y sobrias así como contraste y la aplicación de elementos geométricos.

### **Triángulos de energía y crecimiento**

Interpretación de la perfección que se debe lograr en el momento de la realización de algún proyecto que intervenga con la industria creativa, la energía representa la fuerza y fortaleza que se debe de tener para poder ejecutar el proyecto "Antología" y que por medio de esto se logrará un crecimiento económico y cultural. Aplicación de formas, ejes y diagramaciones transversales haciendo referencia al triángulo.

## 2. Mapas mentales

Proceso que busca permitir que la mente fluya de una mejor forma entorno al objetivo, el cual continúa siendo el desarrollo de imagen para el proyecto “Antología”, creando relaciones en distintas áreas que involucran al proyecto. Por lo tanto debido a una palabra esta logra que se relacione con otra idea, esta nueva idea debe ser colocada en alguna de las áreas propuesta en el mapa alrededor del objetivo.





Luego de obtener estas palabras se procede a crear frases conceptuales y realizar combinaciones entre ellas para la obtención de nuevas ideas.

- Identificación de sociedades culturales
- Creación de caminos iluminados
- Trazos de diversidad en progresión
- Fortalezas de crecimiento cultural
- Escudos de armas potenciales
- Plumas de excelencia productiva
- Tintas para trazos y crecimiento
- Cajas elites que iluminan
- Escaleras de progresión cultural
- Conjunto de mejoras sociales
- Mezclas de ideales progresistas
- Escalones** que llevan a ideales
- Faroles** que iluminan culturas
- Huellas** escondidas culturales
- Unión y balance cultural
- Unión que progresa al balance cultural
- Creación de contrastes sociales
- Creación de uniones contrastantes sociales
- Creación de huellas contrastantes sociales
- Progresión de puntos y balance
- Identidad que une e balance y progresión
- Escalones de **balance** y progresión
- Progresión** de ideas culturales



Posibles frases

- Creación de huellas contrastantes sociales**
- Escalones de balance y progresión**
- Plumas de excelencia productiva**
- Creación de contrastes sociales**

Estas frases se obtienen de la combinación de las palabras marcadas como de la combinación de otras frases anteriormente seleccionadas. Adicional denotan la idea de un proyecto que marcará y logrará a la sociedad. Adicional a lograr una equidad en cada uno de los aspectos que involucran el proyecto.



### **Creación de huellas y contrastes sociales**

Concepto que se basa en que cada uno de los proyectos realizados dentro de la plataforma antología dejara huella en la sociedad, sociedad que actualmente se encuentra dividida y existe un contraste entre individuos que si reciben una remuneración económica como debe de ser como individuos que actualmente no es reconocida su profesión y especialización. Aplicación de figuras orgánicas, así como elementos curvos haciendo alusión a la huella y estos deben estar en contraste con elementos geométricos.

### **Escalones de balance y progresión**

Frase que representa la forma en la que cada uno de los sujetos puedan integrar el proyecto subirá de nivel gráfico al formar parte de este, con esto mismo se podrá subir la calidad de proyectos relacionados a la industria creativa y lograr una mejora en la cultura y sociedad. Utilización de figuras geométricas como el cuadrado y el rectángulo, paleta de colores sobrios y solidos como el negro, gris y blanco.

### **Plumas de excelencia productiva**

Esta frase representa la idea de las jerarquías sociales en la naturaleza, haciendo referencia en específico al momento que el Pavo Real desea demostrar su poder cuando alza sus plumas. Así mismo se desea representar la diversidad en el color y forma de las plumas, y como estas pueden ser aplicadas como referencias visual. Utilización de formas organices y elementos curvos junto con una paleta de colores que refleje tranquilidad y sobriedad como el celeste, blanco y morado.

### **Creación de contrastes sociales**

Concepto en el cual esta basado la idea de que por medio de la existencia de la plataforma habrá un contraste histórico en la industria creativa reflejando los proyectos que poco a poco han ido en aumento en cuanto a su calidad y la forma en que las empresas comienzan a confiar en esta plataforma, buscando referencia visual en las escenas industriales que se presentan en la ciudad. Aplicación de formas orgánicas en contraste con formas geométricas así como paletas de colores cálidas en contraste con sobrias y frías.





### 3. Lluvia de ideas con sinónimos

Este proceso de conceptualización se basa en la obtención de ideas o palabras relacionadas con el objetivo para luego buscar sinónimos de estas.

Las propuestas de palabras son:

Avanzar  
Poder  
Continuar  
Colocar  
Comenzar  
Excelencia  
Formas  
Antologías  
Soluciones  
Mezclas

Los sinónimos obtenidos fueron

Avanzar = marchar, adelantarse, progresar, aproximarse, acercarse, aventajar, rebasar, recorrer, traspasar, prosperar, evolucionar

Poder = Mando, poderío, dominio, autoridad, potestad, supremacía, fuerza, vigor, energía, capacidad, alcanzar,

Continuar = seguir, proseguir, permanecer, prolongar, prorroga, persistir, mantener, reanudar

Colocar = comenzar, poner, situar, emplazar, instalar, distribuir, acomodar, alojar, estacionar

Comenzar = empezar, principios, iniciar, originar, incorporar, comienzo, inaugurar, emprender, abrir, fundador, nacer, generar, surgimiento

Excelencia = calidad, exclusividad

Formas = marcas, huellas

Antología = selección, selecto, privilegio, colección, compilación, reunión, anécdotas

Solución = Promoción

Mezcla = agrupación

Luego de obtener estas palabras se procede a creación de frases. En este proceso el cliente intervino directamente colaborando con dar ideas de lo que este desea que conceptualmente refleje el proyecto.

- Colección de trazos y huellas
- Faroles que iluminan colecciones
- Nacimiento colectivo** de trazos culturales
- Compilación de surgimiento artísticos
- Compilación de surgimiento culturales
- Luces que trazan caminos
- Colección de ideas que iluminan
- Unidad, colección e iluminación
- Orden, balance y vida
- Creación de balance por medio de la vida.
- Dualidad de sociedades
- Andrógeno
- Dualidad de opuestos
- Dualidad** de surgimientos culturales
- Orden de nacimiento colectivo
- Orden colectivo de dualidad
- Balance y orden social
- Balance y colección social
- Nacimiento de orden y balance
- Orden doble de un nacimiento colectivo
- Regreso de básico y unión.
- Imágenes que transmiten dualidad
- Colección de ideas y dualidad
- Dualidad colectiva de progreso social
- Surgimientos Opuestos culturales
- Representación de orden dual colectivo
- Unión colectiva de dualidad
- Dualidad opuesta colectiva
- Orden de dualidad colectiva



Posibles frases

- Orden, prosperidad y dualidad**
- Dualidad que crea balance y colección social**
- Orden dual y colectivo**
- Dualidad colectiva social**

Estas frases provienen de la combinación de las anteriores. Además de reflejar una de las filosofías de proyecto, la cual consiste en el crecimiento a través de la inversiones y que cada uno de los integrantes a éste posee una misma cantidad y calidad de oportunidades para su desarrollo profesional.





### Orden, prosperidad y dualidad

Dicha frase representa la forma en que cada uno de los elementos que intervienen en la sociedad deben de estar en orden para que esta funcione y así prosperar en conjunto, una de las finalidades del proyecto antología. Empleo de elementos curvos y formas basadas en círculos que irán en aumento, manejar siempre los elementos gráficos en pares contrastantes, ejemplo: líneas en contrastes con círculos.

### Orden dual y colectivo

Forma que busca el proyecto “Antología” dar un orden a cada uno de los profesionales que intervienen en el área creativa y de esta forma su trabajo sea remunerado de manera justa. Para graficar este concepto es necesario la aplicación de retículas y ejes estructurados y ordenados, como utilizar los elementos de diseño asemejando a una agrupación y paleta de colores cálida.

### Dualidad colectiva social

Esta frase se refiere a la forma en que los elementos en la sociedad deben de poseer una contraparte, es una ley colectiva para que la misma sociedad funcione. Son aspectos filosóficos proporcionados por el cliente, ya que según menciona Kummerldfet (2014)<sup>3</sup> todo en el universo debe ser dos para que este funcione, “no todo puede ser bueno por que si no como existiría el mal”. La aplicación de esta frase se puede lograr mediante la utilización de elementos estructurados en par, ejemplo: dos cuadrados, dos círculos, colores complementarios, etc.



### Dualidad que crea balance social y colección social

Cada uno de los elementos en la naturaleza poseen un par o un contrario; hombre- mujer, arriba-abajo, blanco-negro, frio-caliente. Es por lo mismo que este contraste es indispensable para el balance del universo, es de esta forma como funciona la sociedad. La aplicación del significado debe ser con elementos orgánicos y paleta de colores solidos y fríos.



Frase conceptual seleccionada cambiando el orden de las palabras;  
**Creación de dualidad y balance social**

3.Kummerfeldt, Chris. 2014. Director del proyecto “Antología”. Brief elaborado para información del proyecto. Adjunto en el anexo I.

## Fundamentación de la frase conceptual

### Frase seleccionada

# “Creación de dualidad y balance social”

### Creación

Para la Real Academia Española [RAE (2015)] es acción de crear (hacer a alguien lo que antes no era).

### **Asociación conceptual**

La finalidad del proyecto “Analogía”, es buscar establecer nuevos sistemas de trabajo para la industria creativa en Guatemala.

### Dualidad

Según la RAE (2015) es la existencia de dos caracteres o fenómenos distintos en una misma persona o en un mismo estado de cosas.

### **Asociación conceptual**

Simboliza una de las filosofías del proyecto, ya que en cada uno de los aspectos del ser humano siempre existe la dualidad; blanco-negro, hombre-mujer, arriba-abajo, frío-caliente, riqueza-pobreza, etc. Por lo tanto representa el contraste que debe existir para que dos puntos puedan establecerse y coexistir

### Balance

La RAE (2015) indica el estudio comparativo de las circunstancias de una situación, o de los factores que intervienen en un proceso, para tratar de prever su evolución.

### **Asociación conceptual**

Este proyecto busca lograr una equidad en la sociedad por medio de que cada uno de los profesionales en Guatemala posee las mismas oportunidad para la realización de un proyecto y así que este sea remunerado y reconocido de una forma equitativa.

### Social / sociedad.

RAE (2015) menciona como la agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

### **Asociación conceptual**

El proyecto tiene un fin de apoyar a la sociedad por medio de impulsar la economía y mejorar la cultura e industria creativa en el país.





Esta frase representa la idea principal del proyecto, la cual es la necesidad de crear nuevas oportunidades por medio de plataformas de trabajo para una industria emergente en el país. Existe una dualidad de clases sociales, una clase obrera emergente que cuenta con el talento, conocimiento y principalmente con los estudios especializado; como el grupo de empresarios que solicitan servicios creativos más innovadores, por medio de la integración en un espacio virtual de esta se logrará un balance social. Logrando mejorar la economía, cambiando las oportunidades y creando una mejora en cuanto al cobro de servicios en la industria.

La frase conceptual se puede graficar mediante la utilización de una paleta de colores cálidos contrastantes con colores fríos y sobrios como lo son el negro, gris y blanco. Utilización de formas geométricas como círculos, líneas, cuadrados y rectángulos, lo cuales mediante la composición puede ser reflejada la unión y colectividad. Aplicación de ejes horizontales y verticales estructurados. La tipografía debe reflejar formalidad e innovación por medios de rasgos estructurados y simples sugiriendo una familia San-Serif.

Uno de los aspectos a tomar en cuenta en graficar esta frase es que el grupo objetivo es 100% visual, por lo tanto la utilización de la fotografía es indispensable, la cual debe reflejar cada una de las áreas principales del proyecto, así como sus integrantes y sus proyectos. Cada uno de los elementos gráficos aplicados debe poseer un balance visual sin crear saturación, demostrando que si es una frase conceptual que puede graficarse y relejar el proyecto.

Uno de los estilos que se propone aplicar es el minimalismo el cual como lo menciona Könemann (2006), se basa en el rechazo de las prácticas habituales de la composición pictórica tratando de resituar el contexto de la tradición artística europea. Teniendo como características la aplicación fundamental de la filosofía “Menos es más”, utilización de formas geométricas, reducción en la aplicación de elementos gráficos, aplicación de colores contrastantes y sólidos, paleta de colores sobria principalmente como blanco, negro y tonalidades de grises, inspiración en formas y elementos industriales, abstracción de formas, simplificación en la función de los elementos visuales.

# CODIFICACIÓN DEL

# MENSAJE

## Concepto

Creación de dualidad y balance social

Creación + Dualidad + Balance + Sociedad

## Aspecto Connotativos

**Creación:** lograr oportunidades no existentes, nuevos caminos creados en base a nuevas ideas.

**Dualidad:** sentido de opuestos, cada uno de los elementos básicos en el universo posee su opuesto, una parte contraria que aporta valor a la otra, ejemplo; negro y blanco, luz y oscuridad, hombre y mujer, entre otros.

**Balance:** existen los contrastes antes mencionados, pero la existencia de estos deben de tener su opuesto en el mismo sentido o nivel. Lograr la unión entre cada uno de los elementos sin restar o sumar importancia.

**Sociedad:** unión de individuos que interactúan entre si, existen ciertos preceptos, valores y símbolos que los crean como una unidad, a su vez que cada uno de estos individuos es individual, por lo tanto existen un aporte amplio de conocimientos y oportunidades.





## Signos

### /Color/

**Función de la comunicación:** contribuir a la comunicación del mensaje y plasmar la frase conceptual mediante la correcta aplicación de este elemento.

**Qué queremos expresar (connotar):** asociación positiva de sobriedad y formalidad adicional a realizar contraste entre los distintos elementos de la composición, como transmitir la idea de contraste entre la paleta de colores cálidos y colores fríos

**Cómo lo vamos a plasmar (denotativo o técnica):** utilización de colores cálidos, como rojos, anaranjados, amarillos en contraste con colores sobrios como morados, negros, grises o blancos.

### /Retícula/

**Función de la comunicación:** crear un orden visual para integrar mejor los elementos gráficos y así contribuir a la comunicación del mensaje.

**Qué queremos expresar (connotar):** Sobriedad, orden, fluidez visual y vanguardia en el diseño y limpieza en la composición.

**Cómo lo vamos a plasmar (Denotativo o técnica):** utilización de retículas estructuradas formales tanto horizontales como verticales, basadas en la geometría del rectángulo.

### /Ejes/

**Función en la comunicación:** permitir un orden visual para lograr una mejor composición de elementos así como delimitar la estructura de la retícula.

**Qué queremos expresar (connotar):** transmitir a los integrantes del proyecto rectitud, formalidad y seriedad a su vez de contrastar con dinamismo.

**Cómo lo vamos a plasmar (Denotativo o técnica):** Ejes rectos en su mayoría horizontales como también verticales. Transmitir el dinamismo por medio del rompimiento de estos.

### /Tipografía/

**Función en la comunicación:** Permitir la comunicación plasmando el contenido teórico por medio de caracteres. Así como transmitir el concepto empleado.

**Qué queremos expresar (connotar):** innovación, formalidad, sobriedad y elegancia en cuanto a la propuesta utilizada.

**Cómo lo vamos a plasmar (denotar):** aplicación de caracteres con trazos formales, sólidos pero a su vez limpios, utilizando tipografías San Serif. Transmitir el dinamismo por medio de la aplicación de distintas familias tipográficas.



## /Símbolo/

**Función de la comunicación:** elemento representativo del proyecto “Antología” por medio de la abstracción de la filosofía y concepto empleado en el mismo.

**Qué queremos expresar ( connotar):** Sobriedad, formalidad e individualidad de cada una de las áreas logrando integración de estos distintos elementos.

**Cómo lo vamos a plasmar ( denotativo o técnica):** uso de elementos geométricos como línea y círculos, empleándolos en composiciones estructuradas.

## /Imagen/

**Función de la comunicación:** apoyo en la comunicación y transmisión del mensaje.

**Qué queremos expresar ( connotar):** dinamismo, creatividad, integración, intervención de distintas áreas relacionadas a la industria creativa en Guatemala.

**Cómo lo vamos a plasmar ( denotativo o técnica):** empleo de fotografías de los miembros en sus labores que representan al área a la cual integran.

## /Formato/

**Función de la comunicación:** espacio que se utiliza para la realización de la composición e integración de los elementos gráficos mencionados anteriormente.

**Qué queremos expresar ( connotar):** amplitud, sobriedad, responsabilidad, rectitud, sensatez.

**Cómo lo vamos a plasmar ( denotativo o técnica):** utilización de formatos geométricos en su mayoría horizontales, debido a relacionar esto al portal web.

## /Soporte/

**Función de la comunicación:** medio físico por el cual se aplicaran las piezas y sus distintos elementos.

**Qué queremos expresar ( connotar):** innovación, creatividad, solidez y formalidad.

**Cómo lo vamos a plasmar ( denotativo o técnica):** utilización de medios físicos como papeles mates, e impresiones digitales para reflejar la innovación. Aplicación de métodos innovadores de impresión, como impresión con tintas de cera.





PLANEACIÓN

ESTRATEGIA DE

MEDIOS



## ¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?

## ¿Cómo se distribuirá?

### PIEZAS y MEDIO O SOPORTE

### CARÁCTER

### PROPÓSITO

### LUGAR

### TIEMPOS

### A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO

Logotipo  
(versión digital para uso en impresos y digitales).

Imagen visual

Identificar el proyecto "Antología" así como comunicar al grupo objetivo de una manera visual acerca de cuál es el concepto y en que consiste el proyecto.

Aplicación en cada una de las piezas que sean necesarias para identificación, comunicación y promoción del proyecto. Utilizándolo tanto de forma digital como impresa.

Indefinido hasta que se pueda optar por un rediseño.

Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar

Tarjeta de presentación.  
Impresa.  
8 cm x 9 cm

Imagen visual

Soposte físico para lograr la comunicación e identificar a los relacionados en el proyecto "Antología" con personas externas a este.

Sera proporcionada en cada momento que se necesite indicar datos referentes de comunicación.

Indefinido hasta que se solicite cambio de información de la pieza.

Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar

Hoja Membretada  
Impresa  
8.5 pulgadas x  
11 pulgadas

Imagen visual

Soposte físico para la comunicación de asuntos tanto internos como externos relacionados con el proyecto

Será proporcionada en el momento que sea requerida la comunicación con algunos de los integrantes del proyecto, o bien en casos especiales para proporcionar información del mismo.

Indefinido hasta que se solicite cambio de información de la pieza.

Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar



## ¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?

## ¿Cómo se distribuirá?

PIEZAS y MEDIO o SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Sobre Membretado Impreso tipo americano 26.365 cm x 11.43 cm	Imagen visual	Protección de las hojas membretadas e identificación de la correspondencia externa proveniente del proyecto.	Será proporcionada en el momento que sea requerida la comunicación con algunos de los integrantes del proyecto, o bien en casos especiales para proporcionar información del mismo.	Indefinido hasta que se solicite cambio de información de la pieza.	Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar
Firma electrónica Digital	Imagen visual	Elemento visual colocado en los correos electrónicos para identificar a un determinado individuo que éste forma parte de la plataforma "Antología", así como proporcionar datos adicionales de comunicación como teléfono, redes sociales u otros medios de comunicación.	Aplicado en los correos electrónicos de los involucrados.	Indefinido hasta que se solicite un cambio en la pieza	Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar el cual proporciona el arte. Pero la pieza será adjuntada en los correos electrónicos y será enviada por los mismos integrantes del proyecto.
Plantilla para presentaciones Digitales Digital	Imagen visual	Contribuir a la comunicación e identificación del proyecto en el momento de realizar presentaciones visuales digitales relacionadas con este.	Aplicación en las presentaciones relacionadas con el proyecto.	Indefinido hasta que se pueda optar un cambio de información en la pieza o requiera de rediseño.	Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar. Así como por involucrados en el proyecto que requieran realizar presentaciones.

# ¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?

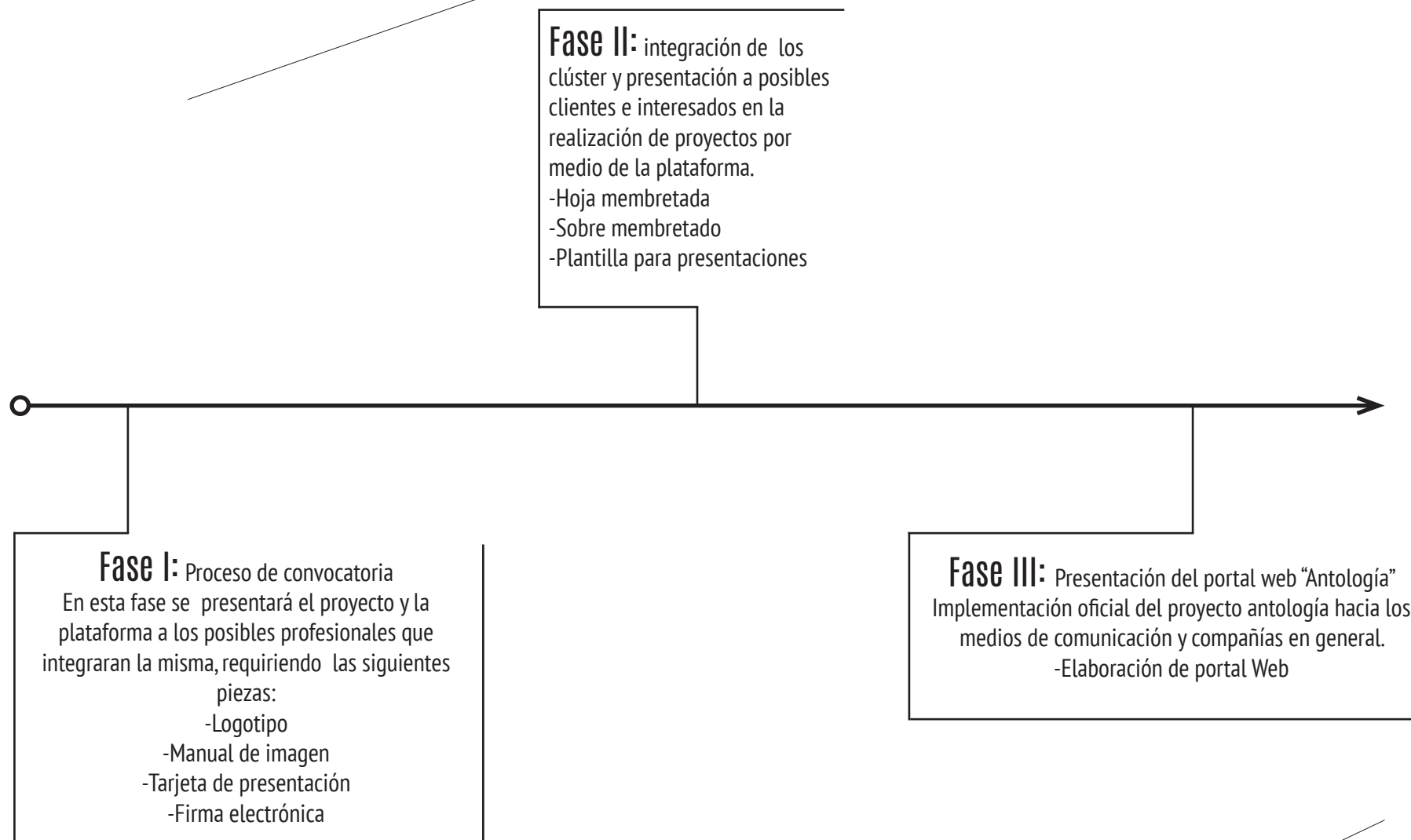
# ¿Cómo se distribuirá?



PIEZAS y MEDIO o SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Línea gráfica para plataforma web Digital	Imagen visual	Proporcionar todos los lineamientos gráficos para aplicar dentro de la plataforma, así de esa forma lleve una coherencia visual con las demás piezas y forme una unidad visual en relación al proyecto.	Espacio virtual que almacene la plataforma	Indefinido hasta que se pueda optar por un rediseño	Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar
Plantilla impresa para CD	Imagen visual	Medio físico para uso en la comunicación y transmisión de archivos. Realizado de forma interna como externa del proyecto.	Este será proporcionado hacia cualquier integrante (cluster), en circunstancias que se necesite transferir materiales digitales.	Indefinido hasta que se solicite un cambio de información.	Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar, entrega del arte para su impresión pero la pieza puede ser proporcionada por cualquier miembro del proyecto.
Manual de imagen visual Digital	Imagen visual	Herramienta en donde se debe indicar cada uno de los lineamientos gráficos para lograr una línea gráfica definida y de esta forma unidad visual del proyecto.	Esta debe ser proporcionada digitalmente debido a que constantemente puede llevar cambios.	Indefinido hasta que se solicite un cambio de información.	Encargado de comunicación del proyecto Joshua Cuellar



## Fases Estratégicas de comunicación



## BOCETAJE

La realización del proceso de bocetaje, se realizó a partir de emplear distintas técnicas, las cuales se encuentran realizadas y documentadas en una secuencia ordenada a partir de la frase conceptual; “ Creación de dualidad y balance social ”, hasta obtener la propuesta final, desarrollando procesos tanto manuales como digitales.



Para la comprensión de dicho proceso se utilizan la siguiente iconografía:



Posibles propuestas



Propuestas seleccionadas



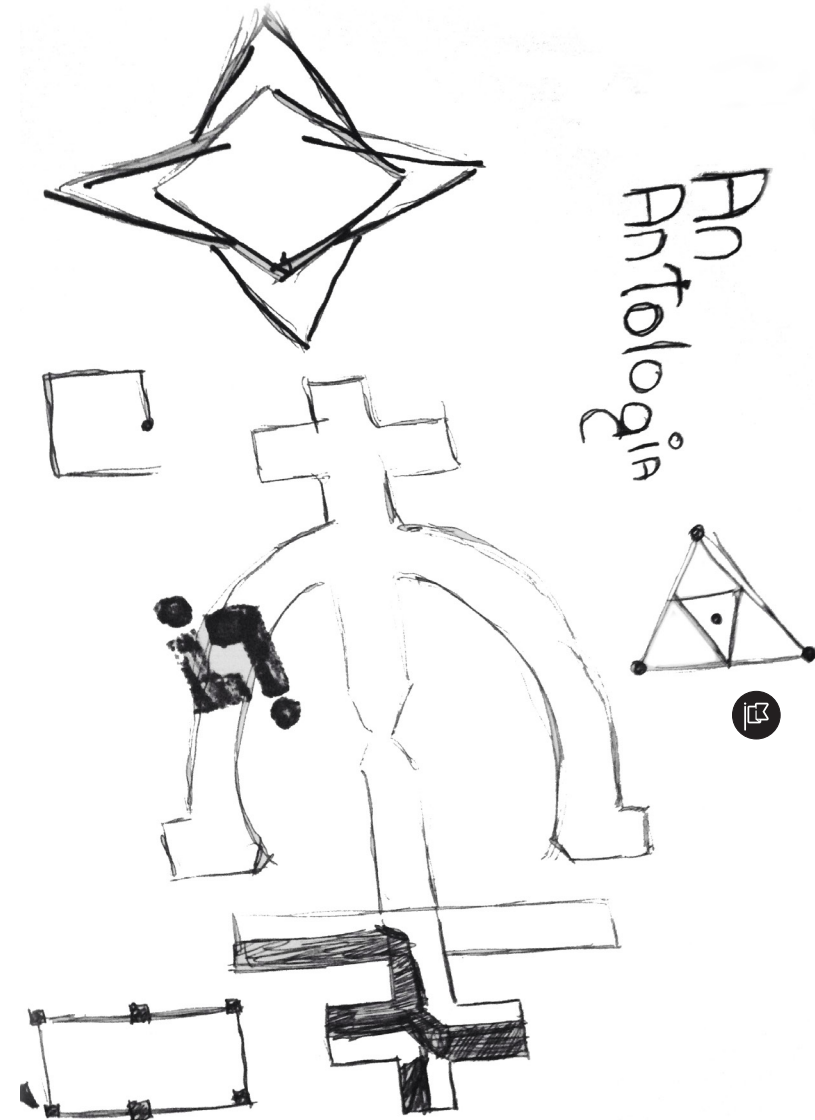
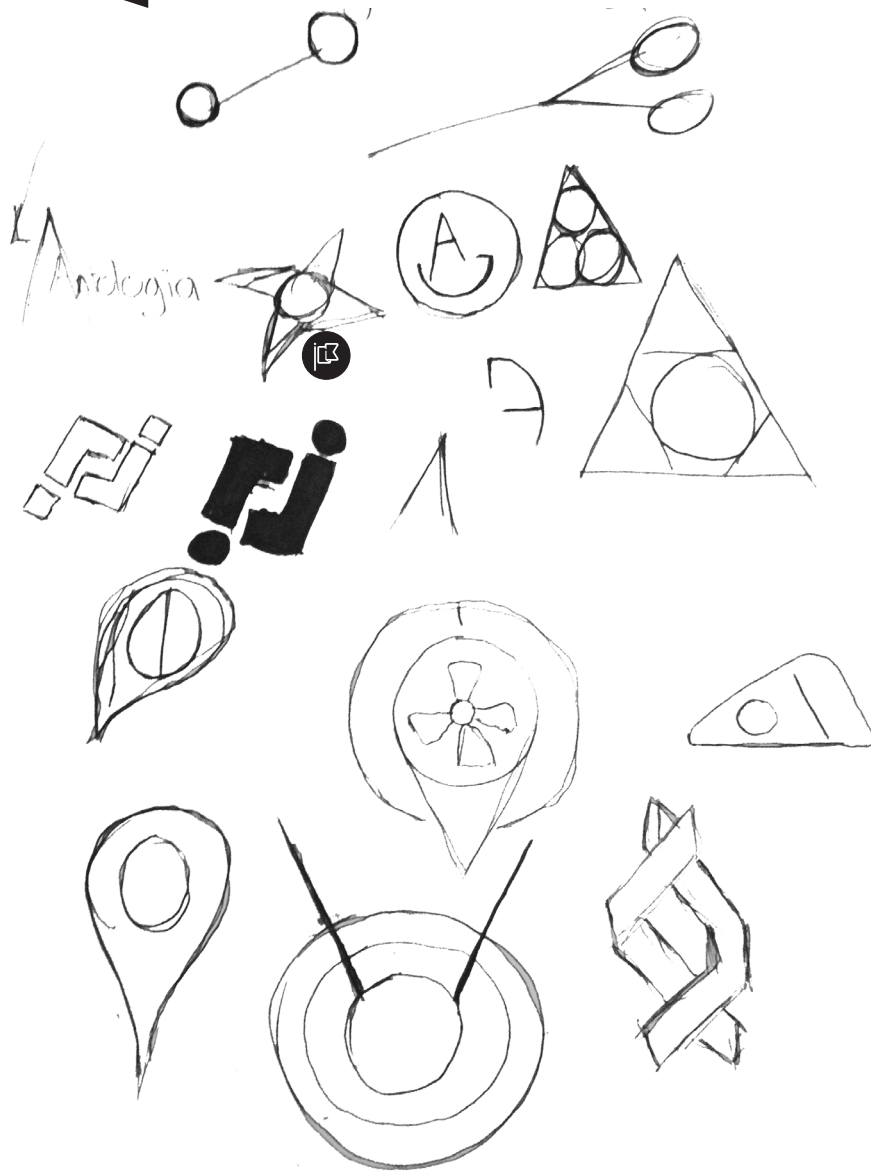
Cita contenido teórico



Aporte según la codificación sugerida

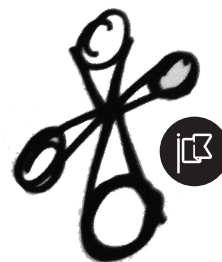
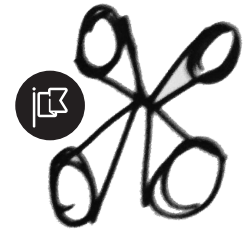
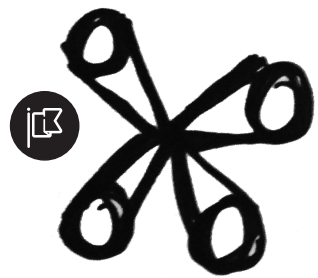
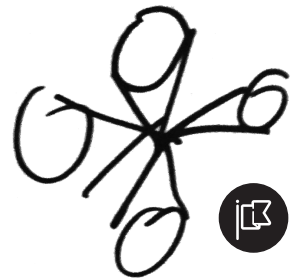
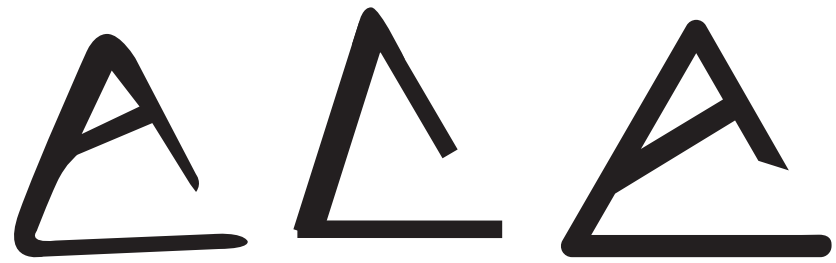
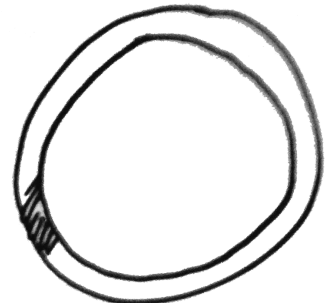
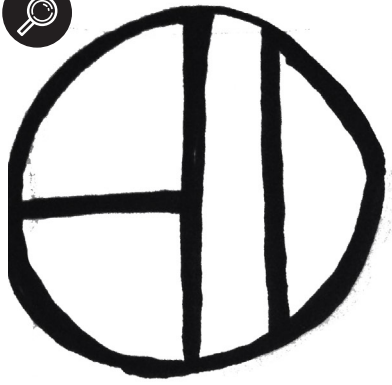
## ▲ Fase I: bocetaje manual

En esta fase se realizan trazos preliminares, basados en el concepto y las formas que éste sugiere, combinándolas entre estas logrando ciertas figuras preliminares que se podrían utilizar para aplicación de íconos o también posibles elementos de apoyo. Se utiliza instrumentos como marcadores y lapiceros.









Se realizan propuestas manuales de tipografía ya que según Estrada( 2005), una de las formas que adapta una marca puede ser inicial.



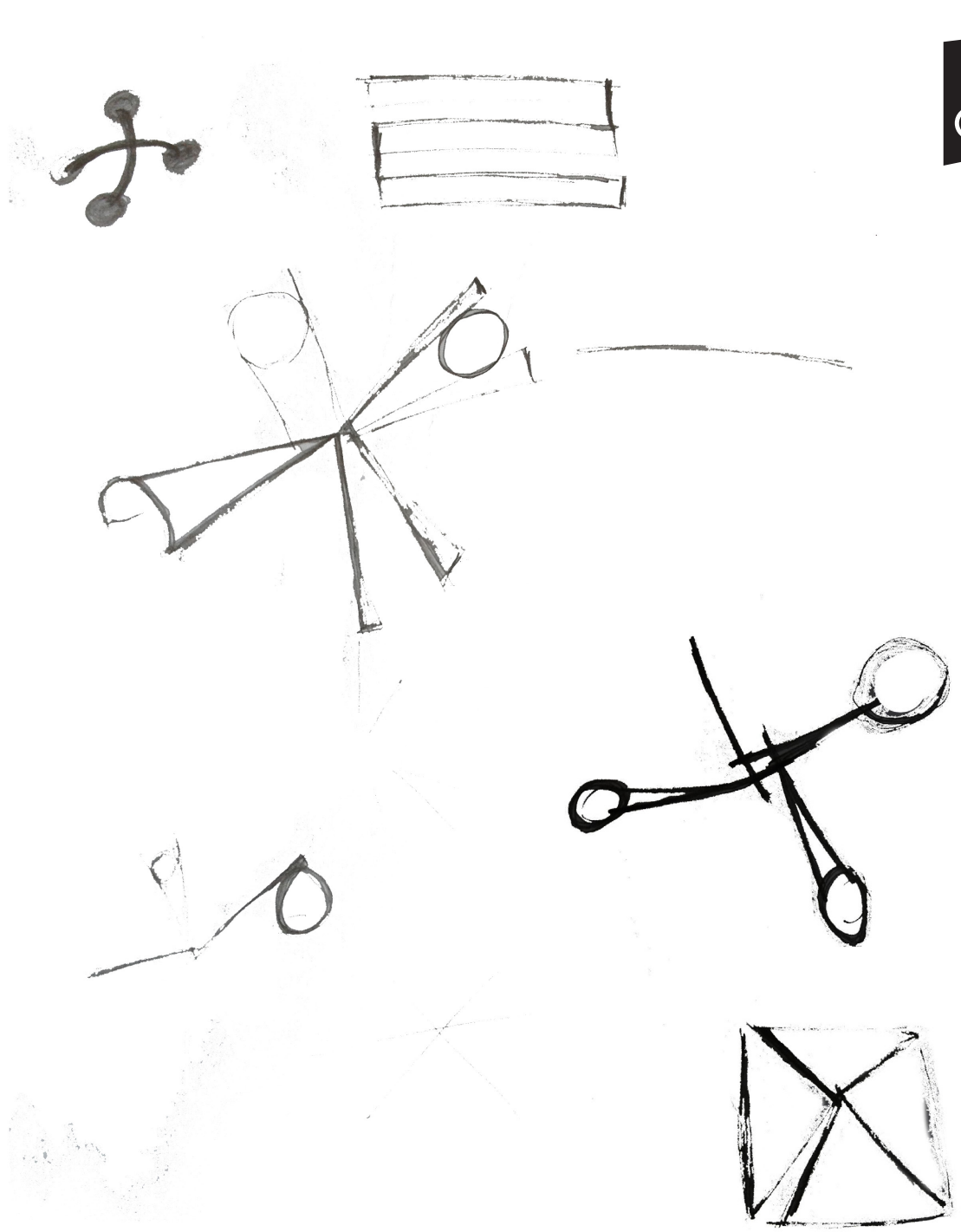
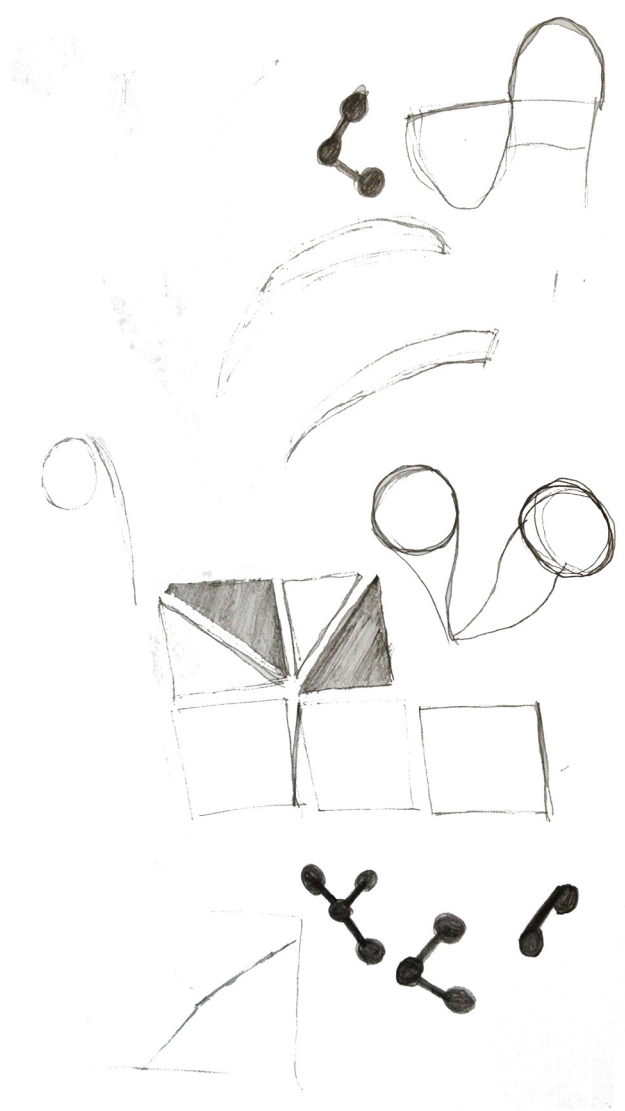
Esta no cumple con el propósito de diseño indicado en la codificación del mensaje antes propuesta.



Se toma la decisión de utilizar solamente figuras, por lo tanto se continua utilizando y desarrollando esta figura.



Propuestas a digitalizar  
Figura seleccionada ya que se adapta a los códigos visuales antes planteados.



Realización de distintas pruebas manuales del isotipo seleccionado, para lograr la mejor estructura y composición de sus distintos elementos.



## ▲ Fase II: bocetaje digital

La siguiente fase consiste en digitalizar en vectores las propuestas antes indicadas en la fase manual. Realizando distintas pruebas de composición en base a la figura seleccionada.

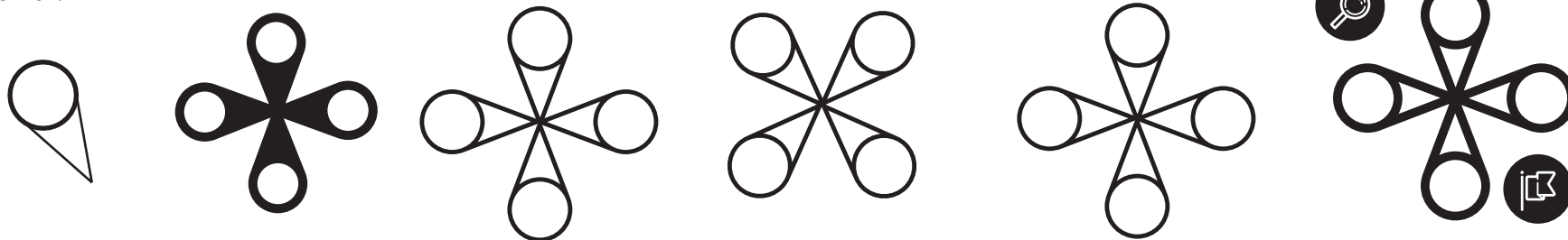


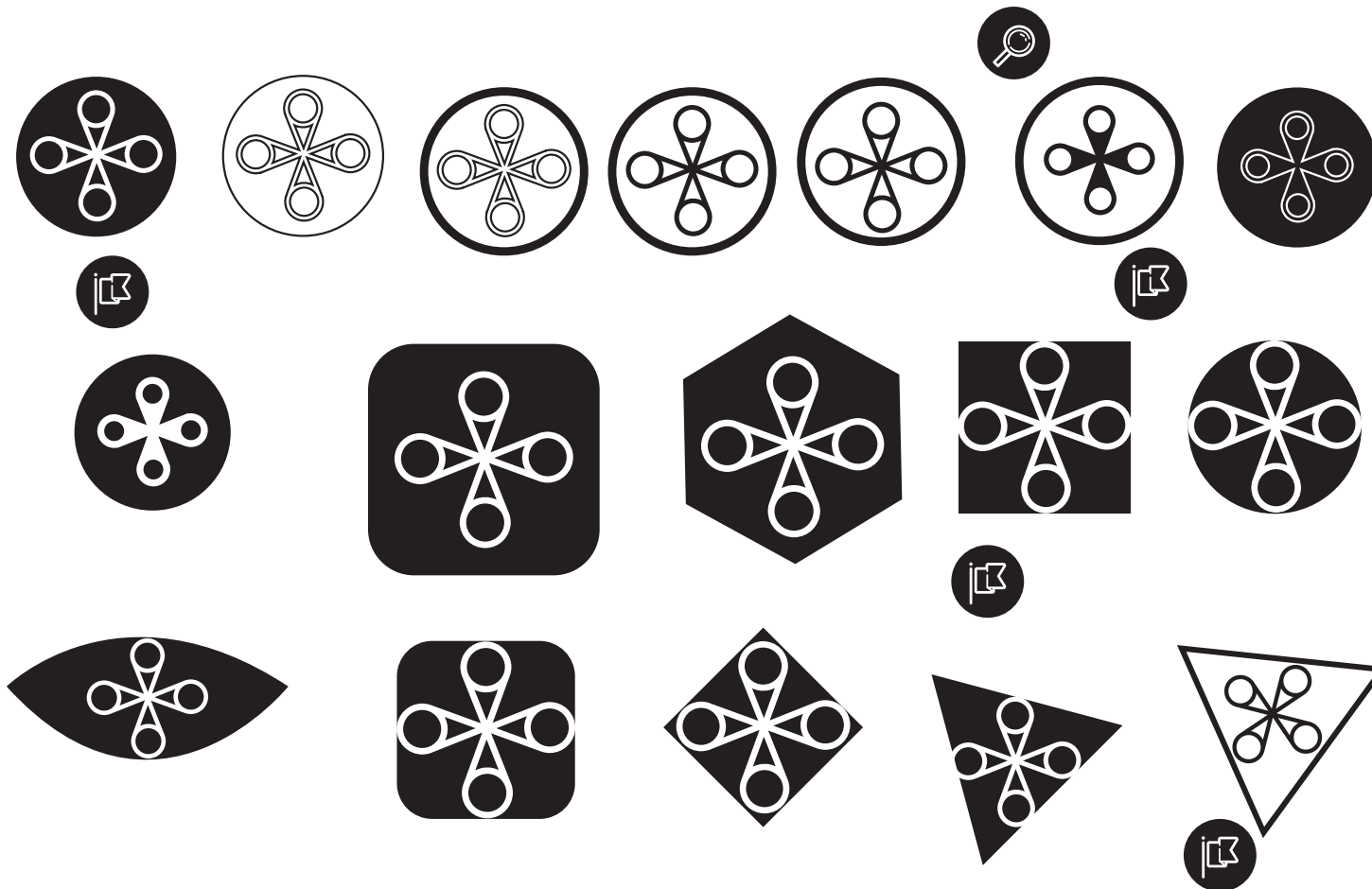
Figura indicada la cual se adapta a la tabla de visualización mostrada en la codificación del signo.

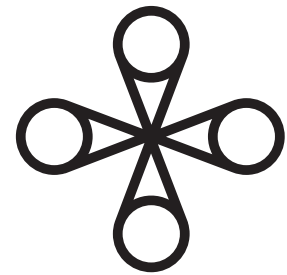
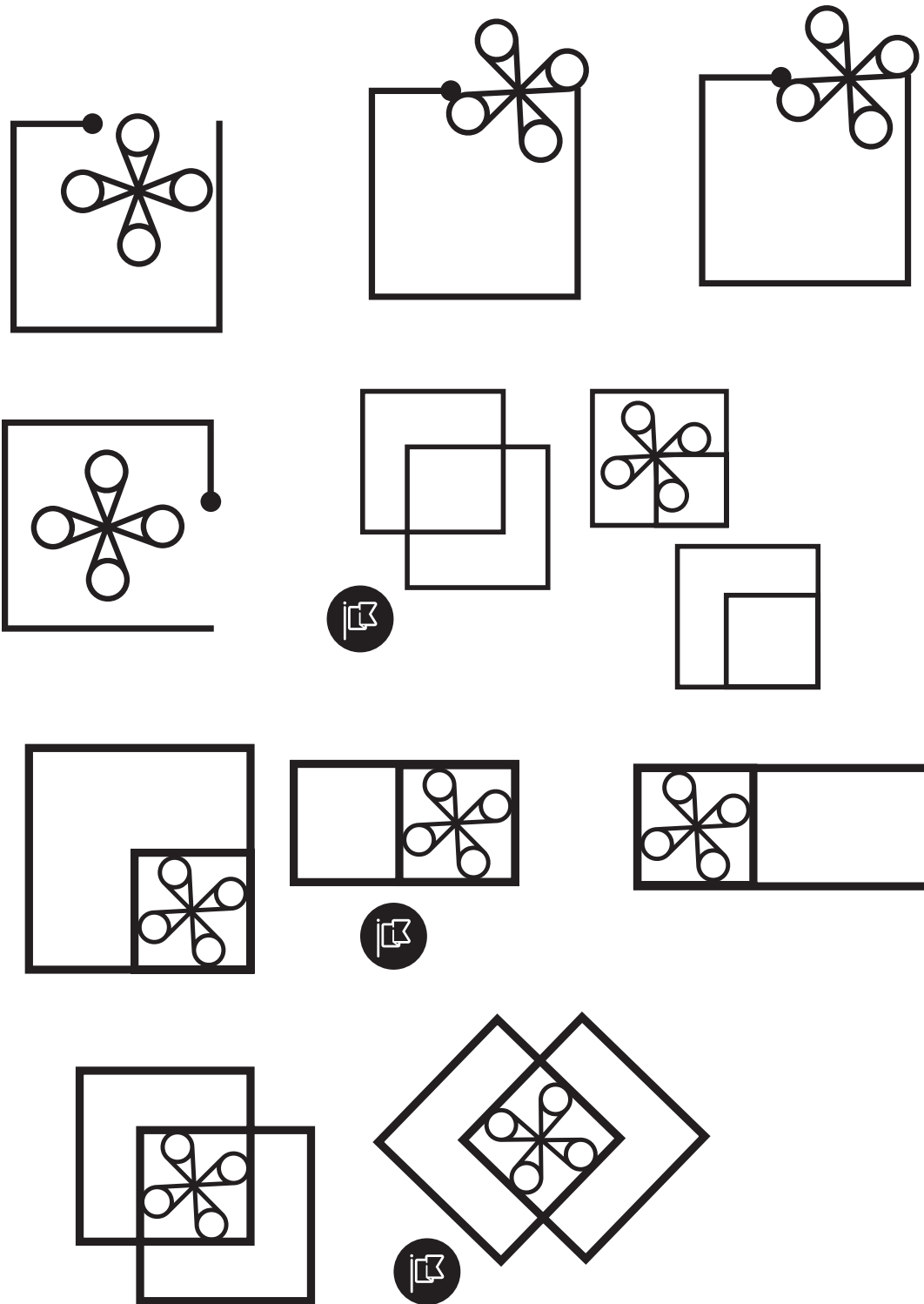


Según las indicaciones de un buen logotipo este debe ser memorable así como poseer ley de Gestalt.



Implementación de elementos gráficos para lograr distintas propuestas de composición como posibles aplicaciones.





La figura seleccionada cumple con los requerimientos y objetivos propuestos.

Ninguna de las pruebas de composición resultan satisfactorias según los códigos visuales planteados, por lo tanto el signo/icono se aplicará de una forma individual.



## Fase III: pruebas tipográficas

En esta fase se muestran las tipografías que según el cuadro de visualización en la codificación del mensaje, se adapta a la frase conceptual mencionada. Realizando la selección de las distintas familias tipográficas que se podrán aplicar al proyecto.



Ya que para Murphy(1988) es importante construir el diseño con una buena tipografía, o trabajar en una fuente adaptándola al concepto elegido. El lema o slogan se añade para experimentar su composición junto al logo.

**PLAYSIR  
LA ANTOLOGIA**

⋈⋈⋈⋈⋈  
⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈

**PRETENDER  
LA ANTOLOGIA**

HOMODA  
LA ANTOLOGIA

Mt kutumm Breere  
La Antologia

**A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z.**

⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈  
⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈⋈  
⋈⋈⋈⋈⋈.

**A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z.**

A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z.

adcdetghijk  
lmnopqrstu  
vwxyz.

**Antonio  
La Antologia**

**ADAM  
LA ANTOLOGIA**

**Yanone  
La Antologia**

**zarautz  
la antologia**



**Yorkville  
La Antologia**

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

**A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z.**

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

**Yorkville  
La Antologia**



**Web Serveroff  
La Antologia**

**Vitage  
La Antologia**

**Verdana  
La Antologia**

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.



**Verdana  
La Antologia**

**Tw Cen MT  
La Antologia**

**Trebuchet  
La Antologia**

**Thin lines and curves  
La Antologia**

**Skarpa  
La Antologia**

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.

SIX CAPS  
LA ANTOLOGIA



Shket  
La Antologia



Shket  
La ANTOLOGIA

Sareavek  
La Antologia

A B C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .

A B C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .



ORATOR  
LA ANTOLOGIA

Orator  
La Antologia

A B C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .

Relaway  
La Antologia

PRETENDER  
LA ANTOLOGIA

PLEXI FONT  
LA ANTOLOGIA

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .

A B C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

A B C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .



MOHAVE  
LA ANTOLOGIA



Miso  
La Antologia

Matchbook  
La Antologia

A B C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .



La tipografía seleccionada muestra caracteres estructurados e innovadores reflejando sobriedad, elegancia y limpieza.



Murphy (1988) menciona que los elementos aplicados a una marca deben de ser memorables hacia el grupo objetivo.

Según Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) la legibilidad y estructura en la tipográfica es indispensable para el diseño web. Aspecto fundamental en la decisión de la familia tipografía a utilizar tomando en cuenta que el logotipo y su línea gráfica será aplicado en web.



LA ANTOLOGIA

# La Antologia

LA ANTOLOGIA

LA ANTOLOGIA



La Antologia

*La Antologia*

La Antologia

La Antologia



Se realiza el primer filtro de tipografías, las cuales muestran caracteres que responden a una mayor forma de trazos previamente propuestos en la codificación del mensaje. Adicional reflejan unión y conectividad y se toma en cuenta que son familias tipográficas San-Serif.



Estas tipografías responden a un estilo minimalista.



Las siguientes tipografías son seleccionadas ya que cumplen con las características deseadas por lo tanto se utilizarán para realizar pruebas de integración y composición con le isotipo, en caso éstas no respondan a la tabla de visualización durante el proceso de bocetaje se deberá retomar la selección presentada en el primer filtro.

ORATOR

LA ANTOLOGIA

A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

Miso

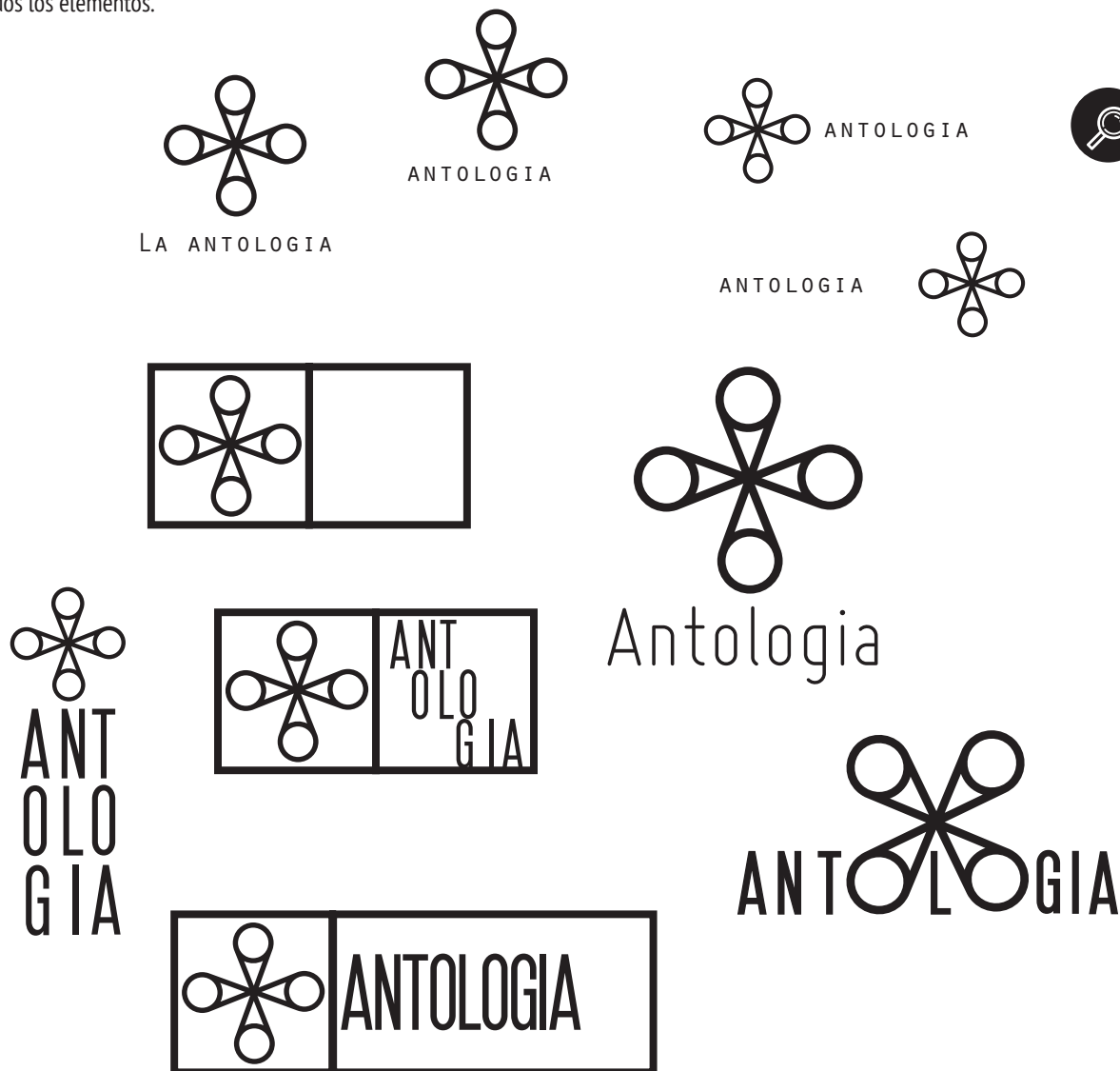
La Antologia

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .



## ▲ Fase IV: integración de isotipo y tipografía

En la siguiente fase se muestran las pruebas de integración tipográfica y del isotipo, así como de realizar composiciones que respondan a la frase conceptual, como al proceso de visualización en cuanto a la integración de todos los elementos.



Se debe tomar en cuenta que para Estrada (2005), una de las formas que llega adoptar una marca es el logotipo o imagotipo.

Así mismo para Murphy (1988) en la creación de un logotipo el responsable de la empresa debe implicarse, desde su inicio al proceso de creación, aportando sus necesidades, inquietudes, gustos, estilos, objetivos, etc, y resumirlos en un completo briefing que exponga con detalle todo lo que debe representar el logotipo.





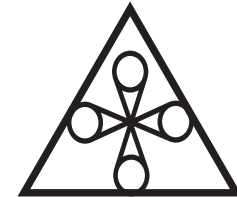
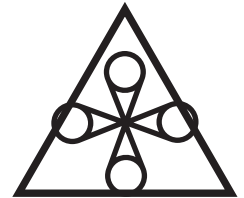
Antologia 

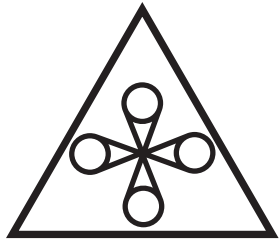


 Antologia

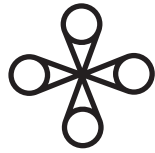


 Antologia

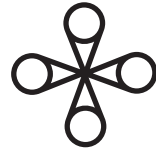




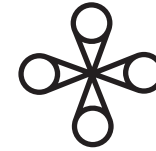
ANTOLOGIA



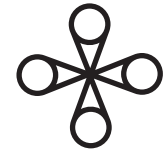
ANTOLOGIA



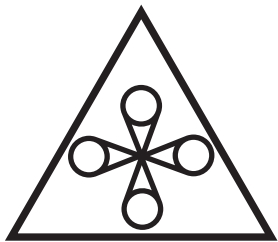
ANTOLOGIA



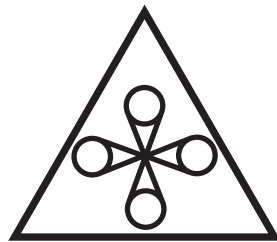
ANTOLOGIA



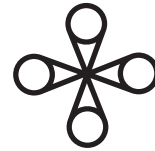
ANTOLOGIA



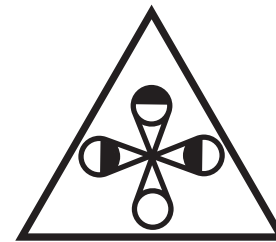
ANTOLOGIA



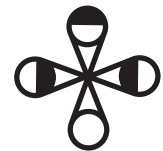
ANTOLOGIA



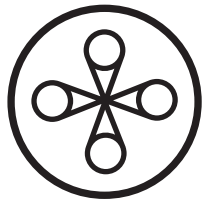
ANTOLOGIA



ANTOLOGIA



ANTOLOGIA



ANTOLOGIA



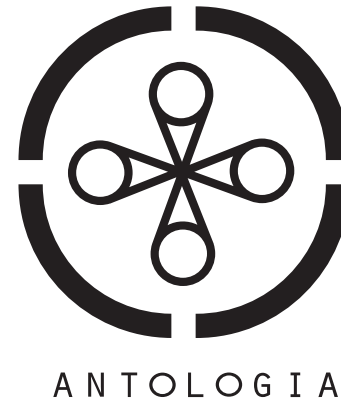
ANTOLOGIA

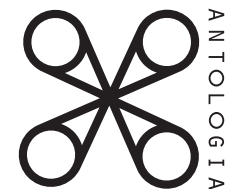


Se realizan distintas pruebas de aplicación del logotipo junto con la tipografía en distintos fondos o contornos.



Como lo indica Murphy (1988) los vectores son las herramientas más utilizadas, ya que no se altera con el cambio de tamaño tan fácilmente como una imagen creada por bits, además de ser preferidas en las imprentas por su condición de color: pueden ser RGB o CMYK según las preferencias de los impresores.





Prueba y selección acerca de la mejor orientación para colocar el isotipo, así como realizar pruebas de aplicación con la tipografía.



Con la propuesta seleccionada se procede a realizar distintas pruebas tanto de composición como de alineación aplicando los ejes mencionados en los códigos de visualización.



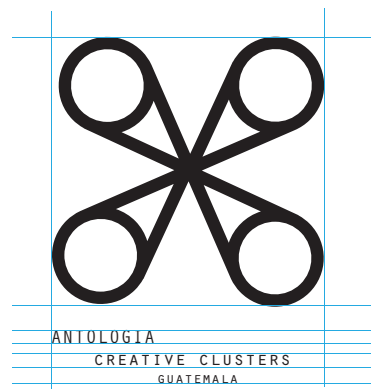
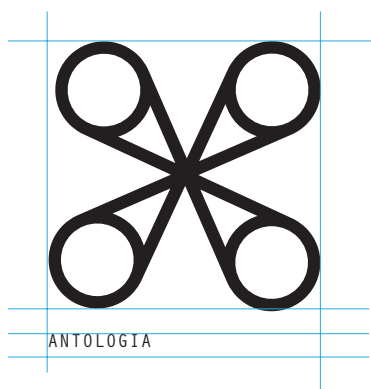
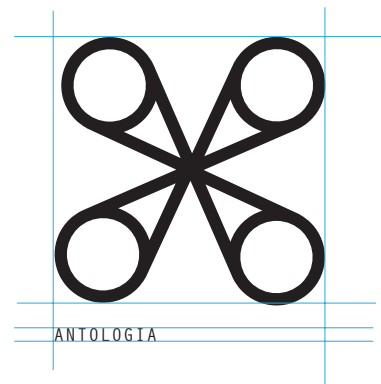
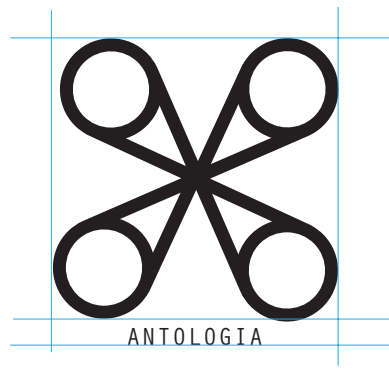
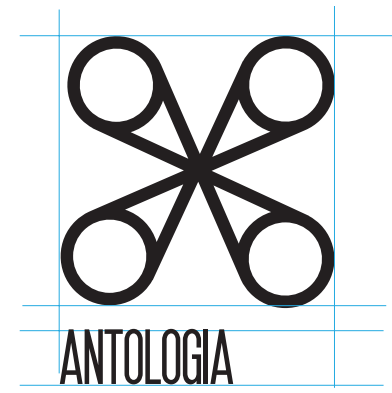
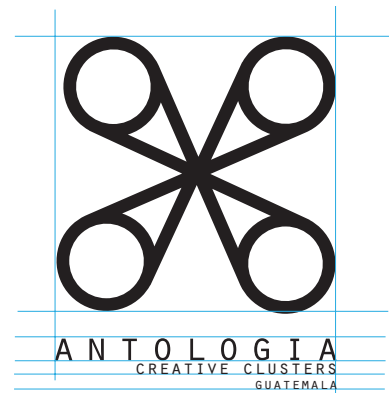
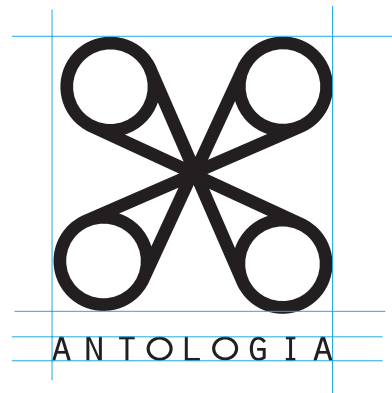
En este momento del proceso de bocetaje se realizan pruebas con dos familias de tipografías distintas.

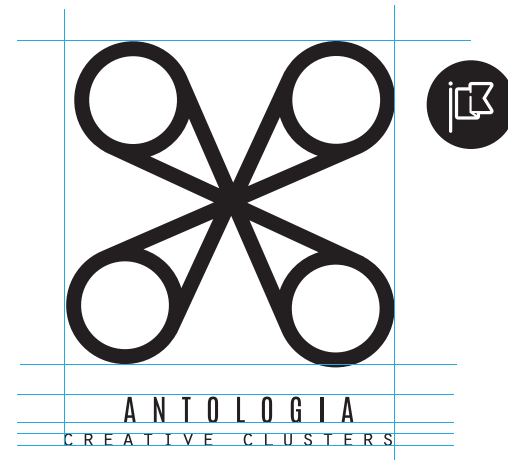
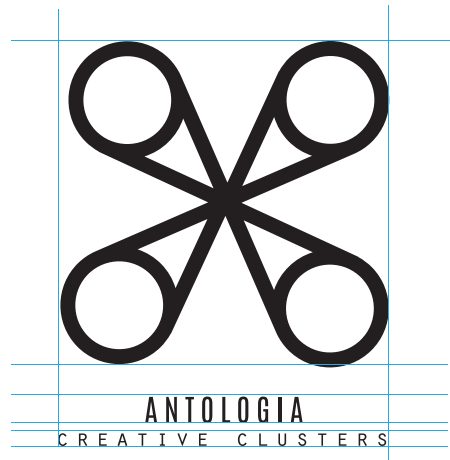
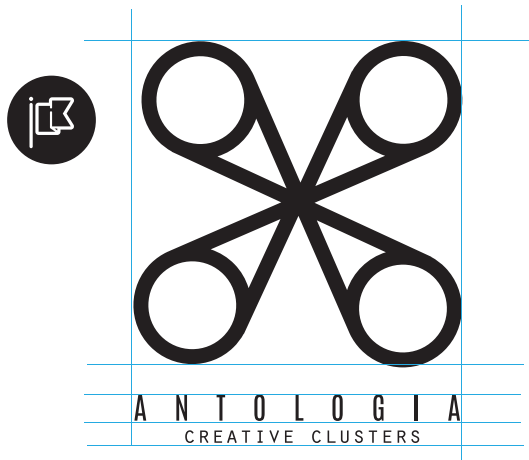
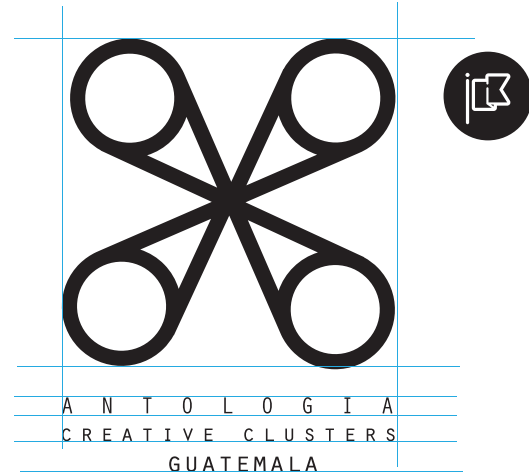
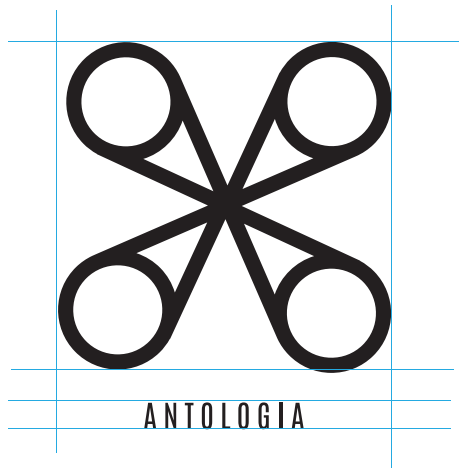
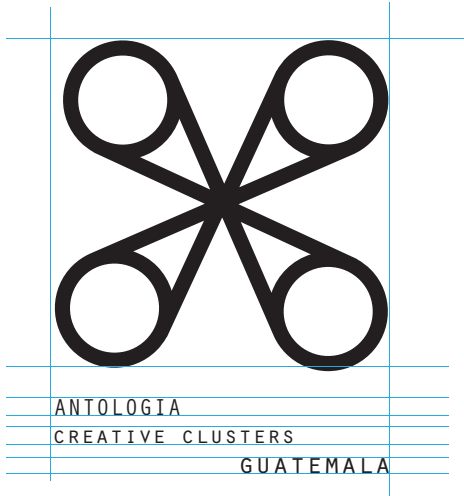


Se indica con las líneas azules los ejes a utilizar presentados según la tabla de visualización que responden a transmitir los integrantes del proyecto por medio de rectitud, formalidad y seriedad a su vez de contrastar con dinamismo. Denotando ejes rectos en su mayoría horizontales como también verticales y de esta forma transmitir el dinamismo por medio del rompimiento de estos.



Por lo tanto se realizan pruebas de diagramación y alineación integrando el nombre completo del proyecto "Antología, Creative Cluster Guatemala", logrando un mejor posicionamiento de la marca.





Selección basada en las indicaciones presentadas en los aspectos a considerar para la construcción de una marca, las teorías antes presentadas en el marco teórico por los distintos autores acerca de la características de un buen logotipo y la realización de este. Así como en los requerimientos de ejes, tipografía y signo presentados en el proceso de visualización lográndose adaptarse a la frase conceptual.





# Fase V: Pruebas de color

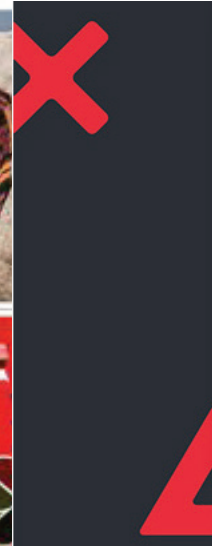
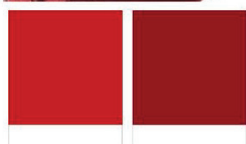
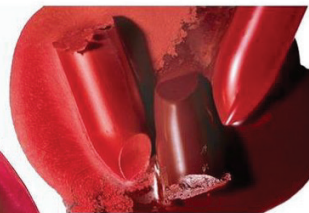
A continuación se presentan referencias visuales para la selección del color.



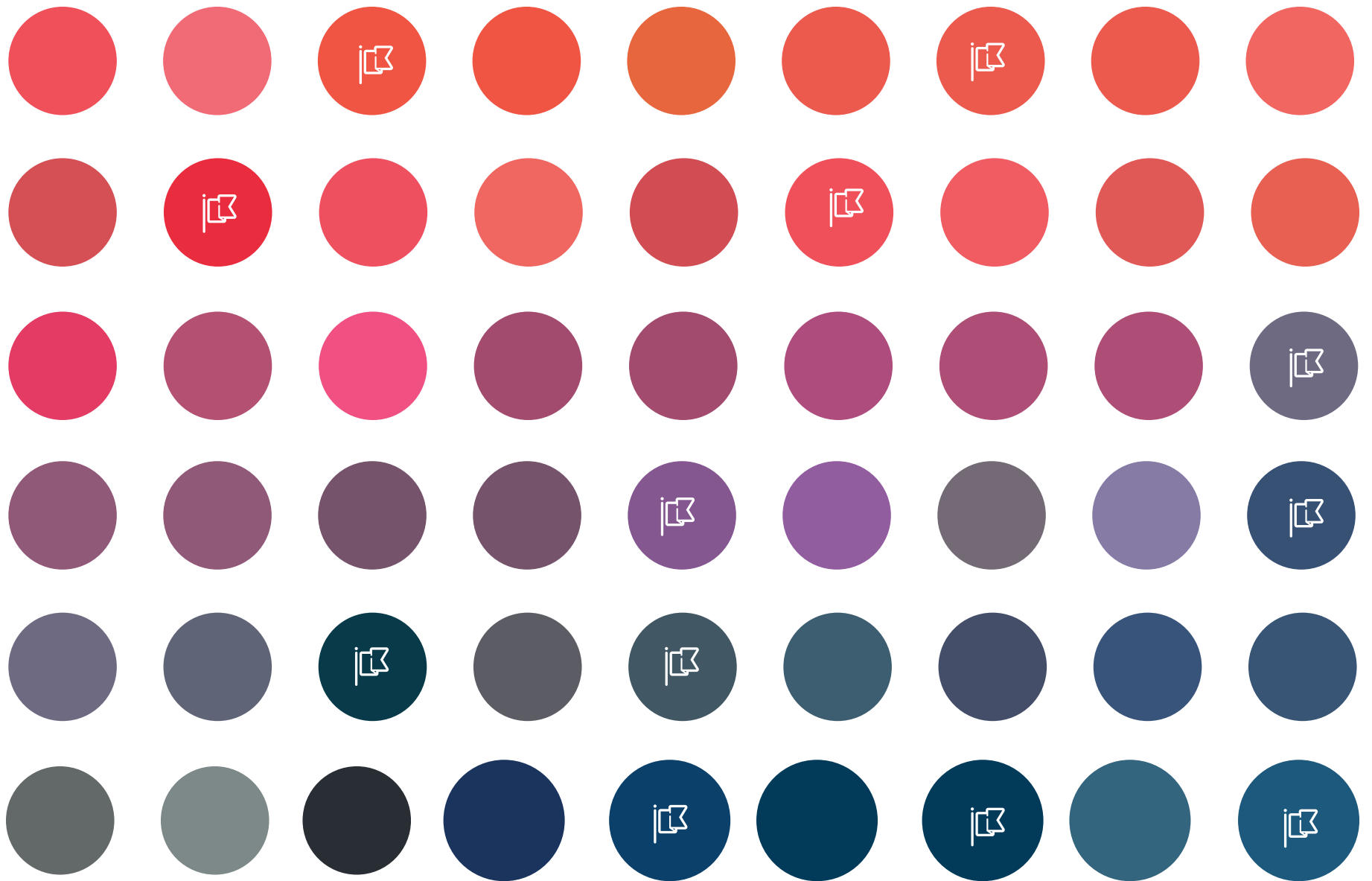
Según Murphy (1988) se elige una paleta de colores y sobre ellas se hacen diferentes combinaciones entre ellos y contrastes, con la finalidad de que al aplicar el logotipo a los diferentes usos y versiones (en positivo, negativo, como sobre otros colores) así su imagen resulte siempre perfecta.



Posterior a esto se presenta, según la codificación visual de color, propuestas de paletas las cuales poseen función de contribuir a la transmisión del mensaje y plasmar la frase conceptual mediante la correcta aplicación de este elemento.







Expresando asociación positiva de sobriedad y formalidad adicional a realizar contraste entre los distintos elementos de la composición, como transmitir la idea de contraste entre la paleta de colores cálidos y colores fríos. Logrando plasmar mediante la utilización de colores cálidos, como rojos, anaranjados, amarillos en contraste con colores sobrios como morados, negros, grises o blancos.



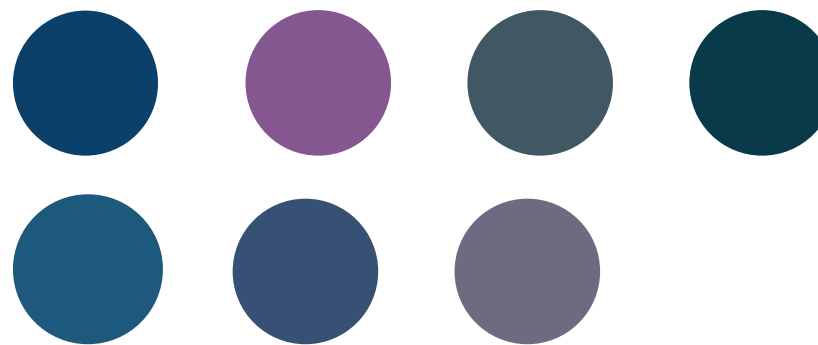


Se presenta la segunda selección de color que son de una mayor forma aplicables según los parámetros establecido anteriormente.

### Propuesta paleta de colores cálidos



### Propuesta paleta de colores fríos



PANTONE 309 C

PANTONE Brigh Red U



C=100% R=0  
M=62% G=86  
Y= 35% B=119  
K15% #005677


C=0% R=255  
M=82% G=83  
Y=76% B=63  
K=0% #ff533f

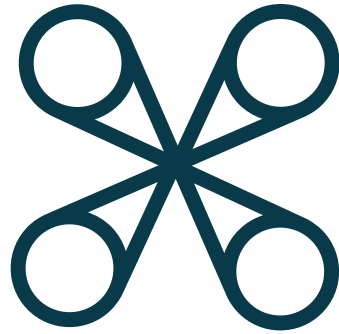


Según las pruebas de impresión realizadas se comprueba que el color se adapta al concepto, así como a cumplir con los códigos visuales planteados, reflejando asociación positiva de sobriedad y formalidad; adicional a realizar a ser aplicado para contribuir al contraste visual entre los distintos elementos de la composición, como transmitir la idea de contraste entre la paleta de colores cálidos y colores fríos

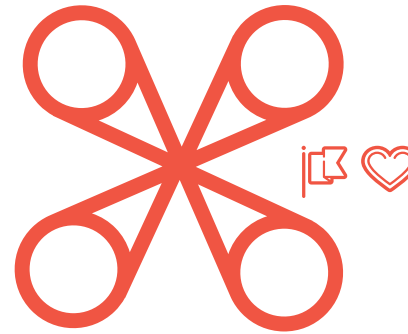
Para Murphy (1988) se debe elegir una paleta de colores y sobre ellas se hacen diferentes combinaciones entre ellos y contrastes, con la finalidad de al aplicar el logotipo en sus diferentes usos y versiones (en positivo, negativo, como sobre otros colores) así la imagen resulte siempre perfecta. Según Mercado 2.0. (2014) el 27% de marcas que utilizan el color Rojo. Y un 37% de marcas que utilizan el color azul.



 Pruebas en aplicación de color respecto a la aplicación y composición de color entre el isotipo y tipografía mostrando que para Estrada (2005) la marca, es el elemento simbólico en el que se reconoce la actividad de un grupo, una sociedad comercial o industrial, un movimiento de ideas o político, y puede ser interpretado por diferentes conceptos.



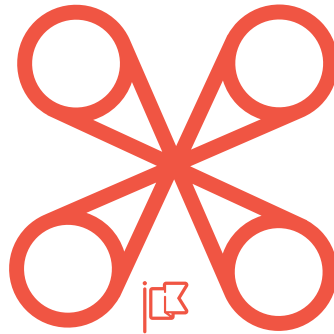
ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



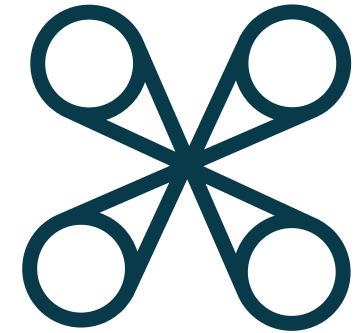
ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



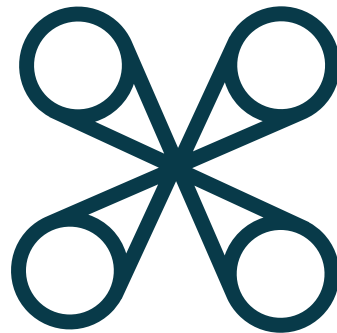
ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



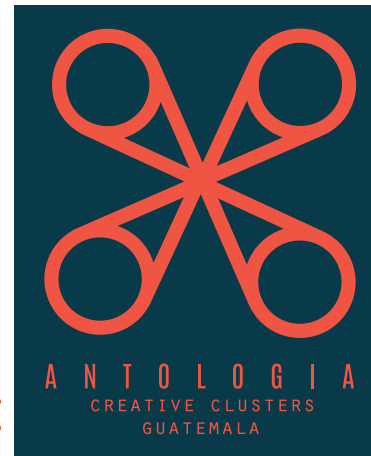
ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



Selección basada en la estética visual que se crea en cuenta a la integración de color. Adicional de las propuestas seleccionadas con la aplicación de solamente un color.



Adicional a esto se debe tener en cuenta que la aplicación del color depende de los requerimientos del formato o composición en cada una de las piezas. Según las 10 características de un buen logotipo, este idealmente debe ser diseñado para ser aplicado en una tinta, debido a cuestiones económicas en la impresión, y funcionalidad en otras aplicaciones. El color se debe aplicar para denotar la marca, pero esa no depende del color para sus efectos visuales. Se debe ser cuidadoso con la tinta en el momento de impresión para no empastarse o saturar y deformar o desaparecer el logotipo.

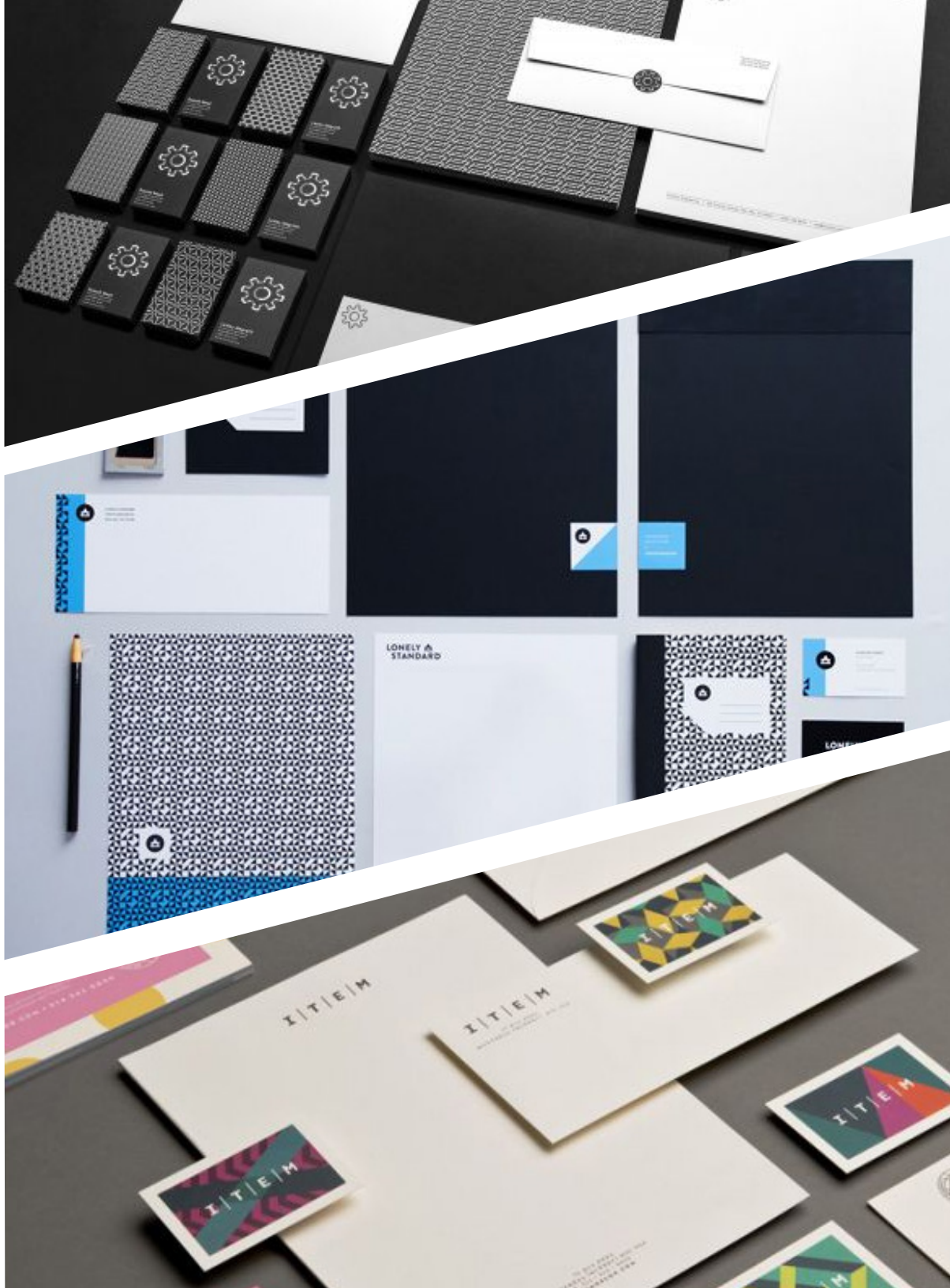


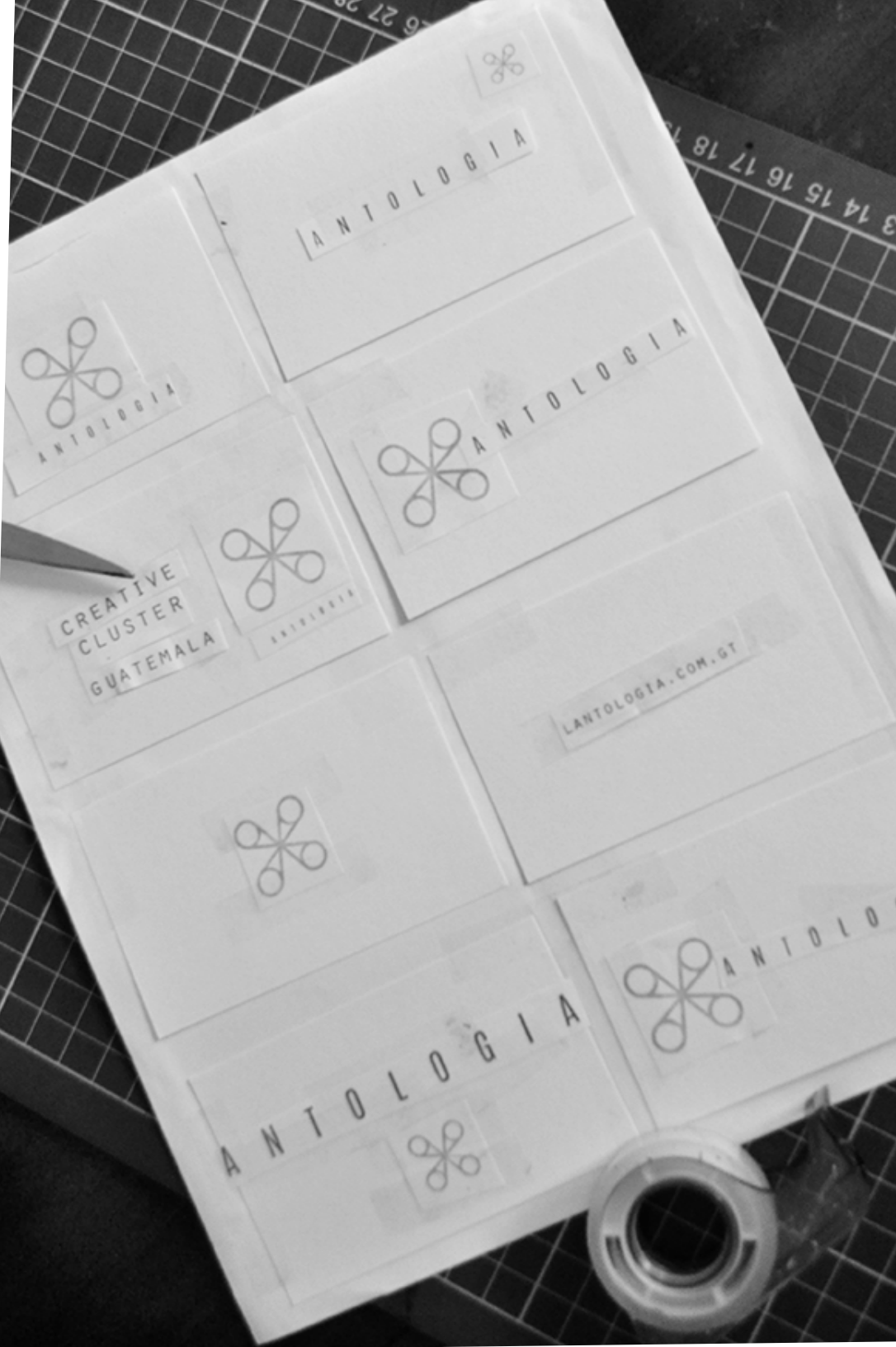
En el manual de imagen se podrá encontrar mas detalladamente las distintas aplicaciones de color en las diversas situaciones que se presenten y requieran integración en la composición.

### ▲ C. Análisis de casos análogos

**S**e evidencia que cada una de las piezas poseen relación entre si debido a una línea gráfica definida, aplicando elementos visuales unitarios como; color, tipografía, imagen, retículas y diagramación. Así como elementos de apoyo adaptados a cada una de estas, a partir de contar con un desarrollo de patrones proveniente del logotipo, esto con el fin de lograr elementos de apoyo para la línea gráfica.

Imágenes obtenidas de [pinterest.com/](https://www.pinterest.com/)  
perteneiente a la compañía:



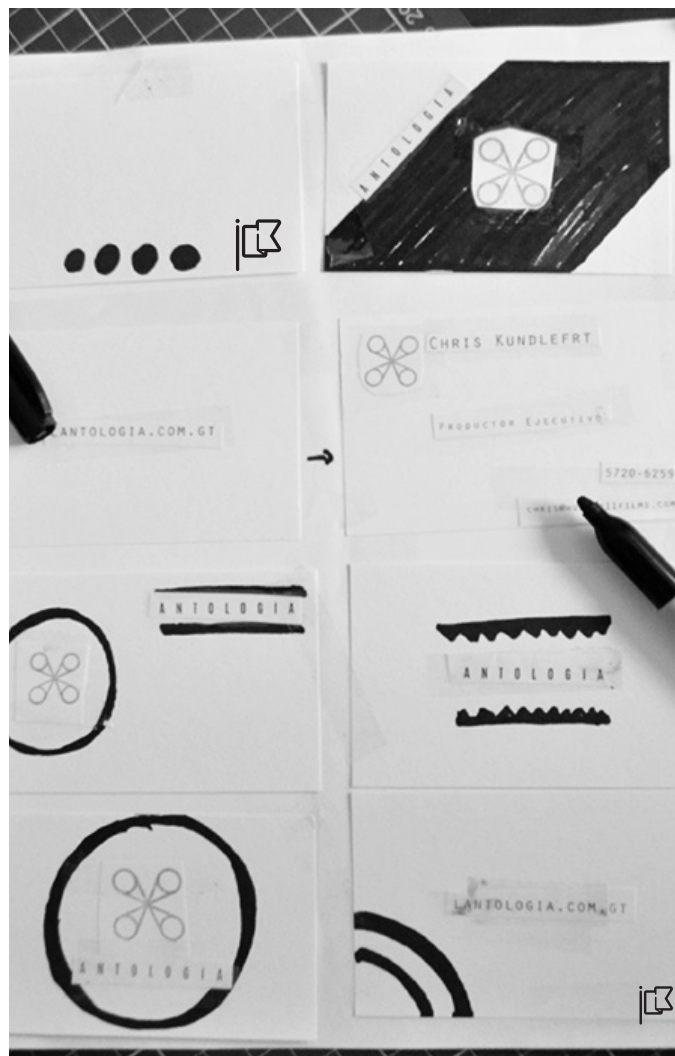


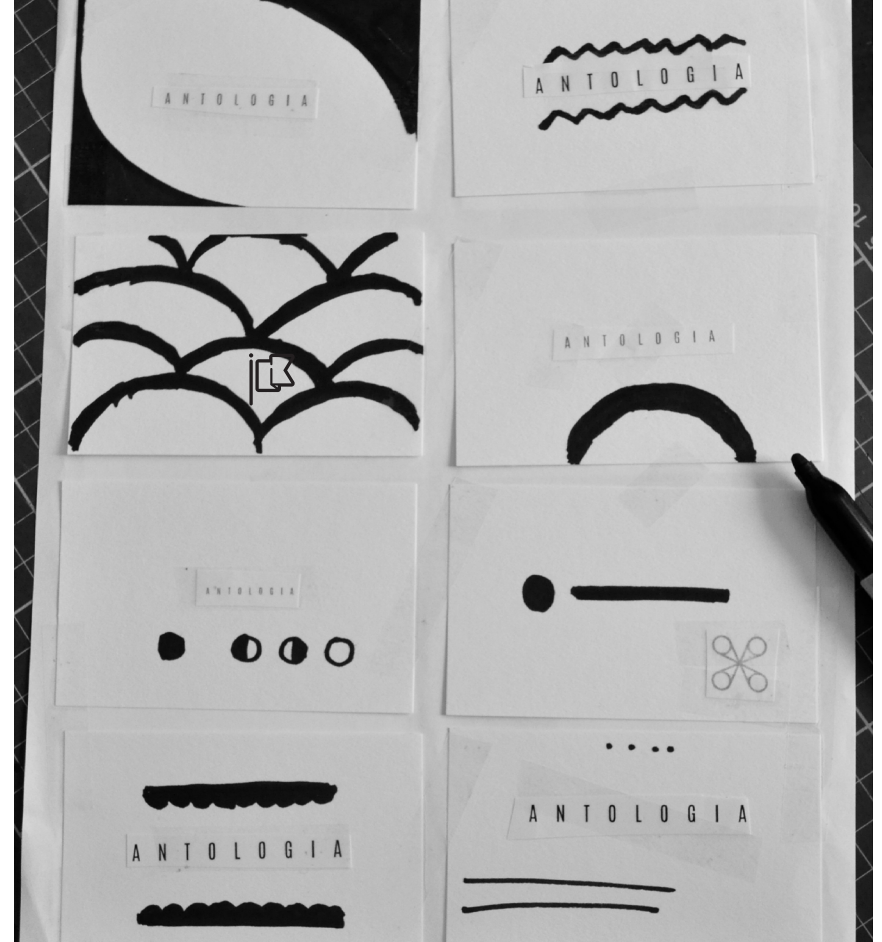
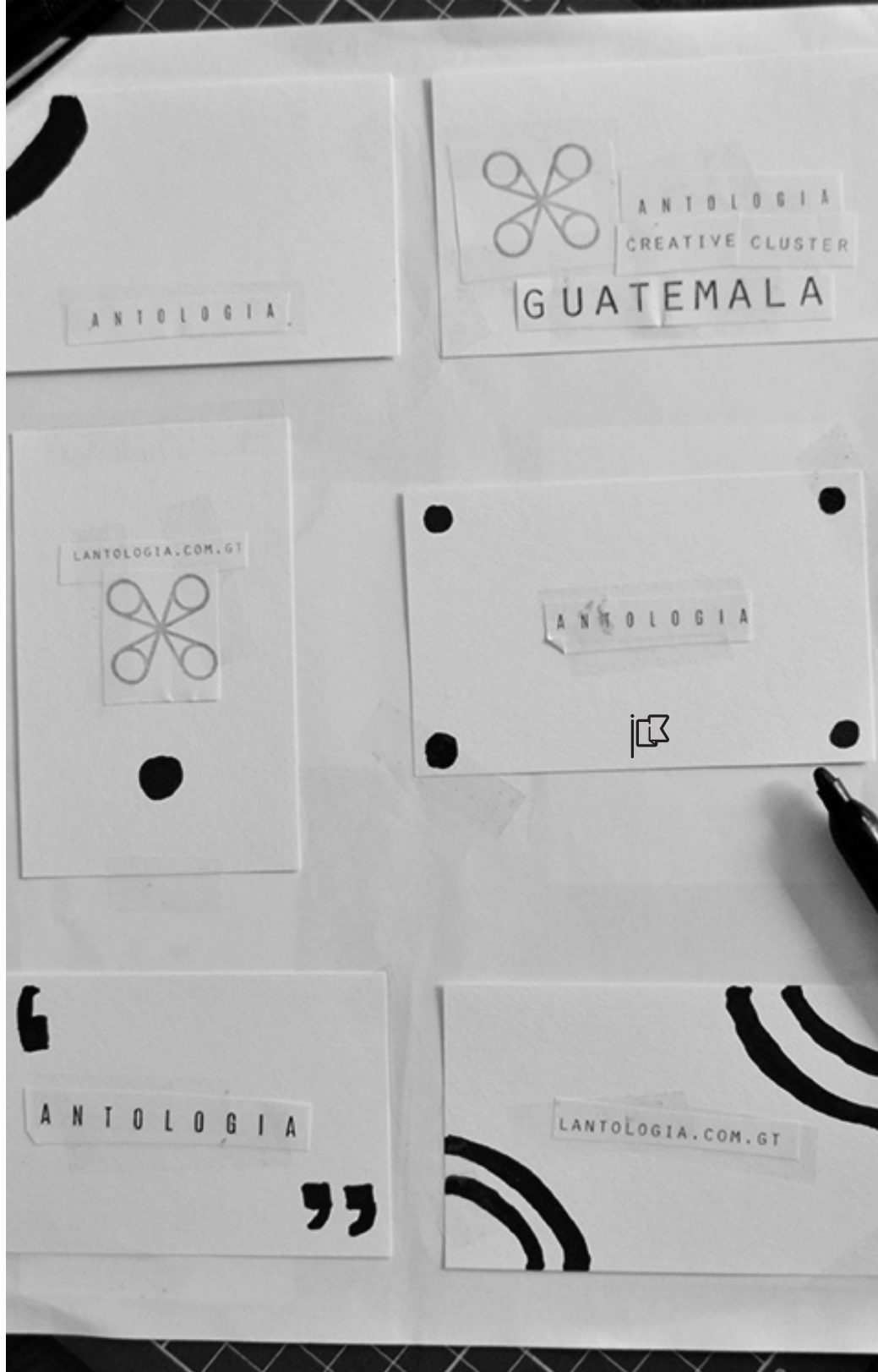
## ▲ Fase V: Bocetaje manual principales piezas de identidad visual


La selección de piezas que se presentan a continuación está basada en lo que indica Foges (1999) para lograr las comunicaciones individuales, se recurre a la "famosa trilogía" de papelería empresarial; hoja membretada, sobre membretado, tarjeta de presentación. Así mismo las empresas deben de disponer de otras herramientas o materiales de comunicación de empresa, diseñadas en consonancia con el membrete. Estas resultan ser las principales piezas para lograr definir una identidad corporativa. Como los posibles elementos de apoyo para la definición de una línea gráfica que fortalezca la identidad del proyecto. Proceso realizado a tinta con marcador, lápiz y rapidografo.

La técnica utilizada para la primera etapa de este proceso, se basa en realizar distintas aplicaciones con el logotipo impreso y cortado en sus diversos tamaños, realizando pruebas de composiciones, diagramaciones así como elementos que resulten como elemento de apoyo.

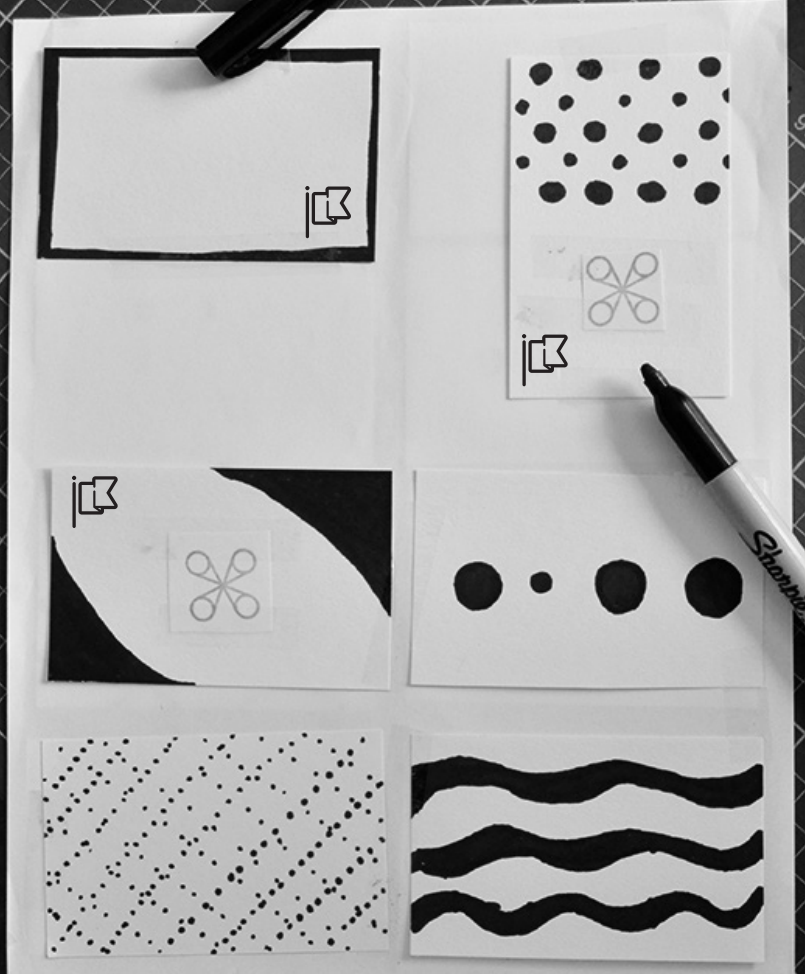






 En esta fase se busca definir una retícula, ejes, diagramación, composición y elementos de apoyo para la estructura de la papelería según la codificación del mensaje propuesta. Este tipo de técnica permite experimentar de una forma mas libre diversas opciones que se pueden presentar.





Se experimenta con distintos elementos de apoyo que se adapta a la frase conceptual utilizada. Estos elementos deben de representar dualidad, por lo tanto siempre se deben estar en forma par.

Así mismo se realizan con figuras geométricas adaptándose al estilo minimalista.

En base a esto se busca definir una serie de patrones que pueden ser utilizados en ciertas piezas a modo de apoyo visual con los demás elementos de diseño.

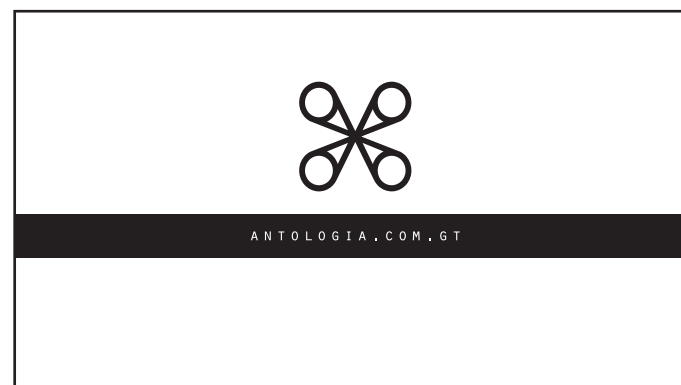
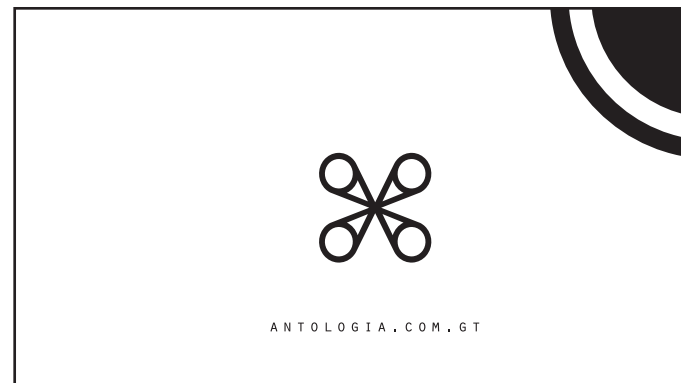


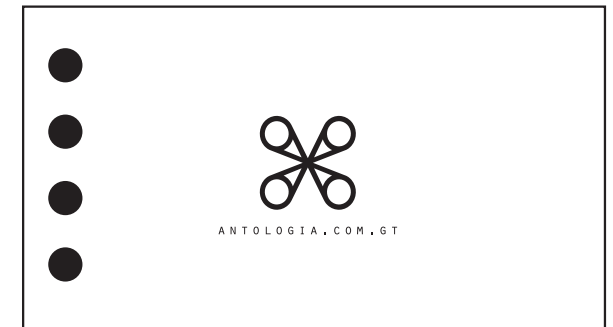
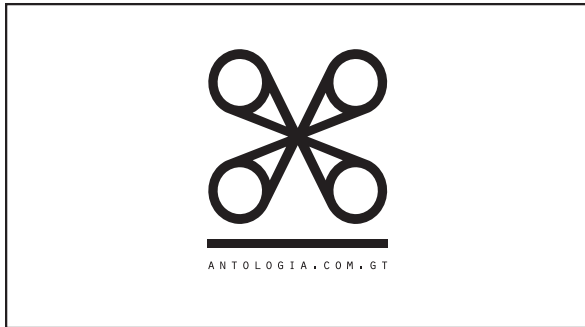
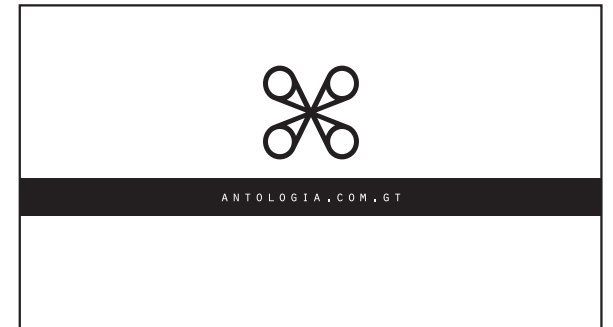
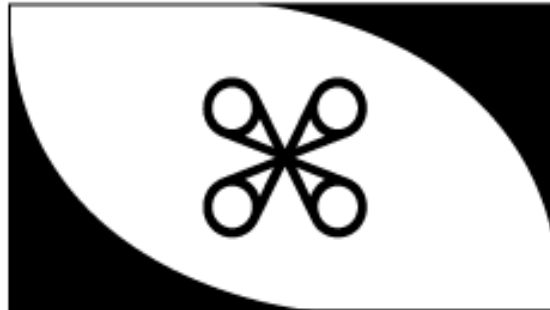
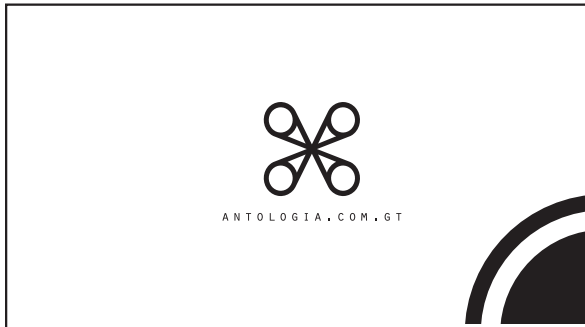
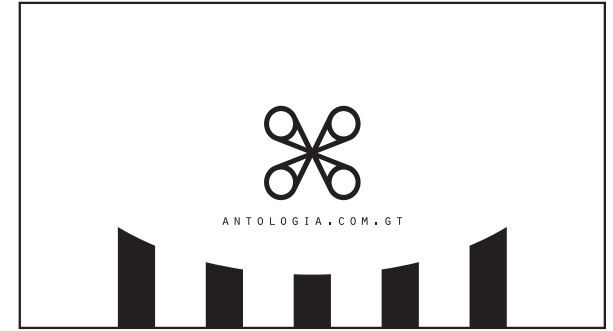
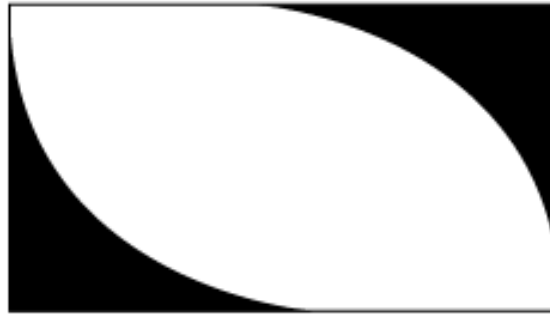
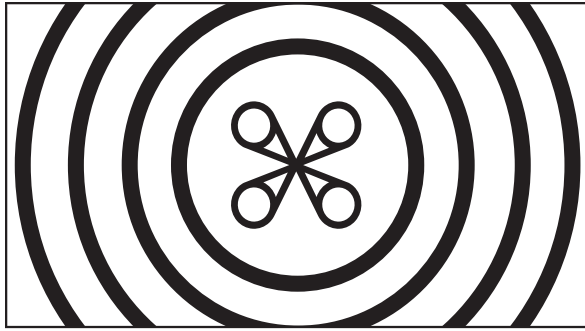


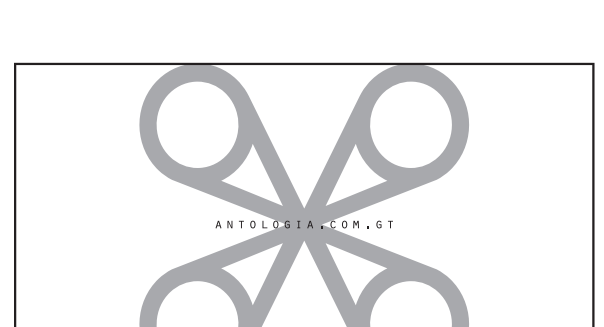
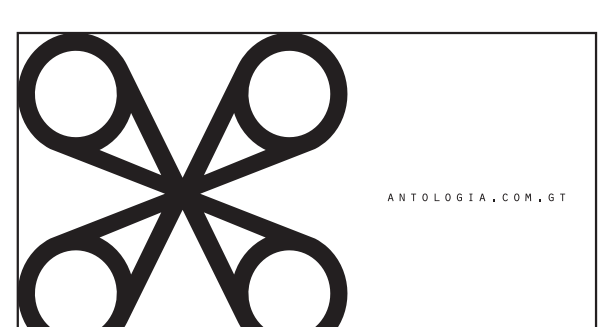
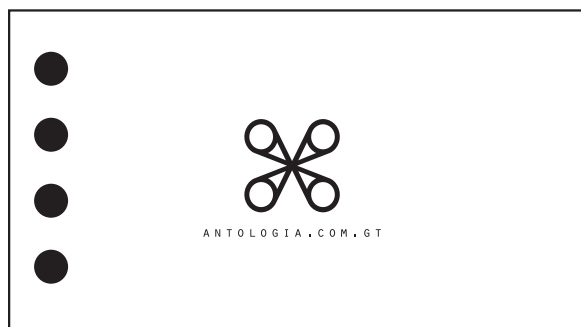
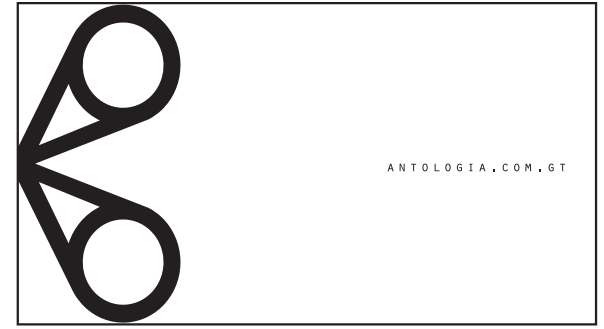
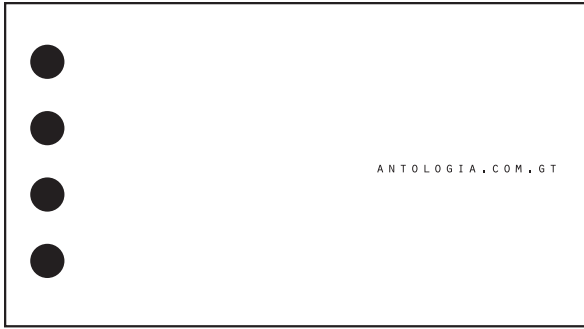
## ▲ Fase VI: bocetaje digital “trilogía”, piezas de identidad visual




En la siguiente fase del proceso, se realiza la digitalización/ vectorización de las propuestas anteriormente seleccionadas durante la fase manual, las cuales cumplen con los requisitos que para Murphy(1988) la identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público; de esta identidad dependerá la imagen que la gente forme de dicha organización. Según Forges(1999), los lineamientos aquí establecidos contribuyen a la comunicación la transmisión de un mensaje, punto indispensable en la comunicación visual. La herramienta utilizada para digitalizar fue Ilustrador CS6.






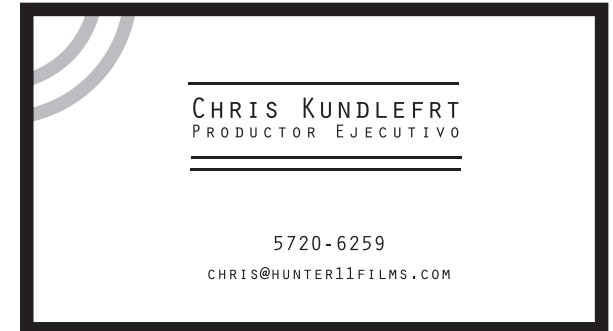


 Se realizan pruebas de utilizar solamente la dirección del dominio de la página, ya que por las características del grupo objetivo, no es necesario que se presenten mas datos .



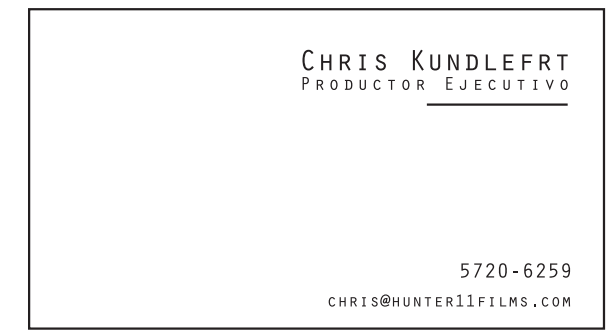
 Se realizan pruebas en la aplicación de los elementos de apoyo y su opacidad aplicada.

Seleccionado la propuesta que mejor estética visual posee en cuanto a la integración de los elementos.



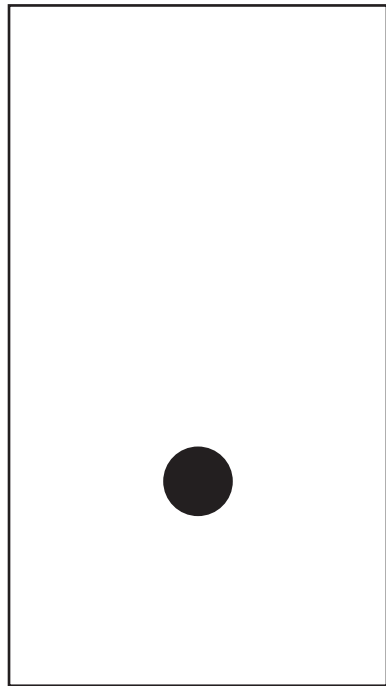
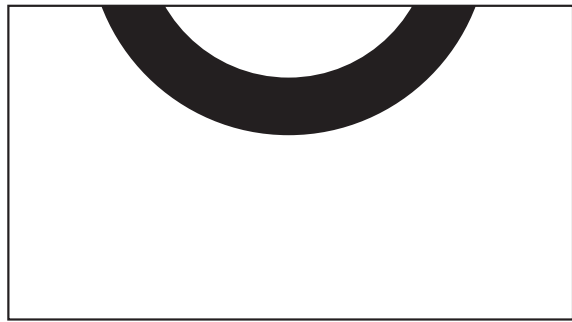
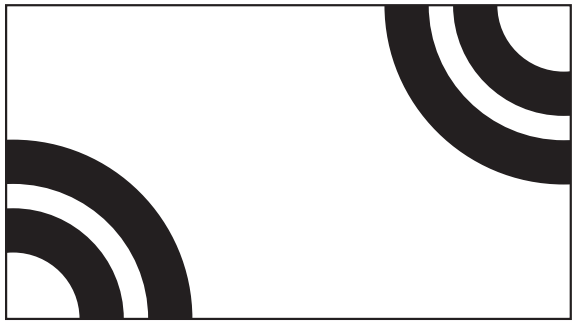
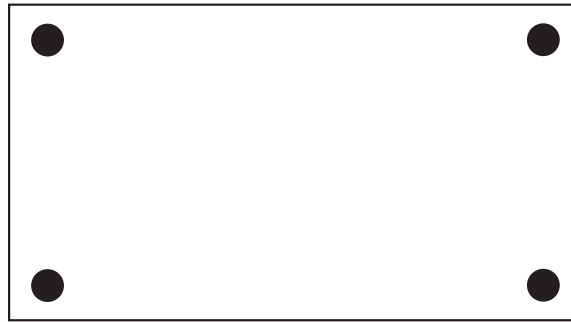
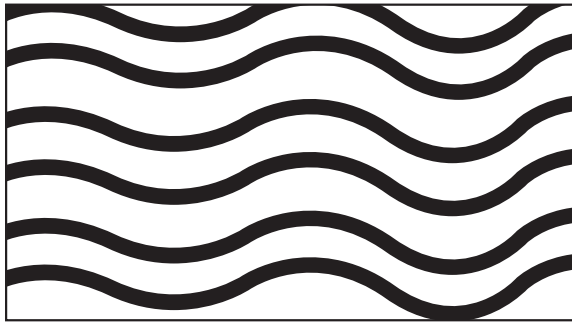
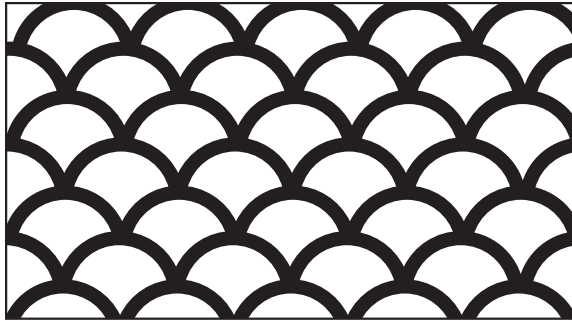
Se presentan los elementos gráficos de apoyo para la aplicación en las piezas.

Luego de seleccionar estos elementos se procede a realizar las pruebas de diagramación y composición tomando en cuenta todos los elementos y datos que se encontrarán dentro de la tarjeta de presentación así como la integración de isotipo.





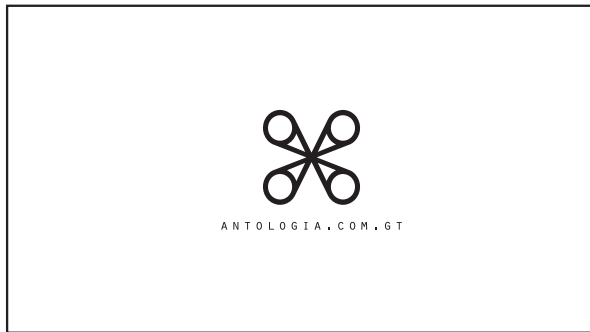
Las siguientes propuestas logran integrar de una forma agradable cada uno de los elementos, adaptándose al concepto en cuanto al empleo de gráficos de apoyo en la pieza.



Se realiza al digitalización de elementos gráficos de apoyo que se pueden utilizar como patrones.



### Propuesta Tiro Blanco y Negro



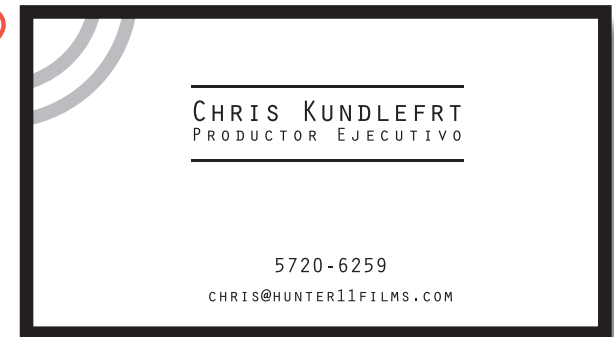
Se realiza una composición basada de la combinación de las opciones anteriormente seleccionadas para obtener la propuesta de la tarjeta de presentación final.

La tarjeta de presentación contará con la aplicación de dos caras para lograr su mayor funcionalidad en cuanto a la utilización de espacio dentro del formato, además de seguir el concepto de dualidad como la aplicación del estilo minimalista.



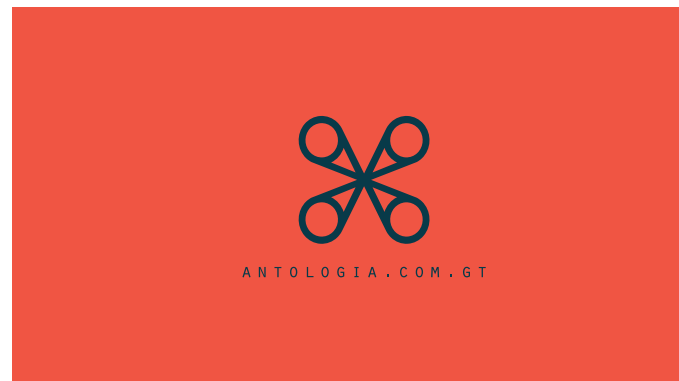
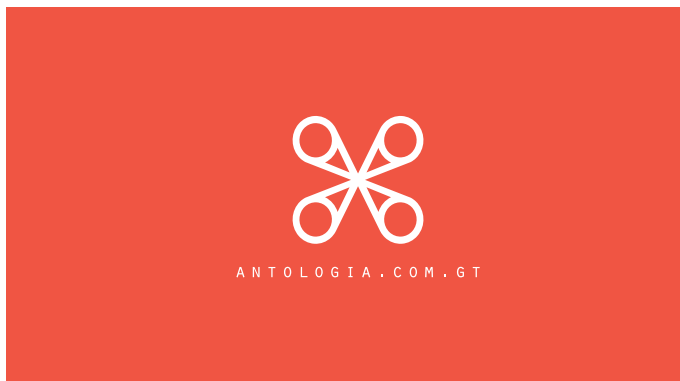
La realización de la tarjeta de presentación esta basada en que para Foges (1999) la funcionalidad de la pieza la cual en la mayoría de casos es la "primera impresión" por parte del cliente, este tipo de materiales debe tener información básica de la marca como: nombre, logotipo, nombre y puesto del empleado que esta proporcionando la pieza, además de contar con datos básicos de comunicación como: teléfonos y dirección de correo electrónico, y en ciertos casos si la empresa lo requiere la dirección física de la misma. Estas poseen un tamaño estandarizado por el sistema DIN de A7, o 105 x 74 milímetros o bien 9 cm x 5 cm.

### Propuesta Retiro Blanco y Negro

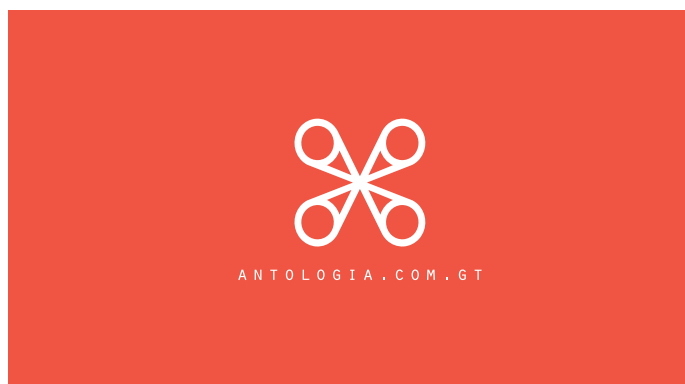


## Pruebas digitales de color, tarjetas de presentaciones

Se realizan las pruebas de color anteriormente  
seleccionado aplicado a la propuesta final de la  
tarjeta de presentación.







Propuesta preliminar a color - tiro



Propuesta a color preliminar -retiro

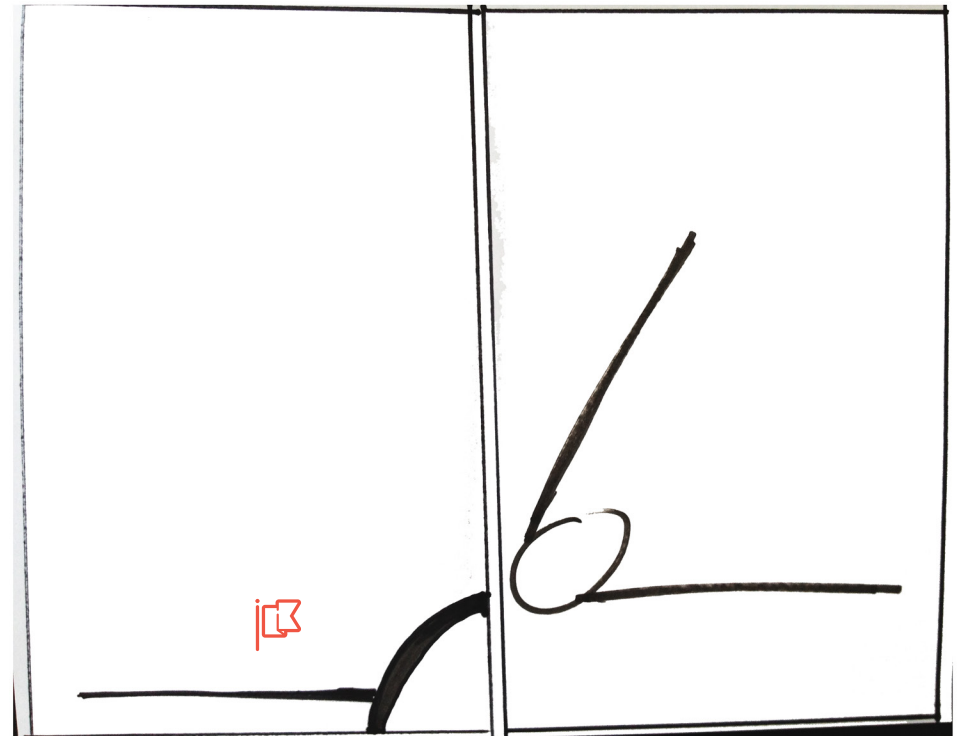
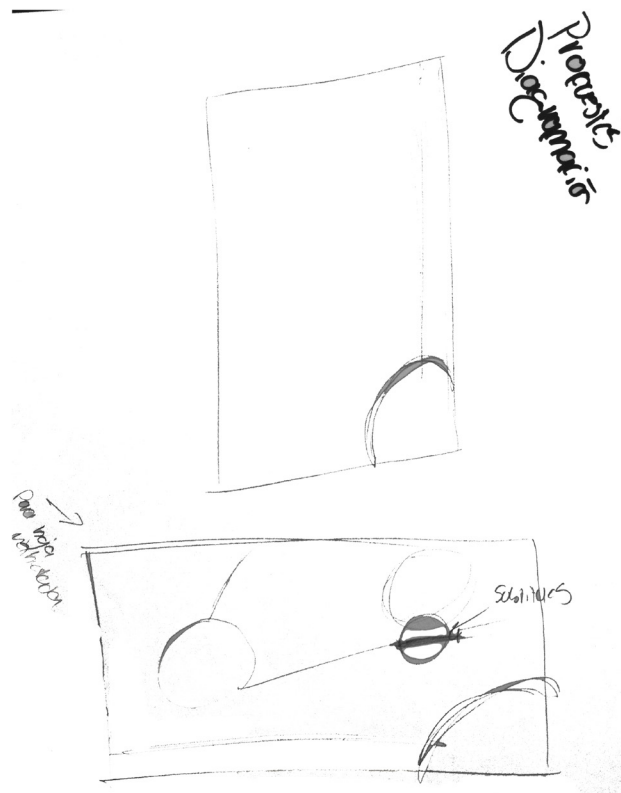


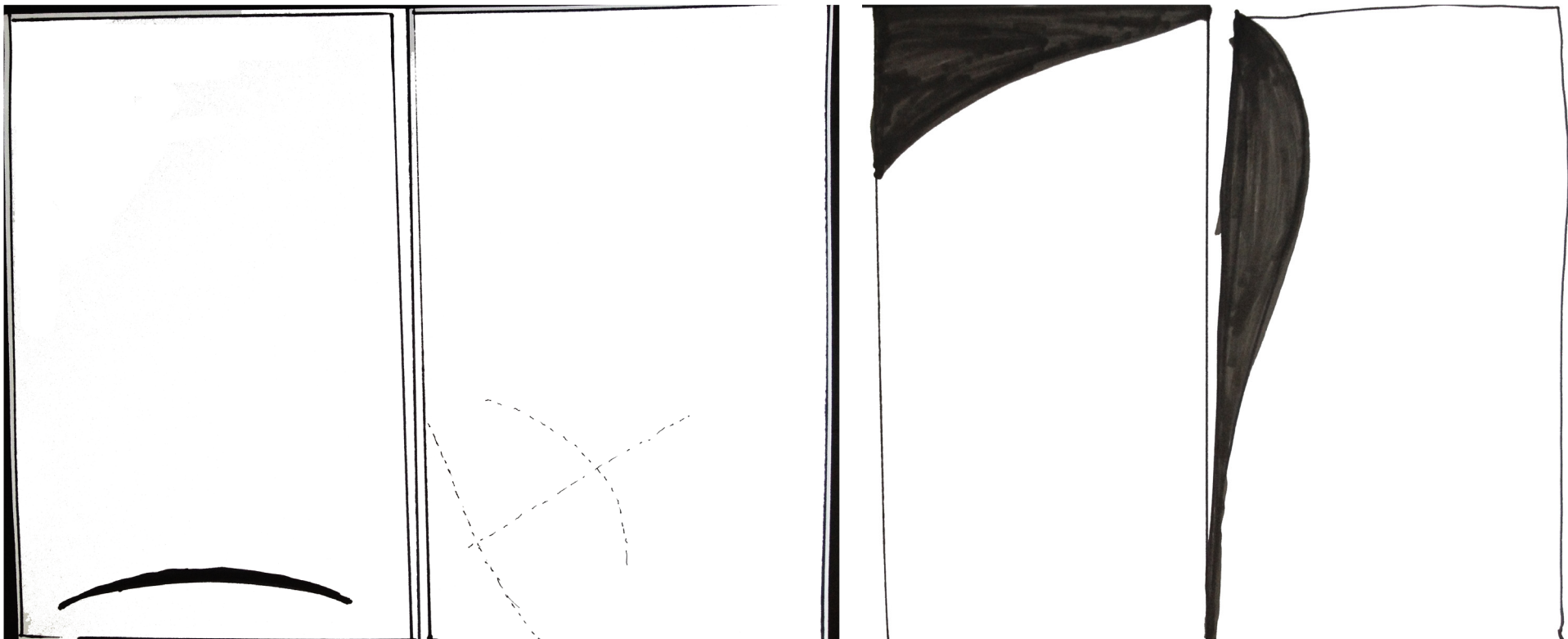
Propuesta de color seleccionadas. Cualquiera de las opciones indicadas puede ser utilizada, parámetros que se encontrarán detallados en el manual de imagen.

## ▲ Fase VII: Bocetaje manual hoja membretada

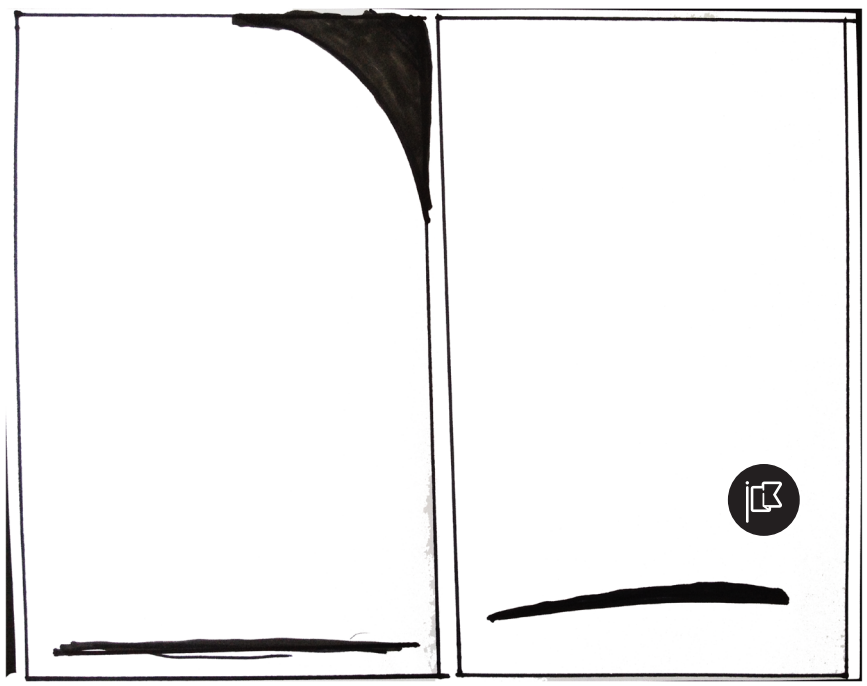
Al igual que la anterior pieza, esta es de gran importancia para definir los paramentos gráficos que determinaran la identidad visual del proyecto.

Por lo tanto se comienza por realizar de una forma manual las pruebas de composición, diagramación, retícula, ejes y elementos de apoyo aplicados y adaptados a esta pieza, en base a los elementos probados y utilizados en la tarjeta de presentación.





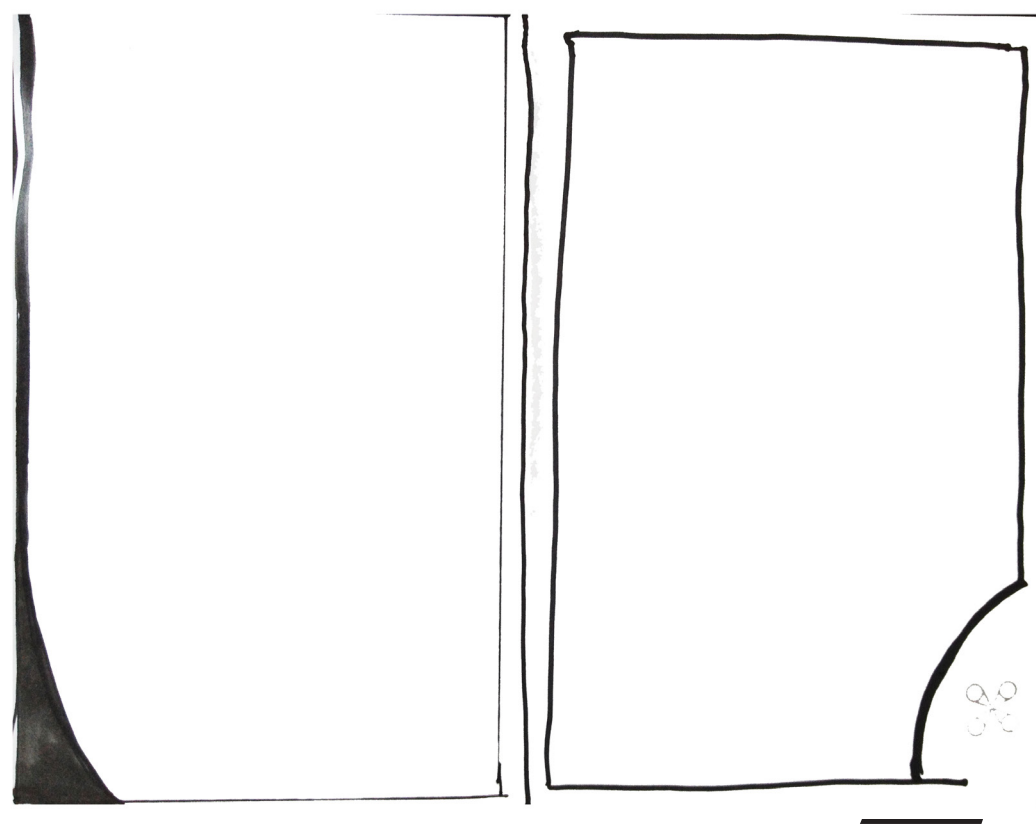
Se utiliza los elementos gráficos de apoyo adaptándolos al formato de la hoja membretada.



Las opciones se encuentran seleccionadas debido a que debe connotar amplitud y sobriedad.



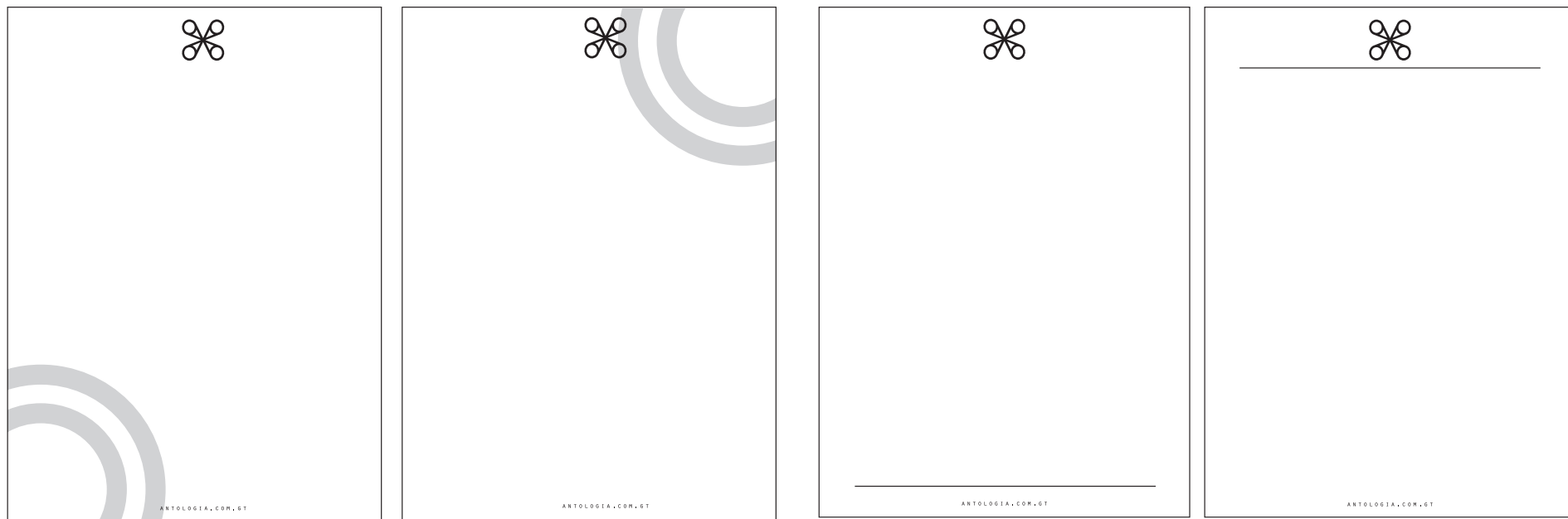
Utilizando formatos geométricos en su mayoría horizontales, debido a relacionar esto al portal web. Realizando una diagramación basada en ejes horizontales y verticales estructurados.



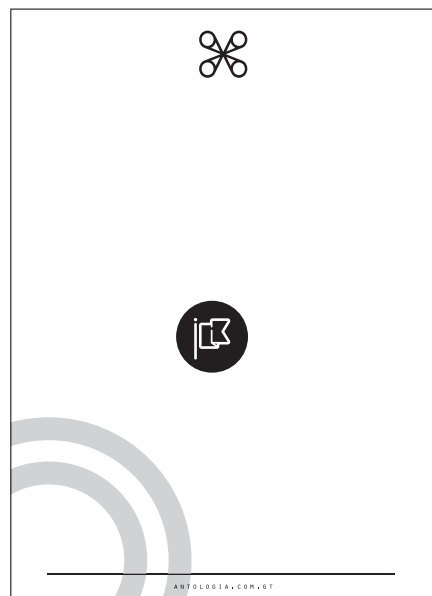
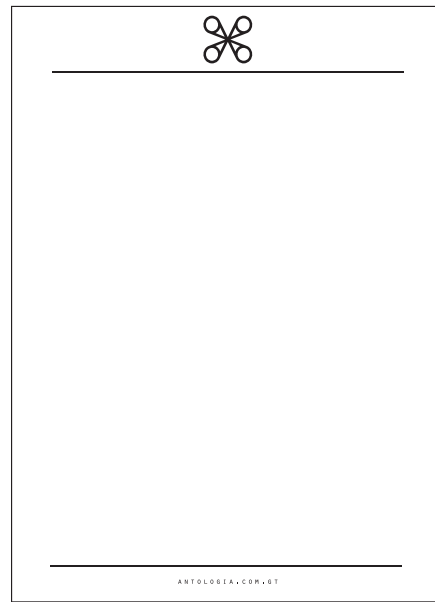
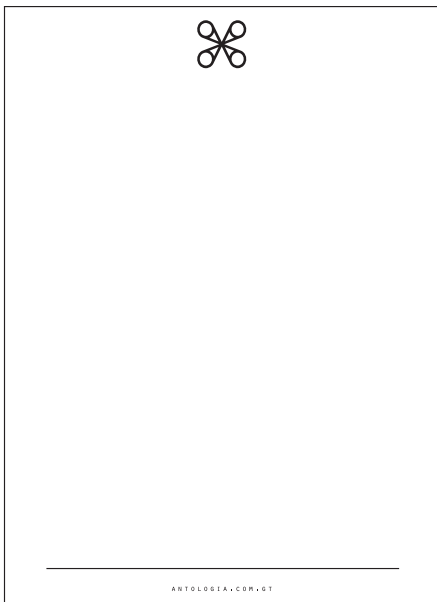


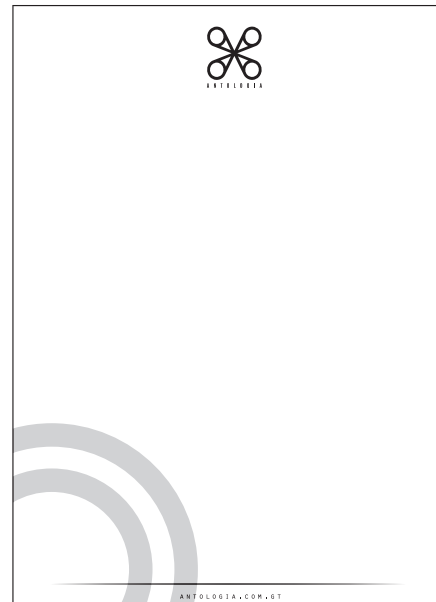
## Fase VIII: Bocetaje digital hoja membretada

En esta parte del proceso se colocan los elementos gráficos de apoyo así como la selección de estilo de diagramación utilizada. Adicionalmente se define la aplicación y ubicación de dichos elementos en formatos y orientaciones horizontales. Los datos utilizados aportan a la comunicación de parte del cliente con el proyecto y de esta forma fortalecen la imagen del mismo.



Aplicación de los elementos de apoyo en distintas ubicaciones y posiciones.

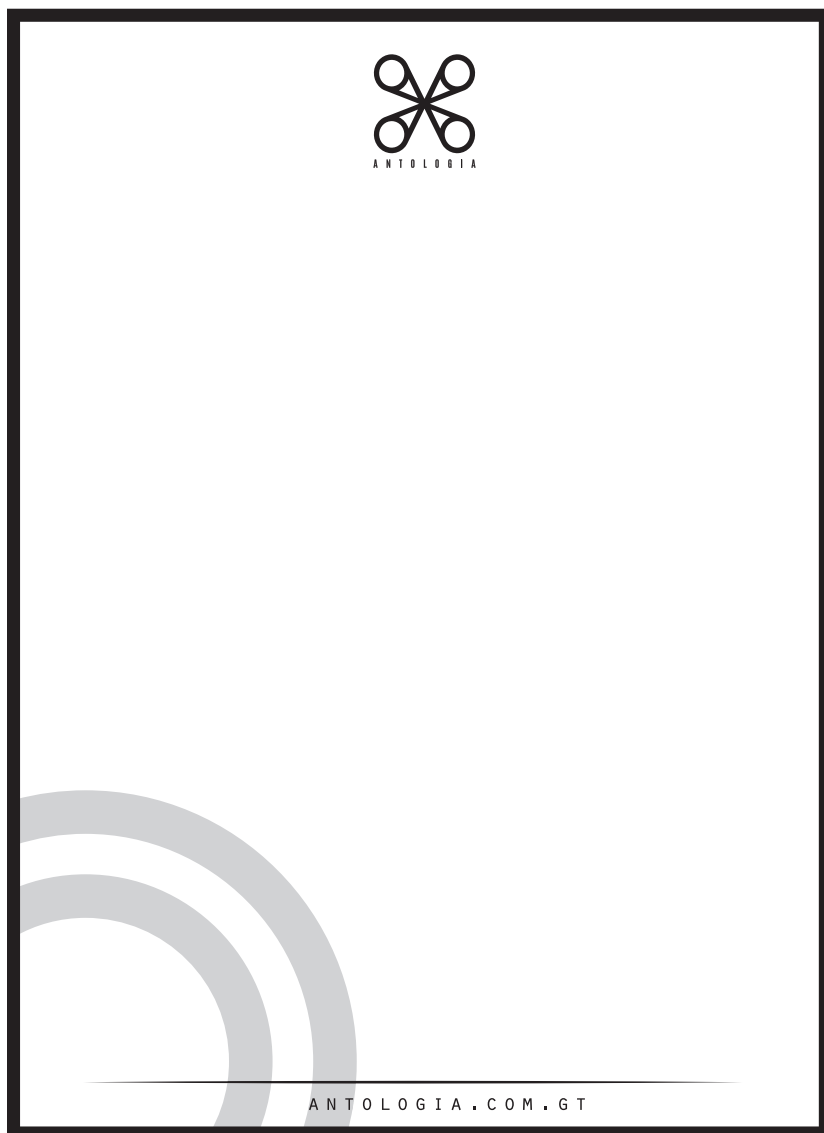




Se debe tener en cuenta la aplicación de los elementos y lograr un balance visual, así como estos tienen que encontrarse en número par.



## Propuesta preliminar en blanco y negro



Esta responde a ser una pieza la cual refleja responsabilidad, rectitud y sensatez. Se aplica un margen para delimitar en dónde es el área de escritura así como los elementos de apoyo seleccionados anteriormente ubicados y adaptados en la parte inferior.

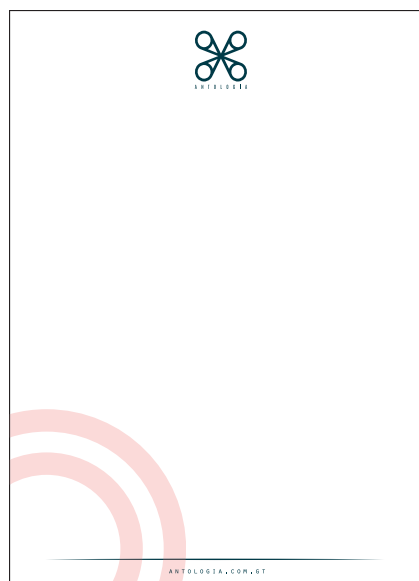
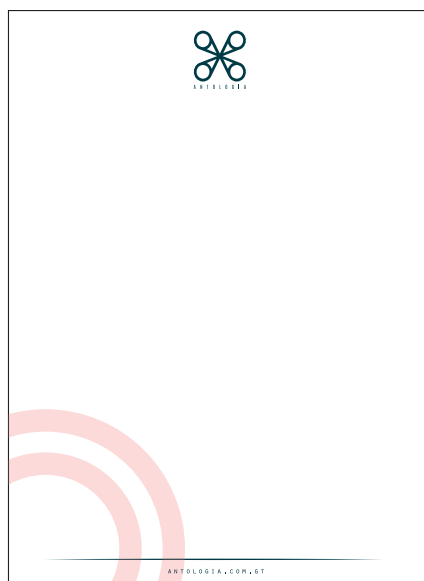
Todos los elementos deben de estar centrados para lograr el balance visual y crear la idea de dualidad.

El logotipo a utilizar se especificará en el manual de imagen .





## Pruebas de color, hoja membretada

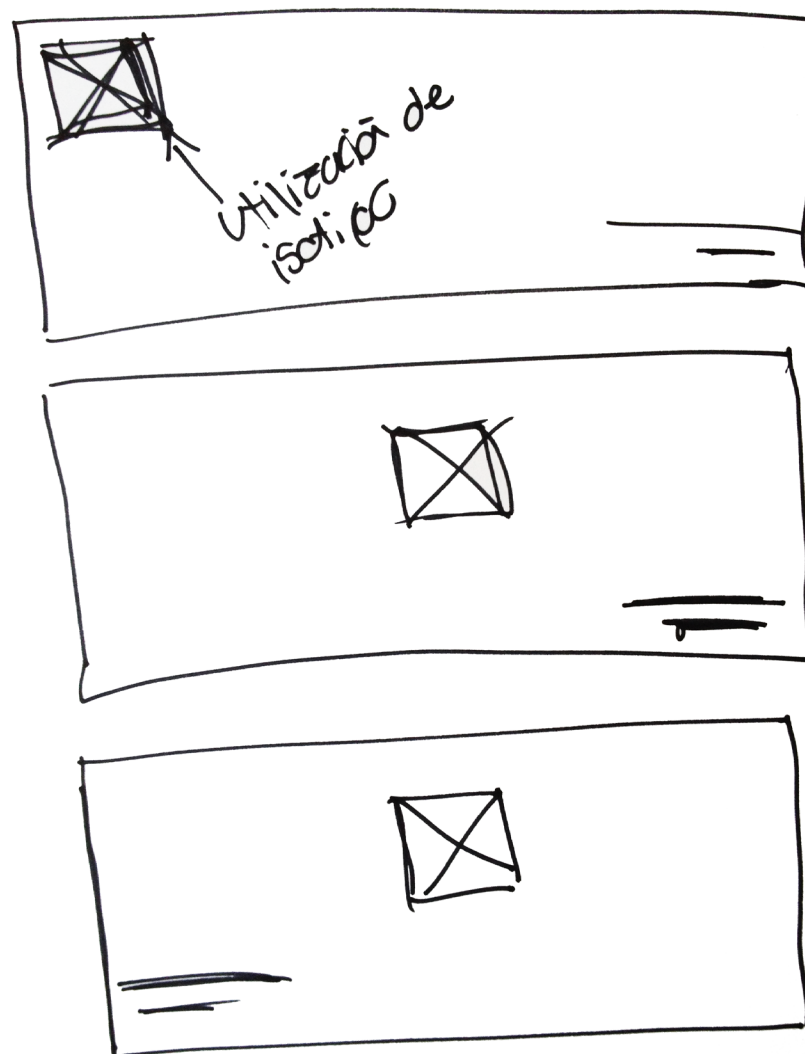
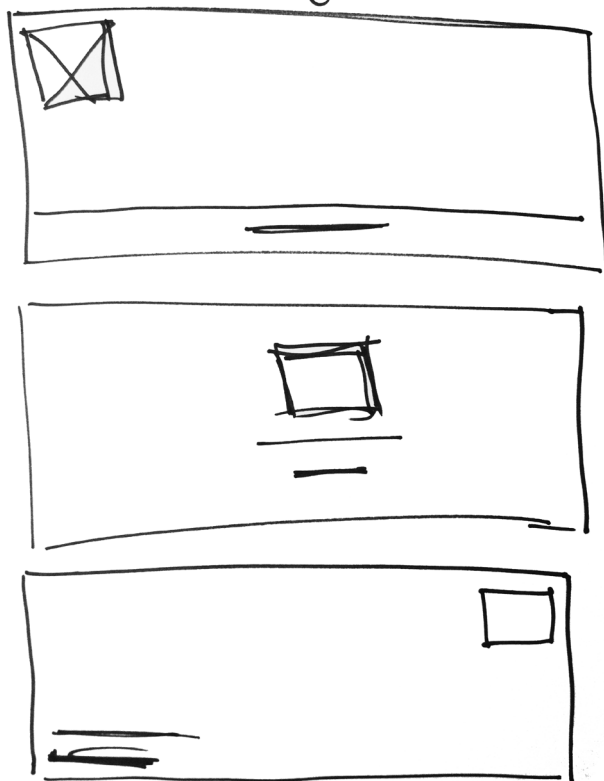


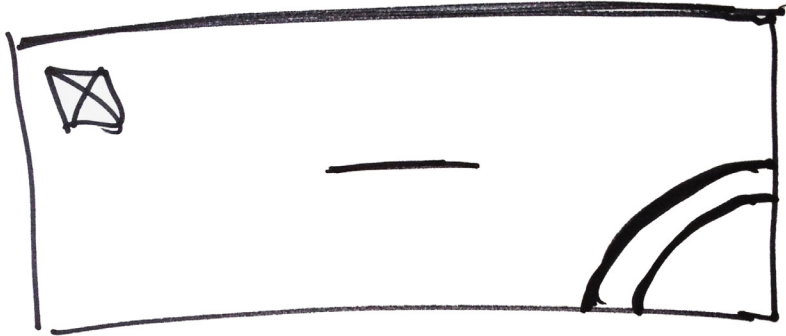
Lo que se busca es lograr la correcta integración entre cada uno de los elementos gráficos dentro de la pieza y de esta forma contribuir a la imagen del proyecto. La aplicación de color se encontrará definida en el manual de imagen.

## ▲ Fase IX: bocetaje manual sobre membretado

En esta fase ya se encuentra más establecida la línea gráfica por lo tanto se busca la mejor diagramación y composición de una forma manual en el formato de un sobre tipo "americano", 24 cm x 10.5 cm.

Bocetaje - sobre Diagramación



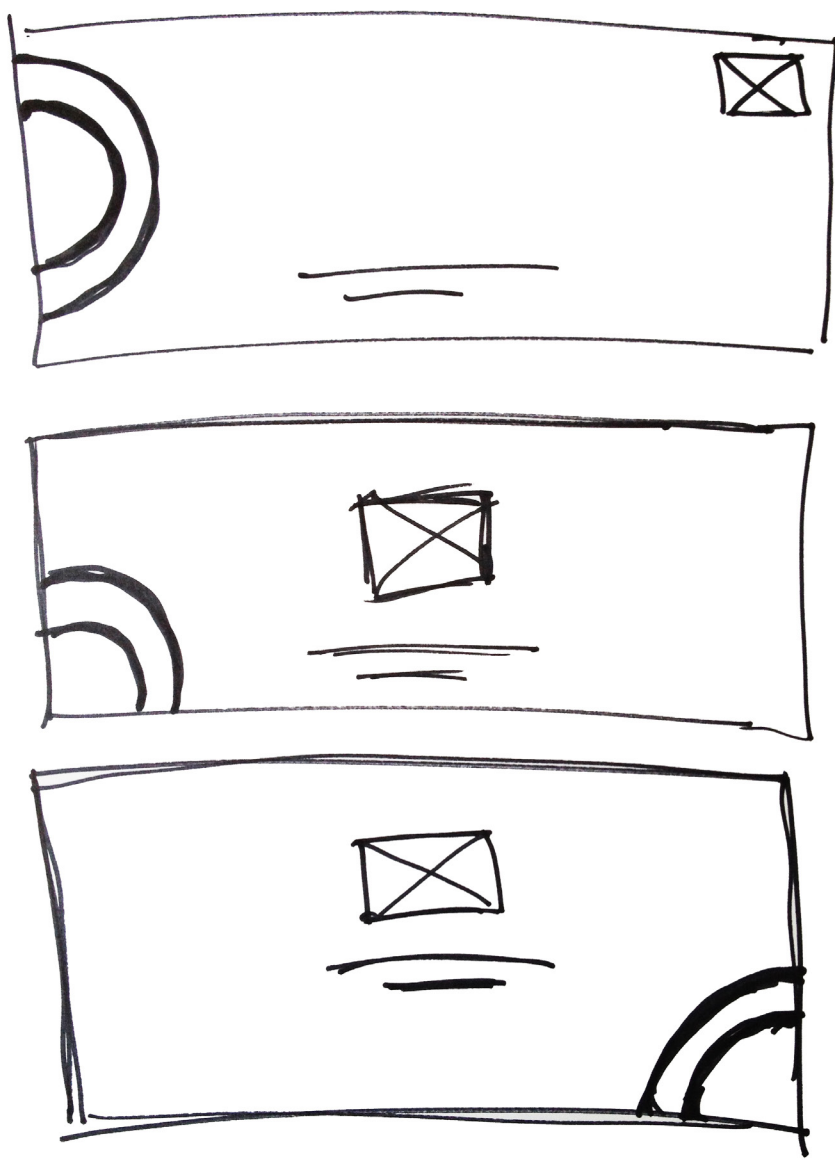


Se realizan las pruebas manuales de ubicación de los elementos gráficos para lograr una correcta aplicación de estos.




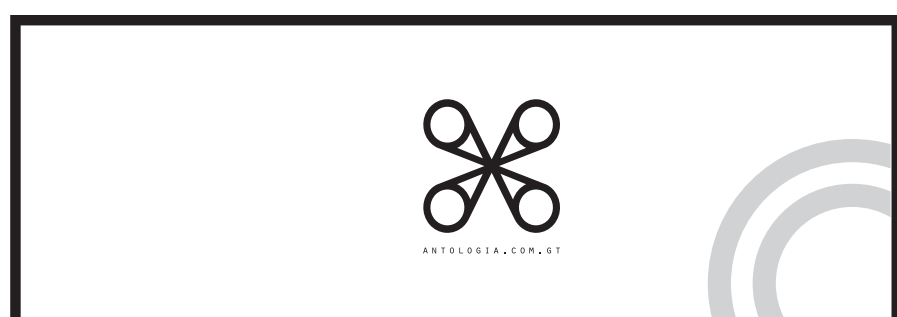
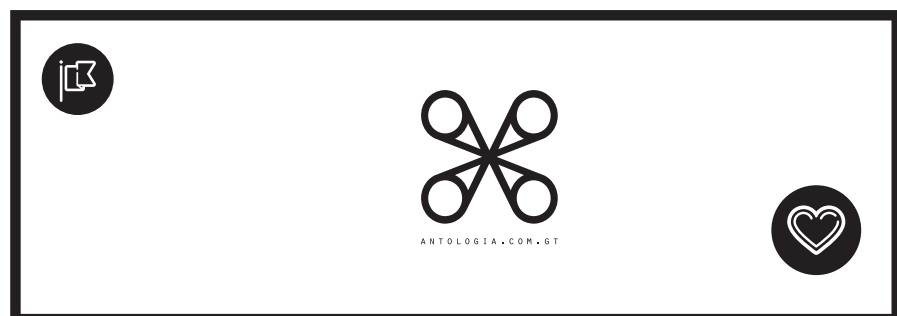
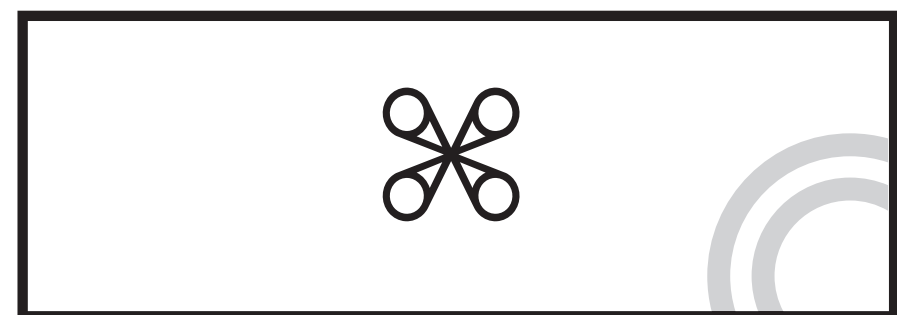
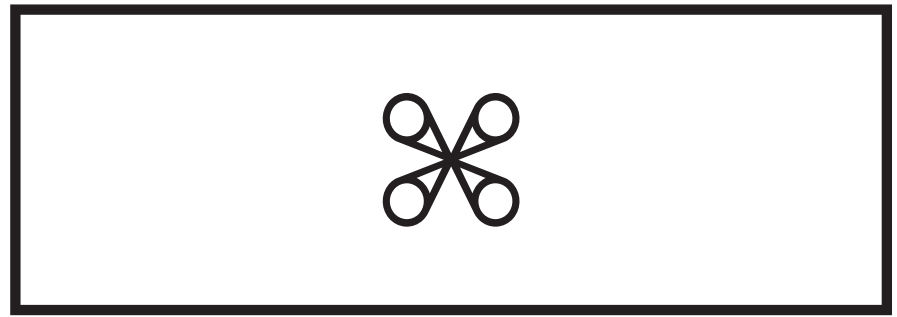
## ▲ Fase X: bocetaje digital sobre membretado

A continuación se encuentra establecida la diagramación, retícula así como la aplicación de ejes, se procede a digitalizar la propuesta que mas se adapta a la línea grafica, aplicando los datos que puede llevar el sobre y la forma de integrarlos a la pieza.



 Integración del elemento de apoyo.

 Se realizan pruebas tanto de composición así como de integración de los elementos gráficos por medio de la aplicación de opacidad.





Estas propuestas de elementos son seleccionadas en base a que poseen similitud en la forma del isotipo (circular), aplicando elementos geométricos que aporten a la pieza reflejando dualidad y balance, ideas principales del proyecto.



## Propuesta final sobre membretado



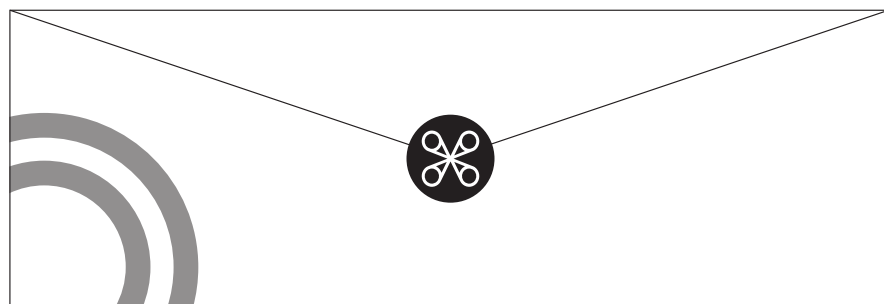
Se utilizan los patrones previamente definidos para utilizarlos en la parte interior de la pieza, de esta manera lograr que refleje creatividad e innovación.



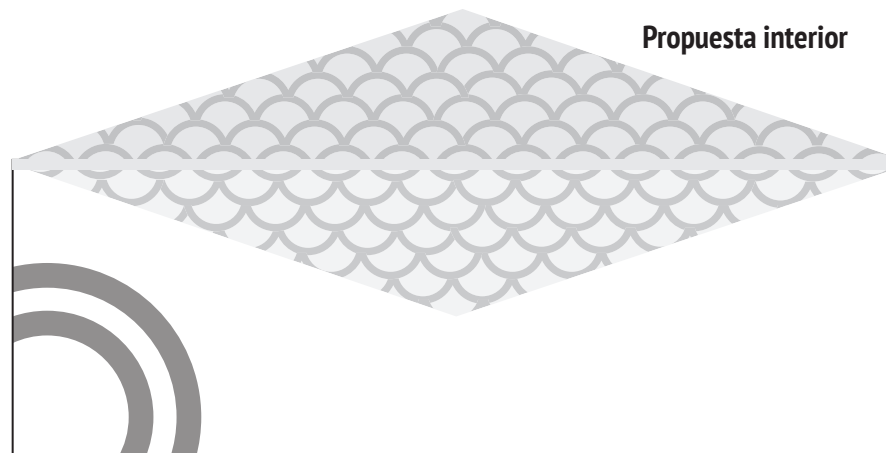
Como lo muestra Foges(1999), esta pieza es utilizada para la protección de la papelería procedente de la empresa. Por lo tanto debe contar con datos esenciales como: nombre de la empresa, logotipo, remitente y hacia quién se encuentra dirigida, como aportar información general de la empresa. Estos tamaños de los sobres vienen determinados por las series C.



Propuesta Tiro blanco negro



Propuesta Retiro blanco y negro



Propuesta interior

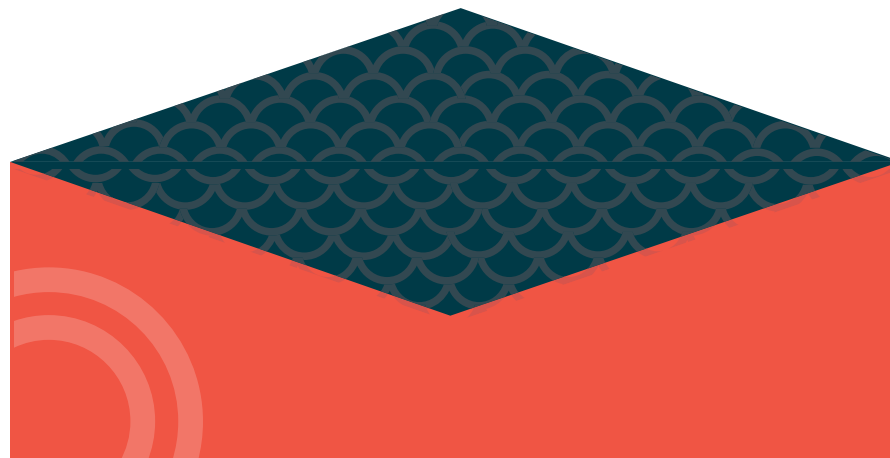
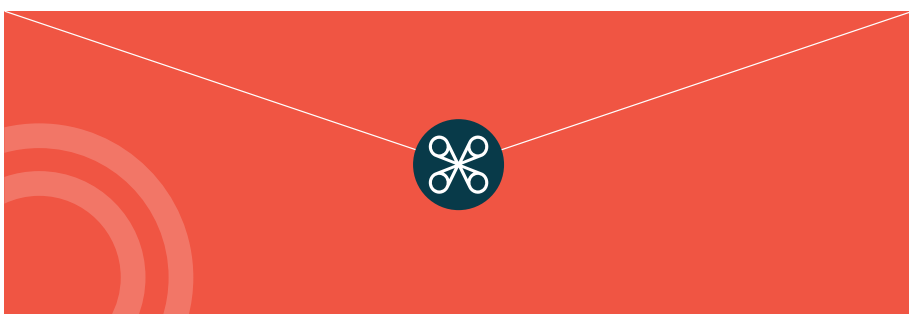
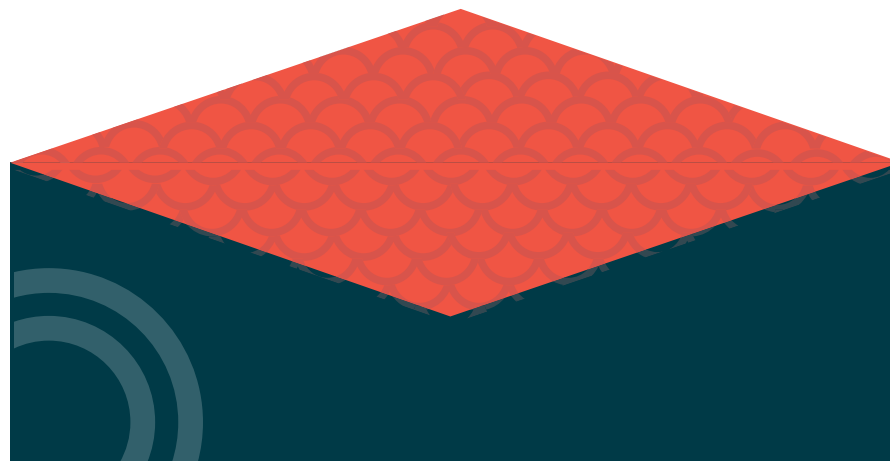
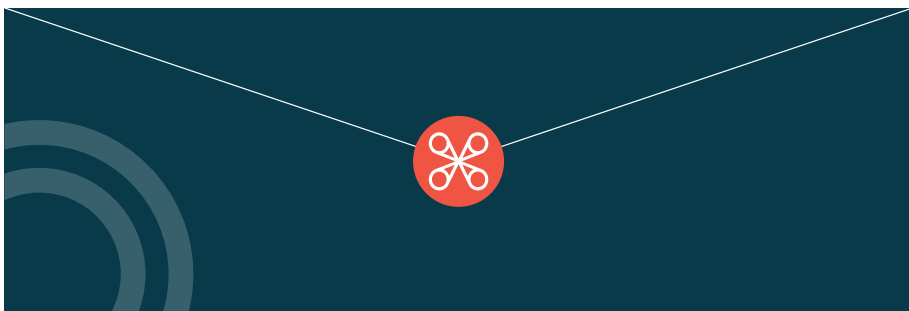
## Pruebas de color sobre membretado

A continuación se muestran las pruebas de color y composición para el sobre membretado. En esta fase se encuentra totalmente establecida la línea gráfica a implementar, solamente es cuestión de adaptarla a la pieza.



En la página continua se explica la selección de las piezas marcadas.





Debido a que la aplicación de color es estética cada una de las anteriores resultan funcionales e innovadoras como propuestas preliminares para esta pieza. Cada uno de los lineamientos para la implementación y utilización generados para esta pieza se encontrarán en el manual de imagen.



Para Foges(1999), a partir del correcto desarrollo de estas 3 piezas fundamentales para el diseñador será mas sencillo la implementación de una línea grafica definida en otras piezas que sean requeridas para la comunicación de la empresa.

## Desarrollo e implementación de línea gráfica - Portal Web



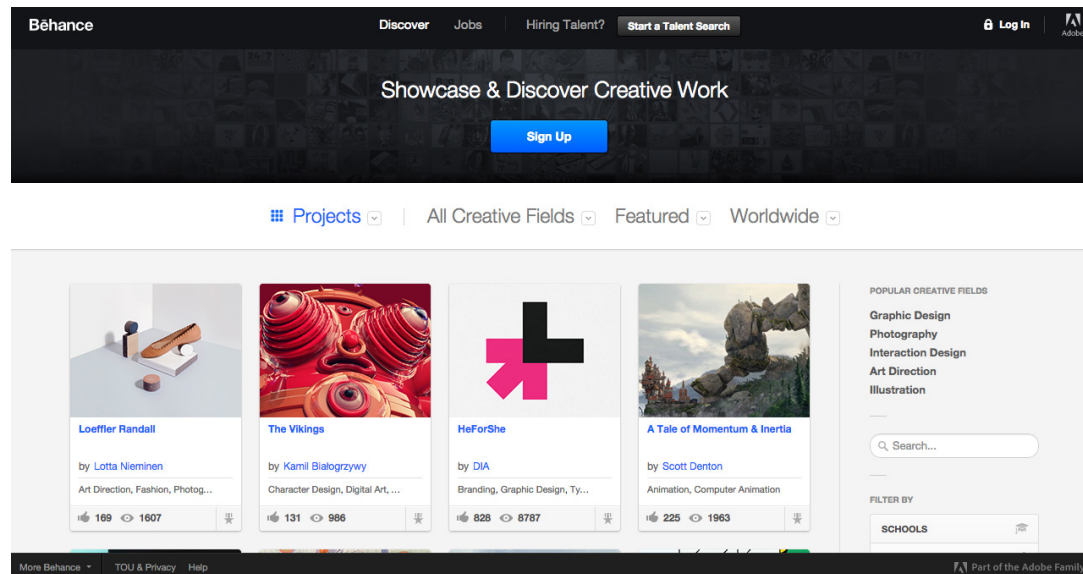
Se debe establecer que la intervención del diseñador es el planteamiento, definición e implementación de la línea gráfica así como la supervisión en el momento de realizar la programación y que esta se cumpla en totalidad a lo establecido.

Para dar inicio al proceso de bocetaje correspondiente al portal web, se realizan análisis de las principales plataformas de trabajo indicadas por el grupo objetivo A (ver página 59).

### Análisis casos análogos Portales web

Se realiza un análisis gráfico y de funcionamiento de portales indicados por el grupo objetivo como los más utilizados en el área profesional.

Este análisis se realiza como apoyo para la comprensión de la estructura, navegación, funcionalidad y nivel de calidad gráfica a la cual el grupo objetivo tiene preferencia en el momento de buscar nuevas oportunidades de trabajo.



Captura de pantalla Behance.com / sección home

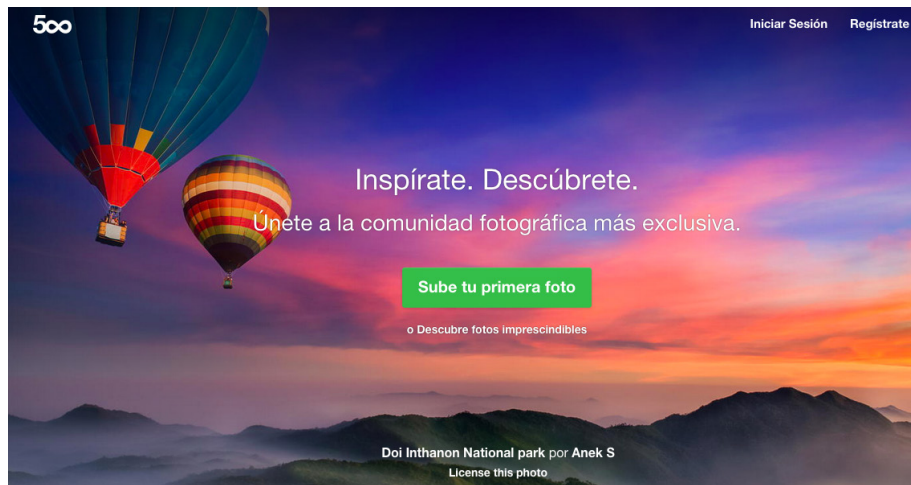
### Behance

El nivel gráfico manejado en este portal es bastante sencillo, proporcionando limpieza, sobriedad y aplicación de elementos gráficos básicos como líneas, formas geométricas y una paleta de colores fría y neutral; logrando de esta forma que no se produzca una saturación visual al momento de incluir la pre visualización de los proyectos. Utilizan la familia tipográfica Helvética la cual es san serif, con un tamaño adecuado a cada uno de los campos en la que se encuentra, permitiendo legibilidad.

La navegación resulta bastante clara y sencilla, indicado al usuario por medio de iconos la ubicación de cada una de las secciones, así como encontrar las funciones y distintas aplicaciones con las que éste cuenta.

El usuario puede crear de una forma gratuita una cuenta, la cual puede modificar su contenido gráfico según sea el estilo utilizado por este.

La carga con la que se realiza el portal al momento de ingresar a este es bastante rápida, creando eficiencia y logrando confiabilidad por parte de los usuarios o posibles usuarios.



Captura de pantalla 500px.com / sección home

## 500PX

Portal desarrollado como plataforma para exhibición de proyectos relacionados con fotografía.

Integra de una manera bastante correcta la fotografía y la aplicación de los elementos de diseño por medio de la utilización de paleta de colores sobria como blancos, negros y tonalidades grises, tipografía adaptada a la web por medio de la implementación de una familia San serif, logrando de esta forma legibilidad y comprensión de los contenidos.

Dispone de campos de búsqueda y filtración, lo cual hacen accesible a los distintos usuarios y la forma de ver su trabajo. La navegación es un tanto confusa ya que no se indica de una manera clara y precisa las sección así como las funciones con la que éste cuenta.

Cuenta con responsive desing lo cual permite acceder al sitio desde cualquier dispositivo brindando funcionalidad al usuario.

Un punto negativo a resaltar es el hecho de que si no, se es usuario registrado el acceso a los proyecto es limitado, bajando el interés por parte de un futuro cliente y quitando posibilidades de trabajo.



Captura de pantalla linkedin.com / sección home

## Linked in

Portal web para profesionales especializados en diversas áreas, que desean dar a conocer tanto su experiencia profesional como el tipo de proyectos que realizan.

EL diseño utilizado para este portal se encuentra en un nivel inferior de los portales mencionados anteriormente, carece de elementos gráficos que ayuden a ubicar cada una de las áreas y funcionalidad u opciones con las que éste cuenta.

No existe un logotipo que contribuya a una presencia de marca y establezca una fraternidad con los usuarios. La tipografía aplicada esta adaptada para web, por lo tanto no se presenta dificultades respecto a la comprensión y legibilidad.

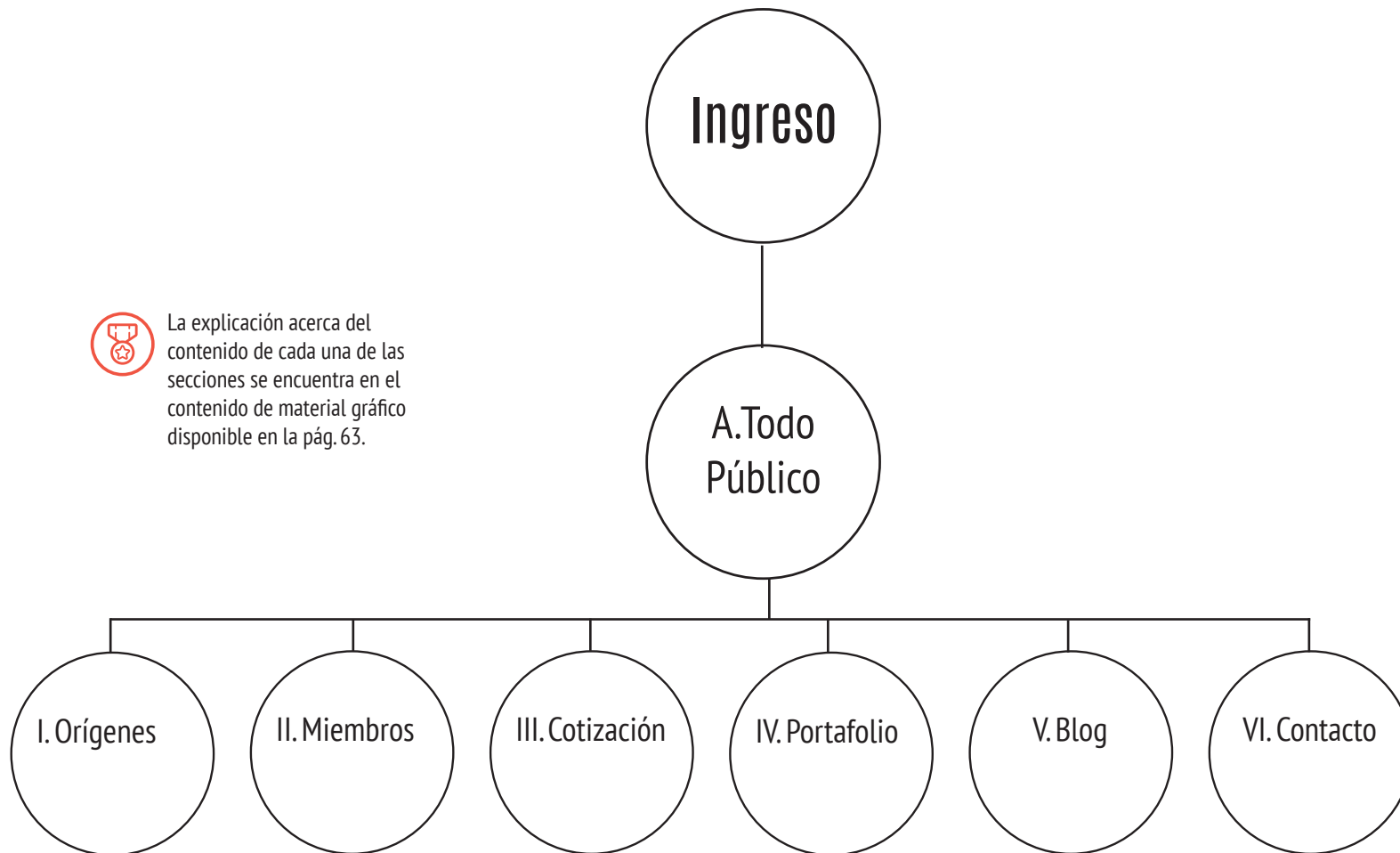
Una parte del grupo objetivo menciona que una de las deficiencias en este portal, es la velocidad con la que éste navega y realiza la carga de las páginas, adicional a que carece con campos que muestren mayor información acerca del profesional.

## Propuesta preliminar - mapa del sitio

Luego de obtener una idea preliminar acerca de la retícula para el portal, conjuntamente con el cliente se realiza un mapa preliminar para la estructura de este, se debe tomar en cuenta que la decisión final la posee el encargado de programar el sitio ya que este cuenta con los conocimientos y experiencia necesaria.

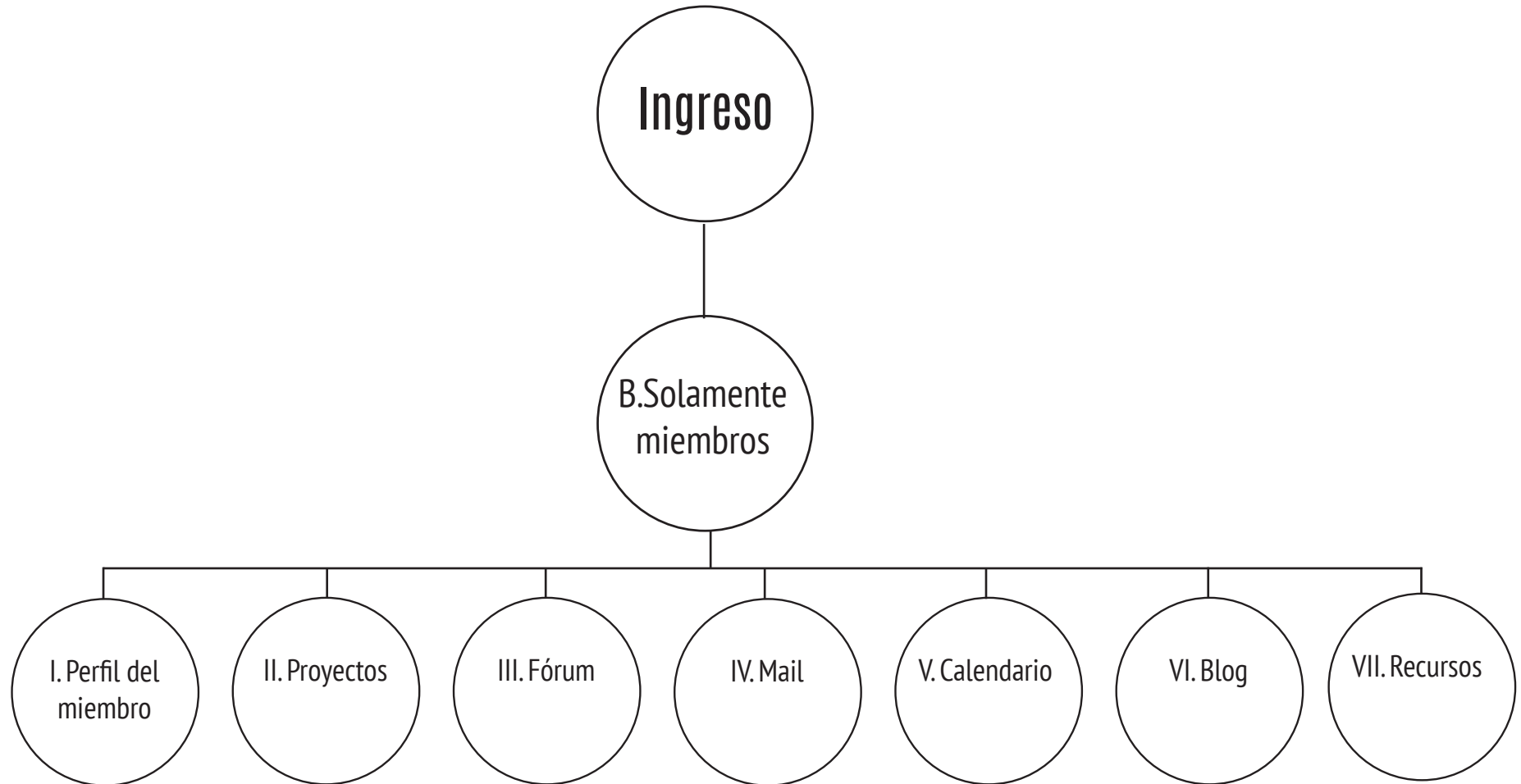


La explicación acerca del contenido de cada una de las secciones se encuentra en el contenido de material gráfico disponible en la pág. 63.





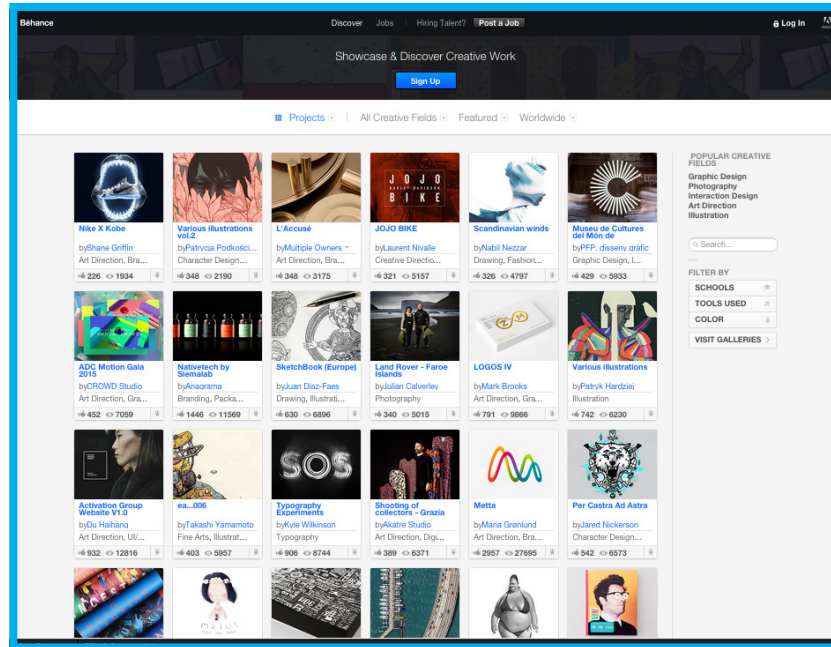
El sitio debe de estar integrado por dos estructuras, las cuales están elaboradas basadas en las necesidades de cada uno de los grupos objetivos.



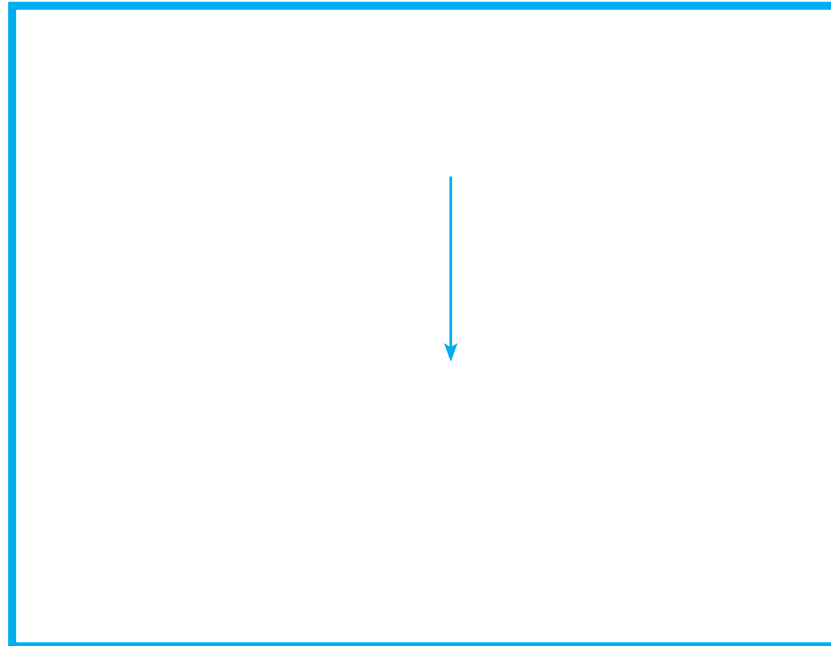
# Formato

En base a las referencias de plataformas antes planteadas, se detecta que los tipos de formato son horizontales y su tipo de despliegue se encuentra en sentido vertical, por lo tanto se plantea que para que el sitio refleje innovación y vanguardia, el sitio contará con alineación horizontal y la disposición sea de forma vertical. Se toma como referencia principal el sitio Behance.

Adicional a esto se debe trabajar en base a que según Rigó (2013) los sitios en la actualidad deben estar manejados en porcentaje, para que así sea posible a ser adaptados a cualquier tipo de dispositivo. Realizando la maqueta del sitio en un tamaño de 1920px.X 1272px. para que luego la persona encargada de programar el sitio asigne a los tamaños establecidos los porcentajes correspondientes.



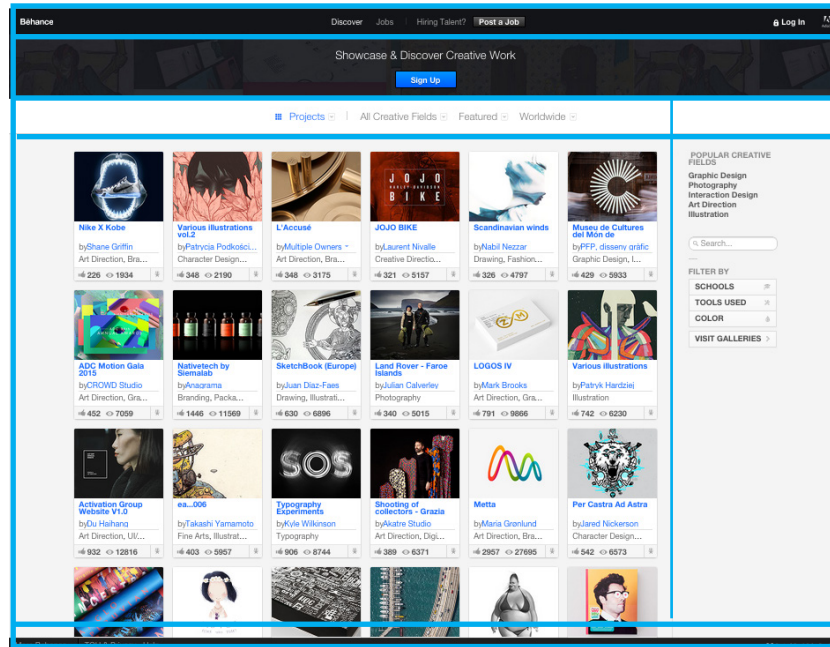
Captura de pantalla Behance.com / sección home



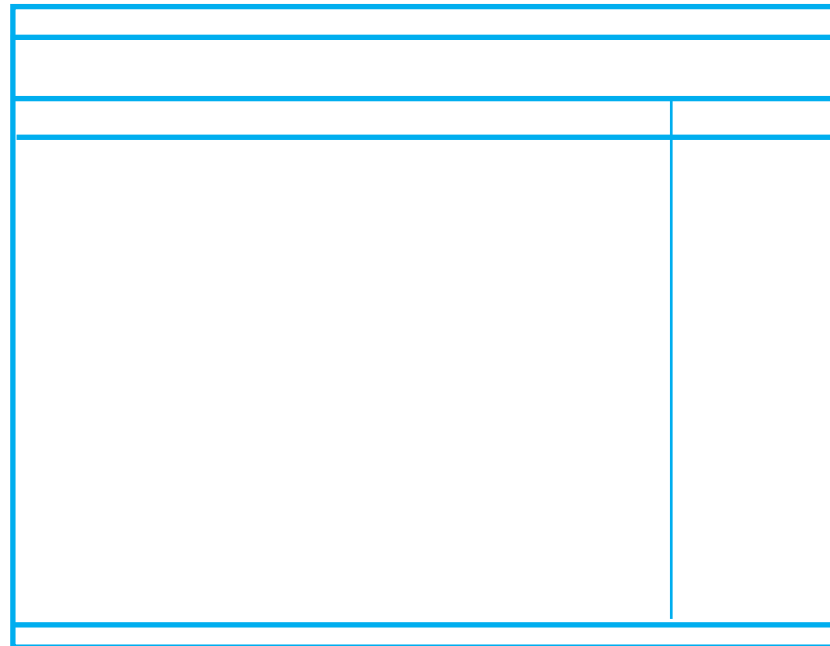


# Fase XIV: Bocetaje manual diagramación Portal web

En pase al portal Behance se detectan los principales ejes y retículas aplicadas en el sitio

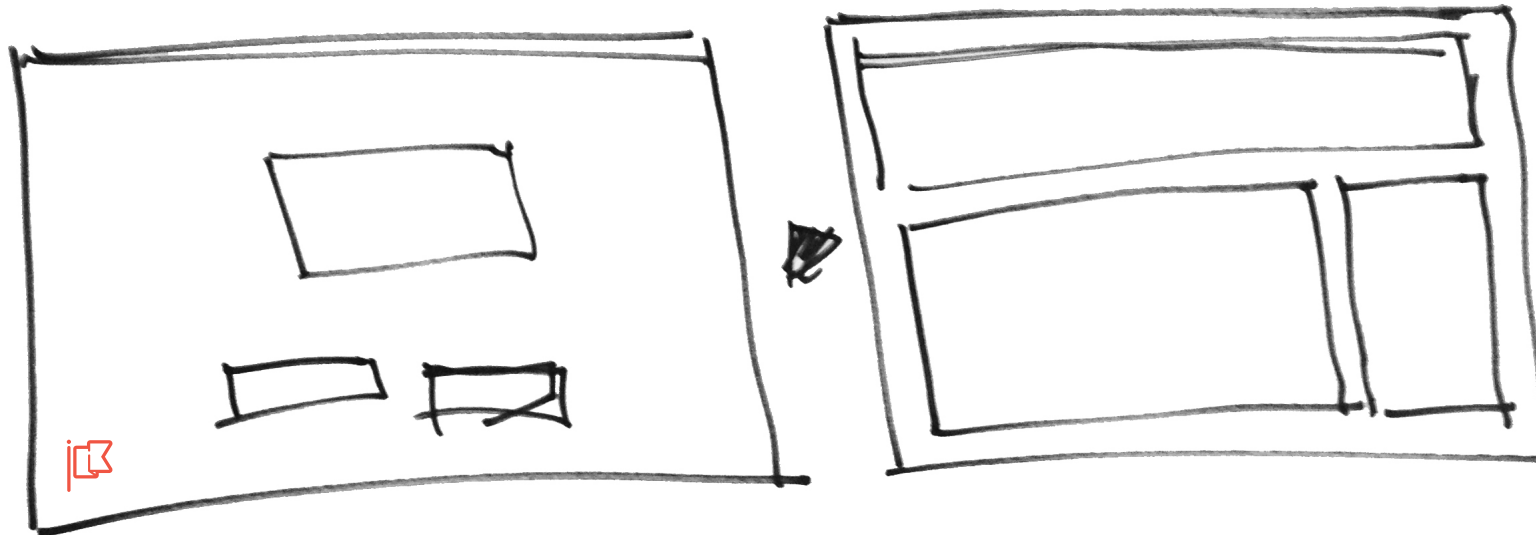



Captura de pantalla  
Behance.com / sección home





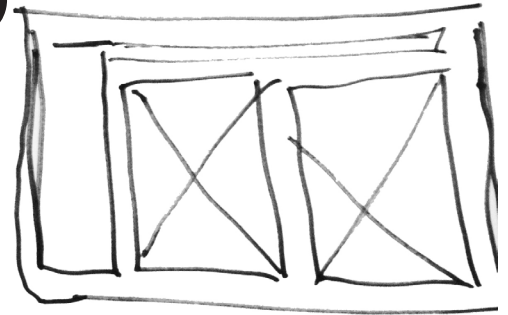
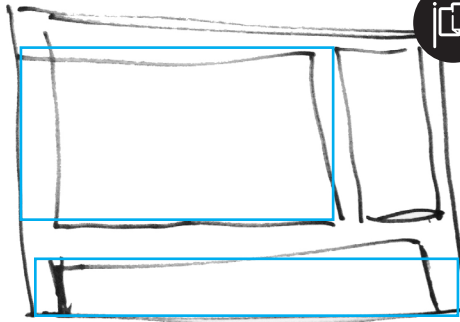
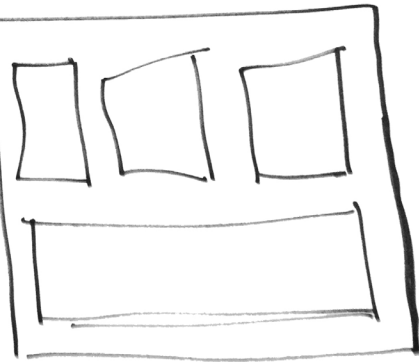
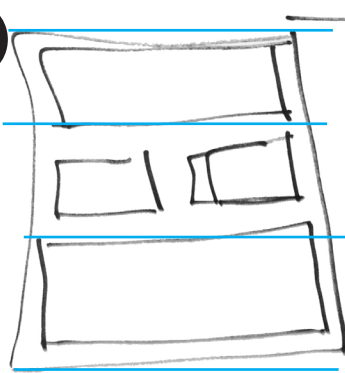
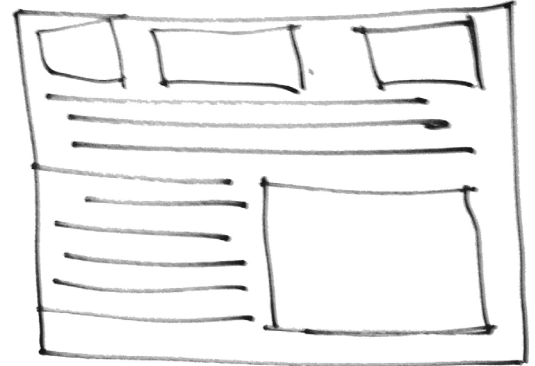
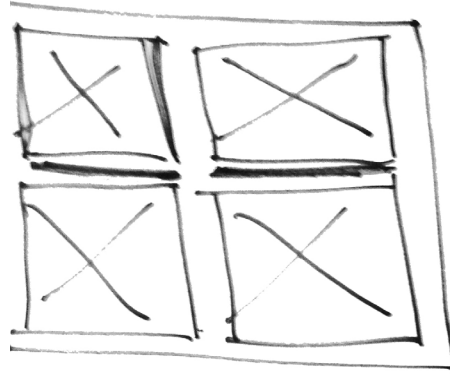
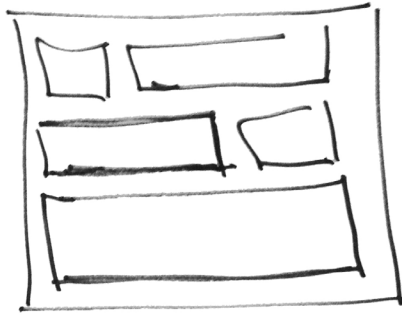
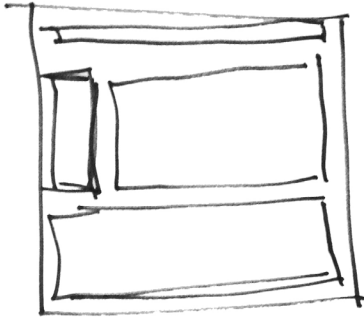
# Boceto de Redícula Web Page



 Ya realizado el análisis se procede a elaborar pruebas de retícula de forma manual. En esta etapa se busca definir un tipo de diagramación, retícula y ejes que estén acordes a la línea gráfica planteada y se busca reflejar sobriedad, orden y vanguardia en el diseño y limpieza en la composición. Por medio de la utilización de retículas estructuradas formales tanto horizontales como verticales, basadas en la geometría del rectángulo.







Se busca que la diagramación sea coherente y estructura, para que de esta forma lograr que la navegación sea comprensible para el usuario, resultando ser funcional con los propósitos del portal.

## Bocetaje manual - Portal web

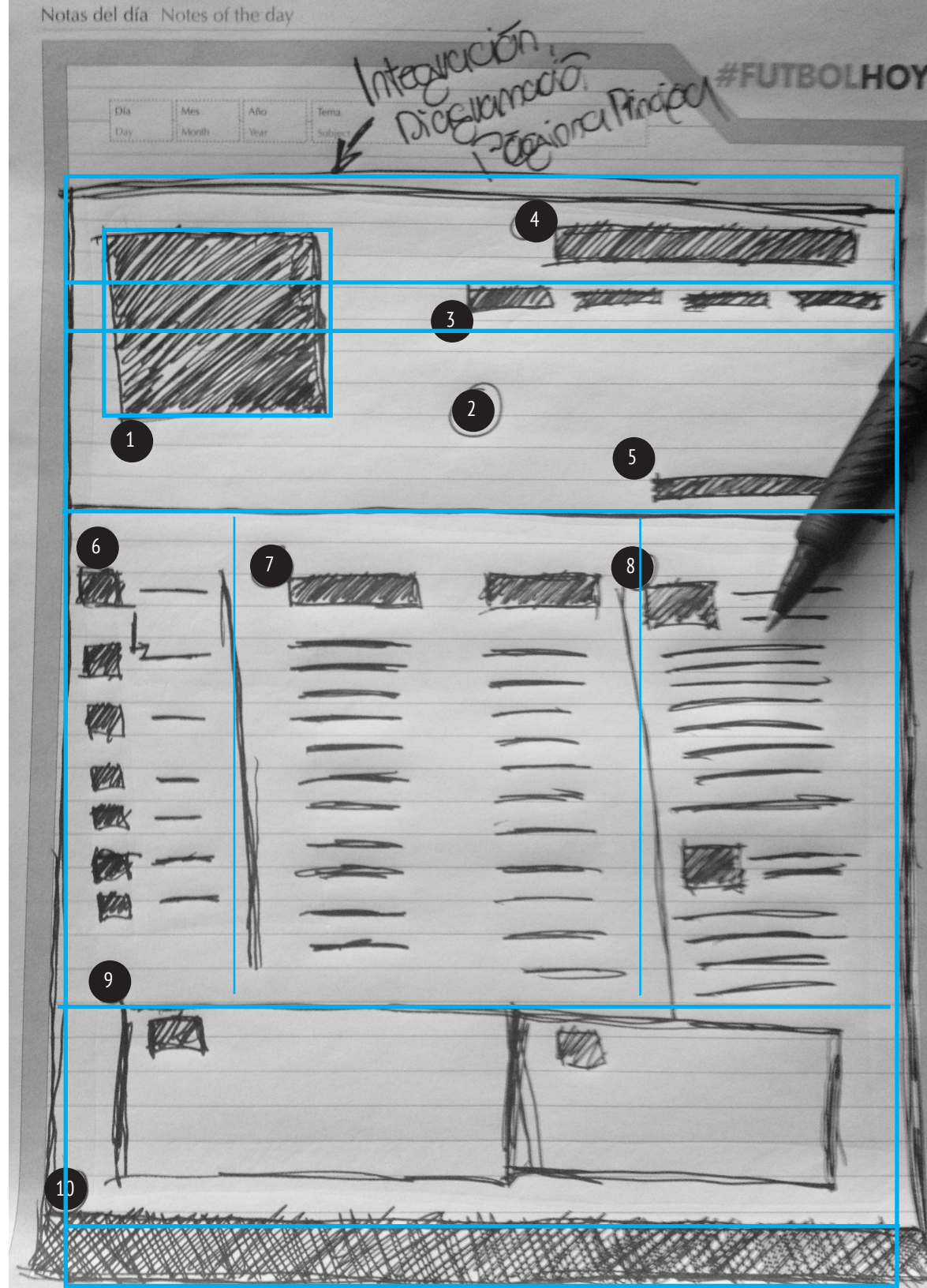
Luego de obtener los ejes y propuestas iniciales de retículas, se procede a realizar una estructura principal del sitio.

De esta forma se guía a la persona encargada de realizar la programación, como debe de ir la integración- aplicación de los elementos gráficos antes propuestos.

Se llega a visualizar que herramientas gráficas serán necesarias para la aplicación y funcionalidad de todo el sitio web.

Se enlistan las áreas básicas que se considera debe llevar el portal

1. Logotipo
2. Imagen que presenta a los miembros y su trabajo
3. Campos de búsqueda
4. menú
5. Campo de texto acerca de que es "Antologia"
6. Menú iconográfico áreas que integran "Antologia"
7. Presentación del portal
8. Área para secciones
9. Galería de proyectos
10. Footer

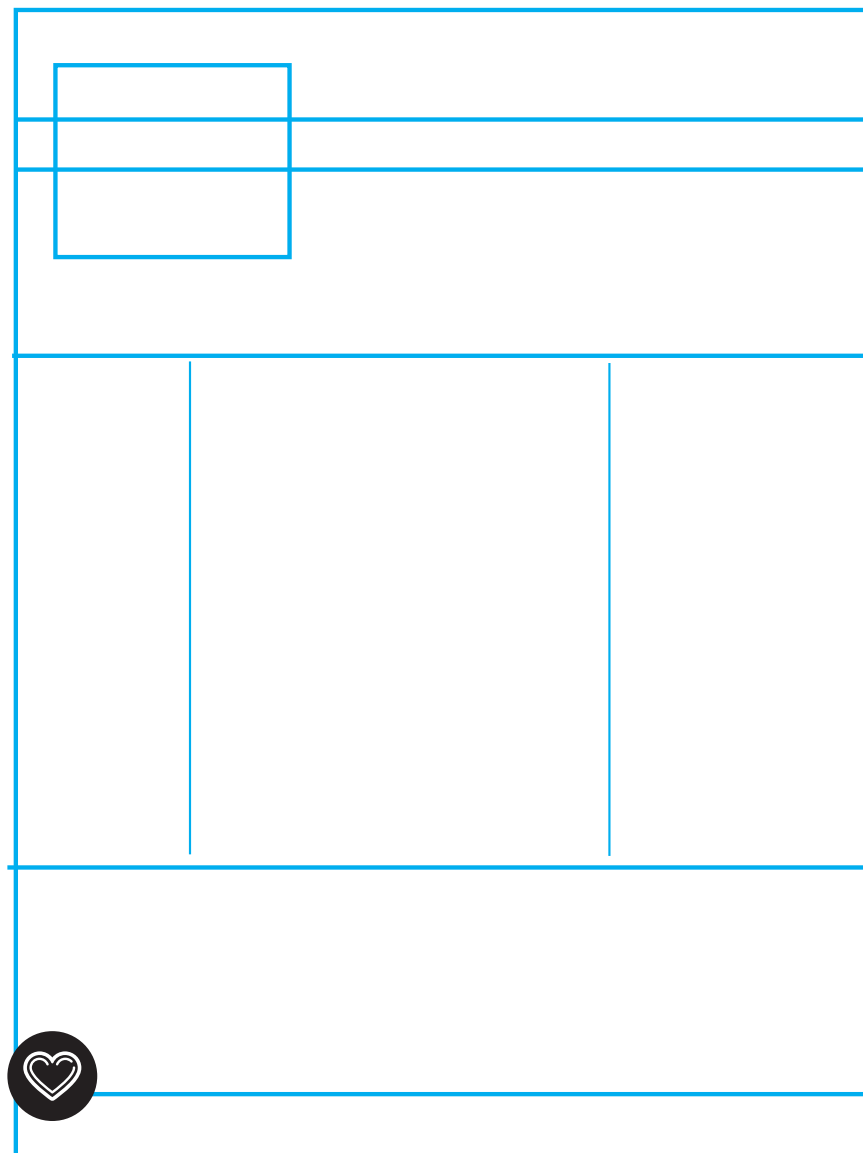
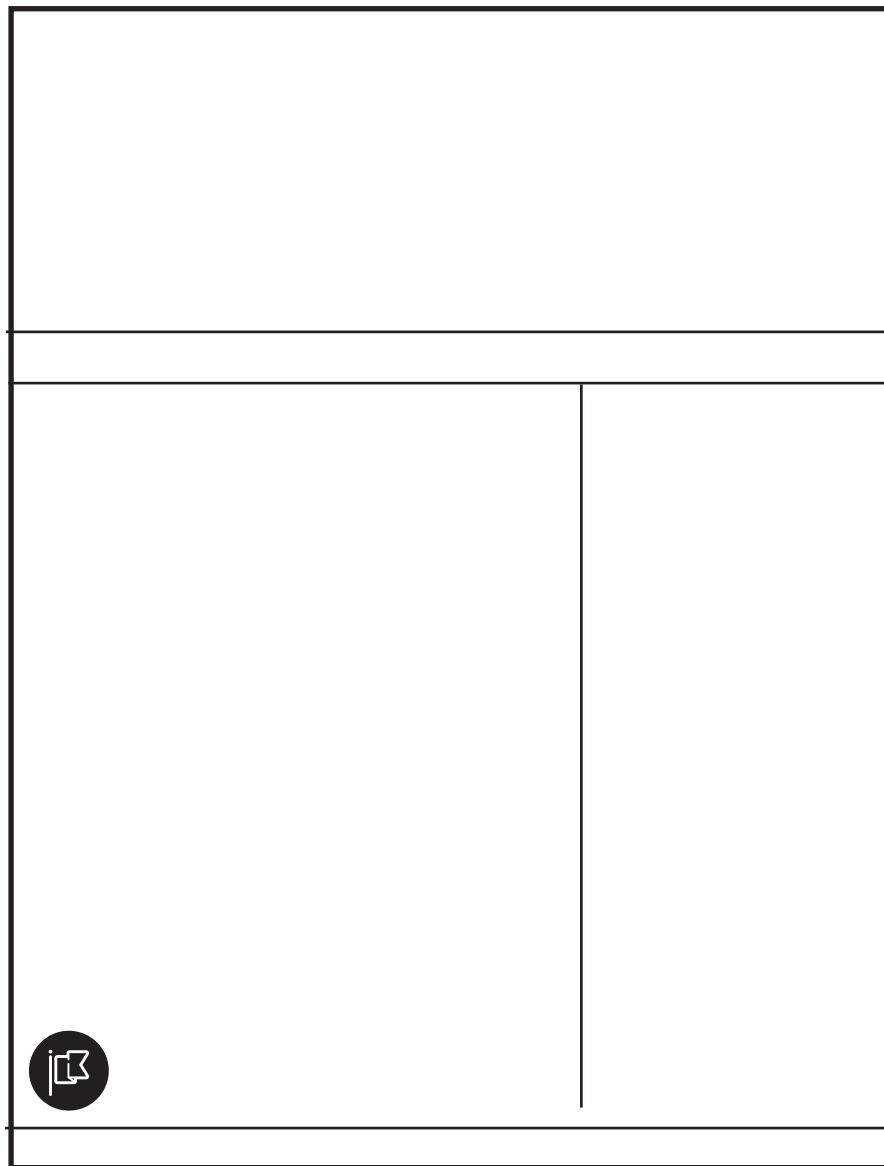




# Digitalización retícula portal web



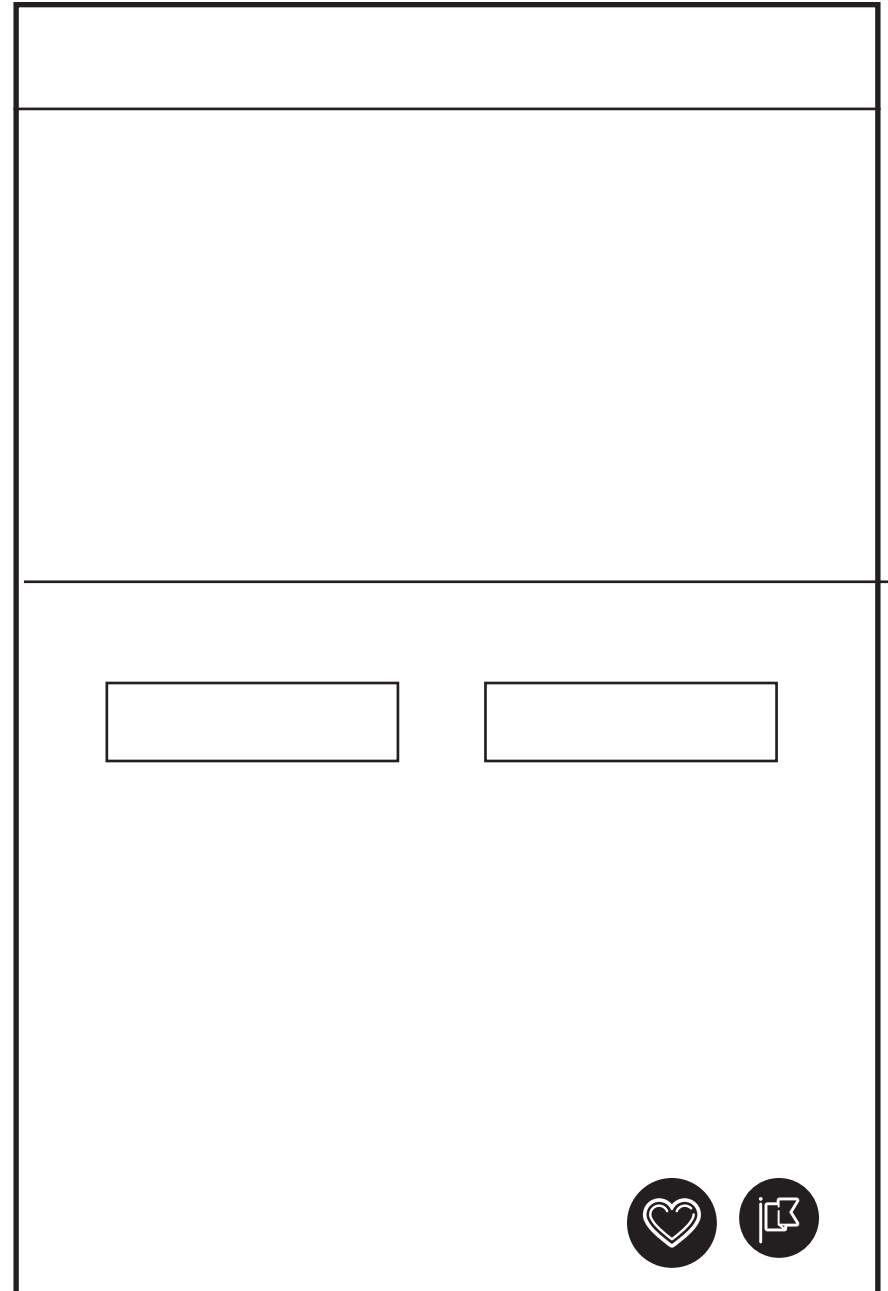
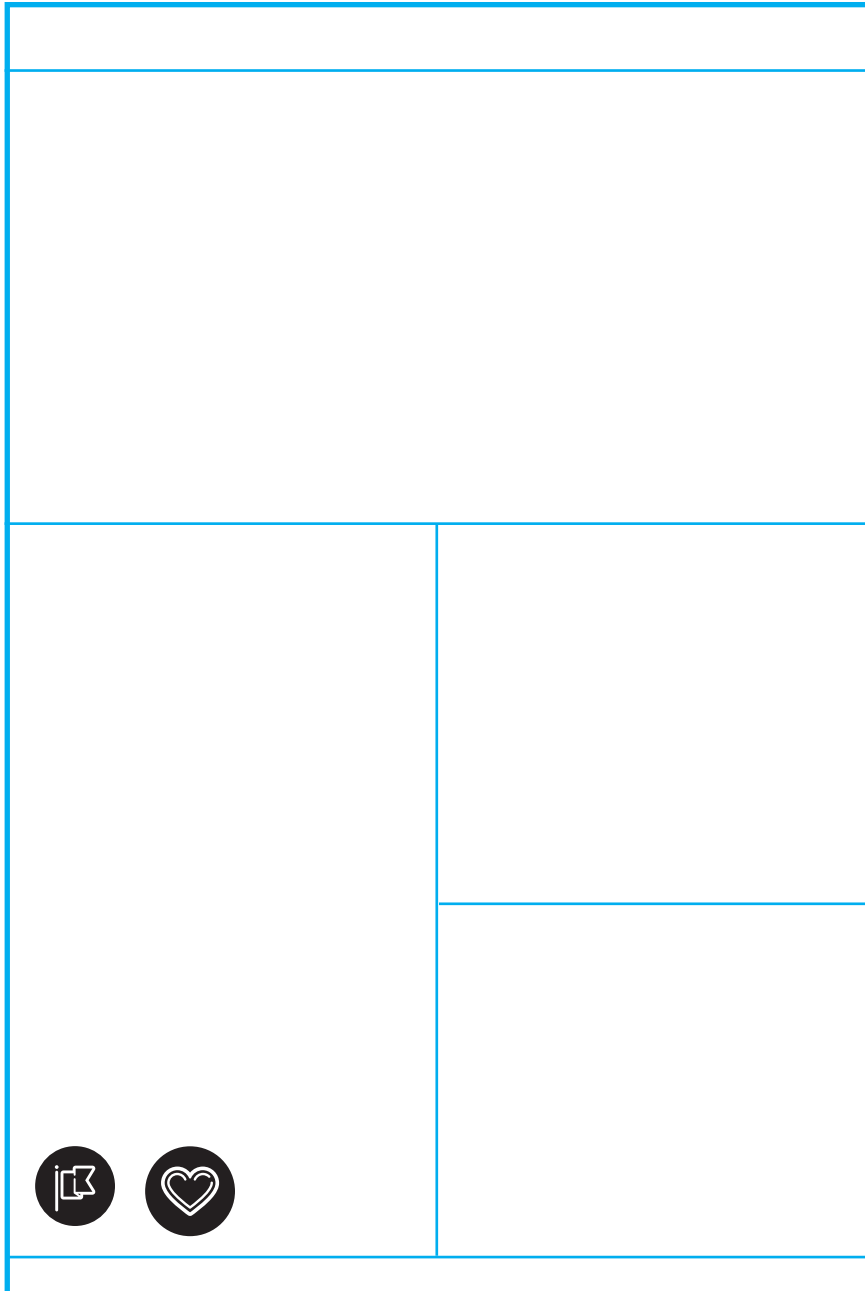
Pruebas acerca de la retícula principal a utilizar en el portal.



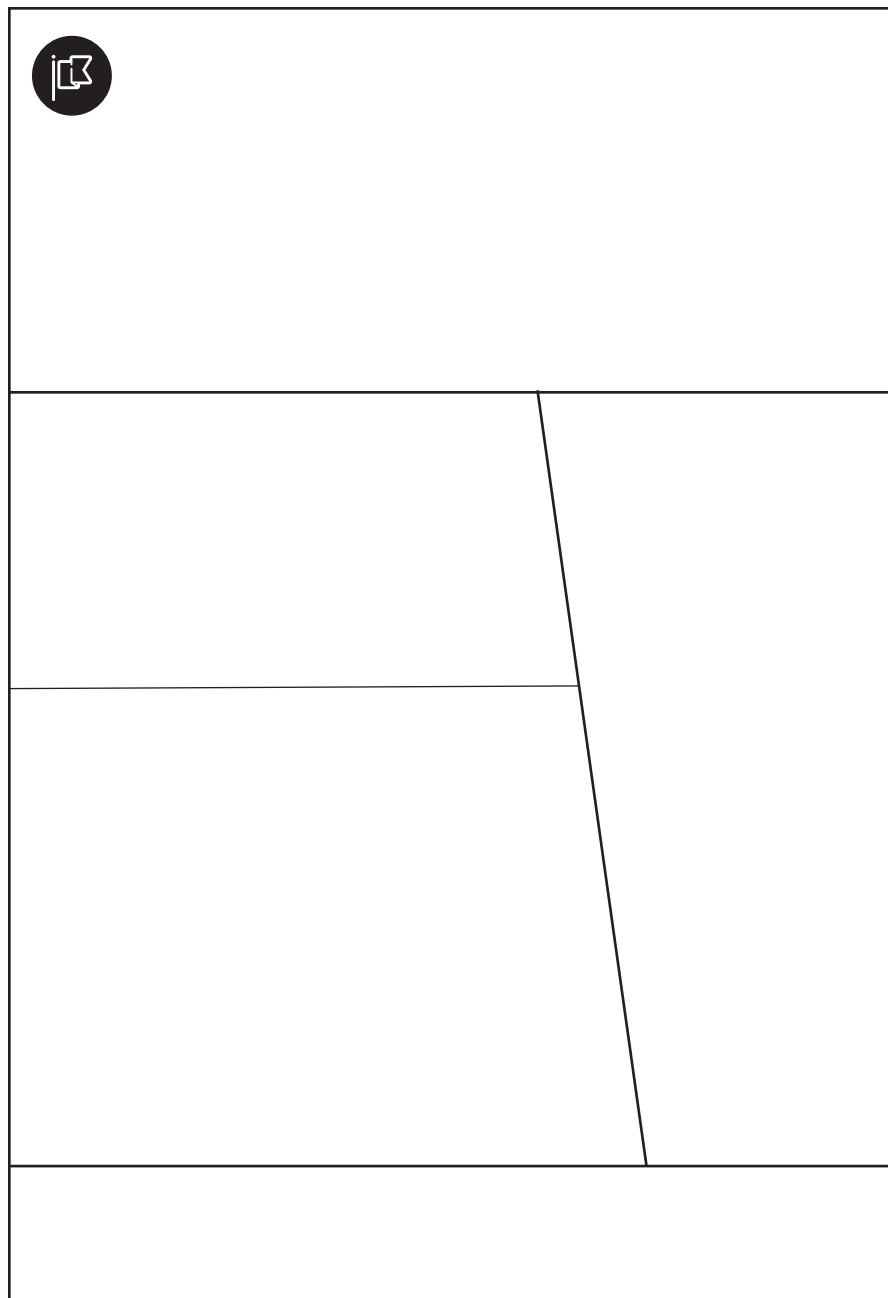
Explicación en página continua



En este proceso se definen ciertas estructuras básicas que podría llegar a utilizar en el portal.



Explicación en página continua



La selección de la retícula esta basada en la legibilidad y orden visual para que el usuario perciba de esta forma un sitio funcional. Adicional esta retícula se utiliza para la integración de la línea gráfica en conjunto con el material propuesto por el cliente.

## Tipografía



Para Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) en el momento de realizar un sitio web adaptable se debe tomar en cuenta una familia tipografía que pueda ser funcional y leída por la mayoría de sistemas ya que habitualmente en los sistemas operativos principales Windows y Mac, aunque las fuentes son muy parecidas tienen distintos nombres en cada sistema operativo. En Windows las fuentes más usuales son Arial, Comic Sans, Courier New, Georgia, Helvetica, Times New Roman (fuente por defecto), y Verdana.

Estas las familias tipografías que serán funcionales en la mayoría de navegadores.

### Arial

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

### Comic Sans MS

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

### Courier New

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

### Georgia

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

### Helvetica

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

### Times New Roman

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



La familia tipográfica Helvética es seleccionada en base a la tipografía utilizada en la línea gráfica del proyecto, esta tipografía se integra de una forma que genera contraste visual reflejando dinamismo.

### Helvetica

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

### ORATOR

#### LA ANTOLOGIA

A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .


### Miso


#### La Antología

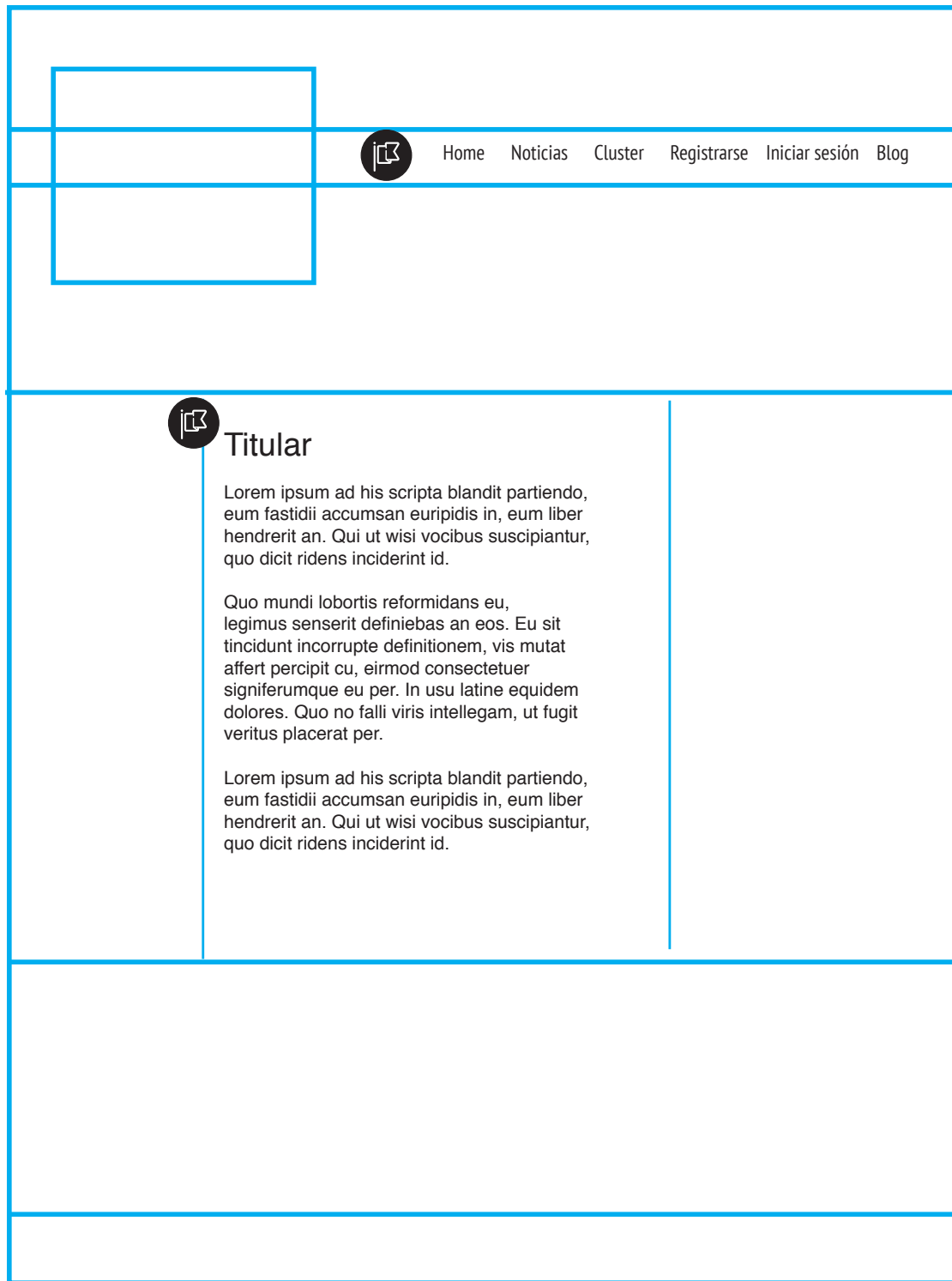
a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z.





 Se hace el análisis entre la estructura de los caracteres tipográficos de ambas familias, en donde existe similitud y logra crear unidad en relación con las demás piezas, permitiendo se perciba dinamismo e integración.

 Implementación en formato  
Se realiza la integración en cuanto al texto para aplicar en el menú (secciones delimitadas temporalmente) como en los titulares y campos de texto en el formato, y retículas propuestas.





## Color



Para la aplicación de color se utilizan los mismos colores establecidos en la línea gráfica. Se aplica el color en forma sólida en donde funcione como contraste visual en relación a los demás elementos gráficos. Utilizando la versión RGB de estos.



Así mismo se utiliza el color para realizar interacción y animación con el usuario, ejemplo: en el momento de realizar una transición en los botones.



Áreas para los campos de búsqueda y footer irá aplicado el color en forma sólida.

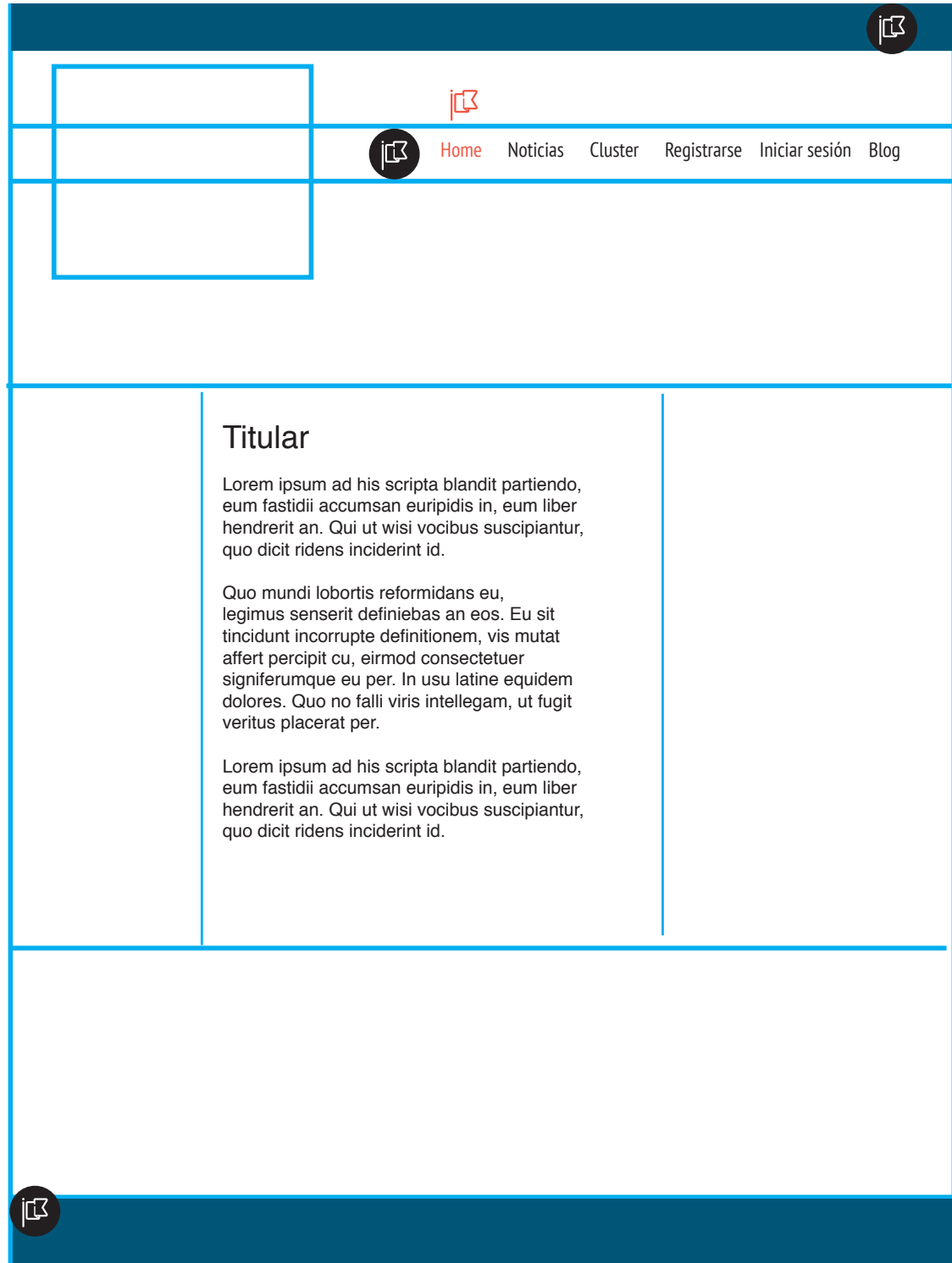
PANTONE 309 C

PANTONE Brigh Red U



R=0  
G=86  
B=119  
#005677

R=255  
G=83  
B=63  
#ff533f







## Imagen



Respecto a la integración de imagen es detectado que los usuarios buscan formar de estas plataformas de trabajo por diversas razones adicionales a las oportunidades laborales, una de estas razones es la integración social y jerárquica así como el reconocimiento de su trabajo. Es por lo mismo que se decide utilizar imágenes de los miembros desarrollando sus propios proyectos.



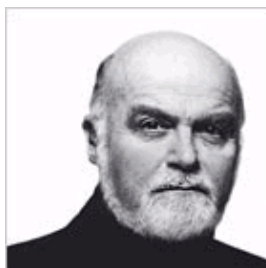
Debido a la importancia que poseen estos en la plataforma el espacio asignado para colocar estas imágenes es en el área del header, ya que al momento de ingresar al sitio se perciba de primera instancia el fin del portal.



Así mismo es establecido que las imágenes para hacer referencia algún miembro en los perfiles o el momento que este realice una publicación deben estar dentro de formas circulares establecidas en el logotipo.



Imagen obtenida de [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com) se cuenta con derechos propios y utilizados con fines de ejemplificar.



Bruno Sacco



Reinhard Zetsche

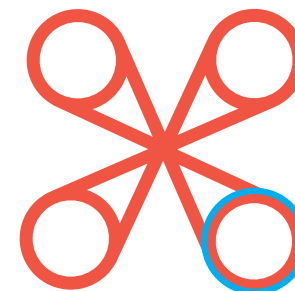


Michael Lammel



Bertrand Illert

Imagen obtenida de [google.com/imagenes](http://google.com/imagenes).  
Utilizados con fines de ejemplificar.





## Titular

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.


Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetur signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intellegam, ut fugit veritus placerat per.

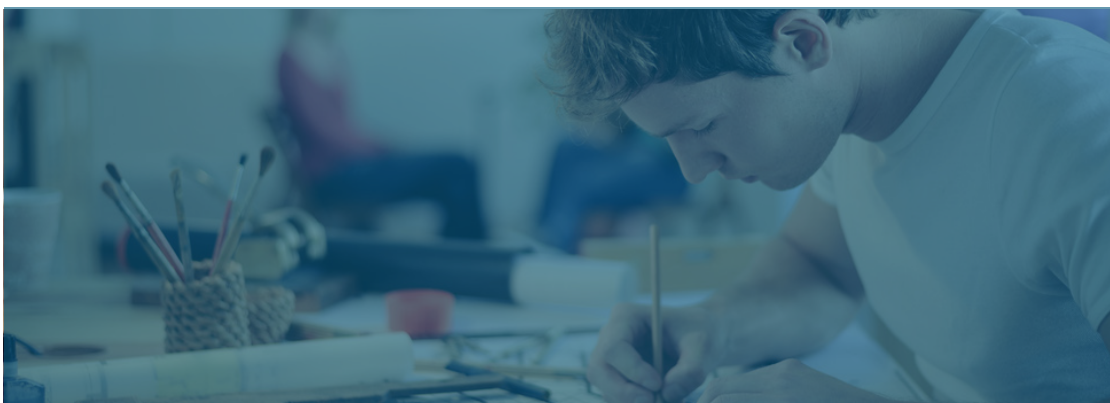
Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.



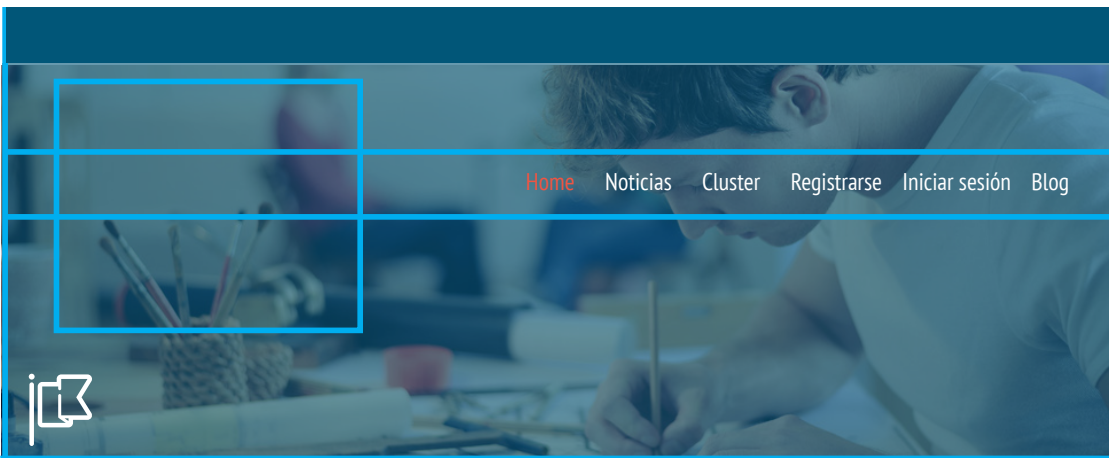


## Tratamiento de imagen


 De forma que el color esta presente en una forma innovadora, se propone que la imagen posea un tratamiento de color para que por medio de la tonalidad este elemento este presente y así apoyar a la comunicación.







[Home](#) [Noticias](#) [Cluster](#) [Registrarse](#) [Iniciar sesión](#) [Blog](#)





### Titular

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.

Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetuer signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intellegam, ut fugit veritus placerat per.

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.







## Desarrollo herramientas de navegación



En base a la utilización de herramientas en páginas tradicionales, se desarrollan propuestas de estas adaptados a la línea gráfica propuesta. Selección de los herramientas las cuales son consideradas indispensables para realizar la navegación.



Son elaboradas con características circulares las cuales provienen del logotipo, para de esta forma crear unidad.

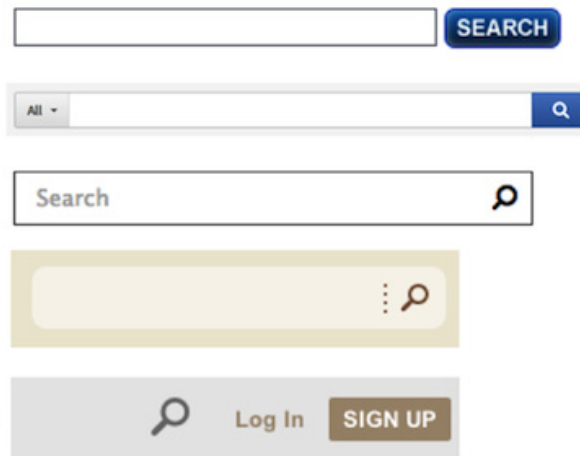
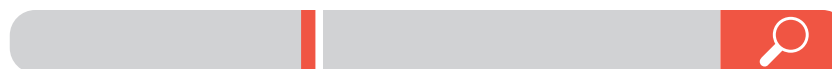
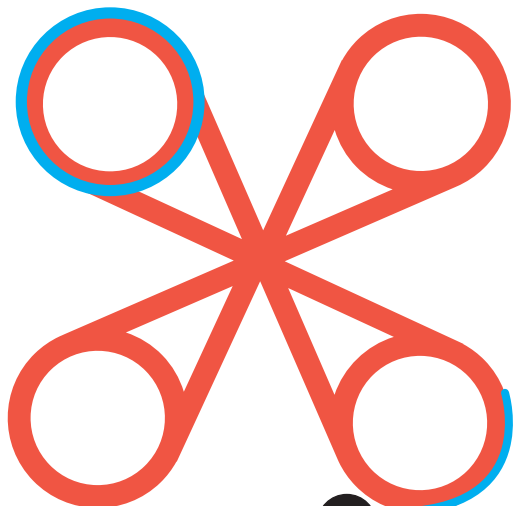
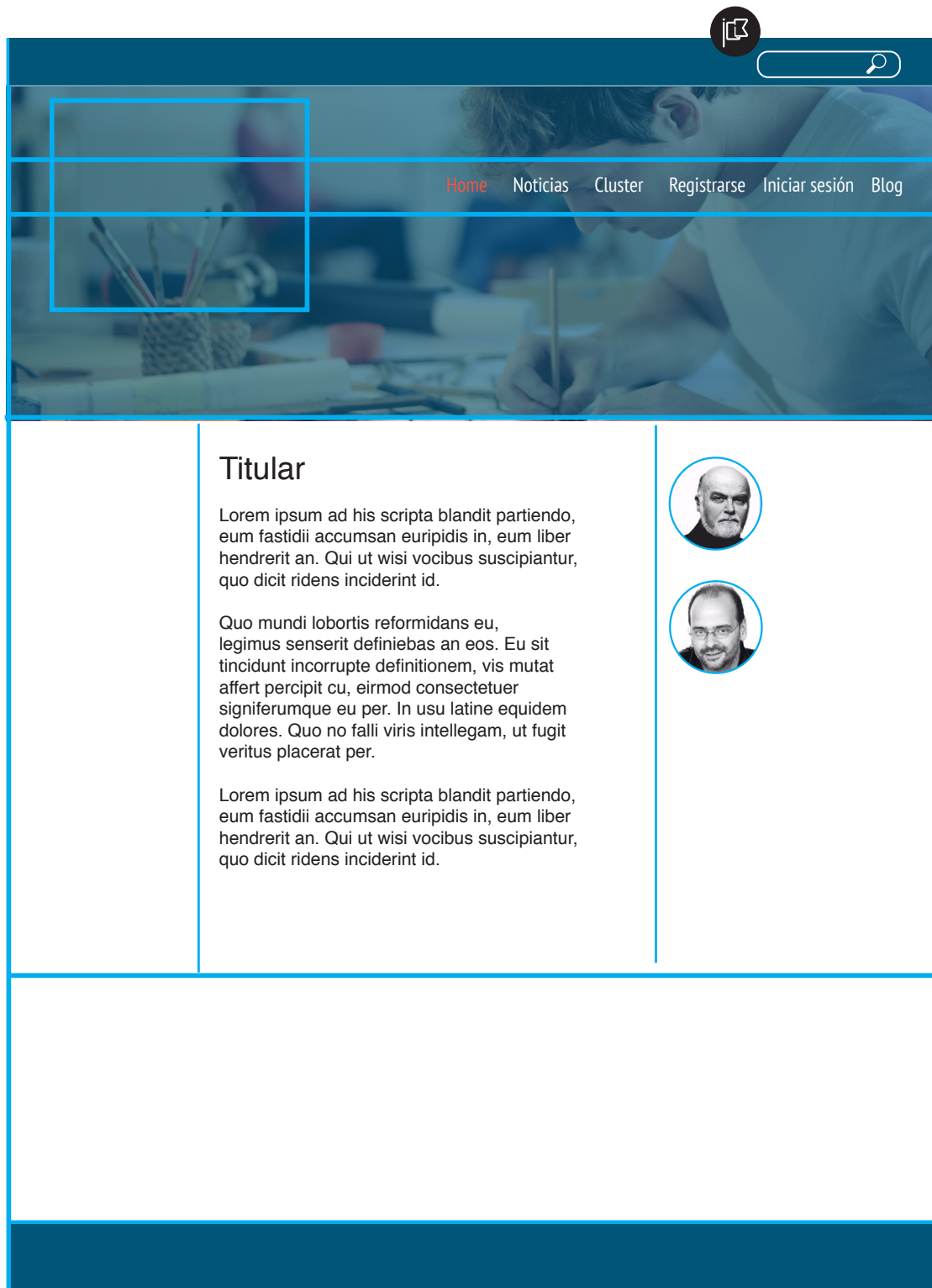


Imagen obtenida de: <http://www.4-designer.com>





The image shows a wireframe of a website layout. At the top, there is a dark blue header with a logo on the left and a search bar on the right. Below the header is a navigation menu with links for Home, Noticias, Cluster, Registrarse, Iniciar sesión, and Blog. The main content area is divided into two columns. The left column contains a title 'Titular' followed by three paragraphs of placeholder text. The right column contains two circular profile pictures of men. The entire layout is enclosed in a blue border.

Home Noticias Cluster Registrarse Iniciar sesión Blog

## Titular

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.

Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetur signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intellegam, ut fugit veritus placerat per.


Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.







## Aplicación de iconografía

 Son seleccionados los iconos básicos mas importantes para el desarrollo y aplicación en el portal. Estos se adaptan a la línea gráfica planteada por medio de la utilización de la forma básica circular del logotipo


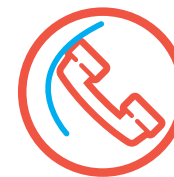
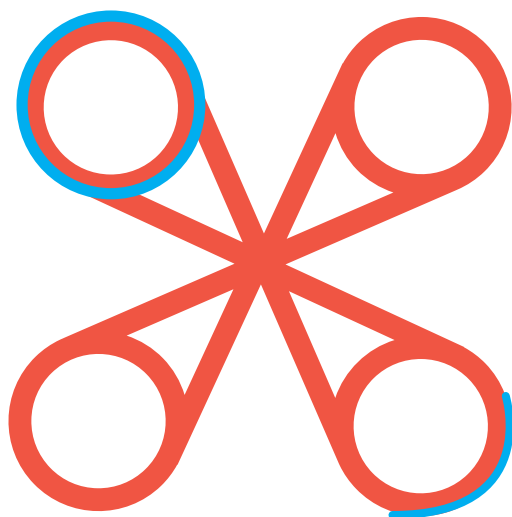
 Se deben agregar iconos dependiendo de las necesidades del cliente.








Imagen obtenida de: [www.dreamstime.com](http://www.dreamstime.com)





[Home](#) [Noticias](#) [Cluster](#) [Registrarse](#) [Iniciar sesión](#) [Blog](#)





### Titular

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.

Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetuer signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intellegam, ut fugit veritus placerat per.

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.







## Integración del logotipo



Se debe establecer que el logotipo debe estar integrado y tener presencia en la mayor parte de las secciones, proponiendo que este se encuentre en el header en su versión con datos completos y aplicar solamente el isotipo en ciertas secciones con distintas opacidades y así no saturar visualmente el sitio.

Implementación en formato



Home Noticias Cluster Registrarse Iniciar sesión Blog

ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA

**Titular**

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.

Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetuer signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intellegam, ut fugit veritus placerat per.

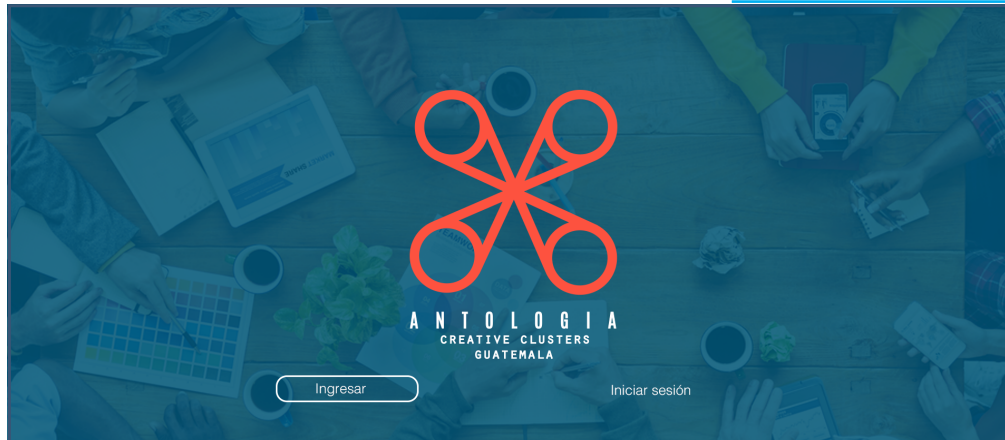
Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id.



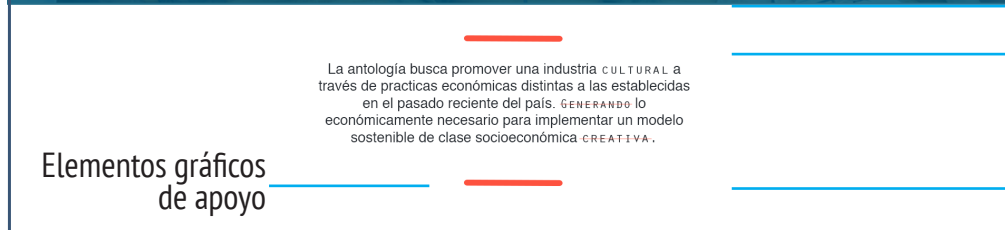
# ▲ Fase XII: Propuesta preliminar digital Portal Web



A continuación se presenta el resultado preliminar de la integración de cada uno de los elementos gráficos aplicados a la diagramación y formato propuestos.



Utilización de ejes



Elementos gráficos de apoyo

Sección inicio



Campo de búsqueda

Aplicación de imágenes

Propuesta diagramación

Sección Home

Aplicación de logotipo

Aplicación tipografía adaptable a web

Aplicación tipográfica, según Rubio (2006) se debe utilizar tipografía adaptada a web que pueda ser reconocida por cualquier navegador.

Es por lo tanto que se propone la utilización de la familia tipográfica helvética, integrándose a los demás elementos gráficos

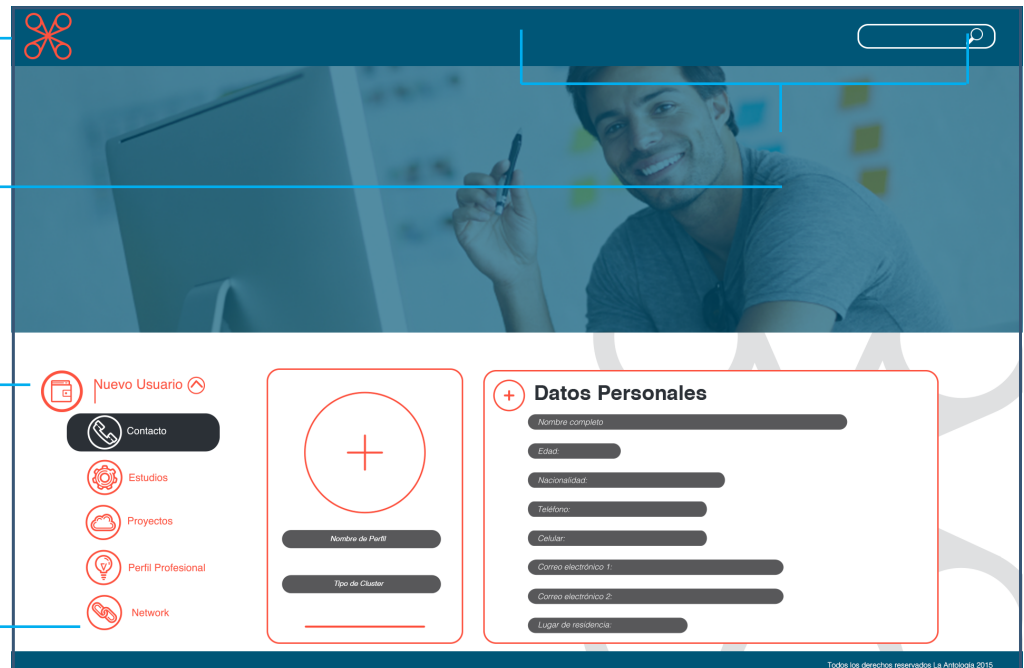


Sección inicio para miembros

Aplicación isotipo

Propuesta menú interno

Aplicación de iconografía



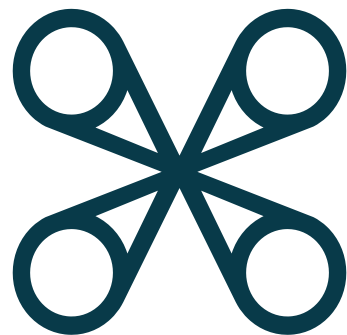
Sección área de registro

## ▲ Fase XIII: Propuestas Preliminares

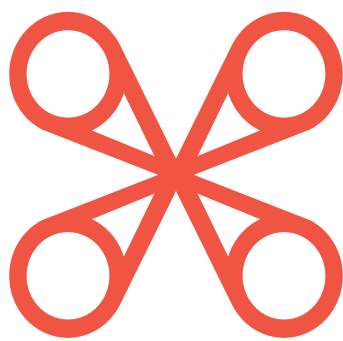


### Logotipo

Presentación del logotipo con sus distintas versiones, aplicación de color y reducción máxima.



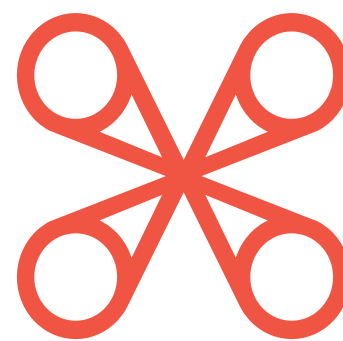
A N T O L O G I A  
C R E A T I V E C L U S T E R S  
G U A T E M A L A



A N T O L O G I A . C O M . G T

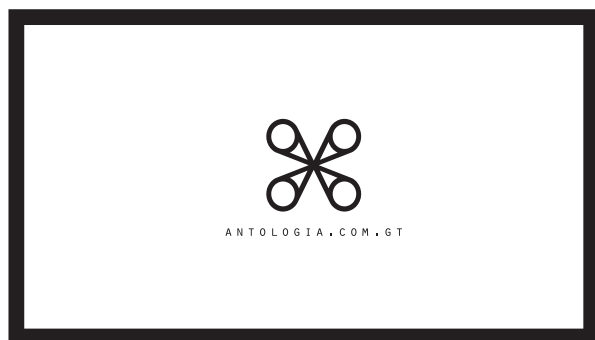


Reducción máxima  
0.5 centímetros x  
0.5 centímetros.



A N T O L O G I A

A N T O L O G I A . C O M . G T



Propuesta B/N



---

## Tarjeta de presentación

---

**Dimensiones**  
3.5" pulgadas x 2" pulgadas  
**Soporte impreso**  
papel smood 220 gramos.



Propuesta Color



---

## Hoja Membretada

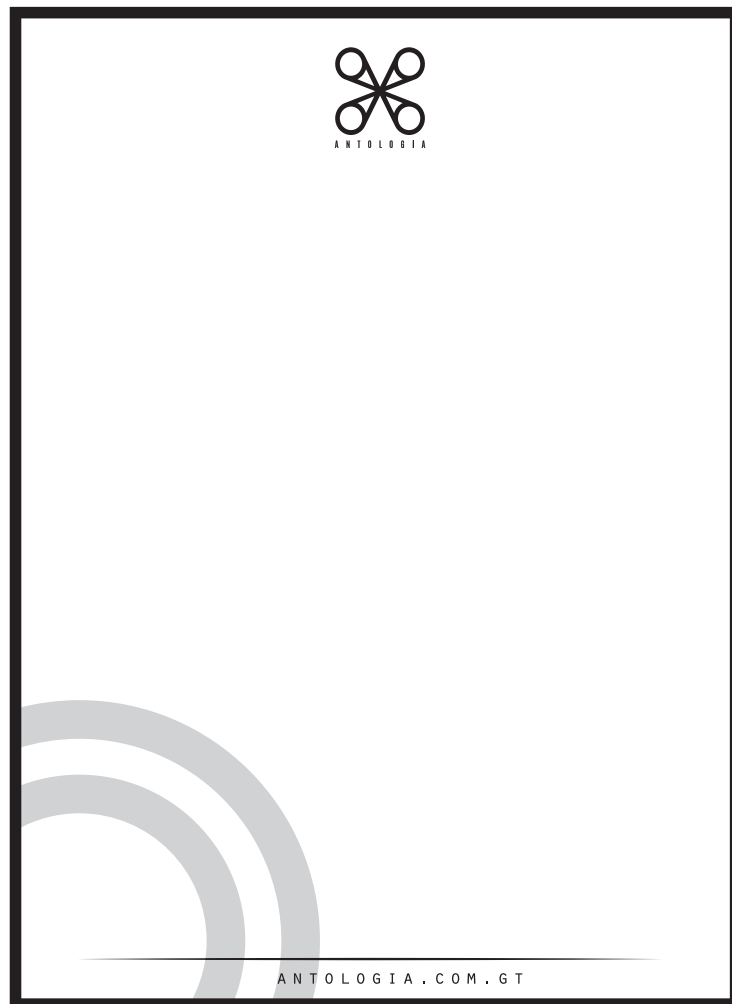
---

### Dimensiones

8.5" pulgadas x  
11" pulgadas

### Soporte impreso

Versión impresa: papel  
bond 80 gramos.  
Versión digital: pieza  
insertada en  
documento Word.



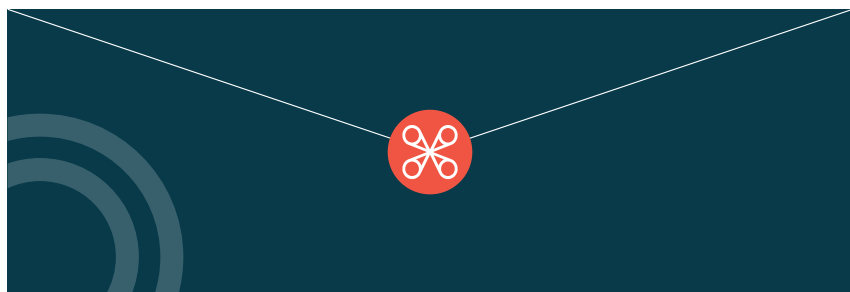
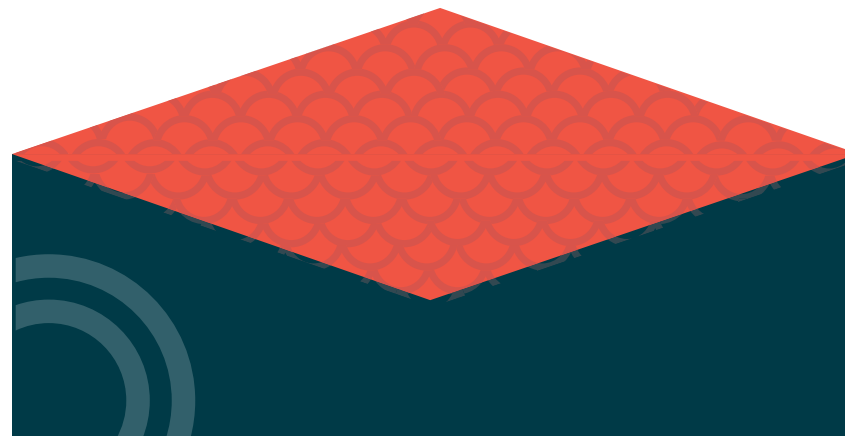
---

# Sobre membretado

---

**Dimensiones**  
9.5" pulgadas x  
4.25" pulgadas

**Soporte impreso**  
papel bond 80 gramos.



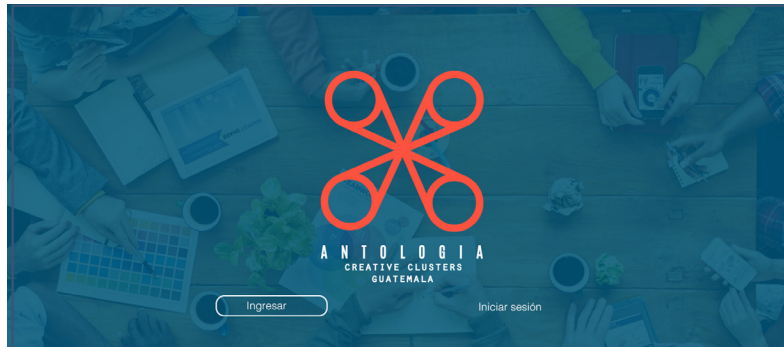


# Propuesta Portal Web

## Dimensiones

Diseño web adaptable  
1200px. x 1400px.

## Soporte digital



La antología busca promover una industria cultural a través de practicas económicas distintas a las establecidas en el pasado reciente del país. GENERANDO lo económicamente necesario para implementar un modelo sostenible de clase socioeconómica CREATIVA.



 **Bienvenido Cluster**



● Abstracto

○ ¿Qué es un Creative Cluster??

○ Otros países

○ Casos de éxito

En la generación contemporánea (18-30) ha habido en los últimos 5 años una explosión en la oferta de servicios y productos creativos. La deficiencia mas grande se encuentra en la falta de cohesión profesional entre los actores y agentes, la mayor parte de las veces: freelancers, artistas, creativos, estudiantes

El actual mercado o demanda Guatemalteca ha demostrado no estar preparado para acomodar este flujo de servicios y la oferta no ha sabido organizarse de una manera efectiva para generar económicamente lo necesario para implementar un modelo sostenible de clase

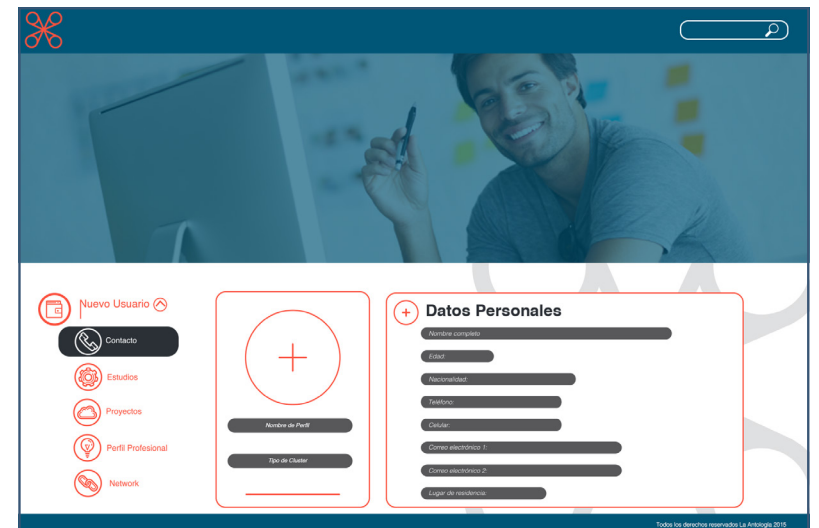
 **¡A copiar!.. que en eso se basa la innovación**

Copiar no es algo malo por definición a pesar; y existen numerosos ejemplos que respaldan esto, en donde a la práctica... [Continuar leyendo...](#)

 **¿Como será la vida digital en 2015?**

Mi mamá ya toma fotos con su iPad Mini y las comparte con sus amigos en Facebook en línea y en apenas unos segundos. Se olvidó de su y eterna cámara fotográfica. [Continuar leyendo...](#)

Todos los derechos reservados La Antología 2015



 **Nuevo Usuario**

 **Contacto**

 **Estudios**

 **Proyectos**

 **Perfil Profesional**

 **Network**



**Datos Personales**

Todos los derechos reservados La Antología 2015







# VALIDACIONES



El proceso de validación se realizó entre el 17 de Noviembre y el 24 de abril del año 2014. Evaluando las piezas preliminares entre tres grupos distintos a los cuales se diferencian debido a sus características y el área profesional en la cual se desarrollan. Los instrumentos de validación aplicados a cada grupo se encuentran en el anexo VIII, IX, X.

• Diseñadores: estos aportaran su opinión desde su experiencia profesional, evaluando criterios de diseño. Conformados por:

- Lic. Harvey Pañiagua, encargado del Instituto de investigación de diseño gráfico de la Universidad Rafael Landívar (INDIS).
- Licda. Karla Solís directora creativa de la agencia de comunicación “El elefante rojo”.
- Lic. Manolo Guzmán director creativo de redes sociales para la Bravha Guatemala el Taier.

El enfoque para evaluar en los diseñadores es buscar la opinión y funcionalidad de cada uno de los elementos gráficos propuestos así como la implementación de línea de diseño en las piezas presentadas.

• Expertos: aportan desde su experiencia profesional en el área de gestión de marca, así como desarrollo multimedia y de páginas web. Así mismo estos profesionales forman parte del grupo objetivo B, el cual esta integrado por posibles clientes que requieran servicios profesionales o realizar subcontrataciones para la realización de proyectos propios. Conformados por:

- Lic. Alejandro Ramírez. Catedrático de páginas web y desarrollo multimedia de la Universidad Rafael Landívar.
- Chris Kummerdelt. Lic. En Economía de la Universidad Francisco Marroquín. Productor ejecutivo de 11 films. Posee experiencia en el tema de las Creative Clusters en otros países, así como análisis en cuanto a lanzamientos y posicionamientos de marca.
- M.A. Hugo Mayorga. Director de comunicación Banco Promérica, catedrático de diseño universidad Galileo y experiencia en el área de estrategia multimedia.

El enfoque para evaluar en los expertos es conocer la percepción acerca de la implementación y aceptación de la marca.



Fotografía por Joshua Cuellar



Fotografía por Joshua Cuellar



- Grupo objetivo: emiten su criterio como posibles integrantes de la plataforma “Antología” evaluando acerca de la funcionalidad de las piezas y qué tan atractivas son para éstos, así como qué tan atractivo es la aplicación de la línea gráfica en el portal. Para este grupo se tomó en cuenta una muestra de 15 potenciales profesionales, pertenecientes al grupo objetivo A, los cuales que llenan el perfil para formar parte del proyecto.

Los puntos principales a evaluar en el grupo objetivo es la primera impresión que tienen del proyecto y su aceptación hacia este, adicional a conocer si formarían parte de la plataforma.



## Resultados validaciones - Interpretaciones

Según las investigaciones realizadas y en base a las interpretaciones de resultados son los siguientes. Los resultados y tabulaciones pertenecientes a las validaciones se pueden encontrar en el anexo IX.

### Logotipo

Según la evaluación el 100% de los **expertos** consideran que el logotipo refleja unidad y balance, demostrando que se adapta a la frase conceptual utilizada para el desarrollo del proyecto. Al igual que un 100% de los **diseñadores** indican que el isotipo refleja integración en su totalidad, cumpliendo con la visualización propuesta, a su vez el mismo 100% considera que el logotipo es interesante y masculino; dejando en claro que esta asociado a la fuerza, fortaleza y energía. Un 100% de ambos **grupos objetivos** las palabras presentadas innovación y creatividad las relacionan con el logotipo demostrando que se cumple con una de las finalidades de este elemento, complementando al indicar que el logotipo refleja unidad, dualidad y balance; apegándose al concepto utilizado.

La tipografía utilizada para el 100% los **expertos** indican que es comprensible y esta adecuada al ícono. En relación con el 100% de los **diseñadores** la tipografía utilizada les transmite innovación y elegancia. Al igual que el 100% de ambos **grupos objetivos** la tipografía presentada indican que es la adecuada permitiendo la legibilidad y logrando su función en la comunicación.

El 100% los **expertos** consideran que la paleta de colores cumple con la función de transmitir fortaleza y poder. En similitud del 100% de los **diseñadores** la paleta de colores utilizada refleja poder e innovación, creando sobriedad y contraste visual entre los elementos. Y el 100% de ambos **grupos objetivos** la paleta de colores utilizada, la consideran llamativa, formal y adecuada.

En base a los análisis presentados se considera que no es necesario ningún cambio en el logotipo, tipografía y color.

### Papelería

El 100% de los **expertos** relacionan las piezas con solidez y creatividad, cumpliendo las intenciones de éstas. Al igual que un 100% de los **diseñadores** consideran que transmite formalidad, adicional a que es funcional e innovadora, cumpliendo con la función de comunicar los datos del proyecto. Un 100% de ambos **grupos objetivos** señalan que las piezas presentadas le transmiten con claridad acerca que se trata de un proyecto nuevo e innovador, relacionándolas con palabras como creatividad, uniformidad, innovación y solidez, demostrando que la línea gráfica implementada cumple en su totalidad la intención.

Conforme a la aplicación de la línea gráfica en la papelería el 100% de los **expertos** consideran que existe unidad entre las piezas con una correcta aplicación de cada uno de los elementos planteados, reflejando la idea central de la plataforma por medio de la papelería. Indicando que las piezas son funcionales y correctas para el tipo de proyecto. A su vez el 100% de los **diseñadores** indican que existe unidad entre éstas y que la imagen del proyecto y de la plataforma esta presente en cada una de las piezas y se distingue con claridad que pertenecen a un mismo proyecto. El 50% de este grupo sugiere cuidar el punto utilizado en la hoja membretada así como las alineaciones y márgenes en cada una de las piezas.

Debido a estos resultados un 75% de los **diseñadores** indican que tanto en la tarjeta de presentación, como hoja membretada no se aplique el margen (recuadro negro) para que este elemento no interfiera con el texto al momento de ser insertado. Adicional a que le baja la calidad a la pieza. A su vez un 25 % de este grupo indica que la tarjeta de presentación debe contar con un troquel el cual pueda aportar a la línea gráfica por medio de curvas aplicadas en las esquinas y realizando esto en dirección opuesta a portando de esta forma al concepto.

## Sitio Web

Para el 100% de los **expertos** la primera impresión del sitio web es innovación y profesionalismo; mencionando que al momento de ingresar al sitio, este cuenta con la información suficiente y los botones son los necesarios para realizar de manera correcta la navegación. Respecto a las secciones presentadas el 100% de este grupo las considera son las necesarias. Para el 100% de los **diseñadores** las secciones presentadas para el portal consideran que son las necesarias y según la jerarquía visual respecto a los elementos gráficos se identifica con claridad, permitiendo la comprensión por parte del usuario. El 100% del **grupo objetivo** al momento de ingresar al portal la primera impresión por parte del grupo fue crear una cuenta y navegar por las secciones. La forma que se presenta el perfil es agradable para los futuros usuarios y logran identificar cada uno de los campos de información presentados, mencionando que los íconos contribuyen a identificar cada una de las áreas.

Para el 100% de los **Diseñadores** al momento de evaluar la navegación, indican que es convencional.

El 100% de los **expertos** considera que la presencia del logotipo en el portal siempre esta presente y es percibido en unidad, manteniendo una presencia de marca en toda la plataforma. En similitud del 100% de los **diseñadores** respecto a la presencia del logotipo en el portal, comentan que se llega a percibir con claridad demostrando que este cuenta con presencia en el sitio. Al igual que el 100% **grupo objetivo** considera que en el sitio web existe presencia del logotipo en cada una de las secciones.

Un 100% de los **expertos** indica que el tipo de letra empleado transmite elegancia y es considerada legible, cumpliendo con la función en la comunicación. Adicional a esto en el momento de preguntar cómo considera la jerarquía visual de los textos, el 100% de este grupo indica que se comprende correctamente. Para el 100% de los **diseñadores** la tipografía utilizada para el sitio señalan que es legible y 100% funcional. Según el 100% de ambos **grupos objetivos** la tipografía utilizada es adecuada ya que permite legibilidad y funcionalidad.

Según el 100% de los **Diseñadores** argumentan que el tipo de diagramación utilizada es innovadora y crea un orden visual en el formato. Así mismo para el 100% del **grupo objetivo** la jerarquía aplicada para titulares, nombres de secciones, pies de páginas, entre otros, se muestra que son claras y comprensibles permitiendo un orden visual para el usuario.

100% de los **expertos** mencionan que los colores en el portal transmiten formalidad apegándose a una de las intenciones de visualización. El 100% de los **diseñadores** y de ambos **grupos objetivos** confirma que los colores propuestos reflejan innovación y fortaleza, aplicando lo deseado en la visualización del concepto.

En relación a las imágenes utilizadas el 100% de los **expertos** consideran que son suficientes, indicando agrado en cuanto a la utilización de imágenes propias de los miembros. Para el 100% de ambos **grupos objetivos** el aporte por parte de las imágenes señalan que son adecuadas ya que transmiten en su totalidad acerca de qué se trata el portal y el proyecto.

Al momento de evaluar cuál es el elemento gráfico que mas llamó la atención en toda la página el 100% de ambos **grupos objetivos** mencionan al logotipo, como la implementación tipográfica y de color. Y el elemento que menos prestan importancia son los gráficos de apoyo.

Al momento de evaluar una de los propósitos del portal, el 100% de los **expertos** mencionan que navegarían por este, creando una cuenta en el proyecto y lo utilizarían como primera preferencia de contactos. Al igual que el 100% de los **diseñadores** consideran funcional y atractivo para formar parte del proyecto. Para el 100% de ambos **grupos objetivos** mencionan que el portal parece innovador y por lo tanto sí formarían parte de esta red.

Según el 100% de ambos **grupos objetivos** para la evaluación de cada una de los elementos, integración en las piezas y el sitio, es evidente que el concepto se transmite en todo, brindando una puntuación de 9 sobre 10 respecto a la aceptación del proyecto "Antología".

Debido a estos resultados el Lic. Alejandro Ramírez (representando un 33 % del grupo de expertos) indica que ya dentro del portal no debe existir la sección de registro, sugiriendo en agregar un sub-menú donde el usuario pueda modificar el perfil.

Para Kummderfeldt (representando un 33 % del grupo de expertos), el botón de inicio de sesión debe de estar luego de home para resaltar la "exclusividad" de ser miembro de la plataforma.





## Revisión y modificación de la estrategia de diseño

### Antes



### Después



### Observaciones

El diseñador Lic. Harvey Paniagua, menciona que las palabras no debe estar tachadas ya que pueden ser percibidas como algo negativo.

Por lo tanto no se aplica la línea horizontal roja como elemento de apoyo, para que de esta forma la palabra "creativa" no sea percibida como negativa.

## Antes



## Después



## Observaciones

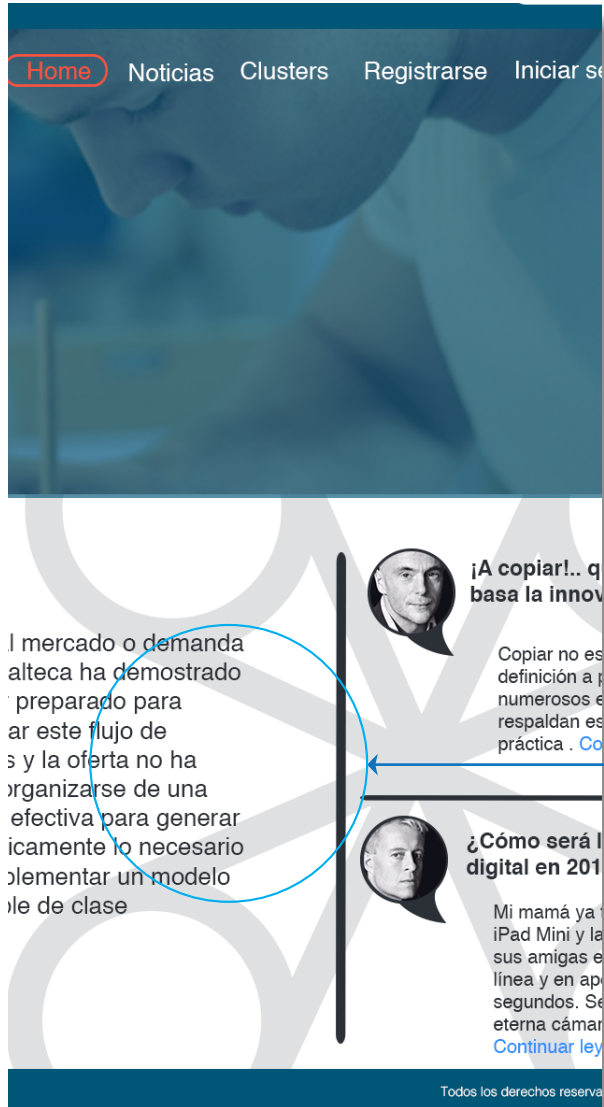
El Lic. Alejandro Ramírez indica unificar la alineación de retícula y ejes. Aplicando simetría en alineación de cada uno de los elementos gráficos, para que de esta forma exista unidad en la diagramación.







## Antes



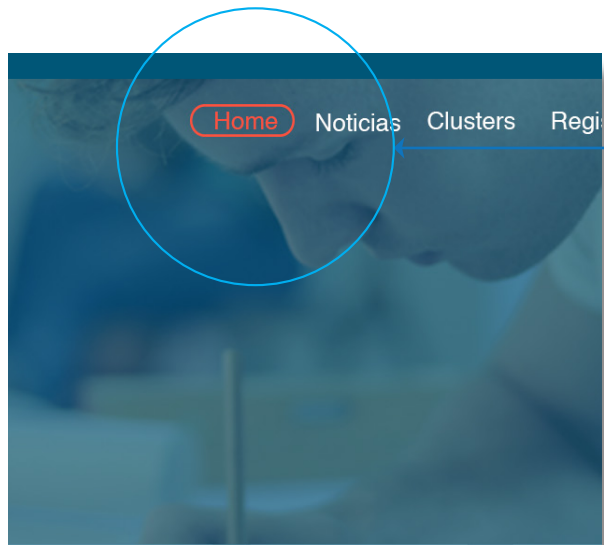
## Después



## Observaciones

Tanto la Licda. Karla Solís como el Lic. Alejandro Ramírez hacen mención de la aplicación del mismo tamaño para la tipografía en cada uno de los campos de texto. Aplicando el mismo tamaño de tipografía en todos los campos de texto del sitio.

## Antes

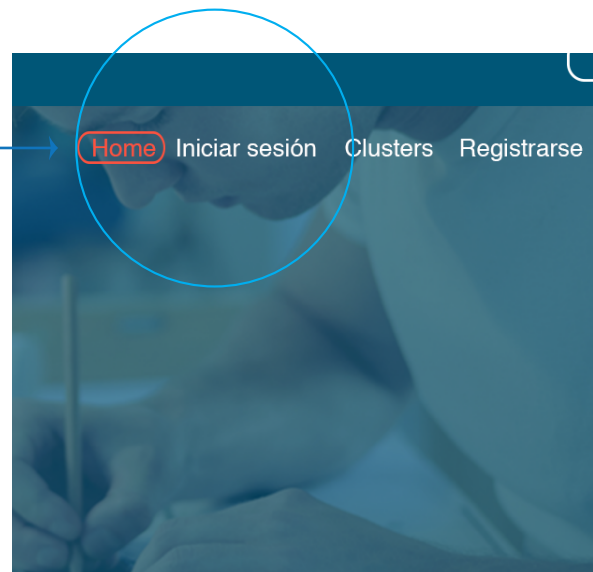


El actual mercado o demanda Guatemalteca ha demostrado no estar preparado para acomodar este flujo de servicios y la oferta no ha sabido organizarse de una manera efectiva para generar económicamente lo necesario para implementar un modelo sostenible de clase

ón

los  
r  
ers,  
ites

## Después



El actual mercado o demanda Guatemalteca ha demostrado no estar preparado para acomodar este flujo de servicios y la oferta no ha sabido organizarse de una manera efectiva para generar económicamente lo necesario para implementar un modelo sostenible de clase socioeconómica creativa. Antología busca justamente eso, promover una industria cultural a través de prácticas económicas distintas a las empleadas en el pasado reciente.

¡A copia  
basa la

Copiar no  
definición  
numeroso  
respaldar  
práctica .

¿Cómo  
digital e

Mi mamá  
iPad Mini  
sus amiga  
línea y en  
segundos  
eterna cá  
Continuar

Todos los derechos

## Observaciones

Chris Kummerfeldt comenta que el sitio se debe percibir como exclusivo, por lo tanto solicita el cambio del botón iniciar sesión Continuo al botón home. Modificando la ubicación del botón "iniciar sesión" inmediato del botón "home", para que de esta forma crear en los usuarios la inquietud de crear una cuenta en el portal.



## Antes



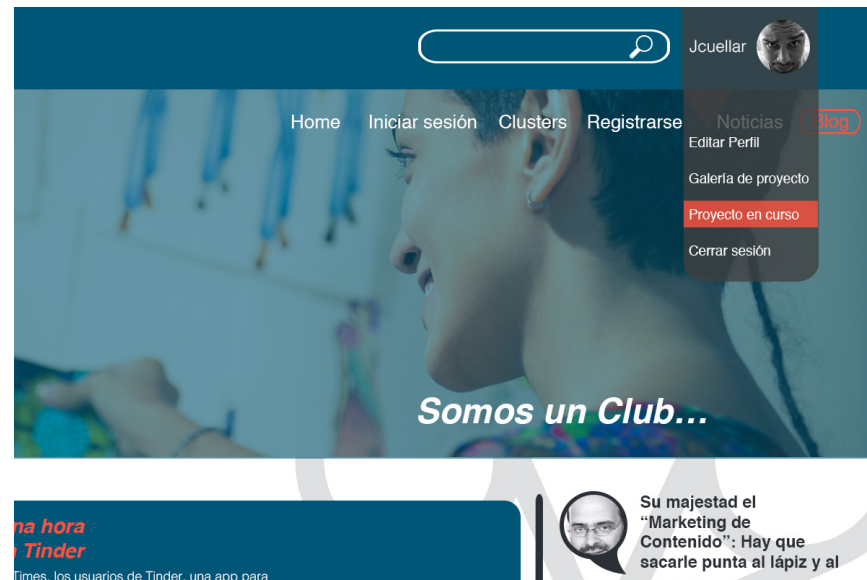
## Después



## Observaciones

El Lic. Alejandro Ramírez sugiere agregar una pre visualización de la sección para llenar el perfil, en donde indica que en función de la navegación, en esta no debe existir la foto de perfil del usuario ubicada en la parte superior, de modo a ser utilizado como estrategia de beneficio extra. Al igual el sitio analizado Behance en el momento de poseer una cuenta, en la parte superior se encuentra la imagen de perfil del usuario y desde esta se puede llegar acceder a la cuenta y ser editada.

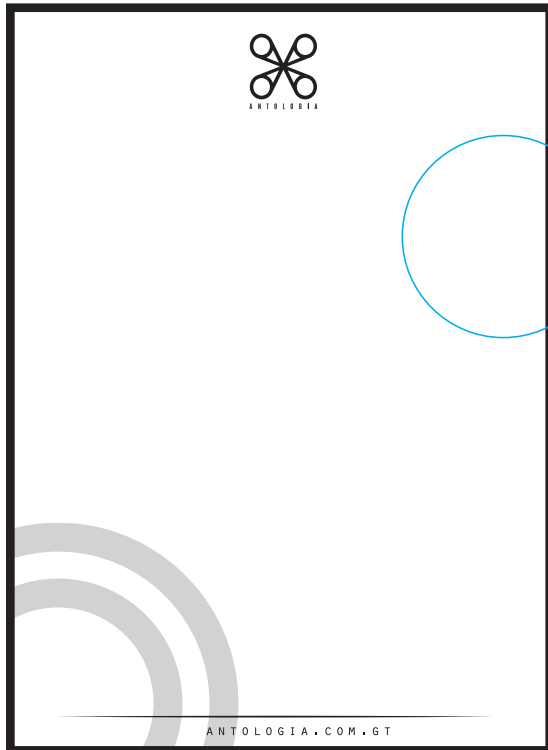
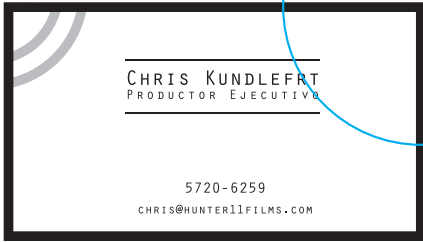
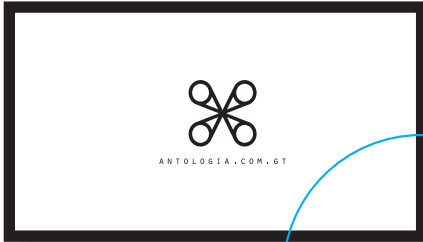
Por lo mismo se realiza una pre-visualización del área para que los usuarios puedan crear el perfil y de esta forma ubicar cada uno de los campos a utilizar, sin necesidad de presentar la imagen para edición de del perfil en las secciones.



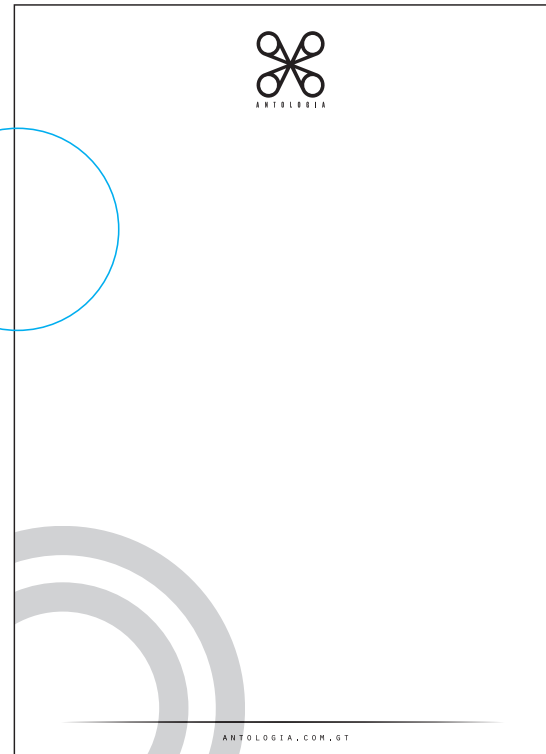
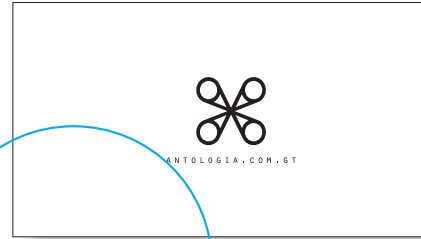
Así mismo Ramírez indica el presentar un sub menú, el cual permitirá al usuario acceder a su perfil de una forma mas eficiente.

Agregando la opción para editar el perfil en un sub-menú optimizando la funcionalidad para los usuarios en el portal.

## Antes



## Después



## Observaciones

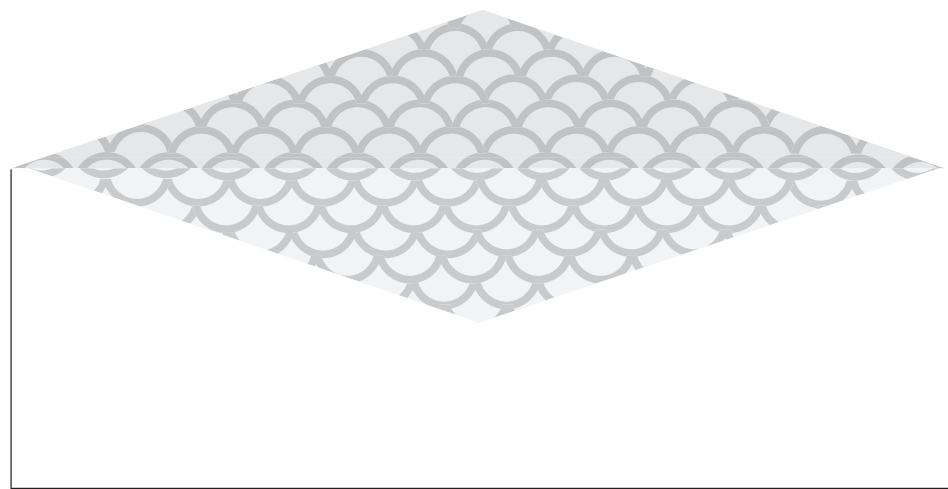
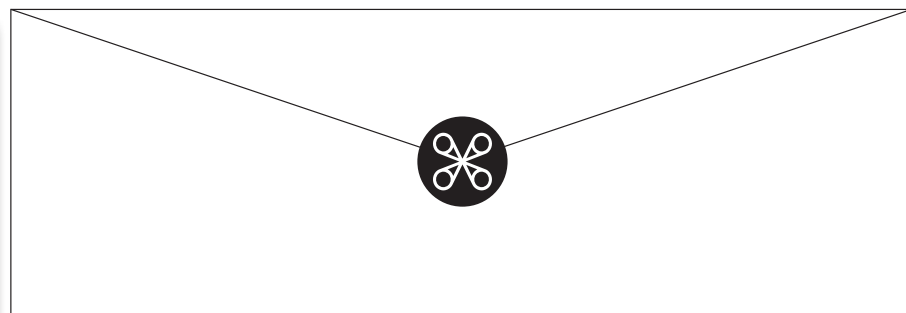
En relación a la papelería los diseñadores indican que tanto en la tarjeta de presentación, como hoja membretada no se aplique el margen (recuadro negro) para que este elemento no interfiera con el texto al momento de ser insertado. Adicional a bajar calidad en la pieza.

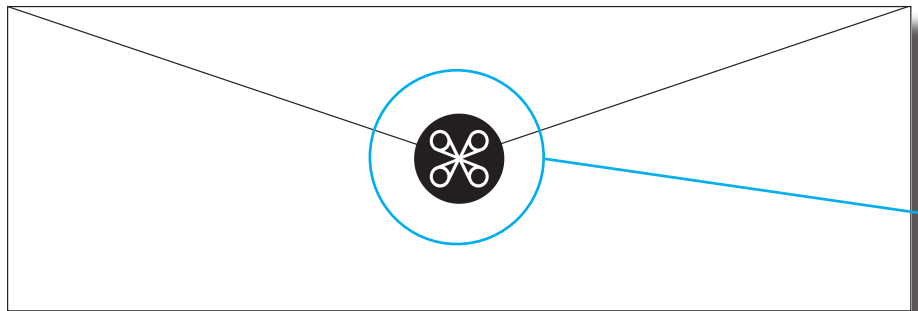
Eliminado el recuadro/ margen en la propuesta para que de esta forma no crear saturación visual de elementos en la pieza, adicional a no bajar la percepción de calidad en la misma. Aplicándolo únicamente en el sobre en su versión blanco y negro



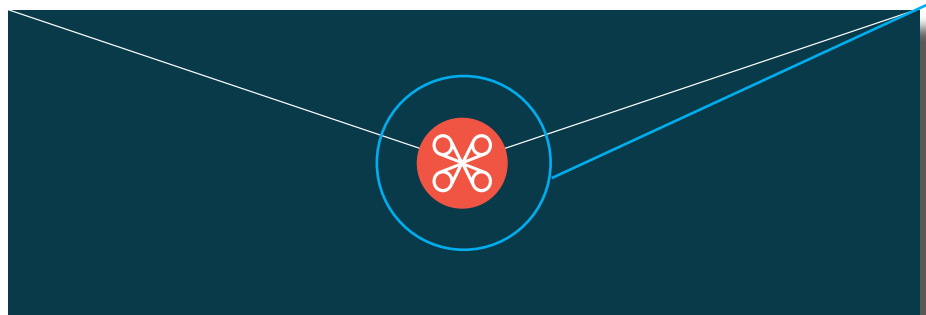


El margen negro será aplicado únicamente a la versión en blanco y negro del sobre.



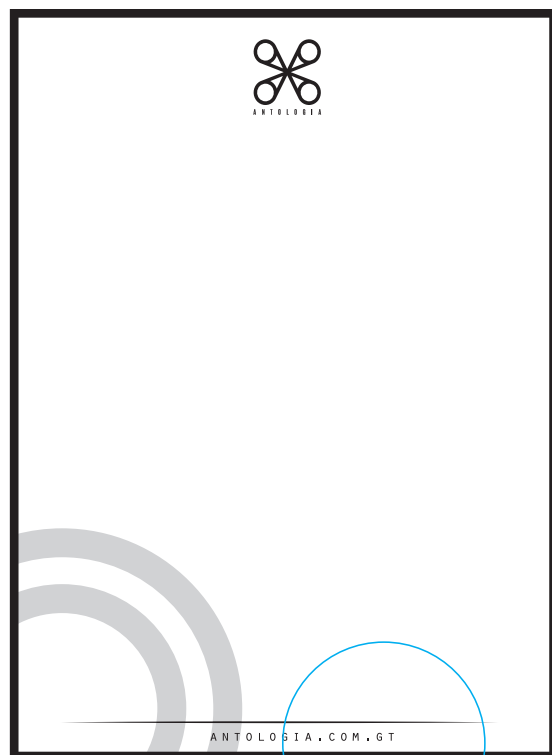


A raíz de la realización del sobre, surge la idea en fortalecer la imagen del proyecto por medio de la implementación de adhesivos con el isotipo propuesto. De esta forma fortalecer la imagen presentando un método innovador de adhesión.

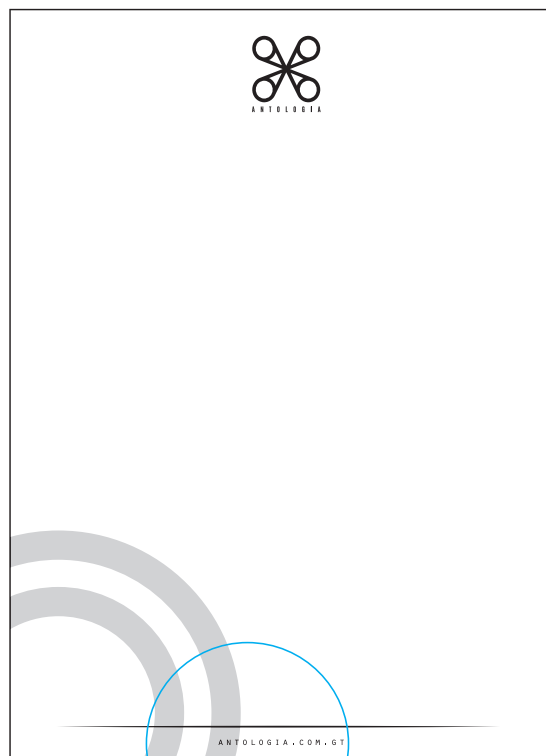




Antes



Después



### Observaciones

Otra consideración es de bajar el tamaño de la tipografía en el texto inferior de la hoja membretada para que así se guarde el estilo y la línea aplicada. Este criterio es aplicado tanto a la propuesta en blanco y negro como a la propuesta a color.

Reduciendo los tamaños de la tipografía en la hoja membretada y tomando en consideración cada uno de los tamaños aplicados para la tipografía, siguiendo con la línea minimalista planteada.

Antes

Después



Observaciones

Tanto diseñadores como expertos sugieren el agregar un troquel a la tarjeta de presentación, en donde se debe aplicar a las esquinas la forma proveniente del logotipo para así apoyar la línea gráfica.

Es por lo tanto que se agrega el troquel que sigue con la línea gráfica planteada en donde es aplicado la misma forma circular proveniente del logotipo en dos de las esquinas de la tarjeta de presentación. Apoyando al concepto desde la intención de ser percibido como opuestos que realizan un balance en relación a las demás esquinas de la pieza.



## Observaciones



En base a las validaciones se detecta que para completar el proyecto, y en función de petición y necesidad del cliente para que este comience a ejecutar el mismo, es necesario agregar piezas como:

- Firma electrónica
- Plantillas para presentaciones digitales/multimedia
- Adhesivo para CD ( para el compartir archivos relacionados al proyecto).

Estas piezas están elaboradas bajo la misma línea gráfica antes establecida. Para la elaboración de dichas artes se realiza un proceso de bocetaje el cual se encuentra en el anexo X.

## Piezas agregadas

### Firma electrónica

---



**Dimensiones**  
100px.x 50 px.  
**Soporte digital**

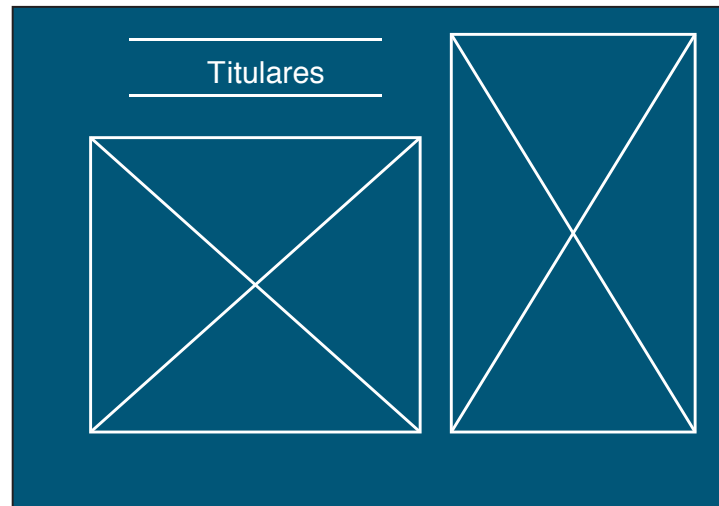
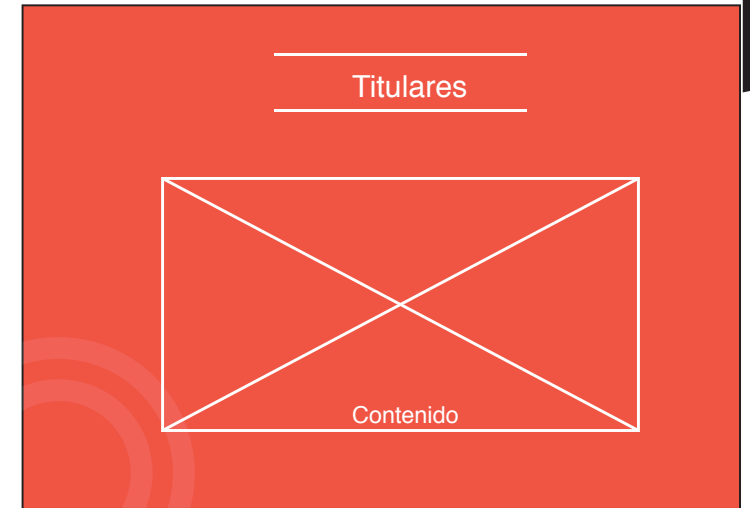
Plantillas para presentaciones digitales/multimedia

**Dimensiones**

720px. x

540 px.

**Soporte digital**





## Adhesivo para CD



**Dimensiones**  
10 centímetros x  
10 centímetros

**Soporte digital**  
Papel adhesivo, para CD.

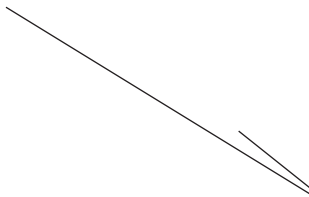


De igual manera una vez concretadas las piezas se procede a realizar el manual de imagen visual. Ver anexo XI para el proceso de bocetaje.





# GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑO





FUNDAMENTACIÓN



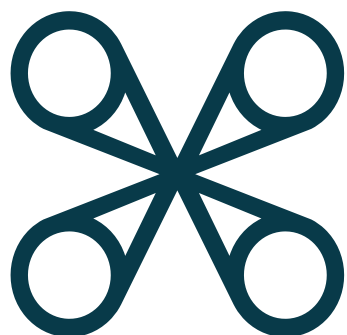


Cada uno de los elementos del universo está compuesto por un sistema binario, un sistema que funciona gracias al balance que existe entre sus actores. Opuestos que crean una dualidad perfecta permitiendo el funcionamiento de cada una de las cosas que esta relacionado con el ser humano; como el hombre-mujer, alegría-tristeza, riqueza-pobreza ,arriba-abajo, blanco-negro, luz-obscuridad, bueno-malo, etc.

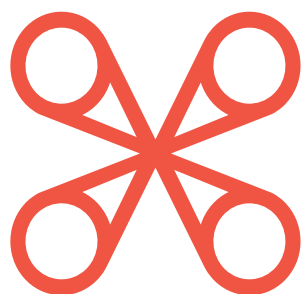
En la época contemporánea día con día emergen industrias las cuales tiene como finalidad fortalecer y favorecer a cierto segmento. Un ejemplo de esto es que en Guatemala una industria que ha estado creciendo en las últimas dos décadas es el área creativa y artística del país. Este crecimiento es debido a que existen profesionales que han logrado especializarse en ciertas áreas que integra la industria creativa, los cuales hasta la fecha han estado al margen de derechos como la remuneración justa, oportunidades laborales estables e integración entre los mismos.

Chris Kummerfeldt es un empresario y visionario guatemalteco el cual idealiza un proyecto en donde cada uno de estos profesionales pueda ser parte y así permitir que esta industria emergente sea mas solida y formal. Este es el caso de "Antología" la primera creative cluster en Guatemala, la cual tiene como finalidad funcionar como plataforma web, para la exposición , búsqueda de talentos, integración entre profesionales especializados que residen en la ciudad de Guatemala como empresarios que soliciten servicio de estos. Adicional a brindar oportunidades de proyectos con el respaldo de ser un red integrada por los individuos indicados para el desarrollo de proyecto innovadores y que permitan la evolución de la cultura y economía.

La mayor carencia que presentaba este proyecto era el no contar con identificación por parte de profesionales especializados en cierta área perteneciente a la industria creativa como a posibles clientes que soliciten el servicio de los anteriores. Es por lo tanto que se elabora la imagen visual bajo el concepto "Creación de dualidad y balance social". En base a esto es desarrollada una línea gráfica para lograr una efectividad en la comunicación.



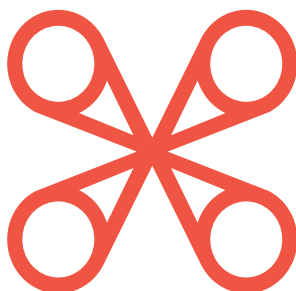
A N T O L O G I A  
C R E A T I V E C L U S T E R S  
G U A T E M A L A



A N T O L O G I A . C O M . G T



Reducción máxima  
0.5 centímetros x  
0.5 centímetros.



A N T O L O G I A

Dicha línea gráfica esta integrada por elementos como:

### Logotipo

El cual tiene la función de representar esta ideología, permitiendo un avance en la sociedad a medida que cada uno de sus factores interactúa de manera correcta. Dichos componentes responden a la necesidad anteriormente planteada por medio de la representación de las áreas que integran la industria creativa; es por la forma en la cual se integra el logotipo, ya que todo proviene de un mismo punto y provoca la generación de otros al mismo tiempo que todos interactúan y pertenecen a un mismo punto de partida, todo esto posee relación recordando que según las 10 características de un buen logotipo (2012) este debe poseer Gestalt cerrada capturando un todo integrado, lo cual dirige la vista al interior de la estructura. Un círculo perfecto tiene la Gestalt ideal y sirve como un imán para el ojo. Por lo mismo es redondo ya que refleja las áreas que integran la industria creativa, transmitiendo sobriedad, formalidad e individualidad por medio del uso de elementos geométricos como las líneas y círculos, empleados en composiciones estructuradas.

Los ejes creados con la inclinación a 45 grados de las líneas que unen cada uno de los círculos, crean una reducción gráfica de la letra "A" la cual es la inicial del nombre de proyecto.

Dicha propuesta sugiere el concepto empleado por medio de plasmar dualidad, ya que en cualquier parte del logotipo este se puede percibir como un reflejo u opuestos de la otra. A su vez que se crea un balance visual por medio de la utilización de los círculos aplicados en dicho elemento.

Uno de los fines de este logotipo es crear un pictograma que sea capaz de ser reconocido por la sociedad guatemalteca y sea adoptado como un caso de éxito en el país.

A N T O L O G I A . C O M . G T

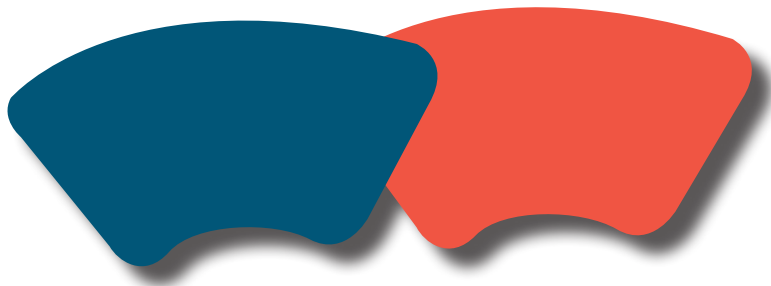


### Color:

La paleta de color expresa la asociación positiva de sobriedad y formalidad adicional a contribuir en realizar un contraste visual entre los elementos de la composición, siendo posible mediante la utilización del color cálido y el color frío. Asociando estas a la palabra "dualidad" la cual integra la frase conceptual empleada.

PANTONE 309 C

PANTONE Brigh Red U



C=100% R=0  
M=62% G=86  
Y= 35% B=119  
K15% #005677

C=0% R=255  
M=82% G=83  
Y=76% B=63  
K=0% #ff533f

### Tipografía:

La tipografía refleja "dualidad y sociedad" las cuales son palabras que forman parte de la frase conceptual. Estas transmiten innovación, formalidad, sobriedad y elegancia, por medio de la utilización de caracteres con trazos formales y sólidos pero a su vez limpios con el empleo de tipografía San Serif, transmitiendo el dinamismo e invención por medio de la aplicación de distintas familias tipográficas.

El portal varía con la definida en el logotipo y aplicada para las piezas antes mencionadas ya que según Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran (2006) el navegador solamente mostrará la fuente definida originalmente en la página web si esta se encuentra instalada en el ordenador del cliente. De otro modo, la fuente será sustituida por otra; normalmente, Time New Roman, Arial, o Helvética.

Por lo tanto la tipografía a utilizar en el portal web es Helvética ya que es la que muestra caracteres que reflejan formalidad, sobriedad al mismo tiempo que innovación por medio de trazos formales, sólidos pero a su vez limpios.

ORATOR

Miso

LA ANTOLOGIA

La Antologia

A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z .

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .

Helvetica

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



### La retícula:

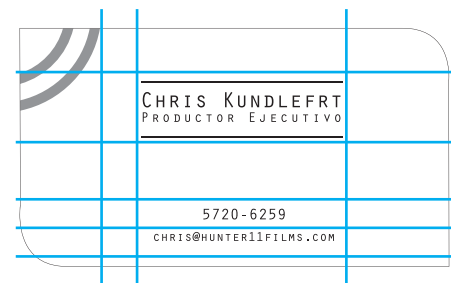
Esta crea un orden visual para integrar de una mejor forma los elementos gráficos y así contribuye a la comunicación del mensaje. Expresando sobriedad, orden y fluidez visual por medio de la utilización de retículas estructuradas formales tanto horizontales como verticales basadas en la geometría del rectángulo.

Al mismo tiempo que se cuida la estética visual mediante la limpieza y la aplicación del estilo minimalista. Asociando este elemento con palabras de la frase conceptual como “creación y balance”



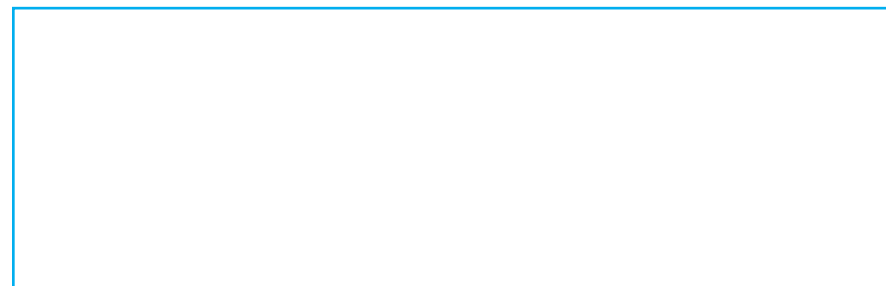
### Ejes

Estos permiten lograr una mejor composición y ubicación de los elementos así como contribuir a la estructura de la retícula. Por medio de este elementos se desea connotar a cada uno de los integrantes la rectitud, formalidad y seriedad del proyecto, por medio de ejes rectos, en su mayoría horizontales y verticales. Permitiendo ser asociados a al balance y creación . Transmitiendo el dinamismo a través del rompimiento de estos.



### Formato

El formato utilizado para las piezas debe evidenciar amplitud, responsabilidad, rectitud y sensatez por medio de formas basadas en la geometría rectangular y estar relacionado al portal web. Representando la palabra “sociedad”.





### **Soportes**

Los soportes en los que se encuentran plasmadas las piezas reflejan “contraste y sociedad” ya que contribuyen a vincular con la idea de innovación, solidez y formalidad. Logrando esto por medio de la aplicación en soportes físicos en innovación en la utilización de materiales/papeles mates, así como métodos de impresión basados en tintas de cera.

### **Imágenes**

Estas deben contribuir al apoyo en la comunicación, por medio de reflejar “dualidad, dinamismo y creatividad en la sociedad”, por medio del empleo de fotografías de los miembros que integran las diversas áreas pertenecientes a la industria cultural en Guatemala. El empleo y utilización de estas se encuentra definido en el manual de imagen.



Imágene con fine ilustrativos  
Obtenidas de [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)



Imágene con fine ilustrativos  
Obtenidas de [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)



## Piezas

La línea gráfica planteada para la aplicación de las piezas está basada en la misma idea del proyecto, ya que como se menciona anteriormente todo en el Universo está compuesto por un sistema binario, en par, por una contrario que realiza un contraste el cual es necesario para la existencia de este ya que se debe tener un balance, adaptándose de esta forma a la frase conceptual.

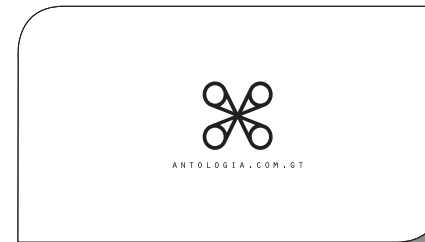
La selección de piezas está basada en que para Forges (1999) la identidad visual es una imagen coherente y persuasiva, que ha de servir como expresión de personalidad, de carácter exclusivo de cada empresa, partiendo del mismo logotipo, y siendo lograda por medio de la “famosa trilogía” de papelería de empresa; hoja membretada, sobre membretado y tarjeta de presentación.

### Tarjeta de presentación

Esta será el primer contacto que los clientes tengan con el proyecto, es por lo mismo que refleja una imagen sobria, limpia y práctica por medio de la aplicación del formato y troquel planteados. Esta cuenta con la mayoría de los datos ya que será un medio físico que el cliente podrá conservar para una futura comunicación.

En esta se aplica un troquel el cual apoya a seguir con la línea establecida por medio de la aplicación de la forma circular del logotipo en las esquinas.

## Tiro



## Retiro



**Dimensiones**  
3.5” pulgadas x 1.80” pulgadas

**Soporte impreso**  
papel smood 220 gramos.



### Hoja membretada

Dicha pieza funciona como soporte para la comunicación establecida, proceso realizado por la pieza anterior, es por lo mismo que se busca una limpieza visual y de esta forma permitir la aplicación de campos de texto. Es por esto que la pieza solamente debe poseer datos como la dirección web de la plataforma. Así como elementos gráficos de apoyo que contribuyan a reforzar la línea gráfica. Esta pieza se llega a presentar tanto de forma física como digital.



### Dimensiones

8,5" pulgadas x  
11" pulgadas

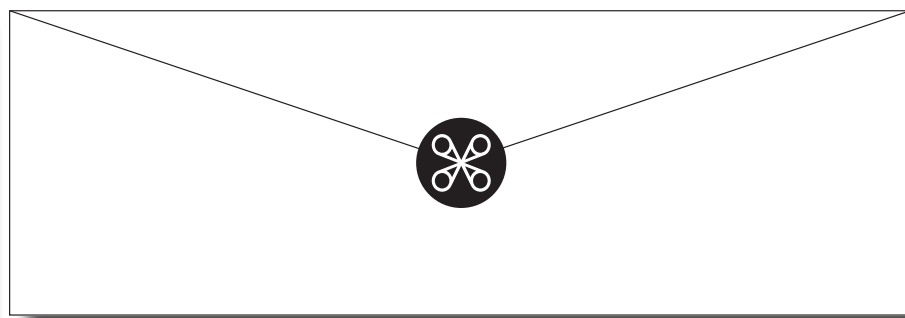
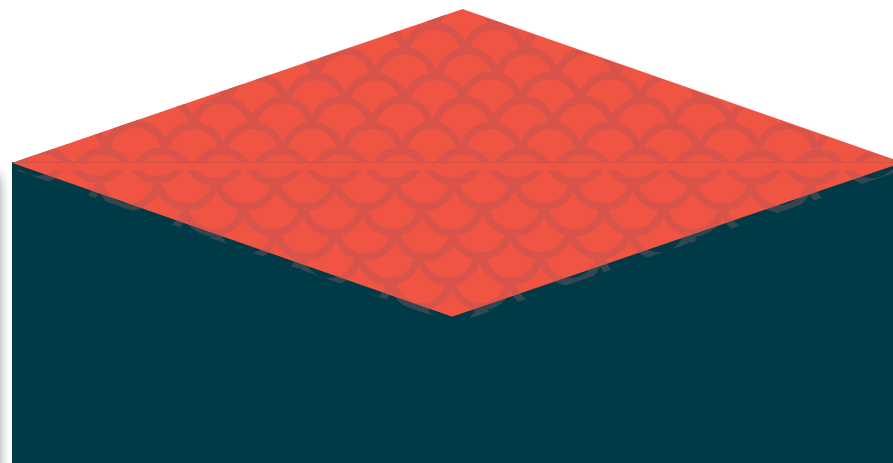
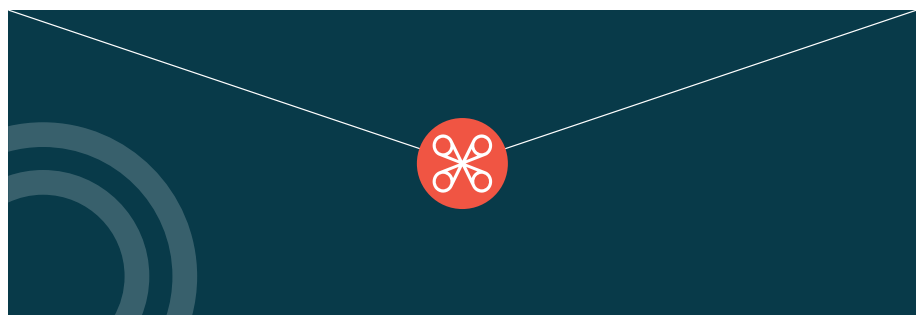
### Soporte impreso

Versión impresa: papel  
bond 80 gramos.  
Versión digital: pieza  
insertada en  
documento Word.



### Sobre membretado

Pieza utilizada solamente en ocasiones especiales, ya que en la antigüedad esta era usada con mayor frecuencia, pero debido a los medios electrónicos fue perdiendo la relevancia. A pesar de esto tal y como lo menciona Foges ( 1999 ) la implementación de los elementos gráficos en esta es de gran importancia ya que forma parte de la "trilogía" que permite establecer una línea gráfica concisa. Adicional se propone fortalecer la imagen del proyecto por medio de implementar adhesivos en el sobre con el isotipo establecido.



**Dimensiones**  
9.5" pulgadas x  
4.25" pulgadas

**Soporte impreso**  
papel bond 80 gramos.





### Firma electrónica

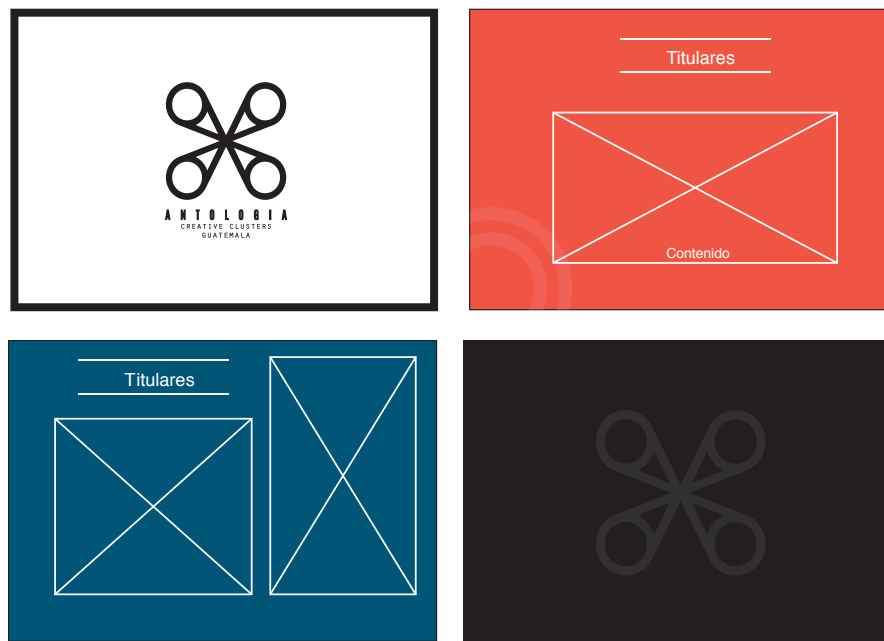
Actualmente esta pieza realiza la función de las tres anteriores, ya que puede ser como primer medio de contacto electrónico con futuros clientes ( tarjeta de presentación), funciona como membrete digital para e-mails ( hoja membretada) así como acompañar la comunicación electrónica( sobre). Para realizar su implementación es necesario cargar la imagen en un sitio de almacenamiento virtual el cual creará un link al correo electrónico del usuario.



**Dimensiones**  
100px. x 50 px.  
**Soporte digital**

### Plantillas electrónicas

Estas poseen la función de apoyar a los usuarios que necesiten realizar presentaciones digitales a los clientes. Apoyando en imagen visual por medio de la implementación de elementos gráficos de una forma simple y limpia pero apoyando en todo momento a la comunicación y fortalecimiento del proyecto.



**Dimensiones**  
720px. x  
540 px.  
**Soporte digital**

## Adhesivos para CD

Gran parte de la comunicación entre usuarios y sus clientes consiste en transferencia de archivos. Es por lo mismo que se considera una pieza indispensable para lograr de una forma mas efectiva la comunicación y buscar tener presencia con los posibles clientes o bien usuarios en cada momento.

En base a las pruebas de color realizadas, se establece que la propuesta de CD a utilizar será la versión en blanco y negro, ya que debido al sistema de impresión utilizado para este tipo de pieza, el color no se apegaba a la tonalidad correcta, mostrando una separación de color.



**Dimensiones**  
10 centímetros x  
10 centímetros

**Soporte digital**  
Papel adhesivo, para CD.

## Manual de imagen

Esta pieza se podría considerar como la “columna vertebral” de todo el proyecto ya que sin esta no se contaría con lineamientos que contribuyan a realizar a cabalidad la implementación de la línea gráfica. En este se encuentran cada una de las regulaciones y estipulaciones para la utilización de los elementos gráficos, guiando a cualquier persona que desee hacer uso de la marca. Debido a que se pueden llegar a presentar cambios o variaciones en las implementaciones de los elementos gráficos, esta pieza no se encuentra impresa, ya que de esta forma se economizan recursos. Es entregado de forma digital para su consulta.

Presentando visualizaciones acerca de cómo fue integrada la línea gráfica y parte del contenido. Disponible en CD adjunto.

Es por lo tanto cada uno de los elementos aplicados para las piezas seleccionadas para realizar la imagen visual, provienen del mismo logotipo presentado anteriormente logrando plasmas una línea gráfica estructurada que refleja vanguardia, creatividad e innovación mediante la correcta aplicación de elementos visuales estructurados y geométricos como lo son la línea y el círculo.

Para lograr una propuesta consistente y en beneficio del cliente para que no se realice mayor inversión en las primeras fases del proyecto las piezas poseen la versatilidad de ser impresas en blanco y negro como a color y contar con la misma función en la comunicación.





## Introducción

El siguiente manual ha sido creado con la finalidad de mantener plataformas establecidas para el uso del logotipo, isotipo, tipografía, paleta de colores y demás elementos gráficos que contribuyan a la identidad gráfica del proyecto "Antología".

El objetivo es fortalecer la comunicación de marca de "Antología", obteniendo resultados adecuados y coherencia de identidad del proyecto. Se recomienda aplicar este conjunto de herramientas para el uso de imagen.

Poseemos solamente una oportunidad para reflejar quienes somos, que hacemos y como lo hacemos. El respetar dichos lineamientos establecidos en este manual corporativo no garantiza dar un paso mas, rumbo a la excelencia.

## Definiciones Generales



En la generación contemporánea (18-30 años) ha habido en los últimos 5 años una explosión en la oferta de servicios y productos creativos.

La deficiencia más grande se encuentra en la falta de cohesión profesional entre los actores y agentes, la mayor parte de las veces: freelancers, artistas, creativos, estudiantes y micro-empresarios. Esta nueva oferta se caracteriza por ser innovadora, con skill-sets de muy alto valor agregado, know-how específico y altamente especializado.

El actual mercado o demanda guatemalteca ha demostrado no estar preparado para acomodar este flujo de servicios y la oferta no ha sabido organizarse de manera efectiva para generar económicamente lo necesario para implementar un modelo sostenible de clase socioeconómica creativa.

La Antología busca justamente eso, promover una industria cultural a través de practicas económicas distintas a las establecidas en el pasado reciente del país.

*Chris Kummerfeldt Quiroa*



# Logotipo

El logotipo de la "Antología" se utiliza para representar un ideal de unidad. Pertenecemos a una industria que día a día va creciendo y brindando de una mejor forma servicios mas especializados en diversas áreas que a su vez pertenecen a dicha industria, de esta forma es como el isotipo contribuye a comunicar en lo que consiste el proyecto la "Antología" transmitiendo ideales de; Unidad, fuerza, diversidad, solidez .

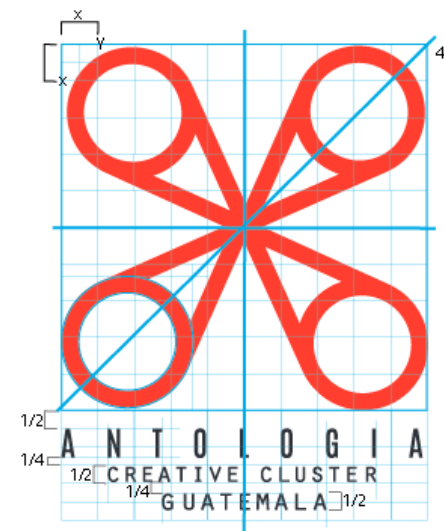
El logotipo consiste en la aplicación de dos elementos:

1. Isotipo
2. Tipografía

Debido a esto la relación entre estos dos elementos no debe ser alterada excepto como se indique en esta guía de marca. Esto asegura protección legal, contribuye a forjar reconocimiento y reafirmar nuestro posicionamiento.

Dicho logotipo se ha diseñado para ser utilizado de acuerdo al espacio disponible o a una aplicación en particular.

# ¿Como realizarlo?





## Distintas aplicaciones del logotipo

### Logotipo completo.

Nombre del proyecto. Rol del proyecto. País  
Este logotipo deberá ser utilizado solamente cuando el espacio sea el indicado así como en piezas, que el cliente pueda realizar la comprensión de lectura.  
Ejemplo: al inicio de las presentaciones, eventos, documentos oficiales, entre otros.

### Isotipo

Uno de los elementos principales de la imagen visual del proyecto antología es este. Puede ser aplicado de manera que ningún otro elemento interfiera con su comprensión. Dicho gráfico está desarrollado de modo que pueda ser capaz de contrastar en espacios visuales con diversos elementos gráfico.

### Logotipo

Una de las aplicaciones principales del logotipo es esta, utilizando en cualquier tipo de piezas sin importar la circunstancia. Sin embargo esta prohibida la separación entre ambos elementos.

### Dominio

El dominio es utilizado en ocasiones que el contacto entre la pieza y el cliente será mínimo. Lo que se busca en este logotipo es crear en el cliente la necesidad de ingresar a la dirección web. Esta versión también es aplicable en casos donde la pieza pueda llegar a estar en exceso saturada. Ejemplo: aplicación para piezas promocionales o eventos de patrocinio.

### Isotipo y dominio

Al igual que el anterior este debe ser aplicado en momentos donde se dese crear una expectativa con los usuarios y también para promocionar el sitio.



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA

Logotipo completo.  
Nombre del proyecto. Rol del proyecto. País

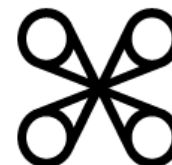
ANTOLOGIA.COM.GT

Dominio



ANTOLOGIA.COM.GT

Isotipo y dominio



Isotipo



ANTOLOGIA

Logotipo

ANTOLOGIA.COM.G

10

ANTOLOGIA.COM.GT

11

## Reducción máxima

Para la debida aplicación del logotipo en su tamaño mínimo a utilizar solamente el isotipo.

tamaño mínimo:  
0.5 centímetros x 0.5 centímetros.



Reducción máxima  
0.5 centímetros x  
0.5 centímetros.

## Área de reserva

El logo deberá estar siempre rodeado de un área de reserva o cantidad específica en blanco o despejado. EL objetivo del área de reserva es preservar la integridad del logotipo y además darle realce y hacerlo resaltar entre los elementos.

Siempre de ser posible, mantener un área de reserva o de espacio en blanco de 5mm alrededor del logo. Este espacio no debe ser infringido por ningún otro elemento, incluyendo otros diseños, elementos gráficos de apoyo, iconografía, imágenes, o textos.

Nota: las excepciones requieren aprobación previa al uso.



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTER  
GUATEMALA

12

ANTOLOGIA.COM.GT

13

ANTOLOGIA.COM.G

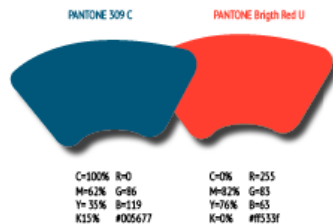
## Paleta de colores

A continuación se presenta la paleta de colores utilizada para impresión así como para su aplicación en formatos digitales.

A continuación se presenta la debida aplicación que debe llevar el logotipo.

El logotipo de "Antología" esta compuesto por dos colores

Alternativas para el uso del Logo sobre fondos o segundos planos. Cuando utilice el logo con diferentes fondos o segundos planos, observe las siguientes reglas:



14

ANTOLOGIA.COM.GT

**Color fondo:**  
Cuando se muestre el logo sobre cualquier fondo de color oscuro, ya sea plano o fotográfico utilizar la versión a un color.

Siempre que sea posible, cuando use el logo sobre un fondo de color, ya sea plano o fotográfico, trate de utilizar los colores corporativos como color de fondo.

**Fondo Claro:**  
La versión del logo en solamente un color, es este caso oscuro, debe ser utilizado en caso el color de fondo equivale a menos de un 40% de negro.

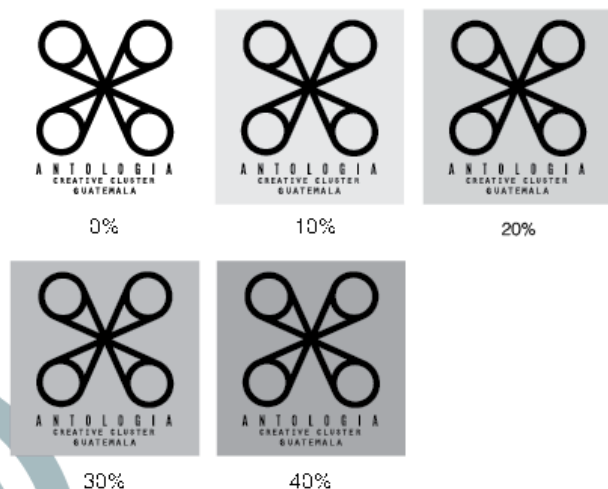
**Fondo Oscuro:**  
La versión del logo en color blanco o la tonalidad calida, debe ser utilizado si el tono o intensidad del color de fondo equivale a un 50% o mas de negro.



15

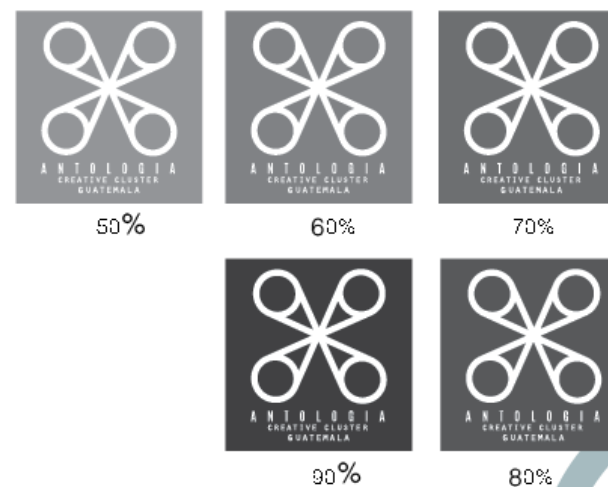
ANTOLOGIA.COM.G

## Aplicación de tonalidades



16

ANTOLOGIA.COM.GT



17

ANTOLOGIA.COM.G





# Tipografías

La tipografía es una herramienta poderosa en la construcción de una marca, mientras que sea utilizada con cuidado y coherencia. Se han seleccionado tres familia tipográficas para ser usados en cada una de las piezas y materiales que el proyecto la "Antología" lo requiera y de esta forma apoyar y crear unidad en la comunicación.

**Tipografía primaria:**  
Esta familia esta seleccionado como familia principal, y es exclusivamente para la aplicación del nombre "Antología"

**Tipografía secundaria:**  
Esta familia tipográfica debe ser utilizada solamente para la aplicación e textos como datos e información perteneciente al proyecto.

**Tipografía en textos:**  
Esta familia tipográfica debe ser utilizada en grandes cantidades de texto, de esta forma facilitar la lectura al usuario.

Como tamaño mínimo en materiales impresos, se recomienda la utilización de tipografía en 6 pts.

## Tipografía primaria

ORATOR  
LA ANTOLOGIA

A D C D E F G H I J K  
L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z ,

## Tipografía secundaria

Miso  
La Antología

a d c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z .

## Tipografía en textos:

Helvetica

a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z .

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z .

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

# Aplicación incorrecta del logotipo

Cualquier variación de los ejemplos incluidos en esta guía de marca son incorrectos y no deberán usarse. A continuación algunos ejemplos de modificaciones y aplicaciones inaceptables del logotipo "Antología".

No haga lo siguiente:

1. Mover, eliminar, o cambiar el orden de los elementos de la marca registrada de sus respectivas posiciones.
2. Distorsionar las proporciones ( alto o ancho ) del logo.
3. Cambiar el color de la marca.
4. Colocar el logo sobre un fondo con textura, creando dificultad en su lectura.
5. Modificar el logo en ninguna forma o proporción.
6. Sustituir tipografía o fuentes del logotipo.



A N T O L O G I A



ANTOLOGIA  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA



A N T O L O G I A  
CREATIVE CLUSTERS  
GUATEMALA





## Concepto gráfico y diagramación

El concepto gráfico en cada una de las piezas o papelería que se requiera para la utilización del proyecto esta basado en la mismo concepto de unidad del logotipo. Esto implica el manejo de elementos circulares para su aplicación. Diagramaciones y ejes horizontales y verticales, buscando siempre aplicación de elementos gráficos al centro de las piezas para de esta forma apoyar el concepto del logotipo

## Utilización de papelería

### Utilización de papelería

#### Tarjeta de presentación:

En esta pieza se utiliza el tiro y retiro. Utilizando el tiro o parte frontal solamente el logotipo con su aplicación en color, y color de fondo.

En la parte del retiro, se colocan los datos del miembro del proyecto. Creando una jerarquía visual por medio del color así como identificado cada uno de los datos presentados por medio de iconografía.

El soporte en el cual se imprima la tarjeta de presentación debe ser sólido y resistente para de esta manera la pieza pueda ser funcional así como apoyar el concepto.

Tamaño: 9 cm. X 5 cm.  
Soporte:  
Orientación: Horizontal  
Troquel adjunto en archivo digitales.

### Tiro



### Retiro



Dimensiones:  
9 centímetros x 5 centímetros  
Soporte Impreso:  
papel smooth 230 gramos.





**Hoja membretada:**  
Esta pieza está elaborada en función de la comunicación del proyecto para la aplicación de información y grandes cantidades de texto. Es por la misma razón que se utiliza de forma centrada el logotipo en la parte superior y se presenta el dominio del mismo en la parte inferior. No se coloca otro tipo de elementos gráficos para no crear saturación visual en la pieza.

**Dimensiones**  
8,5 centímetros x  
11 centímetros

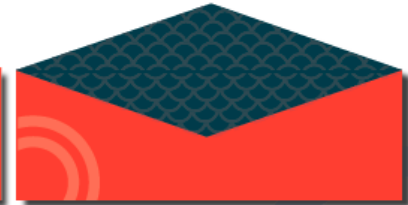
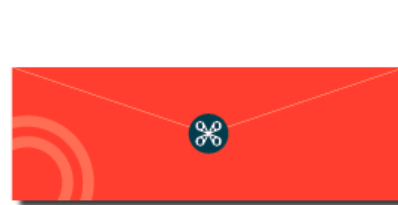
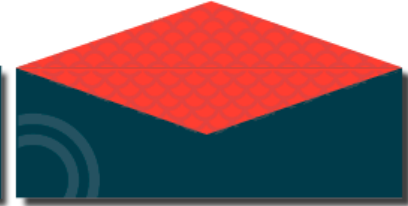
Esta pieza puede llegar a ser utilizada en escala de grises, así como aplicación de logotipo a color. En esta pieza no importa cual de los dos colores principales se llega a aplicar.

**Soporte Impreso**  
Versión impresa: papel bond 80 gramos.  
Versión digital: pieza insertada en documento Word.

26

ANTOLOGIA.COM.GT

**Sobre membretado**  
Pieza utilizada solamente en ocasiones especiales, ya que en la antigüedad esta era usada con mayor frecuencia, pero debido a los medios electrónicos fue perdiendo la relevancia. A pesar de esto tal y como lo menciona Foges (1999) la implementación de los elementos gráficos en esta es de gran importancia ya que forma parte de la "trilogía" que permite establecer una línea gráfica concisa.



**Dimensiones**  
24 centímetros x  
10,5 centímetros

**Soporte Impreso**  
papel bond 80 gramos.

ANTOLOGIA.COM.G

27

## Utilización de imágenes



Las imágenes deben reflejar la identidad del proyecto, utilizando imágenes reales y propias de clúster.



Las imágenes presentadas en el portal deben ir acompañadas por mensajes que ayuden a comprender acerca de que se trata un creativo cluster como resaltar el hecho que es la primera plataforma de su tipo en Guatemala.

28

ANTOLOGIA.COM.GT

## Recomendaciones importantes

Para que este proyecto conserve unidad visual y se contribuya a la construcción de la marca, es necesario que siempre se realice la comunicación por medio de la persona encargada de la imagen así como la utilización de los archivos disponibles para la reproducción de cada una de las piezas.

En caso de dudas o preguntas consultar:

Joshua Cuellar  
Diseñador Gráfico  
Antología  
cuellar.joshua@gmail.com

29

ANTOLOGIA.COM.G

## Portal web

El portal web esta realizado en base a la consistencia del concepto utilizado asociado a palabras como “creación, dualidad y balance”. Aplicando la línea gráfica antes utilizada en donde cada uno de los elementos gráficos contribuyen a la comunicación del mensaje. Según lo menciona Rubio, Suárez, Martín, Gallegos y Moran ( 2006 ) el para lograr un diseño atractivo, este debe enganchar al usuario; y no solamente ser un diseño “bonito” si no que al mismo tiempo funcional, logrando que el usuario debe tener los cinco sentidos puestos en el diseño si se desea que este capte toda la información. Rompiendo con la barrera estática que han ofrecido las páginas web hasta el momento.

En el portal se utiliza iconografía para identificar ciertas secciones, datos o información que se desea perciba el usuario como importante y de una forma innovadora, por medio de la reducción gráfica y abstracción de ciertos elementos, en base a la aplicación convencional y estandarizada de ciertas ideas, como por ejemplo el ícono telefónico, icono del correo electrónico, el icono de moneda, etc.

La propuesta se realiza en 2D debido a el papel del diseñador es únicamente supervisar la consistencia en la aplicación de la imagen por medio de llevar a cabo lo lineamientos planteados en el manual de imagen, ya que la programación para lograr la funcionalidad del portal web será realizada por un especialista.

Este proyecto así como innovador tiene la responsabilidad de reflejar una cultura emergente en el país la cual día con día tiene la responsabilidad de demostrar la calidad de trabajo que existe en Guatemala.

### Dimensiones

Diseño web adaptable  
1200px. x 1400px.

### Soporte digital



Sección inicio



Sección bienvenida a sesión



Sección home

Sección áreas

Sección Blog

Sección cluster

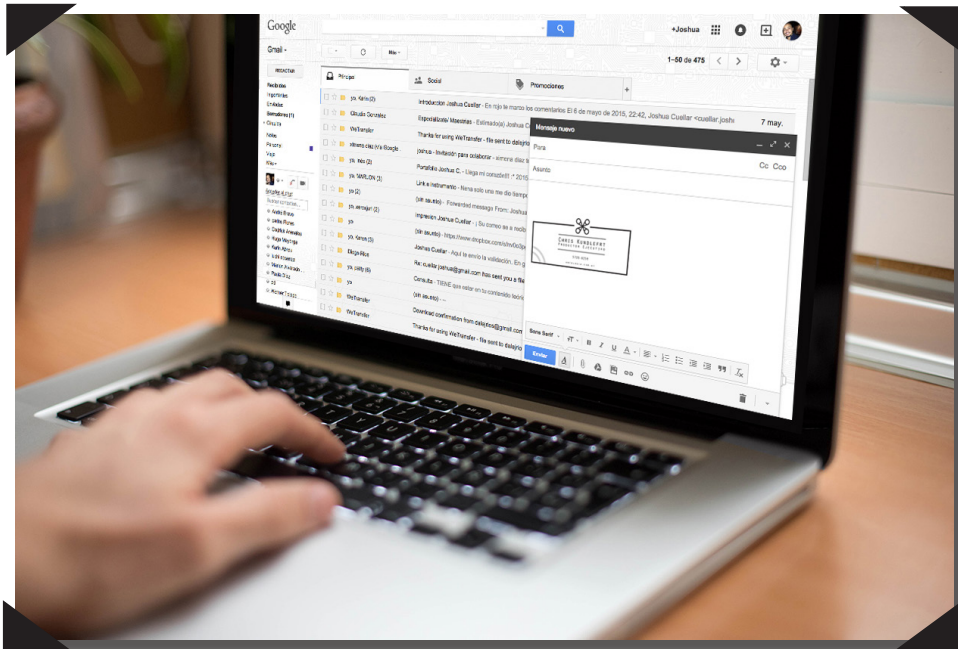




# visualización de piezas





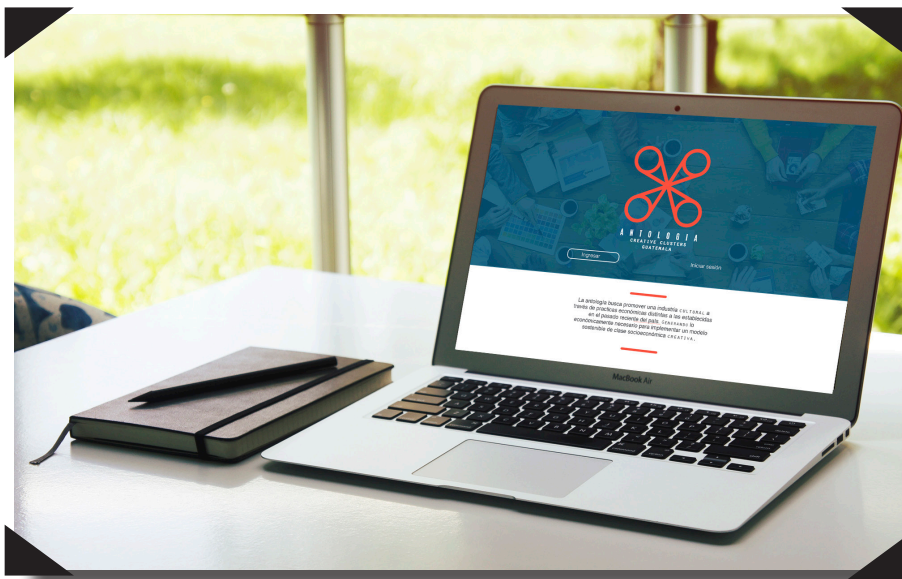


Firma electrónica



Presentación digital/interactiva







## ▲ Pr: Especificaciones técnicas:

Las impresiones serán realizadas de la siguiente manera.

### Tarjeta de presentación

Cantidad: 200 unidades

Dimensiones: 3.5 pulgadas X 2 Pulgadas

Impresión: tiro y retiro, digital (modo de color RGB) en cera

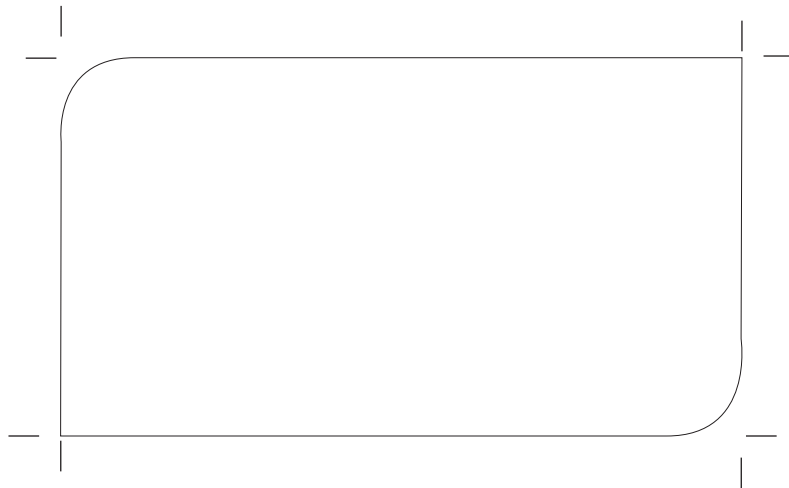
Full color

Soporte: papel smoot 220 gramos.

O bien utilizar soportes similares a texcote mate.

Orientación: horizontal

Acabados: Troquel redondeado en las puntas inferior izquierdo y superior derecha.



### Hoja membretada

Cantidad: 100 unidades

Dimensiones: 8.5 pulgadas X 11 Pulgadas

Impresión: tiro, digital (modo de color RGB) en cera

Full color

Soporte: papel bond 80 gramos.

Orientación: vertical

Acabados: Troquel redondeado en las puntas inferior izquierdo y superior derecha.

### Sobre membretado

Cantidad: 100 unidades

Dimensiones: 17.75 pulgadas X 9.75 Pulgadas

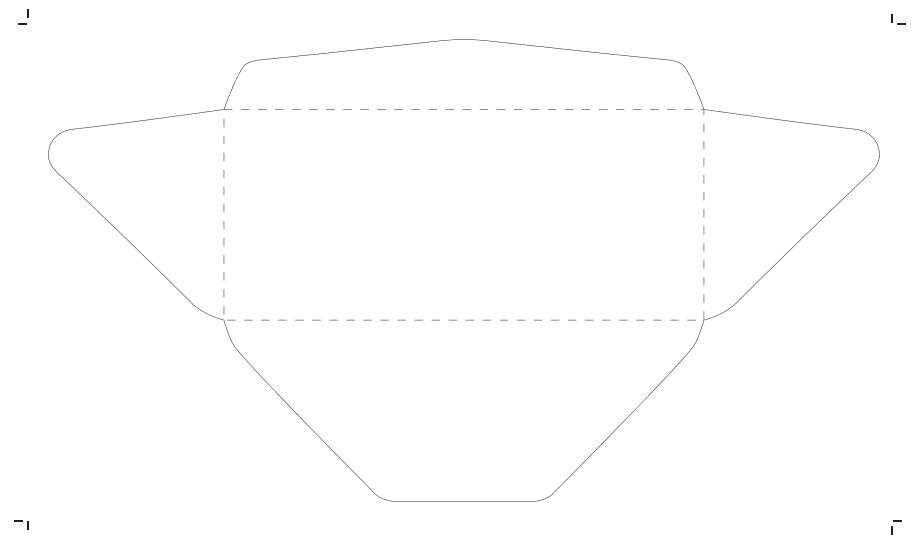
Impresión: tiro y retiro, digital (modo de color RGB) en cera

Full color

Soporte: papel bond 80 gramos.

Orientación: horizontal

Acabados: troquel incluido







### **Plantilla adhesivo para CD**

Cantidad: 50 unidades

Dimensiones: 10 x 10 cm.

Impresión: tiro digital (modo de color RGB) en impresión de burbuja  
B/N

Soporte: papel adhesivo

Orientación: -----

Acabados: -----

### **Firma electrónica**

Dimensiones: 100 px. 50 px.

Soporte: digital

Orientación: horizontal

Manejo de color: B/N

Formato: .png

Peso: 33 KB.

Sistema operativo: OS X versión 10.9.5

Software utilizado: photoshop CS6

### **Plantillas para presentaciones**

Dimensiones: 720 px. X 540 px.

Soporte: digital

Orientación: horizontal

Manejo de color: full color

Formato: .png

Peso: 9 KB.

Sistema operativo: OS X versión 10.9.5

Software utilizado: photoshop CS6

### **Sitio web**

Dimensiones: 1450px. x 1270px.

Soporte: digital

Orientación: horizontal

Manejo de color: full color

Formato: .png

Peso: 52 MB.

Sistema operativo: OS X versión 10.9.5

Software utilizado: photoshop CS6

# Pr: informe técnico que acompaña los archivos digitales para reproducción.

## Piezas impresas

\*CD con los archivos de las piezas digitales disponibles en el anexo XIV.



A quien corresponda

Deseándole éxitos en sus labores a continuación es detallado el contenido del CD adjunto.

En el interior del disco proporcionado se encuentra la carpeta para realizar la reproducción de las piezas impresas llamada impresión-piezas. Dentro de esta podrá encontrar los archivos preparados para su impresión.

**-Las tarjetas de presentación:** el archivo cuenta con el nombre de: tarjetas-impresion.PDF. La pieza posee un tamaño de 3.5 pulgadas por 2 pulgadas. Tiro y retiro (ambas caras). Estas debe ser impresas en papel smooth 220 gramos, o soportes similares. Debido a la cantidad y variación en cuanto a los datos, se opta por impresión digital (formato de color RGB) sugiriendo una tinta de tipo cera para economizar recursos. La cantidad de colores debe ser full color. Tipografías convertidas a path. Cantidad a reproducir: 200 unidades.

En el mismo archivo se encuentra incluido el troquel en una capa separada y debidamente identificada. Se adjunta Dummy a tamaño real. Archivo elaborado en sistema operativo OS X 10.7.5, Software utilizado Adobe ilustrador CS6. Así mismo se adjunta el archivo: tarjetas-impresión-10.PDF, en el cual existe un montaje de 10 tarjetas de presentación en ambos lados que pueden llegar a ser impresas en hoja carta (8.5 pulgadas X 11pulgadas)

**-Para las hojas membretadas:** el archivo cuenta con el nombre de: hojas-impresion.PDF. La pieza posee un tamaño de 8.5 pulgadas por 2 pulgadas. Estas debe ser impresas en papel bond 80 gramos. Impresión digital (formato de color RGB) sugiriendo una tinta de tipo cera para economizar recursos. La cantidad de colores debe ser full color o bien se puede utilizar la adaptación en blanco y negro. Tipografías convertidas a path. Se adjunta Dummy a tamaño real. Archivo elaborado en sistema operativo OS X 10.7.5, Software utilizado Adobe ilustrador CS6. Cantidad a reproducir: 100 unidades.

-En el caso del **Sobre** el archivo cuenta con el nombre de: sobre-impresion.PDF. La pieza posee un tamaño de 17.75 pulgadas por 9.75 pulgadas. Tiro y retiro. Este debe ser impreso en papel bond 80 gramos, o soportes similares. Debido a la cantidad se opta por impresión litográfica (formato de color CMYK) La cantidad de colores debe ser full color. Tipografías convertidas a path. En el mismo archivo se encuentra incluido el troquel en una capa separada y debidamente identificada. Se adjunta Dummy a tamaño real. Archivo elaborado en sistema operativo OS X 10.7.5, Software utilizado Adobe ilustrador CS6. Cantidad a reproducir: 100 unidades.

- Para el **adhesivo de CD** el archivo cuenta con el nombre de: cd-impresion.PDF. La pieza posee un tamaño de 10 x 10 centímetros. Este debe ser impreso en etiquetas adhesivas para CD. Debido a la cantidad se opta por impresión digital (formato de color RGB) La cantidad de colores debe ser full color. Tipografías convertidas a path.

En el mismo archivo se encuentra incluido el troquel en una capa separada y debidamente identificado. Se adjunta Dummy a tamaño real. Archivo elaborado en sistema operativo OS X 10.7.5, Software utilizado Adobe ilustrador CS6. Cantidad a reproducir: 50 unidades.

En caso de cualquier duda contactar a  
Joshua Cuellar- Encargado de comunicación "Antología"  
Cel. 4018-9053.  
Correo electrónico: cuellar.joshua@gmail.com



## Piezas Digitales

\*CD con los archivos de las piezas digitales disponibles en el anexo XIV.

Guatemala 2015



A quien corresponda

Deseándole éxitos en sus labores a continuación es detallado el contenido del CD adjunto.

En el interior del disco proporcionado se encuentra la carpeta para realizar la ejecución de las piezas digitales llamado piezas-digitales. Dentro de esta podrá encontrar los archivos preparados para su ejecución.

### **Firma electrónica**

El archivo para la edición de esta y modificar los datos de los miembros se puede encontrar con el nombre de: firma-antologia.psd.

Luego de su edición este debe ser guardado como .png y ya con este archivo disponible debe ser cargado a un servidor o sitio de almacenamiento el cual creará un link y este debe ser insertado en el correo electrónico del usuario.

### **Plantillas para presentaciones**

Estas se pueden identificar por el nombre de plantilla1.jpg, plantilla2.jpg, plantilla3.jpg, plantilla4.jpg, plantilla5.jpg. Estas se encuentran al tamaño estándar para ser insertadas en el programa power point. La selección de la plantilla depende de la necesidad requerida por el usuario.

### **Sitio web**

Para la elaboración del sitio serán entregados a los programadores una guía digital (adjunta en el manual de imagen) de maquetación las cuales tendrán los lineamientos propuestos para el desarrollo del portal web de igual forma las imágenes deben ser trabajadas en adaptación web para no saturar de peso el portal y optimizar el tiempo de espera.

### **Manual de imagen**

Este se encuentra con el nombre de: manual-imagen-antologia.PDF, disponible para su visualización o envío. Se entrega de manera digital al cliente para así poder optimizar recursos y no requerir de una impresión en caso que se deban hacer ciertos cambios en los lineamientos establecidos.

En caso de cualquier duda contactar a  
Joshua Cuellar- Encargado de comunicación "Antologia"  
Cel. 4018-9053.

Correo electrónico: cuellar.joshua@gmail.com



## Pr: Presupuesto diseño y reproducción

### Presupuesto de diseño

Guatemala 2015  
A quien corresponda

Deseándole éxitos en sus labores, a continuación se presenta la cotización detallada para la realización del diseño de la imagen visual del proyecto “Antología”. La cual esta basada en las horas de trabajo realizadas por el diseñador, tomando en cuenta que existe cierta cantidad de solicitudes para la realización de cambios.

Pieza	Precio
Diseño de logotipo	Q. 2000.000
Elaboración de tarjeta de presentación	Q. 600.00
Elaboración de hoja membretada	Q. 500.00
Elaboración de sobre membretado	Q. 500.00
Elaboración de adhesivo para CD	Q. 250.00
Elaboración de firma electrónica	Q. 500.00
Elaboración de plantillas para presentaciones	Q. 800.00
Elaboración de diseño para portal web	Q. 4000.00
Elaboración de manual de imagen visual	Q. 1000.00
<b>Costo total de diseño = I.V.A Incluido</b>	<b>Q. 10,150.000</b>

\*Así mismo se realiza cobro adicional por pieza agregada que el cliente solicite.

### Presupuesto de reproducción

Para realizar el presupuesto de reproducción de piezas impresas se solicita cotización en tres lugares distintos las cuales se encuentran en anexos XII:

- TheSing
- Multiprint
- Impresión

La mejor opción en base a calidad y precio es TheSing, presentando una cotización de:

100 tarjetas de presentación impresas a full color tiro y retiro en papel smood. <small>*Troquel incluido</small>	Q 162.00
400 hojas membretadas impresas a full color solo tiro en papel bond tamaño carta	Q. 400.00
50 Cd's impresos (incluye disco)	Q. 500.00

Para la reproducción del sobre membretado la empresa anteriormente mencionada indica que no lo pueden realizar. Por lo tanto la mejor cotización basada en base al precio es de Multi print, presentando una cotización de:

200 sobres membretados, impresión a full color, tiro y retiro	Q. 1,400.00
--	-------------

Por lo tanto el presupuesto para reproducción es de:

Total reproducción =	Q. 2,462.00
----------------------	-------------



Costo diseño	Q.10, 150.00
Costo reproducción	Q. 2,462.00
<hr/>	
total	Q. 12,612.00

Cualquier comentario o duda comunicarse con  
Joshua Cuellar  
Cel.: 4018-9053  
Correo electrónico: cuellar.joshua@gmail.com

#### **Programación Portal Web**

Cotización realizada a carga del ingeniero Diego Ríos,  
con un total de:

**Q. 14, 650.00**

Se adjunta una cotización realizada por el programador, el cual tendrá a su cargo la realización y programación del portal. Disponible en el anexo XIV .

## CONCLUSIÓN

Se elaboró la imagen visual del proyecto “Antología”. Implementando las siguientes piezas:

- Logotipo
- Tarjeta de presentación
- Hoja membretada
- Sobre membretado
- Firma electrónica
- Plantillas para presentaciones digitales/interactivas
- Arte para adhesivo en CD
- Diseño para portal web
- Elaboración manual de imagen

El diseño de la imagen consistió en gestionar la imagen de esta plataforma en todos sus componentes. Basado en el concepto “Creación de dualidad y balance social” el logotipo esta trabajado en una tendencia minimalista, a dos colores los cuales representan la asociación positiva de sobriedad y formalidad adicional a contribuir en realizar un contraste visual entre los elementos de la composición, siendo posible mediante la utilización del color cálido y el color frío. El isotipo de “Antología” por su forma permitió la creación de módulos fusionando distintas formas las cuales permitieron que se generara un línea de diseño vanguardista, creativa, dinámica, formal y que al mismo tiempo integre cada una de las áreas a las cuales pertenece el grupo objetivo, evidenciando las características del mismo en sus distintos formatos (impresa y digital). En conjunto la imagen visual logra dar a conocer esta plataforma de una manera innovadora, única y autentica.

## RECOMENDACIÓN

Se recomienda que para el desarrollo de imagen visual en proyectos de esta índole, por el nivel de percepción gráfica de los grupos objetivos, pueda hacerse uso el logotipo con significado de fuerte carga filosófica para el grupo objetivo, ya que al integrar un mismo gremio comprendan el lenguaje visual y el simbolismo que este contiene. Por lo tanto es recomendable que se aplique un lenguaje visual elevado debido a que el grupo objetivo no tendrá problema alguno para comprender el significado.





## REFERENCIAS

Arón, N (2002). Matrices de insumo-producto de los estados fronterizos del norte de México. México, D. F.: Plaza y Valdés.

Browsertack.com (2014). La mejor resolución para navegadores, dispositivos y resoluciones de pantalla. (documento web). Disponible en [www.brosertack.com](http://www.brosertack.com). Fecha de consulta 09.2014.

Cajas, J. (2011). Definiendo el desarrollo. Rebelión (Documento Web). Disponible en: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=128304>

Estrada, F. ( 2005). ¿Marca, logotipo, imagotipo? El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico. UVM-Campus Queretaro. Recurso en línea, disponible en: [www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/enfoque/a\\_marca.asp](http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/enfoque/a_marca.asp)

Forges, C. (1999). Papelería e Identidad Corporativa. USA.McGraw-Hill.

Identidad Guatemalteca.(2014) Ficha técnica Guatemala. Fecha de consulta 10.02.2015. disponible en: <http://kirvi.jimdo.com>

Könemann. (2006). Minimalismo-Minimalista. Barcelona España. Proyecto Editorial.

Lostiemposcambian.com (2014) Resolución de pantallas para web. Disponible en [www.lostiemposcambian.com](http://www.lostiemposcambian.com). (Documento web). Fecha de consulta 09.2014.

Mercado 2.0 (2014 ). Letras y colores mas usados en los logos de las grandes marcas. Disponible en [www.mercado20.com](http://www.mercado20.com). Fecha de consulta Agosto 2014

Murphy, J. (1988). ¿Cómo diseñar marcas y logotipos?. USA Nitsnets (2013), Diseño en la Web/Blog. Disponible en: [www.lostiemposcambian.com/blog/](http://www.lostiemposcambian.com/blog/).

Multi sigmados de Guatemala (2014). Definición de niveles socioeconómicos.

ONU. UN DATA. Guatemala. Fecha de publicación año 2014. Fecha de consulta 10.02.2015. Disponible en <http://data.un.org/Data.aspx?d=POP&f=tableCode%3A240>

Parkin, S.(2002). El desarrollo no es solo crecimiento del PIB. 2002.Icons

Porter, M. (1990). Ventajas Competitivas de las naciones. USA.

Rigó, A. (2013). Diseño web adaptable. (Documento web). Disponible en <http://www.antoniorigo.com/disenio-web-adaptable>. Fecha de consulta 09.2014

RAE (Real Academia Española ). (2009). Diccionario práctico del estudiante. . Disponible en [www.rae.es](http://www.rae.es).

Rodriguez, O. (2001). Fundamentos del Estructuralismo latinoamericano. Montevideo Uruguay. Instituto de economía.

Et: Rubio, A. Suárez, J. Martín, S. Gallegos, R. Moran, S. (2006). Diseño gráfico de contenido para Internet. Madrid, España. Pearson Educación S.A. Madrid.

Schwanitz, D. (2002). La cultura todo lo que hay que saber. Madrid.Taurus

Samuelson, A.(1999). Economía Madrid, España. Mc Graw Hill





# ANEXOS

I. Brief proyecto “Antología”

II. Instrumentos de investigación grupo objetivo A

Instrumento de investigación grupo objetivo A-Posibles miembros del proyecto “Antología”

III. Resultados Investigación grupo objetivo A

IV. Instrumento de investigación grupo objetivo B - Empresarios

Instrumento de investigación grupo objetivo B-Posibles contratistas del proyecto “Antología”

V. Resultados investigación grupo objetivo B

VI. Instrumentos de validación Expertos

VII. Instrumentos de validación diseñadores

VIII. Instrumentos de validación grupo objetivo

IX. Tabulación/ gráficas validaciones

X. Proceso de bocetaje a raíz de validación

XI. Proceso de bocetaje, manual de imagen

Manual

Digital

XII. Cotización reproducción piezas impresas

XIII. CD -artes finales

XIV. Cotización encargado de programación







## ▲ I. Brief proyecto “Antología”



**Proyecto:** Antología

**Cliente:** Criss Kummerfeldt

**Contacto:** Criss Kummerfeldt

**Cel.:** 57206269

## Historia:

Criss Kummerfeldt, productor y director En la generación contemporánea (18-30 años) ha habido en los últimos 5 años una explosión en la oferta de servicios y productos creativos. La deficiencia más grande se

encuentra en la falta de cohesión profesional entre los actores y agentes, la mayor parte de las veces: freelancers, artistas, creativos, estudiantes y micro-empresarios. Esta

nueva oferta se caracteriza por ser innovadora, con skill-sets de muy alto valor agregado, know-how específico y altamente especializado. El actual mercado o demanda guatemalteca ha demostrado no estar preparado para acomodar este flujo de servicios y la oferta no ha sabido organizarse de manera efectiva para generar económicamente lo necesario para implementar un modelo sostenible de clase socioeconómica creativa.

La Antología busca justamente eso, promover una industria cultural a través de prácticas económicas distintas a las establecidas en el pasado reciente del país.

**Descripción del proyecto:** Desarrollar una plataforma gráfica de comercialización de industrias creativas emergentes.

## Objetivos del proyecto:

- Desarrollar de una imagen institucional para el proyecto
- Propuesta de una plataforma grafica para dicho proyecto.
- Propuesta de la estrategia de comunicación visual para posicional el proyecto.

## Objetivos de la comunicación:

- Posicionar esta plataforma, como el mejor medio para la comunicación del gremio que se encuentre “afilie” a este.

## Grupo Objetivo:

Freelancers, artistas, creativos, estudiantes y microempresarios.

## Que se desea transmitir al grupo Objetivo:

Se cuenta con una plataforma en la cual se podrán dar a conocer su trabajos como lograr el contacto para la creación de empleos de forma segura y que en esta se encuentra la mejor calidad de trabajo a nivel nacional.

**Estilo y tono de la empresa:** innovación y calidad

**Beneficios del proyecto:** Apoyar a todos los creativos que integran este gremio, mejorando el servicio los servicios de producción y comunicación en Guatemala así como la creación y unión de empleo.

**Periodo del proyecto:** no se cuenta

**Presupuesto:** no se cuenta

**Recomendaciones:** ninguna



## ▲ II. Instrumentos de investigación grupo objetivo A





## Investigación Creative Cluster Guatemala

Mi nombre es Joshua Cuellar, estudiante de la universidad Rafael Landívar de la carrera en diseño gráfico. Me encuentro realizando el desarrollo de imagen y plataforma gráfica para el proyecto "La Antología" la cual será el primera red Creative cluster en Guatemala. A continuación se encuentran ciertas preguntas para conocer mas acerca de sus preferencias, agradezco de su tiempo para poder contestarlas.

\* Required

### Untitled Section

Nombre \*

Edad \*

- 18-22  
 23-28  
 29-33  
 34-38  
 Mayor de 39

Zona en la que reside \*

Área de trabajo \*

Nivel Académico

\*Si el nivel académico es universitario, indicar las siguientes respuestas

Universidad

País de Estudio

Ha concluido su carrera \*

\*Si la respuesta es NO, indicar en que semestre se encuentra o dejo la carrera.

- SI  
 NO

Semestre en que se encuentra o dejo la carrera

Lugar de Trabajo

Trabaja como FreeLancer

- SI  
 NO

Rango Salarial por mes \*

- Q,3,500.00 – Q,5,000.00  
 Q,5,500.00-Q,10,000.00  
 Q. Mayor a Q,10,000.00

Profesión \*





**Seleccione cual de las siguientes áreas estudio como profesión**

- Audiovisual
- Gráfica
- Musicalización
- Danza/Performance
- Digital

**¿Posee algún tipo de Sub especialización en alguna de estas áreas?**

Si su respuesta es positiva, indicar la sub-especialización

- SI
- NO

**Indicar sub-especialización**

**¿Mencione las deficiencias mas grandes en su área de trabajo?**

**Conoce Ud. Lo que es una red "Creative Cluster" \***

- SI
- NO

**Seleccione cual de las siguientes áreas estudio como profesión**

- Audiovisual
- Gráfica
- Musicalización
- Danza/Performance
- Digital

**¿Posee algún tipo de Sub especialización en alguna de estas áreas?**

Si su respuesta es positiva, indicar la sub-especialización

- SI
- NO

**Indicar sub-especialización**

**¿Mencione las deficiencias mas grandes en su área de trabajo?**

**Conoce Ud. Lo que es una red "Creative Cluster" \***

- SI
- NO



### ▲ III. Resultados de investigación grupo objetivo A



# Resultados

10/1/2014 21:37:59	Ileana	23-28			11	Diseño	Universitario	Landivar
10/1/2014 21:46:00	Walter Morataya	34-38			12		12 Universitario	San Carlos
10/1/2014 22:56:11	c	23-28			15	audiovisuales		VFS
10/1/2014 23:20:19	Sarah Müller	23-28		Carretera		Fotografía	Bachillerato	UNIS
10/1/2014 23:26:37	Hugo Mayorga	34-38			2	Banca	Maestría	Rafael Landivar
10/2/2014 7:13:48	Andrés Castillo	18-22		Quebec (Canadá)/z14 en Guatemala		Siempre Cambiante	Diploma en Producción d	Vancouver Film
10/2/2014 12:34:43	Rodrigo Tejada R.	29-33			5	Producción Audiovisual	Posgrado	VFS
10/2/2014 14:00:01	LUISA	23-28		7 DE MIXCO		DISEÑO GRÁFICO	UNIVERSITARIO	USAC
10/3/2014 15:31:34	Jorge Letona	34-38		4 de mixco		Diseño Gráfico	Postgrado	Grupo W
10/3/2014 16:09:55	Eduardo Ramírez	23-28			16	Publicidad	Univesitario	UFM
10/3/2014 16:26:56	SAG	34-38			10		10 Licenciatura	Galileo, Landiva
10/3/2014 16:37:40	Yavheni de León	23-28		5 de villa nueva		Zona 14	Universidad en curso	San Carlos
10/3/2014 22:49:12	Harvey	23-28		Santa Catarina Pinula		Diseño grafico	Licenciatura	URI
Diseño	Universitario	Landivar	Guatemala	NO	8ciclo			SI
12	Universitario	San Carlos	Guatemala	SI	Décimo		Nómada Studio	SI
audiovisuales		VFS	canada	SI			Hunter 11 Films	NO
Fotografía	Bachillerato	UNIS	Guatemala	NO	último		-	SI
Banca	Maestría	Rafael Landivar	Guatemala	SI			Banco Promerica	SI
Siempre Cambiante	Diploma en Producción d	Vancouver Film School (t	Canadá	SI				SI
Producción Audiovisual	Posgrado	VFS	Canadá	SI			Naranja Digital	SI
DISEÑO GRÁFICO	UNIVERSITARIO	USAC	GUATEMALA	NO	8VO		COFIÑO STAHL	SI
Diseño Gráfico	Postgrado	Grupo W	México	SI			CREO Estudio	SI
Publicidad	Univesitario	UFM	Guatemala	SI			KREÁZ	NO
10	Licenciatura	Galileo, Landivar	Guatemala	SI				NO
Zona 14	Universidad en curso	San Carlos	Guatemala	NO	último Semestre		Grupo Distefano	NO



Q.3,500.00 – Q.5,000.00	Diseñadora gráfica	Digital	NO
Q.5,500.00-Q.10,000.00	Director Creativo y de arte	Gráfica	SI
Q.3,500.00 – Q.5,000.00	audiovisuales	Audiovisual	SI
Q.3,500.00 – Q.5,000.00	Fotógrafa		NO
Q. Mayor a Q.10,000.00	Publicista	Gráfica	SI
Q.3,500.00 – Q.5,000.00	Técnico de Iluminación/Técnico de Cámara	Audiovisual	SI
Q.5,500.00-Q.10,000.00	Diseñador Gráfico	Gráfica	SI
Q.3,500.00 – Q.5,000.00	DISEÑO GRÁFICO	Gráfica	NO
Q. Mayor a Q.10,000.00	Publicista	Digital	SI
Q.5,500.00-Q.10,000.00	Ejecutivo de Cuentas	Audiovisual	NO
Q. Mayor a Q.10,000.00	Diseño Gráfico	Gráfica	NO
Q.5,500.00-Q.10,000.00	Diseñador Gráfico	Gráfica	NO
Q. Mayor a Q.10,000.00	Diseñador gráfico	Gráfica	NO

10/4/2014 16:31:26	Ximena	23-28			6	Fotografía	Licenciada
10/4/2014 19:36:03	Kevin Rosales	18-22			1	Cinematografía	Universitario
10/5/2014 7:12:05	jose	23-28		villa nueva		departamental	
10/7/2014 11:34:50	Sergio Durini	29-33			16	Docencia universitaria	Licenciatura Diseño Gráfico
10/7/2014 11:38:13	Ana Lucia Armas	18-22		Carretera a El Salvador		Zona 10	Estudiante
10/7/2014 11:43:37	Karen Gutierrez	23-28		Carretera a el Salvador		Diseño Gráfico	Universitario
10/7/2014 11:46:09	Jean Mulet	23-28		Carretera A El Salvador		Productor Audiovisual/ Cr	Universidad/College
10/7/2014 12:20:03	Jorge Luis Flores Sánche	34-38			12	Editorial	Universitario
10/7/2014 13:39:09	Andrea Urruela	18-22		Villa Nueva		Diseño	Universitario

Guatemala	NO		7	SI	Q.5,500.00-Q.10,000.00	Diseñadora grafica
Guatemala	NO	dejo la carrera	Freelance	SI	Q.5,500.00-Q.10,000.00	Diseño Gráfico
guatemala	NO		departamental	NO	Q.5,500.00-Q.10,000.00	tecnico industrial
Guate	SI	lvo de Psicología	URL	SI	Q. Mayor a Q.10,000.00	Lic. Diseño Gráfico
Guatemala	NO	ultimo año	<a href="http://inmobilia.com">inmobilia.com</a>	SI	Q,3,500.00 – Q.5,000.00	diseño gráfico
Guatemala	NO		7 Grupo ICT	SI	Q.5,500.00-Q.10,000.00	Bachiller CC.LL, Diseñadora y fotografa
Guatemala/Canada	SI		Citric media/Panchoyco	SI	Q.5,500.00-Q.10,000.00	Productor/creativo
Puerto Rico	SI			SI	Q.5,500.00-Q.10,000.00	Diseñador
Guatemala	SI		Universidad Rafael Landi	SI	Q,3,500.00 – Q.5,000.00	Diseño gráfico







#### ▲IV. Instrumentos de investigación grupo objetivo B





# INSTRUMENTE INVESTIGACIÓN GRUPO OBJETIVO B, EMPRESARIOS

Buenas tardes/días mi nombre es Joshua Cuellar, perteneciente a la carrera de diseño gráfico de la universidad Rafael Landívar y me encuentro realizando el proyecto "Antología", el cual será la primera Creative Cluster en Guatemala. Dicho proyecto contará con servicio de profesionales especializados en áreas que integran la industria creativa. Agradezco unos minutos de su tiempo para contestar las siguientes preguntas.

-Cual de los siguientes periódicos son de su preferencia. De acuerdo al nivel gráfico presentado.(tipo de letra, color, tipo de diagramación, estructura visual del contenido, calidad de la imágenes, etc.). Marcando 1 como el de mayor preferencia, y 5 como el de menor preferencia.



Siglo XXI



Prensa Libre



El periódico



Diario de Centro América



La Hora

-Elija cual de las siguientes revistas son de su preferencia. De acuerdo al nivel gráfico presentado.(tipo de letra, color, tipo de diagramación, estructura visual del contenido, calidad de la imágenes, etc.)

Marcando 1 como el de mayor preferencia, y 5 como el de menor preferencia.



Forbes

Avant

Ser Gerente

Summa

Gerencia

¿Cuál de los siguientes soportes utiliza para acceder tanto a los periódicos como las revistas, indicados anteriormente?

Impreso

Pagina web

Aplicación

¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza de forma personal.? Marcando 1 como el de mayor preferencia, y 4 como el de menor preferencia. Indicar con 0 si no utiliza esta red social.

Facebook

Twitter

Instagram

Pinterest

¿Con que frecuencia utiliza la red social de su mayor preferencia?

- Me encuentro conectado a esta todo el tiempo
- Todos los días
- Mas de dos veces a la semana
- Una vez a la semana



-Al momento de necesitar servicios profesionales para Diseño, Producción Audiovisual, Desarrollo multimedia. Etc. ¿De qué forma busca a los profesionales para realizar los proyectos.?

- Sugerencias Profesionales
- Guía profesional
- Por referencias personales
- Internet
- Redes sociales

-En el momento de realizar consultas acerca del algún profesional.  
¿Cual de las siguientes formas elijaría para realizarla ?

- Solicitar pagina web
- Solicitar enviar algún tipo de documento por correo electrónico
- Buscar en redes sociales

-¿Qué piezas gráficas digitales, considera necesarias para identificar una empresa que funciona por medio de la web?

- Presencia en redes sociales
- Firma electrónica
- Otra

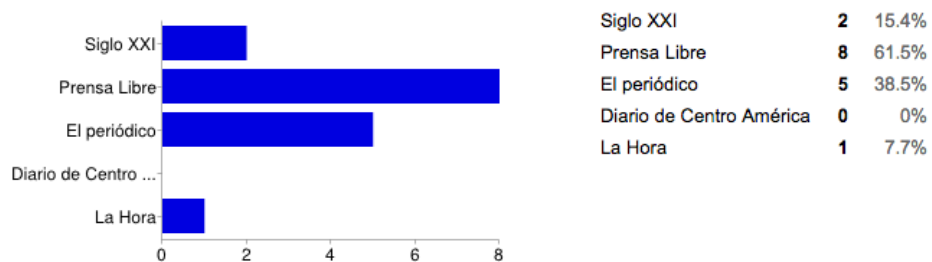
-En el momento de realizar la contratación del servicio profesional o llevar a cabo un proyecto que requiera el servicio de estos en base a cuál de las siguientes opciones toma la decisión de contratación.

- Experiencia en proyectos similares
- Referencias laborales
- Referencias Personales
- Observar los proyectos realizados
- Decisión basada en el tipo de asociación, grupo o plataforma, en la cual forma parte

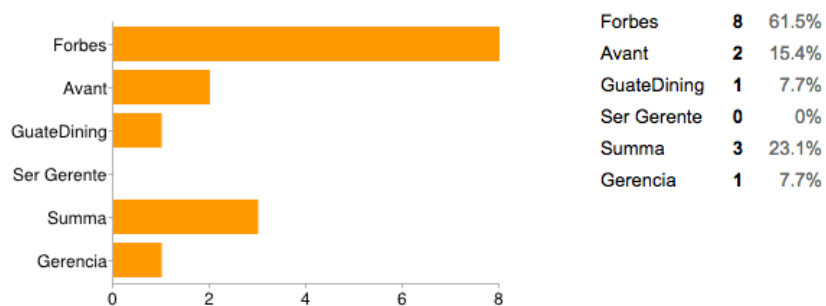
## ▲ V. Resultados de investigación grupo objetivo B

## Resultados

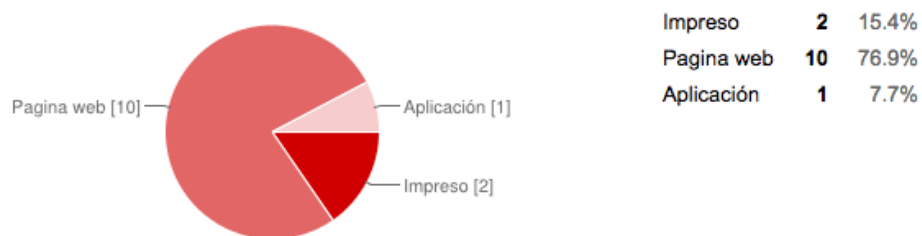
**-¿Cuál de los siguientes periódicos son de su preferencia. De acuerdo al nivel gráfico presentado ?(tipo de letra, color, tipo de diagramación, estructura visual del contenido, calidad de la imágenes, etc.).**



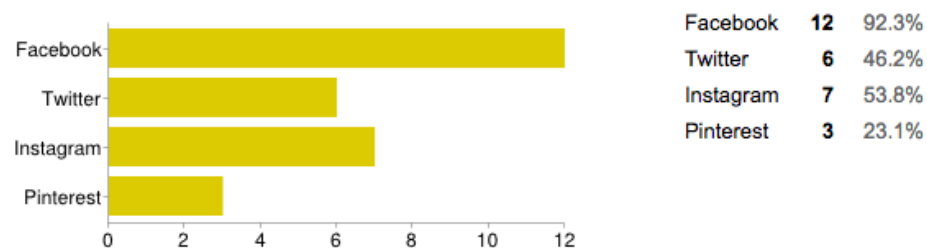
**Elija cual de las siguientes revistas son de su preferencia. De acuerdo al nivel gráfico presentado.(tipo de letra, color, tipo de diagramación, estructura visual del contenido, calidad de la imágenes, etc.)**



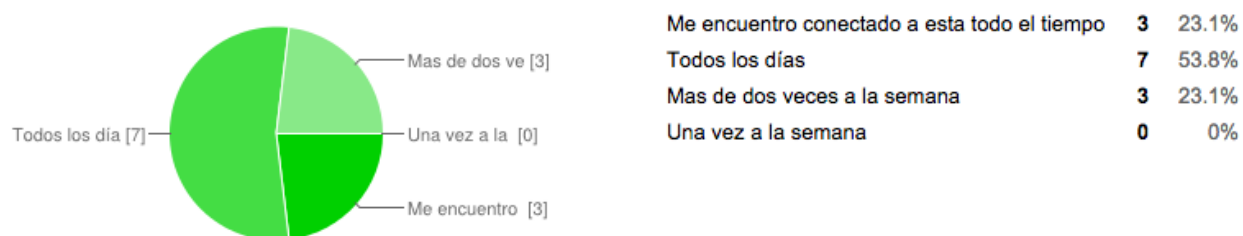
**¿Cuál de los siguientes soportes utiliza para acceder tanto a los periódicos como las revistas, indicados anteriormente?**



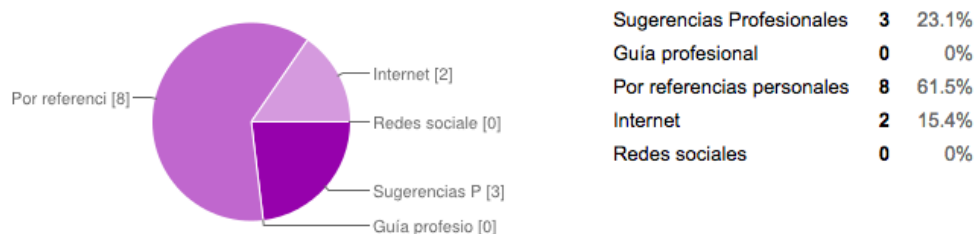
### ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza de forma personal.?



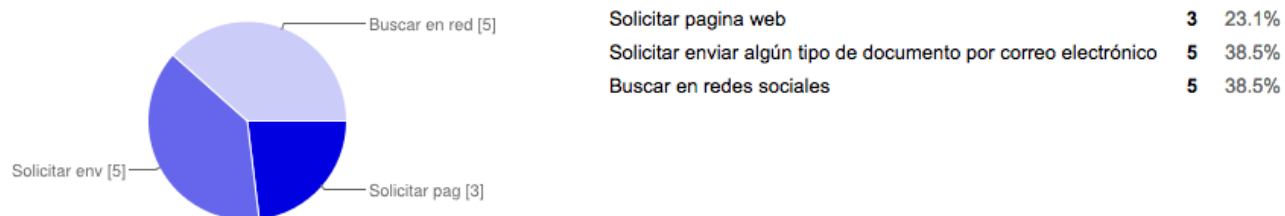
### ¿Con que frecuencia utiliza la red social de su mayor preferencia?



### Al momento de necesitar servicios profesionales para Diseño, Producción Audiovisual, Desarrollo multimedia. Etc. ¿De qué forma busca a los profesionales para realizar los proyectos.?

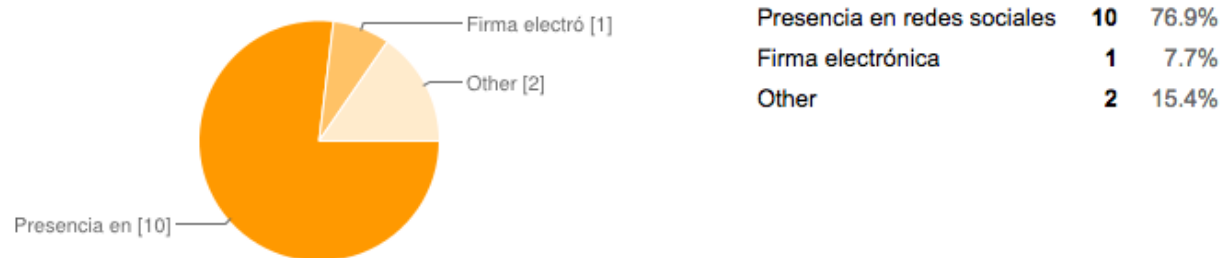


### En el momento de realizar consultas acerca del algún profesional. ¿Cual de las siguientes formas elegiría para realizarla ?

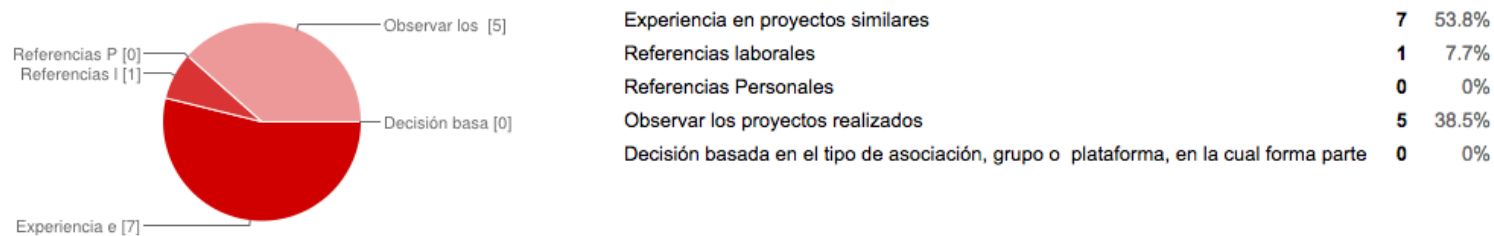




## ¿Qué piezas gráficas digitales, considera necesarias para identificar una empresa que funciona por medio de la web?



## En el momento de realizar la contratación del servicio profesional o llevar a cabo un proyecto que requiera el servicio de estos en base a cuál de las siguientes opciones toma la decisión de contratación.





## ▲ VI. Instrumentos de validación Expertos







## ▲ VII. Instrumentos de validación diseñadores





## ▲ VIII. Instrumentos de validación grupo objetivo





## ▲ IX. Tabulación/ gráficas validaciones



# Gráficas Diseñadores



## -El Isotipo refleja:



## -La tipografía utilizada para el logotipo le transmite:



## -El color le transmite:



## -La presencia del logotipo en el portal, considera:



## -Entre los colores utilizados considera que existe:



## -Considera el color:



## -La navegación la considera:







**-La tipografía utilizada para botones considera:**



**-La diagramación utilizada la considera:**



**-¿Como considera la jerarquía visual respecto a los elementos?**



**-Las secciones del portal las consideras:**



**-En relación al portal en general, lo considera?**



**-Como considera Ud. La propuesta de navegación en el portal**



# Gráficas Expertos



## -El icono propuesto (isotipo) refleja para Ud.:



## -El logotipo lo considera



## -El tipo de letra utilizado en el logotipo, lo considera:



## -La paleta de colores utilizada la considera:



## -El tipo de letra utilizado le transmite



## -Los textos los considera:



## -En relación a la jerarquía visual de nombre de secciones, pies de imágenes, titulares, textos, etc.






#### -La primera impresión del portal fue:

Convencional		
Poco profesional		
Innovador		100 %
Monótono		
Interesante		
Profesional		100 %

#### -El primer ingreso al portal considera que :

No cuenta con los botones o introducción suficiente para ingresar en todo el portal		
Posee la información suficientes		100 %
Los botones necesarios		
Carece de información y provoca que me salga		

#### -Las secciones presentadas para el portal, las considera

Comprensible		
Carece de secciones		
Las adecuadas		100 %
No se comprenden		
Existen las necesarias pero se deben agregar, sugerir:		

#### -El logotipo en el portal considera que:

No se hace notar		
Siempre esta presente		100 %
Carece de presencia en ciertas secciones		

#### -En relación al logotipo y el portal considera:

No posee relación		
Coherente		100 %
Confuso		

#### -Los colores en el portal le transmiten:

Fortaleza		
Monotonía		
Debilidad		
Sobriedad		
Formalidad		100 %
Confusión		

#### -En relación a las imágenes utilizadas considera:

Debe tener mas imágenes		
Están relacionadas con el portal		100 %
Son suficientes		
Debe tener menos imágenes		
Imágenes con poca relación		

#### -La propuesta del portal la considera:

Convencional		
Innovadora		100 %
Monótona		
Actual		
Vanguardia		90 %



**-En base a la comunicación del diseño, Ud.**

Solamente observara una parte y me saliera del portal

Crearía una cuenta



90 %

Navegaría por el portal

Lo utilizara como primera referencia de contactos



80 %



# Gráficas Grupo Objetivo

## -Relacione el logotipo con las siguientes palabras



## -Para Ud. Que refleja el logotipo:



## -El tipo de letra utilizado para el logotipo, lo considera:



## -La paleta de colores utilizada para el isotipo la considera



## -El tipo de letra en el portal lo considera



## -Los colores en el portal, reflejan:



## -Las imágenes en el portal las considera:



## -En relación al logo en el portal considera





**-Los textos en el portal los considera**



**-La paleta de colores utilizada en el portal la considera**



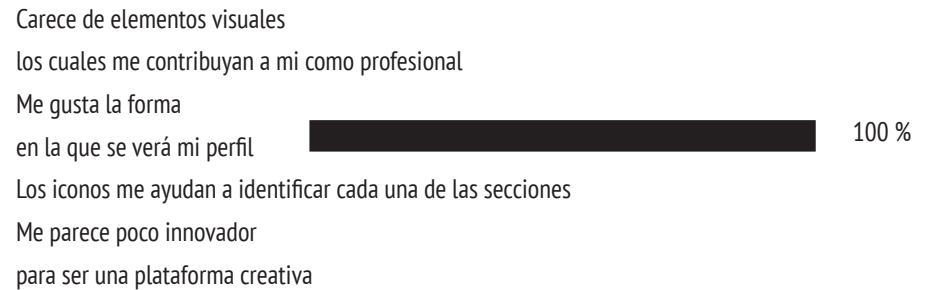
**-Los titulares, nombres de secciones, pies de imagen, etc.**



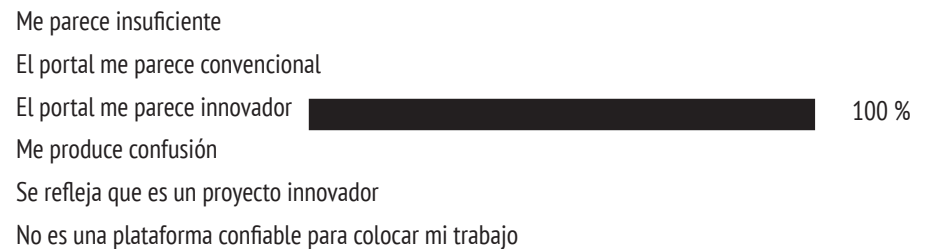
**-En el momento de ingresar al portal, considera:**



**-En el momento de registrarse como usuario:**



**-Tomando en cuenta la comunicación por parte de los elementos gráficos, seleccione el por que si o por que no. Formaría parte de esta Red**

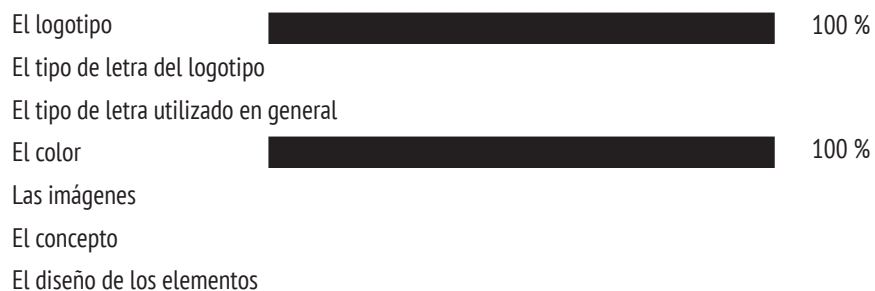


**-Las secciones las considera**

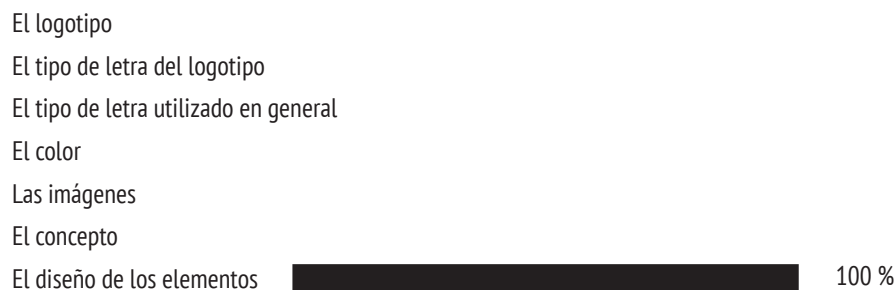




**-Enumera en el orden de importancia del 1 al 5, lo que MAS te llamo la atención de la pagina.**



**-Enumera en el orden de importancia del 1 al 5, lo que MENOS te llamo la atención de la pagina**



**-Según el concepto, consideras**



**Cuanta puntuación de 1 a 10 le darías al portal como primera plataforma de Creative Cluster en Guatemala.**





## ▲ X. Proceso de bocetaje a raíz de validación



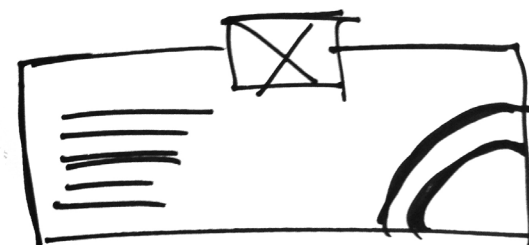
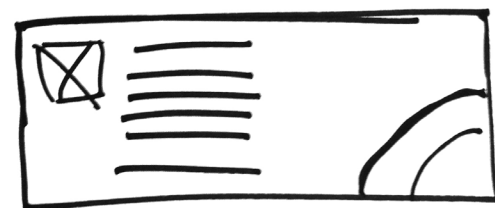




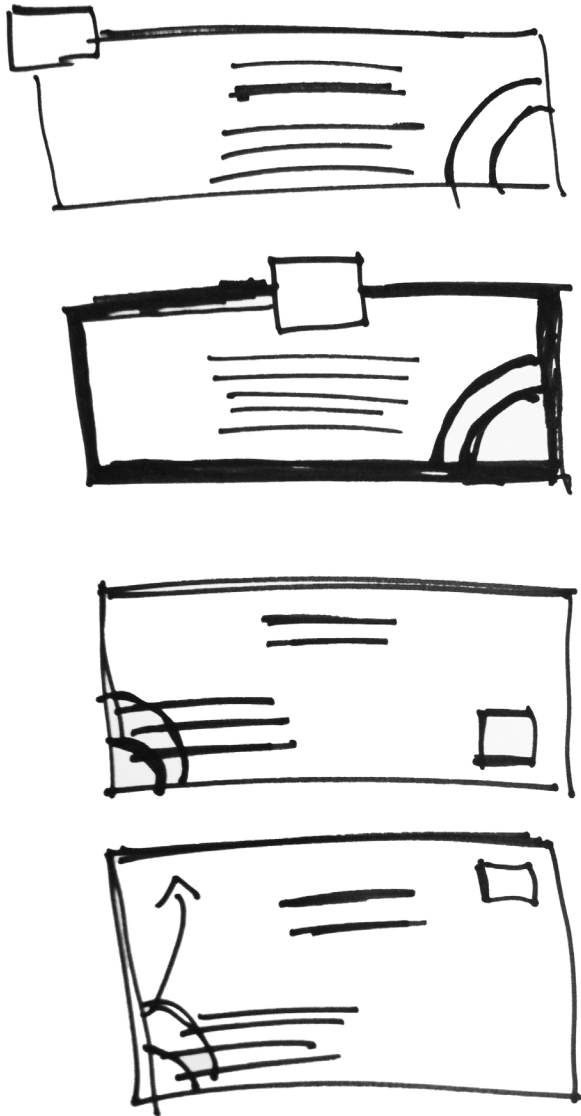
# Bocetaje Firma electrónica

## ▲ Fase XV: Bocetaje manual firma electrónica

Esta pieza está seleccionada en base a la importancia en la funcionalidad del proyecto ya que la mayoría de la comunicación será por medio de correo electrónico, es por lo mismo que es importante definir el estilo y aplicación de esta pieza. Se procede a elaborar ciertas propuestas e diagramación y composición en base al tipo y tamaño de la pieza el cual se propone sea de 250 px. X 100 px.



seleccionada  
Debido a las  
alineaciones presentadas  
en los campos  
del correo electrónico



## Bocetaje digital firma electrónica

Luego de una definición preliminar de la estructura de esta pieza electrónica se procede a digitalizarla e implementar los datos que se consideran importantes que se encuentren en esta ya que al igual que la tarjeta de presentación esta puede ser la primera impresión hacia el usuario o futuros clientes.



Formato seleccionado adaptándose a la línea grafica y a la propuesta de utilización un formato horizontal según el código de visualización.






CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT




CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT

CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT




CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT

CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT





CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT




Por lo mismo que esta pieza esta derivada de la tarjeta de presentación que se utiliza el patrón de diagramación y composición empleado en la misma.

 Este tipo de aplicación de elementos responde a ser innovador, respondiendo a la frase conceptual.



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT



CHRIS KUNDLEFRT  
PRODUCTOR EJECUTIVO

5720-6259  
ANTOLOGIA.COM.GT

Explicación en página continua



## Pruebas de color firma electrónica

En base a la propuesta anteriormente seleccionada, se implementa y realiza pruebas de color previamente seleccionados



Explicación en página continua



## Propuestas preliminar seleccionadas - Firma electrónica



La pieza responde a expresar sobriedad y responsabilidad.  
Esta connota creatividad y solidez por medio de la  
implementación de una firma electrónica que apoyará a la  
comunicación del proyecto.



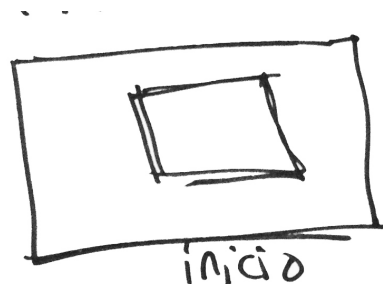


## ▲ Fase XVI: bocetaje manual, platillas para presentación

EL primer paso en este proceso es definir qué tipo de platillas se necesita desarrollar para las presentaciones que sean requeridas.

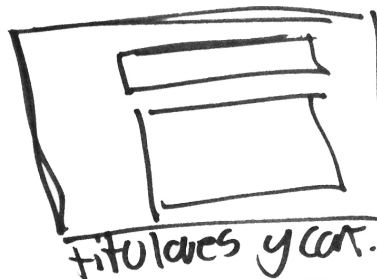
Proponiendo las siguientes

- Plantilla de inicio
- Titulares
- Subtítulos y contenido textual
- Subtítulos e imágenes
- Solamente textos
- Solamente imágenes
- plantillas en "blanco"



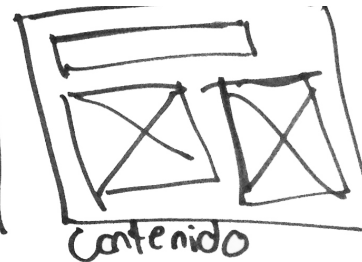
inicio

Inicio



titulares y con.

Titulares y Contenido



Contenido

Contenido



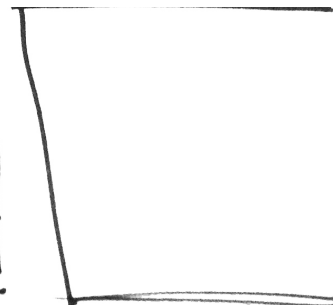
Sub contenidos

Sub-Contenidos



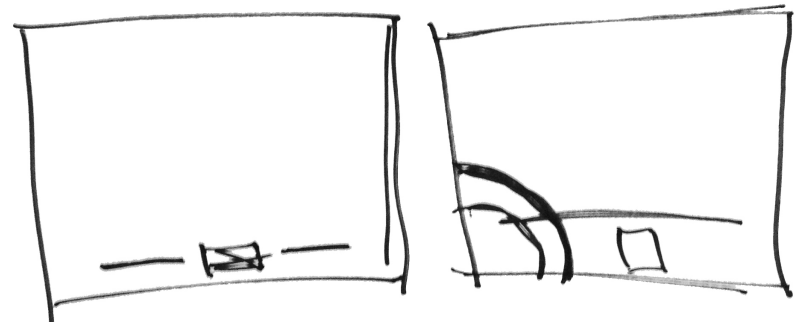
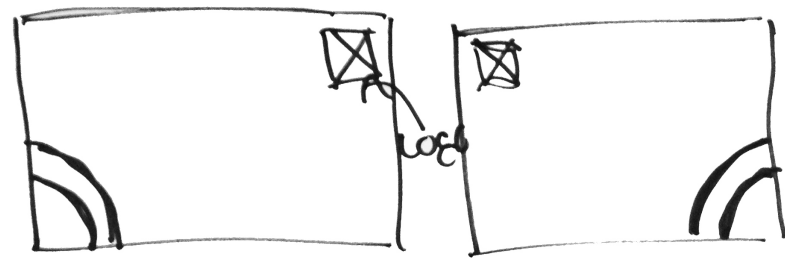
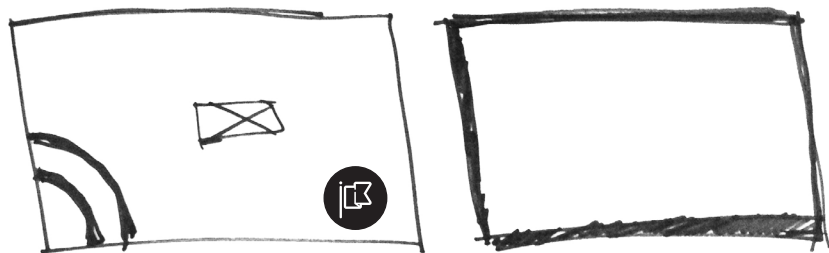
imagenes

Solamente imágenes/videos



En Blanco

En blanco



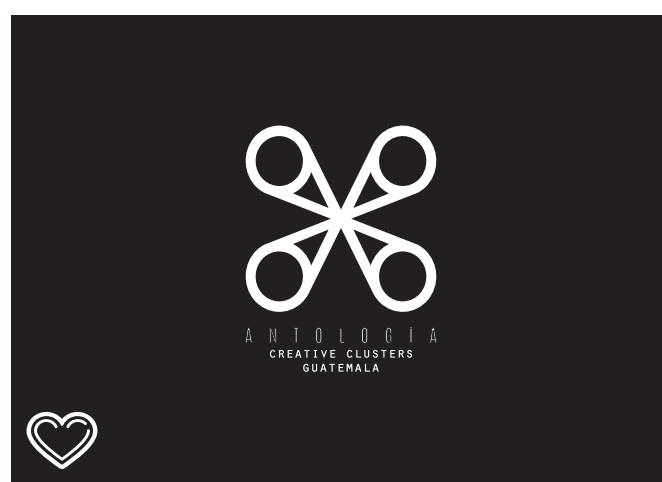
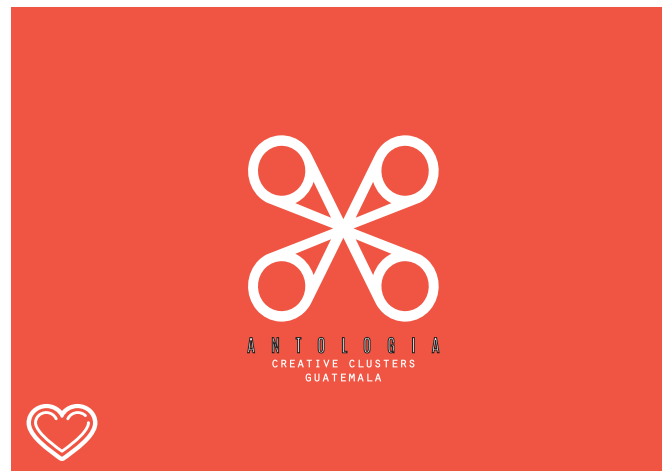
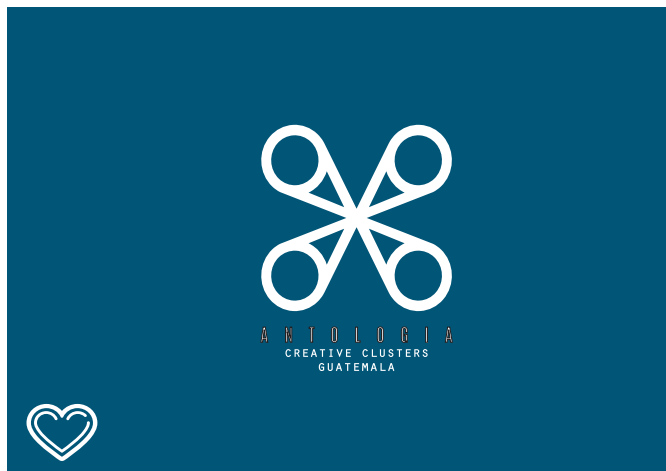
Propuestas que se adaptan a la línea gráfica antes presentada, implementando piezas legibles y comprensibles




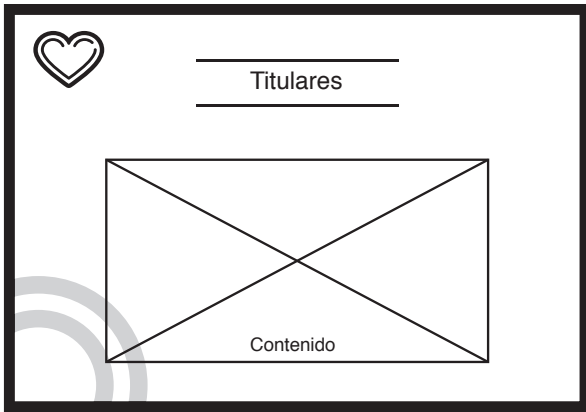
## Digitalización propuestas de plantillas para presentaciones

Debido a que se cuenta con una línea establecida, se procede a digitar las propuestas antes presentadas y de esta forma verificar que cumpla con los códigos de visualización propuestos, aplicando de manera correcta

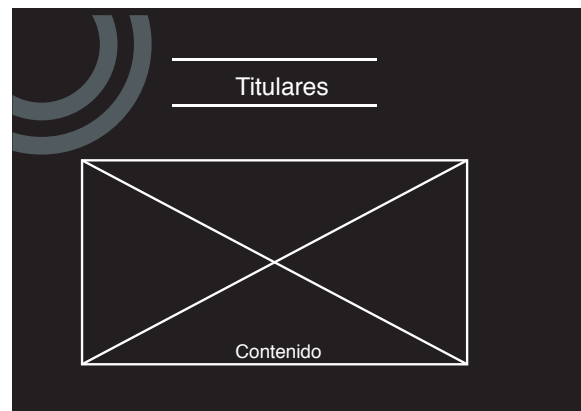
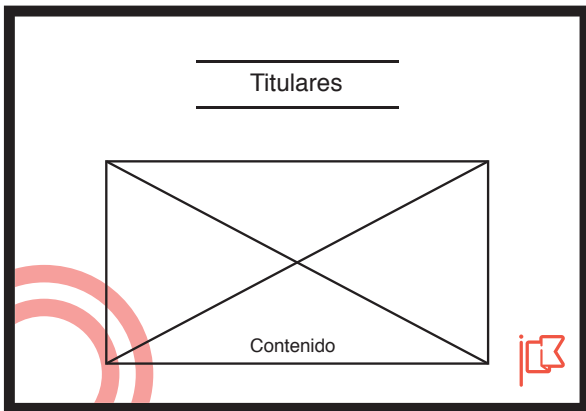
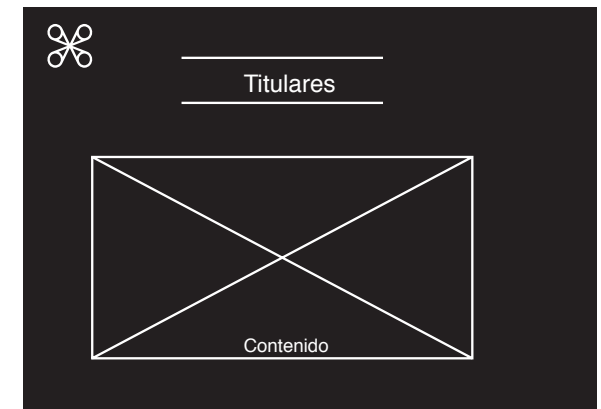
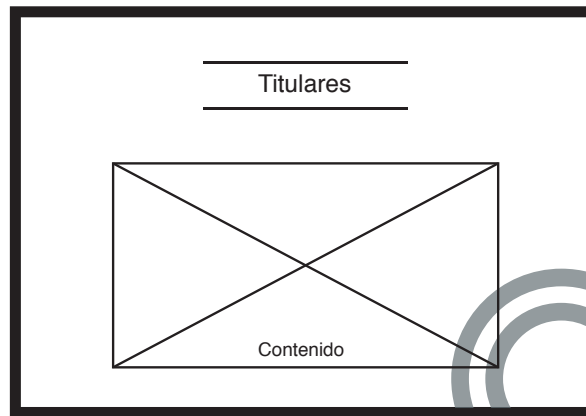
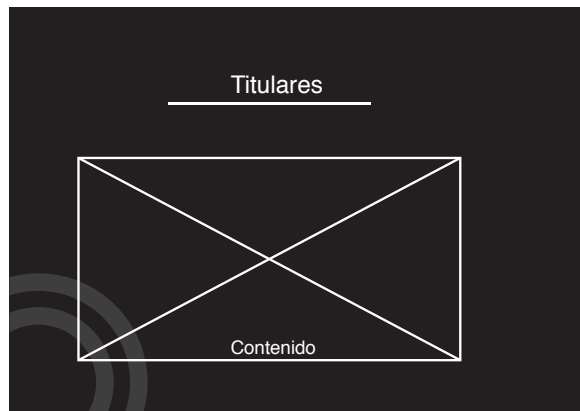
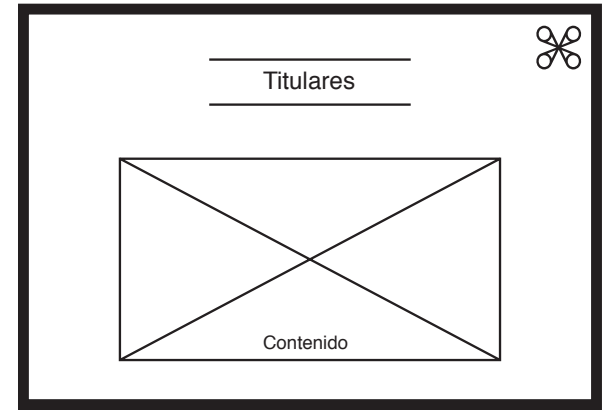
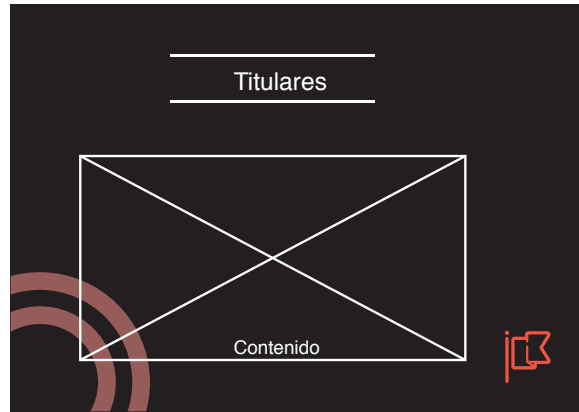
cada uno de los elementos visuales y adaptándolos a la necesidad requerida en cada una de las plantillas. La utilización de estas se encontrará definida en el manual de imagen.




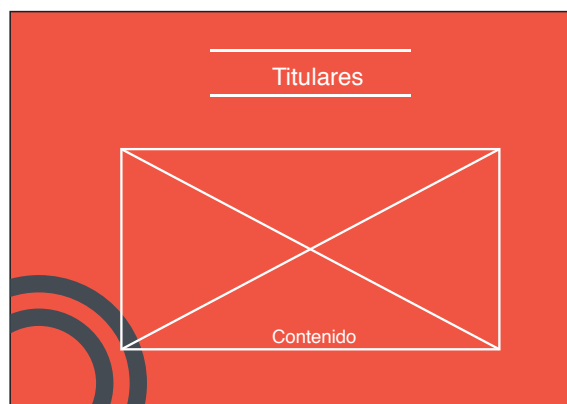
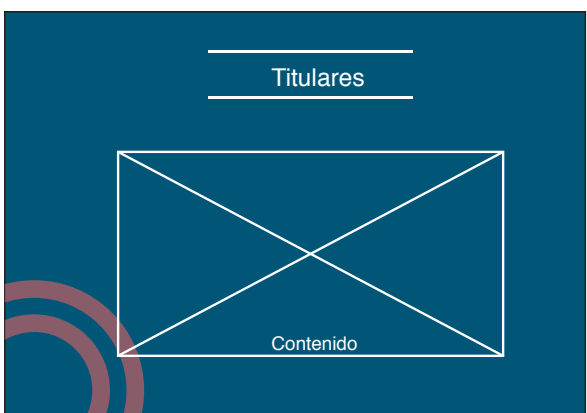
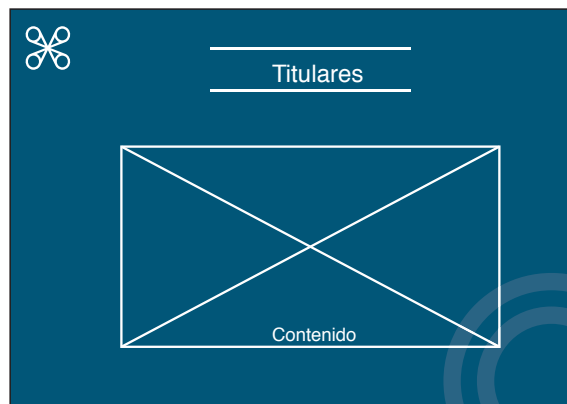
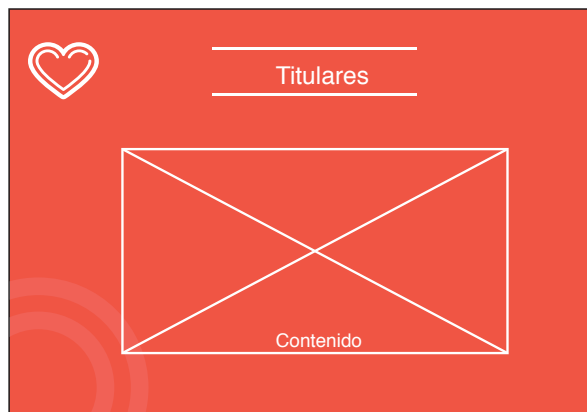
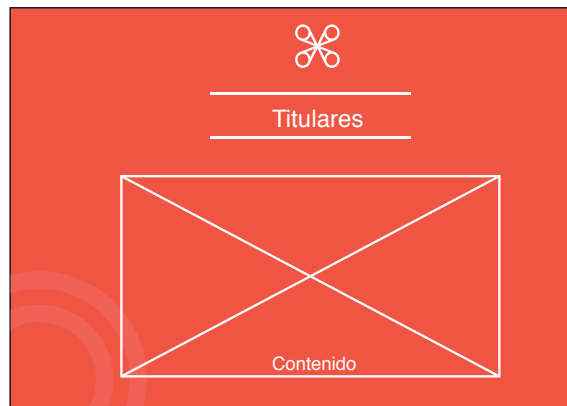
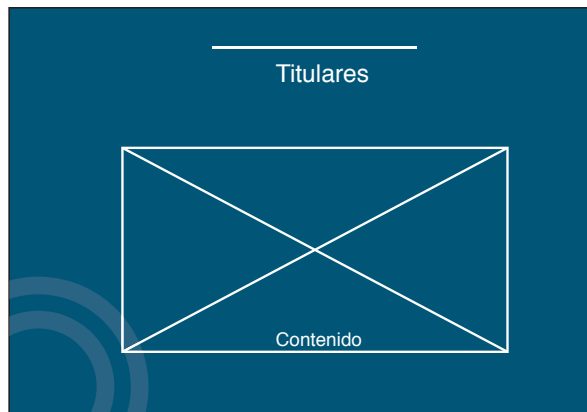
 Este tipo de plantilla no debe poseer una mayor cantidad de elementos debido al tipo de logotipo que se presentará; el cual es el más completo. Logrando de esta forma no saturar la imagen.



Explicación en página continua



 Para las pruebas de color se debe tener en cuenta que el elemento de apoyo tenga la función de éste y no un distractor gráfico que se pueda confundir y llegue a tener un mayor peso visual que el resto de contenido.



Las plantillas seleccionadas cumplen la función de contribuir a una comunicación limpia, clara y ordenada, logrando que los contenido a ingresar puedan ser legibles y comprensibles.

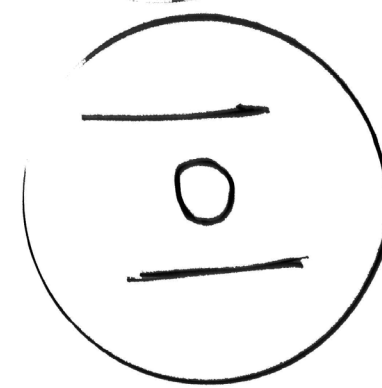
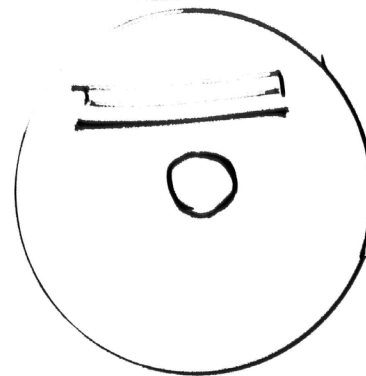
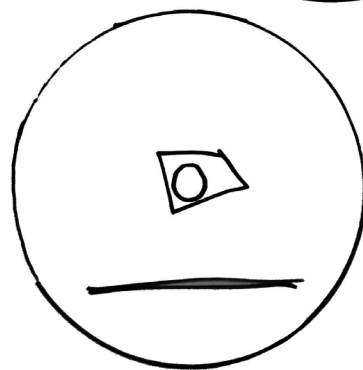
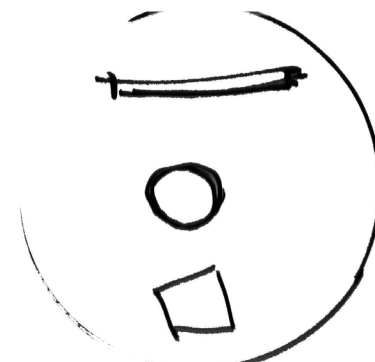
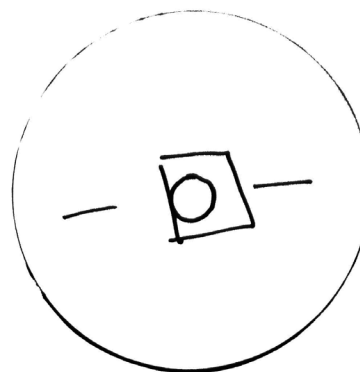
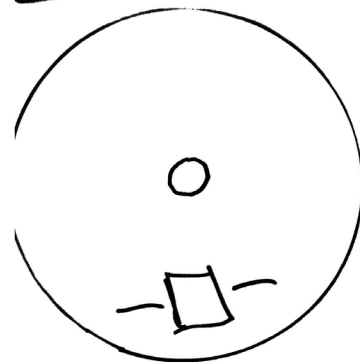


Para el resto de tipo de plantillas solamente se deben adaptar a la diagramación propuesta.

## ▲ Fase XVII: bocetaje manual CD

En el siguiente proceso se realizan las pruebas preliminares de forma, acerca de la aplicación de la línea gráfica definida en otro tipo de formato.

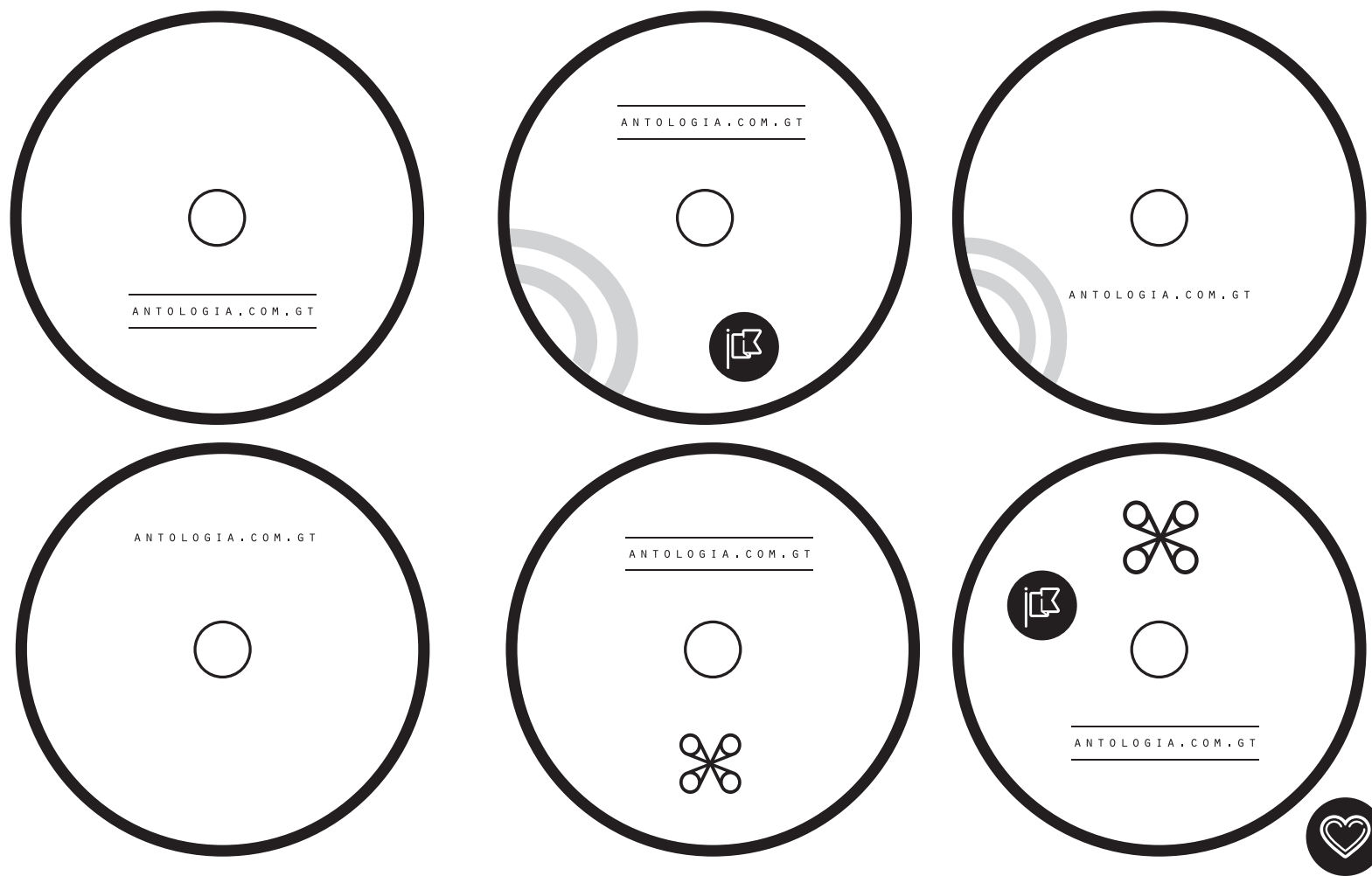
Bocetaje  
CD



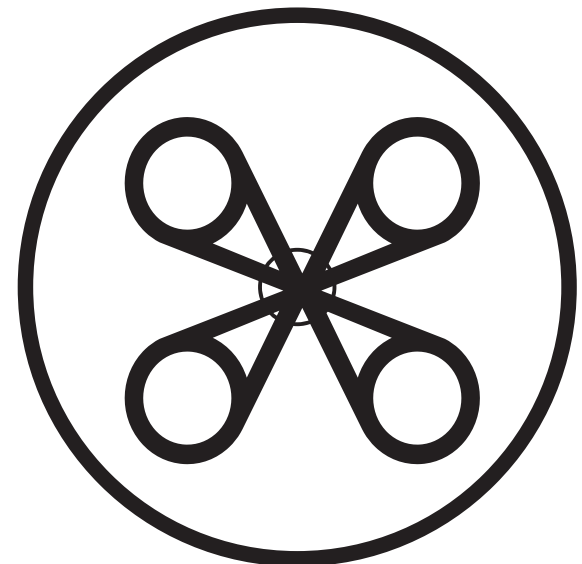
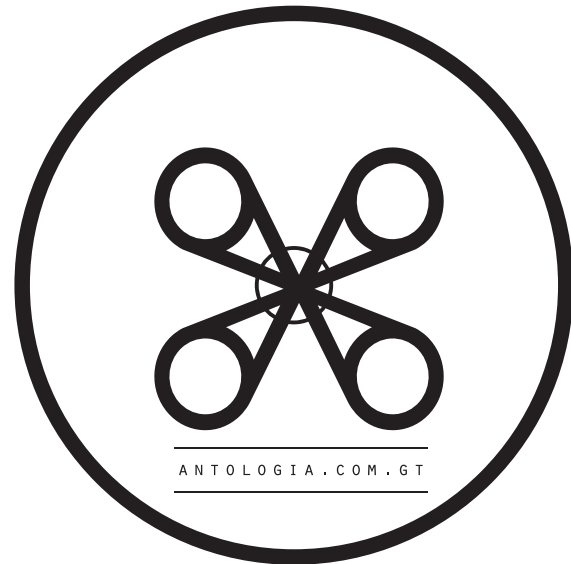



## Bocetaje digital CD

En este proceso se busca la mejor estética visual por medio de la correcta integración y composición de los elementos.



Explicación en página continua



 En esta proceso únicamente se busca definir un tipo de diagramación y retícula que responda a la definición de la línea grafica.





Se busca que exista una presencia del isotipo así como del dominio, el cual es el elemento mas efectivo para lograr la comunicación del proyecto.



## ▲ XI. Proceso de bocetaje, manual de imagen

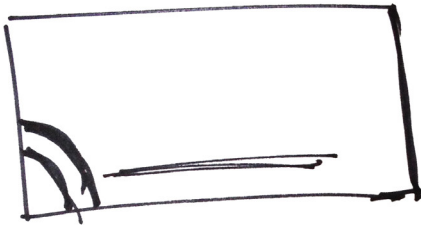


## Proceso de bocetaje manual, Manual de identidad visual

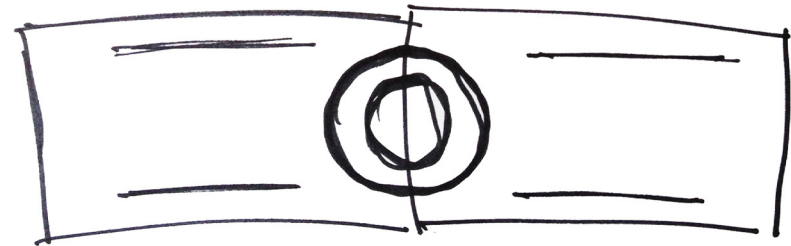
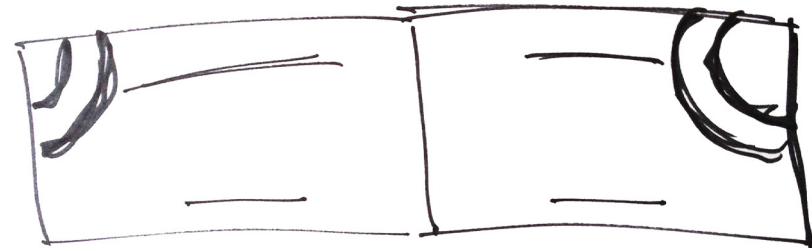
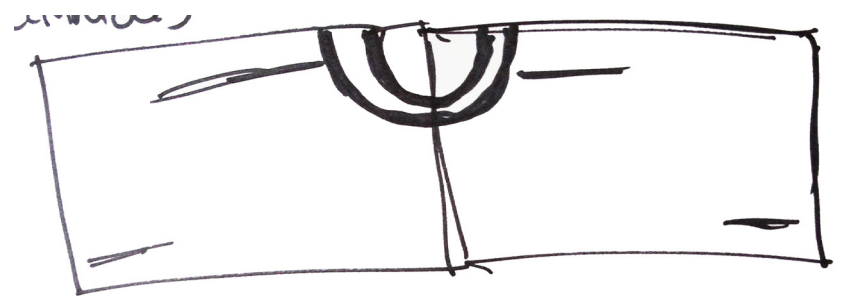
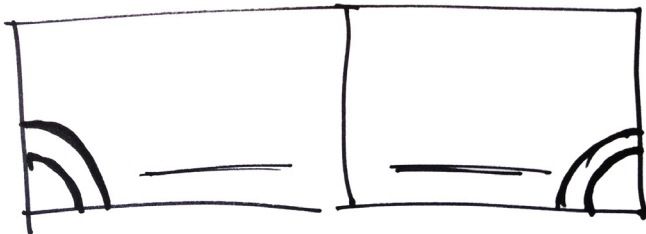
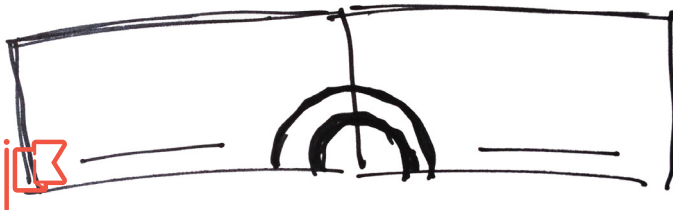
En el siguiente proceso se define el tipo de diagramación y composición a implementar en el manual de imagen visual. Aplicando los elementos gráficos definidos para el proyecto, para que de esta forma exista una relación visual con las demás piezas.

### Bocetaje línea Gráfica Manual

- Horizontal

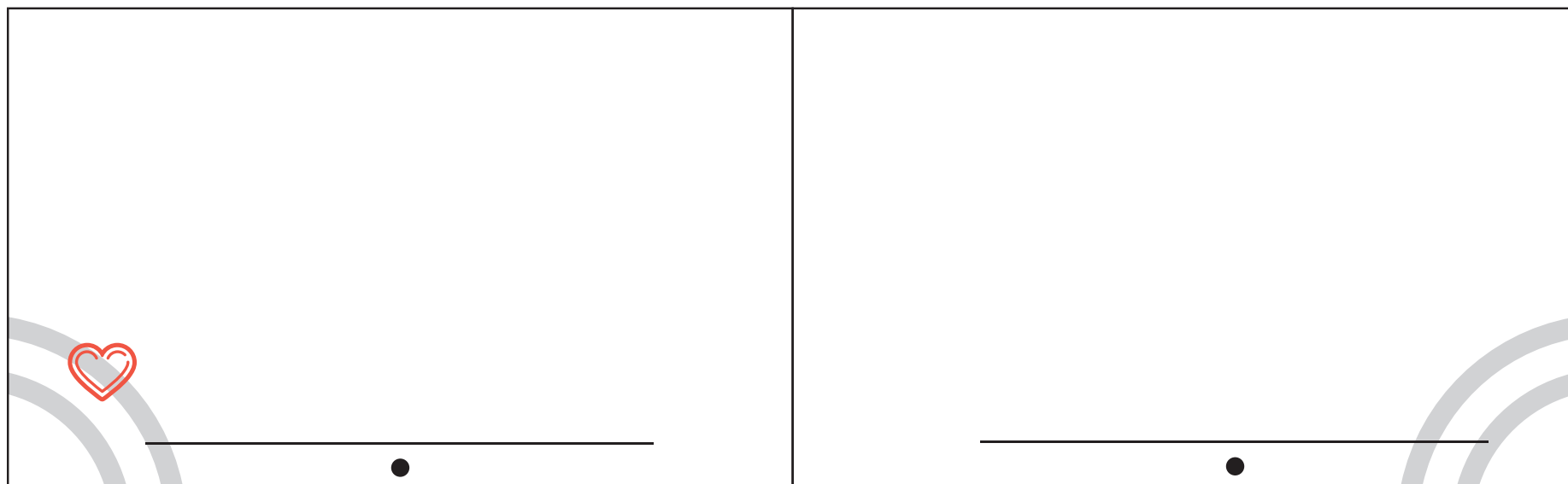


\* Todos los  
elementos  
gráficos  
deben de ir  
en par



## Digitalización bocetaje Manual de identidad visual

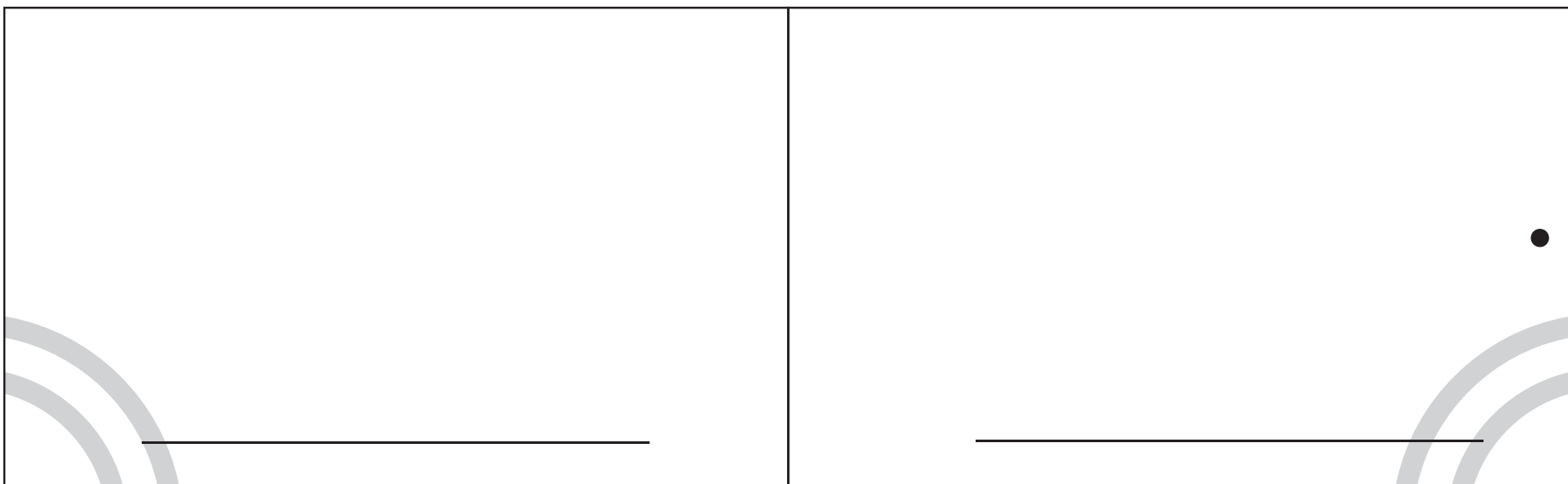
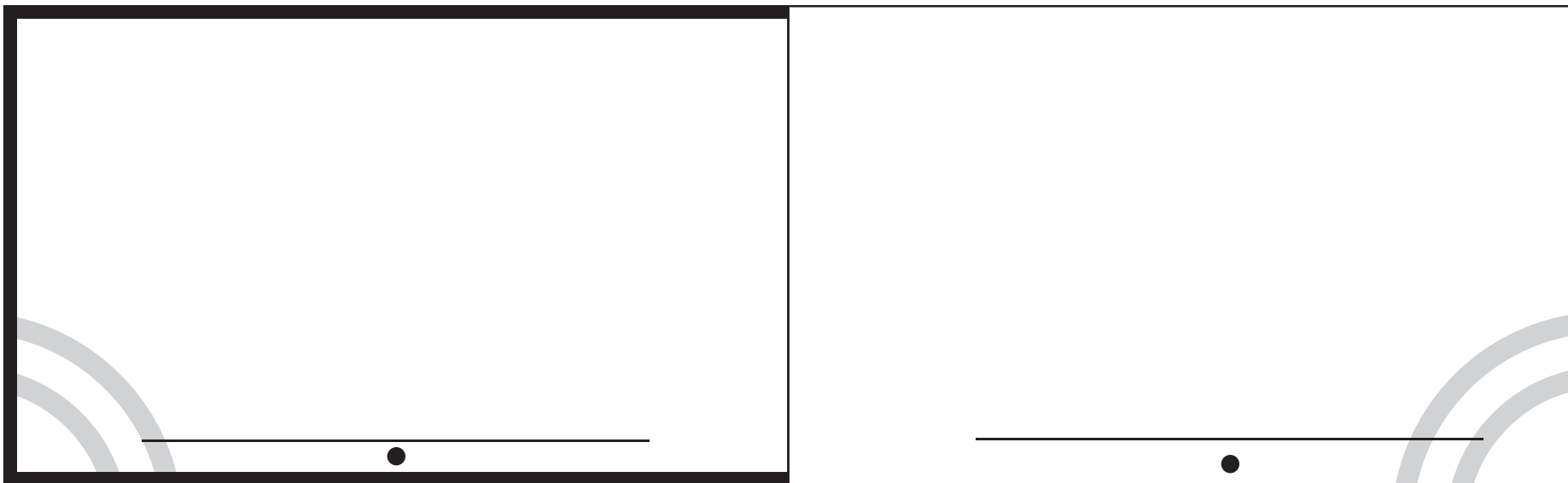
En este proceso se define el tipo de Layout que se utilizará en la diagramación para el manual de imagen. Debido a que la orientación es horizontal, se define un tamaño de 10 pulgadas X 7 pulgadas.

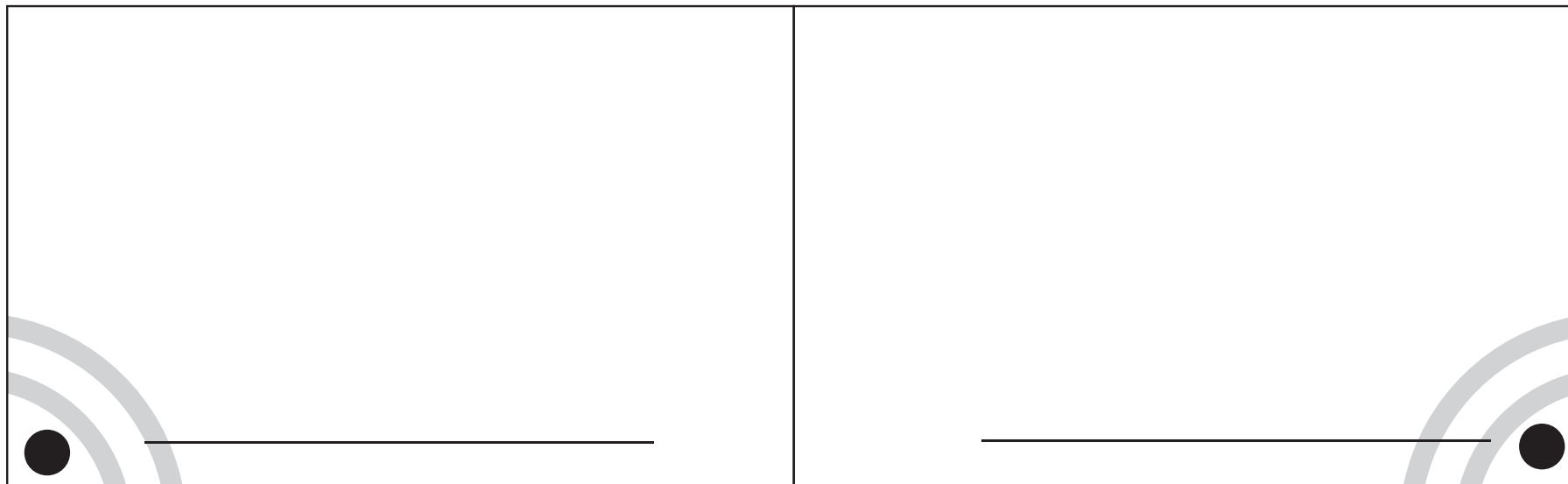




<hr/>  <hr/> •	<hr/>  <hr/> •
-------------------------	-------------------------

<hr/>  <hr/> •	<hr/>  <hr/> •
-------------------------	-------------------------





La propuesta es seleccionada debido a que crea unidad visual con las demás piezas. Logrando que cada uno de los elementos gráficos aplicados deben de ir en par, reflejando balance y dualidad.

La aplicación del resultado final puede ser visualizado en el manual de imagen del proyecto "Antología"



## ▲ XII. Cotización reproducción piezas impresas







### ▲ XIII. CD -artes finales





#### ▲ XIV. Cotización encargado de programación