



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



# Campana de Concientización para la Asociación Casa Del Libro



**CASA DEL LIBRO**  
Donde vive la lectura

Proyecto de graduación presentado por:  
María de los Angeles Rodríguez González  
Previo a optar al título de  
Licenciada en Diseño Gráfico

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



# Nómina de autoridades

## Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares	Decano
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario
Arq. Raúl Monterroso	Vocal I
Arq. Jorge Arturo González Peñate	Vocal II
Arq. Jorge Escobar Ortiz	Vocal III
Br. José Manuel Santizo Rodas	Vocal IV
Br. Herberth Manuel Santizo Rodas	Vocal V

## Terna Examinadora /asesores

Lic. Víctor Pacheco	Asesor metodológico
Lic. Guillermo García	Asesor de E.P.S.
Lic. Alberto Paguaga	Asesor de trabajo de graduación

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



## DEDICATORIA

A Dios:

Porque en las buenas y en las malas, nunca me ha desamparado.

A mis padres:

Brenda Janeth de Rodríguez  
Daniel Antonio Rodríguez Figueroa

Por el amor, apoyo y comprensión durante todos estos años y por brindarme la oportunidad de ser una profesional.

A mis hermanos:

Lina Eunice  
Tania Janethe  
Juan Antonio / Andrea Calderon

Por ayudarme a tener confianza en mis proyectos y por motivarme a seguir adelante.

A mis sobrinos:

Anthony Donato  
Jasson Daniel  
André

Con mucho cariño.

A mis abuelos:  
Carmen González  
María Herminia Rodríguez +  
Juan de Jesús Figueroa +

A mis familiares

A mis amigos

A la Universidad de San Carlos de  
Guatemala

A la Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

A mis asesores:  
Lic.. Víctor Pacheco  
Lic. Guillermo García  
Lic.. Alberto Paguaga

A mis catedráticos

Por el cariño y apoyo

Por el apoyo incondicional

Gracias por las muestras de cariño y apoyo

Por ofrecerme los conocimientos para ser  
más competitiva,

Por los conocimientos adquiridos durante  
estos años.

Por el tiempo y dedicación que me  
brindaron al realizar este proyecto

Por la sabiduría que nos brindan.





A mi madrina:  
Dra. Pahola Rodríguez

A la Asociación Casa Del Libro

A Talento Publicidad  
Sofía de Illescas  
Carlos Illescas  
Erick Illescas

Por las muestras de afecto y apoyo durante estos años.

Por darme la oportunidad de realizar el proyecto de investigación.

Por darme la oportunidad de poner en práctica lo aprendido, además del cariño y apoyo.





# Índice



Presentación.....	01
Introducción.....	03
Capítulo 1	
1.1 Antecedentes.....	04
1.2 Problema.....	05
1.3 Justificación.....	07
1.4 Objetivo.....	09
Capítulo 2	
Perfil del cliente.....	11
2.1 Grupo Objetivo.....	14
Capítulo 3	
Conceptos Fundamentales.....	16
Capítulo 4	
Conceptos de Diseño.....	28
4.1 Proceso de bocetaje.....	31



## Capítulo 5

Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final .....	37
5.1 Perfil del informante .....	39
5.3 Propuesta gráfica final y fundamentación .....	40
5.4 Instrumentos .....	47
5.5 Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta .....	55
Conclusiones .....	59
Glosario .....	61
Bibliografía .....	65
Anexos .....	67

# P PRESENTACIÓN





Existen condiciones según las cuales a los niños les llega a gustar la lectura, dichas condiciones se deben explotar desde muy temprano.

Casa del Libro es una institución educativa, no lucrativa, cuyo objetivo principal es construir en niñas y niños una conducta lectora sólida y activa,

Dicha institución no cuenta con suficiente apoyo de material gráfico para llevar a cabo su labor a pesar de la importancia del tema en todos los aspectos de la vida adulta, ya que es necesario que las personas hagan conciencia en fomentar la lectura en los niños desde temprana edad y, además, que conozcan y colaboren con la Asociación para valorar los esfuerzos organizados que se llevan a cabo.

En el presente proyecto se proporciona el material gráfico que consiste en una campaña de concientización para la Asociación, el cual es un importante recurso para

incentivar a niños y niñas guatemaltecos residentes de la Colonia San Jacinto en el municipio de Mixco, para que éstos tengan un interés hacia la lectura.

# INTRODUCCIÓN




## I. INTRODUCCIÓN





# 1.1 Antecedentes




La Asociación de la Casa del Libro, entidad que promueve la lectura como un hecho cotidiano y grátificante que enriquece la existencia, proporciona placer, conocimiento y despierta en las personas la capacidad de imaginar, algo que en la actualidad se ha perdido. Por ello, la Asociación Casa del Libro hace el esfuerzo de incorporar más niñas y niños a las sesiones de lectura e igualmente gracias a la donación de seis computadores con 20 juegos educativos e interactivos, busca reducir la brecha tecnológica en niñas y niños de recursos limitados.

El creador del programa Construyendo Lectores y fundador de dicha asociación, el señor Amílcar Zea, expresó la necesidad de aumentar el material gráfico para obtener apoyo, pues sólo cuenta con trifoliales que no cumplen a cabalidad con la necesidad de darse a conocer. Por tal motivo, solicitó un CD interactivo, la creación de página web, trifoliar, volante y afiche con los que se buscará cumplir con su expectativa de obtener mayor cantidad de donaciones.



## 1.2 Problema



La Asociación Casa del Libro fue inaugurada en febrero de 2001 como biblioteca privada para servicio de los vecinos de la Colonia Lomas de San Jacinto, zona 10 de Mixco, y ante la falta de interés de los mismos, se transformó en un espacio para ofrecer Talleres de Lectura dirigida a niñas y niños de dicha colonia y sectores aledaños.

Con el apoyo de la Licda. Judith Obregón de Echeverría, de Fundación Educativa del Sur, y la valiosa orientación de la Profa. Regina Olivero de Campos, miembro de la Asociación Delta Kappa Gamma, CASA DEL LIBRO atiende a más de 120 niñas y niños de la Escuela Rural Mixta Colonia Berlin y de los Colegios San Jacinto y Juventud San Francisco para quienes ha diseñado un programa permanente de lectura llamado: “Construyendo Lectores”, el cual inicia en febrero y concluye en diciembre con un total de 124 talleres.



Gracias a la ayuda de varias personas e instituciones, CASA DEL LIBRO hace posible nutrir la imaginación de niñas y niños quienes algún día construirán una Guatemala más justa, próspera, solidaria, fraterna y, sobre todo, feliz.

La Asociación Casa del Libro está con mucha preocupación ya que hasta la fecha se ha minimizado la importancia para apoyar el programa “Construyendo Lectores” por parte del Ministerio de Educación y otras entidades importantes.

Para dar solución a dicho problema se plantea una Campaña de concientización para la Asociación de la Casa del Libro. Proyecto de investigación comunicación realizado en la ciudad de Guatemala, durante el período de julio a noviembre de 2005.



## 1.3 Justificación

### **Magnitud:**

La población que atiende la asociación está formada por 120 niños y niñas de 7 a 12 años. La mayoría estudia en colegios privados y el resto es de escasos recursos; todos residentes de la Colonia San Jacinto ubicada en el municipio de Mixco.

### **Trascendencia:**

El objetivo de la Casa del Libro es facilitar el encuentro de los niños con los libros para formarles el hábito de lectura, considerada como el camino hacia el conocimiento y la libertad. Nos permite viajar por los caminos de espacio y el tiempo, conocer la vida, el ambiente, las costumbres, el pensamiento y las creaciones de los grandes hombres que han hecho y hacen la historia.

La lectura implica la participación activa de la mente y contribuye al desarrollo de la imaginación, la creatividad, enriquece el vocabulario como la expresión oral y escrita. Desde el punto de vista psicológico ayuda a comprender mejor el mundo y a las personas, facilita las relaciones humanas su desarrollo afectivo, moral y espiritual y, en



consecuencia, la capacidad para construir un mundo más justo y más humano.

Según la UNESCO al abordar la problemática mundial de la lectura, ha señalado que “ Los libros y el acto de leer constituyen los pilares de la educación y la difusión del conocimiento, la democratización de la cultura y la superación individual y colectiva de los seres humanos.

En esta perspectiva, señala la UNESCO, los libros y la lectura son y seguirán siendo con fundamentada razón, instrumentos indispensables para conservar y transmitir el tesoro cultural de la humanidad, pues al contribuir de tantas maneras al desarrollo, se convierten en agentes activos del progreso. En esta visión, la UNESCO reconoce que saber leer y escribir constituye una capacidad necesaria en sí misma y es la base de otras aptitudes vitales...”

### **Vulnerabilidad:**

La labor del diseñador gráfico consistirá en la elaboración de una campaña de concientización para La Casa del Libro que incluirá material interactivo, diseño de página web y cd interactivo; material de comunicación visual, que consiste en afiches y volantes, con el objetivo de apoyar en las donaciones para La Casa del Libro.

Se mejorará el conjunto de mensajes que La casa del libro proyecta al público, a fin de dar a conocer su misión, visión y lograr establecer una empatía entre ambos.

### **Factibilidad:**

Para llevar a cabo el desarrollo de la campaña de concientización cuentan con donaciones de personas anónimas, Fundación Riecken, Editorial Santillana y Tácticas publicidad.



## 1.4 Objetivos de diseño

### 1.4.1 Objetivo general:

Desarrollar una campaña publicitaria por medio de la cual se haga conciencia de la importancia que tiene la lectura en niños y niñas para mejorar su nivel de educación.

### 1.4.2 Objetivos específicos:

- Lograr que las personas apoyen a la Casa del Libro con material didáctico para los niños.
- Provocar en el público el interés hacia la lectura
- Captar más donadores o patrocinadores.

# P ERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO



## II. P ERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO





## 2.1 Perfil del cliente y el servicio que brinda




### 2.1.1 Datos generales de la institución

La Asociación Casa Del Libro fue inaugurada por el Sr. Amilcar Zea en febrero del 2001 y se encuentra ubicada en la 3a. av. 3-69, Zona 10 de Mixco. Lomas de San Jacinto, de la Ciudad de Guatemala. A el se unen sus hijas Daniela Alejandra y María Gabriela Zea Turcios quienes se han capacitado para impartir los talleres que se lleva a cabo en Casa del Libro.

### 2.1.2 Descripción del propósito de la institución:

Casa del Libro es una institución privada, cultural y educativa, no lucrativa, cuyo objetivo principal es: Construir en niñas y niños una conducta lectora sólida y feliz, que les permita abordar todas las facetas de la vida con imaginación.



Casa del Libro está experimentando exitosamente en un grupo de 250 niñas y niños, muchos de ellos de sectores empobrecidos, la incorporación de la lectura como herramienta de éxito escolar.

### **2.1.3 Descripción de las principales actividades de la institución**

Casa del Libro atiende a niñas y niños de 4 a 14 años de edad de la Escuela Rural Mixta Colonia Berlín y de los colegios San Jacinto y Juventud San Francisco, para quienes ha diseñado un programa permanente de lectura llamado: "Construyendo Lectores",


Ellos asisten permanentemente, de enero a diciembre, dos horas diarias, tres veces por semana y en grupos de 15 a 20 participantes, a escuchar maravillosos relatos de ficción; realizar tareas de comprensión lectora y pensamiento crítico donde el juego es el eje vital que mantiene la alegría y el entusiasmo por participar.

Además, se divierten pintando, cortando, armando, modelando con plastinas y, sobre todo, experimentando y comprobando que la lectura es una gran compañera.

Para favorecer la construcción de conductas lectoras en niñas y niños, se ha diseñado ocho programas:

1- CONSTRUYENDO LECTORES. Es la razón de ser de Casa del Libro y ocupa un 90% de tiempo, esfuerzo y recursos. Cubre todo el año: de enero a diciembre, de lunes a viernes de 8:00 de la mañana a 6:00 de la tarde. Utiliza estrategias de animación a la lectura y el método de conciencia fonológica con los pre-escolares, y la filosofía de lenguaje integral y pensamiento crítico para los escolares.

2 - EL DEBER ME LLAMA. Proporciona asistencia y supervisión en tareas escolares, trabajos de investigación, consulta, elaboración de carteles y maquetas solicitadas por las maestras.



3- ROLANDO LIBROS. Es básicamente, un préstamo de libros que satisface la necesidad de leer en casa. La oferta de libros para este proyecto es aún muy limitada.

4- CITA CON LOS GRANDES. Propicia encuentros sabatinos con los padres de los niños que asisten a Casa del Libro. Se lee relatos de ficción y se les introduce a “los grandes” escritores universales. Este programa ofrece resistencia por parte de los padres, no así de las madres.

5- LETRAS DE CAMBIO. Programa que permite el intercambio con otras instituciones que trabajan en áreas similares a la nuestra. Con ellas compartimos experiencias sobre la lectura y participamos de nuestro trabajo ofreciendo capacitación en el campo de la animación a la lectura.

6- LEYENDO CON LA CIGUEÑA. Programa de lectura intrauterina. Ofrece a madres en gestación el conocimiento necesario sobre la importancia de leer, cantar y hablar al futuro bebé durante esos maravillosos meses. Incluye literatura y música para esos meses.

7- MAMITA, ARRULLAME CON LETRAS. Programa para madres de niños de 0 a 2 años. Ofrece conocimiento sobre la importancia de la actividad cerebral de los niños en esta edad; literatura, cassetes con canciones y otras herramientas para estimular a los niños en dirección a la lectura.

8- SALTANDO EL ABISMO. Este programa induce y familiariza a los niños en el uso de informática. Se utilizan programas interactivos divertidos que estimulan el desarrollo de destrezas de pensamiento lógico y matemático.



## 2.2 Grupo Objetivo

### 2.2.1 Grupo I

#### 2.2.1.1 Padres de familia y niños

##### 2.2.1.1.1 Perfil geográfico

Padres de familia y niños guatemaltecos que residen en la Colonia Lomas de San Jacinto, zona 10 de Mixco.

##### 2.2.1.1.2 Perfil demográfico

Los padres de familia están comprendidos entre las edades de 25 a 55 años, son parejas jóvenes con hijos, padres casados de edad media que aun tienen hijos que dependen de ellos, personas solteras jóvenes o de edad media con hijos y niños y niñas comprendidos entre 4 a 14 años que asisten a centros educativos e iglesias en general del municipio de Guatemala.



### **2.2.1.1.3 Perfil Psicográfico**

Estas personas se preocupan por el bienestar de sus hijos son personas cuidadosas, responsables y pasan parte del día trabajando, la mayoría de ellas no tienen carro, por lo que se transporta en camioneta. Los fines de semana pasan en familia descansando o salen a comerciales. Pertenecen a un nivel socioeconómico bajo que no asiste a ninguna escuela; media-baja, que asiste a escuelas públicas y media, que asiste al colegio.

Pertenecen al grupo étnico de población indígena, ladina y garífuna que entiende el idioma español.

Les gusta los cuentos y hacer actividades con otros niños, son dinámicos, creativos, joviales, observadores, imaginativos, críticos, su aprendizaje es rápido. Todos los son muy activos, ya que pasan gran parte del día jugando y haciendo tareas de la escuela.

### **2.2.1.1.4 Perfil conductual**

Acostumbran comprar sólo lo necesario para sustentarse, son personas que compran libros únicamente porque los pide la escuela o colegio ya que están empezando a crear un hábito de lectura.

## **2.2.2 Grupo II**

### **2.2.2.1 Donadores**

Empresarios guatemaltecos que residen en el municipio de Guatemala y comunidad internacional.

Son profesionales muy ambiciosos, desea imponer sus ideas. Tener éxito, para él, es ganar mucho dinero y hacer fructificar sus intereses; se comprometen en una compra de mayor especificación; manejan negociaciones más complejas.

Estas personas toman la vida del buen lado. Les gusta viajar a Europa, Estados Unidos y Centroamérica. Son muy realistas por lo que se preocupan por los problemas de otras personas. El dinero está hecho para ser gastado y, a menudo, es divertido ganarlo. Su ambición es aprovechar al máximo los placeres de la vida, Para la banca es un cliente simpático,



# III. CONCEPTOS FUNDAMENTALES



## 3.1 Conceptos sobre el tema

### 3.1.1 Comunicación

Según Jorge Nichols, (2002) la comunicación es la acción o efecto de hacer a otro partícipe del conocimiento o información que uno tiene.

El origen etimológico de este vocablo, del latín *communis*, plantea de entrada una interrogante sobre el sentido de su uso actual. Adjetivada con el término social, la palabra “comunicación” suele emplearse para designar fenómenos de interrelación humana generalmente vinculados al complejo tecnológico de los “medios de masas”: prensa, cine, radio, televisión y, en general, todos los sistemas de difusión de mensajes por vía visual, auditiva o audiovisual.

A partir de esta definición se puede apreciar o identificar tres elementos básicos:

Emisor: es el ente que hace partícipe de la información que éste tiene.

Receptor: es el ente o unidad que recibe la información

que el emisor transmite.

Mensaje: es el contenido de lo que se intercambia.

<http://webs.uolsnectics.com.or/jorge/comunicc>

### 3.1.2 Características de una comunicación escrita eficaz:

- Claridad: el mensaje debe entenderse.
- Brevedad: expresar el máximo de ideas con un mínimo de palabras.
- Precisión: expresar las ideas sin rodeos.
- Corrección: verificar que el escrito esté libre de errores, ya sean de índole gramatical, de la presentación formal o del tono apropiado.
- Integridad: transmitir el mensaje completo sin dejar lagunas.
- Originalidad: utilizar el sello de tu propia personalidad.  
<http://www.geocities.com/scuotri/escritoeficaz.htm>

### 3.1.3 Lectura

La lectura es una habilidad de un tipo muy desarrollado,





de hecho, es la suma de varias habilidades psicológicas que se adquieren y se ejercitan a edad temprana. Como ocurre con las facultades humanas que se usan desde siempre (la maravilla del lenguaje, de la percepción visual), es difícil darse cuenta de su complejidad.

<http://comoestudiar.espana.es>

### **3.1.4 Comprensión de lectura**

Leer es buscar el significado y el lector debe tener un propósito para buscar significados en el texto. Lo que resulta obvio entre los adultos no lo es del todo en las prácticas escolares de los aprendices lectores. En su mayoría los utilizados en las escuelas no han tenido en cuenta- ni lo tienen todavía- este aspecto tan básico. Muchos escolares leen sin otro fin que el de "practicar", "leer sin equivocarse", "leer rápido", etc. La utilización de textos y materiales sin sentido no favorece otro tipo de objetivos. Algunos jóvenes y adultos han confesado que no descubrieron que leer "sirve para algo" hasta después de haber trascurrido muchos años desde el inicio de su aprendizaje. Es, pues, fundamental que los alumnos,

desde un principio del aprendizaje, sean conscientes de que se lee siempre con algún propósito y que lo leído tiene significado. Para ello, no basta con repetírselo verbalmente sino "practicarlo realmente" en todas y cada una de las actividades lectoras que se realicen en el aula. En educación infantil la profesora debe actuar como modelo.

<http://comoestudiar.espana.es>

### **3.1.5 Lectura e interpretación**

La diferencia entre la lectura y la interpretación depende de la diferencia entre el estatuto del concepto de información y el concepto de significación. En efecto, mientras que se puede definir la lectura como el proceso de reconocimiento y de apropiación de la información, la interpretación permanece limitada a la designación del proceso de reconocimiento de los signos de elucidación de su significación dentro de un sistema convencional que se reconoce. La lectura designa, por lo tanto la elaboración de una información por un operador, en un sistema de comunicación dentro del cual se instituye como un actor social distinto del emisor, mientras que la interpretación designa la elaboración de una significación por un sujeto en una situación de espejo en la cual se identifica simbólicamente al

enunciador.

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n38/blamizet.html>  
Texto original del francés *Sémiotique de la Lecture*. Traducción de Susana Arroyo-Furphy.

### 3.1.6 La semiótica de la lectura

Para que la lectura se convierta plenamente en una mediación hace falta, sin duda, que se convierta en un concepto independiente de la práctica que ella designa, y, por consecuencia, de la relación en la cual ha sido instituida, en la escritura. La lectura se convierte en una mediación a partir del momento en que no designa una sola actividad, sino cuando designa múltiples modos de uso simbólico del espacio público. Es con las tecnologías de la información y de la comunicación que se ha comenzado a hablar de lectura a propósito de discos, de registros y de modos de representación y de registro (registro de sonido por magnetófono o registro de imágenes por vídeo). La informática ha peseguido la institución de esta mediación de la lectura y, de esta manera, cumple los procesos de elaboración de una semiótica de la lectura.

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n38/blamizet.html>  
Texto original del francés *Sémiotique de la Lecture*. Traducción de Susana Arroyo-Furphy.

## 3.2 Conceptos sobre diseño

### 3.2.1 Elementos básicos del diseñador

Los elementos básicos que se debe dominar y tener en cuenta dentro de cualquier diseño :

Lenguaje visual: saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.

- Comunicación: conocer los procesos de comunicación, para poder captar los mensajes que el diseño ha de comunicar.
- Percepción visual: estar informados, la manera en que las personas ven y perciben lo que ven. Aspectos tan importantes, como nuestro campo visual, el recorrido de la vista, el contraste, la percepción de las figuras, fondos, trayectoria de la luz.

Administración de recursos: conocer todos los recursos de los que se dispone, y aplicarlos lo mejor posible.

<http://www.fotonostra.com/grafico/composicion.htm>

•

### 3.2.2 Diseño

En un sentido amplio el término "diseño" significa lo mismo



que “planificación”: la previsión mental de una combinación de medios para alcanzar un fin o un conjunto de fines. Es un proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional económico y cultural determinado y que, mediante metodología tiende a la optimización de las soluciones de acuerdo con la disponibilidad de recursos, lo que conduce a la modificación de la realidad.

Muchos piensan en el diseño como un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. El embellecimiento es sólo una parte el diseño, es mucho más que eso. (Wong, 1997: 143).

“Una finalidad – un problema controlado – una actividad resuelta.

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

### **3.2.3 Conjunto de elementos que implican un diseño:**

Traza, delinción de un edificio o de una figura.

Descripción de un objeto o cosa, hecho con las palabras.

- Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.
- 

- Proyecto y plan, diseño urbanístico.

Concepción original de un objeto u obra destinados a

- la producción en serie, dentro del mundo de la moda, industrial.

- La Forma de cada uno de estos objetos.

Un diseño, es una pieza con un cierto atractivo visual, con

- personalidad y de un gran equilibrio estético.  
<http://www.fotonostra.com/diseño/index.htm>

### **3.2.4 Composición**

Es una disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta de esos elementos.

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

### **3.2.5 El espacio:**

Es la distancia o el área entre o alrededor de las cosas.



Cuando se está diseñando se debe pensar dónde se van a colocar todos los elementos y a qué distancia unos de los otros. El tipo de imágenes que se colocarán, la dimensión de éstas, el texto y lo que habrá alrededor de ellas, etc.

Las diferentes tonalidades que se emplearán, los elementos y las formas, sirven para crear relaciones espaciales y focales, de gran interés para el receptor. Se pueden llegar a conseguir efectos muy variados y especiales dependiendo de cómo se combinen. Por ejemplo, si se usa bastante espacio en blanco, se produce un descanso para el ojo. Si se deja mucho espacio en blanco, alrededor de algún objeto, palabra o imagen, se le hace destacar del resto de la composición.  
<http://www.fotonostra.com/grafico/espacio.htm>

### **3.2.6 Diagramación**

Consiste en distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado. Los elementos que regularmente se ubican dentro de un formato son titulares, bloques de texto, fotografías e ilustraciones, logotipos y marcos, viñetas o elementos decorativos.

<http://www.lablaa.org/ayudatareas/periodismo/per87.htm>

### **3.2.7 Color**

Fenómeno físico de la luz o de la visión, asociado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético.


El color tiene que atraer la atención del público, emitir un mensaje específico acerca de lo que se quiere transmitir, y conseguir así, una reacción positiva del lector.  
<http://www.desarrolloweb.com>

### **3.2.8 El color denotativo**

El color es denotativo cuando se utiliza como representación de la figura, u otro elemento, es decir, incorporado a las imágenes reales de la fotografía o la ilustración. Se pueden distinguir tres categorías de color denotativo: icónico, saturado y fantástico, aunque siempre reconociendo la iconicidad de la forma que se presenta.  
<http://www.fotonostra.com/grafico/color.htm>

### **3.2.8 Color icónico:**

Se define por color icónico a la expresividad cromática



como función de aceleración identificadora: la tierra es marrón, la cereza es roja y el cielo es azul. El color es un elemento fundamental de la imagen realista, ya que la forma incolora aporta poca información en el desciframiento inmediato de las imágenes. La adición de un color natural acentúa el efecto de realidad, permite que la identificación del objeto o figura representada sea más rápida. Por lo tanto, el color ejerce una función de realismo que se superpone a la forma de las cosas: una manzana será más real si se reproduce o plasma en su color natural.

<http://www.fotonostra.com/grafico/color.htm>

### **3.2.9 Color saturado:**

Es un color alterado o manipulado en su estado natural y real. Más brillante, son colores más densos y más puros y luminosos. El color saturado nace de conseguir una exageración de los colores y captar la atención con estas. El entorno resulta más atractivo, alterando el color de esta forma, el cine, la fotografía, la ilustración, carteles, etc, obedecen a una representación gráfica cromática exagerada que crea euforia colorista.

<http://www.fotonostra.com/grafico/color.htm>

### **3.2.10 Color fantasioso:**

La fantasía y manipulación, nace como nueva forma

expresiva, por ejemplo, las imágenes colboreadas a mano en las que no se altera su forma, pero si el color. De esta forma se crea un ambigüedad entre la imagen o fotografía representada y el color expresivo que se le aplica, se crea así una fantasía, respetando las formas pero alterando el color natural.

<http://www.fotonostra.com/grafico/color.htm>

### **3.2.11 Color connotativo**

La connotación es la acción de factores no descriptivos, sino psicológicos, simbólicos o estéticos que hacen suscitarse un cierto ambiente y corresponden a amplias subjetividades. Es un elemento estético que afecta a las sutilezas perceptivas de la sensibilidad.

<http://www.fotonostra.com/grafico/color.htm>

### **3.2.12 La tipografía**

Se define tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa; es transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de la mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico

se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

En los primeros signos de escritura, cada signo expresa una idea, un concepto o una cosa; estos signos se combinan entre sí para comunicar ideas más complejas. Estos sistemas de escritura son los pictogramáticos, jeroglíficos e ideogramáticos.

El campo tipográfico, abarca la realización de libros, periódicos, anuncios publicitarios, revistas, etc... y cualquier otro documento impreso que se comunique con otros mediante palabras.

<http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>

### 3.2.13 Imagen

Es una representación de la apariencia visible de un objeto de la realidad por medio de un gráfico. Cumple varias funciones, entre ellas, la de reproducir ideas u objetos en la mente del ser humano, la de ser un soporte y un vehículo transmisor de la comunicación y de la cultura visual.

Una empresa es, para quien la percibe, la imagen que de esa empresa tiene aquella persona. Es lo que se

percibe, lo que aparece.

<http://www.es.wikipedia.org>

### 3.214 Fotografía

Es la técnica de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz. En la cámara oscura se consigue proyectar una imagen captada por una lente o unos conjuntos de lentes sobre una superficie, de tal forma que la imagen queda reducida de tamaño y resulta nítida. Para almacenar esta imagen las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace algunos años, exclusivamente, mientras que en la actualidad se emplea también sensores digitales

<http://www.es.wikipedia.org>

### 3.2.15 Diseño publicitario

El diseño publicitario, es la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como; revistas, periódicos, libros, *flyers*, trípticos, etc

A lo largo del tiempo han ido apareciendo diversos métodos y formas de comunicación, desde los grafitis, (las famosas pintadas en la pared que realizaban los romanos para comunicar alguna noticia), los carteles, las





primeras publicaciones de prensa (diarios )y luego las revistas. Después, ya se extendió a la televisión y la radio.

Antes de llevar a cabo un diseño publicitario, un diseñador y el resto del equipo de trabajo, deben tener en cuenta cuatro puntos muy importantes: El producto que se va a diseñar, el grupo de personas, usuarios o grupo de individuos el que va dirigido, los medios por los cuales se va a realizar la publicidad y, por último, la competencia.  
<http://www.fotonostora.com/grafico/publicitario.htm>

### **3.2.16 Disco compacto**

Normalmente se refiere a Compact Disc. Otras abreviaturas relacionadas son: , y . Un Compact Disc para ordenador será capaz de almacenar cerca de 650 Mb de información (equivalente a 74 minutos de audio). También existe un estándar de 700 Mb (80 minutos de audio), y poco a poco van apareciendo otros de mayor capacidad, pero que todavía no son reconocidos por casi ningún lector/grabador.

<http://www.es.wikipedia.org>

### **3.2.17 Interactividad**

El mundo en que la sociedad se mueve actualmente es

mucho más interactivo que el de épocas pasadas: quizás, esta es su mayor diferencia, o una de sus grandes fortalezas, pero es un universo que no está exento de riesgos.

La Interactividad no es nada nuevo, ni tampoco una invención del siglo XX. En la primera forma de correo conocida, las cartas o postas romanas, ya estaba implícita, sólo que el estímulo y la respuesta tardaba meses en llegar. En el siglo XIX con la invención del telégrafo por Morse y el teléfono por Bell se introduce por primera vez la tecnología en la interactividad. Con el teléfono se logra la comunicación en tiempo real y el humano empieza a ser activado y a interactuar en sus funciones ideáticas y emocionales no sólo por el mensaje escrito, pues se le adiciona la posibilidad del mensaje sonoro y verbal.

Lo que sí es una invención del siglo XX es la interactividad a través de la imagenología, la multiinteractividad y la reducción vertiginosa de los tiempos comunicacionales. La tecnología permite que grandes redes satelitales, diminutos sistemas como el microchip y el fácil y masivo acceso a los ordenadores configuren una sociedad



llamada veces globalizada, otras veces supramoderna e inclusive, aceleradora del tiempo.

Es así como el abordaje al siglo XXI va ser a través de la Internet, la televisión interactiva, los consultores virtuales, las empresas y hogares inteligentes, los teléfonos plurifuncionales y todo un mar donde navegarán a través de sistemas, circuitos y redes las ideas y emociones de los mismos seres que han creado todo esto.

<http://www.sitographics.com>

### **3.2.18 Diseño de un cartel**

En el mejor de los casos, el diseño de carteles es el territorio de la auténtica creatividad, y en el pasado se utilizó como una muestra pública del talento individual. El cartel suele exhibirse en una zona pública y deberá competir su entorno con otros carteles. Debe utilizarse como un medio de comunicar directamente un mensaje al público. A diferencia de la información transmitida en folletos o periódicos, el cartel según todas las probabilidades, solo será visto durante una fracción de segundo por un transeúnte motorizado.

<http://www.sitographics.com>

### **3.2.19 Afiche**

Es una publicación que, generalmente, se utiliza para promocionar un producto o un evento, su dimensión varía de acuerdo con su utilización.

<http://www.sitographics.com>

### **3.2.20 Página web**

Resultado en hipertexto o hipermedia que proporciona un navegador del WWW después de obtener la información solicitada. Su contenido puede ir desde un texto corto a un voluminoso conjunto de textos, gráficos estáticos o en movimiento, sonido, etc. Algunas veces, el citado término es utilizado incorrectamente en orden de designar el contenido global de un sitio web, cuando en ese caso debería decirse "sitio web".

<http://www.webstilo.com>

### **3.2.22 Multimedia**

Los productos multimedia bien planteados pueden ampliar el campo de la presentación en formas similares a las cadenas de asociaciones de la mente humana, interactiva infinitamente variada e informativa.



La conectividad que proporcionan los hipertextos hace que los programas multimedia no sean meras presentaciones estáticas con imágenes y sonido, sino una experiencia interactiva infinitamente variada e informativa.

Las aplicaciones multimedia son programas informáticos, que suelen estar almacenados en discos compactos (CD-ROM). La vinculación de información mediante hipervínculos se consigue mediante programas o lenguajes informáticos especiales. El lenguaje informático empleado para crear páginas electrónicas se llama HTML (siglas en inglés de *HyperText Markup Language*).

<http://www.webstilo.com>


# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE



## IV. CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE



## 4.1 Concepto Creativo



Para llegar al concepto creativo se realizó una lluvia de ideas en el cual sobresalieron puntos claves de interés como libros, lectura, personas, sabiduría, conocimiento, etc. Después de tener un profundo análisis se llegó a la conclusión de lo siguiente:

“La lectura es la llave del conocimiento”

La lectura es la única posibilidad humana de construir significados. Toda información depositada en el cerebro a partir del tercer mes de gestación, suma las posibilidades de establecer ricas conexiones neurales, destrezas y habilidades de relación que facilitará la lectura. Se lee utilizando los cinco órganos sensoriales, oído, tacto, vista, olfato y gusto. El esfuerzo que hace el cerebro al recibir y decodificar estímulos que llegan a través de los órganos receptores, para luego interpretarlos; crear con ellos ideas, imágenes, conceptos hasta construir significados, archivarlos y dar una respuesta voluntaria, todo este proceso genera INTELIGENCIA. Un beneficio real de la lectura es que hace a las personas más inteligentes.

## 4.1.2 Componentes de diseño

### 4.1.2.1 Lingüístico:

Se utilizaron tipografías tales como Arial, Futura ya que son contemporáneas o palo seco, también se les conoce como Sans Serif (sin serif) y se caracterizan por:

- No tener adornos ni remates
- Sin variaciones de grosor en sus astas, más bien tienen un grosor homogéneo a todo lo largo.
- Sin variaciones de verticalidad.

Se usa para expresar actualidad y fuerza  
Tipos representativos: avant Garde, Helvetica, Futura, folio, Univers, Optima y Venus.

Además, se utilizó para los titulares el tipo de letra Textile que se caracteriza por formas redondas y regordetas, ya que es más dinámica para los niños.

### 4.1.2.2 Cromáticos:

Los colores amarillo, rojo, naranja, azul, verde son

análogos ya que están relacionados por un color que interviene en ellos. Son colores adyacentes en el círculo cromático.

Las armonías de análogos que ofrezcan una impresión algo regular y monótona, se pueden armar por un acento de color contraste o complementario, que hará más vital y activo el conjunto (Hayten, 1978:18).

### Psicología del color:

El grupo de los colores cálidos: rojos, amarillos y amarillos-verdes producen un efecto alegre, vivo y caliente siendo a medida que se acercan al rojo, estimulantes y excitantes; el de los colores fríos, azules, azules-verdes y violetas es tranquilo, sedante, silenciosos y fresco.

El azul designa infinitud, inteligencia, paz, confianza, seguridad y nobleza.

El verde es un sinónimo de vegetación representa la naturaleza, produce un efecto alegre, esperanza y sugiere amistad.



El amarillo sugiere luz, alegría, poder, dinamismo.  
El naranja es estímulo, acción y entusiasmo.  
El Rojo sugiere calor, fuego, corazón, excitación, actividad, pasión, fuerza, peligro, etcétera.  
El blanco significa reposo, limpieza, pureza, inocencia, virtud y castidad.

#### **4.1.2.3 Icónicos:**

Se utilizaron dos personajes caricaturescos en las piezas gráficas que identifican a la función de la Casa del Libro, éstos representan a los niños.

Formatos/diagramación:

La diagramación juega un papel muy importante en la realización o elaboración del trabajo del diseñador gráfico ya que le permite distribuir los elementos dentro de un espacio o formato determina.

El espaciado y el formato deben tomarse en cuenta de acuerdo con las características espaciales de los diferentes tipos. Existe el espacio que ocupa la letra misma y el espacio creado dentro y alrededor de ella. También se debe prestar atención a los trazos de cada forma de letra.

La elección de la forma y el tamaño del formato donde figuran la tipografía ayuda a reforzar o aclarar el mensaje. Los formatos largos y estrechos difieren de los cortos y anchos. La colocación de los tipos en un formato determinado puede modificar por completo su carácter.

Los diseños que se realizaron tienen unidad ya que hacen uso de elementos que tienen relación entre sí, con el diseño total para lograr coherencia, apariencia unitaria y armonía.

Se aplicó movimiento dentro de los diseños ya que deben ser dinámicos para romper con los esquemas de monotonía. El movimiento es una secuencia que hace que el lector observe los elementos de un diseño.



4.2

## Proceso de bocetaje y Fundamentación

El proceso de elaboración de las piezas del proyecto, inició con la visualización de las mismas en bocetajes preliminares hasta llegar a un diseño final. Los diseños se llegaron a definir de con acuerdo a las necesidades del diente.

## 4.2.1 Trifoliar



Se realizó el trifoliar en blanco y negro por el bajo costo de reproducción. Su contenido incluyó la información de las principales actividades que realiza la Asociación.

Los elementos que se destacaron por su uso son las circunferencias, que se caracterizan por proporcionar movimiento en los diseños, esto es necesario para piezas relacionadas con conceptos infantiles.

La tipografía de los titulares, también colaboró con el dinamismo al mostrarse sobre una forma curva.

Las imágenes utilizadas, al inicio fueron cambiadas, posteriormente, por el cliente ya que deseaba algo más representativo del hábito de la lectura.

Algunos de los círculos fueron reemplazados por íconos de libros abiertos.





## 4.2.2 **Volante**

El volante presenta los mismos elementos del trifoliar, para mantener la unidad en los materiales impresos.

La información incluida es más concreta, fue enfocada para describir a los padres de familia la importancia de la lectura, actividad que buscó ser estimulada por la Asociación.

El desarrollo del bocetaje se realizó en conjunto con el trifoliar.

## 4.2.3 Afiche

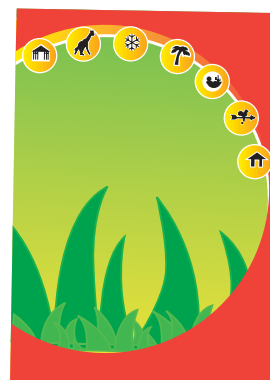


Se llevó a cabo una sesión fotográfica en las instalaciones de la institución con la finalidad de presentar a los niños participantes del programa de lectura y al fundador, al grupo objetivo constituido por patrocinadores potenciales.

De las fotografías obtenidas, se eligieron junto al cliente, las más representativas.

Se realizaron dos diagramaciones para el afiche; se eligió el de color azul ya que se encontraba mejor definido.

## 4.2.4 Cd Interactivo



Se inició su elaboración con la misma aplicación de circunferencias. sobre las cuales se ubicaron los botones de acceso de las actividades del disco. Al presentarlo al cliente para su evaluación, solicitó que se cambiara el diseño actual y se hiciera semejante a un libro.

Se incluyeron una serie de actividades didácticas:  
Las tablas de multiplicar  
Geografía, mapa de Guatemala  
Conoce a los animales  
Cuento "Camilón, Comilón"

Se integraron en el diseño los personajes con colores llamativos y música de fondo para cada tema.

## 4.2.5 Página Web

Se realizaron bocetos bastante complejos y excesivamente cargados visualmente por lo que se pensó en cambiar a una imagen más limpia y, nuevamente, se aplicó la simulación de un libro abierto. Con lo que se transformó el diseño inicial de la página.

Se aplicó el color azul y verde, luego el azul fue eliminado, dejando el color verde de fondo.


La información contenida en esta pieza, fue otorgada por el cliente, y posee mucha importancia, pues en ella se explican los orígenes de la Asociación, por quienes está conformada, qué actividades realiza, cómo busca proyectarse y, lo más importante, se indican las necesidades de ayuda o patrocinio.



# C OMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRAFICA FINAL



## V. C OMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRAFICA FINAL



Dicho proyecto parte de un problema dividido en facetas para encontrar conclusiones particulares y específicas lo cual concierne al método deductivo.

Luego de haber encontrado el problema y haber dado una solución, la etapa siguiente consiste en seleccionar la técnica que se utilizó para la recolección de información para saber si las piezas de diseño son funcionales para el grupo objetivo:

La técnica de investigación denominada encuesta, permite la obtención de información variada a través de reportes verbales o escritos.

Se redactaron cuatro encuestas de diez preguntas cada una (ver anexo I, II, III y IV) para establecer la opinión del grupo objetivo sobre el diseño, contenido y mensajes por utilizar en la campaña publicitaria. Se redactaron preguntas cerradas, por ser más específicas y directas,

preguntas abiertas para saber más acerca de sus criterios y preguntas semicerradas ya que se requiere de una explicación.

Esta prueba fue realizada para validar las piezas de diseño de la campaña publicitaria, la que tuvo lugar en la ciudad de Guatemala, en octubre de 2005.



## 5.1 Perfil del informante

Dentro de las personas consultadas se encuentran cuatro grupos los cuales ayudaron a dar una opinión y punto de vista más amplio y profesional.

El primero son los padres de familia de 25-55 años de edad de sexo masculino y femenino, clase baja y media residentes de la ciudad capital. Este grupo también incluye a niños de 4-14 años de edad de sexo masculino y femenino que están empezando a crear un hábito de lectura y recién empiezan a asistir a la Asociación.

El segundo grupo lo conforman empresarios de 30-60 años de edad de sexo masculino y femenino, son personas emprendedoras, decididas y activas, residen en la ciudad capital.

El último grupo son los diseñadores gráficos cuyas edades están comprendidas entre 24-30 años de edad, sexo femenino y masculino, estudiantes de la Licenciatura en Multimedia,

5.2

## Propuesta grafica final, fundamentación

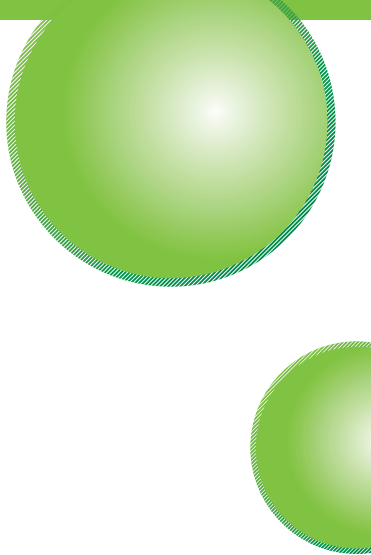
Al conocer el problema encontrado, se evidenció que consistía en la falta de material gráfico de apoyo para concentrar a las personas sobre la problemática de la lectura a temprana edad. Una vez determinado el problema surge la iniciativa de realizar materiales gráficos e interactivos para la Asociación Casa del Libro para apoyar la campaña de concentración el cual consistió en la realización de:

- Trifoliar
- Volante
- Afiche
- Cd interactivo
- Página web

Cada pieza pasó por un proceso de bocetaje hasta llegar al diseño final el cual fue evaluado para su mejor eficacia.

Después de verificar las respuestas obtenidas por el método utilizado, las piezas gráficas fueron sometidas





a modificaciones para su presentación final. Cada pieza se identifica con los niños y los libros de acuerdo con los colores u formas que se utilizaron para la realización de las piezas.

Se hicieron dos cambios en la página web. El primero fue cambiar la posición del ícono de audio y segundo se adaptaría la información en dos idiomas español e inglés.

A continuación se presentan los diseños finales modificadas según resultados obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Guatemala en octubre de 2005.



## 5.3.1 Trifoliar

Éste es un elemento usado frecuentemente como carta de presentación de un producto o servicio con más detalle y esclarecedor.

El 100% del grupo objetivo no realizó ningún cambio, tanto en información, diagramación, tipografía y color.

Trifoliar  
8.5" x 11"  
Blanco y negro  
Bond / 80 gramos  
Freehand/ Photoshop

## 5.3.2 Volante

Este diseño especifica los aspectos más importantes sobre la lectura e insta a las personas a visitar Casa del Libro.

El 100% del grupo objetivo no realizó ningún cambio, tanto en información, diagramación tipografía y color.

**¿Tiene hijos de 12 años o menos?**

Estas conclusiones\* sobre "LA LECTURA Y LOS NIÑOS" podrían interesarle.

- 1 Si entre los 3 y los 4 años un niño no adquiere las destrezas básicas para la lectura, sus dificultades para leer se identificarán muy tarde (en Primer o Segundo Grado) y, quizá nunca las recupere.
- 2 Los problemas de Lectura en un niño le generarán problemas en toda actividad escolar y en su futura vida de adulto.
- 3 Un niño que en Segundo Grado se muestra como un lector pobre, seguramente seguirá siendo un lector pobre toda su vida.
- 4 Si antes de los 12 años un niño no ha sido capaz de manejar gusto a la lectura, será muy difícil que en el resto de su vida sea por propio deseo y voluntad.

\* Informe del Sr. Richard Wehren, Director Adjunto del Centro Para La Investigación De La Lectura, Enero, 2011 y profesor de la Universidad del Estado de Florida.

Si quiere saber más sobre la Lectura y de cómo motivar a sus hijos a leer en estas vacaciones, visítenos.

**Casa Del Libro**  
Dónde vive la lectura

3a. Ave., 3-68, Zona 10 de México, Lomas de San Jacinto.  
Tels.: 6679 4052 y 2435 0724.

Volante  
8.5" x 11"  
Blanco y negro  
Bond / 80 gramos  
Freehand/ Photoshop

## 5.3.3 Afiche

Su función principal es convencer o lograr un cambio de actitud. Aquí son importantes los colores, formas, el juego de imágenes, palabras, contrastes y diagramación.



Afiche 14.44" x 19.40"  
Full Color  
Couche/ 100 gms  
Freehand/ Photoshop



## 5.3.4 **CD Interactivo**

Se realizó un disco para ayudar con el material de apoyo . Éste tuvo un gran impacto entre el grupo objetivo.

De acuerdo con la encuestas que se realizaron hubo la necesidad de cambiar un poco el diseño se hizo más dinámico, además, juega mucho con los sonido, imágenes y colores.

Dicho cambio se realizó para que los niños entendieran con facilidad cada faceta del CD.

CD Interactivo  
350 x 500 pixeles  
Full Color  
Formato multimedia  
Macromedia Flash MX

## 5.3.5 Página Web



En el diseño de la página web hubo vacíos inconvenientes, el principal fue el audio, ya que no se veía en que parte estaba ubicado, por lo que se colocó en la parte superior derecha donde fuera visible al público.

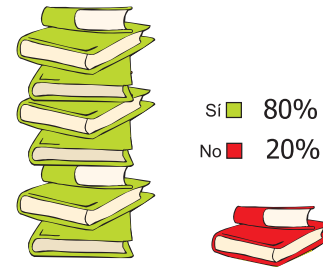
El 90% de las personas opinó que se cambiara el icono de audio a un lugar accesible; el otro 10% opinó que se cambiara el color de la página.

Por lo tanto, se modificó únicamente el audio por la opinión de mayor porcentaje.

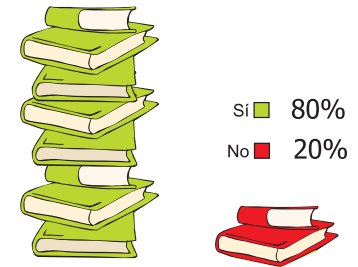
Página web  
600 x 800 Píxeles  
Full Color  
Formato multimedia  
*Dreamweaver*

# 5.4 Instrumentos

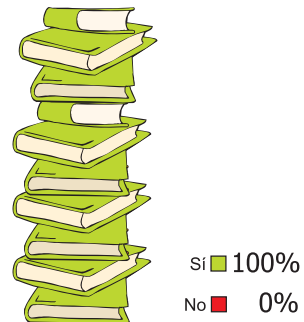
## 5.4.1 Encuestas a padres de familia



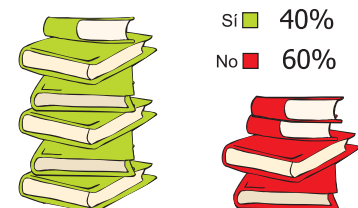
1. ¿Conoce a la Asociación Casa del Libro?



2. ¿Conoce las actividades que realiza?



3. ¿Cree que es importante fomentar la lectura a los niños desde temprana edad?



4. ¿Les gusta leer a sus hijos?



Si  100%  
No  0%

5. ¿Le interesaría un taller de lectura para sus hijos ?



Si  100%  
No  0%

6. ¿Considera atractivos los diseños de las piezas gráficas?



Si  100%  
No  0%

9. ¿Considera legible el tipo de letra que se utilizó para el contenido de todas las piezas gráficas?



Si  100%  
No  0%

10. ¿Cree que los colores que se utilizaron en las piezas son adecuados?



Si  100%  
No  0%

7. ¿Cree que el contenido de las piezas dan una idea clara para el grupo objetivo?

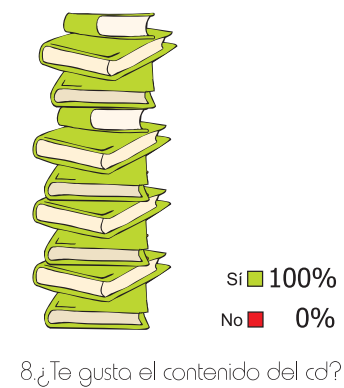
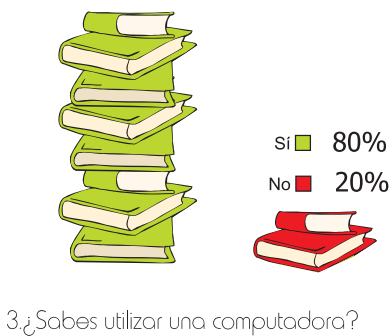
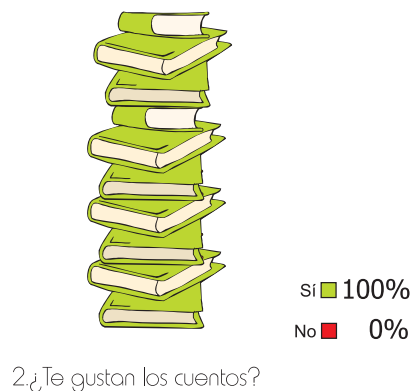
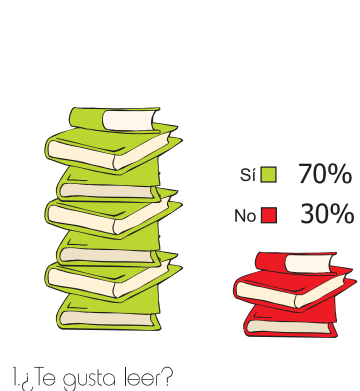


Si  100%  
No  0%

8. ¿Cree que la información de las piezas es completa?



## 5.4.2 Encuestas a los Niños





Sí ■ 100%  
No ■ 0%

9. ¿Te gustan los colores que se utilizaron?



Sí ■ 100%  
No ■ 0%

10. ¿Te gustan los sonidos que tiene el cd?

### 5.4.3 Encuestas a empresarios



Si  0%  
No  100%

1. ¿Conoce a la Asociación Casa del Libro?



Si  0%  
No  100%

2. ¿Conoce las actividades que realiza?



Si  100%  
No  0%

3. ¿Cree que es importante fomentar la lectura a los niños desde temprana edad?



Si  100%  
No  0%

4. ¿Considera atractivos los diseños de las piezas gráficas?



Si  100%  
No  0%

5. ¿Cree que la información de las piezas es completa?



Si  100%  
No  0%

6. ¿Considera legible el tipo de letra que se utilizó para el contenido de todas las piezas gráficas?



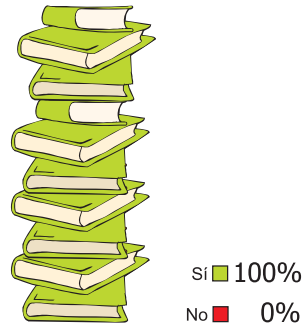
Si  100%  
No  0%

7. ¿Cree que los colores que se utilizaron en las piezas son adecuados?

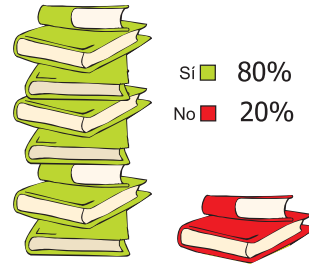


Si  100%  
No  0%

8. ¿Considera que los personajes que se crearon son adecuados para representar a Casa del Libro?



9. ¿Cree las piezas que se realizaron ayudarían a la Asociación a conseguir colaboradores?



10. ¿Colaboraría usted con la Asociación Casa del Libro?

### 5.4.4 Encuestas a diseñadores gráficos



Si  100%  
No  0%

1. ¿Considera atractivos los diseños de las piezas gráficas?



Si  100%  
No  0%

2. ¿Cree que el contenido de las piezas da una idea clara para el grupo objetivo?



Si  80%  
No  20%

5. ¿Cree que los colores que se utilizaron en las piezas son adecuados?



Si  100%  
No  0%

6. ¿Cree que los afiches ayudarían a la Asociación con su campaña?



Si  100%  
No  0%

3. ¿Considera legible el tipo de letra que se utilizó para el contenido de todas las piezas gráficas?



Si  100%  
No  0%

4. ¿Considera dinámico el cd interactivo para los niños?



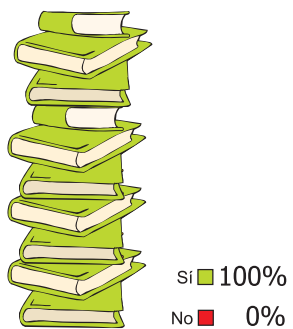
Si  100%  
No  0%

7. ¿Cree que la información de la pagina web es completa?

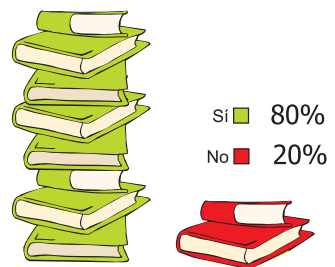


Si  100%  
No  0%

8. ¿Considera que los personajes que se crearon son adecuados para representar a Casa del Libro?



9. ¿Considera necesario hacer algún cambio a las piezas?



10. Si respondió sí, ¿qué cambios sugiere?



## 5.5

# Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

### **Opciones de reproducción:**

La siguiente información es una guía para saber qué opción de impresión conviene más a la hora de hacer los artes finales.

### **Impresión digital:**

Es la revolución en impresión comercial de calidad. Supone imprimir sólo la cantidad estricta de impresos que se necesitan.

Ofrece una respuesta rápida por medio de las potentes máquinas de alta producción en impresión digital de máxima calidad.

No se recomienda para altos tirajes ya que su precio sería demasiado alto.

### **Litografía:**

Es uno de los medios más utilizados para imprenta, a pesar de su precio alto, los resultados se ven en la calidad de impresión y el tiempo de entrega es rápido.

### **CD Interactivo:**

Éste es un material muy dinámico, para que los niños puedan utilizarlo con mucha facilidad.

Existen dos formas de reproducirlo, por medio de una copiadora industrial que reproduce a alta velocidad gran cantidad de discos compactos, o bien, utilizando una copiadora casera de fácil accesibilidad.

### **Página de Internet:**

Brinda las posibilidades de llegar a varias personas e instituciones con mayor rapidez.

En ésta, las actividades y servicios pueden ser vistos por cantidad innumerable de profesionales y estudiantes, lo cual plantea un aumento significativo de investigaciones y datos científicos compartidos.

Su publicación requiere un pago mensual por el dominio y un segundo pago mensual por el web *hosting*, accedendo a la dirección:  
<http://sbs.smallbusiness.yahoo.com/domains/?AID10368241/PID1759994>

Su inclusión en el índice de Google no requiere costo alguno; se debe ingresar a la dirección:

<http://www.google.com/addurl/?hl-es>:

De acuerdo con instrucciones de esta página se debe ingresar la URL completa del sitio:  
<http://www.casadellibro.com>

También se puede agregar comentarios o palabras clave que describan el contenido de la página, aunque esto no influye en cómo Google la indexará o utilizará.

### **5.4.1 Costos de impresión**

- Se recomienda un tiraje de 1,000 unidades para la impresión de los trifoliales, pues menor cantidad provocaría un mayor costo.
- 1,000 trifoliales tamaño 8.5 x 11", blanco y negro tiro y retiro en, papel bond 80.....Q 1,900.00
- 1,000 volantes tamaño 8.5 x 11", blanco y negro solo tiro en, papel bond 80.....Q 1,350.00



- Valor de 1,000 Afiches full color tamaño 14.44 x 19.40 pulg. en couche de 100 gms.....Q. 5,450

- Copia de CD con impresión en *sticker*....Q 40.00 c/u

- Compra de dominio <http://www.casadellibro.com> (proveedor: Yahoo Small Bussiness

<http://sbs.smallbusiness.yahoo.com/domains/?AID10368241/PID1759994>.....\$ 9.95 al año

Web *hosting* que incluye principalmente:

- 200 direcciones de correo cada una con un espacio de 2GB

- 5GB de espacio para información

- Descuentos en otros servicios de Yahoo y Google.....  
\$ 11.95 al mes (\$143.40 al año)

### **5.4.2 Opciones de difusión**

A continuación se detallará en dónde pueden ser difundidas las piezas gráficas que se realizaron para la campaña de concientización.

### **Opciones de difusión del trifoliar**

Serán difundidos al grupo objetivo ,de la colonia San Jacinto y a instituciones que la visiten para que conozcan más la misión y visión y colaboren con la Asociación

### **Opciones de difusión del volantes**

Serán difundidos a la personas que se encuentran en la colonia San Jacinto. Para los materiales impresos se recomienda un correcto almacenaje, dentro de sobres de papel, evitando los lugares húmedos, de esta forma, se extenderá su tiempo de vida útil.

### **Opciones de difusión del afiche**

Serán difundidos a instituciones, fundaciones, colegios para que las personas reconozcan el esfuerzo que lleva a cabo Casa del Libro por fomentar la lectura a personas de escasos recursos.

## **Opciones de difusión del CD interactivo**


Será difundido a los alumnos de Casa del Libro para que tengan otra opción de material didáctico. Éste posee alta durabilidad pero, para que sea efectiva, el original debe ser conservado en la caja entregada

## **Opciones de difusión del la página web**

Se difundirá a través de los correos electrónicos gráficos elaborados, pues en ellos se indica la dirección de la misma. Es recomendable actualizarla cada mes.

# CONCLUSIONES





Este proyecto constituye una importante herramienta de apoyo para la Asociación Casa del Libro en su objetivo de fomentar la lectura a niños y niñas desde temprana edad, ya que proporciona piezas impresas de información sobre las actividades de la institución, y material interactivo con el que se estimula a los niños y niñas a leer, aprender y asistir frecuentemente a las reuniones de lectura.

Se colaboró con la Asociación Casa del Libro, en la realización de la campaña publicitaria que consistió en el diseño de página web, cd interactivo, afiche, trifoliar y volante, que ayudará a concentrar a las personas el fomentar la lectura a los niños desde temprana edad.

Los diseños que se crearon para la campaña, son necesarios para llevar el mensaje al grupo objetivo, ya que, conforme a la validación que se hizo, se observó inmediatamente la reacción positiva de cada una de las personas entrevistadas.

A large green circular graphic containing a white outline of an open book. Below the book icon is a yellow swoosh that extends to the right. To the left of the main green circle is a smaller white circle with a green center. The word "GLOSARIO" is written in a bold, blue, sans-serif font with a white outline, positioned to the right of the book icon and above the yellow swoosh.

# GLOSARIO

## **Animación**

La animación trata de dar la ilusión de la continuidad del movimiento en la continuidad del tiempo.

<http://es.wikipedia.org>

## **Botones**

Son anuncios gráficos colocados a los lados del contenido de las páginas.

<http://es.wikipedia.org>

## **Cd-Rom**

Disco capaz de almacenar texto, sonido e imágenes.

<http://es.wikipedia.org>

## **Comprension**

Facultad de comprender o ser capaz de tener conocimiento de algo.

<http://learnweb.harvard.edu>

## **Diseño gráfico**

Es una forma de comunicación visual en donde la imagen y el texto son objetos visuales para comunicar mensajes a grupos determinados.

<http://es.encarta.msn.com>

<http://es.wikipedia.org>

## **Diseño y composición**

Es el equilibrio entre la colocación perfecta de texto e imágenes.

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

## **Fonología**

Es el estudio de diversos sonidos de un idioma

<http://es.wikipedia.org>

## **HTTP Banners animados**

Un anuncio que contiene elementos animados, que permiten que los textos y gráficas cambien en el anuncio constantemente.

[www.artedinamico.com](http://www.artedinamico.com)

## **Idioma**

Es una forma de comunicación verbal propia de una comunidad humana.

<http://es.wikipedia.org>

## **Fonética**

Parte de la gramática que estudia la percepción de los sonidos y articulaciones.

<http://es.wikipedia.org>

## **Libro**

Es la reunión de muchas hojas de papel, ordinariamente impresas, cosidas o encuadernadas juntas, formando un volumen, con cubiertas de papel, cartón, tela, pergamino o piel.

<http://www.unostiposduros.com>

## **Lingüística**

Estudio de el lenguaje y desarrollo de las lenguas.

<http://encyclopedie-es.snyke.com>

<http://www.wolkoweb.com.ar/catedra/index.html>

## **Navegador**

Es el programa que ofrece acceso a Internet.

<http://www.webestilo.com>

## **Ortografía**

Es el arte de escribir correctamente las palabras de una lengua.

<http://es.wikipedia.org>

## **Semántica**

Estudia el significado de las palabras .

<http://es.wikipedia.org>

## **Servidor**

Se encarga de proporcionar al navegador los documentos y medios que este solicita. Utiliza un protocolo HTTP para atender las solicitudes de archivos por parte de un navegador.

<http://www.webestilo.com>

## **Sintaxis**

Parte de la gramática que enseña a coordinar y unir las palabras para formar oraciones.

<http://es.wikipedia.org>

## **WEB**

Es la unidad mínima de información en el WWW. Cada vez que se pulsa un enlace o especifica una dirección.

<http://es.wikipedia.org>

## **world wide web**

La World Wide Web, es un sistema de hipertexto que funciona sobre Internet. Para ver la información se utiliza una aplicación llamada navegador web para extraer elementos de información "navegar" por la web.

<http://es.wikipedia.org>





# Bibliografía



<http://es.wikipedia.org>

[http://encyclopedie\\_es.snyke.com](http://encyclopedie_es.snyke.com)

<http://wolkoweb.com.ar>

<http://comoestudiar.iesoana.es>

<http://learnweb.harvard.edu/andes/tfu/aboutl.cfm>

<http://www.monografias.com>

<http://urbanext.uiuc.edu/nibbles>

<http://www.unimag.edu.com>

<http://unostiposduros.com/paginas/tra03a.html>

<http://es.encarta.msn.com>

<http://www.lablao.org/ayudadetareas/periodismo/per87.htm>

<http://www.desarrolloweb.com>

<http://sitographics.com/dicciona/f.html>

<http://artedinamico.com>

<http://www.publinet.com.cr>

<http://www.trimaxba.com/sitio/esp/comvisual/cdinteract>

[http://es.wikipedia.org/wiki/dominio\\_de\\_internet](http://es.wikipedia.org/wiki/dominio_de_internet)

<http://sbs.smallbusiness.yahoo.com/domains?IDS=10368241&PID=1759994>

<http://www.google.com/addurl?hl=es>



## The word "ANEXOS" is written in a bold, blue, sans-serif font with a white outline. It is positioned on a large green circular background. A yellow swoosh underline is beneath the text. To the right of the text is a small white icon of a book with a ribbon bookmark, enclosed in a white circle. To the left of the text is another white circle, partially overlapping the green background.

## Anexo I

### Encuestas a Padres de Familia

### 25 a 55 años



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo: Padres de Familia

Diseño Gráfico/Multimedia  
Campaña de Concientización  
para la Casa del Libro/2005

- Edad \_\_\_\_\_ Sexo:  M  F
1. ¿Conoce a la Asociación Casa del Libro?  
Sí  No
  2. ¿Conoce las actividades que realiza?  
Sí  No
  3. ¿Cree que es importante fomentar la lectura a los niños desde temprana edad?  
Sí  No
  4. ¿Les gusta leer a sus hijos?  
Sí  No
  5. ¿Le interesaría un taller de lectura para sus hijos ?  
Sí  No
  6. ¿Considera atractivos los diseños de las piezas gráficas?  
Muy bueno  Bueno  Regular
  7. ¿Cree que el contenido de las piezas dan una idea clara para el grupo objetivo?  
Muy bueno  Bueno  Regular
  8. ¿Cree que la información de las piezas es completa?  
Muy bueno  Bueno  Regular
  9. ¿Considera legible el tipo de letra que se utilizó para el contenido de todas las piezas gráficas?  
Muy bueno  Bueno  Regular
  10. ¿Cree que los colores que se utilizaron en las piezas son adecuados?  
Muy bueno  Bueno  Regular

## Anexo II

### Encuestas a niños 4 a 14 años



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo: Niños

Diseño Gráfico/Multimedia  
Campaña de Concientización  
para la Casa del Libro/2005

Edad \_\_\_\_\_ Sexo:  M  F

1. ¿Te gusta leer?  
Sí  No
2. ¿Te gustan los cuentos?  
Sí  No
3. ¿Sabes utilizar una computadora?  
Sí  No
4. ¿Cuanto tiempo utilizas una computadora?  
1 hora  2 hora  más de 3 horas
5. ¿Te gusta jugar en la computadora?  
Sí  No
6. ¿Que juegas en la computadora?  
Juegos educativos  Juegos de Nintendo
7. ¿te gustan los personajes que se hicieron para el cd?  
Muy bueno  Bueno  Regular
8. ¿Te gusta el contenido del cd?  
Muy bueno  Bueno  Regular
9. ¿Te gustan los colores que se utilizaron?  
Muy bueno  Bueno  Regular
10. ¿Te gustan los sonidos que tiene el cd?  
Muy bueno  Bueno  Regular

## Anexo III

### Encuestas a Empresarios

#### 30 a 60 años



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo: Empresarios

Diseño Gráfico/Multimedia  
Campaña de Concientización  
para la Casa del Libro/2005

Edad \_\_\_\_\_ Sexo:  M  F

1. ¿Conoce a la Asociación Casa del Libro?  
Sí  No
2. ¿Conoce las actividades que realiza?  
Sí  No
3. ¿Cree que es importante fomentar la lectura a los niños desde temprana edad?  
Sí  No
4. ¿Considera atractivos los diseños de las piezas gráficas?  
Muy bueno  Bueno  Regular
5. ¿Cree que la información de las piezas es completa?  
Muy bueno  Bueno  Regular
6. ¿Considera legible el tipo de letra que se utilizó para el contenido de todas las piezas gráficas?  
Muy bueno  Bueno  Regular
7. ¿Cree que los colores que se utilizaron en las piezas son adecuados?  
Muy bueno  Bueno  Regular
8. ¿Considera que los personajes que se crearon son adecuados para representar a Casa del Libro?  
Muy bueno  Bueno  Regular
9. ¿Cree las piezas que se realizaron ayudarían a la Asociación a conseguir colaboradores?  
Muy bueno  Bueno  Regular
10. ¿Colaboraría usted con la Asociación Casa del Libro?  
Sí  No

## Anexo IV

### Encuestas a diseñadores gráficos 25 a 30 años



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo: diseñadores Gráficos

Diseño Gráfico/Multimedia  
Campaña de Concientización  
para la Casa del Libro/2005

Edad \_\_\_\_\_ Sexo:  M  F

1. ¿Considera atractivos los diseños de las piezas gráficas?  
Muy bueno  Bueno  Regular
2. ¿Cree que el contenido de las piezas dan una idea clara para el grupo objetivo?  
Muy bueno  Bueno  Regular
3. ¿Considera legible el tipo de letra que se utilizó para el contenido de todas las piezas gráficas?  
Muy bueno  Bueno  Regular
4. ¿Considera dinamico el cd interactivo para los niños?  
Muy bueno  Bueno  Regular
5. ¿Cree que los colores que se utilizaron en las piezas son adecuados?  
Muy bueno  Bueno  Regular
6. ¿Cree que el afiche ayudaria a la Asociacion con su campaña?  
Muy bueno  Bueno  Regular
7. ¿Cree que la informacion de la pagina web es completa?  
Muy bueno  Bueno  Regular
8. ¿Considera que los personajes que se crearon son adecuados para representar a Casa del Libro?  
Muy bueno  Bueno  Regular
9. ¿Considera necesario hacer algún cambio a las piezas?  
Sí  No
10. Si respondió sí, ¿que cambios sugiere?  
\_\_\_\_\_