



**“Comunicación visual no verbal
pro-alfabetización,
validado en el área del Mezquital.”**

*Proyecto de Graduación para optar al Título de
Técnico en Diseño Gráfico.*

*Claudia Elicia Ramírez Monroy
Miriam Beatriz Larios García*

*Programa de Diseño Gráfico
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala*

Guatemala, octubre 1995.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico

**“Comunicación visual no verbal
pro-alfabetización,
validado en el área del Mezquital.”**

Junta Directiva:

Decano *Arq. Julio René Corea y Reyna*
Vocal I *Arq. José Jorge Uclés Chávez*
Vocal II *Arq. Víctor Hugo Jáuregui García*
Vocal III *Arq. Silvia Evangelina Morales Castañeda*
Vocal IV *Br. Marco Vinicio Barrios*
Vocal V *Br. César Mauricio Meléndez*
Secretario *Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón*

Jurado Examinador:

Lic. Marcia Claudina de Rendón
Arq. Felipe Hidalgo Villatoro
Arq. Julio Tórtola Navarro

Asesor:

Lic. Marcia Claudina de Rendón



Honorable Junta Examinadora

*Cumpliendo con lo que establece el reglamento
Universitario, presentamos a su consideración, previo a pasar
el Título de*

Técnico en Diseño Gráfico

el siguiente proyecto de graduación:

**“Comunicación visual no verbal
pro-alfabetización,
validado en el área del Mezquital.”**

DEDICATORIA

De: Claudia Ramirez.

Dedicado Especialmente:

A Dios, por ser la luz y guía en mi vida

A la Virgen María, por ser ejemplo a seguir

A mi madre, Leticia Monroy con todo el amor y agradecimiento por su lucha constante al ayudarme a realizar mis triunfos.

A mi padre, Periodista Julio Ramírez con amor.

A mi tía, Olga de Rodas por ser una segunda madre.

A mis primos, con todo mi cariño.

A toda mi familia, gracias por la alegría y ánimo que me transmitieron.

A mis amigos de siempre, Isabel, Julio, Fam. Matheu, Mafi, personal docente de la Esc. Ramona Gil y Miriam Larios por ser gran compañera de trabajo.

A: Walter García, Monseñor Willy Flores, Eduardo Cevalco, Fam. Sosa, Neto Carrera, Nico Castillo, Comunidad El Buen Pastor y Jesús amor de todos, por su gran ayuda, cariño y apoyo incondicional.

A mis asesores: Lic. Marcia Claudina de Rendón y Renato Díaz. †

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Guatemala, octubre 1995.

DEDICATORIA

De: Miriam Larios

Dedicado Especialmente:

A Dios, por darme la oportunidad de triunfar y de ser feliz.

A la Virgen María, por su amor y protección que siempre me brinda.

A mis padres, por apoyarme y estar siempre conmigo en todos los momentos de mi vida, guiándome por el camino correcto para triunfar.

A mis hermanos, les agradezco su apoyo y amor.

A: Una persona muy especial que me dió su ayuda incondicional.

A toda mi familia, en especial amis abuelitos, gracias por la alegría y ánimo que me transmitieron.

A mi amiga, Claudia Ramirez por haber trabajado conmigo.

A mis asesores: Lic. Marcia Claudina de Rendón y Renato Diaz. †

A: Sr. Antonio Escobar.

Guatemala, octubre 1995.

INDICE

PRESENTACIÓN	1
OBJETIVO GENERAL	2
JUSTIFICACIÓN	3
FORMULACIÓN PRELIMINAR DEL PROBLEMA	4
DELIMITACIÓN DEL TEMA	5
METAS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN	6
MARCO TEÓRICO	
<i>DEFINICIÓN DEL DISEÑO</i>	11
<i>EL DISEÑO GRÁFICO</i>	12
<i>LA COMUNICACIÓN</i>	13
<i>LA COMUNICACIÓN VISUAL</i>	
<i>EL ANALFABETISMO</i>	15
<i>EL ALFABETISMO</i>	17
<i>COMUNICACIÓN VISUAL Y EL ALFABETISMO VISUAL</i>	18
<i>LA COMUNICACIÓN VISUAL NO VERBAL</i>	19

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

<i>Creación de Diseño</i>	20
<i>Creación de las Encuestas</i>	34
<i>Depuración de las distintas variantes</i>	39
<i>CREACIÓN DE LA CAMPAÑA</i>	
<i>Afiche</i>	40
<i>Volante</i>	41
<i>Manta</i>	42
<i>CONCLUSIONES</i>	47
<i>RECOMENDACIONES</i>	49
<i>ANEXO</i>	51
<i>GLOSARIO</i>	52
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	53

PRESENTACIÓN

En Guatemala, históricamente las causas del analfabetismo se explican, desde su origen, en el marco de una estructura socioeconómica, política y cultural de pobreza, miseria y estancamiento en que vive el país.

Lo anterior evidencia la conciencia que debe tenerse, de que el analfabetismo trasciende los límites de un problema estrictamente educativo para identificarse como un problema social.

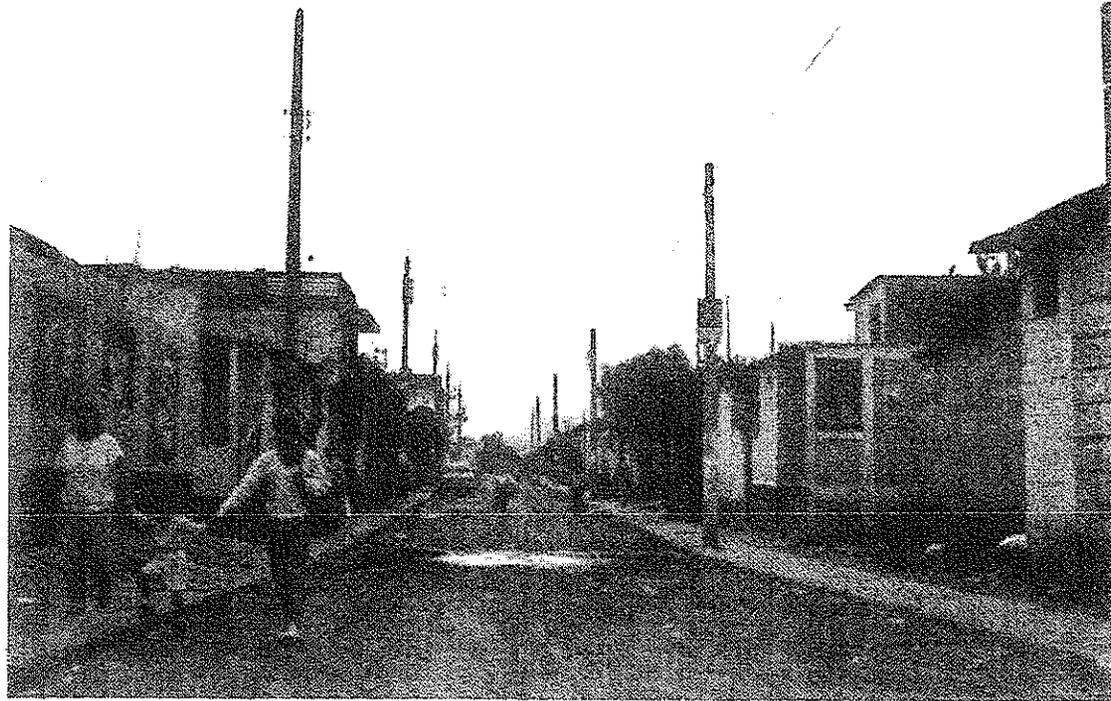
Es imprescindible que se desarrollen proyectos encaminados hacia una manera más eficiente y eficaz de resolver esta situación; una forma de lograrlo es por medio de una campaña que estimule a las personas para que se alfabeticen y que asocien la comunicación visual entre ellas y todos los elementos que se utilizan para el aprendizaje.

Es de suma importancia que todos los individuos se envuelvan en el desarrollo de técnicas adecuadas, para así crear un país más próspero. Una manera de lograrlo es creando una forma agradable y basada en el estudio de costumbres, caracteres y forma de vivir de las personas. Por tal motivo se pretende impulsar el alfabetismo creando elementos técnicamente mejores y más vistosos; estos se pueden lograr basándonos en la experiencia y capacidad que tiene un diseñador gráfico, por conocer un enfoque más profundo de las distintas variantes, tonalidades, elementos y aplicaciones que en un momento determinado ofrezcan una enseñanza más agradable y que atraiga a todas las personas, impulsando el interés de los mismos por aprender.



OBJETIVO GENERAL

Diseñar una campaña publicitaria visual no verbal que motive a las personas analfabetas para que aprendan a leer y escribir .



Calles y avenidas, que nos muestran la forma de vida de las personas del Mezquital.

JUSTIFICACIÓN

Hemos seleccionado este tema ya que actualmente en Guatemala hay un gran porcentaje de personas (41.1% de la población total) que no saben leer y escribir y necesitan aprender, y que no se les ha brindado la atención que se requiere .

Este es uno de los factores por los que el país se encuentra en un subdesarrollo generalizado. La disminución del analfabetismo, promete mejor nivel de vida de los habitantes y por ende del país. Por esta razón consideramos que la proyección del diseño gráfico en este tema es vital, ya que se debe encontrar un medio eficaz que comunique fácilmente los mensajes deseados, para que motive a estas personas y les genere automáticamente el deseo de una autosuperación. Consideremos que el diseñador gráfico es capaz de realizar campañas eficaces que contribuyan a resolver el problema.

Cuenta con la posibilidad de adecuar el mensaje dirigido a los analfabetas, siendo una oportunidad bastante valiosa para poner en práctica la experiencia como un profesional en el campo.

En las áreas marginales de Guatemala, se encuentra el mayor índice de analfabetismo dentro del perímetro urbano. Para citar algunas de ellas, tenemos: El Gallito, La Ruedita, El Amparo, El Incienso, El Mezquital, La Limonada, etc.

A través de la información dada por CONALFA, se ha detectado que una de las áreas con mayor rechazo a la alfabetización es el Mezquital, por tal motivo decidimos realizar la campaña en esta área.



FORMULACIÓN PRELIMINAR DEL PROBLEMA

La falta de atención que se ha tenido en nuestro medio hacia la educación ha creado índices de analfabetismo alarmantes, (41.1% de la población). Es un factor por lo cual el país se encuentra en un subdesarrollo general. Por tal motivo, es necesario tomar medidas rectificantes al respecto, para crear en las personas el deseo de una autosuperación.

Problema: Elaboración de una campaña que motive el deseo de alfabetizarse, en las personas adultas.

- ¿ En dónde? Se ha seleccionado el área del Mezquital*
- ¿ Cómo contribuir a que exista una comunicación visual efectiva para alfabetizar?.*



Como estas personas hay muchas que no tienen oportunidad de aprender por la falta de motivación.



DELIMITACIÓN DEL TEMA

Limites Geográficos: Ciudad de Guatemala. En el área marginal del Mezquital, zona 12.

Grupo Objetivo: Personas analfabetas adultas comprendidas entre 20 y 50 años.

Enfoque: En el Mezquital actualmente el grupo objetivo que se desea alfabetizar está comprendido entre los 15 y 35 años de edad. Del 100% de ellos, solamente el 45% asiste a la alfabetización. El otro 55%, por falta de motivación, no sigue llegando o es resistente al cambio.

Como todas las personas están en constante comunicación, ya sea en su trabajo y en general en todos lados, se tratará de crear en todo individuo (de 20 a 50 años) una conciencia del papel que juegan en el constante desarrollo del país y de las posibles oportunidades y beneficios que conllevan el aprender a leer y escribir. El proyecto tiende a promover los deseos de autosuperación constante para elevar el nivel de educación en esta área marginal.



METAS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN

¿Cuál es el problema?

El analfabetismo que existe en el área suburbana del Mezquital y la falta de motivación para incentivar a estas personas.

¿Qué cambios se desea realizar?

A través de la campaña visual no verbal, se motivará a las personas entre las edades de 20 a 50 años del área del Mezquital a que se alfabeticen.

¿Qué resultados esperamos obtener?

Que a través de una campaña publicitaria (afiches, mantas y volantes) las personas de 20 a 50 años analfabetas del área del Mezquital zona 12 de la ciudad de Guatemala, sean motivadas y se interesen por la alfabetización.

¿Cuáles son los objetivos específicos del proyecto?

Objetivo medible: *Diseñar (afiches, mantas y volantes) comprensibles en un 80% por un público analfabeto.*

Objetivo de Resultado Esperado: *Montaje de una campaña publicitaria visual no verbal que motive a las personas analfabetas para que aprendan a leer y escribir, para que con ello mejoren su nivel de vida y por ende el de nuestro país.*



Objetivo de Procesos: Seleccionar entre varios bocetos, los mensajes visuales mejor comprendidos por el grupo objetivo.

¿ A cuántas personas llegará o afectará la campaña?

Se estima que la campaña llegará al 80% de las personas de 20 a 50 años del área del Mezquital que son analfabetas.

¿ Quiénes son los destinatarios?

Segmentación:

- a. Lugar de residencia: Zona suburbana, el Mezquital zona 12.
- b. Grupo étnico: Ladinos.
- c. Sexo: Masculino y femenino.
- d. Edad: De 20 a 50 años.
- e. Sector socioeconómico: Ingreso promedio, salario mínimo.
- f. Grado de alfabetización o de instrucción: Analfabetas.
- g. Ocupación: Obreros, servidores públicos, amas de casa, etc.

Destinatario Primario

Adultos analfabetos de 20 a 50 años de edad, del área del Mezquital, zona 12.

Destinatario Secundario

El equipo encargado de la campaña de la comunicación visual no verbal pro-alfabetización, validado en el área del Mezquital: Miriam Beatriz Larios García y Claudia Leticia Ramírez Monroy.



Destinatario Terciario

Comité Nacional de Alfabetización (CONALFA)

¿ Qué canales es más probable que lleguen a los destinatarios?

Impresos: *Afiches, mantas y volantes.*

¿ Qué canales tienen más probabilidades de producir los cambios deseados?

Afiches, volantes y mantas.

Alcance

Al 100% de personas analfabetas del área del Mezquital zona 12, en un periodo de 2 a 4 meses.

Frecuencia

Visibilidad fija y constante.

Lugares

Varía según el tipo de impreso: tiendas, farmacias, calles, avenidas, casas particulares, etc.



Repercusiones

Los diferentes impresos tendrán colores y elementos visuales que llamarán la atención de las personas analfabetas y fijarán en ellas, el mensaje gráfico motivando, así, el deseo de alfabetizarse.

Credibilidad

Para la credibilidad de la campaña, CONALFA supervisará cada impreso y la efectividad que pueda tener en los analfabetos del Mezquital.

Aspectos Pragmáticos

Eficacia en función del costo: La determinación de costos de cada impreso se irá realizando conforme la campaña, pero consideramos que los beneficios serán mayores a la inversión, ya que se motivará lo suficiente a las personas analfabetas del Mezquital para que se alfabeticen.

Estructura y Control de los Medios de Difusión

La difusión de nuestra campaña estará apoyada por CONALFA y el mensaje que transmita será: Sencillo, directo, sin texto, colores y formas atractivas y colocados en lugares visibles a toda persona.



Estrategia

Problema

Analfabetismo en el área del Mezquital.

Objetivos

Elaborar una campaña publicitaria visual no verbal que motive a las personas analfabetas para que aprendan a leer y escribir, para que con ello mejoren su nivel de vida y por ende el de nuestro país.

Destinatarios

- *Personas analfabetas de 20 a 50 años del Mezquital.*
- *Integrantes de la realización de la campaña.*
- *CONALFA.*
- *Características: Personas trabajadoras con salario mínimo, perspectiva de superación baja, analfabetos.*
- *Canal: Impresos.*
- *Idea por transmitir: Alfabetizarse.*



Personas en el mercado realizando sus labores.

Marco Teórico

DEFINICIÓN DE DISEÑO

Las teorías del Diseño, constituyen un tema desarrollado profundizado por diversos equipos de investigación de distintas universidades, escuelas de diseño y especialistas del tema.

Todas las formas de diseño implican un doble proceso: internamente, un desarrollo creativo; externamente, un desarrollo comunicacional.

Realmente hablar de diseño es bastante complicado debido a lo extenso del término, por tal razón vamos a tratar de definirlo de una manera sencilla.

El diseño es una actividad creadora compleja que lleva consigo una planificación: idear y disponer un asunto junto con los medios para llevarlo a cabo. Es una práctica en la que se forjan y determinan ideas y formas que han de materializarse posteriormente mediante procedimientos manuales o mecánicos.

La necesidad del diseño gráfico, es la adecuación de las teorías del diseño, a un lenguaje simple, fácil de comprender, de un manejo rápido, visual y sencillo.

Acerca de nuestro propio trabajo, necesitamos fundamentar nuestros juicios racionales de diseño gráfico, y la mejor manera de lograrlo es analizarlo.



EL DISEÑO GRÁFICO

Actividad que tiene como finalidad crear obras cuyo destino es impresión.¹

Es el modo de expresar un mensaje a través de formas, palabras e imágenes impresas o en movimiento.²

Necesidad del Diseño Gráfico: La necesidad del programa de Diseño Gráfico es la adecuación de las teorías del diseño, a un lenguaje simple, fácil de comprender de un manejo rápido, visual y sencillo.³

La comunicación juega un papel fundamental en el desarrollo de un país. El diseñador gráfico, en su calidad de comunicación visual, puede realizar una labor muy importante en una sociedad llena de contrastes como la guatemalteca.

Cada vez resulta más evidente la necesidad de superar la barrera de "Comunicación ineficaz". Para ello se deben crear y transmitir imágenes que contribuyan a la superación de las distintas necesidades de la población, así como profundizar en el campo de la comunicación.

1. Tomado de la asignatura de Métodos del Diseño. Diseño Gráfico. USAC. 1992.

2. Scott, Robert Gilliam. Fundamentos del Diseño. P.

3. Scott, Robert Gilliam. Fundamentos del Diseño. P.



LA COMUNICACIÓN

La comunicación es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre.⁴

LA COMUNICACIÓN VISUAL

La comunicación visual se produce por medio de mensaje visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc...⁵

En nuestro tiempo, junto al lenguaje hablado y escrito, los símbolos visuales y especialmente los símbolos gráficos se han convertido en medios indispensables de entendimiento. La aceleración de este desarrollo, desde principios de nuestro siglo, indica que para determinadas situaciones comunicativas, el idioma nacional y su transmisión escrita o tipográfica se sustituyen progresivamente en sectores donde se pretende la superación de las barreras lingüísticas.⁶

4. Pasquali, Antonio. *Comprender la Comunicación*. P. 50-53

5. Munari, B. *Diseño y Comunicación Visual*. P. 82

6. Aicher, Otl. Krampen. *Sistemas de Signos en la Comunicación Visual*. P. 5

El medio visual más directo, aunque más informal, es aquel en el que participamos todos consciente o inconscientemente mediante la expresión facial o el gesto corporal.

Mediante la expresión visual somos capaces de estructurar una formulación directa; mediante la percepción visual experimentamos una interpretación directa de lo que estamos viendo.⁷

Se debe tener conciencia de que el analfabetismo no es sólo un problema social sino también cultural. A partir de esto, se ha considerado fundamental que dentro de lo que se establezca para superar este problema, deben definirse acciones concretas, dinámicas y realistas. La baja calidad y la escasa cobertura con la realidad guatemalteca del sistema educativo, ha generado los problemas de abstencionismo y deserción, con la consecuente emergencia creciente de analfabetos. Por lo tanto al implementar nuestra campaña para ayudar a este problema debemos tomar en cuenta los conocimientos a adquirir sobre el analfabetismo, así como lo que es la alfabetización.



fotografía del Mezquital, mostrando a un pequeño grupo de personas a quienes se quiere motivar.

7. D.A. Dondis. *La Sintaxis de la Imagen*. P. 171

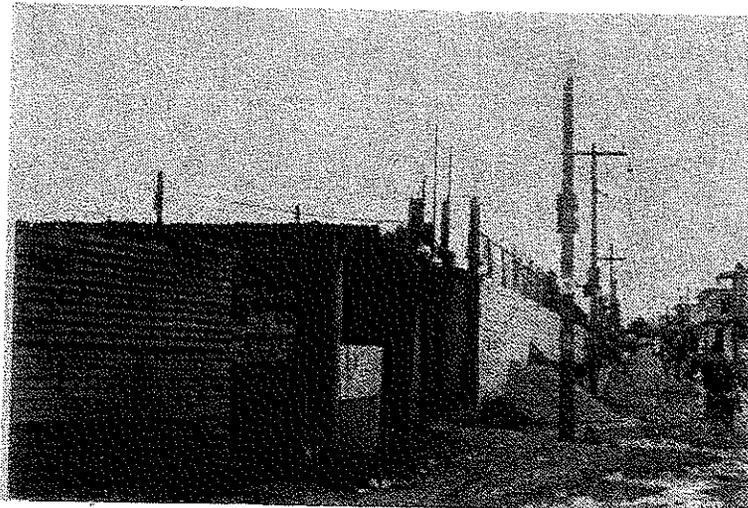
EL ANALFABETISMO

El analfabetismo constituye un grave problema estructural de la sociedad guatemalteca. El analfabetismo trasciende los límites de un problema estrictamente educativo para identificarse como un problema social, debido a la falta de instrucción elemental y la ignorancia de las personas. En Guatemala, históricamente las causas de analfabetismo se explican, desde su origen, en el marco de una estructura socio-económica, política y cultural de pobreza, miseria y estancamiento en que vive el país. Lo anterior evidencia la conciencia que se debe tener.

Otros términos del analfabetismo:

El analfabetismo es un problema mundial que afecta casi la mayoría de los habitantes del planeta Tierra.

El analfabetismo se expande con mayor gravedad en los países de América Latina, África y Asia.



No es suficiente tener una escuela si no hay motivación para llegar a ella.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

En Guatemala el analfabetismo es un problema cultural de primer orden. Su caracterización se puede sintetizar en los siguientes criterios:

A.- El analfabetismo es el resultado del fracaso de la calidad y de la cantidad de escuelas de primaria guatemaltecas; es la ineficacia de la labor educativa del estado y es el resultado del atraso socio-económico en que ha mantenido a la mayoría del pueblo.

B.- El analfabetismo es causa y simultáneamente secuencia del subdesarrollo nacional, por lo que no puede ni debe recibir un tratamiento aislado, debido a que forma parte de un complejo económico, social, cultural y político, siendo uno de los múltiples factores interdependientes del subdesarrollo.

El analfabetismo es un problema que podría ser menor en nuestro país si se trabajara más para ello. Una de las formas es llegar a las personas por medio de elementos visuales que atraigan su interés, ya que los medios visuales utilizados no son efectivos, porque no cumplen con los lineamientos adecuados para un grupo marginal de personas obreras analfabetas. Estos lineamientos son: colores llamativos y planos, dibujos realistas pero simples, mensaje directo que exprese la realidad de la situación, con el cual los receptores se identifiquen, atraídos por los dibujos.

Los elementos que se utilizan en la actualidad no motivan, no se han estudiado lo suficiente para llegar a ser efectivos. El alfabetismo visual sería una opción que daría buenos resultados.

8. Hernández de León, Ada Margarita. *El Analfabetismo y la Alfabetización en Guatemala*. P. 1, 6, 7.

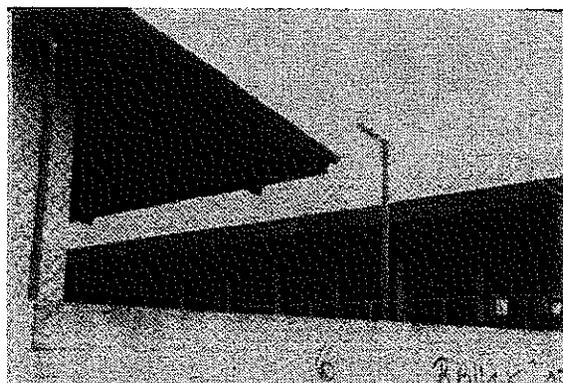
9. Menéndez, Luis Antonio. *Educación en Guatemala*. P.91, 92

EL ALFABETISMO

La alfabetización es la fase inicial del proceso sistemático de la educación básica integral y que implica además, el desarrollo de habilidades y conocimientos en respuesta a las necesidades socio-culturales y económicas productivas de la población.

La alfabetización no es un fin, sino un medio para el desarrollo de la conciencia del hombre como sujeto de la historia y por ende, con capacidad de cambiar su ambiente social a través de su participación activa.

La alfabetización se concibe como un instrumento de desarrollo que contribuye a la formación de ciudadanos responsables. A la vez, como un elemento de apoyo para el establecimiento de un proceso de democratización del país que permite salvaguardar la identidad guatemalteca y la incorporación de los sectores populares para que participen en el proceso de toma de decisiones que conduce al mejoramiento de su calidad de vida y a la estabilidad y bienestar social en general.



Escuela de Mezquital

COMUNICACIÓN VISUAL Y EL ALFABETISMO VISUAL

Se define una persona verbalmente alfabetizada como aquella capaz de leer y escribir, pero esta definición puede ampliarse hasta indicar una persona culta. La misma ampliación puede hacerse para el alfabetismo visual. El alfabetismo visual, aparte de suministrar un cuerpo de información y experiencia compartida conlleva una promesa de comprensión culta de esa información y esa experiencia.¹⁰

El alfabetismo visual es de suma importancia en nuestros días ya que debido a las limitaciones que el alfabetismo verbal presenta, puede ser la mejor opción.

La escritura y la lectura, así como su relación con la educación, siguen siendo un lujo de las naciones más ricas y tecnológicamente más desarrolladas del mundo. Para el analfabeto, el lenguaje hablado, la imagen y el símbolo siguen siendo los medios principales de comunicación, y de ellos sólo el visual adquiere gran importancia.¹¹

El uso de medios visuales con fines educativos se ha aplicado también a la campaña de control demográfico en la India; a la identificación de partidos políticos en todo el mundo; y al adoctrinamiento político en Cuba. No hay quien discuta la eficiencia de la comunicación visual en las poblaciones analfabetas.¹²

10. D.A. Dondis. *La Sintaxis de la imagen*. P. 205

11. D.A. Dondis. *op.cit.*P. 168

12. D.A. Dondis. *op.cit.*P. 169

La comprensión visual es un medio natural que no necesita aprenderse sino sólo refinarse mediante el alfabetismo visual.

LA COMUNICACIÓN VISUAL NO VERBAL

La comunicación visual no verbal es la expresión de mensajes por medio de elementos gráficos que se transmiten a través de mantas, afiches, volantes, etc. que se entienden sin necesidad de texto.

Relación entre Comunicación Visual no Verbal y el Analfabetismo

La relación que existe entre comunicación visual no verbal y el analfabetismo es que, como las personas analfabetas no saben leer, la transmisión de mensajes para ellos tiene que codificarse utilizando gráficas simples sin texto.

La adaptación de la Comunicación Visual no Verbal y el Analfabetismo, para crear un sistema eficaz de aprendizaje

La adaptación de la Comunicación Visual no Verbal al analfabetismo consiste en que los diseños de la campaña sean simples, sencillos y vistosos a la vez, para que los analfabetas comprendan el mensaje que los motive a alfabetizarse.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Creación de Diseño

Para determinar el tipo de imagen que conviene presentar a los habitantes analfabetos del Mezquital, con el propósito de motivarlos a buscar la orientación necesaria para aprender a leer, se siguieron varios pasos.

Lo primero fue ingeniarse una historia, la que se resume en el siguiente argumento:

Un hombre joven se presenta en una empresa con el propósito de conseguir empleo. El encargado de la misma lo entrevista y le presenta un documento para que lo lea. Como el interesado no sabe leer se preocupa grandemente porque debido a esa limitación no puede obtener el trabajo. El otro, muy enojado, lo rechaza y lo envía a que aprenda. Cuando el joven se percata que de ahí en adelante no obtendrá un trabajo digno, asiste a un centro de alfabetización y supera su deficiencia. Posteriormente regresa a la empresa en donde quería trabajar y, exitosamente, consigue el puesto.

Seguidamente se diseñaron las imágenes para representar a esos dos personajes y los acontecimientos del argumento.

Se realizaron tres series de bocetos en blanco y negro a lápiz (story board), realista, caricaturesco y caricaturesco infantilista.

Una vez concluidos los bocetos se sometieron a prueba con seis niños comprendidos entre ocho y diez años.

Los seis niños interpretaron el argumento fácilmente pero censuraron la falta de color.

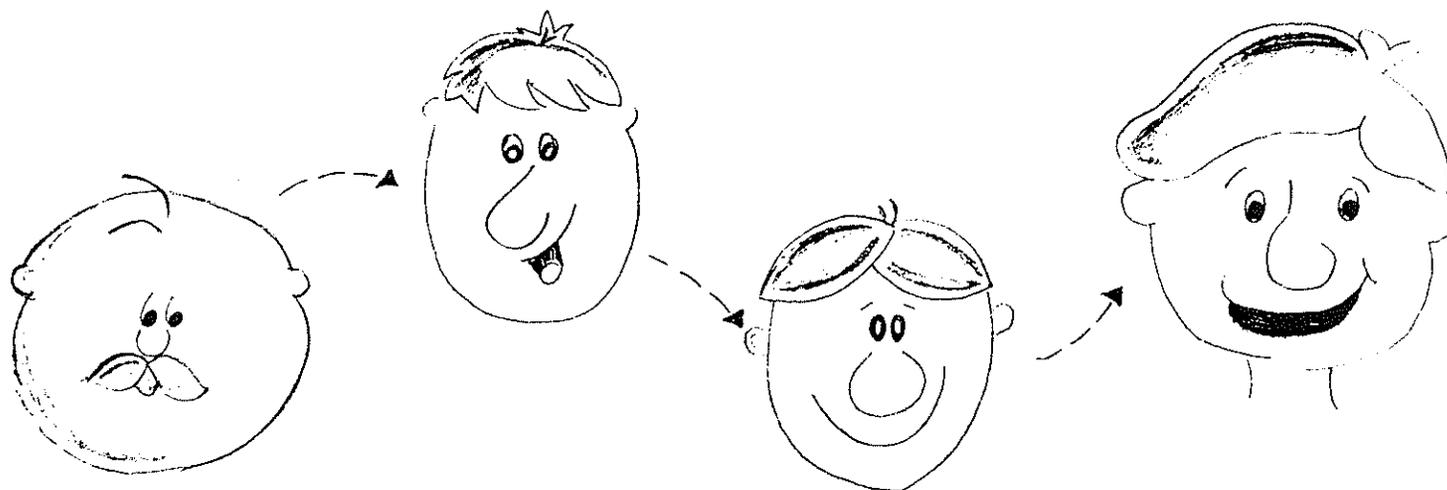
Después de esta primera prueba se les aplicó color a los bocetos. Completadas las secuencias gráficas se sometieron a la crítica del asesor de gráficas. El hizo algunas observaciones y con base en éstas se retocaron los diseños.

Posteriormente se crearon los bocetos finales de las tres secuencias. Se trabajó sobre opalina en rectángulos de 14 x 16 cm.

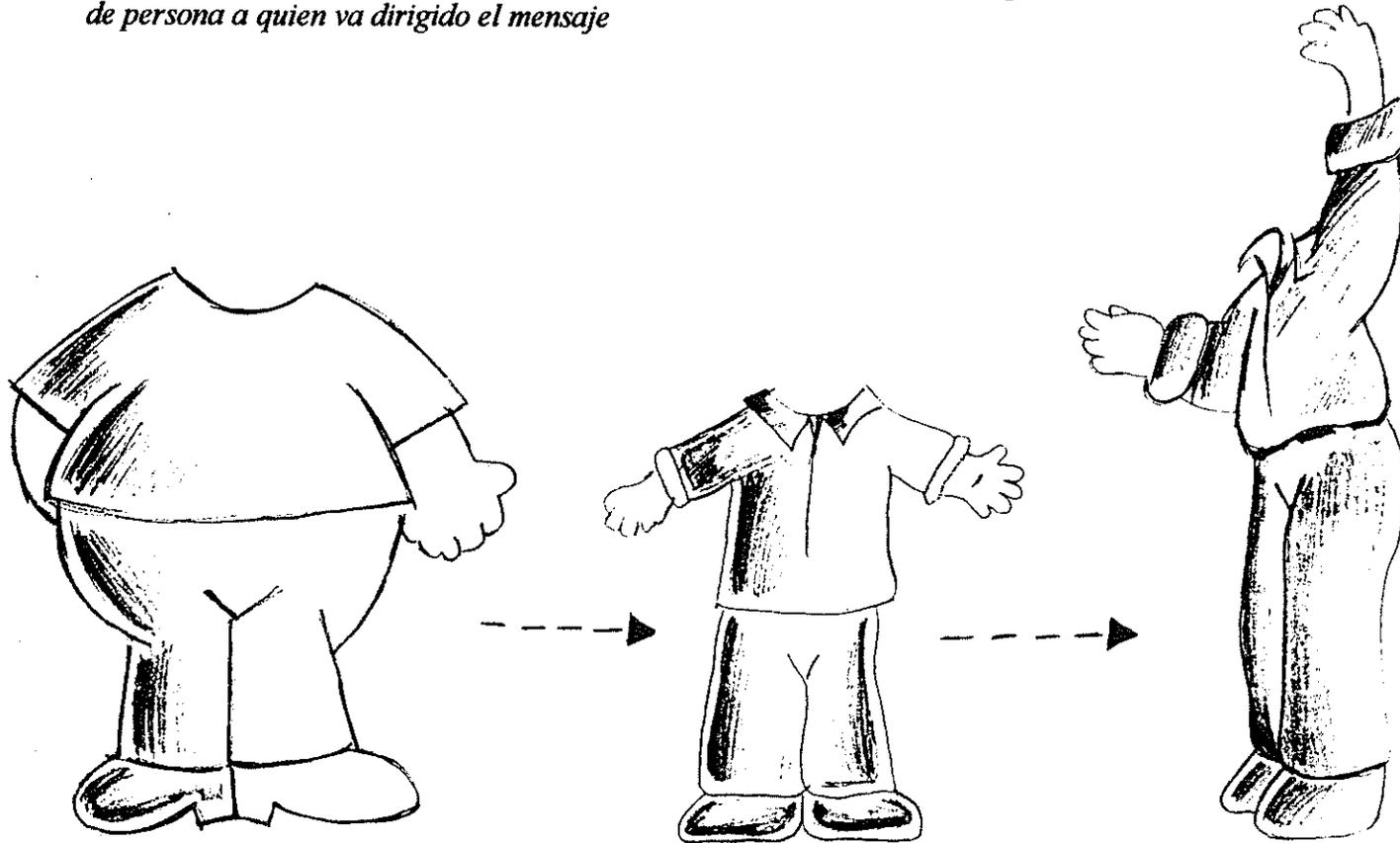
Los contornos de las imágenes se delinearon con rapidógrafo en tinta china negra y se colorearon con marcadores. Se eligieron colores planos para facilitar la comprensión del mensaje, pero, junto a las líneas de contorno, se reservaron áreas blancas para sugerir profundidad.

Una vez terminadas las viñetas de todas las series se pegaron sobre prisma café en la misma forma, pero con mayor dimensión, para delimitar el área de las gráficas a través de un margen de 2.5 cms. Además proporcionarle, al material, algún grado de solidez para manipularlo con facilidad y conservarlo del deterioro.

Se diseñaron varias figuras en caricatura, se estudió el rostro, las expresiones y la mejor manera de hacerlas.



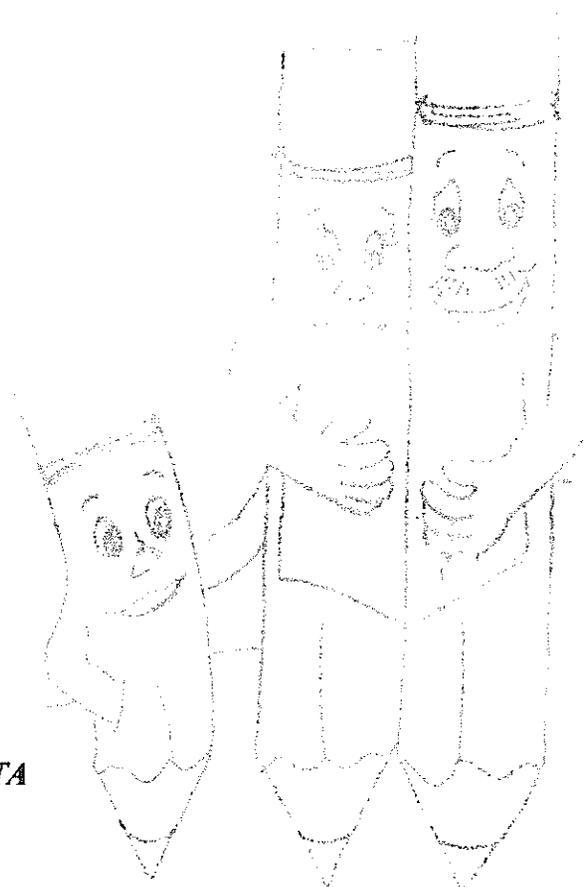
Se trabajó el cuerpo, pensando en la ropa si se hacia delgado o grueso, bajo o alto. Se llego a la conclusión de hacerlo delgado con ropa a corde al tipo de persona a quien va dirigido el mensaje



Se trabajaron varias figuras en lápiz.



CARICATURESCO

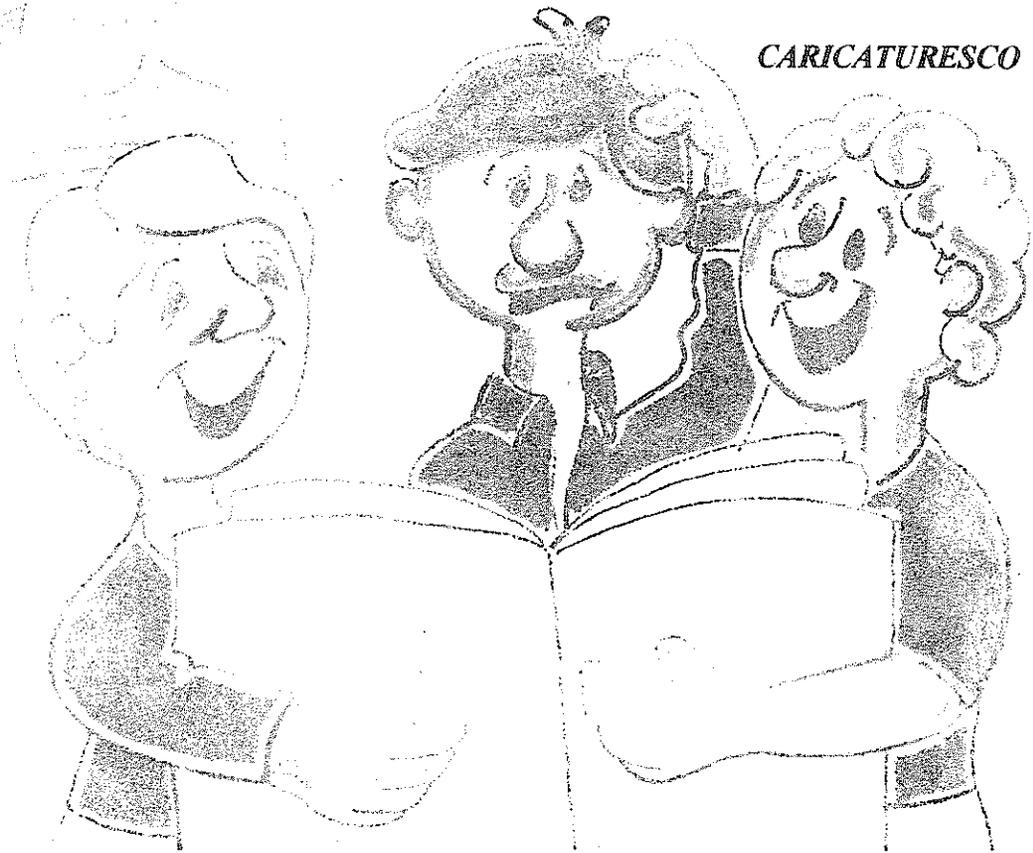


CARICATURESCO INFANTILISTA

REALISTA



CARICATURESCO



La historia es igual en las tres viñetas.

REALISTA (Historia Seleccionada) A:

Se hicieron dibujos realistas, sin mucho detalle, para que se entendieran mejor.

Se trabajó a full color, con colores atractivos y planos.

Los personajes o dibujos tienen características de las personas del área del Mezquital, para que se sientan más identificados.

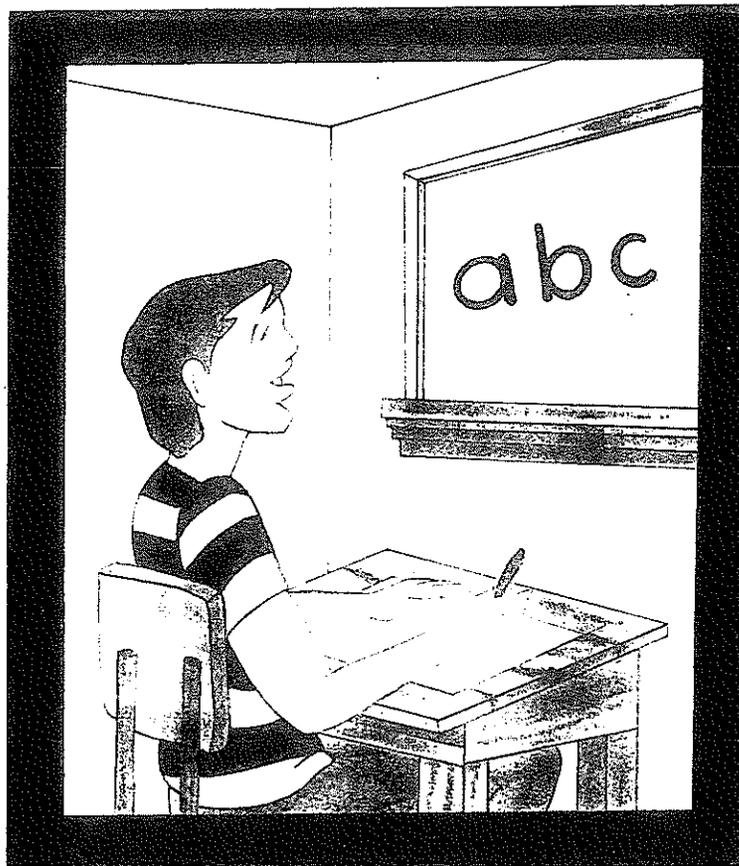


*Un hombre joven se presenta en una empresa con el propósito de conseguir trabajo.
El encargado de la misma lo entrevista y le presenta un documento para que lo lea.*

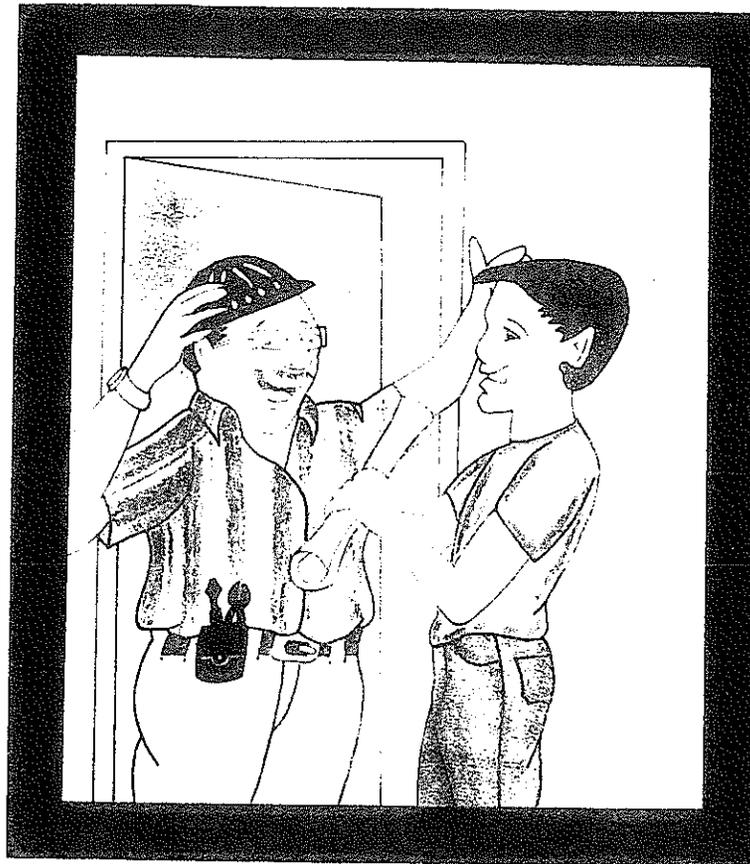
Como el interesado no sabe leer se preocupa grandemente porque debido a esa limitación no puede obtener el trabajo. El otro, muy enojado, lo rechaza y lo envía a que aprenda.



Cuando el joven se percató que de ahí en adelante no obtendrá un trabajo digno, asiste a un centro de alfabetización y supera su deficiencia.

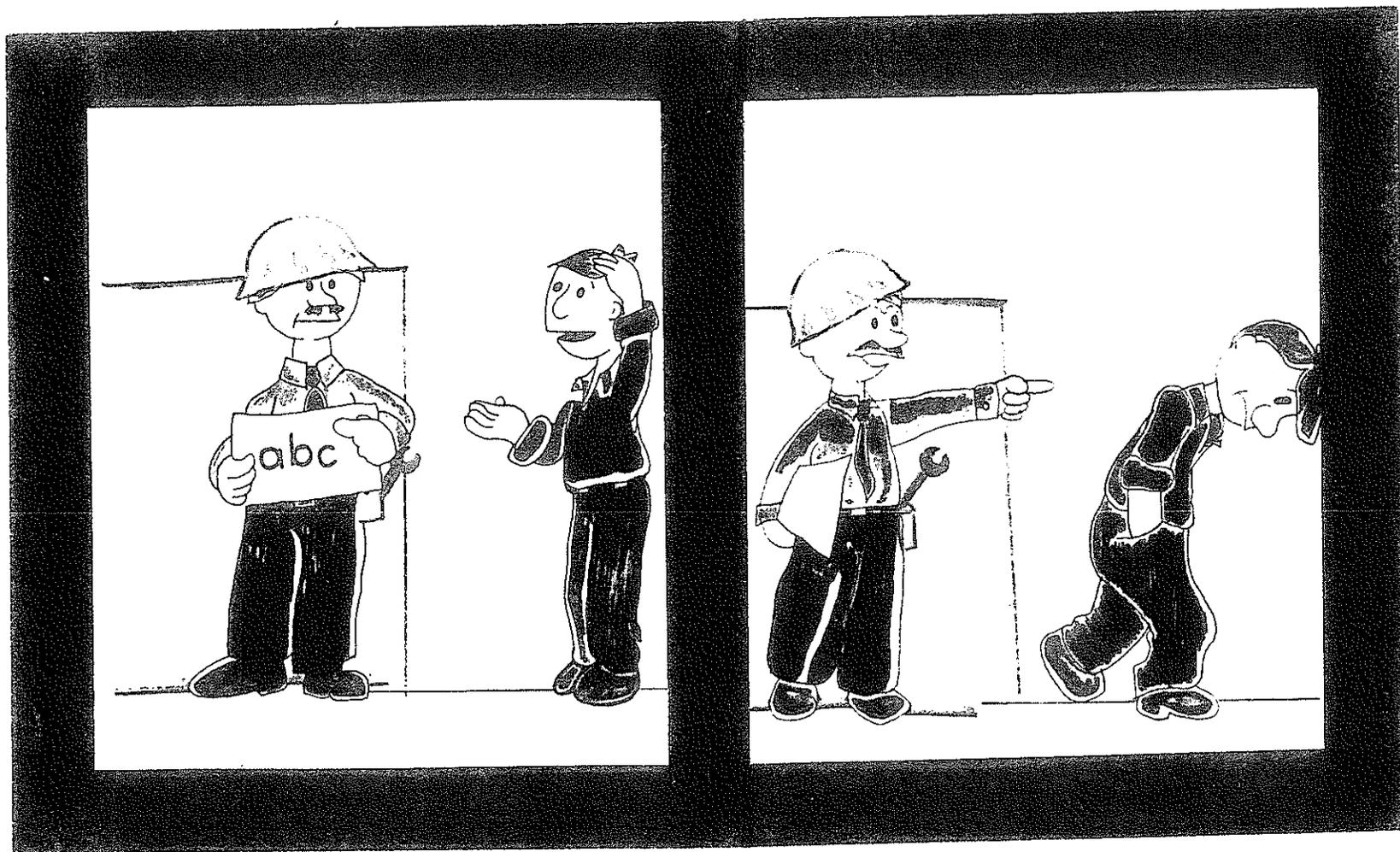


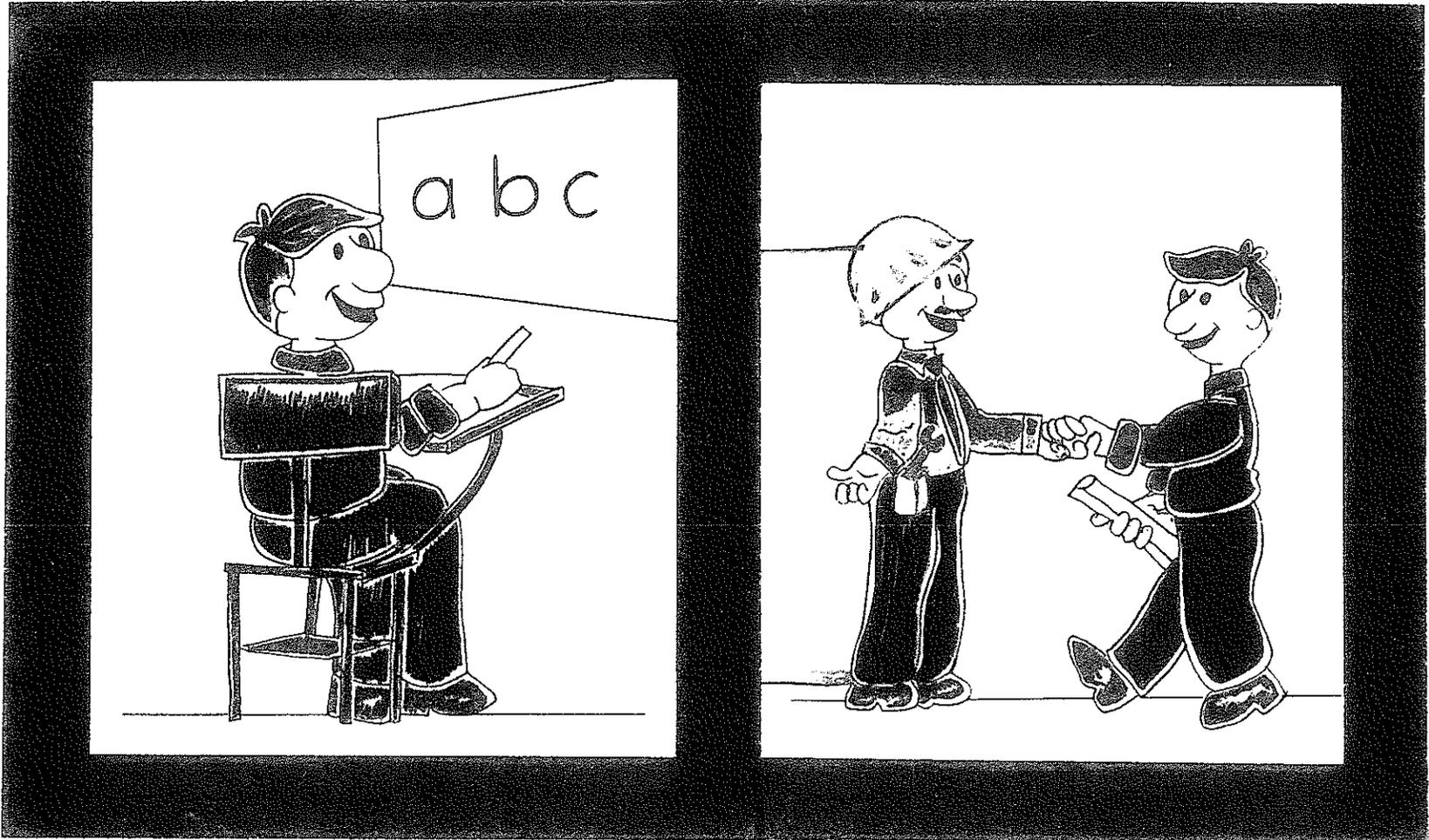
Posteriormente regresa a la empresa en donde queria trabajar y exitosamente, consigue el puesto.



CARICATURESCO historia B:

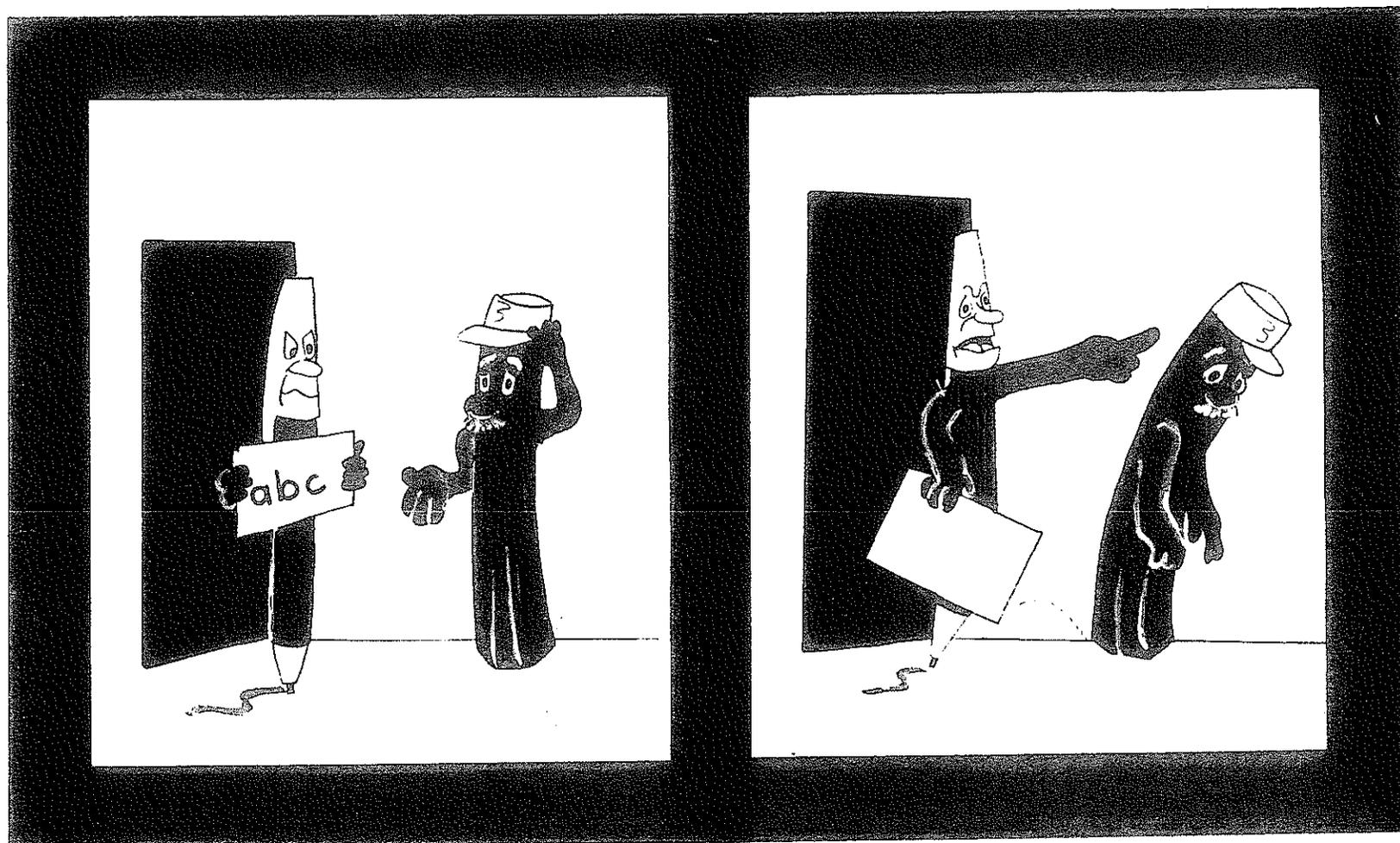
Estas viñetas fueron presentadas a los encuestados junto con las otras viñetas (realista y caricaturesco infantilista). Se utilizaron en este caso caricaturas de personas con el fin de que el grupo objetivo se identificara con ellas. Se hicieron a full color.

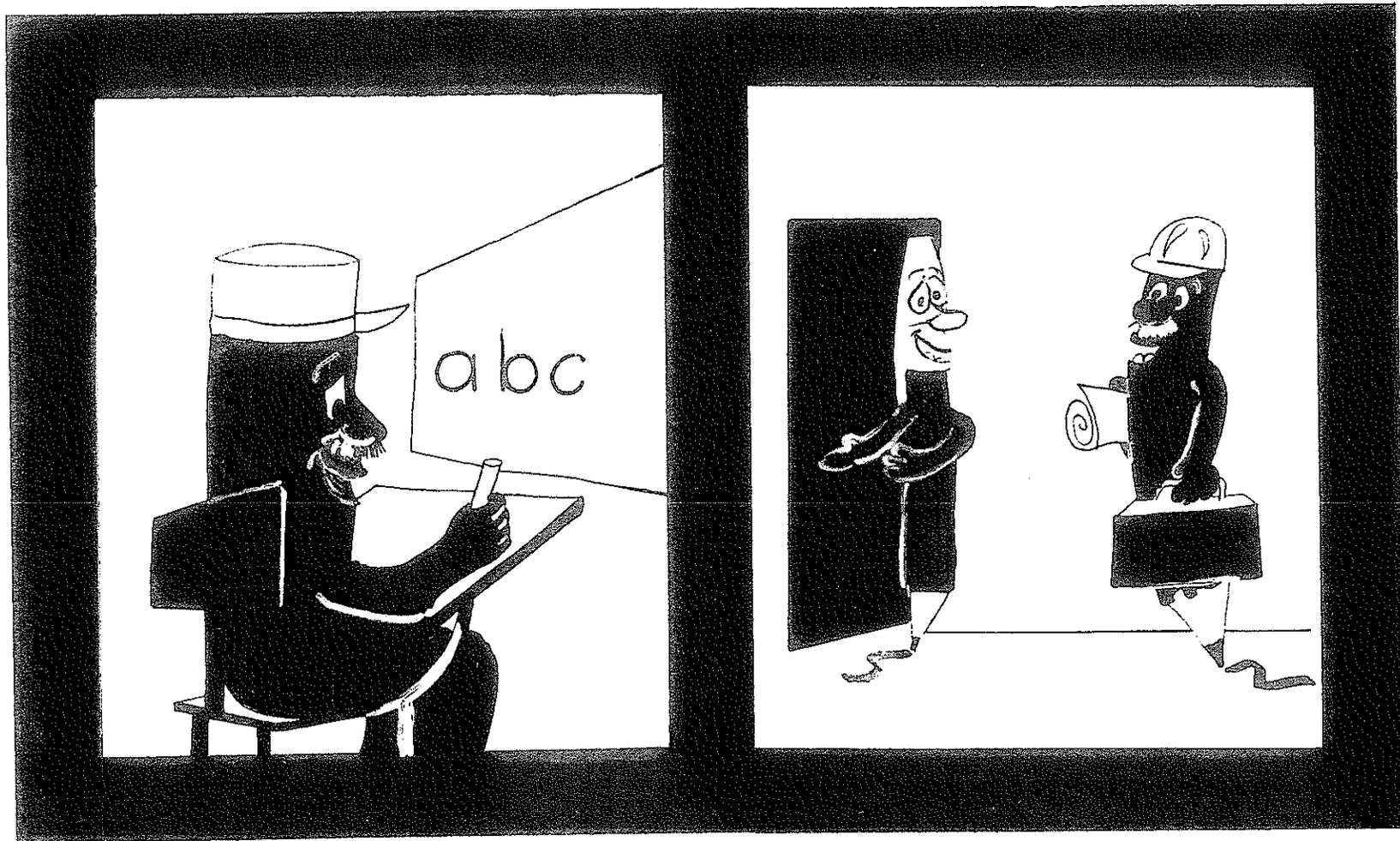




CARICATURESCO INFANTILISTA historia C:

Se utilizó un lápiz y un lapicero para darle un enfoque educativo, para que se viera más bonito el diseño. Sólo se utilizó de contorno de las figuras negro, se pintaron con azul y se dejaron áreas blancas.





A-B-C, para una Guatemala mejor.



Creación de las Encuestas

Para tener la seguridad de que el mensaje gráfico puede ser comprendido por el grupo objetivo primario para quien está destinado, se sometió a prueba con veinticinco personas comprendidas entre los 20 y 50 años de edad, habitantes del Mezquital.

Para realizar esta parte del proceso se creó una encuesta con nueve preguntas (ver anexo). A través de la encuesta se sondeó la opinión de los interesados, con respecto de la comprensión del mensaje, la calidad de los dibujos, la aplicación del color, la posibilidad de que otras personas la comprendieran y el interés por aprender a leer.

Se visitó dos fines de semana consecutivos la colonia el Mezquital y se buscó a las personas idóneas para realizar el sondeo.

Las historias gráficas fueron ordenadas así:

Como historia "A" la de rasgos realistas;

Como historia "B" la de rasgos caricaturescos;

y como historia "C" la de rasgos caricaturescos infantilistas.

Se les presentaron las historias en ese estricto orden a una por una. Enseguida se les plantearon las posibles respuestas. Se anotaron, inmediatamente las respuestas ofrecidas, en un formulario para cada encuestado.

Terminando el trabajo de anotar las opiniones se tabularon las respuestas y se obtuvo el siguiente resultado:

Primera pregunta:

Entre las tres historietas que se le presentan, escoja la que más le guste.

Respuestas:

A 17

B 7

C 1

PROYECTO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL
1970



Segunda pregunta:
¿ Por qué escogió esos dibujos?
Respuestas:

A:

- 2 personas por los colores*
- 4 personas porque son claros*
- 1 persona porque se entienden mejor*
- 5 personas por ser más reales*
- 1 persona porque son para adultos*
- 5 personas por ser bonitos*

B:

- 1 persona porque las caras son agradables*
- 1 persona por ser bonitos*
- 1 persona por no ser tan serios*
- 1 persona por ser claros*
- 1 persona por ser simpáticos*
- 1 persona por tener bonita expresión*

C:

- 1 persona por el lápiz y el lapicero*



Tercera pregunta:

¿Cuál de las tres historietas se entiende mejor?

Respuestas:

A	20
B	5
C	0

Cuarta pregunta:

¿Qué entendió de la historieta o serie de dibujos que eligió?

En esta pregunta la respuesta fue respondida con la interpretación que cada uno le dio al argumento gráfico.

No se reproduce cada una de las respuestas, solamente cuantos entendieron.

Respuesta:

	SÍ entendió	NO entendió
A	11	7
B	3	3
C	1	0

Se hace la salvedad de que entre las personas que no entendieron la historia, la variante consistió en que no reconocieron el sitio a donde se había presentado el joven, pero todos coincidieron en que el personaje no sabía leer. A partir de este dato, se puede decir que todos entendieron la historia.

Quinta pregunta:

¿Qué colores le gustan más?

Respuestas:

A 16

B 7

C 2

Sexta pregunta:

¿Por qué le gustan esos colores?

Respuestas:

A:

2 personas piensan que combinan bien.

4 personas dan vista a los dibujos.

4 personas porque son bonitos.

4 personas porque se miran bien.

2 personas porque los dibujos se miran más reales.

B:

2 personas porque son más fuertes.

3 personas porque llaman más la atención.

1 persona piensa que dan más vista a los dibujos.

1 persona porque son más vivos.

2 personas porque se miran bien.

C:

1 persona piensa que los colores son muy oscuros.

Séptima pregunta:

¿ Cree usted que otras personas entiendan esa historia, el mensaje, así como usted lo entendió?

Respuestas:

SÍ 25
NO 0

Octava pregunta:

¿ Qué le cambiaría a los dibujos de la historeta elegida?

Respuestas:

A:

1 persona cambiaría las líneas de arriba de la cabeza del encargado de la empresa, cuando se enoja.

2 personas cambiarían el color.

1 persona el modo de regaño.

1 persona dice que se debe ver más que el joven está estudiando.

1 persona piensa que no se debe corregir tan drástico.

13 personas no cambiarían nada.

B:

2 personas le darían más expresión al dibujo

1 persona piensa que hay que agregar dibujos

2 personas no cambiarían nada

C: 1 persona no cambiaría nada



CREACIÓN DE LA CAMPAÑA

Las viñetas de la historia que fue la seleccionada por el grupo de control son las ilustraciones que se imprimirán en afiches, volantes y mantas.

AFICHE

El afiche se imprimirá en litografía en papel texcote calibre 18. Las dimensiones, 0.76 m x 0.25 m. Los colores, los de la ilustración seleccionada. El boceto final del afiche está realizado con pincel de aire o aerógrafo, sin ninguna tipografía.

Para que la litografía trabaje el arte final, debe sacar un scan del boceto final. Luego, en la computadora, en este caso Macintosh, se retoca con un programa llamado Photoshop, cualquier imperfección que tenga el boceto. La imagen del boceto se monta en un formato en la computadora, en el programa de Freehand y se mandan a imprimir los negativos. Se sacan los negativos por color (cian, magenta, amarillo y negro) y también una muestra con las cuatro separaciones de color (color K) para guía de los litógrafos. Luego se queman placas, se miden y se mide el papel para darle el tamaño adecuado. Después se introduce el papel (texcote) en la máquina y se colocan los colores que se van a imprimir. Se hacen varias pruebas para saber si los registros están bien y para graduar perfectamente el color. Como el afiche es a full color, el barniz se aplica después de la limpieza de la máquina y en la casilla de la tinta amarilla se coloca el barniz. Se hace esto para que no se manche con otro color, ya que el amarillo no afecta barniz. Si el afiche fuera de menos de cuatro colores, el barniz se puede aplicar de una vez en una de las casillas destinadas al color. El barniz se usa para que la pintura soporte el sol y el agua y ni se opaque ni pierda intensidad.

Los afiches se ubicarán en tiendas, farmacias, mercados y lugares visibles. Se recomienda un tiraje de tres cientos afiches. El costo aproximado de la impresión es de Q.6,000.00..

VOLANTE

El volante tendrá la dimensión de media carta, en papel bond de 60 gr. Las ilustraciones serán en full color. El sistema de impresión litográfico. Se presenta una variante de matices en gris para ser un tiraje más económico.

Para imprimir se hace el mismo proceso que el afiche solo que en el volante no se utiliza barniz.

Para la variante de matices en gris se puede utilizar en boceto final a color y en la computadora se puede cambiar a tonos de gris.

Debido a que el afiche y el volante llevan los mismos parámetros, se puede sacar solo el scan del boceto final del afiche y con él se puede trabajar en la computadora haciendo el afiche y reduciéndolo luego para hacer el volante.

Se hará un tiraje de mil volantes, con un costo aproximado de Q. 400.00.

MANTA

La dimensión de las mantas será de 2.00 m x 0.80 m. Las ilustraciones irán en full color sin variantes.

La impresión será realizada sobre una manta gruesa con pintura especial que resiste el sol y el agua.

La tela que se utiliza en mantas puede ser desde una manta simple a un atoyac o poket que son telas de mejor calidad. Para la instalación se utilizan lazos o palos.

Para elaborar la manta primero se realiza un boceto del diseño, luego se saca una fotocopia de este en acetato. Con el retroproyector de acetato se proyecta el diseño sobre la manta con el tamaño deseado y se dibuja. Para aplicar color a la manta, se coloca esta sobre una mesa y se aplican las tintas pincel. A éste se le conoce como procedimiento manual.

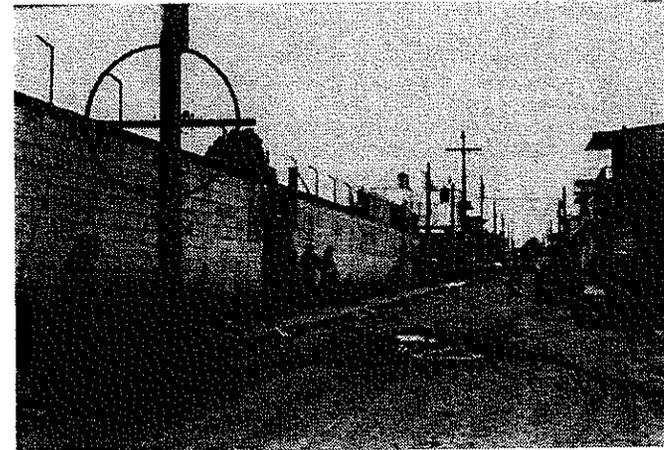
Otro procedimiento para aplicar color es el de serigrafía. Para ello el diseño se elaboro en un marco de madera o plantilla de cartón.

El tiraje será de diez mantas con un costo aproximadamente de Q300.00 c/u.

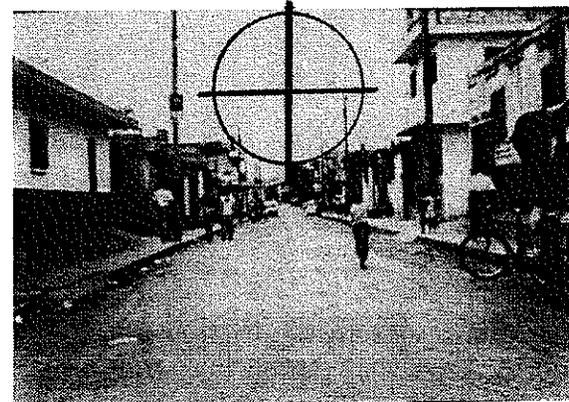
fotografía que muestra áreas en donde se puede colocar las mantas y afiches.



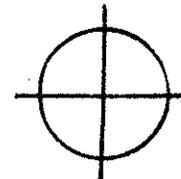
AFICHE



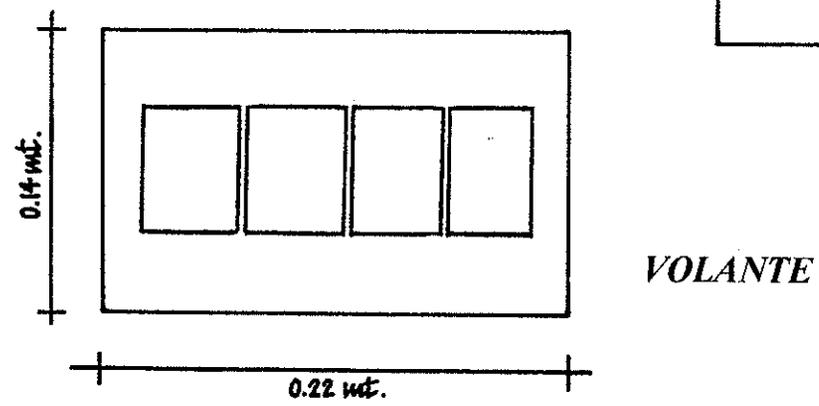
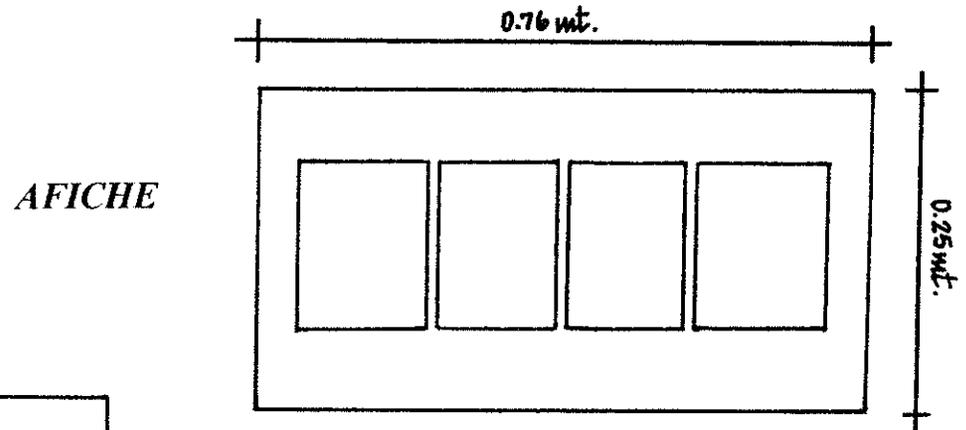
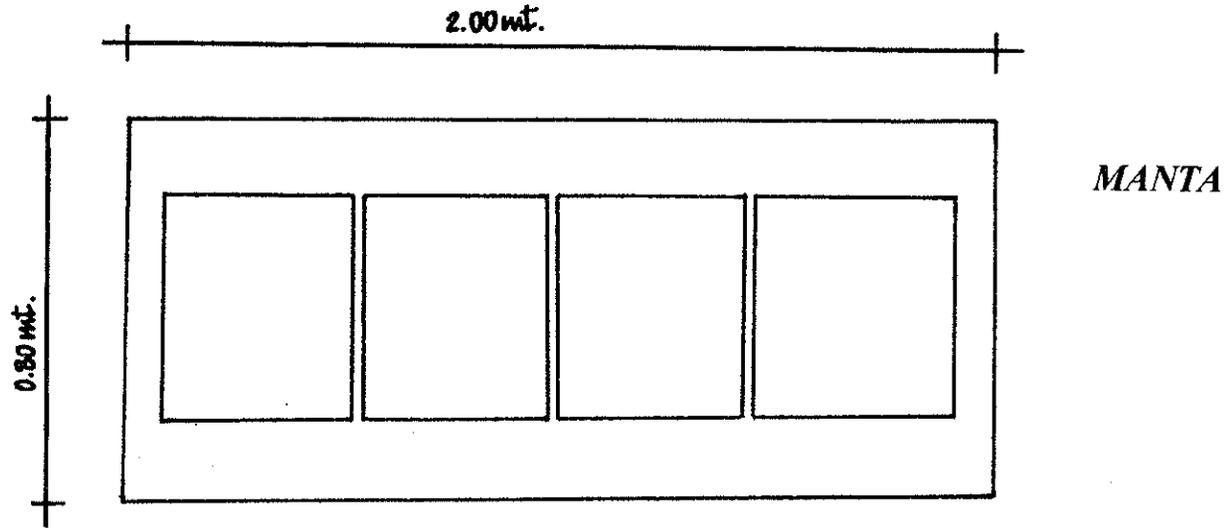
MANTA



MANTA



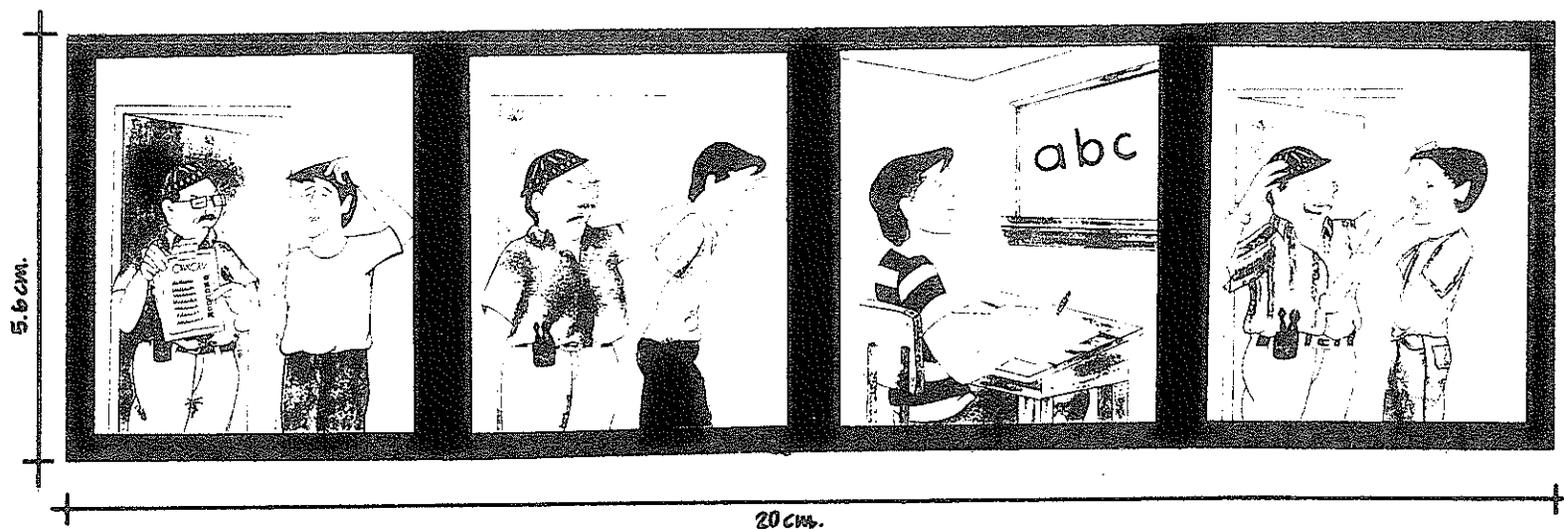
Localización de la Campaña



Secuencia de la historia "A" utilizada en manta, afiche y volante:



*El volante se realizará de esta forma:
a color y/o en blanco y negro, se colocarán las viñetas en forma horizontal, dentro de un formato media carta.*



CONCLUSIONES

El analfabetismo es un problema grave en Guatemala. Problema que debemos resolver con motivación para estas personas que por falta de incentivación no tienen interés en aprender a leer y escribir. Por lo que creemos que el alfabetismo visual es de suma importancia en nuestro país debido a que el alfabetismo verbal resulta ser solo un privilegio para un número limitado de personas en el país.

El área del Mezquital es uno de los sectores de la capital de Guatemala que está sumamente afectado por el analfabetismo y es de los menos motivados.

Una campaña en pro de la alfabetización puede ser una opción para ayudar al mejoramiento del Mezquital.

Si las personas que tienen que ser motivadas no saben ni leer ni escribir, no pueden ser receptoras de ninguna campaña escrita, por lo tanto es necesario llegar hasta ellas a través de la imagen (mensajes no verbales).

La imagen que se dedique a motivar analfabetos debe ser una imagen clara y sencilla (inequívoca).

Los habitantes analfabetos del Mezquital comprendidos entre 20 y 50 años de edad, prefieren la imagen realista en relación con la caricaturesca y la caricaturesca infantilista.

La historia ofrecida a través de imágenes (story board) si fue comprendida por el grupo control, de tal manera que quedó fijada para la campaña del proyecto “Comunicación visual no verbal pro-alfabetización, validado en el área de Mezquital”

Usando los medios visuales como afiches, mantas y volantes, se puede ayudar a hacer conciencia, en las personas analfabetas, de la necesidad de leer y escribir, mostrándoles una realidad que les afecta.

Es necesario formar conciencia como diseñadores gráficos, de la importancia de una comunicación visual no verbal, que contribuya al mejoramiento de tantas personas que por falta de motivación no saben leer ni escribir.



Personas realizando su trabajo diario.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

RECOMENDACIONES

El material gráfico realizado, (mantas, afiches y volantes) puede utilizarse en cualquier área que necesite motivación visual no verbal para personas analfabetas.

Es esencial la utilización del color en cada material con excepción del volante que se puede utilizar en blanco y negro para reducir costos. La importancia que se le da al color se debe a que es llamativo.

Es necesario respetar las características de los dibujos con respecto a su color, expresión, diseño y su realismo. También es necesario hacer el diseño siempre horizontal para que sea más fácil de seguir la secuencia de las viñetas realizadas.

Es conveniente colocar las mantas en calles principales para que la mayoría de las personas las miren y capten el mensaje. Por otra parte los afiches deben ser colocados en lugares visibles de tiendas, mercados, templos y otros sitios muy frecuentados.

Los volantes, se pueden repartir de casa en casa para hacer llegar el mensaje a todo el grupo objetivo.

Es importante promover la participación del Programa de Diseño Gráfico de la USAC a nivel social, por lo que se recomienda que los logotipos de la USAC y de Diseño Gráfico aparezcan en las mantas.

Conviene que en los estudiantes se haga conciencia de que el llegar a ser profesional no sólo es una autosuperación, sino también el contribuir con el desarrollo social, económico y cultural del país.

Para la impresión y publicación de nuestra campaña publicitaria se debe recurrir a CONALFA para autorización de la misma.

Anexo

ANEXO :

Encuesta realizada a las personas analfabetas del Mezquital.

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico
Trabajo de Tesis.

ENCUESTA DE VALIDACION

Instrucciones para el entrevistador: Llamar a la puerta de la vivienda, y realizar las siguientes preguntas, agradecerle la importancia que da a su respuesta.

Edad:----- Sexo:----- Estado Civil:-----

1. Entre las tres historietas que se le presentan, escoja la que más le guste.

A B C

2. Por que escogió esos dibujos?

3. Cuál de las tres historietas se entiende mejor?

A B C

4. Que entendió de la historieta o serie de dibujos que eligió?

5. Que colores le gustan más?

6. Por que le gustan esos colores?

7. Cree usted que otras personas entiendan en esa historieta, el mensaje, así como usted lo entendió?

SI NO

Por que?

8. Que le cambiaría a los dibujos de la historieta elegida?

9. Es importante para usted aprender a leer y escribir?

SI NO

Por que?

GLOSARIO

Afiche: Elemento utilizado en publicidad para promocionar o hacer llegar un mensaje a un número determinado de personas y causarle una necesidad del producto o mensaje que se transmite.

Arte final: Es todo trabajo que esta listo para reproducir. Este se trabaja solo en blanco y negro.

Boceto: Es la presentación del diseño de un objeto o una idea plasmados en un papel, con sus colores y detalles. Los bocetos tienen un proceso, el boceto rough que son trazos sencillos solo para definir el diseño, el preboceto es cuando se define el diseño aunque este sujeto a cambios, es un poco más detallado y el boceto final es cuando el diseño esta completamente definido y sirve para la realización del arte final.

Freehand: Programa de diseño gráfico, que sirve para crear una variedad de diseños y diagramaciones de texto. Se utiliza para bocetar y hacer artes finales

Grupo Objetivo: Es el nombre dado a un grupo determinado de personas, escogidas con el fin de hacerles llegar un mensaje.

Manta: De este se vale la publicidad para promocionar cualquier producto o evento y para llegar al grupo objetivo de una manera más directa.

Macintosh: Marca de computadora.

Story board: Secuencia de dibujos de una historia determinada.

Photoshop: Programa que se utiliza en diseño gráfico, con el fin de retocar o modificar una fotografía o ilustración, realizando otros diseños para cualquier propósito creativo.



BIBLIOGRAFÍA

Aicher, Ott y Marti Krapen. Sistemas de Signos en la Comunicación Visual. 2da. Edición. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1981. 155 p.p.

D.A. Dondis. La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual. 7a. Edición. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A, 1988. 211p.p.

Hernández de León, Ada Margarita. El Analfabetismo y la Alfabetización en Guatemala. Comité Nacional de Alfabetización CONALFA. Unidad de Investigación y Planificación. Guatemala, 1993. 14 p.p.

Menéndez, Luis Antonio. Educación en Guatemala. 2da. Edición. Guatemala: Editorial Piedras Santa, 1984. 145 p.p.

Munari, B. Diseño y Comunicación Visual. 7ma. Edición. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1983. 367 p.p.

Nérici, Imideo Gruseppe. Hacia una Didáctica General Dinámica. Argentina: Editorial Kapeluzz. 1973. 541 p.p.

Pasquali, Antonio. Comprender la Comunicación. Venezuela: Monte Avila Editores. 1990. 289 p.p.

Piccini Mabel, y Ana María Nethol. Introducción a la Pedagogía de la Comunicación. México: Editorial Trillas. 1990. 1299 p.p.

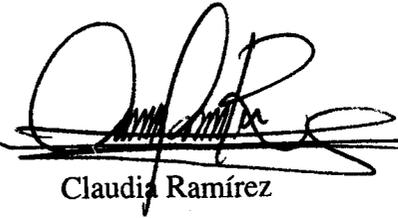
Scott, Robert Gilliam. Fundamentos del Diseño. 12a Edición. Buenos Aires: Editorial Victor Lerú S.A. 1978. 195 p.p.

IMPRIMASE

Arq. Julio René Corea y Reyna
Decano de la Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala



Miriam Larios



Claudia Ramírez



Licda. Marcia de Rendón

Asesora