

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

INVESTIGACIÓN. Análisis del uso del personaje Mynor en la publicidad de Agencias Way, S.A.

ESTRATEGIA. Material informativo y publicitario para el parque y auditorium de

la colonia Bran.

PROYECTO DE GRADO

SERGIO IVAN ARROYO MAYEN

CARNET 12979-03

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2017

CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN. Análisis del uso del personaje Mynor en la publicidad de Agencias Way, S.A.

ESTRATEGIA. Material informativo y publicitario para el parque y auditorium de

la colonia Bran.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR

SERGIO IVAN ARROYO MAYEN

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. CHRISTIAN HUMBERTO NAVARRO DE LEÓN

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. MARIA ALEJANDRA VÁSQUEZ RAMÍREZ
LIC. PEDRO IGNACIO RUBIO ALVARADO
LIC. RAFAEL GARRIDO FLORES

Carta de Aprobación



Universidad
Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

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

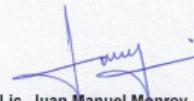
Reg. No. DG.019-2016

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

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **ARROYO MAYEN, SERGIO IVAN**,
con carné **1297903**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de
Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

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


Lic. Christian Navarro
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Juan Manuel Menroy
Asesor Proyecto Digital


Mgtr. Christian Montenegro
Asesor Proyecto de Estrategia

Carta de Autorización



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 03891-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado del estudiante SERGIO IVAN ARROYO MAYEN, Carnet 12979-03 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03225-2017 de fecha 29 de marzo de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN. Análisis del uso del personaje Mynor en la publicidad de Agencias Way, S.A.
ESTRATEGIA. Material informativo y publicitario para el parque y auditorium de la colonia Bran.

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 5 días del mes de junio del año 2017.



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



PROYECTO.

*Material informativo y publicitario para
el parque y auditorium de la colonia Bran*

Universidad Rafael Landívar.
Facultad de Arquitectura y Diseño
Licenciatura en Diseño Gráfico.
Portafolio Académico.

Arroyo Mayen, Sergio Ivan.

Índice.

Introducción.....	03
Gestión de la estrategia de diseño.....	04
Necesidad y objetivos.....	05
Marco de referencia.....	06
Información general del cliente	
Recopilar información del tema.....	11
Contenido teórico de diseño.....	18
Grupo objetivo.....	38
Gestión del proceso de diseño.....	42
Contenido del material gráfico e informativo	
Diseño del concepto.....	43
Codificación del mensaje.....	50
Planeación estratégica de medios.....	58
Fases estratégicas de comunicación.....	60
Proceso de bocetaje.....	61
Etapa 1. Manual.	
Etapa 2. Digital.....	71
Validación técnica y propuesta preliminar.....	92
Gestión de implementación de diseño.....	107
Propuesta final y fundamentación.	
Producción y reproducción.....	122
Conclusiones y recomendaciones.....	126
Referencias bibliográficas.....	127
Anexos.....	128

Introducción.

En Guatemala, las comunidades cuentan con áreas de beneficio para los habitantes que las integran. Estas áreas ya sean otorgadas por entidades municipales o gubernamentales, e incluso por parte de iniciativas privadas, proveen de una mejor calidad de vida para los vecinos quienes tienen acceso a ellas.

Estas áreas comunitarias intervienen de manera positiva en diversidad de campos a favor de los residentes, en el área de salud por ejemplo pueden mencionarse desde pequeños hospitales hasta refugios comunitarios. En el tema de deportes, se pueden mencionar las instalaciones polideportivas para fútbol o baloncesto.

Los parques, son áreas comunitarias que por lo general son vistos como áreas decorativas para las colonias y comunidades, pero estas otorgan variedad de beneficios positivos y a veces no son valoradas como tal.

La Colonia Bran en la Zona 3 de la Ciudad de Guatemala, cuenta con una junta directiva administrativa encargada de velar por la buena convivencia, seguridad, proyectos de desarrollo, etc. Esta agrupación de personas comprometidas con la colonia funciona bajo el nombre de Asociación de Vecinos de la Colonia Bran (ASOBRAN). Entre muchas de sus actividades y responsabilidades, se encuentra la administración del parque

de la colonia, el cual fue cedido por la municipalidad en usufructo por varios años. Este parque cuenta con área verde, área de juegos para niños, canchas polideportivas, área para eventos sociales y un auditorium.

Los vecinos de la Colonia Bran, no asisten al parque, y en su gran mayoría evitan participar en actividades sociales y familiares, que buscan fomentar un buen ambiente entre vecinos residentes. ASOBRAN se ha dado a la tarea de incentivar a los vecinos a que visiten el parque y a ofrecer el mismo a los vecinos para que realicen sus actividades sociales siempre que se guarden los lineamientos y reglas que rigen la convivencia tanto dentro como fuera del parque.

Gestión de la Estrategia de Diseño.

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

Los vecinos de la Colonia Bran en la zona 3 de Guatemala, han recibido de parte de la municipalidad, un parque para uso y beneficio de los habitantes de dicha colonia, y la Asociación de Vecinos (ASOBRAN) tiene a su cargo el velar por el cuidado, uso y protección del mismo.

ASOBRAN, en planes de mejoras requeridas para el parque, se ha encontrado con la indiferencia y poca colaboración por parte de los vecinos hacia dicha instalación comunitaria y los cuidados requeridos de la misma.

Las áreas comunitarias como los parques y otros, son de vital importancia para el desarrollo de la comunidad a la que pertenezcan así que desde la asistencia frecuente, hasta cuidados y puntos de reunión, estas áreas necesitan ser tomadas en cuenta tanto como la seguridad misma.

Por esta razón, ASOBRAN está en planes de promover, entre los vecinos, la visita al parque y ceder dicho lugar para actividades sociales de varios tipos, por un tipo de tarifa o pago, el cual serviría para los arreglos, cuidados y modificaciones

menores a corto plazo del parque, dado que poco más del 75% de los ingresos de pagos de servicios por parte de los vecinos, están destinados a la seguridad de la colonia y el resto es para gastos como la limpieza de calles, extracción de basura, etc. por lo que poco o nada podría ser invertido en los arreglos del parque a no ser por colaboraciones extras.

Para llevar a cabo un cambio en este aspecto negativo de parte de los vecinos, ASOBRAN está en la disposición de tomar en cuenta ideas, sugerencias y proyectos para la difusión de la importancia de esta área comunitaria y generar un cambio positivo a esta situación.

El tiempo que requiera para un proyecto que promueva un cambio, según la presidenta de la asociación, no es vital a no ser que la municipalidad quisiera retomar el terreno que le cedió a la colonia para edificar el parque y esto sea por falta de uso, dado que está en usufructo, o que este último caduque según los documentos pertinentes que se redactaron en su momento.

Comprensión y definición del problema o necesidad.

A lo largo de la historia de la colonia Bran, las diferentes juntas directivas de ASOBRAN, han contribuido con cambios significativos en la colonia, en pro de la buena convivencia y el mejoramiento de la calidad de vida de los vecinos.

Entre estos cambios se encuentra el mejoramiento y cuidados del parque con el que cuenta esta colonia.

La actual junta directiva de la asociación de vecinos, de la colonia Bran, ubicada en la zona 3 de la ciudad de Guatemala, necesita informar sobre los datos importantes del parque y el beneficio de este, así como también motivar a los residentes de dicha colonia, hombres y mujeres de 40 a 50 años de nivel socioeconómico medio alto, a visitar y valorar esta instalación comunitaria.

Objetivos.

- Desarrollar material informativo, que dé a conocer la importancia y beneficio del parque a los vecinos de la colonia Bran, por parte de la junta directiva de la asociación de vecinos de la colonia Bran (ASOBRAN).
- Desarrollar material promocional, que ayude a motivar a los vecinos de la colonia Bran, a visitar y valorar el parque.

Marco de Referencia.

Profundizar en la información del cliente:

Fundación de la colonia Bran y su asociación de vecinos, ASOBRAN

Tras una entrevista informal, el señor Luis Fernando Muñoz (2013), residente de la colonia y ex miembro y presidente de la junta directiva de ASOBRAN, menciona que algunas de las escrituras de los terrenos y casas que hoy integran la colonia Bran, describen que la lotificación “Bran & LLordani” fué formalmente inscrita en el registro de la propiedad un 28 de Septiembre de 1959. El señor Muñoz (2013) menciona que fue a partir de esa fecha que se inició la venta de los terrenos, que en un principio, se enfocaban a los médicos, pues un integrante de la familia Llordani era profesional de medicina.

Estos terrenos pertenecían a la familia Bran, quienes, aún tienen descendientes que residen en la colonia.

La colonia contaba, en aquellos días, con un tanque o piscina en donde se pagaba un centavo como ingreso para hacer uso de estas instalaciones. La colonia de esa época también tenía campo para la práctica del fútbol.

En los años 60’s fue que la lotificación se llamó formalmente colonia “Bran” y además pasó a formar parte de la zona 3. En repetidas ocasiones se han realizado intentos por anexarla a la zona 2, en busca de beneficios para los residentes, pero sin tener resultados a la fecha. Fue en estos años que familias económicamente bien desarrolladas, comenzaron a construir sus residencias y actualmente es posible encontrar la casa original, con la que se vendía el proyecto.

El parque de la colonia Bran

Está construido en una zona municipal que quedó separada de la zona uno cuando se construyó el Anillo periférico, este campo baldío fue utilizado como zona de vertedero de escombros después del terremoto del año 1976.

El señor Muñoz (2013) comenta que al final de la década de los 70, se dieron iniciativas por parte de algunos vecinos en solicitar a la municipalidad capitalina, que fuera cedido el terreno a la colonia, para formar un parque recreativo y aprovechar así dicha área, pues había intentos por parte de personas ajenas a la colonia, en construir casas en este terreno. Fue en este contexto que

se formalizó la asociación de vecinos de la colonia Bran (ASOBRAN), que ya instituida y formalizada, logra los derechos en usufructo de la Municipalidad a la colonia Bran.

Según comenta el señor Muñoz (2013), entre los vecinos que integraban esta primera asociación de vecinos se puede destacar a los señores: Ciro Piedra Santa, Leonel Bran y Gustavo Rivas entre otros.

El proyecto del parque tuvo como primer paso la circulación perimetral del área que alcanzaría el parque, junto con la construcción de juegos de resbaladeros, para lograr que la colonia pudiera adjudicarse el terreno.

Al final de los 80's se inició con la construcción del Auditorium que fue dirigido en planos por la arquitecta Maribel Bolaños y la construcción por el Ing. Augusto Bolaños, para esto hubo contribuciones de vecinos y aportes personales de otros.



Foto: Parque residencial de la Colonia Bran. Sergio Arroyo. (2013)

El señor Muñoz (2013) concluye que de esta manera, cada Junta directiva ha puesto su aporte para la remodelación e incorporación de nuevos elementos para llegar a lo que es hoy el Parque del Residencial Bran.

Asociacion de vecinos de la colonia Bran –ASOBRAN–



Según la información facilitada por la Licda. Noris Figueroa (2013), presidenta de la junta directiva en funciones, ASOBRAN en su actual gestión tienen como base los siguientes valores: ética, respeto, tolerancia, espíritu de servicio.

Misión

Desarrollarse como un residencial que vela por el bienestar colectivo, cultiva las buenas relaciones interpersonales, resguarda el orden y la seguridad. Cuidar los objetivos comunes orientados a mantener la armonía personal y la protección del medio ambiente, propiciando la relación con las entidades municipales, de seguridad ciudadana y las comunidades habitacionales vecinas al Residencial.

Visión

Ser un Residencial modelo, seguro, limpio, ordenado, donde impere la convivencia, el respeto, la tolerancia y las buenas costumbres.

Slogan: “Por una mejor convivencia, trabajos, actividades y logros alcanzados.”

Figueroa (2013) comenta que, según el reporte, “Memoria Laboral”, ASOBRAN ha logrado durante el periodo Junio 2012 a Junio 2013, metas importantes en la infraestructura de la colonia así como en procesos que se dan dentro de la misma.

Entre los distintos trabajos, se pueden destacar los efectuados en el parque con el que cuenta esta colonia.

En el Parque.

- Se reparó el sistema de cámaras de seguridad
- Se pintaron las bancas, juegos y canchas deportivas.
- Se colocó nueva malla en el área de juego de niños
- Nuevo sistema de recolección pluvial en todo el contorno de las bajas de lluvia del parque
- Nuevo sendero para el área de niños.
- Se hizo una casa de árbol para niños.
- Se instalaron bardas en los jardines.
- Nueva jardinería por la Señora Telma de Mayorga (Contribución Voluntaria).
- Colecta de papel periódico y campaña de reciclaje sigue con éxito.

Residencial

- Se reparó la malla perimetral y banquetas en terreno de 3ª avenida A.
- Nomenclatura de calles y avenidas.
- Limpieza de todos los tragantes de la colonia.
- Celebración del día del niño 2012.
- Celebración del 15 de Septiembre 2012

(Desfile de niños en bicicletas).

- Celebración del día de la madre Mayo 2013.
- Celebración del día del padre Junio 2013.
- Bingos (comité de apoyo).
- Elaboración Ininterrumpida y rediseño de Periódico ASOBRAN en colores para formato digital y a una tinta para impresos.
- Bacheo de calles y avenidas del Residencial (con apoyo de la Municipalidad de Guatemala).
- Campaña de valores.

ASOBRAN tiene como planes a largo y corto plazo

Como ya se mencionó anteriormente, ASOBRAN tiene el compromiso de siempre buscar mejorar la calidad de vida de los residentes de la colonia por lo que gestiona e implementa planes en pro de estos objetivos que se plantean a cargo de cada junta directiva en funciones.

Tras una entrevista con la Presidenta de la actual Junta directiva de ASOBRAN, Licenciada Noris Figueroa (2013), menciona que ASOBRAN busca solventar las necesidades primordiales pero que muchos de los planes que ellos, como asociación quisieran poder llevar a cabo, requieren del apoyo de la municipalidad y por esta razón es que avanzan en lo que pueden conforme a prioridades.

ASOBRAN tiene las siguientes expectativas:

Aunque ASOBRAN en este proyecto están abiertos a las soluciones de tipo gráfico que se puedan gestar, el objetivo principal es la afluencia de personas al parque haciendo valer las normas y reglas que esto implica para lograr una mejor convivencia.

Análisis de antecedentes de diseño

La Asociación de Vecinos de la Colonia Bran ASOBRAN, cuentan con imagen visual para presentarse ante los vecinos y personas ajenas a la colonia como la asociación a cargo de las actividades y administración de los bienes comunitarios de la colonia.

A continuación se realiza un análisis de algunas piezas que involucran al diseño gráfico.

Logotipo y membrete de hojas:



Membrete ASOBRAN. (2013)

Pieza desarrollada a tres tintas, que incluye nombre de la Asociación de Vecinos de la Colonia Bran (ASOBRAN) como titular principal por jerarquía de tamaño sobre los otros textos y un isotipo, apegado al realismo, de una ardilla (animal muy común en la colonia dado el entorno natural boscoso en el que se encuentra según comentarios de los vecinos.)

La tipografía en “ASOBRAN” es sobria, seria y básica, el uso del color verde refleja un contexto natural. En primera instancia, el logotipo completo como conjunto, se percibe como un parque ecológico, más que la imagen corporativa de una asociación de vecinos.

El enunciado en negro, se describe el nombre completo de la asociación, se percibe restringido de espacio y apretado visualmente al estar rodeada, tanto del enunciado en verde de “ASOBRAN”, como de los elementos lineales que separan el nombre de la asociación de los datos de contacto.

El isotipo, es un grafismo figurativo de una ardilla, con nivel de abstracción bajo, pero con muchos detalles. Enfoque conservador y figurativo para ser su aplicación en un logotipo.

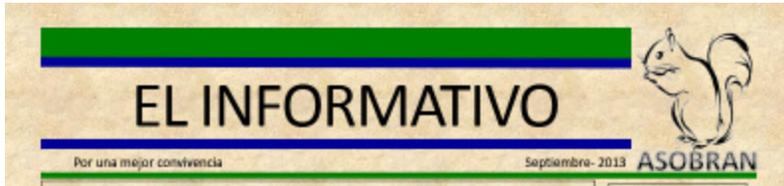
La relación entre el isotipo y el enunciado ASOBRAN compiten visualmente (el enunciado por tamaño y el isotipo por color.) siendo el grafismo de la ardilla la que se lleva la atención convirtiéndose en el punto focal de todo el diseño.

Este logotipo, aparece en algunas de las piezas de la papelería en uso de ASOBRAN, a cargo de gestiones anteriores. Este logotipo ha ido sustituyéndose paulatinamente por una nueva versión más estudiada, la cual se implementó en el periódico y en algunas de las mantas vinílicas que conforman la campaña de valores.



Periódico

La colonia Bran por parte de la Asociación de Vecinos, cuenta con un periódico, que se distribuye tanto digital como de manera impresa. Este periódico lleva por nombre EL INFORMATIVO.



PERIODICO EL INFORMATIVO - ASOBRAN. (2013)

Este periódico maneja otro estilo de grafismo y nivel de abstracción en el isotipo de ASOBRAN de la portada. La simplificación de la ardilla presenta variaciones en la postura y detalles del logotipo original. El periódico debería guardar unidad con lo anteriormente analizado.

El uso de 4 columnas es una característica de diagramación pegada a los periódicos, los cuales manejan en varias de sus páginas, y en este caso, ese tipo de diagramación ordena de buena manera la información.

El uso de las imágenes en la parte inferior de la página es una constante en tres de las cuatro páginas con las que cuenta este periódico. Esto genera una tendencia a que durante el recorrido visual del periódico las personas lean y adquieran la información por textos. Las imágenes se perciben únicamente complementarias.

Además, este periódico a nivel de integridad visual, carece de integridad institucional dado que debajo del titular, se cita de forma parcial el slogan de Asobran.

Actual Logotipo ASOBRAN. (2013)



Periódico EL INFORMATIVO. Publicación del mes de Septiembre 2013

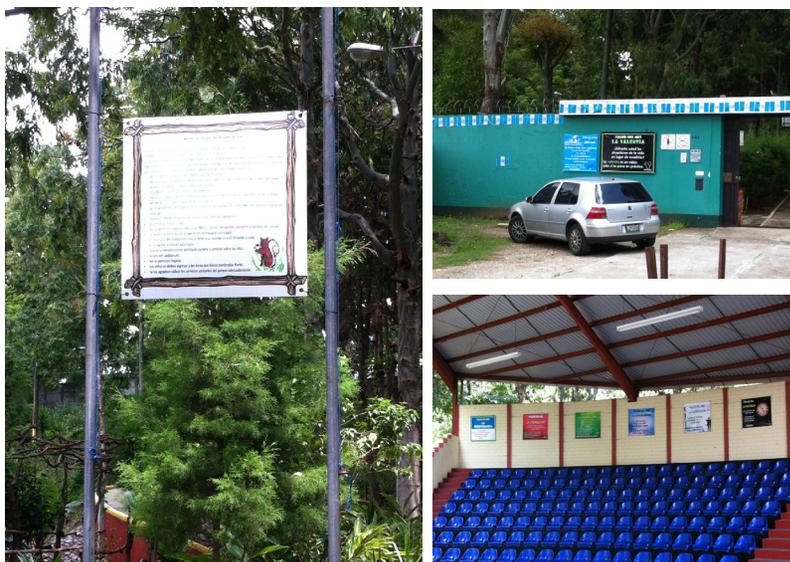
Tomando en cuenta que el periódico tiene más texto informativo que imágenes, se requiere de un sistema para segmentar la información como lo serían titulares y títulos con más jerarquía visual por tamaño y color.

El uso de color en el fondo, al momento de la impresión (blanco y negro) debe dar problema, ya que la tipografía quizás se pierda en texturas y manchas que se produzcan al imprimir este fondo a un tono gris o negro.

Mantas vinílicas

La junta directiva de la asociación de vecinos de la colonia Bran, promueve valores generales, mediante la implementación de mantas vinílicas de un metro cuadrado, en donde se visualiza información e imágenes respecto al tema en cuestión. Estas imágenes, se perciben como las preestablecidas en distintos softwares de oficina, y algunas de ellas no guardan la proporción de las mismas.

Estas mantas se publican en el ingreso a la colonia, y tras estar exhibidas durante 30 días, pasa a ser reubicadas el auditorio, dejando paso a la nueva manta, con la información de un nuevo valor, repitiendo esta secuencia mensualmente.



Mantas Vinílicas. Reglas del parque. Promocion de Valores. (2013)

Recopilar la información del tema.

Comunidad.

Según la Fundación Konrad Adenauer en su Diccionario Municipal de Guatemala, (2009), una comunidad es un grupo de personas que comparten diversidad de elementos en común, entre los que se pueden mencionar: el idioma, las costumbres, los valores, las tareas, la edad, la ubicación geográfica como los barrios y colonias, además de estatus sociales, etc.

Fundación Konrad Adenauer (2009) menciona también que dentro de las comunidades se gesta una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos de personas o comunidades a través de signos o acciones.

En cuestiones de división territorial, una comunidad es considerada una “entidad singular de población” como es el caso de las aldeas, cantones, barrios, colonias, etc.

Por su parte, Cris Hampton y Catie Heaven el Grupo de Trabajo para la Salud y Desarrollo Comunitario de la Universidad de Kansas, en su página web de servicio Caja de herramientas comunitarias CHC (en red - S/F), enfatizan que más allá de considerar a las comunidades como simplemente grupos de personas, el término puede referirse a un grupo o grupos de personas compartiendo cosas en común. Estas comunidades no

pueden considerarse aisladas unas de otras mediante los individuos que las integran, y en lugar de esto, se deben ver a las comunidades como agrupaciones de personas relacionadas unas a otras. Hampton y Heaven (en red - S/F) plantean el ejemplo, que un profesor retirado, puede ser considerado parte de la comunidad de ancianos, y al mismo tiempo ser parte de la comunidad educativa y de la comunidad de sus vecinos.

Hampton y Heaven (en red - S/F) también destacan, la importancia de conocer a la comunidad en donde se esté trabajando, aprendiendo de esta lo más que sea posible, debido a las tantas diferencias que pueden presentarse, como el poder político, nivel educativo y otros aspectos importantes, se puede determinar el participar o no en la comunidad. Una población bien informada puede ser más poderosa políticamente pero pueden tener diferencias en otros aspectos, mientras que la población mal informada o desorganizada pueden ser más animados y diversos.

Desarrollo comunitario.

El grupo de trabajo para la salud y desarrollo comunitario de la Universidad de Kansas, en su página web de servicio Caja de herramientas comunitarias CHC, a través de la contribución de Phil Rabinowitz (en red - S/F) define que el desarrollo comunitario, es la construcción y fortalecimiento de la comunidad por medio de mejoras en los procesos de realización de las acciones, y aunque estas mejoras puedan ser su fin primordial, también puede ser el primer paso a otras iniciativas de desarrollo.

El desarrollo comunitario se involucra en las mejoras en los procesos dentro de una comunidad, pero debe enfocarse en la relación entre Acción y Resultados.

Rabinowitz (en red - S/F), menciona que no es posible lograr que las personas participen de algún proceso o iniciativa, en pro de las mejoras en las comunidades donde viven, si no hay un objetivo común a alcanzar, ya sea desde pequeñas cosas como la implementación de señales de tránsito específicas en una comunidad, hasta mitigar la pobreza por parte del gobierno.

Debe establecerse la necesidad específica de la comunidad, la cual varía según la misma, para poder convencer de participar a los habitantes, en dichos cambios.

Rabinowitz (en red - S/F) también describe, la existencia de 4 tipos de organizaciones.

1. Asociaciones para el desarrollo comunitario: la cual crea infraestructuras para la activación y acción en la sociedad.
2. Asociaciones para la planificación social y el cambio de políticas: la cual se vale de sistemas políticos o de otra índole para la formación de políticas que trabajen en la mejora de la calidad de vida de los residentes.
3. Asociaciones para la acción social y la abogacía sistemática: busca que los habitantes entiendan y creen un poder dentro de la comunidad, para ser

utilizado en abogar y negociar los intereses de la comunidad interna o externamente a la misma.

4. Asociaciones para Formación de coaliciones: son las asociaciones que organizan y delegan tareas a grupos seleccionados dentro de la comunidad para lograr cambios en cuestiones específicas.

Aunque estos grupos de trabajo, suelen considerarse asociaciones distintas unas de otras, es más útil considéralas como partes de una sola organización, ya que el desarrollo comunitario crea infraestructuras inclusivas, enfocándose a resultados que la comunidad pueda alcanzar al momento de afrontar sus necesidades, creando así comunidades que estén preparadas para toda clase de situaciones.

Rabinowitz (en red - S/F) apoya nuevos planteamientos y visiones que sugieren una división en el tema del desarrollo comunitario en tres campos.

1. Desarrollo Local: campo enfocado a la creación de estructuras comunitarias capaces de afrontar cualquier necesidad y participación en proyectos como limpieza de calles, construcción de parques y patios de juegos.

2. Planificación Social: campo orientado a las soluciones políticas, modificación o sanción de leyes o reglamentos que resuelvan sus necesidades.

3. Acción Social: muy común en situaciones de desigualdad y la incapacidad de las autoridades en la resolución de problemas, busca adquirir poder por medio de la cantidad, lo que significa la organización de grupos grandes de acción que alcancen poder político y económico para generar los cambios necesarios.

Usufructo

Según la Unión Postal Universal, (Red – S/F) organismo de las Naciones Unidas, en su página Enciclopedia Jurídica, explica que el usufructo, es el derecho real de goce que le permite a una persona hacer uso y disfrutar de los bienes ajenos a su propiedad, con la condición de mantener dichos bienes en su forma o sustancia inicial, a no ser que se tipifique lo contrario en la ley o el título de constitución.

A pesar de esto, se inclina más por el disfrute de la cosa que se otorga, que por la obligación de devolverlo sin alteraciones y es aplicable a bienes muebles e inmuebles por un periodo de tiempo establecido y tipificado.

Según el Código Civil de la república de Guatemala (S/F) el usufructo no puede exceder los 30 años de vigencia, salvo los bienes del estado que pueden ser otorgados en usufructo por no más de 50 años. Cuando en el título de constitución no se fije una fecha en específico, se tomara como vitalicio (de por vida).

Áreas comunitarias

Según la Municipalidad de Guatemala en la sección de consultas de su página web, la distribución de las áreas que conforman una urbanización se determina por medio del Plan de Organización Territorial (POT).

Esta herramienta de planificación mandada por el Código Municipal, busca que los municipios puedan cumplir con la función de ordenación del territorio que la Constitución les asigne. Esta planificación divide en 3 tipos, las áreas de servicio al público:

1. Los espacios viales: calles avenidas y todas las vías públicas.
2. Los espacios de equipamiento comunitario: como los parques y canchas deportivas
3. Los espacios de infraestructuras urbanas: como estaciones de bomberos o plantas de tratamiento de aguas.

Además de lo anterior, el POT tiene como objetivo le mejorar la calidad de vida en todos los municipios y es aplicable a toda la extensión territorial que este alcance, sin importar el tipo de fraccionamiento a realizar en la urbanización, esto incluye como beneficio el saber que es permitido y que no, al momento de llevar a cabo edificaciones y obras de infraestructura.

Por su parte Rabinowitz (en red - S/F) definen que una instalación o área comunitaria es un entorno físico proporcionado, ya sea por la municipalidad, o por una

entidad particular a la comunidad para el beneficio de sus habitantes.

Parques e Instalaciones Comunitarias.

Phil Rabinowitz (en red - S/F) explica que en las ciudades con una población densa, las áreas verdes y naturales como los parques y otras instalaciones comunitarias, son de mucho beneficio para individuos, familias, y comunidades enteras.

A veces estas áreas son estereotipadas como adornos dados los presupuestos económicos limitados, pero pueden ser tan importantes como la seguridad y servicios básicos de la comunidad.

También mencionan que el uso de las instalaciones, puede ser gratis o puede requerir de alguna tarifa para los usuarios, dependiendo de la sostenibilidad de dicha instalación. El término “instalación comunitaria” sugiere que es un recurso disponible para todos los residentes.

Rabinowitz (en red - S/F), en su contribución a CHC, explica que para propósitos de darle al término un significado ideal, una instalación comunitaria es aquella que proporciona sus servicios, por un bajo costo o de forma gratuita.

Bibliotecas, museos y locales para espectáculos, proporcionan una amplia gama de actividades que promueven el conocimiento, las ideas, la cultura y la diversión, así como los parques propician de áreas verdes para moverse en lugares muy poblados. Los centros de

salud comunitarios y hospitales promueven y protegen la salud, en fin una diversidad de instalaciones en pro de la comunidad son de mucho beneficio para los habitantes y sin ellas su contexto puede tornarse difícil, especialmente para quienes tengan limitaciones económicas.

Rabinowitz (en red - S/F) explica que los distintos tipos de áreas comunitarias, tienen características que pueden determinar su funcionalidad e importancia para los habitantes de dicha área, y por tanto se deben tomar en cuenta aspectos como formas de crear estas áreas comunitarias, restaurarlas y/o modificarlas.

La mayoría de las comunidades, incluso muy pequeñas, cuentan como mínimo con un parque y alguna otra instalación comunitaria. Dentro del este contexto se encuentran varios casos que involucran a la comunidad y sus áreas comunitarias y en la mejoría de las mismas. Puede mencionarse la existencia de comunidades que requieren de áreas comunitarias y se dan a la tarea de crearlas.

También se conocen casos de comunidades que cuentan con instalaciones comunitarias tan antiguas, que no pueden solventar las necesidades de la población que ha crecido o que ha cambiado demasiado.

Otras comunidades pueden encontrarse con instalaciones adecuadas, pero que se han deteriorado y necesitan ser restauradas. Y por ultimo casos poco comunes, pero existentes, en las que la comunidad cuenta con dichas áreas de beneficio comunitario pero estas no son utilizadas.

Mejora de parques y otras instalaciones comunitarias y ¿por qué?

La creación y/o mejoras de las áreas comunitarias, tienen como común denominador, la necesidad de recursos y de trabajo.

Esta situación genera los siguientes cuestionamientos: ¿De dónde saldrán los recursos necesarios? ¿Quién toma la responsabilidad y se hará cargo? ¿Quién planificará la construcción o renovación de estas áreas de beneficio comunitario? Y quizás la más importante ¿Esta área comunitaria realmente atenderá las necesidades y deseos de la comunidad?. Así que estos proyectos necesitan estar bien planificados, e identificados como necesidad en la comunidad.

Algunos de los beneficios, según Phil Rabinowitz (en red - S/F), que sirven de impulso para emprender este tipo de proyectos en pro de mejorar las instalaciones comunitarias responden a:

- Instalaciones en buenas condiciones, contribuyen a la calidad general de vida de la comunidad entera. Una comunidad con buenos parques, y otras instalaciones generan ambientes sociales agradables para vivir. Los residentes pasan más tiempo en la comunidad y conviven unos con otros y con esto se genera un sentimiento de comunidad.

- También se pueden mencionar los beneficios de exposición y oportunidad en las instalaciones comunitarias. Si éstas se encuentran en buen estado, se pueden llevar a cabo actividades intelectuales, culturales, y físicas. arte, música libros y deportes son algunas.
- Instalaciones comunitarias en buen estado suelen generar sentimientos de propiedad y orgullo en los residentes, así como también se pueden propiciar servicios de beneficio para todos.
- Los parques en especial, pueden prevenir mayormente en niños y jóvenes, actitudes y comportamientos que puedan llevar a la delincuencia y vicios.
- Las instalaciones comunitarias pueden aumentar el nivel de justicia y equidad en una comunidad, ya que sin importar el estatus socioeconómico de los usuarios, todos tienen acceso a dicha instalación.
- Instalaciones como parques plazas patios etc., propician de lugares de encuentro que mejoran el carácter social de la comunidad.

¿Cuándo es necesario intentar mejorar las instalaciones comunitarias?

Según Rabinowitz (en red - S/F), puede que cualquier momento sea el ideal para crear o hacer mejoras en

las áreas comunitarias, pero hay que atender contextos específicos necesarios para llevar a cabo este tipo de proyectos. A continuación se mencionan algunos:

- Cuando hay una necesidad (la más común de las razones del porque iniciar un proyecto de construcción o restauración de una instalación comunitaria.
- Cuando estas instalaciones se encuentran descuidadas o deterioradas.
- Cuando hay iniciativas de desarrollo comunitario en marcha.
- Cuando el recurso económico no sea limitante.
- Cuando un grupo de residentes o la comunidad entera esté lista para llevar a cabo el proyecto.

Generando conciencia colectiva

La concientización en las masas, según el portal informativo Be:Secure (en red - 2009) es tomar razón y conocimiento de una realidad concreta, percatarse de ella, presentar la situación que se quiere dar a conocer como si fuera tangible ante las personas.

Hacer conciencia es el proceso por el cual se asegura que los problemas detectados, sus contextos y situaciones negativas o consecuencias derivadas de los mismos, sean contrarrestados por el hecho del conocimiento por parte de los afectados y/o interesados así, como las acciones, normatividades aplicables o soluciones que estos puedan aplicar.

Según, Be:Secure (en red - 2009) el hacer conciencia es proveer un proceso constante, repetible y medible para mejorar y mantener el nivel del conocimiento de un tema.

La concientización también implica educar a todas las personas en exposiciones existentes al riesgo y resumirlas en medidas acciones, a seguir para contrarrestar los efectos del problema que se esté dando. De la efectividad de estas acciones y soluciones, depende el nivel de resultados en la búsqueda de la resolución de los problemas.

Para Be:Secure(en red - 2009) un programa de concientización, debe de abarcar contenidos relevantes para poder lograr el cometido de concientizar adecuadamente sobre el tema en cuestión. Algunas preguntas que responderían a determinar los contenidos claves serían: ¿qué es...?, las necesidades de... ¿cómo... puede afectar?, ¿que genera el desconocimiento de dicho tema? etc.

Be:Secure (en red - 2009) agrega que dependiendo del tipo del contexto en donde se quiere abordar el tema, existen diversos métodos o medios para enviar de manera masiva los contenidos de los programas de concientización. Estos pueden ser de una gama de medios informativos convencionales o incluso no convencionales, impresos o digitales, etc. el punto a tomar en cuenta es enfocar dichas piezas o medios de transmisión de información en información relevante del tema, consecuencias y soluciones.

Menciona también que las agencias de diseño creativas y de renombre son las que tienden a lanzar este tipo de publicidad con estas características, haciendo que la competencia exija al diseñador llegar a diseños adecuados y con estilo propio, que se basan en una buena composición de su inventiva.

Según Swann (1993) el diseño publicitario, se divide en diversidad de áreas, y que la principal fuente de trabajo de diseño se inclina a los anuncios impresos, en su mayoría de los cuales “las imágenes son dinámicas y poderosas”.

ATL / BTL

Según Red Gráfica (red - S/F) el concepto de BTL (below the line) se refiere al complemento de las técnicas de publicidad masivas denominadas ATL (above the line). El BTL se basa en estrategias no convencionales de marketing, en los que se incluyen: eventos, patrocinios, promociones, marketing directo, entre otros.

se dice que puede ser complemento de las técnicas ATL las cuales abarcan los canales mas comunes de comunicación, mientras que las estrategias BTL, buscan y encuentran nuevos y poco convencionales canales de comunicación entre la marca y su consumidor o grupo objetivo. Actualmente el BTL presenta un incremento en su uso y presencia dentro de las campañas de empresas que buscan estos canales alternativos de comunicación para lograr respuestas casi inmediatas de parte de los consumidores.

Para Red Gráfica (red - S/F) las mayores ventajas de la implementación de BTL es que generalmente los costos no son tan altos, y la creatividad que esto demanda suele ser sobresaliente. La implementación de estrategias BTL demanda conocer muy bien al segmento de personas que se quiere llegar a alcanzar, además de un manejo adecuado de los conceptos que conforman los BTL.

Un ATL se utiliza generalmente para dar mensajes masivos mediante el uso de canales de comunicación tradicionales como la radio y la televisión, estos últimos muy costosos. Mientras que el BTL se presenta como la forma de reforzar el mensaje masivo de los ATL, en segmentos muy específicos de personas, haciendo uso de canales como marketing directo, mailing (correo directo), POP y todas aquellos canales en los que la marca logre un contacto mas personal con el consumidor.



Fuente: <http://bit.ly/1nL8rdP>

Diseño de material informativo

Conocido también como el diseño de la información, es una manera de trabajar en el diseño, con el objetivo de solucionar problemas referentes a contenido informativo que se busca llevar al entendimiento de quien lo vaya a recibir.

Dado el poco conocimiento de parte de los profesionales del diseño, así como del público en general respecto al campo del diseño de información, se plantean los siguientes conceptos.

Shedroff (Red - 1994) define que el diseño de información involucra la organización y presentación de datos, transformando contenidos a información valiosa y significativa.

El autor señala que el hecho de trabajar con datos, no implica el prescindir de elementos tales como las emociones e impresiones, aunque estas no son propiamente datos científicos, deben ser tomados como datos igualmente.

Shedroff (Red – 1994) recalca que el tema de diseño de información, a los diseñadores se les prepara en cuestiones de ideas, conceptos, mensajes y objetivos, pero la información, debe pasar por el subconsciente y organizar toda esta para poder ser transmitida. El Diseño de Información no ignora todos estos conocimientos de diseño, pero no se enfoca en estos de forma estricta.



Formato - Ambrose / Harris.

Diseño de Catalogos y Folletos - J. Godfrey

El diseño de información no sustituye al diseño gráfico ni a ninguna otra disciplina visual, sino que es la estructura a través de la cual estas capacidades y conocimientos son expresados y puestos en práctica.

Desplegable

En su página web, Impresum (en red - 2013), menciona que la mejor forma de incluir una considerable cantidad de información en un solo material, que no deba incluir ningún tipo de encuadernación es el desplegable (específicamente el desplegable tipo plano).

A través de los folletos de tipo plano, se pueden resaltar distintos niveles de información importante, aprovechando el número de lados, partes o folios que el desplegable tenga.

Por su parte Ambrose y Harris (2006), mencionan que dentro de una publicación se pueden implementar despleables y estos tienen cuerpos adicionales que se doblan hacia el lomo de la publicación con pliegues paralelos de modo que se encuentren en el centro de la página. También mencionan que un desplegable puede ser un formato de tamaños variados, que se doblan e insertan en alguna publicación, generalmente de dimensiones mayores.

Ambrose y Harris (2006), fundamentan el uso de los pliegues en una publicación, y mencionan que el principal objetivo, del plegado es reducir el tamaño de una obra impresa para que resulte manejable, de igual manera aporta a la organización del contenido y del diseño.

El portal Impresum (en red - 2013) sugiere tomar en cuenta el papel y sus características al momento de realizar una pieza que tenga muchos pliegues. (De 80 a 135 gramos en couche y papeles estucados, y de 80 a 120 gramos en papeles no satinados)

Este material otorga versatilidad al experimentar con los ejes de los dobles y pliegue haciendo que piezas comunes como Programas de Teatro o la Programación de un Festival, una Feria de un pueblo o ciudad, trasladen la información a través de una técnica ya bastante conocida, pero con su aplicación de forma distinta, logrando diseños interesantes.

Los despleables, según aclaran Ambrose y Harris (2006), se pueden utilizar para mostrar imágenes, ejemplos o un elemento visual particular, a escala mayor y con un mejor resultado de impresión, si se utilizara un soporte de mejor calidad.

Promoción:

Según John Brunett (1996) en su libro Promoción: conceptos y estrategias, la promoción la define como “la comunicación efectiva de los resultados de la estrategia de marketing” dirigida a grupos objetivo específicos. “Es una forma de activa y explícita de comunicación” que al exaltar ciertos elementos del marketing puede influir en los consumidores al momento de su compra o adquisición el servicio. “la promoción se define como la función del marketing relacionada con la comunicación persuasiva hacia audiencias objetivo”

Así mismo los hermanos Belch (2005) en su libro Publicidad y Promoción perspectiva de la comunicación de marketing integral, definen a la promoción como: “coordinación de todas las actividades que inicia el vendedor para establecer canales de información y convencimiento encaminados a la venta de bienes y servicios o impulsar una idea.”

Por su parte, Stanton (1994), menciona que la promoción es una herramienta que hace uso de diversas técnicas de comunicación para lograr los objetivos indispensables que

son: “informar, persuadir y comunicar un recordatorio al auditorio meta”. También menciona que el consumidor no solo debe tener conocimiento o conciencia de un producto o servicio sino que también debe saber de los beneficios, la función y como obtenerlo.

Evaluando las posturas anteriores, se puede definir que la promoción es una herramienta con bases estratégicas y aplicaciones multi-técnicas y multidisciplinarias que buscan influir en la mente del consumidor al tomar decisiones de compra de productos o adquisición de servicios, llenando los requerimientos de informar, comunicar así como de persuadir.

Banners en Vinilo

Ambrose y Harris (2006), son impresos que pueden ser reproducidos en cantidades o medidas masivas como las vallas o de formatos más pequeños y más personales. Son impresiones en materiales resistentes a estar exhibidos a la intemperie y de baja inversión económica. Se han utilizado en un sin fin de motivos, desde mensajes familiares y empresas de la clase informal, hasta campañas planificadas como en vísperas electorales.

Son, en tamaños pequeños, muy manejables y portátiles, los hay brillantes o mates (se debe tomar en cuenta el entorno y las fuentes de luz en el contexto donde se exhiban), existen en adhesivos y simples, en fin una gama de características que llenan las necesidades requeridas para cada aplicación.



spanish.digital-colour-printing.com

www.freeshop.com.br

Cartel

Ambrose y Harris (2006) definen, que un cartel sin fin publicitario o informativo se le denomina poster. Una manta vinílica y vallas publicitarias, impresiones en autobuses y taxis, carteles publicitarios, etc., ejercen la función de un cartel o afiche, publicado en distintos contextos físicos además de la evidente variación del formatos y dimensiones. Dicho lo anterior, los autores agregan que los carteles y vallas publicitarias, siempre se encuentran alrededor de las personas y a veces estas no se percatan de su presencia por lo que los carteles deben atraer la atención en un corto espacio de tiempo, lo cual se puede conseguir de varias formas, y aunque generalmente son medios visuales, al trabajar para productos muy específicos, el proceso de diseño aumenta su margen de exploración alcanzando experimentar con nuevos formatos, soportes y tamaños.

Elementos de diseño:

La siguiente información, se toma en cuenta para conocer detalles y conceptos importante respecto al campo de diseño, que a pesar de su contenido elemental, es de consideración el conocer para poder dotar de conocimientos detallados que servirán conforme se adentre en el presente proyecto.



Diseño Editorial. Zappaterra, Yolanda.

Composición

Yolanda Zapatterra (2008) menciona que la composición no es más que la forma en la que están ordenados los elementos a través de la retícula, o la relación que guardan los elementos unos con otros y que se pueden colocar de forma Simétrica o Asimétrica

Simetría

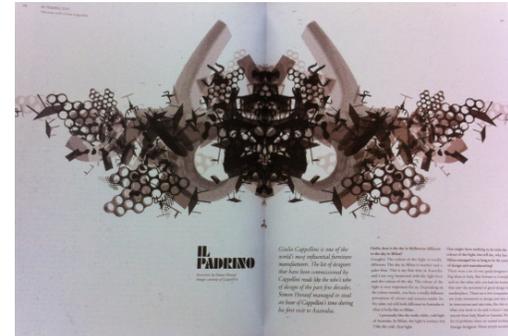
Un diseño simétrico, es considerado tradicional estable y relajado. Un diseño simétrico es aquel en el que dibujando una línea vertical en el centro de la página, el lado derecho refleja como espejo el lado izquierdo.

Asimetría

Composición más tensa e inquietante, especialmente si estas desequilibrado. Un diseño asimétrico ayuda a crear tensión y contrastes, es decir altera el sentido del orden y el balance. Con esto se provoca un desequilibrio. A pesar de esto se puede lograr equilibrio entre una imagen con contraposición a un texto similar en tamaño al lado contrario.

Equilibrio

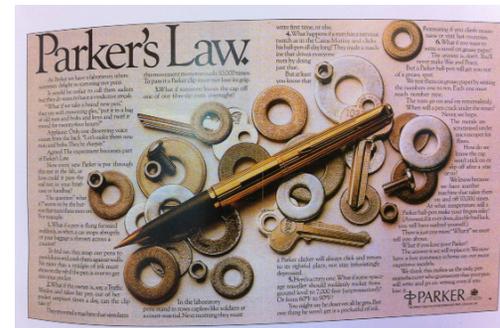
Relacionado con la simetría y la asimetría, también puede referirse a la relación entre el texto y las imágenes u otros elementos gráficos en una página



Como diseñar retículas. Swann, Alan.



Diseño Editorial. Zapatterra, Yolanda.



Como diseñar retículas. Swann, Alan.

Formato

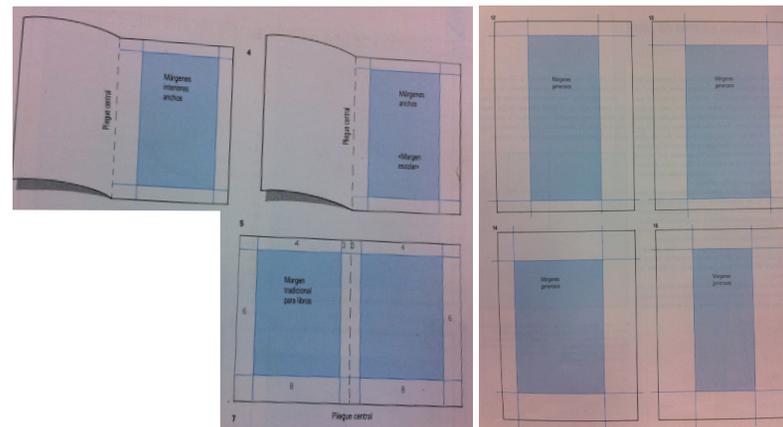
Según sugiere, Dabner (2005) Lo primero a tomar en cuenta en la elaboración de un diseño, es la forma y el tamaño. Esto implica, establecer correctamente la proporción de longitud y amplitud para que la el diseño encaje fácil en el espacio disponible.

El formato implica detalles a tomar en cuenta al momento diseñar, por lo que hay que poner atención a consideraciones técnicas y económicas antes de trabajar todo el tema estético. Hay que evitar formas que hagan perder información o que dejen mucho espacio vacío.

Dabner (2005) también sugiere, que al incluir imágenes en los diseños, estas pueden servir de guías para que el texto siga los ejes que las imágenes puedan tener, con esto se puede definir el formato, casi de manera natural.

Menciona que si se utilizan imágenes, el formato debería orientarse hacia donde se genere el eje de la imagen. Los formatos verticales, son de beneficio a la vista del usuario cuando hay textos, ya que formatos horizontales con líneas que contengan más de 10 a 12 palabras suelen cansar a los ojos. Más importante aún, hay que asegurar que la forma no impida la comprensión.

Zappaterra (2008), comparte que en el ámbito de los periódicos y la constante disminución de lectores de los mismos, estos medios impresos informativos se han visto



Cómo diseñar retículas. Swann, Alan.

orillados a reducir formatos contenidos, y juntamente con esto, surge la necesidad de reestablecer el diseño o estilo de todas sus publicaciones.

La autora agrega que el formato más común es el A4 por cuestiones técnicas de producción del papel y detalles en los procesos, específicamente en las máquinas de impresión.

Las revistas de tirada corta pueden permitirse el lujo de emplear formatos a su antojo de un número a otro, pero siempre debe ser importante mantener la atención e interés del lector.

Dabner (2005), menciona que hay que tomar las mismas consideraciones con los elementos gráficos a diseñar así como con los formatos por ejemplo, ya que estos deben plasmar tanto la base como el estilo. Por ejemplo, una revista juvenil puede estar más cargada de imágenes atractivas que un material para un grupo objetivo adulto.

Espacio en blanco:

Este elemento de diseño, hace referencia a los espacios vacíos que presenta una publicación. Zappaterra (2008) menciona que el espacio en blanco suele considerarse desperdiciado dentro del diseño de periódicos pero en otros medios, este espacio negativo, es considerado un lujo o amplitud.

La autora comenta que el espacio en blanco, también puede utilizarse en el diseño para dar una sensación de calma o vacío, como también de una distracción de los grandes bloques de texto, establece jerarquías, otorgando una mayor importancia a los elementos que rodea.

El espacio en blanco o negativo puede ser tan importante como los elementos que lo rodean (espacios positivos).

Márgenes y excesos (Sangrado):

Puede crear amplitud del mismo modo que el espacio en blanco. Zappaterra (2008) aclara, que si se sangra una fotografía de algún objeto en concreto puede producir un efecto extraño al punto de hacerlo irreconocible, mientras que por ejemplo sangrar una fotografía del espacio el cielo o una galaxia, da la sensación de que hay más de lo que el espectador está viendo en la imagen.



Como diseñar con y sin retícula. Samara, Timothy.

Ejes Retículas

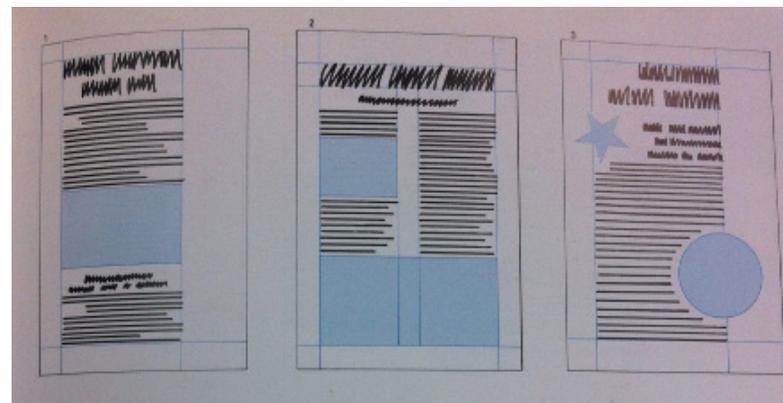
Allan Swann (1993) comparte que las retículas, inician en Roma como parte de los primeros años de la civilización occidental, por Vitruvio arquitecto de esa época, quien establece la forma de seccionar un área de manera matemática.

La necesidad de equilibrio, estructura y unidad, rige todas las formas de imágenes gráficas.

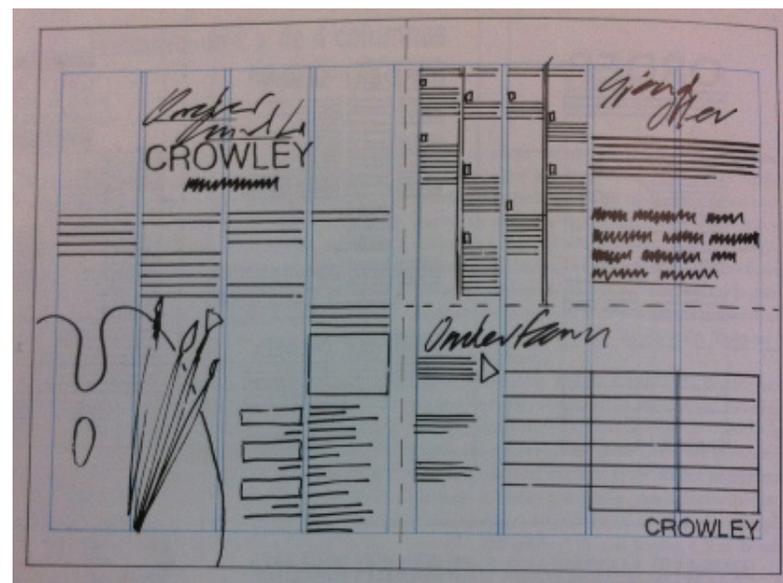
El autor menciona que la retícula divide a una página en unidades o bloques de espacio y estas áreas sirven para colocar el texto las imágenes y las leyendas dentro de la composición. Este elemento (retícula) es una organizadora ya que ayuda a darle un lugar a todo de forma lógica. Es básico cuando se trabaja de manera grupal para mantener unidad en el diseño. Dabner (2005) agrega que la retícula responde directamente al contenido. Mientras más información, más versátil deberá ser la retícula. Una retícula sencilla tendrá divisiones iguales.

En una retícula compleja el tamaño puede variar y tener muchas más divisiones. También hay que tener en cuenta los márgenes entre las áreas y espacios de la retícula, así como los márgenes al borde de las páginas y los dobleces de materiales plegables.

Según, Zappaterra (2008), para establecer los cimientos sobre los cuales se maquetará un trabajo de diseño, es importante escoger el formato y soporte para luego establecer una cuadrícula apropiada.



Cómo diseñar retículas. Swann, Alan.



Cómo diseñar retículas. Swann, Alan.

La autora, define a la retícula, como un conjunto de guías invisibles o sistemas de coordenadas, que ayudan a determinar la ubicación y el uso del texto, las imágenes y otros elementos, como los blancos de página, los materiales y los folios.

Estas guías contribuyen a la continuidad, pero deben dar margen a la variedad. Una buena retícula, ancla los elementos afianza los elementos dentro del formato, administrando tanto espacios ocupados como espacios vacíos, plasmando de fluidez a la publicación. A menos que la finalidad sea lograr un diseño muy estructurado y formal, la retícula debe usarse como guía y no como una regla.

La legibilidad, desempeña el papel principal en la construcción de una retícula, así que Zappaterra (2008) cita el teorema de Fassette sobre la longitud de las líneas, el cual dice que deben tener entre 45 a 60 caracteres para garantizar la lectura, pero incluso sobrepasar ligeramente ese rango no es algo prohibido sino de cuidado y evaluación.

La retícula o el formato, según Zapatterra (2008), determina la situación de los elementos, como textos e imágenes, dejando espacio para la flexibilidad y la diversidad. El formato, sea un cartel o un delegable, influye en las características de la retícula.

Para otros diseñadores, el punto de partida de la retícula es la tipografía, y su lectura en columnas, combinado con las medidas de los márgenes, definen el estilo de la página.

En una retícula es importante tomar en cuenta el flujo horizontal, ya que es esto lo que proporciona ayuda al lector guiándolo a través de la publicación, brindando también continuidad y consistencia.

Zappaterra(2008) recalca que debe evitarse una estructura reticular, demasiado rígida que restrinja la labor creativa del diseñador. Tampoco deben usarse retículas serias, para transmitir información breve o ligera.

Tipografía

Dabner (2005) explica que, las tipografías se pueden clasificar según su función, sea esta para texto o para titulares, para Pie de página o numeraciones. En el campo de la tipografía, la principal diferencia es el tamaño, dicho esto las tipografías para contenido textual (que es lo más importante) tienen un tamaño entre 8 y 12 puntos. Las tipografías para Titulares, se utilizan de 14 puntos en adelante.

La elección de una fuente tipográfica no es fácil, según él autor, es importante el cuestionamiento como por ejemplo: ¿qué sensación transmite el carácter? ¿La fuente debe reflejar el contenido del texto? ¿Se requiere de armonía entre el texto y el título o se requiere que contrasten?

Las tipografías sans serif o palo seco (sin remates en los extremos del trazo) son visualmente más modernas, mientras que las Serifas (con remates), son clásicas.

Las tipografías que Dabner (2005) clasifica como clásicas, son las que al pasar de los años, siguen utilizándose por sus cualidades inherentes en la forma y la escritura estética, estas son las serifas. Algunas de estas serifas combinadas con el criterio del tamaño, garantizan que el texto se puede leer.

Tanto para titulares como para textos, los factores a tomar en cuenta son casi los mismos, tan solo la función es la diferencia para que se vaya usar. Según Dabner (2005) al momento de elegir un tipo de letra, básicamente hay que tener en cuenta: la altura de x de la tipografía (x es el tamaño de la x minúscula y la altura y el descendente de x todas aquellas letras que sobresalgan de esta, como la b, p, d, q, etc.) la anchura del tipo y la sensación visual del estilo, que puede reflejar y mejorar el significado del texto.

El autor sugiere que hay que conocer el contenido para establecer jerarquías de importancia y establecer con esto una segmentación, con lo que se puede lograr una guía para establecer el tamaño de los distintos textos dentro del material.

Zappaterra (2008) menciona que toda publicación debe ser una experiencia agradable accesible y relevante, y que gran parte del éxito de estos detalles recae en la tipografía.

Una tipografía muy pequeña, muy densa o muy uniforme, desalentará a los lectores como también lo harán largas columnas griseas de texto.



www.purplefusion.wordpress.com



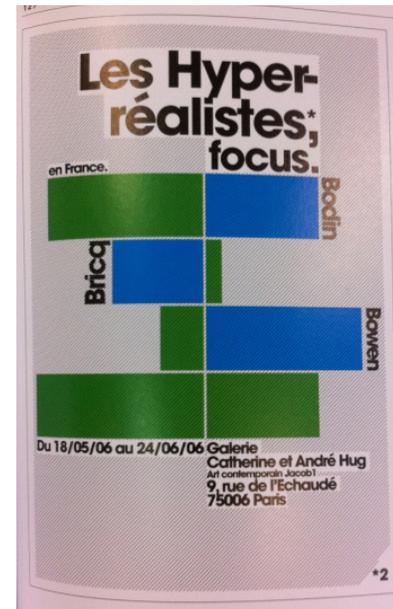
www.graphicbydesign.wordpress.com

La tipografía más que ningún otro elemento de diseño, crea asociaciones en el lector, por lo que cada tipografía debe ser seleccionada por su función específica, sin olvidar el conjunto que implica la publicación como tal. No hay reglas sencillas para decidir qué tan grande o pequeños deben ser los titulares en referencia a los cuerpos de texto, y estos últimos. Qué tanto deben serlo según los pies de página o de fotografía. Las tipografías de contenido, deben primordialmente ser legibles por tamaño y luego aportar fluidez a la lectura. La selección de tipografías para los distintos niveles de importancia, o usos, es más bien intuitivo y sentido común acerca de que es lo mejor queda y lo que mejor funciona para el grupo objetivo, aclara Zappaterra (2008).

Legibilidad y funcionalidad son las principales cualidades, a tomar en cuenta a la hora de esta importante selección. En general, se está acostumbrado a leer tipos de letra con remates, usados en las grandes y largas columnas de textos, empleando tipografías de Palo Seco o Sans Serif (sin remates) para textos introductorios.

Para la autora uso de tipografías con remates, reflejan formalidad, mientras que los de palo seco tienen un aspecto menos reservado y contemporáneo. Si una tipografía, es curva y fluida, caligráfico (como si fuese trazo hecho a mano) suscita sensación de delicadeza, contrario a las de palo seco con aristas duras.

Dabner (2005), agrega que al combinar textos y colores, los mayores contrastes se logran con textos en bold, sobre blanco y amarillo. Los contrastes menores, se logra



Cómo diseñar con y sin retícula. Samara, Timothy.

con texto amarillo sobre fondo blanco. El diseño de la tipografía también influye en la percepción del color.

Para el autor, las tipografías de palo seco transmiten de mejor manera el color conservando la intensidad del mismo. El color en degradados, debe ser aplicado directamente en la tipografía debe ser utilizado únicamente en títulos grandes. Las gradaciones de colores añaden interés visual.

Texturas

Lupton y Cole (2009), definen a la textura como: el grano táctil de las superficies y sustancias que ayudan a entender la naturaleza de las cosas.

La textura de los elementos de diseño corresponde a su función visual, por ejemplo: una superficie elegante con delicados estampados, puede servir para adornar el interior de un edificio Spa y sus folletos.

Los autores comentan que en el diseño la textura puede ser Física o virtual, de las características específicas de una superficie o de la apariencia visual de la misma superficie.

Una superficie física, afecta tanto al tacto de los objetos como a su apariencia. Una textura en el diseño, estriba a veces en yuxtaposiciones, y contrastes marcados.

Lupton y Cole (2009), aclaran que una serie de marcas individuales se convierten en textura cuando el patrón de la superficie, donde se encuentran estas, cobra más valor

que las marcas por sí solas. Una textura generalmente, sirve de soporte a otros elementos, aunque no necesariamente adquiere un papel pasivo en el diseño.

Una Textura puede generarse en respuesta a una imagen central o en oposición a la misma. Bien utilizadas, las texturas apoyan a imágenes principales y expande el concepto visual que las anima, cuando se da un uso pobre, la textura distrae y confunde la mirada del observador al añadir ruido no deseado.



www.gabrielhaydee.wordpress.com

www.proyectosbeta.net

Color.

Dabner (2005), dice que el color, es el elemento que comunica, tal como lo hace el texto y se debe tomar en cuenta que los colores tienen asociaciones simbólicas. El color aporta variedad, provoca sensaciones, añade una dimensión espacial.

Un ejemplo de las sensaciones que producen los colores, puede mencionarse que el rojo, es un considerado cálido y enérgico, asociado principalmente al fuego. Por su parte el azul es tranquilo y frío.

Los colores según Dabner (2005), tendrán un impacto inmenso en las sensaciones que el diseño pueda crear y en la respuesta de los usuarios a las mismas.

La combinación de colores, producen de igual manera sensaciones. Combinaciones análogas, son las que implican la cercanía de los colores entre sí dentro del círculo cromático, estas combinaciones producirán armonía. Para lograr dinamismo y tensión se sugieren los colores contrastantes, colores que están en lados opuestos del círculo cromático. Esta última de las combinaciones (contrastantes), genera reacciones rápidas y atrayentes.

Los colores pueden producir sensaciones de movimiento o profundidad, como los rojos y naranjas, dan sensación de acercamiento. Al lado del rojo los colores azules y verdes, parecieran retroceder.

Para Lupton y Cole (2009), el color puede transmitir el estado de ánimo, la realidad, o codificar la información. Una palabra puede evocar distintos colores en la mente de una persona. El color sirve para diferenciar y también para establecer conexiones para subrayar y también para ocultar.

Los autores mencionan que los colores análogos tienen una temperatura cromática relacionada. Dos colores relacionados frente a frente en el círculo cromático, no comparten ningún elemento en común.

La decisión de utilizar colores análogos o contrastantes, afecta la energía visual al tono general de toda composición. Además que el uso de contrastes puede aportar a la diferenciación de las formas en el diseño, y los colores análogos suaviza la distinción entre los mismos.



www.colornspice.com

www.sobrecolores.wordpress.blogspot.com

Imágenes e ilustración vectorial

Según Vectorialia (en red - S/F) En el campo del diseño gráfico, específicamente en el ámbito digital, se manejan distintos formatos gráficos para los distintos requerimientos técnicos, funcionales y de diseño visual. Entre estos se encuentran los vectores o gráficas mediante vectores. El termino vectores puede utilizarse en infinidad de campos científicos matemáticos, pero en el diseño gráfico, las imágenes vectoriales son todas aquellas que se generan mediante la definición de puntos y líneas por medio de cálculos matemáticos.

Estos gráficos tienen ciertas ventajas por sobre las imágenes de píxeles utilizados en fotografías o los Bitmaps. Una gráfica de vectores puede mantener la calidad independientemente del tamaño al que sea sometido el diseño, mientras que una imagen de píxeles pierde calidad al manipular el tamaño de la misma. Un documento vectorial puede ocupar un espacio en la memoria virtual o disco duro de un ordenador, mucho más reducido que una imagen de píxeles.

Las imágenes vectoriales tienen características como el color de relleno y el contorno los cuales pueden manipularse con mucha facilidad y de manera independiente el uno del otro, mientras que entre sus deficiencias, los vectores denotan ese aspecto de ordenador y frío, que generalmente una imagen o fotografía no tiene.

Ilustrar mediante vectores puede demandar el uso de sobre posición de planos para lograr realismo en los diseños o dibujos, esto dependerá de lo que se requiera en un proyecto. El uso de vectores está mayormente explotado en el diseño de personajes en donde el realismo no es un requerimiento obligatorio.



<http://lauratorres.org/wp-content/uploads/2015/05/ilustracion-vectorial.jpg>



<http://lauratorres.org/wp-content/uploads/2015/05/ilustracion-vectorial.jpg>

Imágenes

Dabner (2005) comenta, acerca de las imágenes, que es común el uso fotografías de acontecimientos de la vida real en la televisión y en la prensa, y por esta razón es que las fotografías parecen, a los lectores, más fieles a la realidad.

Por su parte Zapatterra (2008) amplía, que las imágenes suelen sustituir o complementar el texto y más comúnmente, para atraer la atención.

El uso de imágenes, proporciona flexibilidad para comunicar al público de manera más amplia. Los gráficos informativos por ejemplo, se complementan habitualmente con imágenes, ya que se entienden con mayor facilidad que el texto.

La misma autora aclara, que la mayoría de diseños, no se basa en la imagen o textos específicamente sino en la combinación de ambas tanto texto como imagen.

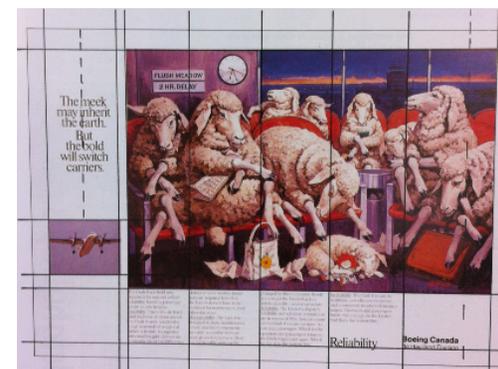
Zapatterra (2008), cuando se trabaja con fotografías hay que elegir el aspecto y la esencia que represente las mismas, puede ser el encuadre, o la densidad del color, o aquel detalle que convierte a la imagen, en una buena imagen. Es eso lo que se debe que explotar, para hacerla destacar en la composición.

Una imagen puede determinar la forma la escala, la estructura de una maquetación, y con frecuencia ser su elemento más importante.

La calidad de la imagen original, según Zappatterra (2008), debe tener en cuenta las zonas iluminadas y las sombreadas y estas deben de abarcar un margen amplio en lo posible desde la luz a la oscuridad, con tonos medios bien definidos.

Ambrose / Harris (2008), mencionan que las imágenes son utilizadas por muchos motivos distintos, y que van desde ejemplificar gráficamente un tema, o pueden usarse para transmitir un mensaje. Las ilustraciones pueden generar distintas emociones y respuestas en los grupos objetivo.

Marshall (1993) menciona que las fotografías para reportaje son todas aquellas, tomadas para registrar acontecimientos o paisajes reales, y que este tipo de fotografía es, generalmente el campo de trabajo de los periodistas gráficos, abarcando gran variedad de acontecimientos, desde eventos deportivos, hasta



Cómo Diseñar Retículas. Swann Alan.

ceremonias oficiales, de fotografías de la naturaleza o paisajes hasta animales e imágenes de viajes.

A veces las personas que están dentro de la fotografía, agregan contexto a las imágenes, pero estas deben estar interactuando en el momento, de manera que la imagen parece natural o casual. Aunque a veces el fotógrafo debe enfocarse lo menos posible en el ser humano de que pueda aparecer en las fotografías, y con esto la atención recae en elementos naturales y espontáneos.

Dabner (2005), sugiere que para utilizar imágenes de manera eficaz, que debe contarse con el criterio correcto para la integración de la fotografía con texto, además pocas fotografías son utilizadas tal cual fueron tomadas, así que es bueno saber los cambios necesarios a realizar en cada una de ellas. Las imágenes en blanco y negro suelen dar la idea de Clásico, mientras que los colores inesperados y poco corrientes añaden impacto.

El uso de fotografías fuera de lo común, anima el diseño agrega el autor, y también sugiere, que las fotografías deben ser tomadas en el mismo formato, ya que de lo contrario se torna complicado que todas las imágenes incluídas, mantengan unidad.

Zappaterra (2008) las imágenes casi siempre hay detalles que pueden distraer a las personas de la información, así que hará falta re encuadrar y enfocarse en la parte de la fotografía o imagen que debe ser expuesta. Una imagen re encuadrada adquiere más fuerza.

La relación de las imágenes con el texto genera la casi inevitable decisión de colocar textos sobre la imagen, y al hacer eso se debe tomar en cuenta los ejes de la imagen para que el texto no contraste o no desentone visualmente en la pieza.

La consistencia en la forma en la que están colocadas las imágenes respecto al texto en la página puede facilitar la lectura y ayudar a dirigir al lector, por esto Zapaterra (2008) sugiere, alinear la parte superior de una imagen con la primera línea de texto o la parte superior con la última línea del párrafo.

Desde España, nace por parte de APURVA (Red- S/F) un nuevo concepto en el área de la fotografía, FOTOVOZ. La asociación APURVA presenta en línea www.fotovoz.org la idea de tomar la técnica de la fotografía con finalidad participativa, que a través de la imagen se creen nuevas oportunidades para reflexionar y representar asuntos de la comunidad, facilitando así nuevas formas de comunicación y promoción del desarrollo comunitario



Proyectos de fotografía y manipulación de imágenes.
Arroyo Mayen, Sergio Ivan

Las principales metas de la fotografía participativa son:

- Permitir que la gente puede capturar y reflejar las capacidades de sus comunidades
- Promover la reflexión y el conocimiento de asuntos importantes a través de dialogar en grupos acerca de distintas fotografías
- Informar a los encargados de la toma de decisiones políticas para facilitar una mejor comprensión de las realidades y condiciones socio materiales de la comunidad
- Hacer que el aprendizaje audiovisual sea un espacio de ocio, encuentro y cooperación entre iguales.

Soportes.

Zappaterra (2008) menciona que la selección del papel es vital para el texto, el tono y el aspecto que transmite una publicación, porque afecta su expresión y la reproducción de sus contenidos. Sugiere también, que las vías tradicionales para poder elegir el mejor soporte según requerimientos de calidad, blancura, gramaje y precio, es recibir asistencia de los impresores o de los productores de papel, ya que ellos siempre tendrán una mejor experiencia y conocimientos acerca de este tema.

A pesar de lo anterior Zapatterra (2008) plantea las siguientes consideraciones en torno al papel.

Papel estucado (papel con revestimiento de una sustancia con pigmentos): reflejan de mejor manera la luz y absorben menos tinta, produciendo imágenes con más

detalles.

Papel sin estucar (papel sin revestimientos): producen contrastes más suaves que funcionan bien con material artístico e ilustraciones, y facilitan la legibilidad del texto.

Materiales con Brillo son utilizados en publicaciones de alta calidad con muchas páginas, aunque los papeles mate ofrecen una reproducción excelente y pueden conseguir que una publicación se distinga de sus competidoras.

El gramaje está asociado comúnmente a la calidad. Si una publicación utiliza gramaje alto, suele representar lujo y esto incurre en costos más altos. Además de cuidar siempre que la publicación sea portátil.

Papel virgen o reciclado: Zappaterra (2008) ejemplifica que los lectores de una revista que trate de cuestiones medioambientales esperan de esta que este impresa en papel ecológico. Hoy en día, los soportes reciclados tienen variedad de características para poder imprimir sobre estos.

Grupo Objetivo.

Para conocer más de los aspectos personales y estadísticos más importantes del grupo objetivo, se abordaron a 30 vecinos de la Colonia Bran, para hacerles algunas preguntas (anexo A), y observar comportamientos entre vecinos bajo situaciones en las que deben convivir o interactuar unos con otros.

Perfil Geográfico:

Las personas del grupo objetivo al cual se va a abordar, residen en la zona 3 de la ciudad de Guatemala. Son residentes e inquilinos específicamente de la colonia Bran. Esta colonia paso a ser parte de la zona 3 en los años 60, aunque se han dado solicitudes por parte de su asociación de vecinos por anexarla a la zona 2 en busca de beneficios analizados por la junta directiva de ASOBRAN.

Perfil Demográfico:

Para determinar los aspectos demográficos del grupo objetivo se procedió a realizar 32 encuestas a los vecinos de la Colonia Bran en la Zona 3, acción que dejó la siguiente información.

Los vecinos con más tiempo viviendo en la Colonia Bran, (cabezas de familia) están en un promedio de edad entre 40 y 50 años. La muestra estadística recopilada reflejó que un 47% son hombres y 53% son mujeres.

El 23.52% del total de los encuestados tienen un ingreso económico mensual entre los Q3,000.00 a Q.6,000.00 en el núcleo familiar. 41.17% tienen un ingreso familiar mensual de entre Q.8,000.00. a Q.15,000.00. Un 17.64% tiene un ingreso familiar superior a los Q.16,000.00. hasta Q.35,000.00.

Dados los datos anteriores, el nivel socioeconómico establecido es en general de nivel medio (C1,C2 y C3), complementado con la clase popular (D1 y D2) en un bajo porcentaje, según el estudio titulado Niveles Socioeconómicos en Guatemala presentado por la UGAP (2013).

Del total de encuestados el 64.70% tienen hijos menores de edad con promedio de 2 hijos por familia. Solo el 11.76% menciona tener nietos menores de edad y el 23 % no contestaron a la pregunta.

El grupo objetivo es, en su mayoría, pertenecientes al sector asalariado, ya que el 64% menciona trabajar en una empresa y el 29% trabajan en empresas propias. Solamente un 5.8% está retirado por jubilación.

Las personas que viven en la colonia Bran presentan porcentajes más ajustado en lo que se refiere a las casas en las que habitan, ya que un 53% son propietarios y el 47% rentan la casa en la que están viviendo. Casi en su totalidad las casas son de 2 niveles, y de estilos de finales de los 80s e inicios de los 90s. y un promedio de 2 automóviles por casa.

Perfil Psicográfico:

Los vecinos de la colonia Bran tras la encuesta (Anexo A) demuestran tener hábitos de lectura muy marcados, dado que el 38% de los encuestados dice leer siempre, y 44.4% dice leer frecuentemente, mientras que una muy pequeña cantidad de vecinos dijeron, leer ocasionalmente o casi nunca siendo representando únicamente el 16% del total de encuestados.

La inclinación de los vecinos de la Colonia Bran hacia la lectura se evidenció al cuestionarles acerca de sus preferencias para informarse de temas de su interés.

La preferencia de los encuestados respecto a informarse por medio de imágenes poco más de la mitad estaba a favor y el resto en contra, mientras que al indagar sobre sus preferencias del uso de textos para informarse, poco más del 70% y una pequeña minoría en contra.

Durante su tiempo libre, la encuesta (Anexo A) refleja una tendencia, que los vecinos gustan de pasear fuera o a salir. Esta característica representa el casi un tercio total de las preferencias propuestas, mientras que otras

actividades como la lectura, navegar por internet, la radio y televisión, se reparten porcentajes muy similares, pero con una pequeña ventaja de la televisión sobre las otras actividades mencionadas.

En este punto se considera importante resaltar, que únicamente el 7% de los encuestados menciona, el conversar con otras personas, como una actividad a realizar en tiempos libres, mostrando que un 93% tiene tendencia al aislamiento respecto a los demás vecinos.

Cuando se trata de actividades familiares, los encuestados Prefieren realizar sus reuniones o actividades familiares al aire libre y una significativa parte de los vecinos prefieren realizar sus actividades en casa de familiares fuera de su hogar (como invitado) y una pequeña minoría busca realizar sus reuniones en su propia casa (como anfitrión). o prefiere realizar sus actividades en lugares ajenos a la familia.

Respecto a la información que reciben dentro de la colonia la mayoría de los vecinos encuestados dice prestar atención y participar en la colonia (más del 80%) mientras que pocos son los que prestan atención pero no gustan de involucrarse o participar en la comunidad Bran.

Respecto a qué actividades realizan los fines de semana, la mitad prefiere, descansar en casa, mientras que la otra mitad se dividen en partes iguales el visitar familiares y actividades varias, mientras que recibir visitas en casa se sitúa en un porcentaje muy bajo.

Todos conocen el parque, al menos la ubicación y por lo tanto, los cambios que ha tenido el mismo en estos últimos meses, son visibles para todo aquel que entre en dichas instalaciones, como los vecinos que asisten a misa por su constante visita a las reuniones religiosas que se dan en el parque a través del auditorium ubicado en el interior. En la encuesta comentan que en promedio, el parque es visitado por los vecinos dos veces por semana.

Por último los vecinos tenían la oportunidad de hacer sugerencias y observaciones para la colonia, y entre estas algunos presentan las siguientes ideas.

- Colocar recipientes para Basura en distintas calles y el parque.
- Traer a la colonia el Cine de la Municipalidad.
- Promoción del parque para Campeonatos deportivos.
- Conferencias interesantes en el auditorium.
- Mantener abierto el parque hasta las 7pm o un poco más.
- Más actividades familiares los fines de semana o después de misa.
- Realizar un diseño para el parque (imagen visual)
- Proyección de películas para niños o familiares
- Implementar una caseta para venta de comida (no alcohol)
- Picnic familiar.
- Cursos de vacaciones de medio año para niños.
- Talleres de lectura.

Observación de Campo:

G.O. Secundario:

Como parte del proceso de evaluación del presente proyecto y la certeza en desiciones en el proceso de diseño, se indago en un segundo grupo objetivo, el cual también goza de los beneficios del parque y aunque no tienen un impacto trascendental el el área económica y/o de desarrollo del parque, son parte de la comunidad de la Colonia Bran. Este grupo objetivo secundario son los niños y/o menores de edad.

Los niños disfrutan de los beneficios del parque, dado que este cuenta con áreas específicamente adaptadas para ellos, por lo que también es de consideración evaluar si algunas de las piezas gráficas que integran este proyecto, deben ser ajustadas y enfocadas a ellos, siempre que este segundo grupo objetivo tengan alguna influencia en la decisión de los padres a fin de frecuentar o no esta área comunitaria.

Para lograr esto, se desarrollo un proceso de observación en fin de semana (sábado), en horario de 2pm a 6pm (posterior a un horario habitual de almuerzo), acerca del comportamiento de los niños que frecuentan el parque acompañados de algún adulto o encargado responsable y de igual manera a niños con mas libertades e independientes de sus actividades dentro del parque.

Niños acompañados por adultos:

En este segmento se pudo apreciar que los niños que ingresaban al parque acompañados de adultos y/o personas responsables, lo hacían en un horario de 3pm a 4:30pm y solo se presentaron 3 casos, de los cuales se puede destacar que todos eran niños varones y que oscilaban en las edades de 3 a 7 años y no se presentaron niñas.

Permanecían en las áreas con juegos para niños durante no mas de 20 minutos. Los adultos están al pendiente de los niños e interactúan con los mismos sin conversar demasiado con los pequeños. El adulto luce mas enfocado en evitar que el niño sufra algún accidente mientras este juega y en cada caso de visita, es un adulto y un niño los que ingresaron.

De los 3 casos observados, 2 eran mujeres al cuidado de los niños y el tercer caso era un hombre cuidando a un niño. En todos los casos se presume que los adultos eran padres de cada uno de los pequeños. Los niños se limitan a jugar en áreas donde el adulto les permite hacerlo y estén cerca para observarlos, estos juegos son los mas cercanos a la puerta de ingreso al parque (casa de madera) por lo que se puede mencionar que en cada visita observada no hacen uso de las demás áreas del parque que están ambientadas para los pequeños.

Durante el periodo de observación solamente una mujer se presento al parque con un niño (varón) no mayor de 2 años, al cual paseaba por unos pocos minutos en su carruaje dentro del parque sin adentrarse demasiado en las instalaciones, esto dentro del mismo horario que los casos mencionados anteriormente.

Niños con mayor independencia:

En este segmento solo se percibieron 3 niños entre las edades de 10 a 13 años acompañados de un grupo de personas adultas practicando futbol en el parque, específicamente en el área para uso polideportivo o canchas.

Solo el mayor de ellos participaba de la actividad y los dos restantes jugaban juntos al borde de la cancha sin que los adultos presentes les den instrucciones de algún tipo. Esta observación se presento en horario después de la 5 pm.

No hay niñas o mujeres en este grupo de personas y parecen que la duración de la actividad se limita al tiempo de sol que les queda o el horario en el que el parque cierra sus puertas a las visitas.

No se logro definir si los niños en esta actividad mantienen alguna relación familiar con los adultos presentes.

Gestión del Proceso de Diseño.

Contenido del Material Gráfico

Contenido Informativo.

A continuación se detalla la información textual requerida en las piezas a diseñar según su área de intervención.

A. Material Principal tipo Informativo

(Índice de temas)

- Presentación Colonia Bran “Su historia”.
- “Instalaciones Comunitarias”
- “Instalaciones en buenas condiciones.”
 - o Cuándo hacer mejoras (sub tema)
- Datos históricos del parque.

C. Material Secundario Promocional

(Índice de temas)

- ASOBRAN Logotipo.
- Slogan del proyecto: “*Visita Tu Parque.*”
- Frases promotoras a visitar el parque.

B. Material Complementario tipo Informativo

(Índice de temas)

- Frase: “*Instalaciones en buenas condiciones, contribuyen a la calidad general de vida de la comunidad entera. Una comunidad con buenos parques, y otras instalaciones generan ambientes sociales agradables para vivir.*”
- Slogan ASOBRAN: “*Por una mejor Convivencia, Trabajos, Actividades y Logros Alcanzados.*”
- Requisitos para reservar el Parque (información detallada en el reglamento de ASOBRAN)
- Contacto telefónico ASOBRAN.

D. Material Secundario Informativo

(Índice de temas)

- Reglamento interno, detallado del artículo 1 al 19.

Diseño del Concepto.

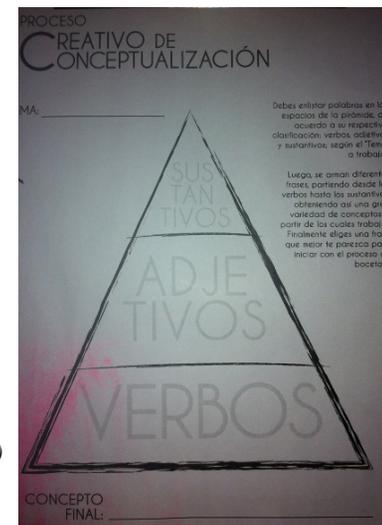
Para el desarrollo del concepto se procedió a la elaboración de 3 procesos creativos de conceptualización, y así formar frases conceptuales que puedan ser tomadas como base, para diseñar los elementos gráficos y composiciones que constituirán el presente proyecto.

Busqueda del concepto.

Técnica No. 1 La Pirámide

Tras una conferencia y taller de experimentación enfocada a la conceptualización y la retórica en la Universidad Rafael Landívar (Anexo B1.- 2012) consiste en establecer una forma piramidal dividida en 3 niveles. En la base de la pirámide se colocan Verbos, en el nivel medio se colocan Adjetivos y en la parte alta de la pirámide, se colocan Sustantivos. Para la aplicación de este método en este proyecto en particular se optó por no establecer una gráfica piramidal, únicamente se separaron áreas en representación de cada nivel.

Luego de llenar con una cantidad significativa de palabras según cada uno de las áreas, se procede a combinar palabras de los 3 niveles y se formaran pequeñas frases preliminares y posteriormente, se pueden desarrollar frases más completas.



Universidad Rafael Landívar (2012)

Tras la realización de este procedimiento, se desarrollaron las siguientes frases conceptuales:

- Esquinas naturales de líneas verticales.
- Piezas naturales crecientes de rincones armoniosos.
- Partículas ascendentes de texturas naturales.
- Ejes naturales de texturas en aumento.
- Bases de ejes naturales aumentados.
- Ejes verticales de caminos armoniosos.
- Partículas ascendentes de texturas naturales.
- Caos armonioso a líneas verticales.
- Partes naturales en movimiento ascendente.
- Orientando movimientos naturales ascendentes.
- Movimiento de partículas naturales.
- Caminos naturales en crecimiento sostenido.
- Líneas naturales de crecimiento orientado.
- Calles antiguas de calidez progresiva.
- Líneas antiguas de movimiento creciente.
- Sonrisas naturales de movimientos en sepia.

Técnica No. 2

“Ideart”

Descripción de la técnica.

Según Neuronilla.com (Red - S/F) Es una técnica creada por Frank Ponti en el año 2000, y es un método de generación de ideas a través del pensamiento estimulado por medio de imágenes, generalmente se utilizan pinturas (Anexo B3).

Ante un determinado objetivo creativo, se escoge intuitivamente una imagen que pueda generar analogías y asociaciones.

En primer lugar (tanto si la técnica se utiliza de forma individual como en equipo) se trata de describir la lámina y combinar las ideas que de ella puedan derivarse (construir historias, detectar aspectos ocultos, fabular, hacer comparaciones, etc.).

Posteriormente, y como paso fundamental en la técnica, se tratará de “forzar” conexiones entre el objetivo creativo y la imagen. En ese momento juega un papel muy importante la capacidad analógica de los usuarios de la técnica, quienes deberán utilizar frases como: *“Esto se parece a nuestro problema en que...”* *“Este aspecto de la imagen o dibujo está relacionado con...”* *“Nuestro nuevo producto es como... porque...”* etc.



<http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/100-ideart>

Tras la evaluación de 2 fotografías del parque, este método ayudó a generar las siguientes frases conceptuales.

- Caminos ascendentes de texturas integradas.
- Caminos ascendentes de texturas naturales.
- Escalones ascendentes de texturas naturales.
- Trazos naturales de ejes ascendentes.
- Ejes inclinados de estructuras naturales.
- Estructuras crecientes en texturas naturales.
- Planos integrados de crecimiento natural.
- Estructuras crecientes como volcanes.
- Erupción natural de crecimiento integrado.
- Erupción de crecimiento natural.
- Estructura integral de caminos naturales.
- Túnel estructurado de movimiento creciente.
- Escalones de colores a horizontes verdes.
- Estructuras de líneas naturales.
- Crecimiento de Estructuras naturales.

Técnica No. 3 Mapas Mentales Descripción de la técnica.

Según neuronilla.com (Anexo – B2) este método fue creado por Tony Buzan (Red – S/F) y al experimentar, se debe comenzar en el centro de una página con la idea principal del tema que se esté desarrollando, y se trabaja hacia afuera en todas direcciones, de esta manera se crea una estructura creciente y organizada, compuesta de palabras e imágenes.

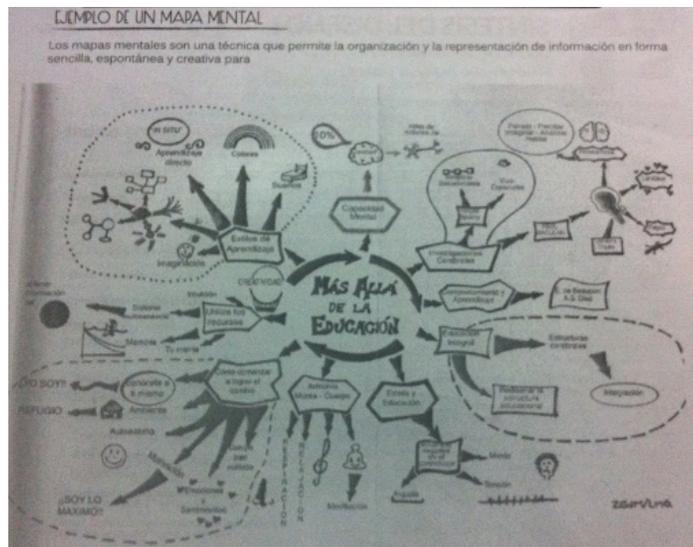
Los detalles más importantes para la realización de esta técnica son: la organización, uso de palabras claves, asociación, agrupamiento, memoria visual.

Los mapas mentales son muy parecidos a la mente del ser humano, una vez dibujado el mapa será poco probable que necesite ser redibujado.

Los mapas mentales son una técnica creativa de conceptualización eficiente dado que las asociaciones que se desarrollan en el proceso siempre pueden generar ideas nuevas en las que no se había meditado antes.

Tras la ejecución de esta técnica se presentan los siguientes conceptos:

- Centro de unión de caminos variables.
- Elementos variables de formas crecientes.
- Crecimiento de aglomeraciones coloridas.
- Manos de apoyo a colores terrestres.
- Plantando semillas de crecimiento explosivo.
- Estructurando la naturaleza en texturas integrales.
- Trazos naturales de crecimiento estructurado.
- Tintas de vida natural en crecimiento
- Derrame de líneas ordenadas.
- Pasos pequeños en crecientes ritmos.
- Coloreando estructuras antiguas con texturas nuevas.
- Naturaleza cambiante de espacios antiguos



Selección de Frases Conceptuales en cada Técnica.

Tras los diferentes procesos de conceptualización se eligieron las siguientes frases para ser evaluado su aporte a la solución de la necesidad de este proyecto, al determinar su viabilidad grafica y su potencial de explotación en la generación de soluciones grafico visuales para el mismo.

Selección de frases de la Técnica No. 1 PIRÁMIDE.

- o Ejes naturales de texturas en aumento.
- o Partículas ascendentes de texturas naturales.
- o Líneas naturales de crecimiento orientado.
- o Calles antiguas de calidez progresiva.
- o Esferas de tierra en crecimiento orientado.

Selección de frases de la Técnica No. 2 IDEART.

- o Escalones ascendentes de texturas naturales.
- o Estructuras crecientes en texturas naturales.
- o Planos integrados de crecimiento natural.
- o Estructuras crecientes como volcanes.
- o Erupción natural de crecimiento integrado.
- o Estructura integral de caminos naturales.

Selección de frases de la Técnica No. 3 MAPA MENTAL.

- o Crecimiento de aglomeraciones coloridas.
- o Manos de apoyo a colores terrestres.
- o Plantando semillas de crecimientos explosivo.
- o Trazos naturales de crecimiento estructurado.
- o Tintas de vida natural en crecimiento.

Frases Conceptuales.

Los conceptos anteriores son la elección de enunciados que presentan una mejor viabilidad al momento de graficar elementos y también aportan variedad de los mismos como: ejes, partículas, esferas, calles, planos, estructuras, etc.

A continuación se presentan las frases que cuentan con una mayor consistencia gráfica y conceptual de entre las otras. Cada una de estas elecciones presenta un análisis palabra a palabra para determinar el mejor concepto.

Partículas ascendentes de texturas naturales:

Esta frase presenta elementos que ofrecen libertad y versatilidad al momento de graficar.

Partículas: es la palabra que puede representar a los vecinos de la colonia y sus diferencias, ya que las partículas pueden ser de distintas formas y tamaños. Lo que deberá ser una constante es la cantidad de estas en las distintas composiciones para formar grupos, lograr la idea de comunidad.

Ascendentes: es la palabra que dará orden a las partículas y establecer la idea de comunidad mencionada anteriormente. Tomando en cuenta que las partículas deben ser orientadas ascendentemente, esta palabra representará el desarrollo común de la colonia.

Texturas naturales: enmarca propiamente a la colonia y específicamente al Parque ya que éste, está estructurado de manera que la relación del visitante con la naturaleza

se hace ineludible. Además, la frase “Texturas Naturales” aporta riqueza visual haciendo referencia a la naturaleza misma la cual está llena de color formas y texturas.

La Retórica: en esta frase la retórica aplicada es acumulación. A nivel literal, la retórica de acumulación es difusa, pero gráficamente podría hacerse evidente por la suma de elementos correlativos similares enfocándose en el término “partículas”.

Escalones en movimiento de texturas naturales:

Esta frase representa de manera conceptual el significado de desarrollo y crecimiento.

Escalones: palabra que ofrece énfasis a metas o niveles alcanzados así como desarrollo y mejoría. Gráficamente delimita desde este punto, a la utilización de elementos escalonados y a orientar los trazos escalonados hacia arriba enfocándose en el tema “desarrollo”.

Movimiento: esta palabra se presenta para referirse al accionar de ASOBRAN en beneficio a la comunidad, del movimiento de los vecinos a participar, y que combinado con el término escalones, refuerzan la temática de movimiento hacia niveles de mejoría.

Texturas Naturales: como ya se mencionó, haría referencia al parque de la colonia, y como parte de este concepto, se debe mencionar que gráficamente, las texturas naturales pueden aportar niveles de movimiento o libertad, a una frase que se percibe como base generadora de estructuras rectas dentro del diseño.

La Retórica: En este caso, el tipo de retórica aplicada es Antítesis, ya que al mencionar escalones de texturas naturales, se entiende que estos son creados en el contexto de la naturaleza y por esta razón no se mueven. Esta característica de movimiento de los escalones en la naturaleza también puede ubicar esta frase conceptual en la retórica de tipo Oxímoron.

Plantando semillas de Crecimiento Explosivo:

Esta frase presenta otros puntos al abordar una posible solución a este proyecto, dado el siguiente análisis.

Plantando: es la palabra que puede enfatizar el accionar de los vecinos ante una situación que en principio no conocen.

Semillas: es la palabra que representa el tipo de apoyo variable que los vecinos pueden aportar. Las semillas generalmente no son idénticas unas de otras, de esta manera, se puede decir que hay varias formas de apoyar por parte de los residentes de la colonia.

Crecimiento Explosivo: es una combinación de palabras contrastantes, pero la primera hace énfasis al desarrollo, avances y mejoras que se producen al participar en la mejora del parque, mientras que Explosivo potencializa esos beneficios.

La Retórica: para esta frase, la retórica aplicada es la Hipérbole, ya que se está utilizando una palabra con un significado más allá de lo que normalmente debería completar dicho contexto semántico, logrando así una

exageración. Con esto se busca enfatizar la potenciación de los resultados de apoyar en el objetivo del presente proyecto.

Concepto y Fundamentación.

“ESCALONES EN MOVIMIENTO DE TEXTURAS NATURALES”

Esta es la frase conceptual final, la cual aportará de elementos gráficos a todo el proyecto, en sus diferentes piezas.

Slogan:

Tras determinar el concepto bajo el cual se rige gráficamente el proyecto, se optó por la selección de un Slogan que acompañe a las distintas piezas en todo momento, brindando unidad y transmitiendo un mensaje claro de lo que se quiere lograr con la implementación de las piezas, y valiéndose de los proceso de conceptualización, el slogan establecido es “Visita tu parque”

Fundamentación de la idea.

El termino seleccionado a la carencia de comunicación que presenta ASOBRAN, en su objetivo de atraer a más vecinos a visitar el parque y lograr más participación de parte de los mismos en las actividades que la Asociación de Vecinos organiza.

La frase conceptual puede dividirse en 2 segmentos que contextualizan la solución propuesta en el presente proyecto de la siguiente manera:

“ESCALONES EN MOVIMIENTO”

Esta parte de la frase se enfoca en las iniciativas de ASOBRAN por brindar y asegurar una mejor calidad de vida a los vecinos que residen en la Colonia Bran.

“TEXTURAS NATURALES”

Se enfoca en el parque, el cual es de beneficio para los residentes, por lo que es la base de la información trasladada de parte de ASOBRAN a todos los vecinos.

Concepto desglosado por terminos.

Esta frase conceptual, provee de orden al proyecto al incluir el término “Escalones”, dado que estos son pasos, uno tras otro, al moverse de abajo hacia arriba o viceversa.

Esta orientación de moverse en los escalones o subir por ellos, se enfoca en la idea de subir de nivel, y en este proyecto sería alcanzar mejores niveles de calidad de vida de los residentes de la Colonia Bran en la zona 3.

En el término “**Movimiento**” también hace refuerzo al término anterior (Escalones) refiriéndose al tema de transición hacia un mejor nivel de vida. Además, esta palabra relaciona al esfuerzo que organiza ASOBRAN, en su iniciativa por hacer de la Colonia Bran un mejor lugar para los vecinos que allí residen.

“**Texturas Naturales**” como se mencionó en los pasos anteriores, esta combinación de palabras que representan el parque, y aportan visualmente al proyecto con muchos colores formas y sobre todo texturas que provee la naturaleza con la que cuenta dicho parque.

La Retórica aplicada en el concepto:

Como se mencionó al inicio de los procesos de conceptualización, el tipo de retórica aplicada es Antítesis, por mencionar “escalones de texturas naturales”, se entiende que éstos son creados por la naturaleza o dentro de ella sin intervención externa y por esta razón no se mueven. Esta característica de movimiento de los escalones en la naturaleza también puede ubicar esta frase conceptual en la retórica de tipo Oxímoron.

Codificación del Mensaje.

Visualización - Mood Bord.

A modo de visualización de ideas se presentan los siguientes gráficos, que constituyen el concepto de forma desglosada, para el desarrollo de la propuesta general de las piezas a diseñar, además se enlistan sinónimos de los términos clave que podrán reforzar la idea que se está manejando.

Términos del Concepto.

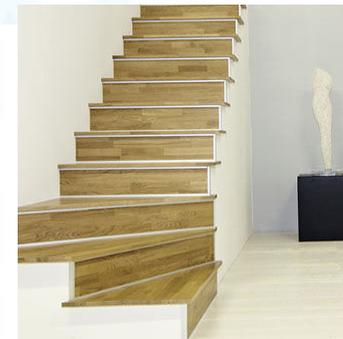
ESCALONES:

Son elementos importantes en el contexto del presente proyecto ya que el crecimiento y desarrollo es fácilmente asociado a estos elementos modulares ascendentes

Sinónimos.

- Crecimiento.
- Paso.
- Escalón.
- Nivel.
- Peldaños.
- Etapas.

Imágenes Representativas.



Términos del Concepto.

MOVIMIENTO:

El dinamismo de el movimiento en éstas imagenes, enfatiza los esfuerzos que ASOBRAN está haciendo para poder mejorar la calidad de vida de los vecinos. Este movimiento debe ser direccionado dadas las metas o fines que se buscan alcanzar en este proyecto.

Sinónimos.

Dinámico.
Ascendente.
Cambiante.
Acción.
Avance.
Transición.

Imágenes Representativas.



Términos del Concepto.

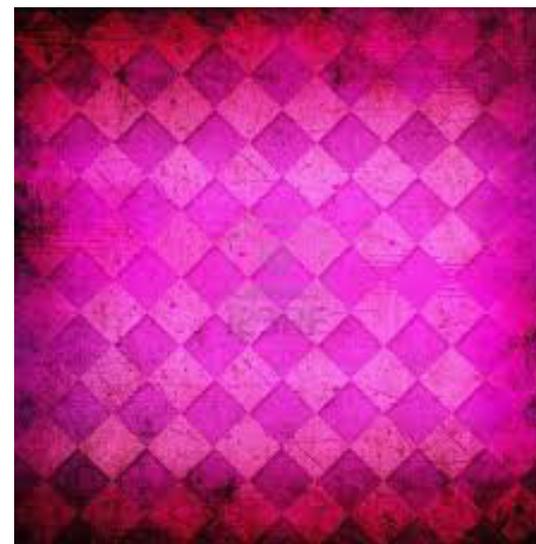
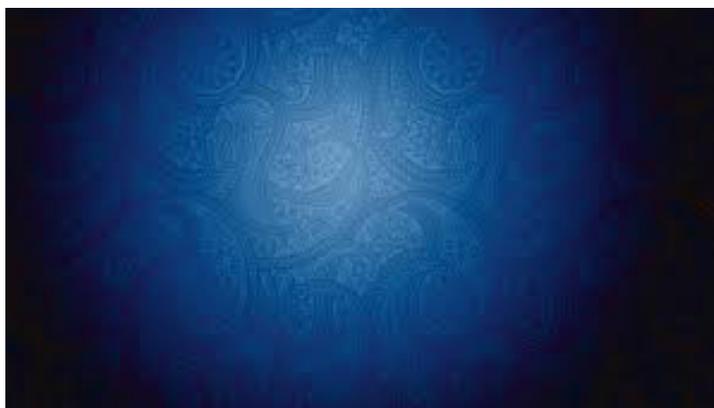
TEXTURAS:

Las texturas son una característica presente en casi todo, por lo que se implementan texturas visuales reales o alteradas mediante el color, en las imágenes del presente proyecto para poder generar puntos de atracción a la visual del grupo objetivo, a lo que se presentan estos ejemplos.

Sinónimos.

Real.
Disposición.
Estructura.
Grano.
Punto.

Imágenes Representativas.



Términos del Concepto.

NATURALES:

El parque está integrado no solo por las obras arquitectónicas para los vecinos, sino también con ambientes verdes naturales boscosos, en los cuales se fundamenta el término incluido en el concepto

Sinónimos.

Natural
Sencillo
Espontáneo
Abierto
Normal
Nato.
Orgánico.

Imágenes Representativas.



Visualización - Textual:

A continuación se detallan elementos de diseño importantes para la elaboración de todo el proyecto, basados en el concepto ESCALONES EN MOVIMIENTO DE TEXTURAS NATURALES:

Generalidades de las Piezas.

Elemento	Función	Técnica	Expresión
Diagramación	<p>Orientar los elementos de manera dinámica y escalonada en ejes, ascendentes.</p> <p>Organizar y segmentar la información de manera secuencial dentro del material evitando cortes dobles.</p>	<p>Uso de Ejes verticales con leve inclinación de no mayor de 30 a 45 grados, elevándose de izquierda a derecha.</p> <p>1 a 2 columnas por folio de cada pieza, dependiendo del ancho del mismo. Márgenes entre columnas de aproximadamente $\frac{1}{4}$ de pulgada.</p> <p>Márgenes externos alejando textos de los pliegues, dobles y cortes a una distancia aproximada de $\frac{1}{2}$ pulgada.</p>	Crecimiento

Elemento	Función	Técnica	Expresión
Diagramación	Realzar los contenidos informativos (titulares y textos) así como la imagen gráfica de ASOBRAN (logotipo) buscando diferenciar a estos elementos del fondo. Segmentar la información, en el material.	Plecas con transparencia con altos contrastes con el fondo que generen o distorsionen el color de los elementos en los que estén sobrepuestos.	Exaltación
Tipografía	Titulares: Aportar de un carácter natural a los titulares. Contenido de texto: Brindar fluidez y legibilidad al contenido.	Tipografía Script con un cuerpo tipográfico continuo. Densidad media. Las cajas de texto con una tipografía Serif (con remates) y color contrastante al color o imagen que sirva de fondo.	Naturalidad N/A
Color	Segmentar la información visualmente	Paleta de colores Ocre con Verdes. Inclinación a tintes de color Tierra, y color de las plantas. La paleta simula la relación a lo natural.	Naturaleza
Imagen / Fotografía	Presentar los avances descritos el contenido textual a través de una manera visual.		Recreación. Cambio

Desplegable e Inserto:

Elemento	Función	Técnica	Expresión
Soporte / Papel	<p>Evitar brillos asegurando la lectura de los textos, principalmente en los textos blancos.</p> <p>Evitar que los dobleces se quiebren, el material se deteriore, evitar transparencias entre el tiro y el retiro de los materiales que así lo presenten.</p>	Uso de materiales mate, de 90 a 120grs para evitar que se trasluzca en el soporte, como el papel Bond	N/A
Formato / Troquel	<p>Desplegable abierto: Segmentar la información contenida, en folios.</p> <p>Desplegable cerrado: Plegar el material a manera que presente una portada, además de formar una flecha señalando hacia arriba.</p>	<p>Desplegable abierto. Formato 17 x 11 plg. (doble carta)</p> <p>Desplegable cerrado. Formato 6.50 x 10.25 plg.</p> <p>Troquelado diagonales en la parte superior, generando diagonales que convergen formando una flecha hacia arriba. Sisas que separen en 4 folios el material, dejando uno de estos más grande.</p>	Crecimiento y Orden

Elemento	Función	Técnica	Expresión
Inserto (unifoliar)	Reducir el tamaño de la pieza para que pueda ser adjunta dentro del desplegable. (No se pliega.)	Formato 6.50 x 10.25 plg. Troquel superior en forma de flecha hacia arriba, además de cortes (0.125 plg) en los costados para reducir el ancho del material	Crecimiento y Orden

Reglamento:

Soporte / Papel	Economía y versatilidad	Papel Bond	N/A
--------------------	-------------------------	------------	-----

Formato.	Mantener un tamaño estándar que pueda ser impreso desde cualquier impresora de uso cotidiano.	Tamaño carta 8.5 x 11 plg. Orientacion vertical.	N/A
----------	---	---	-----

Banners en vinil:

Soporte / Papel	Durabilidad para uso en exteriores, evitar los reflejos provocados por fuentes de luz, para la óptima lectura del contenido impreso.	Papel Bond	N/A
--------------------	--	------------	-----

Formato.	Facilitar la lectura del contenido a distancia.	1x2 mts.	N/A
----------	---	----------	-----

Planeación Estratégica de Medios.

Selección de Piezas:

Para el proceso de implementación de las distintas piezas se tomó en cuenta, horarios y la estructura vial, recientemente modificada dentro de la colonia Bran.

En orden secuencial, se procederá a la implementación de las piezas diseñadas de la siguiente manera:

Desplegable:

Estos materiales se harán entrega a los residentes, en las oficinas administrativas de ASOBRAN, ubicadas en el parque, en donde cada vecino responsable de la cancelación de servicios, paga los mismos.

Dependiendo de los márgenes de presupuesto, en la impresión de estos materiales puede tomarse la decisión de entregar estos desplegables al momento de ir a pagar los servicios, esto con el fin de hacer inversiones económicas parciales moderadas y evitar tirajes largos.

El desplegable será entregado al momento que el residente se acerque a hacer el pago de los servicios.

Luego de haberse entregado, el mismo tendrá un periodo de vida de 2 semanas, estando sujeto al manejo que le dé el residente.

Unifoliar:

Este material tendrá la función principal de brindar a los residentes interesados en reservar el parque, los primeros requisitos en el proceso respectivo, que deben tomar en cuenta para poder gestar su debido trámite. Se entregará junto con el desplegable. Esta pieza, al igual que el desplegable, tendrá duración de 2 Semanas, esto ligado al manejo que le dé el usuario.

Banners:

2 piezas serán colocadas en las esquinas de la primera intersección, en la calle principal, que está frente al parque.

Se aprovechará la nueva orientación vial interna, para poder guiar a los vehículos de vecinos y visitantes que ingresen a la colonia, a transitar frente la puerta del parque, en la cual debe exponerse 2 banners.

Así mismo de colocar 2 ejemplares más, en la intersección de calles más transitada dentro de la colonia, a parte de la intersección principal al ingresar a la misma.

Las piezas deben ser colocadas de esta manera para poder ser vistas por los conductores y peatones que ingresen y salga de la colonia.

Se sugiere una exposición de las piezas periódica, de jueves a viernes en horarios de 15 a 18 horas y fines de semana de 7 a 17 horas. Con esto se evita que el material se deteriore muy rápido, aplazando su periodo de vida a 1 Año.

Reglamento:

Este material será la guía de reglas a que debe guardarse dentro y fuera del parque residencial, mediante normas de convivencia y respeto mutuo con los que se rige la colonia entera. Se entregará junto con el contrato que el interesado debe firmar al momento de hacer efectiva su reservación.

Esta pieza puede durar hasta 1 mes, tiempo suficiente para que la persona interesada en reservar el parque, pueda organizar y llevar a cabo su actividad.

Esta pieza debe durar de 3 a 4 meses en garita. Luego de la manipulación y uso, se sugiere que sea remplazado por un ejemplar nuevo.

La conexión de las piezas descritas anteriormente, radica en la secuencialidad con la que se implementan cada una de estas. También se apoyan unas con otras para lograr los objetivos del proyecto, que son: brindar información importante acerca de los parques y los beneficios que estos traen a las comunidades que los poseen e informar acerca de la opción de reserva del parque para actividades familiares, sociales y recreativas. Además que se busca invitar a los vecinos de la colonia, a disfrutar del parque con el que cuentan por medio de material promocional que les muestre detalles y actividades que se pueden desarrollar en el parque.

Fases estratégicas de comunicación

A continuación se detallan datos técnicos importantes para la elaboración de las piezas del proyecto:

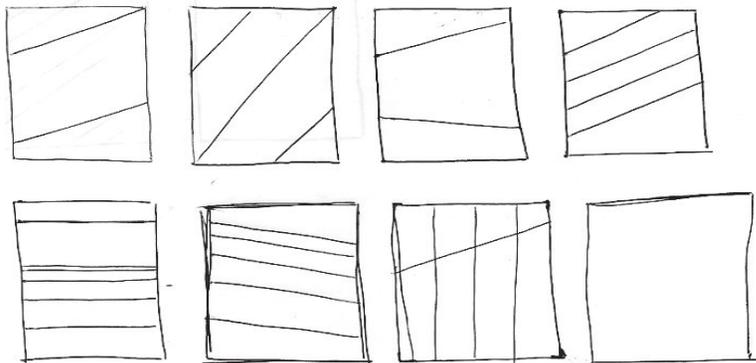
<i>Pieza</i>	<i>Medio</i>		<i>Formas de Distribución</i>		
	Físico	Carácter	Responsable.	Duración	Lugar.
Desplegable. / Inserto (unifoliar)	Impreso.	Informativo.	La persona en el puesto de administrador por parte de ASOBRAN.	Luego de entregado estos materiales, tendrán un periodo de vida de 2 semanas.	Oficinas administrativas de ASOBRAN en el parque Residencia.
Banners	Impreso.	Promocional.	Colaboradores de ASOBRAN, encargados de colocar los banners en los lugares determinados.	Se expondrán de jueves a viernes en horarios de 15 a 18 horas y fines de semana de 7 a 17 horas. Rotación mensual	Calle principal de la colonia Bran en las 4 esquinas de la primera intersección. Puerta principal del parque
Reglamento.	Impreso.	Informativo	La persona en el puesto de administrador del parque por parte de ASOBRAN.	30 días, para que vecinos reserven organicen y lleven a cabo su actividad. Tiempo de vida del material de en garita, 3 a 4 meses.	Oficina Administrativa del Parque, y en garita de ingreso.

Bocetaje para definir propuesta preliminar

Luego de indagar información pertinente y necesaria para el desarrollo de este proyecto, se inició con el proceso de bocetaje gráfico para determinar el diseño de las piezas necesarias. Todo éste proceso, tiene como base el concepto, “escalones en movimiento de texturas naturales”, el cual orientará cada etapa en busca de las más adecuadas soluciones gráficas.

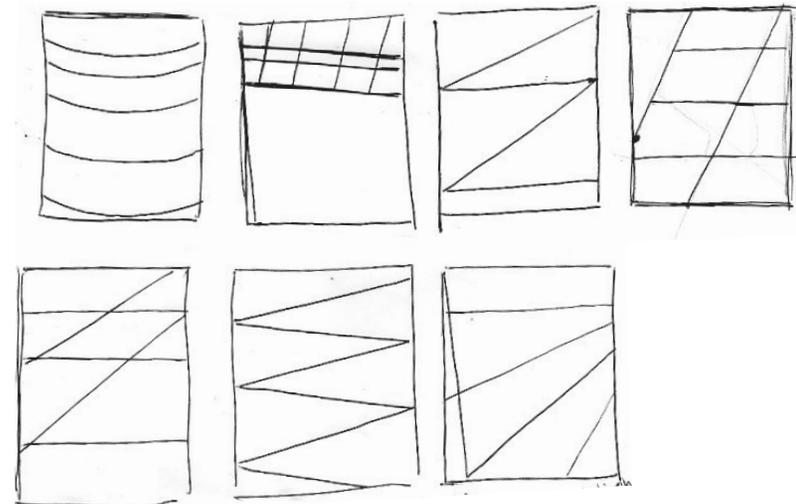
Etapa 1. Manual.

Ejes y Reticulas

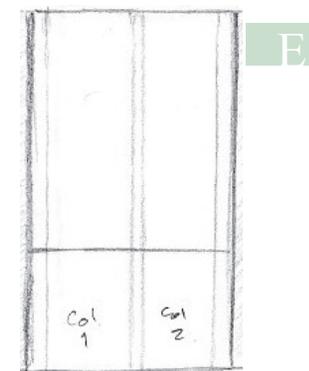
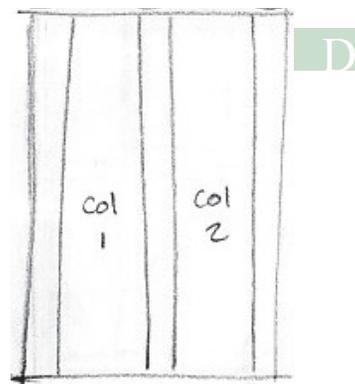
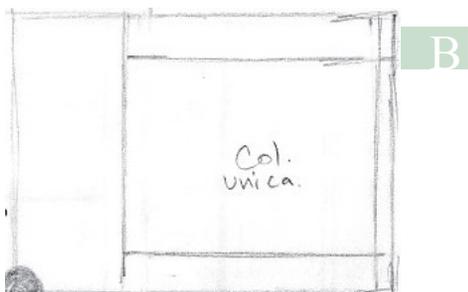
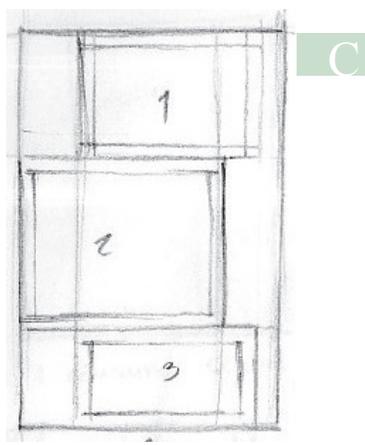
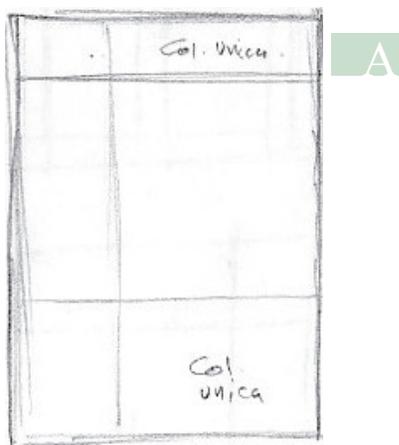


En un inicio, el desarrollo de las ideas se concentró en ejes y retículas de formatos de 8.5 x 11 pulgadas, que servirían como módulos base para las otras piezas a diseñar.

Según la parte del concepto, “escalones en movimiento”, plantearía las características fundamentales de estos primeros elementos de diseño.



Las primeras imágenes desarrolladas, se enfocan en ejes inclinados buscando transmitir crecimiento y dinamismo.



En el tema de retículas, los bocetos se enfocaron al principio en retículas de manuscrito, asumiendo la mayor la cantidad de información que se pudiera plasmar dentro de los materiales a realizar (imagen A).

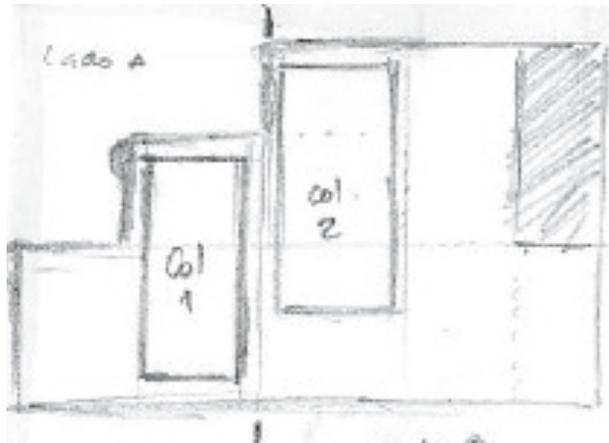
Estas retículas organizan los textos a manera de abarcar casi por completo el formato, dejando unicamente márgenes a los bordes (imagen B). Para poder variar este estilo de retícula, se decidió segmentar en párrafos y desalinearlos eston en bloques de texto como experimentación en la formación de escalones. (imagen C)

Los textos en manuscrito se perciben estáticos para la organización del texto, así que se optó por experimentar con retículas de columnas (imagen D y E). En el desarrollo de estas retículas, se toma en cuenta las formas escalonadas que se puedan plasmar con las columnas, dado el concepto del proyecto de: “escalones en movimiento”. Las imágenes podrían aportar a la orientación de las retículas.

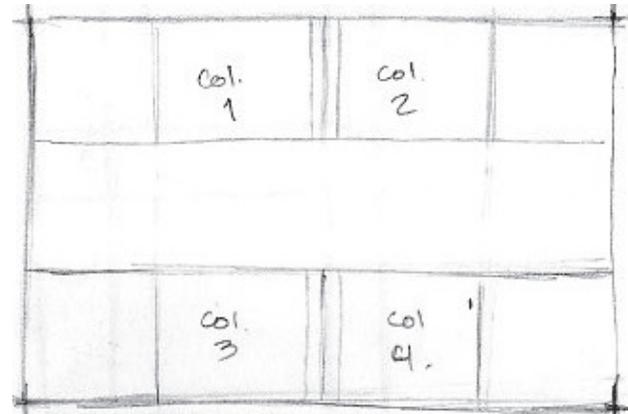
Además de la organización dinámica, lo que más aporta este tipo de retícula, es la segmentación de la información.

La verticalidad aplicada en la diagramación puede ser utilizada para sugerir crecimiento relacionado al área de intervención que es “desarrollo comunitario por medio del parque.”

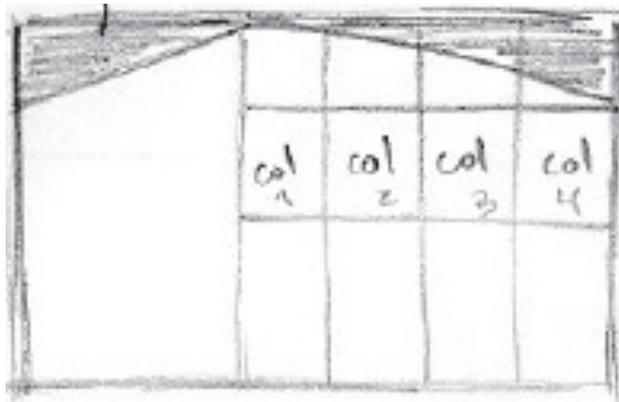
Las retículas de columnas, en conjunto con, la aplicación de ciertos cortes y troqueles pueden complementarse bien. Las columnas pueden regir dichos cortes o los cortes pueden delimitar dónde pueden colocarse columnas para insertar el texto. Además de ésto, se debe tomar en cuenta la tipografía de los cuerpos de texto, así como el tamaño de la misma.



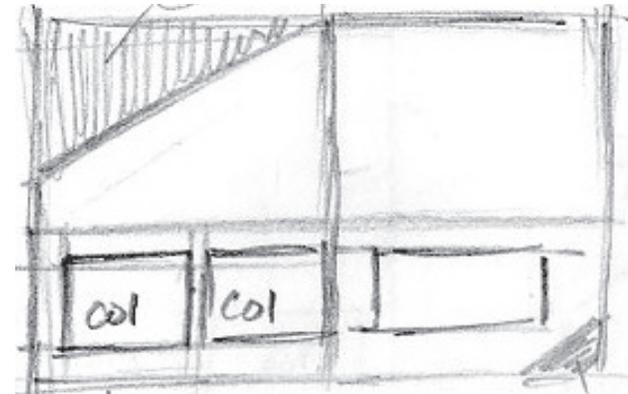
F



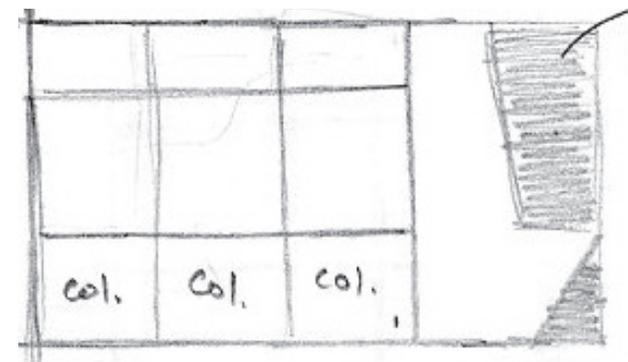
H



G

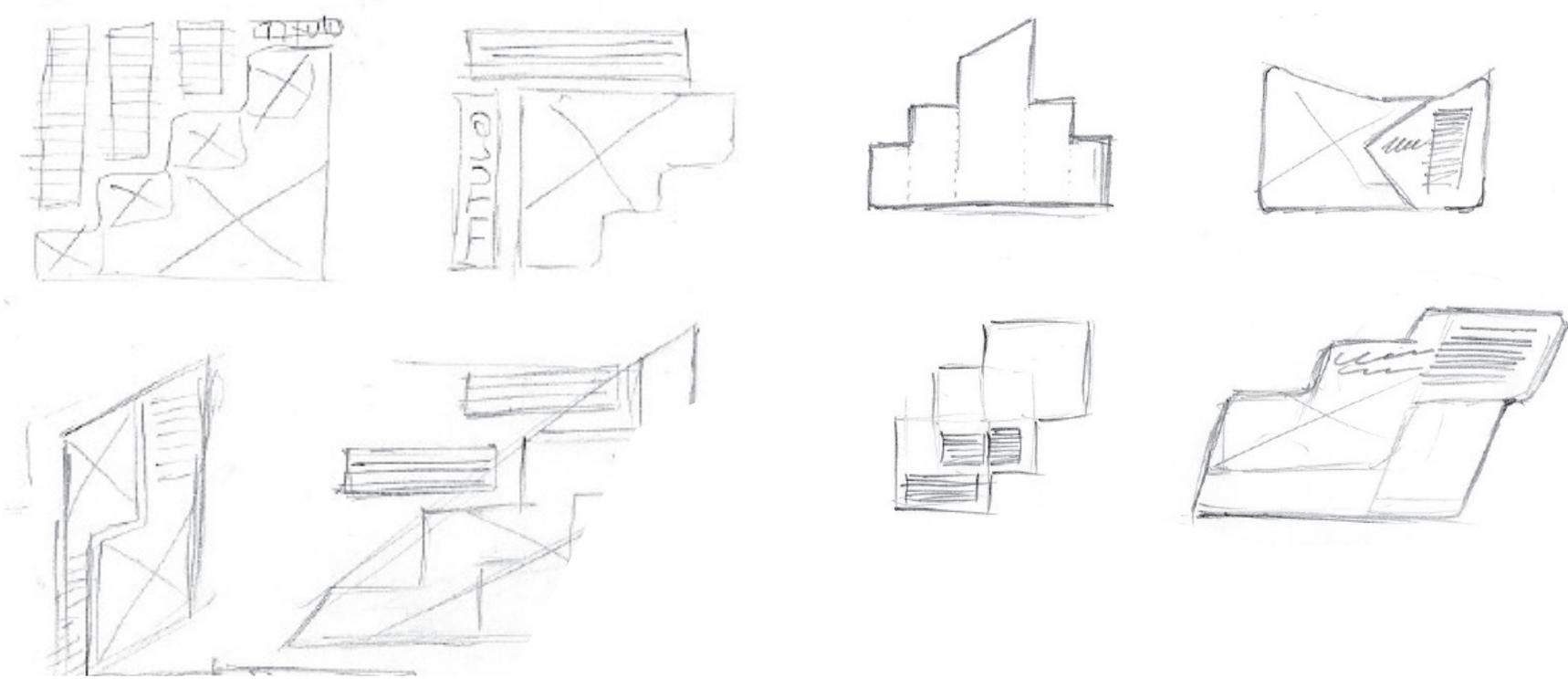


I



J

La experimentación con troqueles se trabaja paralelamente a los ejes y retículas, y lo importante en este avance es: establecer cómo deberán ser las cajas de texto para el contenido de las distintas piezas, ya se que se implementen retículas de columnas.

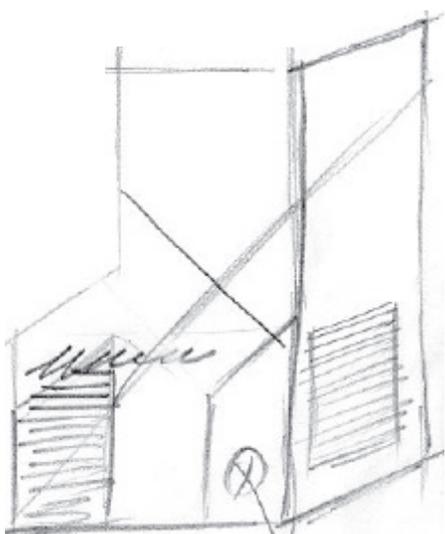


La experimentación con los escalones, generan una r tcula con muchas áreas rectangulares. Se deben evaluar elementos que puedan romper la r tcula otorgarle variedad al diseño.

Desfases en los ejes centrales pueden lograr dinamismo con los escalones.

Los ejes simétricos, aportaran más al concepto de crecimiento o desarrollo comunitario.

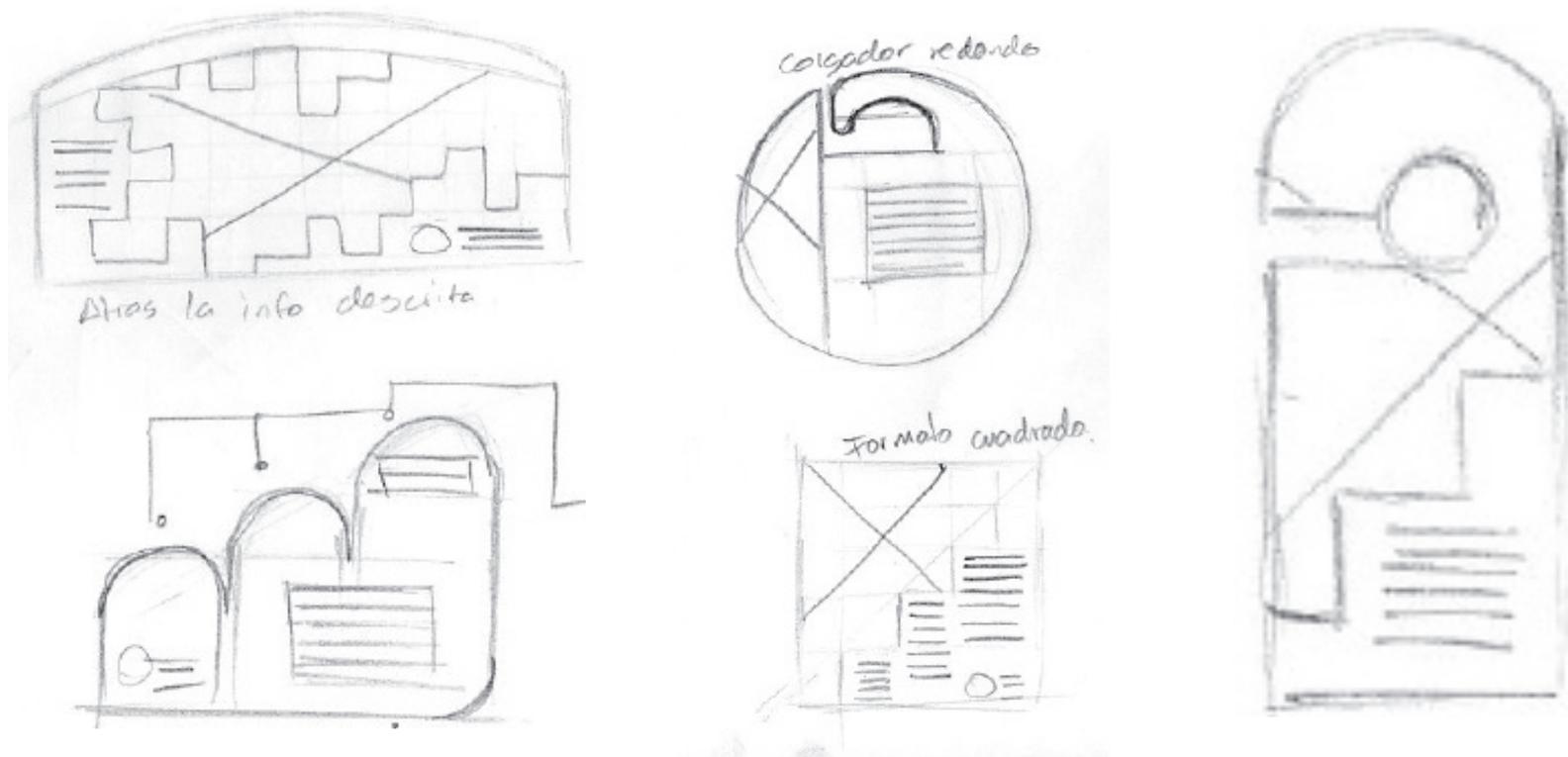
La r tcula de columnas, para textos como en el actual proyecto, puede segmentarse de mejor manera el contenido.



Los despleables, son materiales convencionales, que pueden ser portados y manipulados, por el grupo objetivo de manera sencilla. Su diseño puede lograr fomentar el interés acerca del contenido, y para esto los troqueles inician a ser parte fundamental de los despleables, dado que les pueden aportar detalles que en piezas convencionales, no son comunes.

Se deberá tomar en cuenta que el despleable no incluya troqueles que produzcan demasiados espacios vacíos o inutilizables. Un formato que puede desplegarse puede encajar con las retículas de columnas, aunque con inclinaciones puede dificultar la lectura al no incluir el mismo ángulo de inclinación del folio respecto a la caja de texto.



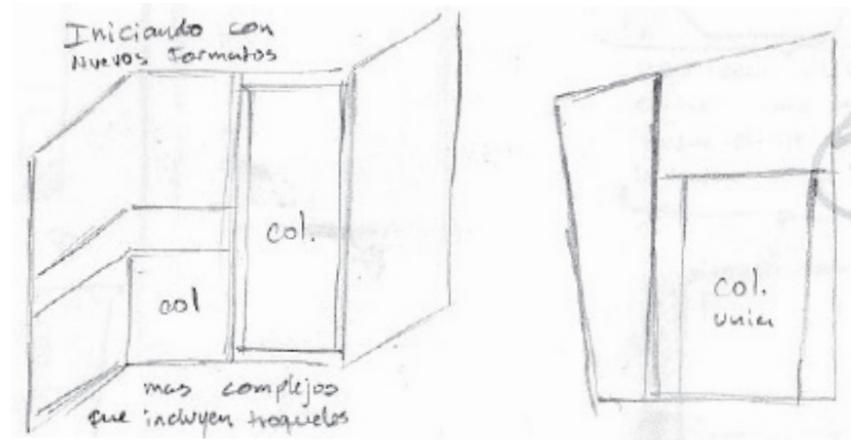
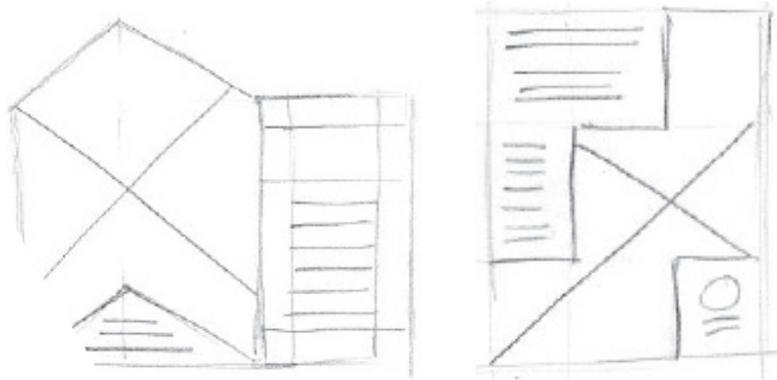


Entre los distintos materiales que se proponen, los desplegables son buenas opciones, según las cantidad de información que deba incluirse en la pieza.

La información que ASOBRAN desea trasladar es diversa, y que al segmentarla, clasificarla y sintetizarla, no incurre en textos extensos que requieran de algún tipo de cuadernillo o libro, el cual puede requerir una fuerte inversión económica para llevarlo a cabo.

Contrario a esto, la información logra condensarse en datos puntuales e importantes. Ésta información es la que el vecino debe conocer respecto a la colonia, su historia, el parque y la importancia del mismo para todos los residentes. Un desplegable similar a un trifoliar, parece aportar el equilibrio entre espacio a utilizar y cantidad de textos a incluir.

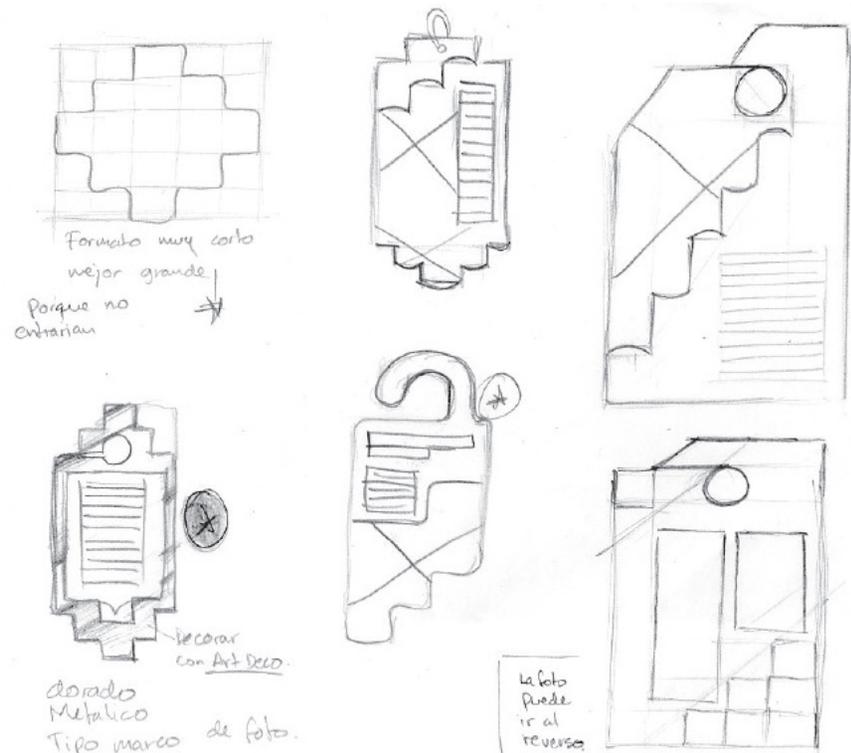
El formato deberá ser pequeño para poder aprovechar aún más el material, dado el tiraje que será requerido y según un presupuesto que se prevé será bajo.



El tipo de información que se incluirá en las piezas, se depuro y no será extensa pero si variada, por lo que se opta por distribuir el contenido entre el desplegable y un material que complemente. Con esto se logra evitar el desarrollo de materiales que requiera de multiples páginas para transmitir diversidad de temas, y que haría de la pieza un material muy extenso de leer.

Como primeras ideas para el material complementario, se analizarón las opciones de: unifoliales, volantes y colgadores de puerta, que luego de una evaluacion mas profunda, por la versatilidad de implementacion, asi como costos de reproduccion, el volante es una opcion fuerte para incluir.

Debe mantenerse unidad entre esta pieza y la principal, la cual contiene mayor información. para esto se analizan troqueles que puedan generar esa similitud entre el desplegable y el volante.



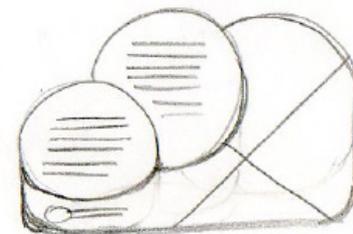
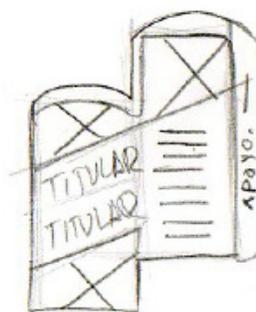
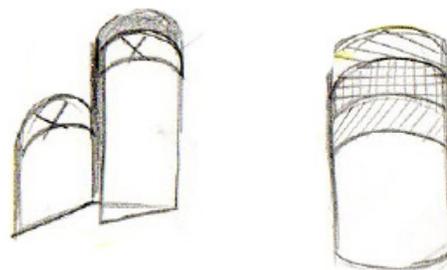
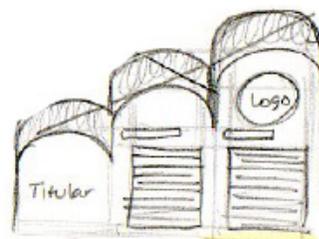
Desplegable.



Enfocándose en el desplegable, éste debe manejar de manera escalonada cada folio, para que mantenga unidad con el concepto.

ESCALONES EN MOVIMIENTO DE TEXTURAS NATURALES.

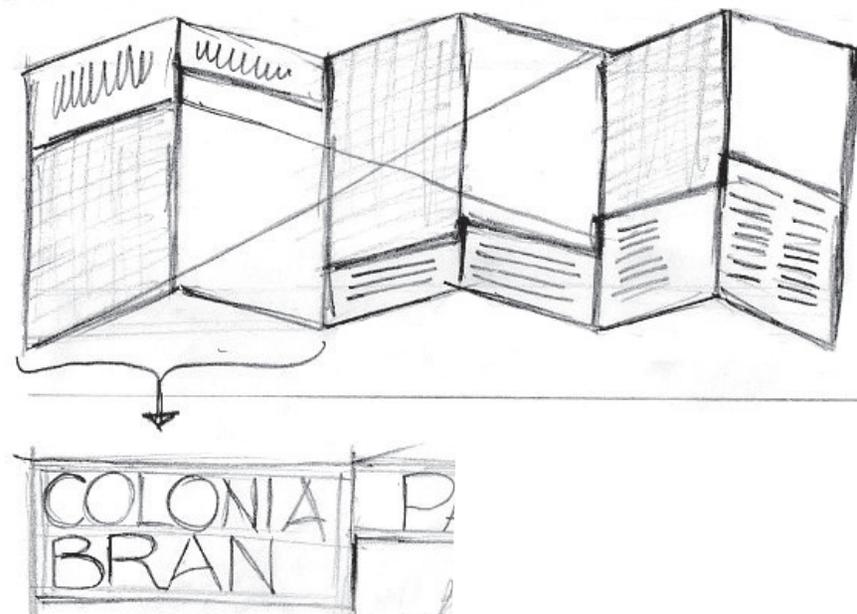
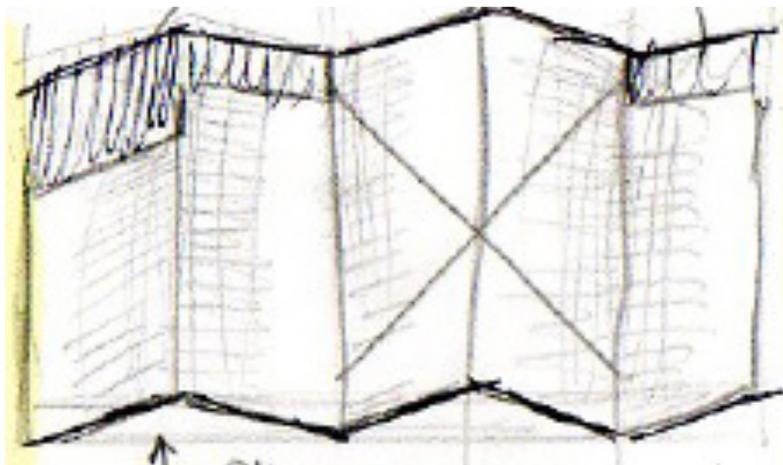
Para establecer características fijas en las piezas, se evalúa una misma figura, en la forma del troquel, para que ésta característica sea un elemento de unidad de entre las piezas.



Un formato como el que busca implementarse (desplegable), puede segmentar la información puntual de mejor manera. y se podría, reducir costos haciendo el desplegable mas pequeño,

Un formato pequeño, puede implementarse facilmente en las medidas estandar de una pagina carta (8.5x11plg). aunque debe evaluarse el tamaño de los demas elementos de la pieza.

Desplegable.



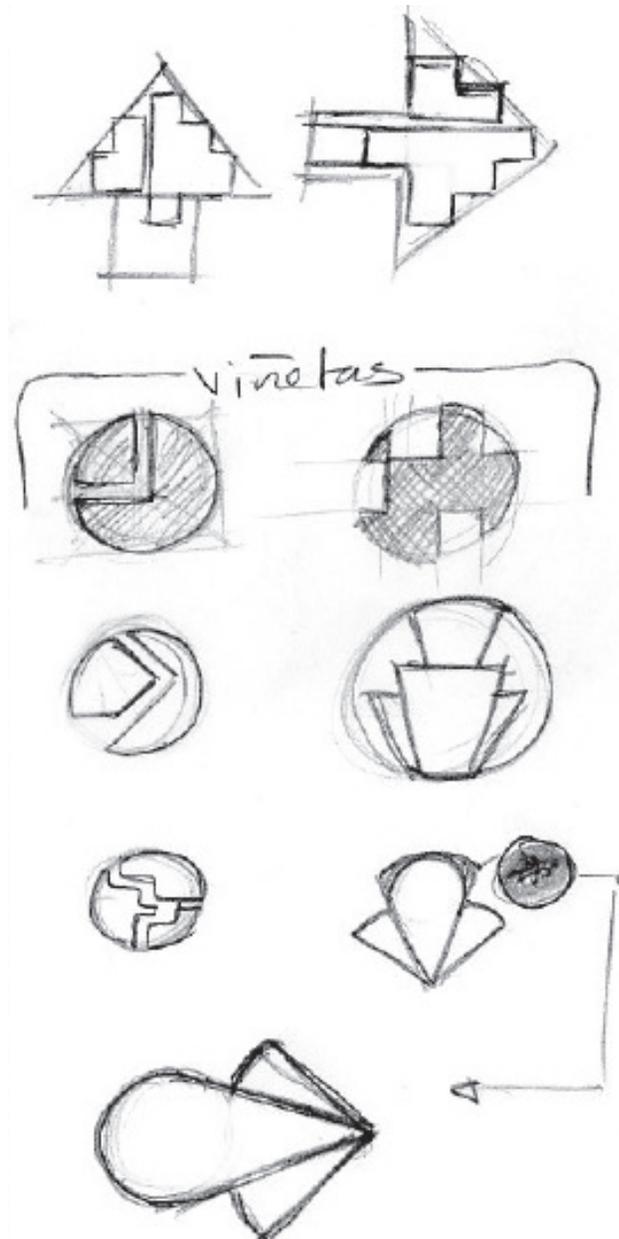
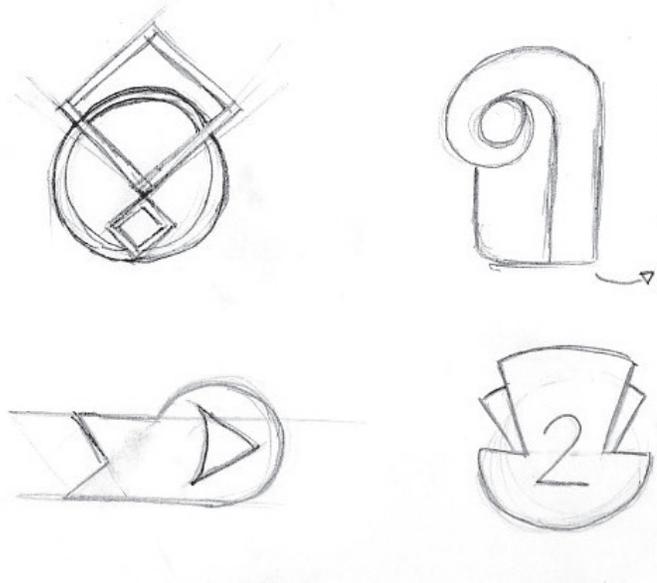
El desplegable deberá ser de más de 4 folios para mantener espacios negativos, a los textos y titulares.

Además de lo anterior, las columnas encajarán sobre los folios según sea la retícula.

Las imágenes podrán encuadrarse de forma que abarquen el total del espacio del formato, y el texto recaerá sobre preclasos o reservados de color, en contraste con el color de la tipografía.

Se evalúan los espacios para tipografías de titulares, y en una primera instancia, se experimentan con titulares totalmente orientados en el eje vertical. Más adelante, se experimentarán cajas de texto para titulares, pero a este nivel una buena opción serían las tipografías sobrias y elegantes.

Aún cuando los titulares se coloquen de manera horizontal, la línea puede desfasarse, influenciado por los mismos folios del material. Los titulares pueden colocarse de forma escalonada respetando los márgenes y guías de las columnas.



Se evaluaron formas escalonadas y también circulares, para poder implementar en los distintos materiales, buscando darle variaciones a las retículas de columnas.

Estos elementos podrán generar viñetas, plecas u objetos que sirvan como punto focal para orientar al lector en los distintos temas.

Estos elementos, aportarán elegancia a un diseño que podría caer en la idea de enfoque ecológico dadas las, pero que debe percibirse como desarrollo comunitario.

El contraste estructurado de estos elementos puede contrastar con la naturalidad de las imágenes que puedan presentarse.

Fase 2. Digital.

Tipografía

Opción 1.

Tras evaluar varios tipos de letra para implementar se seleccionaron éstas que según la investigación previa, aportan beneficio a la legibilidad

El tamaño de cada uno de los textos para cajas de información varía según los tipos de letra.

Esto último da como resultado variaciones en el interlineado y espaciado entre caracteres.

Rage Italic

Tú Colonia,
Parque,
Historia.
Aa Pp Qq Vv

Candara

Instalaciones en buenas condiciones, contribuyen a la calidad general de vida de la comunidad entera. Una comunidad con buenos parques, y otras instalaciones generan ambientes sociales agradables para vivir. Los residentes pasan más tiempo en la comunidad y conviven unos con otros y con esto se genera un sentimiento de comunidad.

También se pueden mencionar los beneficios de exposición y oportunidad en las instalaciones comunitarias. Si éstas se encuentran en buen estado, se pueden llevar a cabo actividades intelectuales, culturales, y físicas. Arte, Música Libros y Deportes son algunas.

Opción 2.

En los titulares, dado que es un material estructurado en retículas rectas escalonadas, se busca que puedan romper la retícula ya sea por la familia tipografía a la que pertenezcan, o por la posición en la que se coloquen.

Goudy Old Style Bold

Tú Colonia,
Parque,
Historia.
AaPpQqVv

DaunPenh (en punto 16 con interlineado manipulados)

Instalaciones comunitarias en buen estado suelen generar sentimientos de propiedad y orgullo en los residentes, así como también se pueden propiciar servicios de beneficio para todos.

Los parques en especial, pueden prevenir mayormente en niños y jóvenes, actitudes y comportamientos que puedan llevar a la delincuencia y vicios.

Las instalaciones comunitarias pueden aumentar el nivel de justicia y equidad en una comunidad, ya que sin importar el estatus socioeconómico de los usuarios, todos tienen acceso a dicha instalación.

Instalaciones como parques plazas patios etc., propician de lugares de encuentro que mejoran el carácter social de la comunidad.

Opción 3.

La tipografía con remates beneficia la lectura reduciendo el espaciado entre líneas lo cual ayuda en la diagramación de los distintos materiales dada su discontinuidad.

Baskerville Old Face

Tú Colonia,
Parque,
Historia.
AaPpQqVv

Centaur

Instalaciones en buenas condiciones, contribuyen a la calidad general de vida de la comunidad entera. Una comunidad con buenos parques, y otras instalaciones generan ambientes sociales agradables para vivir. Los residentes pasan más tiempo en la comunidad y conviven unos con otros y con esto se genera un sentimiento de comunidad.

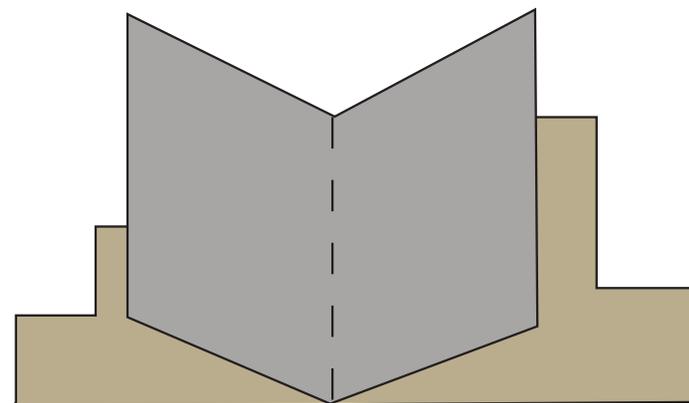
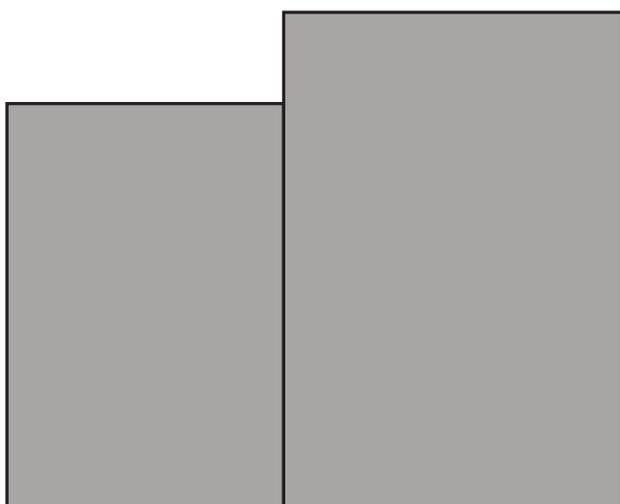
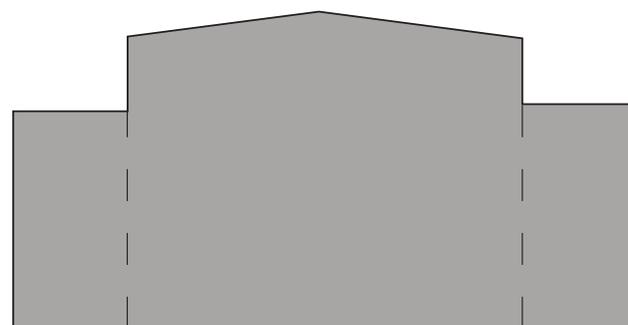
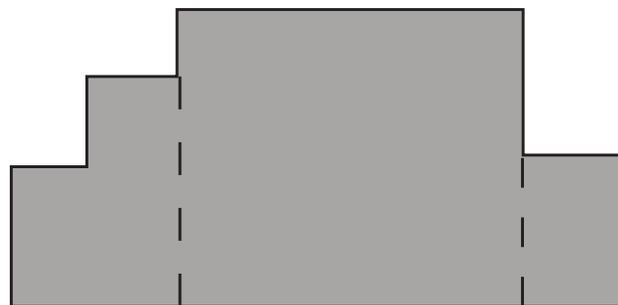
También se pueden mencionar los beneficios de exposición y oportunidad en las instalaciones comunitarias. Si éstas se encuentran en buen estado, se pueden llevar a cabo actividades intelectuales, culturales, y físicas. Arte, Música Libros y Deportes son algunas.

Formatos y Diagramación.

Antes de integrar las imágenes y los elementos gráficos, se evalúan algunas opciones de formato, plegables y multi-página. Esto con el fin de contar con suficiente espacio para la información a incluir en un formato pequeño (tamaño carta abierto) que pueda reducir costos de impresión.

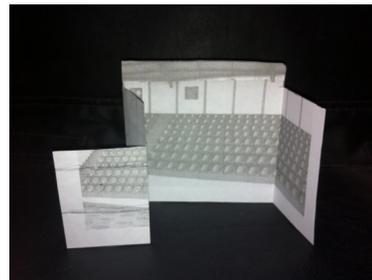
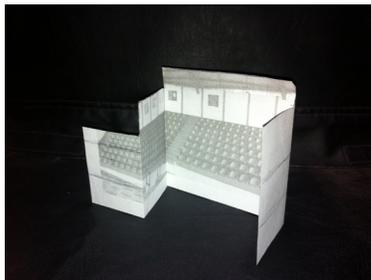
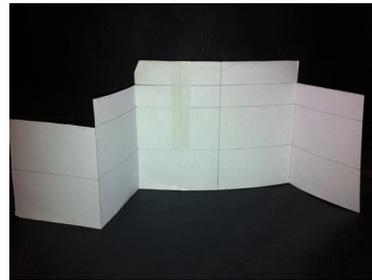
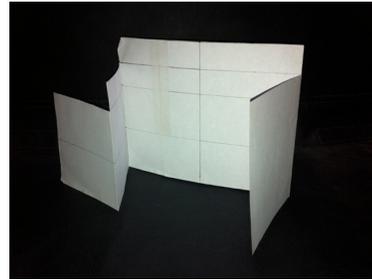
Estos formatos, específicamente en el multi-página, no solo segmentarían la información por páginas sino que es posible alternar información y fotografías, para hacer un diseño dinámico.

Además, los formatos tipo desplegable, pueden reducir costos, sacrificando espacio para imágenes y enfocándose en textos ya que las personas que componen el grupo objetivo, mencionan según la encuesta que su preferencia es leer.

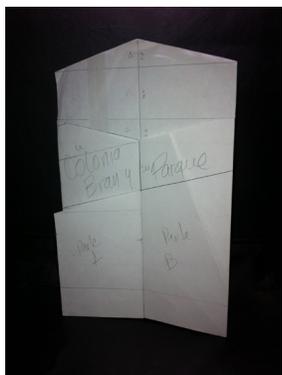


Troquel Base del Desplegable

El desplegable como material principal, será la base de las demás piezas, aportando detalles aplicables en los distintos medios. Al principio, se experimentó con troqueles que pudieran ser impresos en parejas (2 unidades copletas por hoja carta) en formatos 8.5x11 pulgadas a tiro y retiro full color en material brillante como el texcote.



Segunda versión de Troquel Base



Luego de una evaluación del tamaño del formato, en el que la imagen no causa impacto, los textos son demasiado pequeños sin posibilidad de resumir la información y que además los elementos gráficos de tendencia Art Deco que se planeaba implementar, restan aún más espacio y contrastan demasiado con las fotos del parque, se decidió evaluar un formato más grande y descartar los elementos tan contrastantes de la tendencia para simplificarlos y dar más importancia a las fotografías y espacio a la información.

Este nuevo formato se centrará en las dimensiones de 17x11 pulgadas. Las imágenes podrán ser más grandes, y bajo esta situación se pueden aprovechar espacios de la fotografía para colocar textos, y dejar libres otros detalles de la imagen cause impacto.

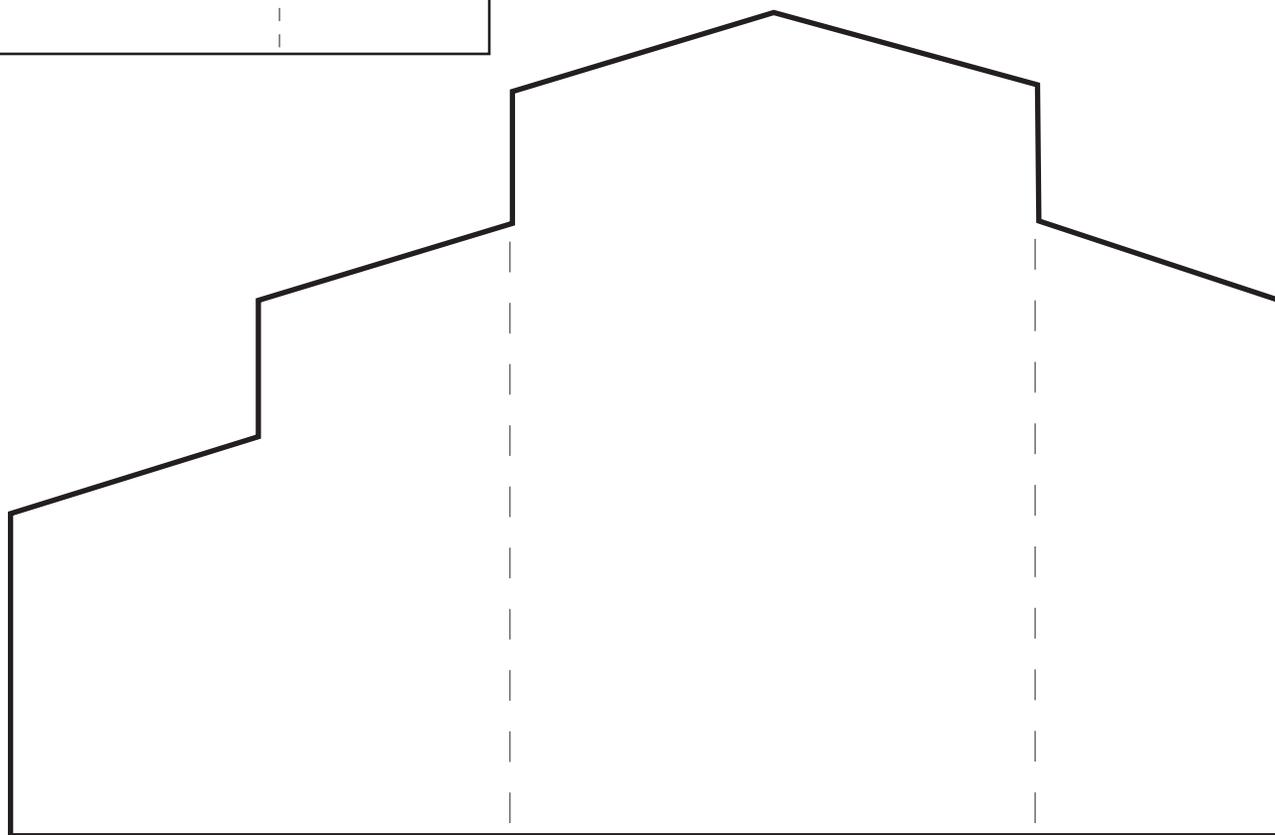
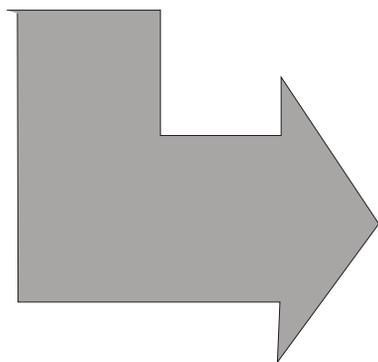
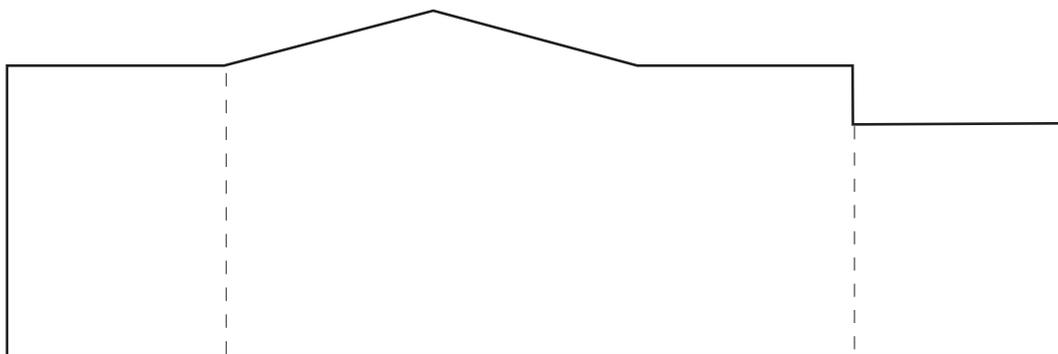
En un inicio se experimentó con formatos media carta para que el material pudiera ser desarrollado desde cualquier medio impreso del cual ASOBRAN pudiera hacer uso.

Tras experimentar con formatos pequeños se estableció que el desplegable debía ser más grande, aun incurriendo en una inversión más fuerte, dado que las imágenes en panorámica podían generar un mejor impacto visual, al ser más grandes y dar espacios para insertar textos.

Además los textos con un punto demasiado pequeño no son legibles, y la cantidad de información no es lo suficientemente breve.

El formato que se propuso es el doble carta, que plegado es un material bastante manejable y el beneficio que le aporta a las imágenes y a los textos es evidente.

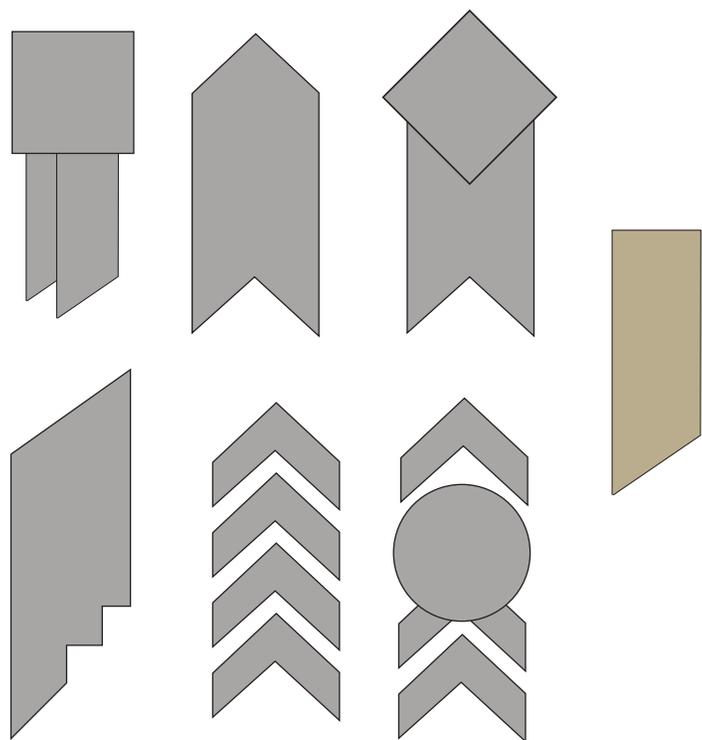
Cambio de Formato



Elementos Gráficos.

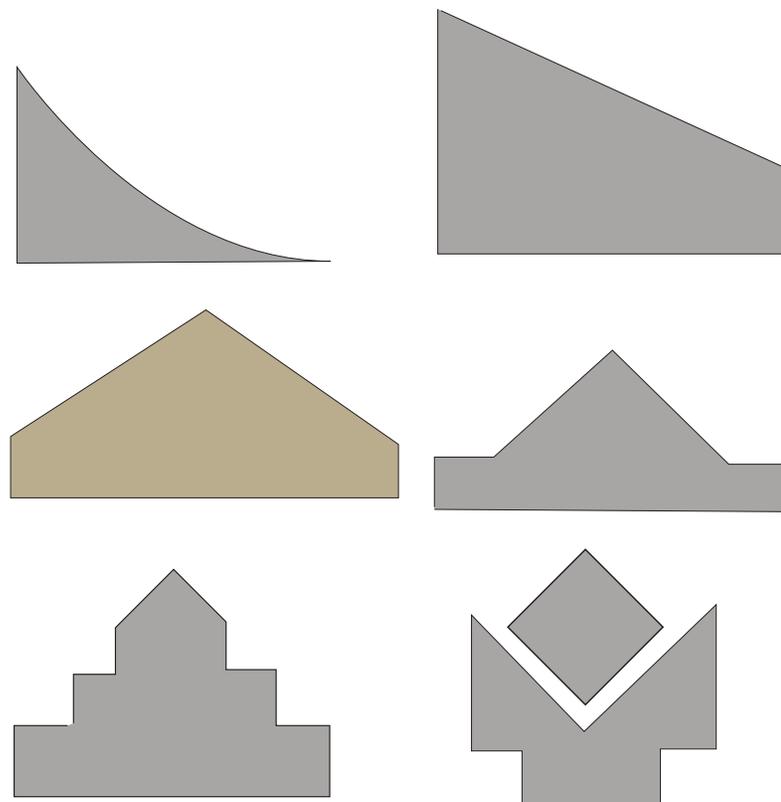
Al evaluar las posibilidades y características de los banners se optó por piezas orientadas verticalmente reforzando la idea de crecimiento. Para estos banners se evalúan los elementos gráficos que los acompañarán.

Entre estos elementos, se decide implementar plecas para logotipo y texto



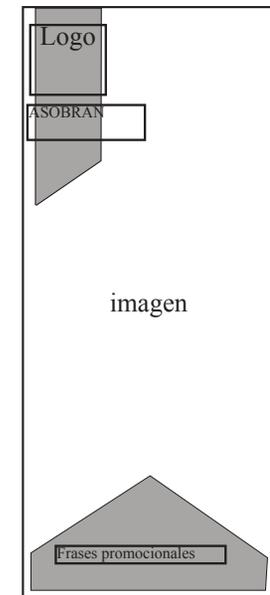
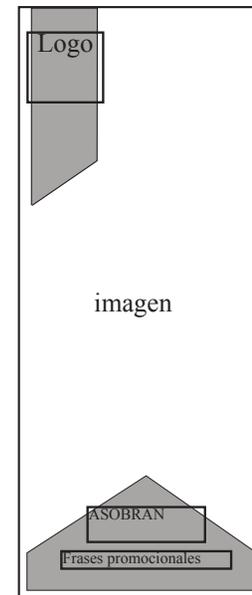
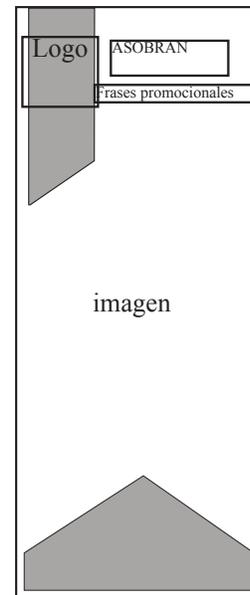
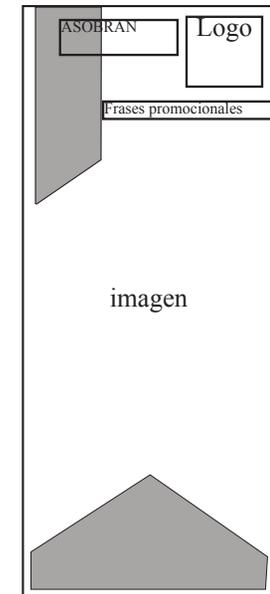
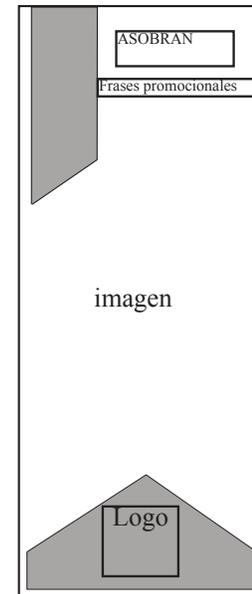
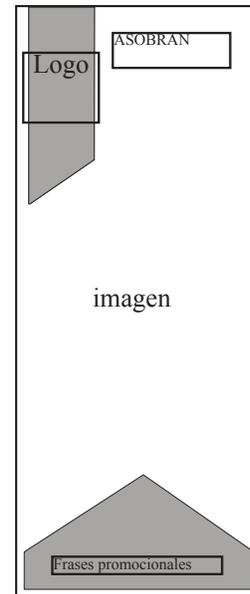
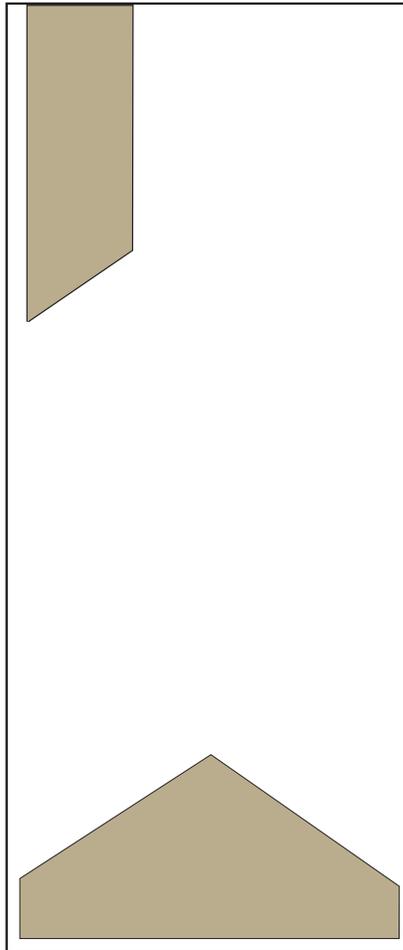
Los elementos seleccionados, serán implementados en los distintos materiales, según puedan aportar a cada una de las mismas.

Estas plecas, son diseñadas a manera de acompañar a los titulares como información adjunta o pie de página.



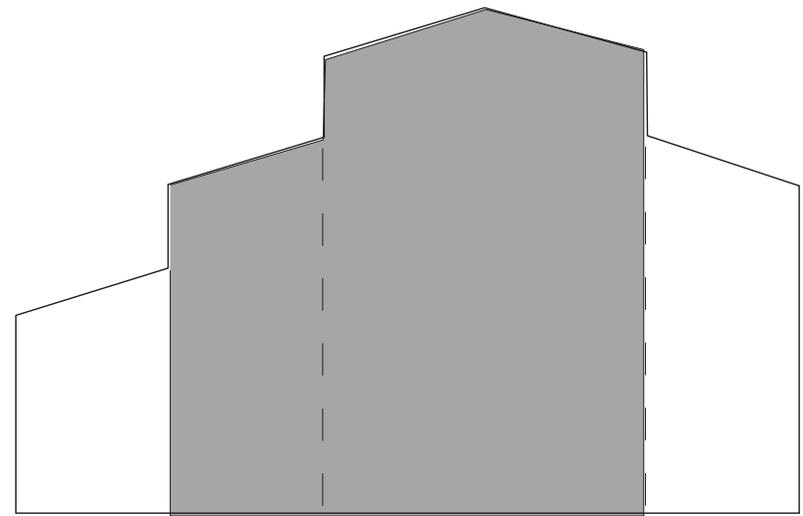
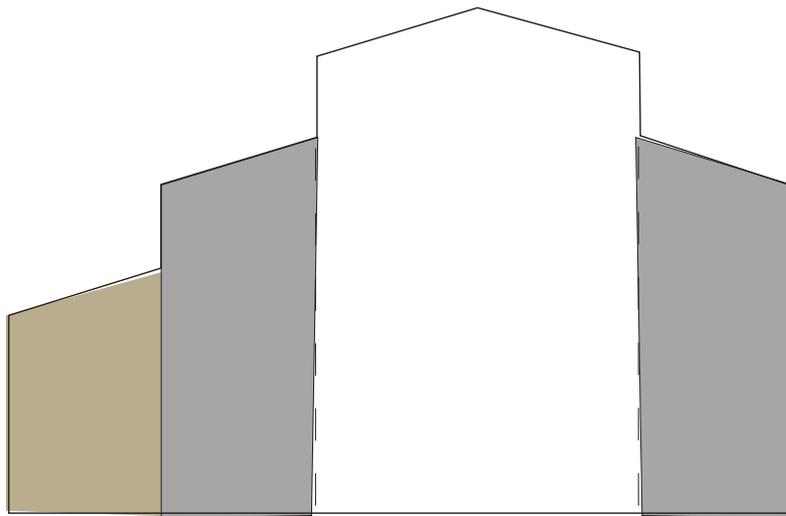
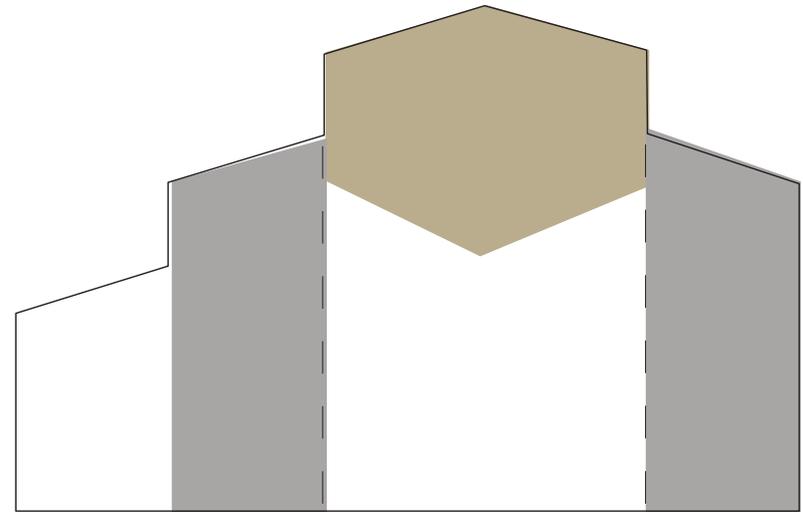
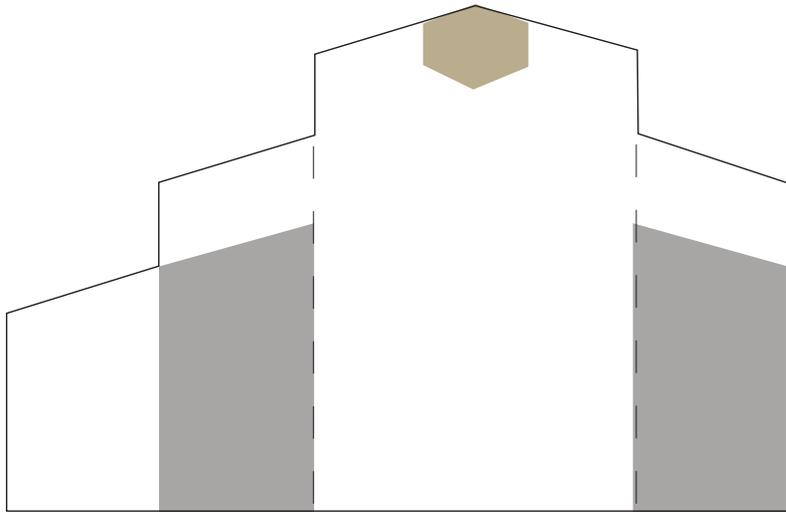
Banners

Luego de decidir los elementos gráficos que unificarán los distintos banners, se procede a la implementación de texto e imagen de ASOBRAN (Logotipo)



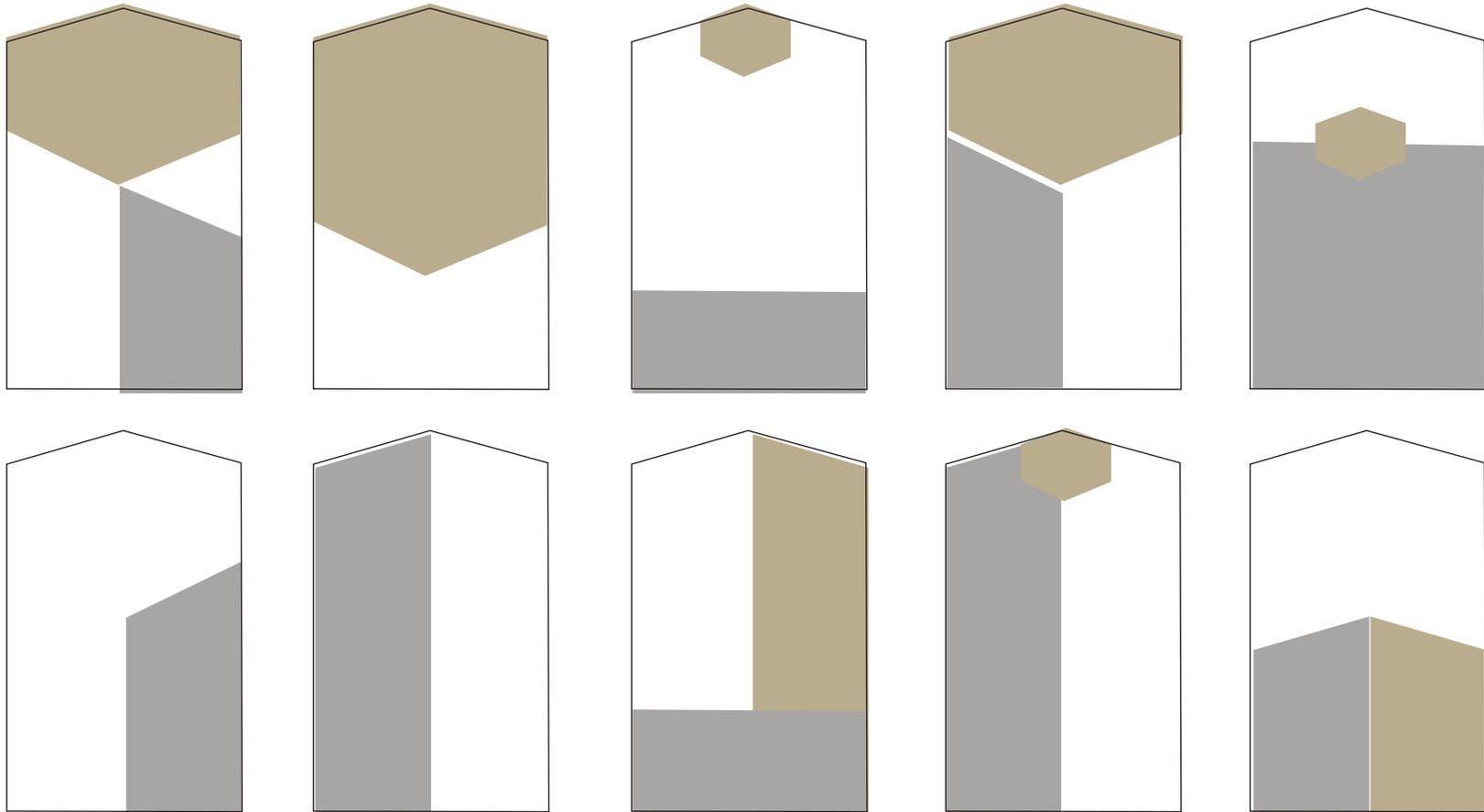
Desplegable.

Se experimenta llenando el 100% de cada uno de los cuerpos en el caso del desplegable y distribuyendo los elementos más importantes como el logotipo y texto.



Unifoliar.

En el caso de los Unifoliales y Banners, los bloques pigmentados se limitarán a resaltar la información que será breve y la marca, dejando sin alterar en las fotografías elementos interesantes que se hayan encuadrado, con esto se decide que en los formatos de un solo cuerpo, la fotografía proveerá del espacio a utilizar por parte de las plecas y textos.



Fotografía Panorámica

Tras una sesión fotográfica previa, se establecieron puntos interesantes de encuadre en el parque.

Para el este proyecto se hará uso de la fotografía, como elemento de diseño, para poder utilizar en los fondos de cada una de las piezas.

El parque cuenta con muchos elementos que pueden aportar al concepto del proyecto. Las texturas son muy abundantes por los colores, y materiales incluidos en toda la extensión del parque.



Al enfocarse en elementos específicos de los ambientes del parque, se excluyen a otros elementos que también aportan al concepto, pero que en la diversidad de fotografías dan la sensación de ser lugares distintos o ajenos al parque como el auditorium, que es una edificación poco común en parques comunitarios.

Las áreas de juego son diversas para distintos deportes y actividades pero la implementación de estos espacios en la fotografía, requiere de bastante retoque fotográfico dada la el deterioro de las instalaciones en lo que se refiere a pintura y acabados, a pesar de esto las instalaciones dentro de cada imagen se perciben funcionales.

Se deben unificar visualmente las distintas series de fotografías tratando de encuadrar elementos que se repitan para poder lograr unidad.





Las imágenes deben unificarse no solo por encuadres sino que al momento de diagramar, tratar de implementar los mismos elementos gráficos para que las distintas piezas tengan distintivos idénticos, y no solo similares como podría darse en los encuadres. Así mismo, el parque debe presentarse como un lugar amplio o grande, por lo que se evalúa la idea de implementar panorámicas, que no solo podrán encuadrar varios elementos en una misma fotografía.

El parque se está presentando en las imágenes sin afluencia de personas, se debe evaluar en propuestas preliminares y finales, que reacciones causan las imágenes sin personas. Según Marshall el fotógrafo al enfocarse lo menos posible en el ser humano que pueda aparecer en las fotografías logra la atención sobre elementos naturales y espontáneos. Las imágenes de lugares pueden aportar más interés al lugar, que a las personas que puedan aparecer en la fotografía.





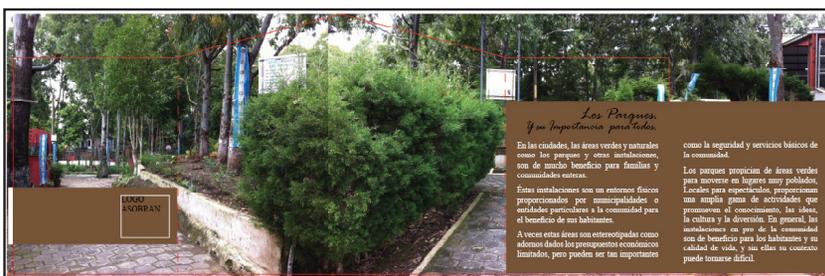
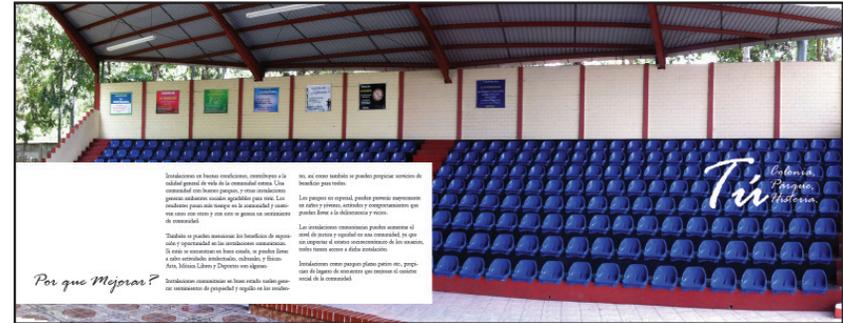
En la siguiente visita, se eligió el uso de fotografías panorámicas, para poder abarcar el formato entero, así como también presentar la amplitud del parque por medio del sangrado de las distintas fotografías.

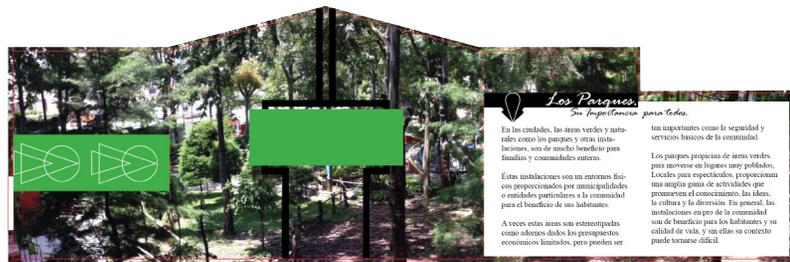
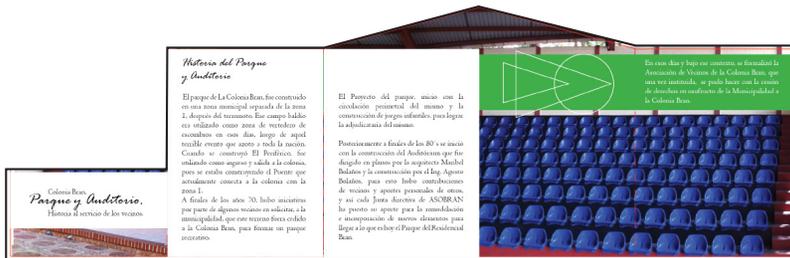
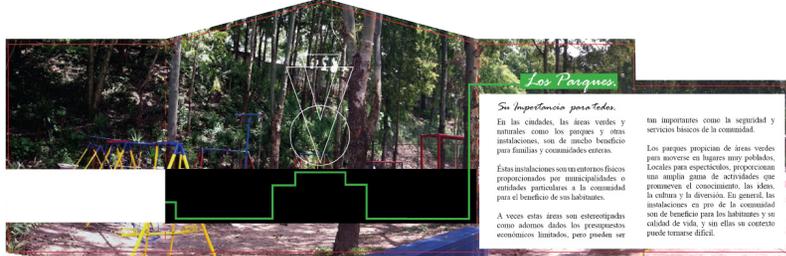
El parque cuenta con varios ambientes, y dado el grupo objetivo al que va orientado el proyecto, las imágenes no se enfocan en ambientes de niños o deportivos sino en espacios que se presten a actividades diversas.



En las propuestas diagramación iniciales se diseñó el formato horizontal, el cual es la mitad de un formato doble carta en su lado más largo, limita el tamaño de la letra. Y por su parte la fotografía ocupando toda el área por lo que no se aprecian los detalles que transmitan la amplitud y naturaleza del parque.

El espacio entre los elementos deja áreas despejadas para implementar las opciones de troqueles a evaluar. El material en husky en el que se imprimió esta primera prueba se deteriora rápidamente en sus dobleces.





Los elementos basados en el art deco, contrastan demasiado en las imágenes del parque, aun cuando señalizan la lectura y la separan, los elementos pesan más que los textos y titulares visualmente.

En ocasiones los distintos elementos se cortan, produciendo errores que se perciben como errores al no tener continuidad entre los distintos folios.

El Art deco será descartado por el contraste que genera en las imágenes.

Se evaluará un formato más grande, dado que la información es demasiado escasa, y el espacio también.

Se necesitan imágenes con más impacto y encuadres que puedan ser explotados en el proyecto.

En el proceso de establecer el formato, el troquel triangular que se aplica en la parte superior puede aportar a dar la idea de un techo de una casa, así como también formar una flecha hacia arriba la cual puede representar el crecimiento o desarrollo de la colonia.

Entre las gamas de colores, se utilizaron pocos tonos de verde porque las imágenes ya poseen este color, mientras que el Gris será aplicado solo al retoque de imágenes en áreas de concreto.

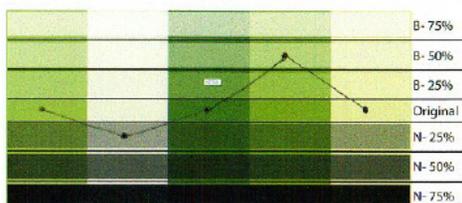
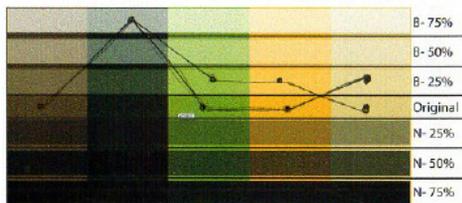
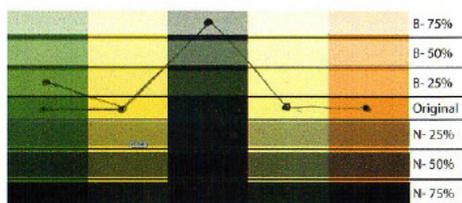
Colores.

Tras una evaluación previa, se habían seleccionado 3 fuentes de color.

Colores fríos, colores basados en la naturaleza y colores basados en la tendencia de ART DECO. Algunos de los colores en las 3 fuentes eran muy parecidos así que se decidió indagar en las gamas de la naturaleza ya que en esta estaban contenidos algunos colores de las otras 2 fuentes.

Las gamas seleccionadas, son colores tierra en su mayoría: un color verde y un color gris.

1. Rojo: color proceso. (C:13 M:76 Y:97 K:2)
2. Naranja: color proceso. (C:13 M:44 Y:97 K:0)
3. Cafe: color proceso (C:42 M:60 Y:80 K:33)
4. Gris: color proceso (C:29 M:31 Y:30 K:0)
5. Verde: color proceso (C:82 M:29 Y:100 K:16)



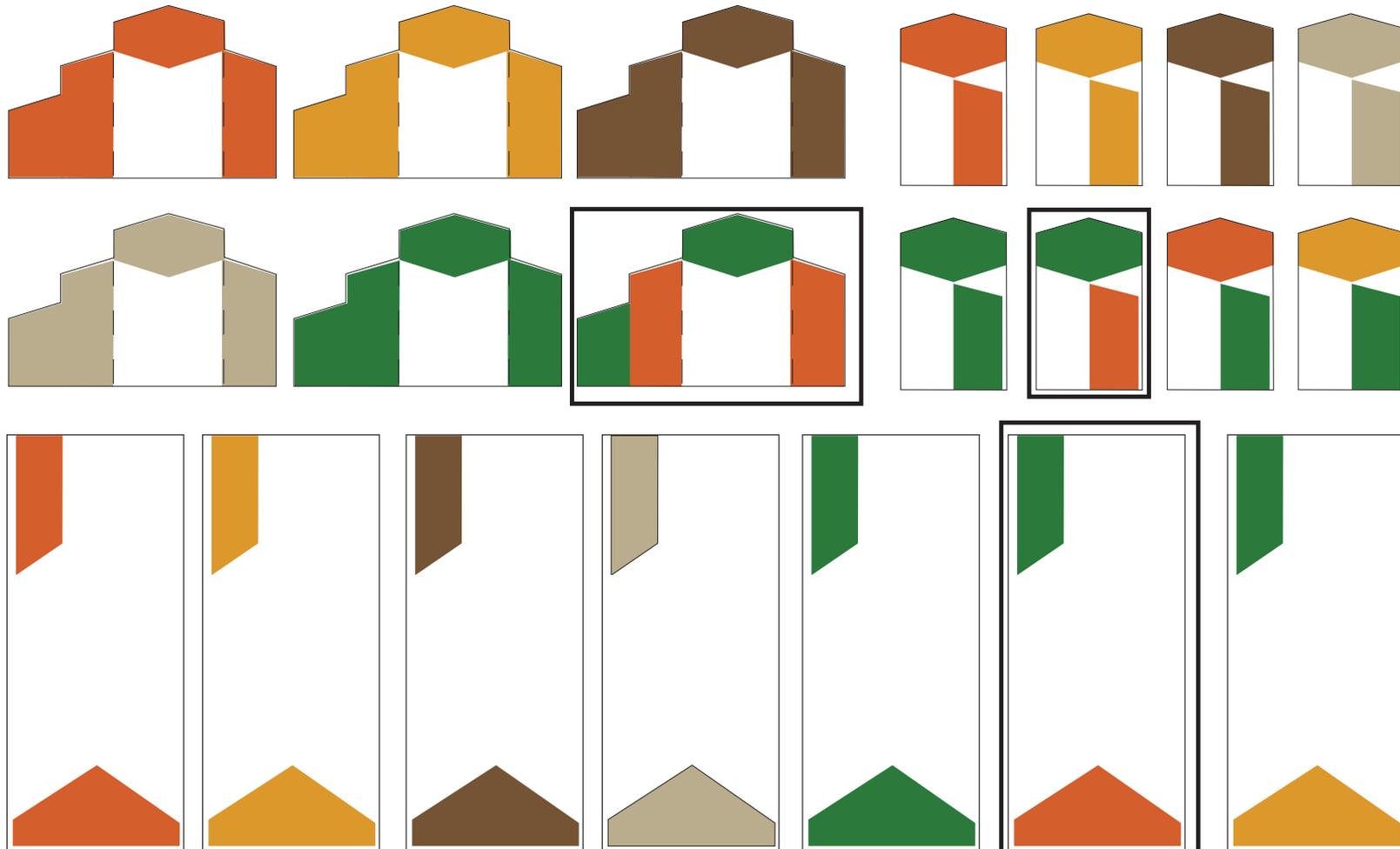
Gama: NATURALEZA.



Aplicaciones de Color

Tras determinar 5 propuestas de color para las distintas piezas, se procedió a la aplicación de los mismos en guías de cada

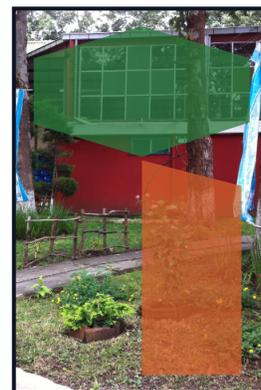
pieza para establecer alguna combinación reduciendo así los colores a una gama más pequeña. En este punto se descartan algunos colores ocres pero se debe aplicar el color verde para que contraste con el color seleccionado de la gama de colores tierra.



Transparencias.

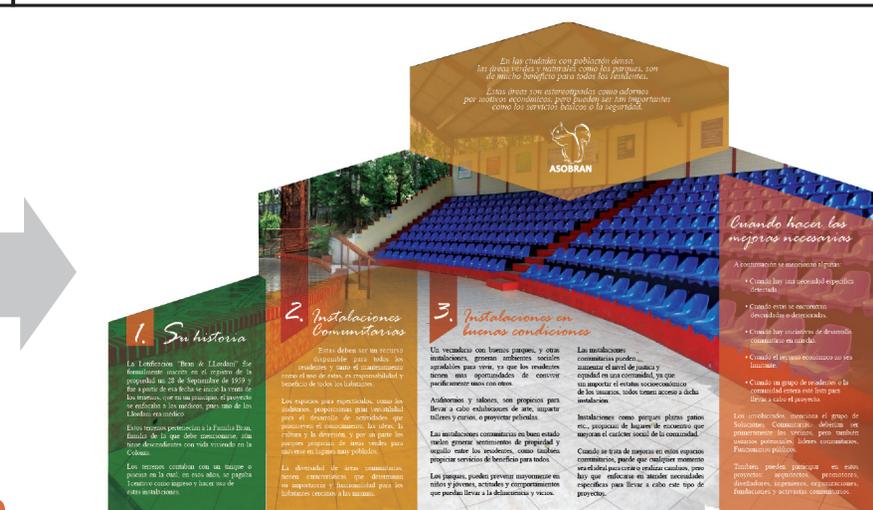
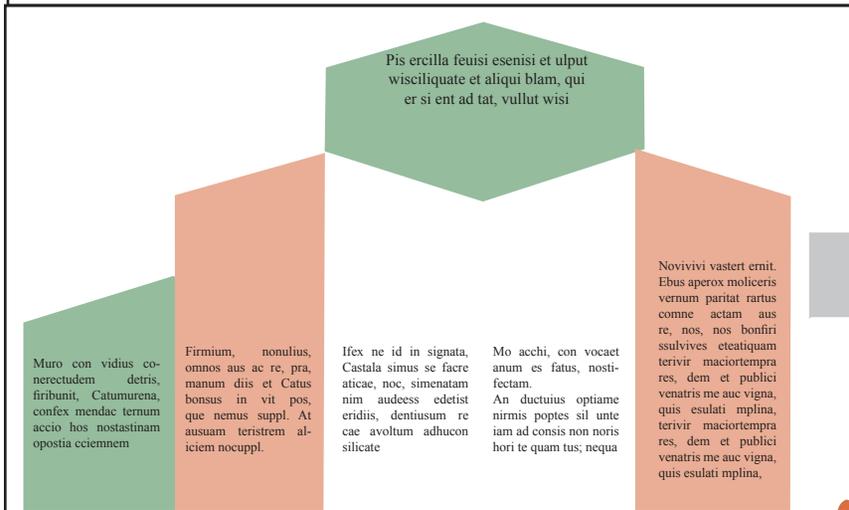
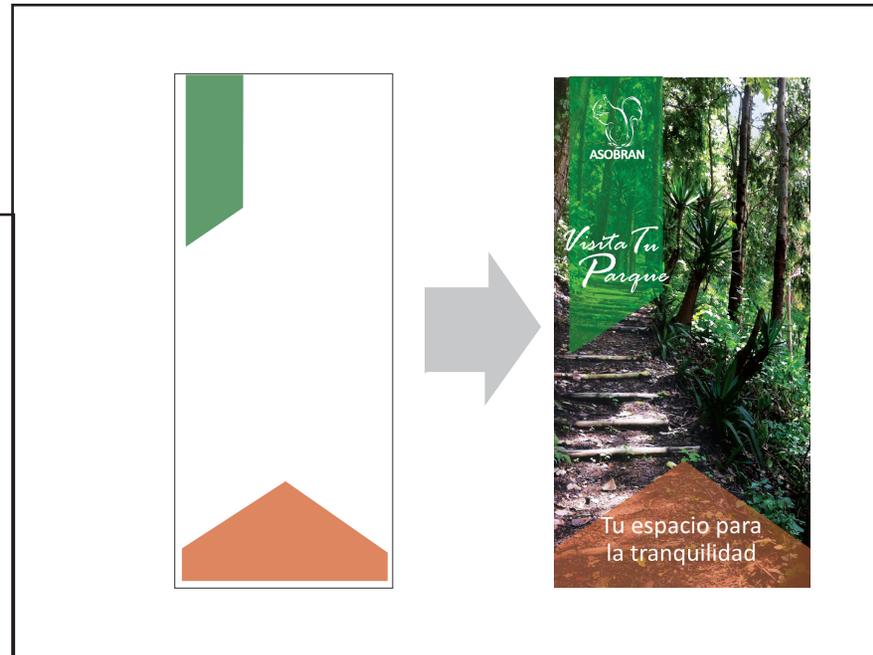
Para delimitar también las transparencias aplicadas a cada una de las piezas, se debe establecer un porcentaje de opacidad, para que las plecas pigmentadas no se presenten como elementos sobrepuestos y que no se obstaculice la imagen que se encuentre de fondo. Estas plecas tiene el fin de realzar los textos titulares y numeraciones, sin ocultar la imagen de fondo.

Las pruebas incluyen los porcentajes de 50% 60% 75%, porque con estos niveles tan cercanos uno de otro, logra mantener visible la imagen de fondo, creando una transparencia suficientemente intensa, para que el texto pueda ser incluido en la pieza.



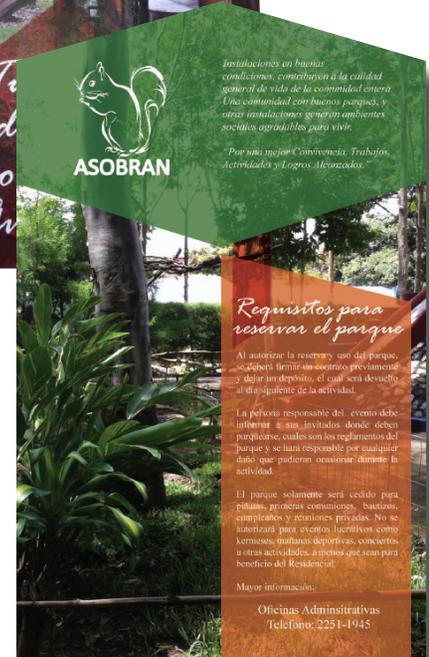
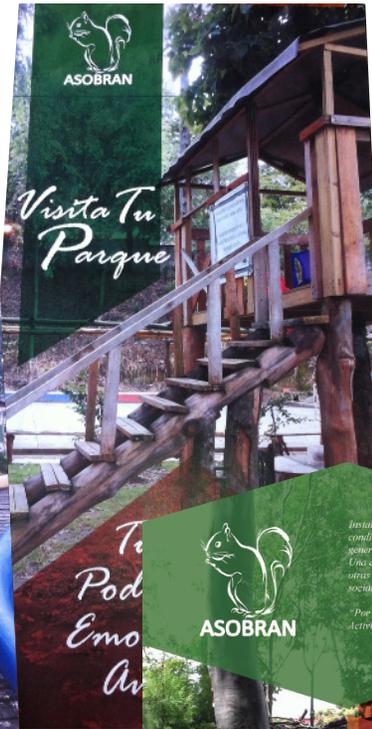
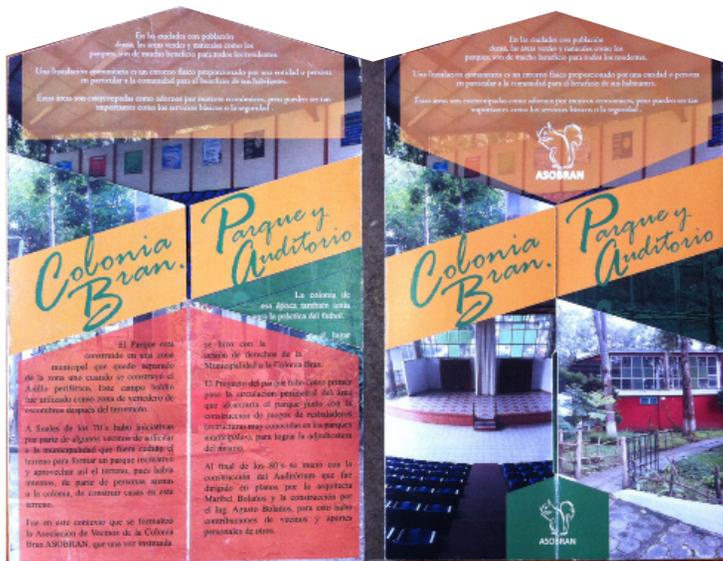
Desplegable, Inserto y Banner

La aplicación de transparencias y textos, deben permitir apreciar las fotografías de fondo. Estos 3 elementos, deben diagramarse de forma que la lectura sea fluida, el color delimite los temas, y las fotografías no sean cortadas por las placas pigmentadas.



Validación Técnica y propuesta preliminar

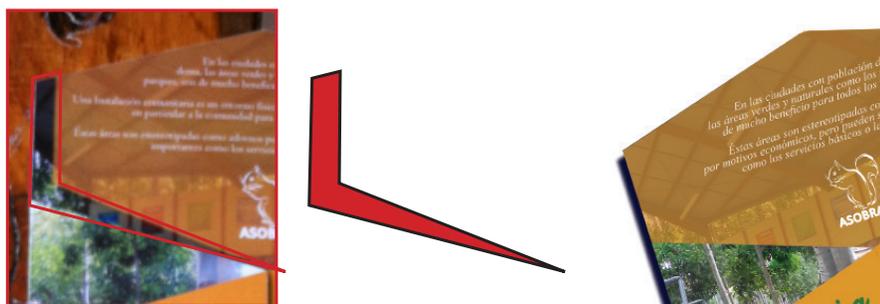
Tras el desarrollo de las distintas piezas, se procedió a evaluar la viabilidad de las mismas, por medio de encuestas realizadas con expertos en el tema, diseñadores gráficos y el grupo objetivo.



Diseñadores gráficos:

Tras evaluar las piezas, los diseñadores sugirieron:

Pequeños cambios en elementos de diseño que, tras no ajustarse al formato, específicamente en la forma del troquel de algunas del desplegable, se percibían como errores de diagramación.



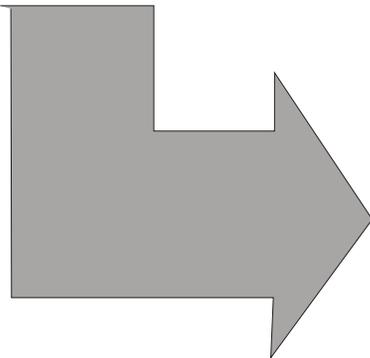
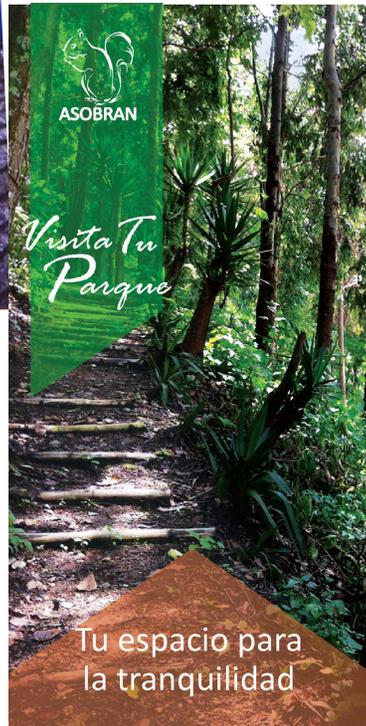
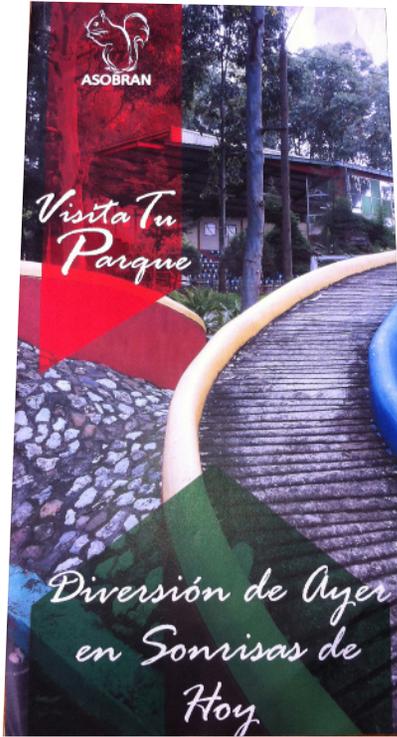
El tema desarrollado dentro del desplegable, fue cuestionado por uno de los diseñadores, como poco funcional a nivel contenido tomándose en cuenta que es un parque. Esta información debería ser evaluada por el cliente para poder integrarla al material.

El troquel en la parte de su cierre, recibió la mayoría de las observaciones por parte de los diseñadores gráficos, dado que el soporte no tendría mucha resistencia a la manipulación constante, este cierre sería complejo para el grupo objetivo porque solo lo abrirían en una primera instancia pero luego se tornaba muy complejo el volverlo a cerrar.



A nivel de contenido en la tipografía se sugirió que fuese más grande en los cuerpos de texto, y que la tipografía aplicada en titulares fuera más legible por tamaño o contraste.

Además de esto, en los banners se recibió la observación de unificar la tipografía del logotipo y la aplicada en las frases de la parte inferior de los banners, ya que en estas piezas no eran legibles, y competían con la frase de la campaña "VISITA TU PARQUE".



Los titulares dentro del desplegable, además de la legibilidad que deben mantener, se dieron la sugerencia de numerarlos, para mantener el correlativo de los temas descritos.



La Hoja de reglamento es a 3 tintas pero se sugiere que no hay alteraciones de ser implementada en escala de grises por cuestiones de economía para el cliente.



Otra sugerencia, es que el unifoliar debería ajustarse en forma y tamaño al cuerpo principal del desplegable, para que al ser entregado, este pueda ir dentro del material principal como un inserto.

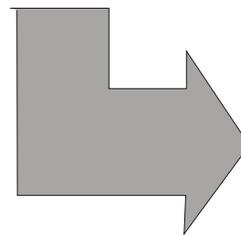


En relación al soporte fue considerado que no era funcional en husky, y que a pesar de mantener la integridad de los materiales impresos, la manipulación de los mismos, hacía que el deterioro fuera más evidente específicamente en los dobleces y esquinas, además de la inversión económica que este demanda.

Expertos en el tema:

Como junta directiva, y residentes de la colonia, que viven la problemática a buscar solventar con este proyecto, se evaluarón las piezas por parte de la presidenta y administradora de ASOBRAN quienes agregaron las siguientes sugerencias:

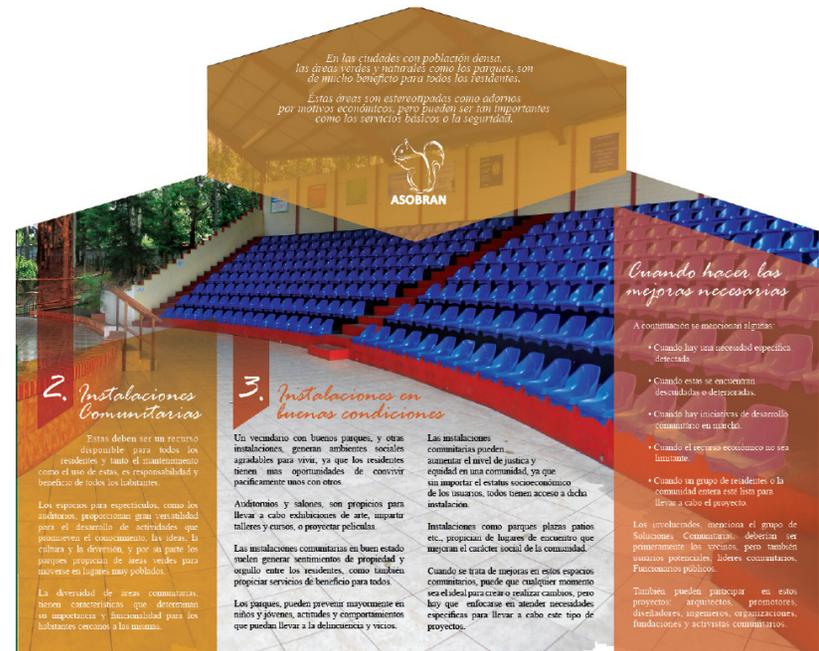
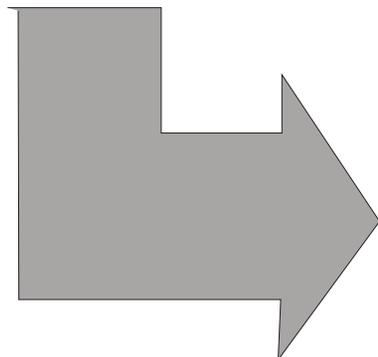
La redacción del material del desplegable, debe ser evaluada para determinar un mensaje más claro, y de ser posible reducir algunos enunciados que redundan en el tema o que ocupan mucho espacio.





El espacio en específico es el factor principal en la sugerencia anterior, ya que los expertos preveían, una falta de hábito de lectura en los vecinos, a pesar de la encuesta realizada al inicio del proyecto en donde se evidenciaba lo contrario.

La cantidad de texto, podría hacer que el material no generara interés en ser leído por el grupo objetivo. Esto debió evaluarse dado que las personas encuestadas al inicio del proyecto mencionaban tener un hábito de lectura depurado y constante.



Grupo objetivo:

Este es el punto de la evaluación que más proceso de observación demandó de parte del diseñador durante la prueba de los materiales, para evitar perder detalles que no se hayan planteado en la encuesta.

Observación del diseñador en el grupo objetivo: Tras evaluar las piezas, los encuestados, denotaron al momento de usar los materiales las siguientes situaciones:

El cierre, no es funcional para ellos, dado que no se percataban de que manera estaba cerrado y por tanto se y limitaron plegarlo.

Los titulares en el desplegable, en la parte interna del mismo, generó que los usuarios necesitaran acercarse hacia ellos el material, mostrando ilegibilidad en el titular.



En los banners, que para fines de evaluación se hicieron a escala, el grupo objetivo pregunto, si el material que estaban viendo era el tamaño real, recayendo en el área inferior de los materiales.

La tipografía no era del todo legible para ellos en esta versión a escala. Esta informacion lleva a la conclusion que la legibilidad es ineficiente al ver este material a tamaño real pero a distancia.



Tras encuestar al grupo objetivo los resultados traen algunos aspectos a evaluar.

El tamaño de la letra en los interiores, generó diversidad de respuestas durante la encuesta, un tercio de los encuestados mencionaba que la letra era ligeramente pequeña. Mientras que los demás, mencionaron que era legible, pero algunos pocos mencionaron que por el contraste se daba esta legibilidad y otros orientaron su respuesta por el tamaño.

El tema, generó también variedad de respuestas, unos pocos mencionaron el desarrollo de la comunidad como enfoque del tema y otros mencionaban el desarrollo del parque. Unos cuantos orientaron sus respuestas como desarrollo de ASOBRAN.

La falta de personas en las distintas imágenes generó como respuesta del grupo objetivo un enfoque de desarrollo comunitario y menos comercial. Mientras que la gran mayoría mencionaba percibir paz o tranquilidad.

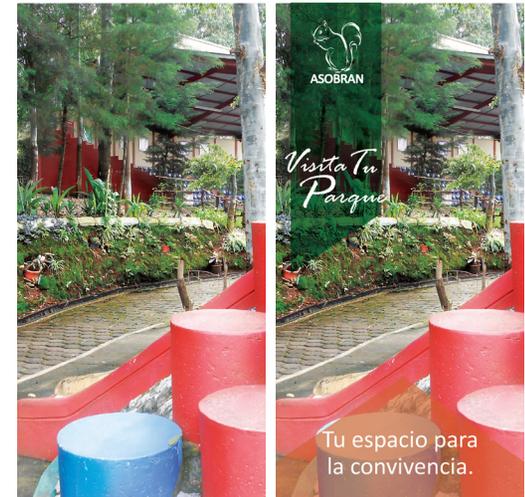
El abrir el desplegable generó que las respuestas de los encuestados se dividieran casi de manera equitativa, ya que la mitad de ellos encontró atractiva y sencilla la mecánica de abrir el material pero el resto mencionó que era confuso al inicio, esto último por el primer cuerpo que debe abrirse en el desplegable.

Luego del proceso de validación con diferentes sectores que componen el grupo objetivo, se evaluó nuevamente aspectos importantes del diseño de cada una de las piezas mediante el criterio de expertos.

Dentro de los puntos mas relevantes a tomar en cuenta para resolver se encuentra: la inexistencia de personas en las diferentes fotografías en cada una de las piezas.

Tal como ya menciono anteriormente, según Marshall (1993), el autor afirma que si se requiere dar un mayor enfoque al espacio o inmueble o detalles espontáneos dentro de la fotografía, se puede prescindir parcial o totalmente, del uso de personas o figura humana en las mismas, lo cual aporta un mayor interés en el publico centrándolos en detalles sin distracciones con las actividades que puedan desarrollarse por parte de personas incluidas en la imagen.

Dado que el presente proyecto busca ofrecer al residente una idea del beneficio que el parque tiene para todos dentro de la colonia, se evalúa la implementación de la figura humana para ejemplificar dicho aspecto ya que el mismo autor también aclara que las personas suele dar contexto a las fotografías siempre que estas esten interactuando.

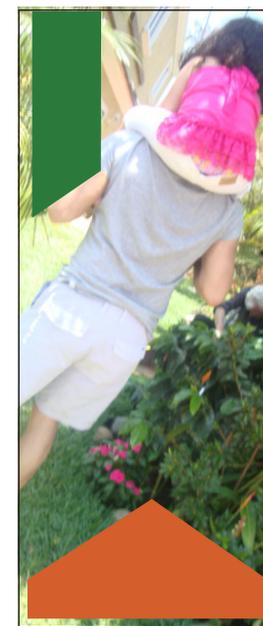
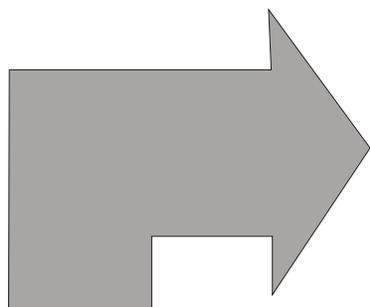


Según lo anteriormente expuesto, se procedió a analizar distintas formas de resolver este aspecto, sin caer en nuevas sesiones fotográficas y logística interna del parque de la Colonia Bran, además de evitar costos adicionales en actores o permisos de terceras personas para ser fotografiadas dentro de las instalaciones.

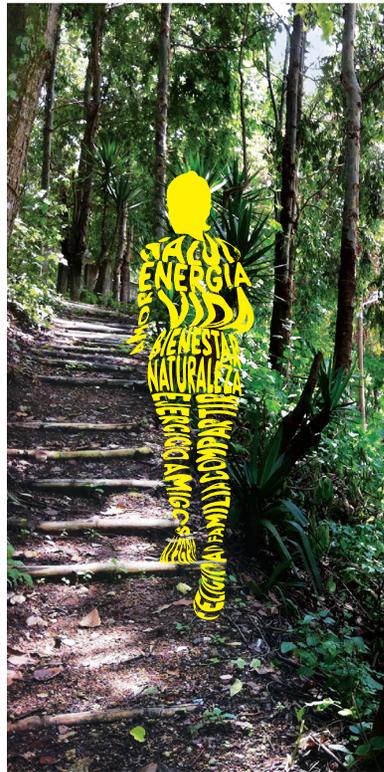
Una de las primeras ideas que se analizó es el uso de fotografías con personas en otro lugar que fuese más accesible, pero no serían fotografías que mostraran el parque el cual se busca promover.

En este caso, las fotografías tomadas con persona, muestran actividades recreativas que pueden dar a comunicar el aspecto del uso del parque. Se pueden generar encuadres que centren más atención en la acción que se está realizando pero no se muestra el parque ya que este no es el inmueble que se está promoviendo.

Otra opción que se tomó en cuenta es realizar nuevas fotografías, en otras localidades para luego realizar montajes fotográficos digitales en las piezas originales, buscando ubicar a las personas de las fotografías nuevas dentro de las instalaciones del parque de la Colonia Bran de las fotografías originales.



Por ultimo, se evaluó la opción de ilustrar sobre las fotografías del parque, con lo que se logran varios beneficios como: la posición de las ilustraciones se ajustan a las fotografías del parque según sea requerido y ademas se pueden ejemplificar acciones en las imágenes sin caer en el diseño de personajes.

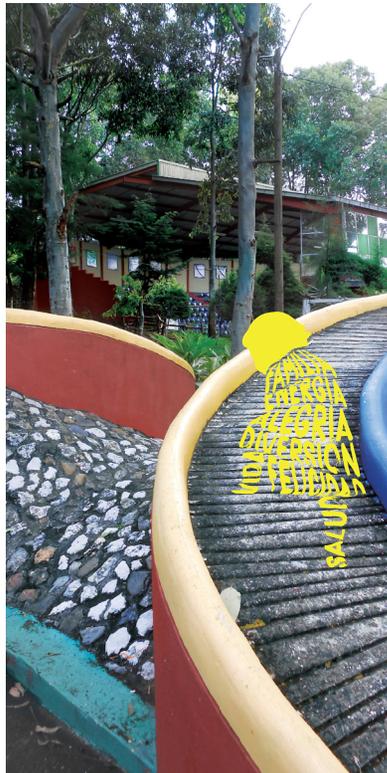


Luego de algunos bocetos, se evaluaron versiones de ilustración haciendo uso de palabras relacionadas al parque y al tema de beneficios que aporta este a los residentes, con el uso de caligramas. Las palabras integran las diferentes ilustraciones de personas y siguen formas definidas por la ilustración dando dinamismo a cada acción ejemplificada.



En las primeras ideas, se experimentó con el color amarillo como el color contrastante a las imágenes del parque el cual debe representar la calidez dinamismo de las acciones que se llevan a cabo en cada encuadre. Para dar mas legibilidad y contraste a los caligramas, se evaluaron algunos detalles en la tipografía como el efecto sombra, ya que la textura de la imagen de fondo puede restar claridad en cada una de las palabras.

Durante del proceso de bocetaje de este estilo de ilustración con caligramas, se estableció que cada una de las acciones ejemplificadas, debía tener una silueta de fondo que contrastara con el fondo o fotografía del parque, para que las palabras del caligrama pudieran ser legibles.



Luego de evaluar algunas ilustraciones y las palabras que las integran, se establecieron 2 aspectos a depurar.

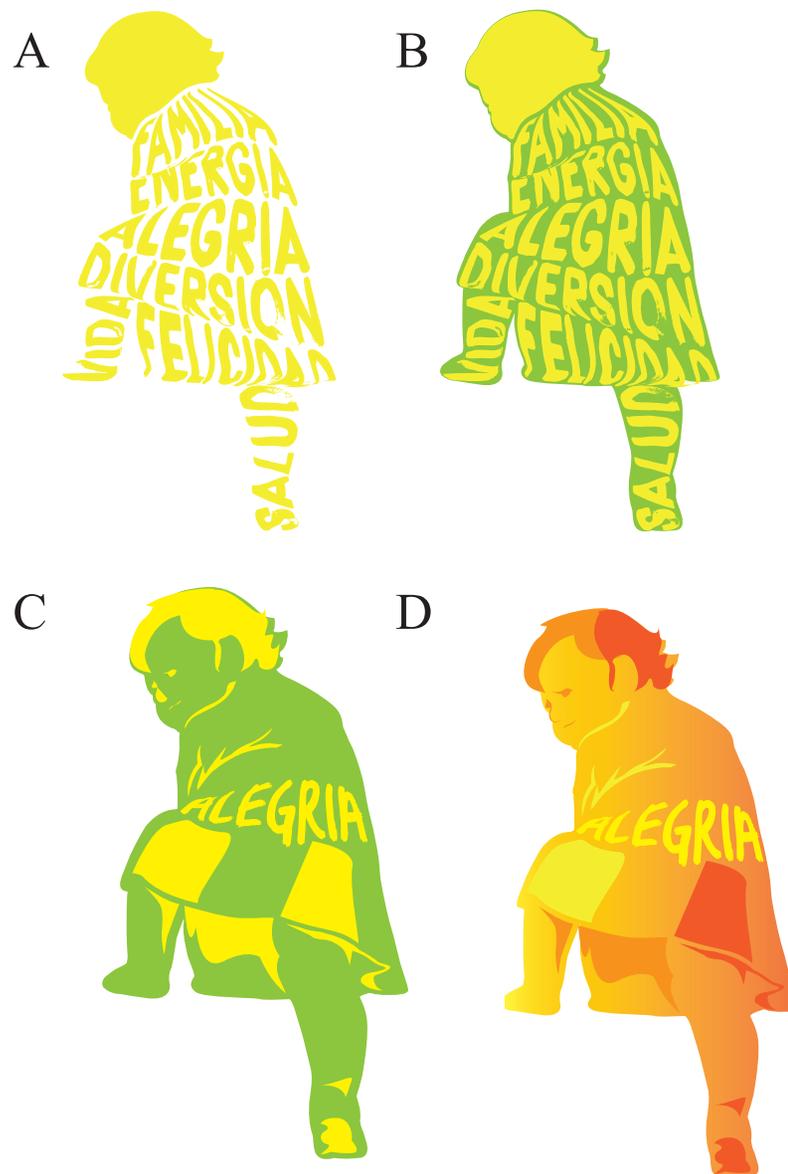
Primero la gama de colores, ya que el uso de color amarillo y verde se inclinan a un tema ambiental y/o de salud, por lo que debe evaluarse otra gama de color que pueda transmitir calidez y que sea dinámica.

El otro aspecto a depurar es el uso de muchas palabras dentro del caligrama de cada ilustración, ya que se percibe como un estilo de escritura de los años 70's, además que la legibilidad se deteriora porque en ciertos puntos de la ilustración es compleja la lectura.

Además se agregan nuevos elementos que definen de mejor manera los planos y detalles de la ilustración dentro de la silueta base.

En las siguientes implementaciones se opta por el uso de una sola palabra por ilustración la cual para referencia a alguna característica y beneficio que tiene el parque para la comunidad de la Colonia Bran.

Además de esto se redefinio que palabras pueden aportar realmente a trasladar el mensaje acerca de los beneficios que tiene el parque para las personas ya que varias de las palabras utilizadas anteriormente pueden hacer que el proyecto se perciba como un contexto de salud.





Luego de evaluar los últimos detalles y cambios pertinentes del presente proyecto, se determino que las ilustraciones no utilizarían ningún tipo de caligrama, y la acción representada mediante la ilustración, sería el elemento gráfico encargado de ejemplificar el uso y beneficio del parque para los vecinos, ya que en piezas como los banner, la legibilidad de la información escrita debe ser lo mas clara y concisa posible, y si se implementara solamente en los materiales que los vecinos van a portar, como el desplegable o el inserto informativo, no se generaría la unidad necesaria entre piezas, mas que por los colores en lo que a las ilustraciones se refiere. Ademas se opto por siluetas base, con degrade a dos colores para dar mas dinamismo a las ilustraciones.



Las acciones ejemplificadas se relacionan directamente con el parque y sus distintos ambientes, las ilustraciones muestran diversidad como por ejemplo: Genero (hombres y mujeres), Edad (niños y niñas, jóvenes y adultos) además de la actividad que se busca transmitir.

El color mediante el naranja y amarillo, proporciona un contraste marcado entre el fondo y la ilustración diferenciándolos. Además el color seleccionado aporta calidez y dinamismo a las piezas.



Validación técnica adicional respecto a las ilustraciones. Grupo objetivo.

Después del proceso de validación con el grupo objetivo y autoridades de ASOBRAN, es con los diseñadores que se presenta la observación de incluir la figura humana dentro de los distintos materiales. Esto generó que se iniciara un proceso extra de diseño con el cual se buscaba solventar las inquietudes de los profesionales del diseño, con el fin de mejorar el resultado en las piezas y por ende mejoras en el proyecto.

Luego de este reajuste y modificación en las piezas finales, se requiere de un segundo proceso de validación, en esta ocasión dirigido únicamente al grupo objetivo, para ver si las ilustraciones en las piezas, producen un cambio positivo y si el resultado es mejor que en su versión anterior. Para esto se plantearon nuevas preguntas enfocadas mas a las ilustraciones vectoriales presentadas en la ultima versión de las piezas y se encestaron 14 personas del grupo objetivo.

Description de resultados:

Poco mas del 64% de los encuestados mencionan que las ilustraciones implementadas atraen la atención, por encima de ser importantes (21%). Solamente un 14% se refieren a las ilustraciones como distracciones.

Cuando se les cuestiono acerca de que les transmitan las ilustraciones, mas del 70% dijeron que percibían dinamismo, mientras que las actividades ilustradas que

se presentan en las distintas piezas, les motivaban e invitaban a participar (71% y 21% respectivamente). y en mas del 70% de los encuestados mencionaron que las actividades eran bastante claras y explícitas.

Respecto al color de las ilustraciones mas del 55% se refirieron a este tema como colores intensos y dinámicos, y solo 35% se identificaron con cálido y familiar.

El sustituir fotografías de personas con ilustraciones genero mas del 78% de aceptación refiriéndose a que ese innovador y diferente. Mencionaron también que es una aplicación interesante (35%)

La relación que existe entre el texto y las ilustraciones (específicamente en los banners) mas 28% y 64% mencionaron que eran acordes y complementarios, respectivamente.

Con esto se determina que la aceptación por parte del grupo objetivo a las ilustraciones digitales sobre fotografías, les genero mas interés y atracción al mensaje. La respuesta negativa se plasmo en porcentajes no mayores al 9% para cada cuestionamiento planteado a los encuestados.

Gestión de Implementación de Diseño.

Propuesta Final y Fundamentación.



Este proyecto busca aportar soluciones, mediante la comunicación gráfica, basada en la frase conceptual ESCALONES EN MOVIMIENTO DE TEXTURAS NATURALES, respecto a la poca afluencia de vecinos de la Colonia Bran, a visitar el parque con el que cuentan.

El parque en mención, se encuentra en usufructo a favor de ASOBRAN, junta directiva que dirige la administración de la Colonia para beneficio de los vecinos

Tras la evaluación desarrollada anteriormente, en el tema de diseño gráfico y comunicación, se generaron cambios en las distintas piezas diseñadas, para mejorar el mensaje, estética y funcionalidad.

A continuación se presentan las piezas finales con su respectiva fundamentación:

Detalles Gráficos:

Todas las piezas diseñadas tienen detalles en común que buscan mantener la unidad visual de las diversas piezas en la campaña. Uno a uno se argumentan estos detalles generales, para luego fundamentar cada pieza diseñada.

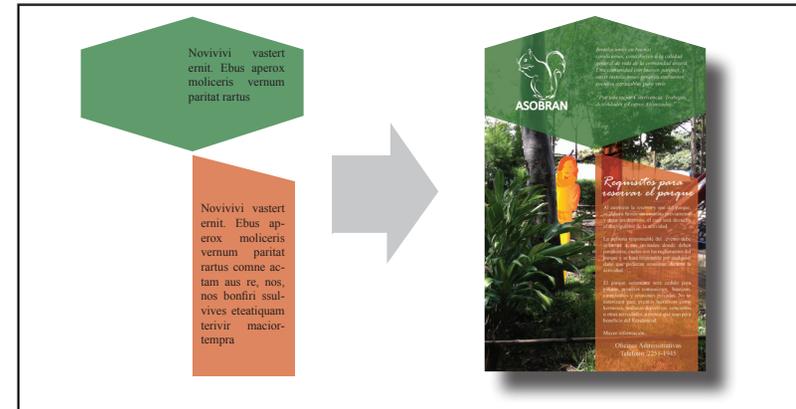
EJES Y RETÍCULAS:

Partiendo del concepto Escalones en movimiento de texturas naturales, estos elementos básicos que respaldan el proyecto, se enfocan en transmitir la sensación de desarrollo. Esto se logra a través de ejes inclinados y retículas escalonadas.

FORMATO Y SOPORTE:

El formato de cada pieza, se determinó basándose en los lineamientos de ejes y retículas, orientando la mayoría de los formatos de manera vertical que, con ejes inclinados y retículas escalonadas, logran la sensación de crecimiento y desarrollo propios del concepto.

El soporte complementa la idea de un contexto natural descrito en la frase conceptual del proyecto, y porque los impresos como el desplegable y el inserto, que en un principio eran materiales brillantes y poco naturales, se optó por un material mate, económico y con un mínimo de textura que aportara tanto al concepto como a las capacidades económicas de ASOBRAN como el bond. Además los materiales con recubrimientos brillantes, afectan a la lectura por los brillos que reflejan.

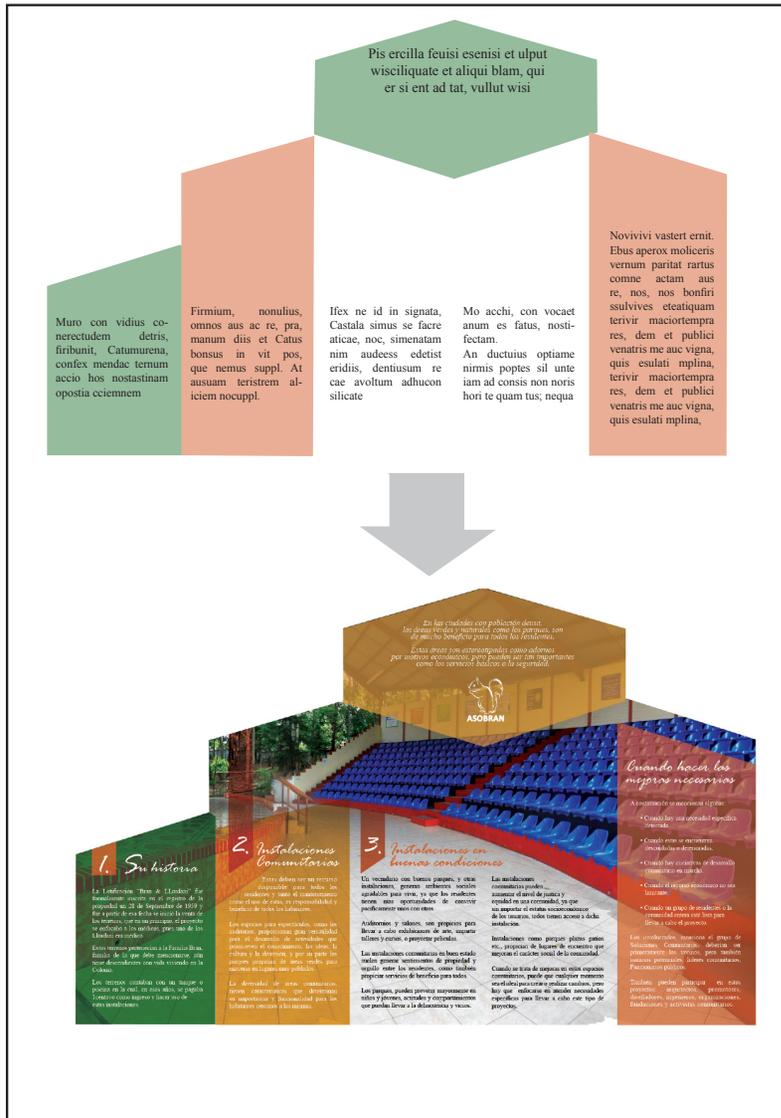


TIPOGRAFÍA:

Los distintos tipos de letra implementados buscan dar claridad a la lectura y naturalidad al diseño. La primera de las estas características, se logra mediante la efectividad de las tipografías Serif, que Según Dabner, las cualidades con las que estas cuentan, recaen en su forma y la escritura estética inherentes, que combinado con el factor tamaño, se garantiza la lectura de un texto. (Times New Roman 11pts.)

Dabner agrega que las tipografías serif, proveen de un carácter serio a un texto y dado el promedio de edad del grupo objetivo, esta característica puede aportar al interés de los vecinos en el texto.

Para los titulares, se utilizó una tipografía Script o manuscrito, las cuales por ser caracteres fluidos, curvos o dando la idea de haber sido trazados a mano, transmiten un sentimiento de delicadeza y naturalidad, reforzando así el aspecto natural descrito en el concepto (Rage Italic 30pts. Esta tipografía fue desarrollada con una medida x bastante pequeña)



Rage Italic

Tii Colonia,
Parque,
Historia.
Aa Pp Qq Vv

Instalaciones en buenas condiciones, contribuyen a la calidad general de vida de la comunidad entera. Una comunidad con buenos parques, y otras instalaciones generan ambientes sociales agradables para vivir. Los residentes pasan más tiempo en la comunidad y conviven unos con otros y con esto se genera un sentimiento de comunidad.

También se pueden mencionar los beneficios de exposición y oportunidad en las instalaciones comunitarias. Si estás se encuentran en buen estado, se pueden llevar a cabo actividades intelectuales, culturales, y físicas. Arte, Música Libros y Deportes son algunas.

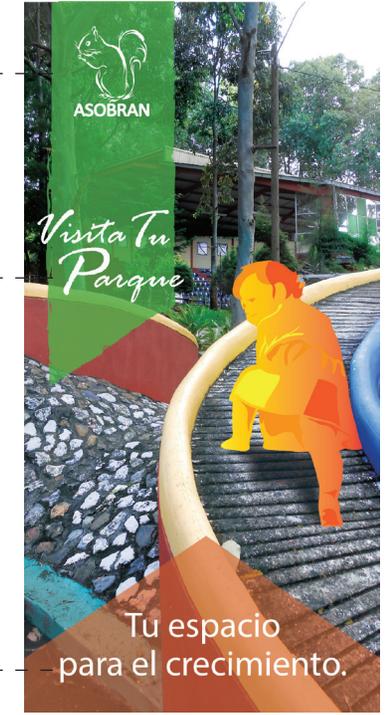
BLOQUES DE COLOR Y TRANSPARENCIAS:

Los titulares y algunos cuerpos de texto, descansan sobre bloques de colores con transparencias, dejando ver la fotografía que se presenta de fondo. Estas plecas, tiene la función de realzar y segmentar los textos de las imágenes de fondo.

Además, los colores de los distintos bloques son los tonos verde, y un par de tonos ocres, estos últimos se perciben como naranja y rojos dada la transparencia, pero contrastan con los tonos fríos del verde de la vegetación en las fotos de los exteriores, así como del azul predominante en las imágenes del interior del auditorium.

Los bloques de tonos ocres, evocan a la tierra, y los verdes al área verde del parque.

bloques de color y trasparencias



bloquesdecolorytrasparencias



IMÁGENES / FOTOGRAFÍAS:

Las distintas fotografías del parque, ocupan el 100% de cada uno de los formatos, tratando de presentar detalles y encuadres interesantes dentro de esta Área comunitaria de la Colonia Bran.

Cada fotografía trata de mostrar elementos escalonados para poder conectarse con el concepto del proyecto al mismo tiempo que presenta distintas ambientaciones del parque.

Todas las imágenes tienen excesos, para poder dar la sensación de amplitud, evitando marcos o encuadres de reservados blancos.

Específicamente en el desplegable, se utilizan varias imágenes, dispuestas de manera que, en el interior se presenten imágenes del interior del auditorium y en el exterior del material, imágenes de las áreas externas y áreas verdes del parque.



ILUSTRACIONES:

Dado que los permisos y logística necesarios para llevar a cabo nuevas sesiones fotográficas, y la adquisición de permisos para fotografiar personas dentro del parque demandaban tiempo, tramites internos y de terceras personas, se optó por el uso de ilustraciones sobre las fotografías, las cuales, además de un grado de diseño más elaborados y atractivo, se adaptan de mejor manera a los encuadres según sea requerido en la imágenes.

Las ilustraciones que se desarrollaron para el presente proyecto, vienen a ejemplificar las acciones recreativas y familiares que se pueden realizar en el parque de la Colonia Bran. Se evadió el nivel de diseño de personajes que implicaban un estudio de personalidad y características muy detalladas, porque el proyecto demandaba únicamente representaciones de acciones, enfocando entonces el diseño en simplificación de siluetas humanas interactuando.

Las ilustraciones se componen de siluetas con degradados en dos colores cálidos, para transmitir aspectos humanos como la alegría, energía y dinamismo, con superposición de planos en tonos similares que visualmente complementan la imagen de personas realizando acciones dentro del parque.

Al tratarse de ilustraciones con estilo y técnica generales, se evitan diferencias físicas, que en el caso de las personas en fotografías, son detalles que pueden tomarse como distinciones raciales o indole similares. Generalizando visualmente cada ilustración, puede manejarse la idea de “propiedad” en todos los vecinos sin acepción de personas.



Desplegable y Unifoliar:

El desplegable es el material principal del proyecto y tiene como complemento el unifoliar. La finalidad de ambos es, generar en el grupo objetivo, un sentimiento de propiedad y de conciencia respecto al tema principal, que es el Parque Residencial Bran, así como de brindarle los primeros pasos para la reserva del parque para los vecinos respectivamente.

El desplegable es el material que estableció aspectos generales comunes con las demás piezas diseñadas incluyendo el unifoliar, para establecer relación y unidad en el proyecto.

Partiendo del criterio de David Dabner, que el formato debe evitar formas en los que se desperdicie mucho espacio o que se salga de la versatilidad de los formatos estándar, el formato base es el tamaño carta.

En el desplegable se estableció un formato doble carta, que plegado en 4 cuerpos provee de manejabilidad y lo vuelve portátil, y al estar abierto ofrece el espacio suficiente para la colocación adecuada de texto e imágenes, estas últimas dado el tamaño del formato, pueden tener una buena presentación de detalles.

Este formato mantendrá una estructura visual escalonada, enfocándose en la parte del concepto “ESCALONES EN MOVIMIENTO...” con una serie de cortes en la parte superior, que no solo marcan el tema de escalones sino de crecimiento y movimiento, al tener formas triangulares en el trazo de cada corte.



Las imágenes principales son fotografías panorámicas orientadas a la exposición de la infraestructura y ambientes principales que conforman el parque, y como lo menciona Marshall, estas fotografías son conocidas como fotografía de Reportaje, apegándose a la realidad de contextos variables, y en este caso se aplicó en las imágenes tomadas del parque.

Marshall, menciona que las personas que aparecen en una fotografía deben formar visualmente, un contexto del momento, pero que para dar más realce a los aspectos naturales o eventos espontáneos, debe enfocarse lo menos posible en el factor humano.

El re encuadre de las distintas imágenes se basó en el concepto de Dabner, que cada fotografía tiene un punto de interés y que en esto debe trabajarse para hacer la fotografía más interesante.

Dadas las fotografías panorámicas que manejan el eje horizontal y la cantidad de texto que se iba a incluir en el material, se optó por la colocación del texto en el formato sobre una retícula de columnas, dejando de lado la retícula de manuscrito. Con las columnas se logra dinamismo y un mejor orden de la información según lo menciona Samara.

Las imágenes implementadas en el desplegable, también aportan espacios en los cuales se puede integrar el texto y la fotografía sobreponiendo la primera sobre las distintas formas que presente la segunda. Los textos se colocarán sin desentonar, como lo menciona Dabner, en la fotografía respetando los ejes de la imagen.

Dado que la información es discontinua, Samara sugiere el uso de retículas de columnas que pueden disponer mejor los textos en la composición.



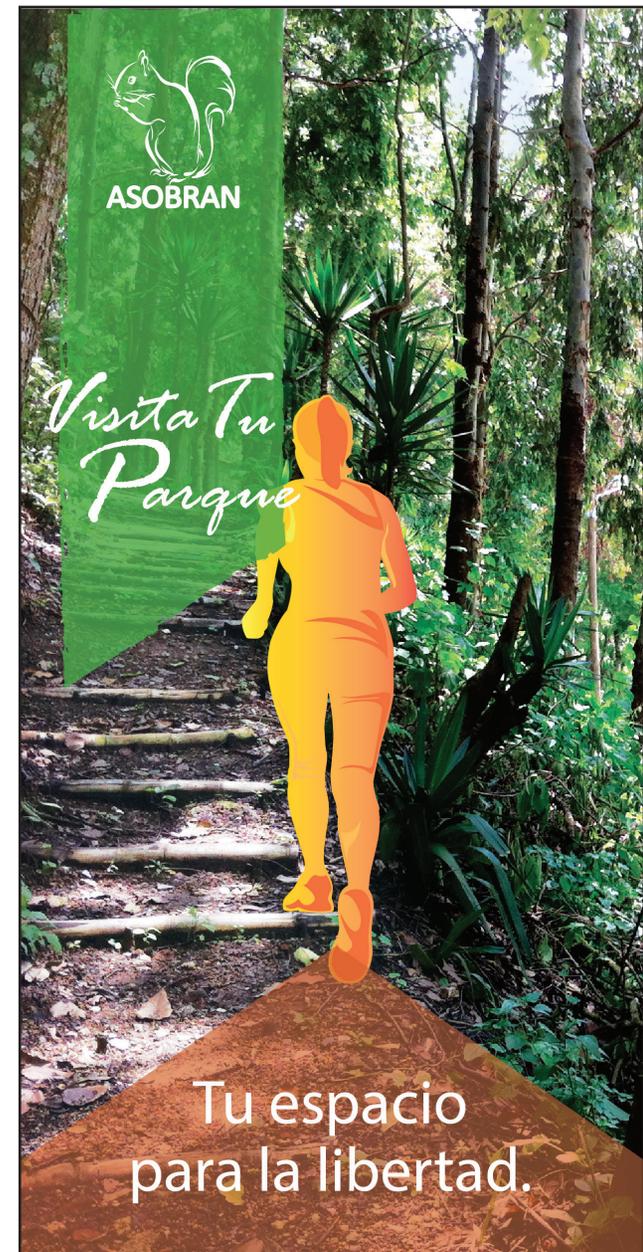
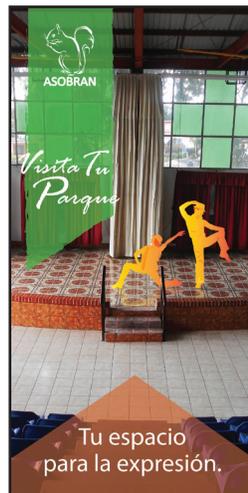
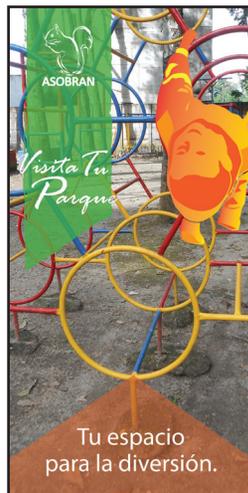
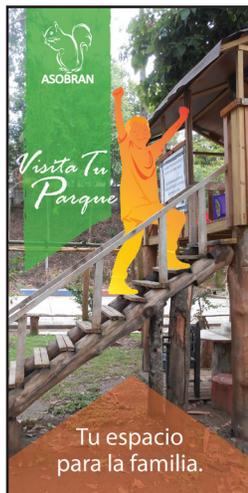
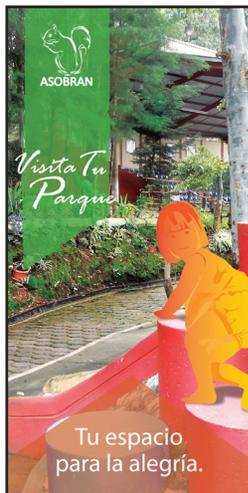
Además del teorema de Fassete, citado por Zappaterra, refiriéndose a la cantidad de caracteres en una sola línea, las columnas de texto pueden disponerse de manera escalonada logrando así estar acorde al concepto

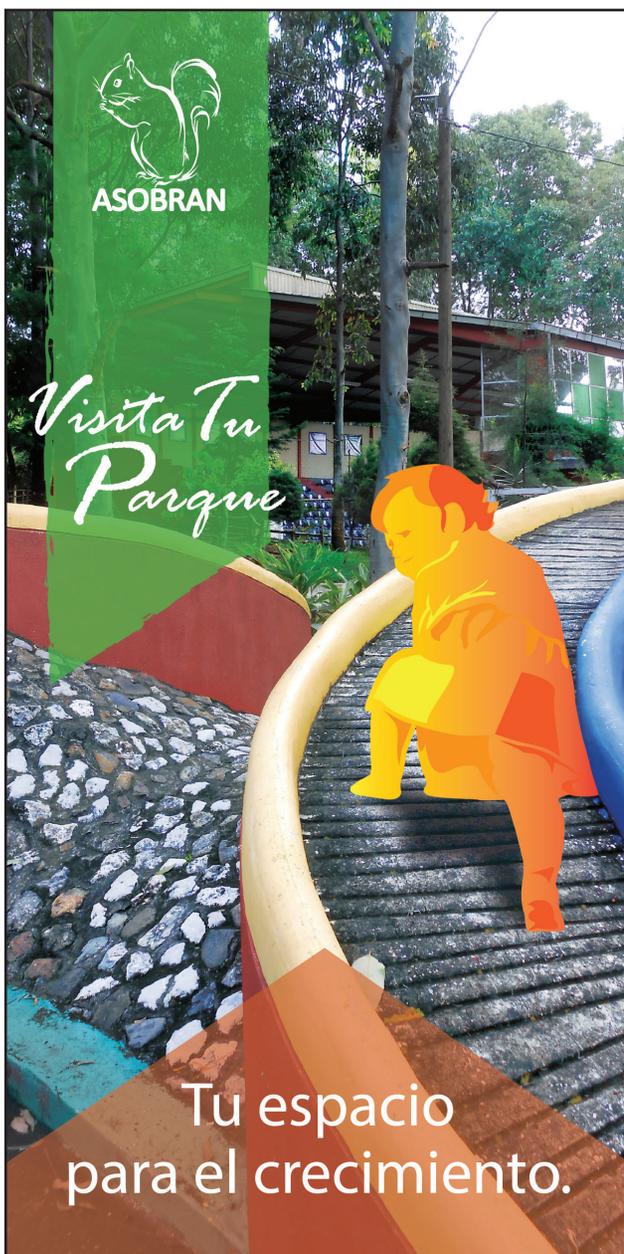
Banners en manta vinílica:

La función de este materia es la de brindarle al grupo objetivo los primeros pasos a seguir en el proceso de reserva del parque para sus actividades familiares sociales o recreativas.

Como menciona Zapattera, los materiales mates favorecen a la lectura de los textos, y en el caso de los banners por ser piezas expuestas a la luz del sol en exteriores y de diversidad de fuentes de luz por las noches, se optó por una manta vinílica mate.

Así mismo en el sentido de la legibilidad los enunciados que se encuentran en la parte inferior se cambiaron a una tipografía que se conectara con la del logotipo y que fuera más legible con el poco tiempo que el espectador tiene al transitar en las calles de la colonia.





La forma vertical del formato aplicado, se debe a la buena funcionalidad que ofrece la orientación en estas piezas, tomando en cuenta el entorno, ya que pueden implementarse en tanto en un muro, como en un poste en una posición alta. Además que esta orientación está ligada a la idea de crecimiento que el concepto está manejando como finalidad general.

Los re encuadres de las imágenes en estas piezas tratan de mostrar elementos del parque, desde puntos de enfoque más interesantes e impactantes generando en cada una de las fotografías una característica explotable, tal como en el desplegable.

Las imágenes muestran de manera explícita o figurativa, escalones de ambientes específicos del parque, para relacionarse con el concepto de “ESCALONES...”.

El concepto de “...MOVIMIENTO DE TEXTURAS NATURALES” se plasma en estas piezas directamente con los demás elementos que aparecen en la fotografía y los elementos gráficos con los que cuenta.

La unidad con el desplegable y los demás materiales recae en los elementos que enmarcan al logotipo y el contraste o alteración del color que estos generan en sobre posición de la imagen. En este punto se debe mencionar que el enunciado de TEXTURAS NATURALES se representa en dichos elementos tras la alteración del color que se mencionó.

Sugerencias para exhibición de Banners:

Para poder exhibir las piezas en exteriores como los banners, se propone que sean colocados en postes a una altura considerable, evitando que personas hurten o causen daños intencionados a las piezas. Otros banners pueden ser colocados a la altura de la visión de las personas y para esto, es necesario establecer los mejores lugares para exhibir las piezas, evaluando donde se exhibe a la altura del peatón y donde se exhibe en lo alto de un poste, sin dejar de lado la necesidad de que dichos puntos sean de alta afluencia de personas para que el mensaje sea transmitido.

Punto Bajo:

Los banners que se exhiban en la puerta de ingreso al parque pueden estar a la altura del peatón ya que la ubicación de esta área comunitaria se encuentra cerca de la garita de acceso a la colonia, por lo que las piezas que se coloquen allí, se encuentran al cuidado del personal de seguridad que vigila la colonia. Recientemente durante el proceso de elaboración de este proyecto, la junta directiva de Asobran que estaba en funciones, dispuso solicitar el cambio de vías al momento de ingresar a la colonia y desde ese momento, cada vehículo que ingresa a la colonia debe pasar frente a la puerta de acceso al parque. Este punto cumple con ser una zona transitada y la seguridad que supone la cercanía a garita, garantiza en gran manera la integridad de las piezas.

Con los ojetes que cada manta tiene, el sistema para poder exhibir en la puerta de acceso al parque puede ser el mismo utilizado para la campaña de valores que se maneja de forma mensual, valiéndose de cuerdas con la que se atan las esquinas del banner.



Área perimetrar que integra la colonia Bran.



Área perimetrar que integra la colonia Bran.

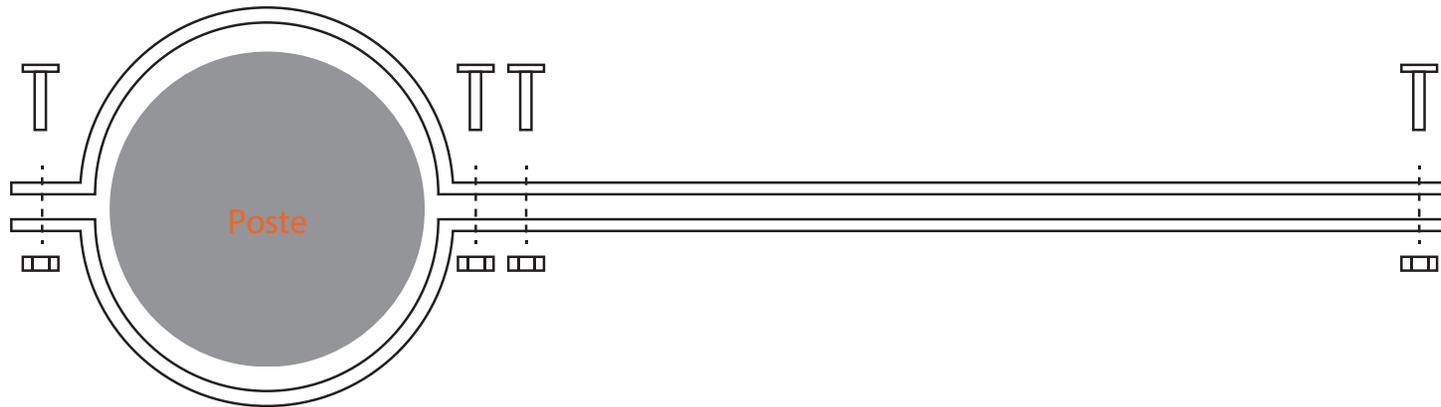
Punto alto:

Para llevar a cabo la exhibición de banners en puntos altos, antes que nada debe establecerse un mecanismo de fijación de la pieza al poste, que garantice la adecuada presentación de la información y que tanto sus materiales como sistema de agarre, no falle provocando que la pieza caiga al suelo.

Se propone un sistema de cargadores que rodeen y sujeten al poste, hechos en materiales de metal o aluminio (preferentemente aluminio para reducir las posibilidades de conducción con cables de energía eléctrica).

Además estos cargadores se manipularán por separado para lograr tener opción graduar la altura para las mantas que se exhiban.





Reglamento del parque:

La diagramación y elaboración de este material fue una sencilla reestructuración de un documento que estaba encajado en una retícula de manuscrito, que se modificó de manera sencilla para hacer más legible y ordenada la información, por la densidad que esta representa.

La diagramación de este reglamento segmenta los titulares de los artículos, de la descripción propia de cada uno, logrando aportar claridad y dinamismo en cierto nivel, para evitar la monotonía de una retícula de manuscrito densa y saturada.

Al escalonar los enunciados y las descripciones la lectura se torna ágil y sistematizada, además aporta a reforzar el término de ESCALONES en el concepto..

Se utilizó el logotipo y frase complementaria o slogan de la campaña, sobrepuestos en su respectiva pleca a una tinta, titulares de enunciados segmentados por color y diagramación, en un formato tamaño carta, para poder ser impreso desde cualquier impresora ya sea a colores en una calidad óptima.

Impresa en escala de grises o fotocopiada, se logra mantener una diferencia entre los distintos elementos de colores diversos, ya que en este tipo de impresión monocromática aún se perciben distintas tonalidades.



Producción y reproducción.

Especificaciones Técnicas.

Desplegable Publicitario:

Tamaño doble carta (17 x 8.5 pulgadas) abierto.
3000 Unidades.
Dos motivos distintos.
Impreso en ambos lados del formato (tiro y retiro) en Bond 120 gramos.
Full color impresión digital.
Doblado en 4 cuerpos o folios (uno más ancho que los demás)
Cortes en la parte superior y excesos todo el contorno.
(Ver guía de troquel adjunta.)

Inserto promocional:

Tamaño carta (8.5 x 11 pulgadas sin los cortes.)
3000 Unidades.
Un solo motivo.
Impreso de un solo lado del formato (tiro) en Bond 90 gramos.
Full Color Impresión digital. (o casera)
Cortes en los laterales y en la parte superior y excesos en todo el contorno.(Ver guía de troquel adjunta)

Carta de Reglamento:

Tamaño carta (8.5 x 11 pulgadas)
Cantidad indefinida. (Impresión contra solicitud del cliente)
Dos motivos distintos.
Impreso de ambos lados del formato. (tiro y retiro) en bond 90 gramos.
Impresión a colores, digital o casera (con opción de fotocopiar)

Banners Promocionales:

Tamaño (1 metro de ancho x 2 metros de alto.)
Seis motivos. 1 impresión de cada uno.
Impresión digital de gran formato.
Full color en manta vinílica mate.
Con ojetes en las esquinas.

Especificaciones Técnicas.

Para el desarrollo del presente proyecto, y tomando en cuenta que el mismo solo va dirigido a los vecinos del residencial BRAN, se optó por solicitar cotizaciones para los distintos materiales, a imprentas y no a litografías, dado los tirajes cortos que se manejan en la implementación de las distintas piezas desarrolladas.

Solicitud redactada por el Diseñador

Buenos días.

Los mejores deseos de éxito en sus actividades diarias.

El motivo del presente correo es para solicitar que sean cotizados varios materiales.

1ro. DESPLEGABLE. Un formato doble carta, full color. impresión duplex en bond 120 gramos. Cortado en la parte superior y 3 dobleces (ver guía de troquel adjunta) y un tiraje de 3000 unidades.

2do. INSERTO PARA EL DESPLEGABLE. Formato carta full color. Impresión de un solo lado. Papel bond con cortes rectos en los lados y parte superior (ver guía de troquel adjunta) y un tiraje de 3000 unidades.

3ro. MANTA VINILICA EN MATE. Mantas vinílicas en acabado mate, 6 motivos o modelos distintos, solamente 1 de ejemplar de cada una de las mantas. Dimensiones: 1x2 mtrs.

De antemano, gracias por su pronta respuesta

Saludos cordiales.

Sergio Arroyo

Informe que acompaña a los archivos para impresión.

Guatemala 10 de mayo de 2016.

A quién corresponda.

Atención: personal de impresión.

Buenos días, por este medio reciban un cordial saludo, y los mejores deseos de éxito en sus actividades.

A continuación se detalla los requerimientos técnicos para la reproducción de los materiales en el CD adjunto, en el cual encontrarán las carpetas con los nombres de MATERIALES EN PAPEL y la carpeta de MATERIALES EN VINIL.

1. *Desplegable Publicitario:* en la carpeta de “Materiales en Papel” se encuentran la carpeta con el nombre “Desplegable” y dentro de esta los archivos en formato TIFF para PC, con los nombres “desplegable_tiro.tiff.” y “desplegable_retiro.tiff.” en full color (CMYK) a 300dpi de resolución cada uno. De igual manera encontraran en esta carpeta el Archivo de la guía de troquel en formato Illustrator versión CS6 con el nombre “guía_de_corte.ai”.

2. *Inserto Promocional:* en la carpeta de “Materiales en Papel” se encuentran la carpeta con el nombre “Inserto” y dentro de está el archivo en TIFF para PC con el nombre “Inserto.tiff.” en full color (CMYK) a 300dpi de resolución. De igual manera encontraran en esta carpeta el Archivo de la guía de troquel en formato Illustrator versión CS6 con el nombre “guía_de_corte_2.ai”.

3. *Banners Promocionales:* En la carpeta de Materiales en Vinil se encuentran los 6 archivos en JPEG a 72dpi de resolución en Full Color (CMYK) para PC con los nombres “Banner_A.jpg”, “Banner_B.jpg”, “Banner_C.jpg”, “Banner_D.jpg”, “Banner_E.jpg” y “Banner_F.jpg”. Todos desarrollados en formato Illustrator versión CS6

Sin otro particular, saludos.

Sergio Arroyo.

Presupuesto de Diseño y Reproducción

	PRESUPUESTO DE DISEÑO			PRESUPUESTO DE REPRODUCCION		
	Cant.	Precio unitario	Sub total	Cant.	Precio unitario	Sub total
Desplegable	1	Q.1,200.00	Q.1,200.00	3000	Q.1.03	Q.3,100.00
Unifoliar	1	Q.262.50	Q.262.50	3000	Q.0.58	Q.1,750.00
Banner Manta en vinil	6	Q.440.00	Q.2,640.00	6	Q.75.00	Q.450.00
Reglamento	1	Q.120.00	Q.120.00	N/A	Q.0.00	Q.0.00
Sesion fotografica. (50 A 75 fotos)	1	Q.2625.00	Q.2625.00	N/A	Q.0.00	Q.0.00
		TOTAL	Q.6,847.50		TOTAL	Q.5,300.00

COSTO TOTAL DEL PROYECTO Q.12,147.50



Conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones.

En el presente proyecto se planteaba la necesidad de poder informar acerca de la importancia y beneficio que tiene el parque para todos los residentes de la colonia, por lo que se estableció que un material informativo era la mejor opción para lograr este cometido, y por la cantidad de información que se busca transmitir y la idea de presentar el parque mediante fotografías, un desplegable era la forma mas factible de trasladar la información, además de un inserto el cual puede entregarse en el periódico local de la colonia el cual les brindara información concerniente a la reservación de áreas diversas del parque para actividades familiares.

Además el proyecto demandaba que los residentes pudieran acercarse a hacer uso del parque dado que, a pesar de estar equipado, las personas no lo utilizan. por lo que se generaron banners para promocionar la asistencia y uso del parque y con esto mantener el parque de la colonia, en la mente del residente como una opción para la convivencia, recreación y otras actividades.

Recomendaciones.

En este proyecto se presentaron algunas circunstancias que impedían poder llegar a la solución del problema, según lo que estratégicamente se planteaba. La falta de personas en las fotografías originales de cada una de las piezas, se daba por la misma situación que las persona no hacia uso del parque.

El contratar o ingresar personas ajenas a la colonia para sesiones fotográficas demandaba, costos extras y un proceso de autorización que consumia tiempo. Así que en este caso en específico, el problema afectaba directamente al proceso de diseño que buscaba solucionarlo.

La respuesta a esto fue la implementación de ilustraciones que sustituyeran a las personas ausentes en las fotografías para que pudieran ejemplificar acciones dentro de las imágenes. Además esta idea aporta detalles distintos e interesantes en diseño a la solución del proyecto, que si se hubiera hecho nuevas sesiones fotográficas con personas presentes.

Referencias Bibliográficas.

Bibliografía.

Ambrose, G. y Harris, P. (2006). Bases del Diseño Vol.1 – Formato. (2da edición)
Barcelona. Parramon Ediciones, S.A.

Ambrose, G. y Harris, P. (2008). Bases del Diseño Vol.2 – Imagen. (2da edición)
Barcelona. Parramon Ediciones, S.A.

Dabner, D. (2005). Diseño maquetación y composición. Compresión y aplicación.
Naturart, S.A. BLUME.

Lupton, E. y Cole Philips, J. Diseño Gráfico nuevos fundamentos. (ed. Español)
Barcelona. Editorial Gustavo Gili, SL.

Marshall, H.(1993). Diseño Fotográfico. (2da edición)
Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.A.

Marshall, L. y Meachem, L. (2010). Como usar imagines en el diseño gráfico. (1ra Edicion)
PAD - Parramon Arquitectura y Diseño.

Samara, T. (2005). Diseñar con y sin reticula. (ed. Español)
Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.A.

Swann, A. (1993). Cómo Diseñar Retículas. (2da edición.)
Barcelona. Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.

Zappaterra, Y. (2008). Diseño Editorial: Periódicos y Revistas. (ed. Español.)
Barcelona. Editorial Gustavo Gili, SL.

Anexos.

INSTRUMENTO DE ENCUESTA PARA CONOCER AL GRUPO OBJETIVO.....	A
TÉCNICAS DE CONCEPTUALIZACION	B
INSTRUMENTO DE VALIDACION TECNICA PARA EXPERTOS...	C
INSTRUMENTO DE VALIDACION TECNICA PARA EL GRUPO OBJETIVO.....	D
INSTRUMENTO DE VALIDACION TECNICA PARA EL DISEÑADOR GRAFICO.....	E
COTIZACIONES Y FACTURAS.....	F

A. Instrumento para conocer al grupo objetivo.

Encuesta: Guatemala, Septiembre 2013
VECINOS DE LA COLONIA BRAN.

Le agradecemos su participación en la presente encuesta, la cual tiene como fin conocer más acerca de los vecinos de la Colonia Bran, para el Proyecto de Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico de La Universidad Rafael Landívar. Agradeceremos que conteste las siguientes preguntas.

Marca una respuesta según sea tu caso.

1. ¿Cuál es tu edad? _____ Años.
2. Género: Masculino Femenino
3. Hijos menores de edad? _____ Cuantos? _____
Nietos menores de edad? _____ Cuantos? _____
4. Dependes económicamente de:
Tu Trabajo
Familia
Entidad Laboral
5. Trabajas en:
Una Empresa
Trabajas en Empresa Propia
Estas Retirado
6. La vivienda en la que estás actualmente es:
Propia o Rentada.
7. Tienes Mascotas? Si / No.
8. Usas Internet para comunicarte y/o informarte en tu casa. Si / No y en tu trabajo Si / No
9. Aproximado de ingresos económicos mensuales del núcleo familiar: _____
(esta pregunta busca establecer el nivel socioeconómico)
10. Como te informas de los acontecimientos del país:
Television
Periodicos
Radio
Comentarios.
11. Como te informas de las actividades de tu colonia:
Vecinos
Volantes Informativos Impresos
Internet
Otros. Cual?

Marca una respuesta según sea tu caso.

1. Acostumbras a Leer:
Siempre
Frecuentemente
Ocasionalmente
Casi Nunca Lees
2. Si acostumbras leer que prefieres leer:
Libros
Revistas
Periódicos
Artículos digitales en Internet.
3. Prefieres las imágenes a los textos extensos cuando te estás informando de algo?
SI o No
4. Prefieres leer la información escrita que las imágenes cuando te estás informando de algo?
SI o No
5. Prefieres pasar tiempo libre:
Paseando fuera
Viendo Televisión
Navegando en Internet
Escuchando radio
Leyendo algo
Platicando con alguien.
6. En tus actividades familiares, prefieres que sean:
Al aire libre
En Casa de tus familiares
En tu vivienda actual
Lugares Privados.
7. Cuando se te avisa de actividades en tu colonia o comunidad sueles:
Prestar atención y participar
Prestar atención y no involucrarte
Ignorar la información porque no te interesa.

8. ¿Qué sueles hacer los fines de semana:
Descanzar en Casa
Recibir Familiares
Visitar Familiares
Otro Cual?

9. Los acontecimientos y actividades dentro de tu colonia te parecen:
Interesantes y Proactivas
Interesantes pero sin beneficios
Poco interesantes pero fomentan progreso
Aburridas y poco familiares
Familiares y muy Divertidas

10. Conoces el parque que se encuentra dentro de la colonia?
SI. No.

11. Si tu ayuda o aporte es requerido dentro de la colonia:
Te involucras y apoyas
Te limitas a aconsejar u opinar
Te desentendes de todo.

12. Las normas de convivencia dentro de la colonia y sus distintas áreas te parecen:
Inecesarias
Irrelevantes
Necesarias
Deficientes.

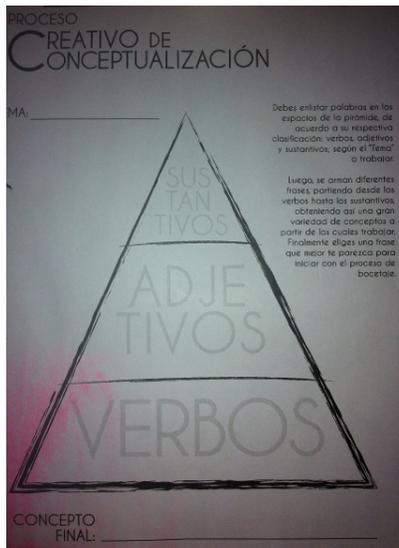
13. ¿Cuántas veces visitas el parque en la semana?
_____ días a la semana
Cada vez que puedo
Toda la semana.

SUGERENCIAS / OBSERVACIONES

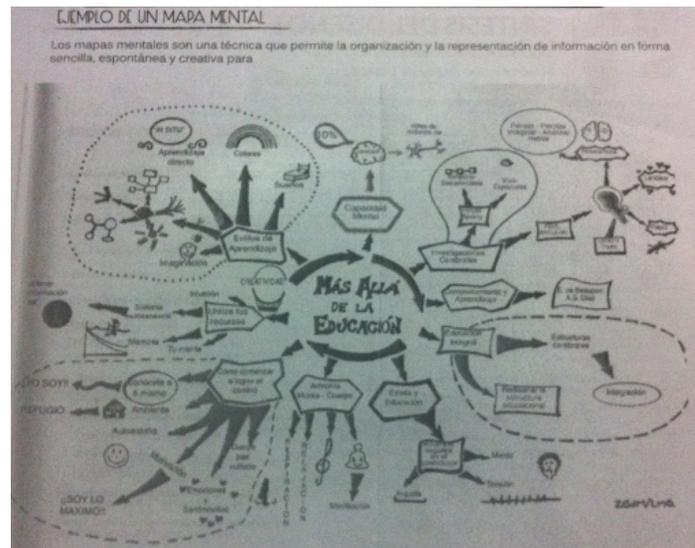
A continuación puedes hacer sugerencias de actividades en las que te gustaría que se desarrollen dentro y fuera de la Colonia y/o el Parque. Ser atractivas dentro de la colonia y el parque

GRACIAS POR PARTICIPAR DE ESTA ENCUESTA.

B. Técnicas de Conceptualización.



B1. Piramide de adjetivos



B2. Mapas mentales



B3. Ideart.

C. Instrumento de validación - Experto del Tema.



Encuesta de Validación - Expertos del Tema.

Es de mucho agrado y agradecimiento su colaboración en el proceso de validación de este proyecto a favor de la Colonia Bran por medio de su Asociación de Vecinos (ASOBRAAN) en la Zona 3 de esta capital, enfocado a los residentes de dicha colonia.

Para participar de esta encuesta, por favor marque la opción que mejor se adapte a su criterio, eligiendo solamente una de las disponibles.

- | | |
|---|---|
| <p>1. Considera que el tema expuesto, para los vecinos será:</p> <p>Interesante. <input type="checkbox"/></p> <p>Aburrido y monótono. <input type="checkbox"/></p> <p>Serio e importante. <input type="checkbox"/></p> <p>Intrascendente. <input type="checkbox"/></p> | <p>6. Visualmente las distintas formas en los materiales, lograrán...</p> <p>Únicamente decorar al tema expuesto <input type="checkbox"/></p> <p>Crear sentimiento de propiedad y patrimonio. <input type="checkbox"/></p> <p>Transmitir la sensación de Crecimiento <input type="checkbox"/></p> <p>Impacto acerca del tema. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>2. La información descrita en el desplegable, en referencia al tema, es</p> <p>Completa. <input type="checkbox"/></p> <p>Muy completa. <input type="checkbox"/></p> <p>Incompleta. <input type="checkbox"/></p> <p>Muy pobre. <input type="checkbox"/></p> | <p>7. En su experiencia, considera que el grupo objetivo...</p> <p>Se sentirá atraído por el tema <input type="checkbox"/></p> <p>Entenderá el tema pero no le provocara interés <input type="checkbox"/></p> <p>Entenderá el tema y participara <input type="checkbox"/></p> <p>Tomará el tema como datos sin importancia. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>3. El lenguaje utilizado para transmitir la información, considera que es...</p> <p>Apropiado para los vecinos. <input type="checkbox"/></p> <p>Respetuoso con el lector. <input type="checkbox"/></p> <p>Complejo para quien lo lea. <input type="checkbox"/></p> <p>Aburrido para los vecinos. <input type="checkbox"/></p> | <p>8. Visualmente que transmiten las fotografías en los distintos materiales</p> <p>Crecimiento <input type="checkbox"/></p> <p>Aburrimento <input type="checkbox"/></p> <p>Naturaleza <input type="checkbox"/></p> <p>Soledad <input type="checkbox"/></p> <p>Paz / Libertad. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>4. El orden de la información descrita en el desplegable, considera que:</p> <p>Está ordenada apropiadamente <input type="checkbox"/></p> <p>Está desorganizada <input type="checkbox"/></p> <p>Es intrascendente el orden de la información <input type="checkbox"/></p> | <p>9. Según su experiencia los materiales considera que son...</p> <p>Novedosos y útiles <input type="checkbox"/></p> <p>Convencionales o comunes <input type="checkbox"/></p> <p>Extraños y sin funcionalidad. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>5. La cantidad de información, descrita en el desplegable y el Unifoliar, considera que...</p> <p>Es suficiente y clara <input type="checkbox"/></p> <p>Pobre y confusa <input type="checkbox"/></p> <p>Suficiente pero confusa <input type="checkbox"/></p> <p>Sintetizada y muy puntual. <input type="checkbox"/></p> | <p>10. En general los materiales y el proyecto transmiten...</p> <p>Desarrollo humano. <input type="checkbox"/></p> <p>Desarrollo comunitario. <input type="checkbox"/></p> <p>Desarrollo institucional. <input type="checkbox"/></p> <p>Desarrollo de infraestructura. <input type="checkbox"/></p> |

11. A nivel de contenido y según su experiencia, como cree que los distintos materiales pueden mejorar para ser más claros y eficientes en la transmisión de la información a los vecinos.

11.1 DESPLEGABLE:

11.3 BANNERS:

11.2 UNIFOLIAR:

11.4 REGLAMENTO:

Nombre: _____

Profesión: _____

Mail / Teléfono: _____

Fecha: _____

Firma: _____

D. Instrumento de validación - grupo objetivo.



Encuesta de Validación - Grupo Objetivo.

Es de mucho agrado y agradecimiento su colaboración en el proceso de validación de este proyecto a favor de la Colonia Bran por medio de su Asociación de Vecinos (ASOBRAN) en la Zona 3 de esta capital, enfocado a los residentes de dicha colonia.

Para participar de esta encuesta, por favor marque la opción que mejor se adapte a su criterio, eligiendo solamente una de las disponibles.

- | | |
|---|---|
| <p>1. El material desplegable considera que...</p> <p>Es demasiado grande. <input type="checkbox"/></p> <p>Es de tamaño óptimo. <input type="checkbox"/></p> <p>Podría ser más grande. <input type="checkbox"/></p> <p>Es demasiado pequeño. <input type="checkbox"/></p> | <p>6. Los mensajes dentro de los banners...</p> <p>Puedo leerla claramente. <input type="checkbox"/></p> <p>No puedo leerla con tanta facilidad. <input type="checkbox"/></p> <p>Está muy confusa. <input type="checkbox"/></p> <p>No puedo leerla, es confuso. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>2. Dentro del desplegable y el unifoliar, la información se presenta...</p> <p>Desordenada y confusa. <input type="checkbox"/></p> <p>Ordenada y sencilla. <input type="checkbox"/></p> <p>Bien definida y detallada. <input type="checkbox"/></p> <p>Separada pero de manera compleja. <input type="checkbox"/></p> | <p>7. Las imágenes en los materiales, en los que se de el caso, considera...</p> <p>Son interesantes y atractivas. <input type="checkbox"/></p> <p>Son poco atractivas. <input type="checkbox"/></p> <p>Son Aburridas y monótonas. <input type="checkbox"/></p> <p>Son divertidas. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>3. Los titulares dentro del desplegable y el unifoliar...</p> <p>Divertidos. <input type="checkbox"/></p> <p>Elegantes. <input type="checkbox"/></p> <p>Serios. <input type="checkbox"/></p> <p>Naturales. <input type="checkbox"/></p> | <p>8. Considera que el tema se enfoca...</p> <p>En desarrollo del parque. <input type="checkbox"/></p> <p>Protección de la Naturaleza. <input type="checkbox"/></p> <p>Desarrollo de la comunidad. <input type="checkbox"/></p> <p>Desarrollo de la asociación de vecinos. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>4. El texto descrito dentro del desplegable, unifoliar y reglamento es...</p> <p>Difícil de leer por el tamaño. <input type="checkbox"/></p> <p>De tamaño óptimo para leer. <input type="checkbox"/></p> <p>Difícil de leer por el fondo. <input type="checkbox"/></p> <p>Fácil de leer por el fondo. <input type="checkbox"/></p> | <p>9. La manera de abrir el desplegable le parece</p> <p>Difícil y complicada. <input type="checkbox"/></p> <p>Sencilla y atractiva. <input type="checkbox"/></p> <p>Sencilla pero confusa. <input type="checkbox"/></p> <p>Distinta y funcional. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>5. La información en el desplegable, el unifoliar y el reglamento, le parece...</p> <p>Interesante y con valor. <input type="checkbox"/></p> <p>Interesante pero poco útil. <input type="checkbox"/></p> <p>Poco interesante e intrascendente. <input type="checkbox"/></p> <p>Sin importancia. <input type="checkbox"/></p> | <p>10. La falta de personas en las distintas fotografías, considera que</p> <p>Le aporta interés al proyecto y transmite paz o libertad. <input type="checkbox"/></p> <p>Le resta atracción al proyecto y transmite aburrimiento o soledad. <input type="checkbox"/></p> <p>Le resta enfoque comercial al proyecto. <input type="checkbox"/></p> <p>Enfoca el proyecto hacia tema comunitario. <input type="checkbox"/></p> |

Referente a todo el proyecto.

Referente a ilustraciones nuevas.



2a. Encuesta de Validación - Grupo Objetivo.

Es de mucho agrado y agradecimiento su colaboración en el proceso de validación de algunos detalles específicos este proyecto, a favor de la Colonia Bran por medio de su Asociación de Vecinos (ASOBRAN) en la Zona 3 de esta capital, enfocado a los residentes de dicha colonia. En esta ocasión se está indagando información acerca de las ilustraciones implementadas en los materiales que se le presentarán.

Independientemente de haber participado del proceso previo, para esta encuesta se siguen manteniendo los mismos requerimientos. Por favor marque la opción que mejor se adapte a su criterio, eligiendo solamente una de las disponibles.

- | | |
|---|---|
| <p>1. Cree que las ilustraciones de las personas en las diferentes piezas:</p> <p>Distraen su atención. <input type="checkbox"/></p> <p>Atraen su atención. <input type="checkbox"/></p> <p>Son irrelevantes. <input type="checkbox"/></p> <p>Son importantes. <input type="checkbox"/></p> | <p>5. Las acciones ejemplificadas mediante las ilustraciones le parece que:</p> <p>todas son claras. <input type="checkbox"/></p> <p>algunas claras y otras no. <input type="checkbox"/></p> <p>podrían ser más detalladas. <input type="checkbox"/></p> <p>todas son confusas. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>2. Cree usted que las ilustraciones de personas en las piezas, motivan a:</p> <p>Pasar tiempo en familia. <input type="checkbox"/></p> <p>Ser dinámico. <input type="checkbox"/></p> <p>Salir de la rutina. <input type="checkbox"/></p> <p>Quedarse en casa. <input type="checkbox"/></p> | <p>6. Considera que el uso de ilustraciones en lugar de fotografías de personas:</p> <p>es innovador y diferente. <input type="checkbox"/></p> <p>es común pero útil. <input type="checkbox"/></p> <p>discrimina y ofende. <input type="checkbox"/></p> <p>no hace acepción y ejemplifica. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>3. Las actividades que se presentan mediante las ilustraciones le:</p> <p>Invitan. <input type="checkbox"/></p> <p>Motivan. <input type="checkbox"/></p> <p>Aburren. <input type="checkbox"/></p> <p>Cansan. <input type="checkbox"/></p> | <p>7. Los mensajes en la parte inferior de los banners y las ilustraciones considera:</p> <p>que complementan. <input type="checkbox"/></p> <p>que son acordes. <input type="checkbox"/></p> <p>que son opuestas. <input type="checkbox"/></p> <p>que son diferentes. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>4. En relación al color de las ilustraciones le parece:</p> <p>Intenso y dinámico. <input type="checkbox"/></p> <p>Cálido y familiar. <input type="checkbox"/></p> <p>Llamativo e interesante. <input type="checkbox"/></p> <p>Brillante y ofensivo. <input type="checkbox"/></p> | <p>8. El contraste entre el realismo de la fotografía y la ilustración implementada:</p> <p>es interesante. <input type="checkbox"/></p> <p>es muy común. <input type="checkbox"/></p> <p>es aburrido. <input type="checkbox"/></p> <p>es diferente. <input type="checkbox"/></p> |

E. Instrumento de validación - Diseñador gráfico.



Encuesta de Validación - Diseñador Gráfico.

Es de mucho agrado y agradecimiento su colaboración en el proceso de validación de este proyecto a favor de la Colonia Bran por medio de su Asociación de Vecinos (ASOBRAN) en la Zona 3 de esta capital, enfocado a los residentes de dicha colonia.

Para participar de esta encuesta, por favor marque la opción que mejor se adapte a su criterio, eligiendo solamente una de las disponibles.

- | | |
|--|--|
| <p>1. La retícula en los materiales busca.</p> <p>Solamente ordenar los elementos. <input type="checkbox"/></p> <p>Presentar puntos focales. <input type="checkbox"/></p> <p>Establecer jerarquías. <input type="checkbox"/></p> <p>Transmitir la sensación de movimiento. <input type="checkbox"/></p> | <p>6. Las distintas piezas con contenido gráfico, se perciben.</p> <p>Con inclinación al manejo de la textura. <input type="checkbox"/></p> <p>Predominio del manejo del color. <input type="checkbox"/></p> <p>Enfocado al manejo de imágenes y fotografías. <input type="checkbox"/></p> <p>Transmitir información mediante el texto. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>2. Los diferentes elementos gráficos en las distintas piezas...</p> <p>Unifican y segmentan el texto. <input type="checkbox"/></p> <p>Desordenan la información. <input type="checkbox"/></p> <p>Se integran con los textos. <input type="checkbox"/></p> <p>Enfatizan el contenido informativo. <input type="checkbox"/></p> | <p>7. El diseño del troquel (en las piezas en las que aplica) considera que...</p> <p>Es atractivo y aporta sensación de crecimiento. <input type="checkbox"/></p> <p>Resta espacio a los textos. <input type="checkbox"/></p> <p>Es monótono y sin funcionalidad. <input type="checkbox"/></p> <p>Sale de lo convencional pero es complejo. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>3. La fuente tipográfica en los contenidos es</p> <p>Sencilla. <input type="checkbox"/></p> <p>Legible. <input type="checkbox"/></p> <p>Confusa. <input type="checkbox"/></p> <p>Pequeña. <input type="checkbox"/></p> | <p>8. Los folios y la forma de abrir el material desplegable, considera que es...</p> <p>Confusa. <input type="checkbox"/></p> <p>Dinámica. <input type="checkbox"/></p> <p>Aburrida. <input type="checkbox"/></p> <p>Clara. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>4. En los titulares, la tipografía es...</p> <p>Clara. <input type="checkbox"/></p> <p>Legible. <input type="checkbox"/></p> <p>Confusa. <input type="checkbox"/></p> <p>Elegante. <input type="checkbox"/></p> | <p>9. La resolución y calidad de las fotografías en los materiales, considera que...</p> <p>Es baja para ser un material impreso. <input type="checkbox"/></p> <p>Es óptima para este material. <input type="checkbox"/></p> <p>Está bien pero puede aumentar. <input type="checkbox"/></p> <p>Otro. <input type="checkbox"/></p> |
| <p>5. El color en las distintas piezas...</p> <p>Armonizan con los elementos. <input type="checkbox"/></p> <p>Transmiten crecimiento. <input type="checkbox"/></p> <p>Separan los temas. <input type="checkbox"/></p> <p>Transmiten naturaleza. <input type="checkbox"/></p> | <p>10. El soporte en el que está impreso el desplegable y el unifoliar, considera...</p> <p>Que no es el adecuado para estos materiales. <input type="checkbox"/></p> <p>Que podría funcionar para estos materiales. <input type="checkbox"/></p> <p>Que está bien seleccionado para estos materiales. <input type="checkbox"/></p> <p>Otros, cuales: <input type="checkbox"/></p> |

11. El material sugerido para los banners, los cuales estarán en exteriores, considera...

- Debe ser vinil mate para evitar brillos.
- Debe ser vinil brillante para aportar calidad.
- Otro material sugerido.

12. Las piezas, considera que son...

- Son aptas para el grupo objetivo.
- No aplican para el grupo objetivo.
- Pueden funcionar para el grupo objetivo.

13. El reglamento, considera que esta diagramado.

- De forma ordenada y clara.
- De forma desordenada y confusa.
- De forma dinámica y clara.
- De forma estática y confusa.

14. Sugerencias para mejorar cada una de las piezas presentadas.

14.1 DESPLEGABLE:

14.2 UNIFOLIAR:

14.3 BANNERS:

14.4 REGLAMENTO:

Nombre: _____

Profesión: _____

Mail / Teléfono: _____

Fecha: _____

Firma: _____

E. Facturas y Cotizaciones.

Buenos días con mucho gusto, el precio de las mantas es de Q90.00 x 10% menos del día de hoy, sería precio de cada una Q81.00x6 = Q486.00 no incluye ojetes ni bolsa si lo requiere, Q1.00 cada ojete, a espera de su pronta respuesta,

saludos cordiales.

Evelin García
 Concepto Publicidad
 Tel: 2476-4994



Presupuesto de Diseño.

Doc. No. 98
 Fecha: 02-oct-13

Emp./Cliente: Asociación de Vecino Colonia Bran
 Marca: ASOBAN
 Dierccion: Colonia Bran. Zona 3 de Guatemala
 Producto: Publicidad y Promoción
 Contacto: Licda. Noris Figueroa

Tel. 2251-1945
2257-6104

Cant.	Forma de la contratación	Precio Unt.	Precio Total
1	Desplegable Publicitario: 3 cuerpos, full color tiro y retiro, doble carta, troquel	1,200.00	1,200.00
1	Unifoliar Inserto Promocional: 1 cuerpo full color tiro, carta, toquelado.	262.50	262.50
6	Banners promocionales: Full color tiro, mate de 1x2mts	440.00	2,640.00
2	Rediagramacion (2 paginas tamaño carta)	60.00	120.00
1	Sesion de fotografia del parque (50 a 75 fotografias)	2,625.00	2,625.00

Cantidad de: Seis Mil Ochocientos Cuarenta y Siete con 50/100

Cada cambio significativo tiene un Costo de Q.30.00 en adelante
 Se Cancela el 60% al iniciar y 40% al concluir el proyecto.

TOTAL 6,847.50

Descripcion del proyecto.
Elaboracion de:
 Un desplegable publicitario junto con un Unifoliar inserto de tipo promocional para los vecinos residentes de la Colonia BRAN.
 Seis Banners de tipo promocional enfocados al parque de la Colonia BRAN
 Rediagramacion del reglamento vigente utilizado dentro y fuera del parque de la Colonia BRAN

DG. SERGIO ARROYO
 56988588

Cliente

La presente cotizacion y sus valores son validos por 30 dias a partir del dia que se entrega.



MAJADAS
Teléfonos: 2384-0888 / 2384-0785
28 Avenida 5-80, Zona 11
majadas@lastminute.net.gt

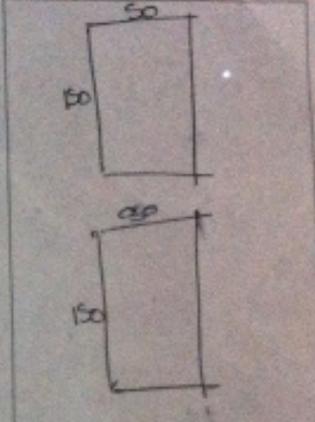
ORDEN TALLER No. 0121

DÍA DE RECIBIDO 24 11 13
(LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO)

HORA DE RECIBIDO PM.
(1:00 P.M. | 2:00 P.M. | 3:00 P.M. | 4:00 P.M. | 5:00 P.M. | 6:00 P.M. | 7:00 P.M. | 8:00 P.M. | 9:00 P.M. | 10:00 P.M. | 11:00 P.M.)

DÍA DE ENTREGA 25 11 13
(LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO)

HORA DE ENTREGA PM.
(1:00 P.M. | 2:00 P.M. | 3:00 P.M. | 4:00 P.M. | 5:00 P.M. | 6:00 P.M. | 7:00 P.M. | 8:00 P.M. | 9:00 P.M. | 10:00 P.M. | 11:00 P.M.)



ESPAÇO PARA DIBUJAR DETALLES DEL TRABAJO

POR PAGAR ENTREGAR EN TIENDA SERVICIO A DOMICILIO

CANCELADO ANTICIPO CRÉDITO

FACTURA No. 116771 RECIBO No. _____

CLIENTE Sergio Ivan Arroyo TELÉFONO 5698 8538

FACTURAR A Milvia Dardon NIT 343810-4

DIRECCIÓN Ciudad

CORREO ELECTRÓNICO dsplus.designstudio@gmail.com

CANTIDAD		TIPO		MEDIDA		ACABADOS			MATERIAL DE INSTALACIÓN					OBSERVACIONES	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	PRECIO				
BACKLIGHT	LONA VINÍLICA	MESH	VINIL ADHESIVO	VINIL TRANSPARENTE	MATE	BIRILIANTE	ALTO	ANCHO	AL RAZ	DIÁMETRO DE BOLSA	MEDIDA DE EXCESO	CANTIDAD DE OJETES	ACRÍLICO				CARTÓN	EDUOPLAST	PVC	OTRO
	2				X		150	250	X										sin ojetes	

CORTE ELECTRÓNICO						
CANT.	ALTO	ANCHO	PLS. CMT.	COLOR	DESCRIPCIÓN	PRECIO

OTROS SERVICIOS			
	CANTIDAD	MEDIDA	DETALLES
TAZA PACHÓN			
PLAYERAS <small>MAC DE 20</small>			
SELLO			AUTOMÁTICO MADERA
SELLO			AUTOMÁTICO MADERA

Marcos S
ELABORÓ ORDEN DE TRABAJO

81
CÓDIGO VENDEDOR

[Signature]
FIRMA AUTORIZACIÓN DE CLIENTE

NOMBRE DE RECIBO EL TRABAJO

TOTAL Q. 15000

FARBEN

Boulevard Las Jacarandas, Lote 3, Cayala
 Zona 16, Local 2 Guatemala, Guatemala
 PBX: 2315-4500, Fax: 2315-4500
 FARBEN, S.A.
 NIT 7669542-5

FACTURA

Serie: P Numero: 18621
 Fecha: 12-11-2013
 Cliente: 4594-MILVIA DARDON

NIT : 343810-4
 CIUDAD

2	Impresion color BOND Oficio	12.00
2	Impresion color OPALINA A 230 grs Doble carta	28.00
Sub-Total		40.00
TOTAL		40.00

Res: 2013-1-50-905 de la 1 a la 20000
 Serie P fecha del 21-01-2013
 SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES
 12/11/2013 09:24:17 p.m.
 impresiones@printit.com.gt

PARQUE COMERCIAL "LAS MAJADAS"
 LOCAL B, GUATEMALA, GUATEMALA
 TEL.: 2384-0944, 2384-0880, 2384-0885
 NIT: 4436888-7

Autorizado Segun Resolución No.
 2010-1-48-34353 de Fecha: 16/12/2010
 Del 1 AL 100000

CAJA: 01
 SERIE: K7
 FACTURA No. 0000116771
 Fecha: 24/11/2013 16:10:48

Nit: 343810-4
 Nombre: MILVIA DARDON
 Direccion: Ciudad
 Telefonos:

CANT. DESCRIPCION	TOTAL
2.00 LONA VINILICA ALTA RESOLUCION MT.2 - / FRACCION	150.00
4.00 IMPRESION COLOR / FUL L. COLOR OFICIO	26.00
4.00 TEXCOTE OFICIO - 270 GRAMOS	12.00
4.00 IMPRESION COLOR / FUL L. COLOR OFICIO	26.00
Total	214.00
Descuento	0.00
Total a pagar	214.00