



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico

*Creación y diseño de material gráfico impreso e interactivo
para promover e informar las actividades de la Asociación
de Desarrollo Integral, Las Mariposas
-ADILMA- (ONG)*



Delia Pamela López Ríos
Previo a optar el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico
con énfasis Informático Visual,
especialidad en Multimedia

Guatemala, junio 2008



Nómina de Autoridades.....	iv		
Agradecimientos.....	v		
Dedicatoria.....	vi		
Presentación.....	vii		
CAPÍTULO 1			
Introducción.....	1		
1. INTRODUCCIÓN.....	2		
1.1. ANTECEDENTES.....	2		
1.2. PROBLEMA.....	3		
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3		
1.3.1. Magnitud.....	4		
1.3.2. Trascendencia.....	4		
1.3.3. Vulnerabilidad.....	4		
1.3.4. Factibilidad.....	5		
1.4. OBJETIVOS DEL DISEÑO			
1.4.1. Objetivo general.....	5		
1.4.2. Objetivos específicos.....	5		
CAPÍTULO 2			
Perfil del cliente y grupo objetivo.....	6		
2.1. PERFIL DEL CLIENTE.....	7		
2.1.1. Junta Directiva.....	7		
2.1.2. Misión.....	7		
2.1.3. Visión.....	7		
2.1.4. Objetivos de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG).....	8		
2.1.5. Área de trabajo.....	8		
2.1.6. Proyectos de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA-(ONG).....	9		
2.1.6.1. Guardería infantil.....	9		
2.1.6.2. Recolección y manejo de desechos reciclables.....	10		
2.1.6.3. Recuperación y conservación de recursos naturales.....	10		
2.2. GRUPO OBJETIVO.....	11		
2.2.1. Variable geográfica.....	11		
2.2.2. Variable demográfica.....	11		
2.2.3. Variable psicográfica.....	11		
2.2.4. Variable conductual.....	11		
CAPÍTULO 3			
Conceptos fundamentales.....	12		
3.1. CONCEPTOS DE LA INSTITUCIÓN.....	13		
3.2. CONCEPTOS DE DISEÑO.....	23		





CAPÍTULO 4	
Conceptos de diseño, método y bocetaje.....	33
4.1. CONCEPTO CREATIVO.....	34
4.2. MÉTODO DE DISEÑO.....	34
4.3. PROCESO DE BOCETAJE.....	40
4.3.1. Pre bocetos.....	40
4.3.2. Bocetos.....	43
4.3.3. Bocetos a validar.....	54
CAPÍTULO 5	
Comprobación de piezas gráficas y propuesta final.....	57
5.1. COMPROBACIÓN DE EFICACIA.....	58
5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	59
5.2.1. Interpretación de los resultados.....	64
5.3. PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN.....	65
5.3.1. Fundamentación de los elementos gráficos.....	65
CONCLUSIONES.....	91
Lineamientos para la puesta en práctica.....	93
Bibliografía y fuentes consultadas.....	97
GLOSARIO.....	99
ANEXOS.....	105





Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Decano

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Director Escuela de Diseño Gráfico

Arq. Manuel Yanuario Arriola Retolaza

Vocal I

Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz

Vocal II

Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes

Vocal III

Arq. Carlos Enrique Martínez Herrera

Vocal IV

Br. Javier Alberto Girón Díaz

Vocal V

Br. Omar Alexander Serrano De La Vega

Secretario

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Tribunal examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Lic. Rualdo Anzueto Talento

Lic. Fernando Fuentes Ríos

Licda. Yeimi Artola Santiago

Decano

Secretario

Examinador

Examinador

Examinadora



AGRADECIMIENTOS

A MIS ASESORES:

Por su disposición y por la ayuda que me brindaron para culminar este proyecto.

A LA ASOCIACIÓN
DE DESARROLLO
INTEGRAL, LAS
MARIPOSAS
-ADILMA-(ONG)

Por haberme dado la oportunidad de desarrollar el proyecto.

A LA UNIVERSIDAD
DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA

Por cobijarme durante los años de estudiante.



DEDICATORIA

- A DIOS: “Bendeciré tu nombre por siempre Dios mío, mi Rey”. Gracias por el don de la vida y por los beneficios que a diario recibo de Ti.
- A LA VIRGEN MARÍA: Por ser mi Madre e intercesora.
- A MIS PAPÁS: Mario Rigoberto López González
Hilda Ríos Alvarado de López.
Por su amor, apoyo, comprensión y confianza.
Gracias por ayudarme a lograr mis aspiraciones.
Que este triunfo sea una recompensa a sus sacrificios. Los amo.
- A MIS HERMANOS: Estuardo y Mishel, por su cariño, consejos y por estar siempre conmigo. Los quiero.
En especial a Mario Antonio que has dejado un vacío, pero sé que siempre me acompañas. Y hoy desde el cielo te unís a mi gozo. Te quiero mucho Tony.
- A MIS SOBRINOS: Eduardo Antonio, Mario Enrique y Diego Andrés.
Por llenar de alegría mi familia
Los quiero mucho.
- A MIS FAMILIARES: Por sus consejos y cariño incondicional.
- A MIS AMIGOS: Por todos los momentos compartidos y el cariño que me han brindado.
- A TODAS LAS PERSONAS QUE AYUDARON A LA REALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO: Por su cariño y ayuda incondicional. Muchas gracias.



PRESENTACIÓN

Como respuesta a las necesidades de comunicación que tiene la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG) para darse a conocer, se ha realizado este proyecto que contiene material gráfico impreso (papelería, tarjeta de presentación, bifoliar, carpeta y banner o manta vinílica) e interactivo (página web y cd interactivo), como una colaboración a la asociación cuya labor es brindar una mejor calidad de vida a los habitantes de San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepéquez y que necesita del aporte de los guatemaltecos que deseen la superación de nuestros pueblos. Así también la colaboración de personas extranjeras y países amigos que luchan por el mejoramiento y desarrollo integral de los pueblos pobres que tienen el deseo de superación, haciendo cada vez más suyas las palabras del Pop Vuj “Que todos se levanten, que nadie se quede atrás”.

Estos materiales tienen como finalidad dar a conocer en un lenguaje sencillo, comprensible y ameno las actividades que -ADILMA- realiza y los requerimientos que tiene para llevarlas a cabo, ser un vehículo eficaz para lograr en el medio nacional e internacional confianza, credibilidad y oportunidad para obtener apoyo técnico y financiero.



CAPÍTULO 1

Introducción



1. INTRODUCCIÓN

En nuestro país existen múltiples Organizaciones no gubernamentales -ONG-, pero algunas de ellas no son muy conocidas por lo que no se sabe del trabajo que realizan a favor de la población, en los campos de la salud, educación, agricultura, medio ambiente y otros. Éste es el caso de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA-, (ONG) que por carecer de material gráfico impreso e interactivo ha llegado a muy pocos ámbitos nacionales e internacionales.

-ADILMA- necesita proyectar su imagen y ser conocida por los beneficios que lleva a la comunidad de San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepéquez.

Es por eso que se ha realizado un estudio y la ejecución de un proyecto, mediante la creación de los materiales necesarios para proporcionar información para difundir la misión, la visión, los objetivos y lo que es la asociación. El propósito es lograr sensibilizar a personas individuales y entidades tanto nacionales como extranjeras y atraer patrocinadores que aporten recursos para la ejecución de los planes que se ha trazado.

1.1. ANTECEDENTES

La Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG) es una organización no lucrativa dedicada a mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio de San Bartolomé Milpas Altas, en aspectos sociales, educativos, económicos y ambientales.

Actualmente, a pesar de los esfuerzos realizados, la fundación no cuenta con recursos económicos suficientes para continuar con su labor de ayuda comunitaria.

Al entrevistar a la presidenta de la asociación, señora Rebeca Paniagua, además de informar acerca de las metas, objetivos y valores que fundamentan la organización, destaca que, para alcanzar sus expectativas de servicio, es indispensable dar a conocer las actividades que realizan, informar de sus planes a corto y mediano plazo y presentar sus requerimientos. Esto con el fin de informar a los interesados y atraer, adicionalmente, a personas o empresas que puedan colaborar técnica y/o económicamente.

Ya que el diseño gráfico y sus diferentes aplicaciones pueden generar una solución a los problemas de comunicación, se considera que su intervención puede ser una solución viable para promover y dar a conocer las actividades de la asociación, y lograr la colaboración que tanto necesita para continuar su trabajo comunitario.



Entre las diferentes actividades que realiza la Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas, -ADILMA- (ONG) destaca la construcción de una guardería de niños y niñas que cuidará y alimentará a los hijos de las mujeres trabajadoras del municipio de San Bartolomé Milpas Altas Sacatepéquez, Guatemala, con el apoyo del Gobierno Municipal.

1.2. PROBLEMA

La Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG) no cuenta con suficiente material gráfico y materiales interactivos que permitan promover y dar a conocer las actividades que realizan.

Al no contar con suficientes materiales promocionales impresos y materiales multimedia, tales como una página web o un disco compacto interactivo, que den a conocer el trabajo comunitario que realiza la asociación, las posibilidades de conseguir personas y empresas que colaboren técnica y/o económicamente se reducen considerablemente. Actualmente sus posibilidades de comunicación se limitan a los pocos recursos que tienen disponibles.

Uno de los objetivos de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG) es conseguir contribuyentes, que por lo general son instituciones internacionales que apoyan el desarrollo y mejoramiento del nivel de vida de las comunidades más necesitadas. Se considera que la creación de una página Web y una presentación multimedia, apoyada por materiales gráficos impresos, informativos y promocionales, pueden contribuir considerablemente a alcanzar esta meta.

La creación de la página web, el diseño de la presentación multimedia y de los materiales gráficos impresos, se realizarán mediante un concepto creativo completo. Además de dar a conocer las actividades de la asociación, incrementarán su visibilidad y credibilidad. Por su contenido informativo y promocional, captarán contribuyentes nacionales e internacionales.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG), necesita promover y difundir sus actividades y proyectos. Además, lograr ayuda financiera y técnica, por lo que es de vital importancia crear materiales gráficos impresos e interactivos.



1.3.1. Magnitud

El municipio de San Bartolomé Milpas Altas, departamento de Sacatepéquez, Guatemala, según el último censo realizado en el año 2005, cuenta con una población de 6,522 personas en la comunidad y tiene una tasa de crecimiento poblacional de 7.6% anual.

Tomando en consideración las estadísticas y la situación actual del país a nivel económico, social y ambiental, se establece que los proyectos de desarrollo integral gestionados por asociaciones como -ADILMA- se logran alcanzar únicamente con el financiamiento de organizaciones, en su mayoría internacionales y que, por sus características, se consideran en parte una solución que mejora el nivel de vida de la población.

La ejecución de estos proyectos de desarrollo benefician de forma directa a la población de San Bartolomé Milpas Altas y de forma indirecta al resto del país, porque tienen un enfoque ambiental y prestan bienes y servicios de impacto social. Adicionalmente, la experiencia y la asistencia técnica pueden ser utilizadas por otras comunidades a nivel nacional e internacional, como proyectos piloto para analizar y determinar su factibilidad de ejecución. Con la creación y diseño de una página web, de una presentación multimedia y la realización de materiales gráficos impresos, se captará la atención de los financistas de diversos sectores de la sociedad a nivel mundial. Por

ello se proponen materiales atractivos y amigables, que presentan a -ADILMA- como una asociación sin fines de lucro, con una misión claramente definida y objetivos alcanzables a corto y mediano plazo.

1.3.2. Trascendencia

Todas las actividades organizacionales no tienen la misma trascendencia si éstas son divulgadas. La ausencia de información y comunicación provoca falta de conocimiento y de apoyo. Por lo tanto, es importante dar a conocer a través del diseño de materiales gráficos impresos y multimedia, la labor que realiza -ADILMA- haciendo referencia a su trabajo en proyectos de desarrollo comunitario que benefician, como ya se mencionó, a un amplio sector de la población de San Bartolomé Milpas Altas, departamento de Sacatepéquez, Guatemala.

1.3.3. Vulnerabilidad

A través de la creación y diseño de materiales gráficos impresos y multimedia, se abrirá un canal de comunicación que permitirá alcanzar el apoyo de los diversos sectores de la sociedad y facilitará la comprensión de los objetivos y metas de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG).

Además se presentarán lineamientos para aprovechar de mejor manera los recursos con los que cuenta la organización y se logrará la realización de otros proyectos comunitarios.



1.3.4. Factibilidad

El desarrollo de este proyecto sí es factible, ya que la institución cuenta con presupuesto moderado y con equipo técnico (computadora para llevar a cabo la presentación multimedia y salón de proyecciones) y poder desarrollar los materiales de diseño gráfico. Además se comparte el criterio de que estos materiales gráficos impresos y multimedia serán el medio más adecuado para alcanzar los objetivos que -ADILMA- establece.

El concepto es que el valor de este material gráfico impreso e interactivo no es un gasto, sino una inversión rentable, ya que por este medio se darán a conocer la labor y los objetivos alcanzados por -ADILMA- y consecuentemente, atraer el aporte de financistas y colaboradores.

1.4. OBJETIVOS DEL DISEÑO

1.4.1. Objetivo general

Crear y diseñar materiales gráficos impresos e interactivos para promover e informar de las actividades de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG).

1.4.2. Objetivos específicos

- Dar a conocer la misión, la visión y los objetivos organizacionales de -ADILMA- a los diferentes sectores de la sociedad nacional e internacional.
- Promover proyectos pilotos que puedan ser tomados como puntos de partida para otras comunidades.
- Fomentar alianzas estratégicas con organizaciones nacionales e internacionales con finalidades similares para crear y desarrollar proyectos de igual o mayor dimensión.
- Atraer a diversos sectores de la sociedad nacional e internacional para que contribuyan con asistencia técnica y/o colaboración financiera.



CAPÍTULO 2

Perfil del cliente y grupo objetivo



2.1. PERFIL DEL CLIENTE

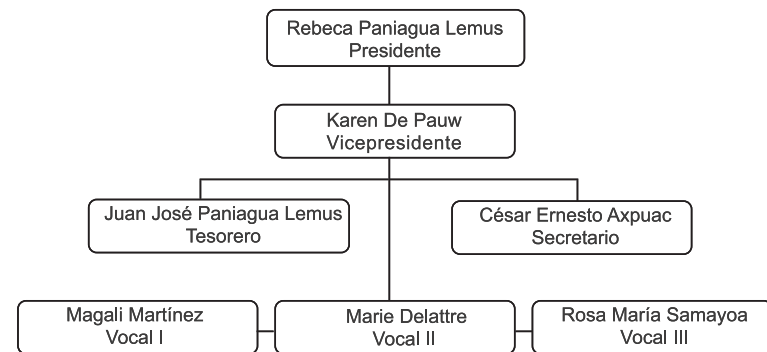
Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG) es una organización comunitaria creada en el municipio de San Bartolomé Milpas Altas, con la visión de mejorar la calidad de vida de sus pobladores en aspectos sociales, educativos, económicos y ambientales. Es una organización no gubernamental, apolítica, laica y no lucrativa, en la que participan personas interesadas en promover el bienestar y mejoramiento de las condiciones de vida de su pueblo, así como en la participación activa y entusiasta de toda la comunidad para que pueda apoyarse y plantear necesidades en su vecindario o municipio.

La Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG) esta ubicada en:

O calle 1-32 zona 4, San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepéquez, Guatemala.

Tipo de institución: No lucrativa
Teléfonos: (502) 567-7354 y 5649-1242
Correo electrónico: proyectomariposaguatemala@yahoo.com
desarrollointegralmariposa@yahoo.com

2.1.1. Junta directiva



2.1.2. Misión

Promover el desarrollo integral de la comunidad, a través de actividades relacionadas con la producción agrícola, reforestación, así como la prestación de servicios económicos, sociales, educativos y ambientales.

2.1.3. Visión

Mejorar la calidad de vida en aspectos sociales, educativos, económicos y ambientales.



Perfil del cliente y grupo objetivo

2.1.4. Objetivos de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas –ADILMA- (ONG).

- Promover el mejoramiento social y económico de la comunidad mediante la realización de planes, programas, proyectos y actividades que demanden el esfuerzo común, la ayuda mutua, la acción conjunta y la solidaridad.
- Fomentar entre sus asociados todas aquellas actividades tendientes a desarrollar las técnicas agropecuarias como medio para mejorar la producción en calidad y cantidad, a fin de minimizar costos y lograr mejores precios.
- Estimular y mantener en los asociados, las aptitudes y la confianza necesarias para que la asociación se constituya en una organización productiva.
- Garantizar la eficiencia y la seguridad, para que se proporcione a la comunidad el mejor servicio posible.
- Brindar capacitación, asesoría, asistencia técnica; así como gestionar y administrar recursos.
- Gestionar y ejecutar proyectos, y programas de salud, educación, vivienda popular, construcción de escuelas, agua potable y saneamiento ambiental.
- Fomentar el respeto y conservación del medio ambiente.
- Promover la participación de la mujer en todos los niveles.

- Incluir a la niñez y juventud en sus programas.
- Gestionar ante cualquier entidad nacional o extranjera, pública o privada: donaciones, préstamos o cualquier otra forma de colaboración y cooperación cultural, social, técnica y económica que facilite la implementación de programas y proyectos orientados a beneficiar el desarrollo local.

2.1.5. Área de trabajo

El municipio de San Bartolomé Milpas Altas se encuentra al norte del departamento de Sacatepéquez, a 16 kilómetros de distancia por carretera asfaltada de la cabecera departamental Antigua Guatemala, está situado en la región central de la República de Guatemala. Su extensión territorial es de 8 km² y su altura sobre el nivel del mar es de 2,140 mts. Pertenece al "Complejo Montañoso del Altiplano Central".

Colinda al Norte con Santiago Sacatepéquez, al Sur con Santa Lucía Milpas Altas y al Oeste con Sumpango Sacatepéquez.

Topografía: el relieve que presenta el departamento es variado debido a que se encuentra situado sobre la Sierra Madre.

Tiene altas mesetas, profundos barrancos por donde corren por lo regular ríos; conos volcánicos y pequeños valles.



Perfil del cliente y grupo objetivo

No obstante que físicamente es el departamento de menor extensión de la República, Sacatepéquez es uno de los más sorprendentes e interesantes, por su vegetación exuberante y rica, con sus fértiles campiñas, valles y altiplanicies.

Historia: el nombre de San Bartolomé Milpas Altas se define del término Milpa que viene de las voces del Náhuatl Mil, apócope de Milli=campo cultivado, tierra sembrada, sementera; y Pa o Pam que es una posesión locativa. Mil-Pa, Milpam: son formas antiguas, esto es para los últimos términos del nombre, del municipio. San Bartolomé es en honor al Apóstol, su Santo patrono.

Según la crónica de Fuentes y Guzmán, hacia el siglo XVII tenía ya muchos años de existir como anexo al pueblo de Santiago Sacatepéquez.

Este pueblo, al igual que otros del departamento de Sacatepéquez, posee el nombre Milpas Altas. Pertenece a la capilla de la Santa Cruz, situada en el barrio del mismo nombre en la ciudad de Santiago de Guatemala.

Poblado: según el censo de población y vivienda realizado por el INE (2005), el número de habitantes es de 6,522 y una tasa de crecimiento poblacional de 7.6%.

Idioma: además del español se habla el idioma kakchiquel.

Clima: el clima predominante es frío. Las temperaturas están alrededor de 14 - 17°C.

Vías de acceso: a la cabecera municipal se puede ingresar por la carretera interamericana CA-1, la cual está asfaltada y transitada.

También se puede ingresar por un camino de terracería desde Santiago Sacatepéquez y desde Antigua Guatemala por calle real o por extravío.

Dentro del municipio existen veredas peatonales, algunas adoquinadas y otras de terracería para llegar a las parcelas de los pobladores. El casco urbano se encuentra pavimentado.

2.1.6. Proyectos de la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG).

2.1.6.1. Guardería Infantil:

Surge este proyecto partiendo de la necesidad de las madres de esta comunidad que necesitan realizar actividades que les generen ingresos para apoyar la economía de sus familias y quienes no cuentan con alguna facilidad para el cuidado de sus hijos pequeños.

Esto se reflejó en la encuesta realizada por -ADILMA- (agosto 2006), en la población: 52% de las madres trabajan fuera de casa; 57% de las madres tiene hijos menores de siete años, de los cuales el 22% son niños menores de tres años, y el 98% de las madres encuestadas respondió que sí utilizaría la guardería para el cuidado de sus niños.



Perfil del cliente y grupo objetivo

Este proyecto está actualmente en 1/3 de la fase de construcción y remodelación del edificio que ocupará la guardería. Estará situado dentro del complejo escolar propiedad del municipio, donde actualmente funciona un anexo de la Escuela Oficial Urbana Mixta y el Instituto de Educación Básica por Cooperativa de San Bartolomé Milpas Altas.

Para el inicio del desarrollo de este proyecto se ha contado con el apoyo de las autoridades municipales, aunque todavía hace falta mucho más para el funcionamiento del mismo. Se necesita contar con los fondos que permitan equipar la guardería y contratar a personas idóneas que estarán a cargo de ella.

Para cumplir con el objetivo de ayudar a las madres trabajadoras sin que esto genere dependencia, se ha trazado la meta de que, a un año de iniciar su funcionamiento, la guardería se vuelva autosostenible.

2.1.6.2. Recolección y manejo de desechos reciclables:

Se desea implementar un centro de acopio, para recolectar los tres principales productos de desecho: aluminio, plástico y vidrio, dándolos en calidad de canje por productos de la canasta básica. Esto se realizará con las mujeres, quienes son las que manejan mayormente los desechos en los hogares. Los desechos serán seleccionados y luego comercializados para hacer éste y otros de los proyectos auto sostenibles. Y así mismo, crear una cultura de respeto y conservación del ambiente.

2.1.6.3. Recuperación y conservación de los recursos naturales:

Una de las preocupaciones es la conservación del ambiente. Se está trabajando para implementar un proyecto de reforestación y recuperación de áreas boscosas propias de esta región, las cuales han sido mal manejadas, principalmente por el sobre uso de madera (leña) como combustible para los hogares.

Se pretende involucrar en este proyecto a la comunidad escolar primaria y secundaria, a los padres de familia de los estudiantes y autoridades municipales, para realizar un plan de reforestación comunitario, en el cual se incluyen aspectos que van desde el establecimiento de viveros forestales, la reforestación en sí y el cuidado y mantenimiento de las plantaciones establecidas.



Perfil del cliente y grupo objetivo

2.2 GRUPO OBJETIVO

La campaña está dirigida a personas individuales, empresas y organizaciones nacionales o extranjeras dispuestas a financiar el desarrollo de los proyectos y a colaborar económica y técnicamente.

2.2.1. Variable geográfica:

Región: Territorio nacional e internacional
Densidad: Urbana

2.2.2. Variable demográfica:

Edad: De 28 años en adelante
Sexo: Masculino y femenino.
Ingreso: De Q. 8,000.00 en adelante.*
Ocupación: Profesionales, gerentes y propietarios de empresas.
Educación: Estudios universitarios, maestrías, doctorados.
Raza: Todas.
Nacionalidad: Todas.

2.2.3. Variable psicográfica:

Clase social: A+, A, B+, B.

2.2.4. Variable conductual:

Etapas de disposición: Enterado, informado.

Actitud hacia la Organización: Positiva.

*Válido en mayo de 2008.



CAPÍTULO 3

Conceptos fundamentales



3.1. CONCEPTOS DE LA INSTITUCIÓN

3.1.1 Aspectos sociales

3.1.1.1. Asociación

Son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes, al menos formalmente, del Estado, de partidos políticos y de empresas, para el logro de un fin.

Las características fundamentales son las siguientes:

- Grupo de personas
- Objetivos y/o actividades comunes
- Funcionamiento democrático
- Independientes

Con respecto a estas características, merece la pena aclarar que no tener ánimo de lucro significa que no se pueden repartir los beneficios o excedentes económicos anuales entre los socios o según lo que permita la ley, por tanto, sí se puede:

- Tener excedentes económicos al finalizar el año
- Tener contratos laborales en la asociación
- Realizar actividades económicas que puedan generar excedentes económicos.
- Lógicamente, dichos excedentes deberán reinvertirse en el cumplimiento de los fines de la entidad.

Tipos de Asociación

Existen dos tipos de Asociaciones que son:

- Asociaciones no lucrativas
- Asociaciones con fines lucrativos.

3.1.1.1.1. Asociaciones no lucrativas

Son las que proponen promover, ejercer y proteger sus intereses sindicales, políticos, económicos, religiosos, sociales, culturales, profesionales o de cualquier otro orden, cuya institución fuere debidamente aprobada por la autoridad respectiva. Las asociaciones no lucrativas podrán establecerse con la autorización del Estado, en forma accionada, sin que, por ese solo hecho, sean consideradas como empresas mercantiles.

3.1.1.1.2. Asociaciones lucrativas

Son todos aquellos patronatos y los comités para obras de recreo, utilidad o beneficio social creados o autorizados por la autoridad correspondiente, los que se consideran también como asociaciones; y las sociedades, consorcios y cualesquiera otras con fines lucrativos que permitan las leyes.

3.1.2. Organizaciones

Son sistemas diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.



3.1.2.1. Organización no gubernamental (ONG)

Es una entidad de carácter privado, con fines y objetivos definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, de organismos internacionales. Jurídicamente adopta diferentes estatus, tales como asociación, fundación, corporación y cooperativa, entre otras formas.

3.1.3. Población

Grupo de individuos afines capaces de entrecruzarse. Una población local se ubica en un área geográfica relativamente pequeña y por su facilidad de entrecruzamiento constituye la unidad evolutiva básica.

3.1.3.1. Región

Es una división territorial de un Estado, determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, economía, topografía, administración, gobierno, etc.

3.1.3.1.1. Regiones de Guatemala

Guatemala está dividida en ocho regiones, cada región abarca uno o más departamentos que poseen características geográficas, culturales y económicas parecidas.

- I Metropolitana: Guatemala.
- II Norte: Baja Verapaz, Alta Verapaz.
- III Nor-Oriente: El Progreso, Izabal, Zacapa, Chiquimula.
- IV Sur-Oriente: Santa Rosa, Jalapa, Jutiapa.
- V Central: Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla.
- VI Sur-Occidente: Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos.
- VII Nor-Occidente: Huehuetenango, Quiché.
- VII Petén: Petén.

Cada uno de sus departamentos se divide en municipios y los municipios en aldeas y caseríos. Actualmente existen 22 departamentos y 331 municipios.

3.1.3.2. Comunidad

Es un grupo o conjunto de personas que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles y otros.



Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada.

Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común. Esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

3.1.3.2.1. Bien común

Significa que la sociedad vela por los derechos fundamentales de las personas, derechos que ella no puede violar en ningún caso. Y también supone que cada persona, sintiendo esa común voluntad de bien, esté siempre dispuesta a sacrificar ciertos intereses individuales en aras de eso que se llama entonces "interés general". Está bien claro que las dos nociones de "persona" y "bien común" son correlativas y no deben jamás separarse la una de la otra.

3.1.3.3. Ciudadano

Es un miembro de una comunidad política. La condición de miembro de dicha comunidad se conoce como ciudadanía, y conlleva una serie de deberes y derechos, de los cuales los más importantes son los derechos de participación política, el principal de ellos el derecho al voto, que es la señal de identidad de las modernas democracias representativas predominantes en el mundo occidental.

3.1.4. Patrimonio

Es la posibilidad de adquirir bienes, muebles o inmuebles, que nacen con la persona y mueren con ella.

Ese patrimonio está compuesto por una "gran bolsa imaginaria" en donde se encuentran las pertenencias de una persona, ya sea física o jurídica. Tiene el derecho de administrarlo como mejor le parezca.

3.1.4.1. Bienes

Son todo aquello que puede ser objeto de apropiación; por tanto: que tiene un valor económico; esto es: que se encuentra dentro del comercio. Ahora, el conjunto de bienes integra el patrimonio de las personas.

Los bienes se pueden clasificar en bienes muebles e inmuebles.

3.1.4.1.1. Bienes muebles

Son aquellos que pueden trasladarse de un lugar a otro, sin menoscabo del inmueble al que estuvieran unidos. En este sentido, sólo si se trata de una fusión pasajera o accidental podremos hablar de mueble. En caso contrario, si se produjera una verdadera adherencia o inseparabilidad, se trataría de un inmueble por incorporación. Por ejemplo, el mobiliario y los objetos de adorno que se clavan o fijan en las paredes de las casas y pueden removerse de forma sencilla sin detrimento de las mismas paredes, como estufas, espejos, cuadros, tapicerías, suelen considerarse muebles; sin embargo, si los cuadros o espejos están insertos en las paredes formando un solo cuerpo con ellas, aunque pudieran separarse sin merma, se consideran inmuebles.



Se califican también como muebles los materiales reunidos para la construcción de edificios mientras no sean utilizados. Entre los muebles se engloban tanto las cosas que sólo se muevan por efecto de una fuerza externa, como las que se mueven por sí mismas (que también se denominan semovientes), como los animales.

3.1.4.1.2. Bienes inmuebles

Suelen clasificarse así aquellos que lo son por naturaleza, por incorporación y por destino. Se les denomina bienes inmuebles corporales. Existe una categoría final denominada inmuebles por analogía que recoge los derechos que recaen sobre bienes inmuebles en aquellos países donde las cosas incorpóreas también entran dentro de la clasificación en muebles e inmuebles. Los inmuebles por naturaleza son el suelo y todas las partes sólidas o fluidas que forman su superficie y profundidad, como por ejemplo las minas, las canteras y los escoriales (mientras su materia permanece unida al yacimiento), y las aguas naturales o embalsadas, así como todo lo que se encuentra bajo el suelo, sin que intervenga la obra del hombre. Se consideran inmuebles por incorporación los edificios, caminos y construcciones de todo género adheridas al suelo, los árboles y plantas, y los frutos pendientes, mientras estuvieran unidos a la tierra o formaran parte integrante de un inmueble (no, por ejemplo, si están en macetas o cajones que puedan transportarse de un lugar a otro), así como todo lo que esté unido a un inmueble de una manera con carácter fijo, de suerte que no pueda separarse de él sin producir quebrantamiento de la materia o deterioro del objeto.

Los inmuebles por destino son aquellas cosas muebles que son dispuestas con intención (como accesorias de un inmueble) por el propietario de éste, sin estarlo de forma física. Así, suelen considerarse dentro de esta categoría las estatuas, relieves y otros objetos de uso y ornamento emplazados en edificios o heredadas por el dueño (de tal forma que revele el propósito de unirlos de un modo permanente al fundo) las máquinas, instrumentos, utensilios de labranza y minería y demás utensilios destinados a la industria o explotación que se realice en un edificio o heredad, los viveros de animales, palomares, colmenas, estanques o criaderos análogos cuando el propietario los haya instalado o los conserve con el propósito de mantenerlos unidos a la finca de forma permanente, así como los abonos destinados al cultivo de una heredad que se encuentren en las tierras que han de utilizarse. Los bienes inmuebles han recibido de modo tradicional un trato más severo para su adquisición, enajenación y en general para su tráfico, porque se han considerado como la base del patrimonio y la solvencia del sujeto. Este diferente trato, respecto de los muebles, proviene en esencia de la época medieval y continuó durante el periodo codificador gracias, entre otros factores, al auge de la fisiocracia que contemplaba la naturaleza como la única fuente de rentas. En la actualidad, junto al codificado, es corriente la presencia de leyes especiales que regulan determinados tipos de inmuebles (legislación agraria y urbanística) o que regulan contratos referentes a ellos (arrendamientos urbanos y rústicos por ejemplo) con una finalidad más social que la mera conservación de los mismos dentro del patrimonio. Estos conceptos y referencias encuentran sus diferencias según el país de aplicación y la tradición que en ellos impere.



3.1.5. Guardería

Institución o establecimiento dedicado al cuidado de los niños que aún no están en edad de escolarización.

3.5.1.1. Guardería infantil

Local o establecimiento donde se guardan y cuidan los niños mientras sus madres, ocupadas en algún trabajo, no pueden atenderlos.

3.1.6. Aspectos ambientales

3.1.6.1. Tierra

Material desmenuzable que constituye el suelo natural. Terreno dedicado al cultivo.

3.1.6.2. Biosfera

Es la parte de la Tierra donde se desarrolla la vida, incluyendo el aire, la tierra y los océanos. Es una creación colectiva de una variedad de organismos y especies que, interactuando entre sí, forman la diversidad de los ecosistemas.

3.1.6.3. Ecología

Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su entorno.

3.1.6.4. Atmósfera

Masa de aire que rodea la tierra.

3.1.7. Medio ambiente

Entorno o suma total de aquello que nos rodea y que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su conjunto. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del hombre y en las generaciones venideras. Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida sino que también abarca seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como la cultura.

El medio ambiente está formado por un conjunto de elementos abióticos y bióticos.

3.1.7.1. Elementos abióticos

Formados por la energía solar, suelo, agua y aire.

3.1.7.2. Elementos bióticos

Son los organismos vivos que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.

3.1.7.3. Ecosistema

Sistema formado por individuos de muchas especies, en el seno de un ambiente de características definidas. Implica un proceso dinámico e incesante de interacción, ajuste y regulación, expresable bien como una consecuencia de nacimientos y



muertes, bien como intercambio de materia y energía, uno de cuyos resultados es la evolución a nivel de especie y la sucesión a nivel de sistema completo.

3.1.7.4. Biodiversidad

Variedad de organismos considerada en todos los niveles, desde variantes genéticas pertenecientes a la misma especie hasta conjuntos de especies, pasando por conjuntos de géneros, familias e incluso niveles taxonómicos superiores. Incluye la variedad de ecosistemas, que comprende tanto las variedades de organismos que habitan en determinados hábitats como las condiciones físicas bajo las que viven.

3.1.8. Ambiente

Conjunto de las condiciones físicas y biológicas del lugar donde se vive (clima, suelo, seres vivos), que influyen y condicionan la vida, el crecimiento y la actividad del organismo.

3.1.8.1. Ambiente urbano

Es aquel en el que predominan las actividades comerciales, industriales y de servicios. Generalmente, esto viene ligado con un aumento en la densidad de la población.

3.1.8.2. Ambiente rural

Es aquel ambiente en el que predominan las actividades de

producción primaria, como la agricultura, ganadería, silvicultura y minería.

Ambos, rural y urbano, pueden considerarse como ambientes modificados, ya que su evolución o variación ha sido producto del accionar humano.

3.1.8.3. Ambiente natural

Conjunto de áreas silvestres y sus elementos constitutivos dedicadas a otros usos del suelo que no sean los definidos como urbanos o agropecuarios, que incluyen como rasgos fisonómicos dominantes la presencia de bosques, pastizales, bañados, lagos y arroyos y cualquier tipo de formación ecológica inexploradas o escasamente explotadas, con características nativas o seminativas.

3.1.8.4. Gestión ambiental

La gestión o administración ambiental hace referencia al conjunto de decisiones que conjugan las actividades humanas con la naturaleza. Los gestores que llevan adelante las políticas ambientales son funcionarios del gobierno, directivos y ejecutivos de empresas y de organizaciones no gubernamentales.

3.1.9. Efecto ambiental

Se define como la modificación neta (positiva o negativa) de la calidad del medio ambiente, incluidos los ecosistemas de que depende un hombre.



3.1.9.1. Hábitat

Es la parte del medio ambiente que ocupa una o varias especies en donde los individuos vivos realizan intercambios entre sí y con los factores abióticos, en un espacio y tiempo determinado.

3.1.9.2. Centro de rescate

Es un área destinada a albergar y recuperar, preferentemente para devolver a sus sitios de origen, especies silvestres que por decomiso, donaciones u otras situaciones eventuales deben ser manejadas por el tiempo estrictamente necesario en estas condiciones.

3.1.9.3. Albergue

Lugar que sirve de resguardo, cobijo o alojamiento a personas o animales.

3.1.10. Naturaleza

En su sentido más amplio, es equivalente al mundo natural, universo físico, mundo material o universo material.

3.1.10.1. Recursos

Toda cosa utilizada directamente por los seres humanos.

3.1.10.1.1. Recursos naturales

Son aquellos bienes materiales y que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del hombre, y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales,

alimentos) o indirecta (indispensables para la continuidad de la vida en el planeta).

Existen dos tipos de recursos:

- Recursos renovables
- Recursos no renovables

3.1.10.1.1.1. Recursos renovables

Son los que pueden renovarse por sí mismos (o ser renovados) de forma que se mantengan a un nivel constante, sea porque se reciclan con bastante rapidez (agua), o por estar vivos y poder propagarse o ser propagados (organismos y ecosistemas).

3.1.10.1.1.2. Recursos no renovables

Son aquellos cuyo consumo entraña necesariamente su agotamiento. Un ejemplo es el petróleo.

3.1.10.2. Suelo

Es considerado como uno de los más importantes, de ahí la necesidad de mantener su productividad, para que, a través de él y las prácticas agrícolas adecuadas, se establezca un equilibrio entre la producción de alimentos y el acelerado incremento del índice demográfico.

El suelo es esencial para la vida, como lo es el aire y el agua, y cuando es utilizado de manera prudente puede ser considerado como un recurso renovable. Es un elemento de enlace entre los factores bióticos y abióticos y se le considera



un hábitat para el desarrollo de las plantas.

Gracias al soporte que constituye el suelo es posible la producción de los naturales, por lo cual es necesario comprender las características físicas y químicas para propiciar la productividad y el ambiental (sustentabilidad).

3.1.10.3. Aire

Fluido que forma la atmósfera de la Tierra. Es una mezcla gaseosa, que, descontado el vapor de agua que contiene en diversas proporciones, se compone aproximadamente de 21 partes de oxígeno, 78 de nitrógeno y una de argón y otros gases semejantes a éste, al que se añaden algunas centésimas de dióxido de carbono.

3.1.10.4. Agua

Sustancia cuyas moléculas están formadas por la combinación de un átomo de oxígeno y dos de hidrógeno, líquida, inodora, insípida e incolora. Es el componente más abundante de la superficie terrestre y, más o menos puro, forma la lluvia, las fuentes, los ríos y los mares; es parte constituyente de todos los organismos vivos y aparece en compuestos naturales.

3.1.10.5. Uso sostenido

Es el uso de los recursos naturales renovables en forma continua e indefinida, sin menoscabo de los mismos en calidad y cantidad.

3.1.10.6. Agricultura

Es el arte de cultivar la tierra. Se refiere a diferentes trabajos de tratamiento del suelo y cultivo de vegetales, normalmente con fines alimenticios.

3.1.11. Conservación

Se define como el manejo del uso humano de organismos y ecosistemas, con el fin de garantizar la sustentabilidad de dicho uso. Aparte del uso sostenible, la conservación incluye protección, mantenimiento, rehabilitación, restauración y mejoramiento de poblaciones y ecosistemas.

3.1.11.1. Desarrollo sustentable o sostenible

Es el mejoramiento de la calidad de vida humana dentro de la capacidad de carga de los sistemas sustentadores de vida.

Se le considera como una modalidad del desarrollo económico que postula la utilización de los recursos para la satisfacción de las necesidades de las actuales y futuras generaciones de la población.

3.1.11.2. Contaminación

Presencia y acción de los desechos orgánicos e inorgánicos en cantidades tales que el medio ambiente se ve alterado en sus características físicas, químicas o biológicas.



La contaminación puede producirse por desechos no degradables o por desechos biodegradables. La contaminación ocasiona pérdida de recursos naturales, gastos para la supresión y control de ésta y, además, puede perjudicar la salud humana.

3.1.11.2.1. Desechos

Material o sustancia orgánica, inorgánica, sólida, líquida, gaseosa, mezcla o combinación de ellas, resultante de actividad industrial, científica o tecnológica, que carece de interés económico y debe ser, alternativamente, objeto de confinamiento o disposición final.

3.1.11.2.2. Basura

Es todo material físico considerado como desecho y que se necesita eliminar. La basura es un producto de las actividades humanas al cual se le considera de valor igual a cero por el deshechante, no necesariamente debe ser odorífica, repugnante e indeseable, eso depende del origen y composición de ésta.

Normalmente se la coloca en lugares predestinados para la recolección para ser canalizada a tiraderos, vertederos o rellenos.

3.1.11.2.3. Reciclaje

Reintroducción directa de los desechos, bien para propósitos directos, o para otros fines. Se trata de una transformación más o menos elaborada de desechos de productos secundarios

que constituyen la materia prima.

3.1.12. Impacto ambiental

Es el efecto de un cambio o una alteración favorable o desfavorable en el medio ambiente, como resultado de una acción o actividad humana.

La evaluación del impacto ambiental es una herramienta de gestión, que comprende un proceso de estudios y consultas previas a la realización de un emprendimiento de cierta magnitud. Sus fines son identificar, predecir, describir y cuantificar los efectos positivos y negativos sobre el medio ambiente y prever las decisiones para mitigar los efectos negativos. Para la evaluación de impacto ambiental, se determinan los efectos más significativos y luego de hacerlo, se analiza su probabilidad de ocurrencia y si son reversibles o no. Sobre los impactos previstos se estudian las medidas de mitigación, que pueden comprender el evitar las fuentes de impacto (por ejemplo, evitar derrames de efluentes), controlar el efecto (por ejemplo, tratar los efluentes para eliminarlos) o restaurar el ambiente.

3.1.12.1. Mitigación

Es el conjunto de acciones dirigidas a reducir los efectos generados por la ocurrencia de un evento. Busca implementar acciones que disminuyan la magnitud del evento y, por ende, disminuir al máximo los daños. Con la prevención y la mitigación



se trata de evitar que se produzca el desastre. En el primer caso mediante la eliminación o reducción del riesgo, y en el segundo caso mediante la eliminación o reducción de la vulnerabilidad.

3.1.12.2. Restauración

Es el manejo de las poblaciones o ecosistemas, orientado a recuperar un equilibrio estable y sus procesos naturales.

3.1.12.2.1. Reforestación

Es implementada en donde la cobertura de árboles ha sido reducida por condiciones climáticas o actividades humanas.

3.1.12.2.2. Compostas

También llamada humus. Es la mezcla de materiales orgánicos, de tal manera que fomenten su degradación y descomposición. El producto final se usa para fertilizar y enriquecer la tierra.

3.1.13. Derecho

Tomado en un sentido etimológico, Derecho proviene de las voces latinas *directum* y *dirigere* (conducir, enderezar, gobernar, regir, llevar rectamente una cosa hacia un término o lugar señalado, guiar, encaminar). En consecuencia, en sentido lato, quiere decir recto, igual, seguido, sin torcerse a un lado ni al otro.

3.1.13.1. Derechos humanos

Son aquellas, facultades o valores básicos que, de acuerdo con diversas filosofías o fundamentaciones, corresponden a toda persona por el mismo hecho de su naturaleza y condición humana.

3.1.13.2. Derecho ambiental

Consiste en un grupo de reglas que resuelven problemas relacionados con la conservación y protección del medio ambiente natural y de lucha contra la contaminación.

3.1.13.3. Derecho civil

Es el conjunto de normas jurídicas y principios que regulan las relaciones personales o patrimoniales entre personas privadas, tanto físicas como jurídicas, de carácter privado y público, o incluso entre las últimas, siempre que actúen desprovistas de poder público.

Se le puede definir también, en términos generales, como las normas y principios que regulan las relaciones más generales y cotidianas de la vida de las personas, considerando a las personas en cuanto a tal, como sujeto de derecho, o como aquél que rige al hombre como tal, sin consideración de sus actividades peculiares; que regla sus relaciones con sus semejantes y con el Estado, cuando éste actúa en su carácter de simple persona jurídica y en tanto esas relaciones tengan por objeto satisfacer necesidades de carácter genéricamente humanas.



3.2. CONCEPTOS DE DISEÑO

3.2.1. Diseño

El proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional económico y cultural determinado y, mediante la metodología, tiende a la optimización de soluciones de acuerdo con la disponibilidad de recursos, lo que conduce a la modificación de la realidad en función del hombre.

3.2.1.1. Diseño gráfico

Es el arte de expresar una idea a través del uso de los gráficos y el texto. Consiste en la creación de mensajes visuales contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación y otros.

3.2.1.2. Identidad visual

Definida como un sistema de signos visuales por los que una institución es reconocida en el medio, forma parte de la personalidad y cultura de las organizaciones. Su adecuado uso permite dotarlas de una imagen gráfica coherente y facilita la identificación y el reconocimiento de la institución.

3.2.1.3. Manual de Normas Gráficas

Contiene las principales normas que se han de considerar para la utilización del sistema de identidad visual con unidad.

Éste pretende ser una guía para su correcta aplicación en medios impresos y digitales de uso común, tales como papelería corporativa, administrativas, banderas, uniformes, vehículos y sitios web, entre otros.

3.2.1.4. Imagen corporativa

Expresión utilizada para describir el diseño gráfico global de todo el material impreso de una empresa. La empresa las utiliza para comunicarse con su público a través del uso constante de los mismos. En la actualidad, esto podría incluir el diseño web, tapices para las computadoras, iconos, etiquetas, entre otros.

3.2.2. Semiología o semiótica

Se define como la ciencia general de los signos. Un signo (del griego *semeion*) es todo lo que se refiere a otra cosa (referente), es la materia prima del pensamiento y por lo tanto de la comunicación.

3.2.2.1. Iconismos

Es un sistema de representación, tanto lingüístico como visual. Se habla de iconismo al tratar la representación de la realidad a través de las imágenes. Entendemos por "realidad" la "realidad visual", considerada en sus elementos más fácilmente apreciables: los colores, formas, las texturas. Cuando hablamos de la imagen, lo que varía con respecto a otros modelos de representación (acústica, sensorial, lingüística, etc), no es la imagen de sustituir, interpretar, traducir esa realidad.



Dentro del iconismo, encontramos imágenes que cumplen la función de signo. El debate en este campo se centra, por una parte, en el carácter natural o artificial que tienen estos signos (iconos) y por otra parte, en las propiedades que tienen que tener un icono para representar su objeto. La percepción de un icono (imagen) y su asociación a una realidad o significado es posible, mediante un proceso de reconocimiento que lleva a cabo el receptor del signo.

3.2.2.2. Significante icónico

Es una imagen producida artificialmente para representar una cosa. Tiene un referente y un tipo. Es el estímulo visual, el fenómeno puro en evidencia empírica (realidad).

3.2.2.3. Referente

Aquello a lo que el signo se refiere, pero desde la perspectiva del objeto como miembro de una clase, es físico. Se relaciona con la cosa tal cual es; siempre que se asocie a una categoría, se transforma en un modelo visual.

3.2.2.4. Tipo

Es la abstracción mental (imagen, concepto, idea mental) que se corresponde al significante icónico y al referente. Posee características conceptuales que se transforman en definición, es abstracto y subyace a los procesos cognitivos. Su función es garantizar la equivalencia entre referente y significante.

3.2.3. Logo

Dibujo que una entidad o una compañía utiliza para representarse. Este dibujo es la carta de presentación de una compañía ante los ojos del público, y debe transmitir el mensaje correcto. El logo es un elemento que concentra un enorme poder de significación. Muchas y muy variadas podrán ser las interpretaciones que se hagan de un dibujo, pero en el caso del logo, un buen diseño deberá evitar su polisemia (su variedad de significados) y concentrar todo su poder significante en una sola dirección. El logo tiene la propiedad de transmitir muchísima información en un instante y de sumergirse rápidamente en la percepción del público alojándose en su subconsciente. Es por eso que el logo es el elemento indispensable y de mayor importancia en la conformación de la imagen corporativa de su compañía.

Según su morfología los logos se dividen en tres:

- logotipo,
- isotipo,
- isologotipo.

Cada uno de ellos presenta una combinación diferente de ícono y tipografía.

3.2.3.1. Logotipo

Está compuesto por tipografía y no contiene dibujos. Éste está diseñado a partir de una tipografía (tipo de letra) característica de la compañía a la que este logotipo corresponde y generalmente tiene el nombre de la marca o de la compañía.



Sin embargo, no es simplemente la escritura de un nombre: la tipografía que utilice el logotipo deberá transmitir ella misma un mensaje. No es que el único objetivo sea que el nombre de la marca o compañía esté presente, sino que, principalmente, éste debe estar escrito en una tipografía que ella misma transmita un mensaje. La tipografía elegida deberá ser acorde con la imagen que la compañía quiera dar de sí misma ante el público receptor. La tipografía podría remitir a lo clásico, si es una compañía orientada a la familia y a los valores tradicionales o podría utilizarse una tipografía moderna si la compañía quisiera identificarse con la innovación y el progreso (como sería el caso de una compañía que desarrollara software). El logotipo es usado por muchas compañías como por ejemplo Coca-Cola.

3.2.3.2. Isotipo

Es una imagen figurativa, un dibujo que representa una compañía sin utilizar tipografía. El diseño de un isotipo carece de tipografía por lo que el dibujo en sí mismo deberá concentrar toda la fuerza expresiva. El isotipo deberá representar acabadamente los valores y características de su compañía sin necesidad de recurrir a letras o frases para identificarla. El isotipo debe transmitir un mensaje claro pero fuerte, un mensaje que no sea difuso porque como no consta de tipografía a la que el receptor pueda recurrir para aclarar lo que el dibujo quiere transmitir, está sólo el dibujo para lograr el efecto deseado: el reconocimiento de la compañía y de sus características esenciales. A pesar de tener mayor margen de inexactitud por no constar de palabras, el isotipo tiene la cualidad de transmitir con mucha potencia el mensaje deseado cuando aquél está correctamente diseñado.

Un ejemplo clásico de isotipo es el de Nike, la pipa de Nike es siempre reconocida y remite sin dificultad a una idea de movimiento y de velocidad.

3.2.3.3. Isologotipo

Es aquel que combina el logotipo con el isotipo; es decir, es un dibujo que incluye tipografía. Este tercer tipo es de uso frecuente porque no da margen a inexactitud. Es un diseño más complejo y más claro. El isologotipo al ser más complejo por incluir tanto dibujo como tipografía permite extraer de él más información dando menos lugar a equivocación en el mensaje que se desea transmitir. Alguien dirá que, entonces, éste tipo es muy superior a los anteriores. La respuesta es que es superior en tanto claridad del mensaje, pero las reglas de diseño y marketing nos advierten que cuanto más complejo sea el diseño del logotipo de nuestra compañía más difícil será recordarlo. Cada compañía cotejará qué aspecto desea primar sobre otro. Ejemplo de isologotipo es el de Shell.

3.2.4. Tipografía

Estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo o estilo. Estos caracteres incluyen letras en caja alta y baja, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios.



3.2.4.1. Familias tipográficas

Una familia tipográfica es un grupo de signos escriturales que comparten rasgos de diseño comunes, conformando todas ellas una unidad tipográfica. Los miembros de una familia (los tipos) se parecen entre sí, pero también tienen rasgos propios.

Las familias tipográficas también son conocidas con el nombre de familias de fuentes (del francés antiguo *fondre*, correspondiente en español a *derretir* o *verter*, refiriéndose al tipo hecho de metal fundido). Una fuente puede ser metal, película fotográfica o medio electrónico.

Existen multitud de familias tipográficas. Algunas de ellas tienen más de quinientos años, otras surgieron en la gran explosión creativa de los siglos XIX y XX, otras son el resultado de la aplicación de los ordenadores a la imprenta y al diseño gráfico digital, y otras han sido creadas explícitamente para su presentación en la pantalla de los monitores, impulsadas en gran parte por la web.

Las familias tipográficas se clasifican en:

- Romanas
- Palo seco
- Rotuladas
- Decorativas

3.2.4.1.1. Romanas

Formado por fuentes que muestran influencias de la escritura manual, en concreto de la caligrafía humanista del s. XV y también de la tradición lapidaria romana, donde los pies de

las letras se tallaban para evitar que la piedra saltase en los ángulos.

Las fuentes Romanas son regulares, tienen una gran armonía de proporciones, presentan un fuerte contraste entre elementos rectos y curvos y sus remates les proporcionan un alto grado de legibilidad.

3.2.4.1.2. Palo seco

Las fuentes Palo Seco se caracterizan por reducir los caracteres a su esquema esencial. Las mayúsculas se vuelven a las formas fenicias y griegas y las minúsculas están conformadas a base de líneas rectas y círculos unidos, reflejando la época en la que nacieron, la industrialización y el funcionalismo. También denominadas Góticas, Egipcias, Sans Serif o Grotescas, se dividen en dos grupos principales:

3.2.4.1.2.1. Lineales sin modulación

Formadas por tipos de un grosor de trazo uniforme, sin contraste ni modulación, siendo su esencia geométrica. Admiten familias larguísimas, con numerosas variantes, aunque su legibilidad suele ser mala en texto corrido. Ejemplos de este tipo serían Futura, Avant Garde, Eras, Helvética, Kabel y Univers.

3.2.4.1.2.2. Grotescas

Caracterizadas porque el grosor del trazo y el contraste son poco perceptibles y por ser muy legibles en texto corrido. La principal fuente de este tipo es Gill Sans.



3.2.4.1.3. Rotuladas

Las fuentes rotuladas advierten más o menos claramente el instrumento y la mano que los creó, y la tradición caligráfica o cursiva en la que se inspiró el creador.

Existen tres grupos principales de fuentes rotuladas:

3.2.4.1.3.1. Caligráficas

Aglutina familias generadas con las influencias más diversas (rústica romana, minúscula carolingia, letra inglesa, caracteres unciales y semiunciales), basadas todas ellas en la mano que las creó. Con el tiempo la escritura caligráfica se hizo cada vez más decorativa. En la actualidad se utiliza en invitaciones a ceremonias o determinados acontecimientos. Como ejemplos de este tipo podemos citar las fuentes American Uncial, Commercial Script, Cancelleresca Script, Bible Script Flourishes, Zapf Chancery, Young Baroque.

3.2.4.1.3.2. Góticas

De estructura densa, composición apretada y verticalidad acentuada, manchan extraordinariamente la página. Además, no existe conexión entre letras, lo que acentúa más su ilegibilidad. Ejemplos de este tipo son Fraktur, Old English, Koch Fraktur, Wedding Text, Forte Grotisch.

3.2.4.1.3.3. Cursivas

Suelen reproducir escrituras de mano informales, más o menos libres. Estuvieron muy de moda en los años 50 y 60, y actualmente se detecta cierto resurgimiento. Ejemplos: Brush, Kauffman, Balloon, Mistral, Murray Hill, Chalk Line y Freestyle Script.

3.2.4.1.4. Decorativas

Estas fuentes no fueron concebidas como tipos de texto, sino para un uso esporádico y aislado. Se dividen en:

3.2.4.1.4.1. Lineales sin modulación

Formadas por tipos de un grosor de trazo uniforme, sin contraste ni modulación, siendo su esencia geométrica. Admiten familias larguísimas, con numerosas variantes, aunque su legibilidad suele ser mala en texto corrido. Ejemplos de este tipo serían Futura, Avant Garde, Eras, Helvética, Kabel y Univers.

3.2.4.1.4.2. Grotescas

Caracterizadas porque el grosor del trazo y el contraste son poco perceptibles y por ser muy legibles en texto corrido. La principal fuente de este tipo es Gill Sans.

3.2.4.2. Tipografía complementaria

El tipo o los tipos de letras elegidos, que por su estilo complementan y acompañan al logotipo en una forma armoniosa. Se utilizan en textos o titulares en cualquier impresión realizada por la empresa.

3.2.5. Color

Es luz, puesto que si no existe luz no existe color. El color es una energía radiante que se desarrolla por medio de ondas.



El ojo humano percibe los rayos del sol que, en forma de luz blanca, se descompone en una serie de colores de ondas diferentes, estos forman el espectro visible, el cual comprende desde el rojo, naranja amarillo, verde, azul, hasta las violetas.

El color, es por lo tanto, la impresión producida en el ojo humano por la luz que se desarrolla por medio de ondas. Los grupos principales de ondas visibles son el rojo, el verde y el azul, cuyos colores constituyen los primarios luz.

Los colores pueden producir impresiones, sensaciones y reflejos sensoriales de gran importancia y pueden actuar como estimulante o perturbador en la emotividad, en la conciencia y en nuestros impulsos y deseos.

3.2.5.1. Colores corporativos

Son los colores específicos escogidos para ser utilizados por todas las aplicaciones de comunicación de la empresa.

3.2.5.2. Teoría del color

Los colores de los objetos transmiten emociones muy fuertes, pese a que generalmente, la mayoría de personas no se percata de ello.

3.2.5.3. El color y su expansión

Debido al carácter expansivo de los colores, no se verá igual un texto sobre fondo negro que blanco. El texto sobre fondo blanco es más legible y por lo tanto, el lector debe esforzar menos la vista. Esta cualidad también se puede observar en colores claros y oscuros, no únicamente en blanco y negro. Estas técnicas pueden aplicarse al diseño web, cuando se desea que una parte del estilo se vea cerrada o abierta.

3.2.5.4. Armonía y contraste

El concepto de armonía significa aplicar un conjunto de colores que estén compuestos por la misma gama y tono.

El contraste consiste en combinar colores diferentes para expresar ideas específicas o transmitir sensaciones variadas, por ejemplo claros, oscuros, cálidos y fríos.

3.2.6. Animación

Es una simulación de movimiento producida mediante imágenes que se crearon una por una; al proyectarse sucesivamente estas imágenes (denominadas cuadros) se produce una ilusión de movimiento, pero el movimiento representado no existió en la realidad.



3.2.6.1. Interactividad

Dicho de un programa que permite una interacción a modo de diálogo, entre el ordenador y el usuario. Se denomina interacción a la comunicación recíproca entre la acción y reacción. Una máquina que permite al usuario hacerle una pregunta o pedirle un servicio es una “máquina interactiva”. Un cajero automático es una típica máquina interactiva, responde a las preguntas, facilita datos o dinero según la interacción del cliente.

3.2.6.2. CD interactivo

Es aquel que presenta un contenido multimedia, como sonido, texto, imágenes, movimiento y video, entre otros.

Las características principales son que posee un autorum, que hace que, una vez insertado en la lectora de disco compacto, se empiece a reproducir automáticamente, generalmente a pantalla completa.

Un CD interactivo se usa para mostrar lo que deseamos, como un catálogo de productos, la presentación de una empresa, un video a un cierto tamaño y tiempo, entre otros. Puede ser de contenido muy sencillo y llamativo, o complejo y con gran cantidad de información. Los costos dependen de la manera en que los clientes desean ver el producto final.

3.2.6.3. Multimedia

Cualquier forma de comunicación que usa más de un medio para presentar información. También se refiere a un programa de computadora, que integra texto, gráficos, animación y sonido. Un elemento clave de este concepto es la interacción. En el lenguaje de las computadoras, interacción significa que la ejecución de programas depende de la entrada de los usuarios; el usuario puede controlar el flujo del programa. Esto significa que el usuario afecta el camino que toma la información.

3.2.6.3.1. Construcción de una presentación multimedia

Construir una presentación multimedia es como hacer una película. Primero se definen los objetivos de la presentación, se recopila la información, se escribe el guión y se diseña la estructura por medio de un diagrama de flujo.

Después se producen los materiales digitales: imágenes, audio, video y animación. Finalmente todos los elementos son unidos por medio de la programación de software. El software es el motor de la presentación multimedia. El crear un software fuerte y consistente desde un inicio, asegura un funcionamiento libre de errores y representa una base sólida para crecer y actualizar la presentación multimedia a través del tiempo.



3.2.6.3.2. Flexibilidad de una presentación multimedia

Todo el material es almacenado en forma digital, por lo que una vez creado es muy fácil utilizarlo en diferentes situaciones. Escencialmente, el mismo material digital puede ser utilizado como material en punto de venta (POP), como presentación persona a persona con una computadora personal y como presentación masiva con cañonera o todo a la vez.

3.2.6.3.3. Beneficios de una presentación multimedia

Impacto al incorporar imágenes, efectos de sonido, video y animación en tercera dimensión para crear representaciones vivas y de extraordinaria calidad. Flexibilidad, ya que el material digital puede ser fácil y rápidamente actualizado y presentado a través de innumerables medios.

3.2.7. Internet

Es una red global compuesta por redes gubernamentales, académicas, comerciales, militares y corporativas que abarcan todo el mundo. Internet fue desarrollada originalmente por el ejército norteamericano, y poco después se popularizó en la investigación académica y comercial. Los usuarios que tienen acceso a Internet pueden leer y descargar datos, virtualmente acerca de cualquier tema, desde casi cualquier parte del mundo.

3.2.7.1. World Wide Web

Web o la web, la red o WWW de World Wide Web, es básicamente un medio de comunicación de texto, gráficos y otros objetos multimedia a través de Internet, es decir, la Web es un sistema de hipertexto que utiliza Internet como su mecanismo de transporte o desde otro punto de vista, una forma gráfica de explorar Internet.

Es importante saber que Web o WWW no son sinónimo de Internet, la Web es un subconjunto de Internet que consiste en páginas a las que se puede acceder usando un navegador. Internet es la red de redes donde reside toda la información. Tanto el correo electrónico, como FTPs, juegos, etc., son parte de Internet, pero no de la Web.

Para buscar un hipertexto se utilizan programas llamados Web que recuperan trozos de información (llamados documentos o Páginas Web) de los Web y muestran en la pantalla del ordenador de la persona que está buscando la información gráfica, textual o video e incluso audio.

Después se pueden seguir enlaces o hyperlinks en cada página a otros documentos o incluso devolver información al servidor para interactuar con él. Al acto de seguir un enlace tras otro, a veces se le llama navegar en internet.



La Web se ha convertido en un medio muy popular de publicar información en Internet, y con el desarrollo del protocolo de transferencia segura (secured Server protocol (https)), la Web es ahora un medio de comercio electrónico donde los consumidores pueden escoger sus productos on-line y realizar sus compras utilizando la información de sus tarjetas bancarias de forma segura.

3.2.7.2. Página Web

Es una fuente de información adaptada para la WWW y accesible mediante un navegador. Esta información se presenta generalmente en formato y puede contener a otras páginas web, constituyendo la red enlazada de la World Wide Web.

Las Páginas Web pueden ser cargadas de un ordenador o computador local o remoto, llamado Servidor Web, el cual servirá de HOST. El servidor Web puede restringir las páginas a una red privada, por ejemplo, una intranet, o puede publicar las páginas en el World Wide Web. Las Páginas Web son solicitadas y transferidas de los servidores usando el Protocolo de Transferencia de Hipertexto (HTTP – Hypertext Transfer Protocol). La acción del Servidor HOST de guardar la Página Web se denomina "HOSTING".

Las Páginas Web pueden consistir en archivos de texto estático, o se puede leer una serie de archivos con código

que instruya al servidor cómo construir el HTML para cada página que es solicitada, a esto se le conoce como: Página Web Dinámica.

Una Página Web está compuesta por el lenguaje HTML, que es un código simple que funciona como grilla, dando forma a los elementos y archivos que componen la página. Los elementos pueden ser propios del lenguaje (texto, tablas, fondo, links, etc.) o contruidos con otros programas (imágenes, sonidos, videos, animaciones).

Existen tres tipos de Páginas Web:

3.2.7.2.1. Informativa: aquella que, como su nombre lo indica, su fin principal es transmitir información específica.

3.2.7.2.2 Interactiva: página animada regularmente en flash, la cual interactúa con el usuario para ir avanzando o generándose.

3.2.7.2.3. Tipo portal: estos sitios son más complejos y se caracterizan por información variada que se está renovando en tiempos cortos.

3.2.8. Diseño web

Selección y coordinación de distintos elementos para establecer la presentación y la estructura de una Página Web.



3.2.8.1. Tipografía utilizada en el Diseño Web

Para diseñar Sitios Web, es necesario utilizar tipografías comunes, pues se necesita que el usuario tenga en su computadora el tipo de letra con el cual se diseña, ya que si se utiliza una tipografía que no tenga la computadora del usuario, se distorsiona la diagramación y automáticamente sustituye la tipografía que no encuentra por una que posee. Entre las más comunes están: Arial, Tahoma, Times New Roman, Verdana.

3.2.9 Programas comúnmente utilizados en el Diseño Gráfico

3.2.9.1. Adobe Photoshop CS2

Es el software estándar de edición de imágenes profesional y el líder de la gama de productos de edición de imágenes digitales que aporta más de lo que usted se espera. Las innovadoras herramientas creativas ayudan a conseguir resultados excepcionales. Una adaptabilidad sin precedentes permite personalizar Photoshop de acuerdo con el método de trabajo. Además, gracias a unos procesos de edición, tratamiento y gestión de archivos más eficaces es posible trabajar con mayor rapidez.

3.2.9.2. Freehand MX

Ofrece todo lo que se necesita para pasar sin problemas por las etapas de concepto, diseño, producción y publicación

en un entorno de gráficos racionalizado, todo mientras se trabaja dentro de un solo documento. Reduce el tiempo necesario para la producción, se reutiliza fácilmente el mismo contenido en Internet.

3.2.10. Programas comúnmente utilizados para elaborar Sitios Web

3.2.10.1. Dreamweaver

Es la herramienta de diseño de páginas web más avanzada, tal como se ha afirmado en muchos medios. Aunque sea un experto programador de HTML el usuario que lo maneje, siempre encontrará en este programa razones para utilizarlo, sobre todo en lo que a productividad se refiere.

3.2.10.2. Fireworks 8

Permite lograr un equilibrio entre la máxima calidad de imagen y el mínimo tamaño de compresión a medida que crea, edita y optimiza imágenes para el sitio web con un control preciso.

3.2.10.3. Flash MX

Los archivos de Flash aparecen muy a menudo como animaciones en Páginas Web y Sitios Web multimedia. En versiones recientes, Macromedia ha ampliado Flash más allá de las animaciones simples, convirtiéndolo en una herramienta de desarrollo completa, para crear principalmente elementos multimedia e interactivos para Internet.



CAPÍTULO 4

Concepto de diseño, método y bocetaje



Concepto de diseño, método y bocetaje

4.1. CONCEPTO CREATIVO

Todo proyecto tiene una o varias ideas centrales que son las que lo determinan. En este caso, para la creación y diseño de materiales gráficos e interactivos, se utiliza como concepto fundamental “Metamorfosis es cambio... todos podemos ser parte del cambio”.

Este concepto trata de sensibilizar al grupo objetivo para que contribuya con asistencia técnica y/o económica y así poder ser parte del cambio logrando que la asociación alcance su objetivo primordial, que es el de brindar a la comunidad una mejor calidad de vida.

Para lograr una propuesta visualmente amena, un diseño claro, sencillo y atractivo se utiliza un lenguaje gráfico el cual comunicará a las personas información, ideas, sensaciones y emociones que serán capaces de atravesar las fronteras del idioma.

En estos materiales gráficos e interactivos se utilizan combinaciones de elementos de diseño tales como: textos, fotografías, diagramación, color, equilibrio, animación e interactividad que ayudarán a obtener un producto final atractivo.

4.2. MÉTODO DE DISEÑO

La estrategia creativa para desarrollar este proyecto será el método de diseño de tres etapas de Christopher Jones, que consisten en: divergencia, transformación y convergencia.

Divergencia: en esta etapa se obtiene suficiente información a través de investigación y recopilación de datos en un orden lógico.

Al conocer el problema de la asociación, se establece que no cuenta con materiales gráficos, ni materiales interactivos que permitan promover y dar a conocer las actividades que realizan.

Por lo que se propone la creación de materiales gráficos y multimedia que contengan información de la asociación.

Transformación: en esta etapa se da forma gráfica a los datos obtenidos en la primera etapa, la cual lleva un proceso ordenado de bocetaje, hasta llegar al boceto final.

Las piezas gráficas a elaborar son:

Página web: para informar sobre los objetivos y actividades de -ADILMA- así captar contribuyentes y patrocinadores..

CD interactivo: éste contendrá información sobre -ADILMA- y le brindará apoyo en las conferencias. También servirá como tarjeta de presentación para atraer a contribuyentes.

Bifoliar: servirá como medio para transmitir información de la asociación.

Carpeta corporativa: contendrá un cd interactivo, tarjeta de presentación, bifoliar y carta de presentación de la asociación.



Concepto de diseño, método y bocetaje

Banner o manta vinílica: contendrá, el eslogan de la asociación y la dirección de ésta.

Convergencia: en esta etapa el cliente aprueba la propuesta y se realiza el arte final para darle solución al problema, este será el material que dará a conocer a la asociación.

En esta etapa también se desarrolla la evaluación de las piezas gráficas por parte del cliente y del grupo objetivo, para obtener la comprobación de la eficacia de las piezas.

Códigos cromáticos



Verde: es un color de gran equilibrio, porque está compuesto por colores que representan emoción (amarillo = cálido) y del juicio (azul = frío) y por su situación transicional en el espectro. Significa realidad, esperanza, razón, lógica.



Azul: es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. Significa descanso, lasitud.



Gris: es la transición entre el blanco y el negro y el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, una fusión de alegrías y penas.

Se utilizan estos colores en los diseños tanto digitales como impresos porque reflejan equilibrio, esperanza, sueños, penas y alegrías que el trabajo de la asociación conlleva.

Códigos icónicos

Además del logotipo de la asociación, se utilizan fotografías a full color, porque la fotografía juega un papel muy importante como elemento de información.

Código tipográfico

Para la realización de estos materiales es necesario utilizar tipografías que connoten claridad, legibilidad y dinamismo, es por eso que para el bifoliar y la presentación interactiva se utiliza la fuente Trebuchet MS de la familia de palo seco.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 ; ? ¡ () " ' \$ % & / =

La tipografía utilizada para los títulos de la Página Web es Verdana y para la demás información es Arial Narrow de la familia de las contemporáneas. Se utilizan estas tipografías ya que todas las computadoras la poseen.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 ¿ ? ¡ () " ' \$ % & / =



Concepto de diseño, método y bocetaje

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890 ¿ ? ¡ () " \$ % & / =

Código lingüístico

La frase que se utiliza es “Metamorfosis es cambio... todos somos parte del cambio”, para conscientizar y sensibilizar al grupo objetivo, así conseguir patrocinadores para la asociación.

Se utiliza el lenguaje visual escrito.

Diagramación

Para estos materiales gráficos y multimedia se utiliza una composición de diseño en donde se adecuan distintos elementos gráficos, icónicos, cromáticos, lingüísticos y tipográficos dentro de un espacio visual, combinándolos de forma sencilla para que sean capaces de aportar un significado y poder transmitir un mensaje claro y atractivo a los receptores.

Contenido de materiales gráficos y multimedia:

Manual de normas gráficas: servirá como guía para la aplicación de la Identidad Visual de -ADILMA- en medios impresos.

Papelería: está formada por hojas, sobres membretados y tarjetas de presentación.

Éstos contienen el logotipo, nombre, dirección, teléfonos y correo electrónico de la asociación.

Carpeta corporativa: servirá para llevarla a diferentes empresas o instituciones y así poder obtener patrocinios, ésta contiene en su interior una carta en la cual se presenta la asociación, se especifica el trabajo que realiza y se pide ayuda a la institución que se envía, también llevará una tarjeta de presentación con datos de la asociación y disco interactivo para que se tenga una mejor idea de la labor que tiene la asociación.

Portada de CD: contiene los datos generales de la asociación.

Banner o manta vinílica: formado por logotipo, nombre de la asociación y eslogan.



Bifoliar:

Portada:

Nombre de la asociación

Logotipo

Eslogan "Metamorfosis es cambio... todos somos parte del cambio".

Interior

¿Quiénes somos?

Misión

Visión

Objetivos principales

Breve información sobre proyectos, apoyados con fotografías.

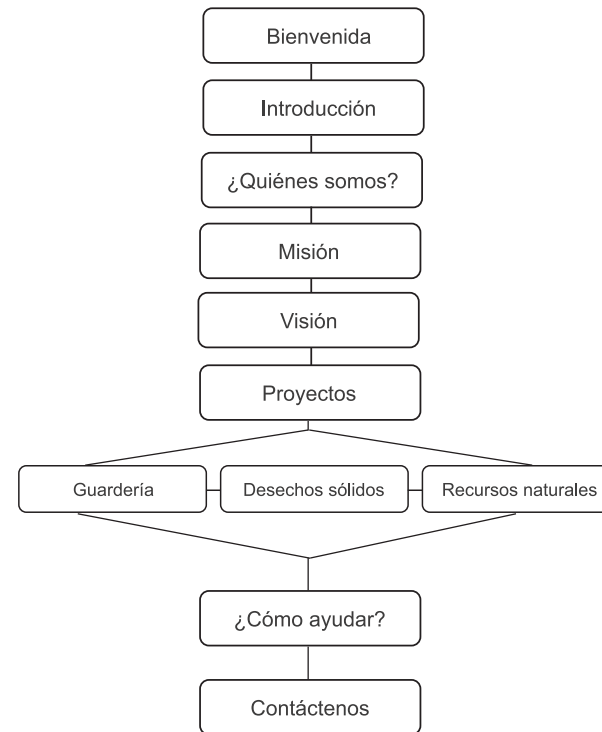
Contraportada:

Nombre de la asociación, dirección, teléfonos, e-mail.



CD multimedia:

- Animación (Bienvenida)
- Introducción
- ¿Quiénes somos?
- Misión
- Visión
- Proyectos
 - Guardería
 - Desechos sólidos
 - Recuperación de recursos naturales
- ¿Cómo ayudar?
- Contáctenos
- Fondo musical (Son: San Bartolomé Milpas Altas).

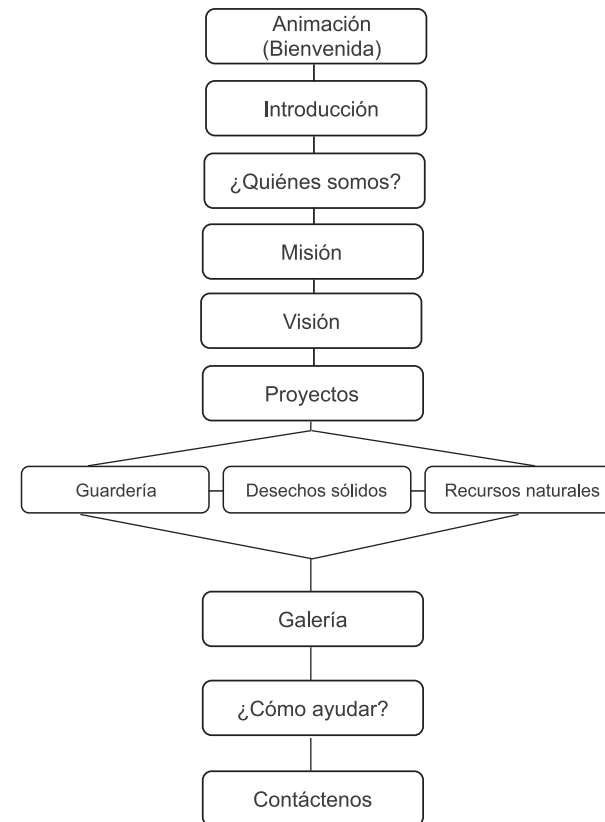




Concepto de diseño método y bocetaje

Página Web:

Animación (Bienvenida)
Introducción
¿Quiénes somos?
Misión
Visión
Proyectos
 Guardería
 Desechos sólidos
 Recuperación de recursos naturales
Galería
¿Cómo ayudar?
Contáctenos
Inicio (animación bienvenida)
Fondo musical (Son: San Bartolomé Milpas Altas).
Link de acceso a página en inglés - español.





4.3. PROCESO DE BOCETAJE

4.3.1. Pre-bocetos

Para la creación de estos materiales se proponen diversos pre-bocetos con diferentes formas de diseño y diagramación que dan una idea básica de lo que se quiere transmitir a través de una forma gráfica y creativa. De estos bocetos se elegirá la mejor opción que se aplique a la asociación y así se obtenga un resultado satisfactorio.

Esta etapa se inició con el diseño de papelería para la asociación, porque no contaban con esto, ni con pantones específicos para el uso de su logotipo, por esta razón se enfatizó en la creación de un manual de normas gráficas para establecer el uso de su imagen.

Papelería

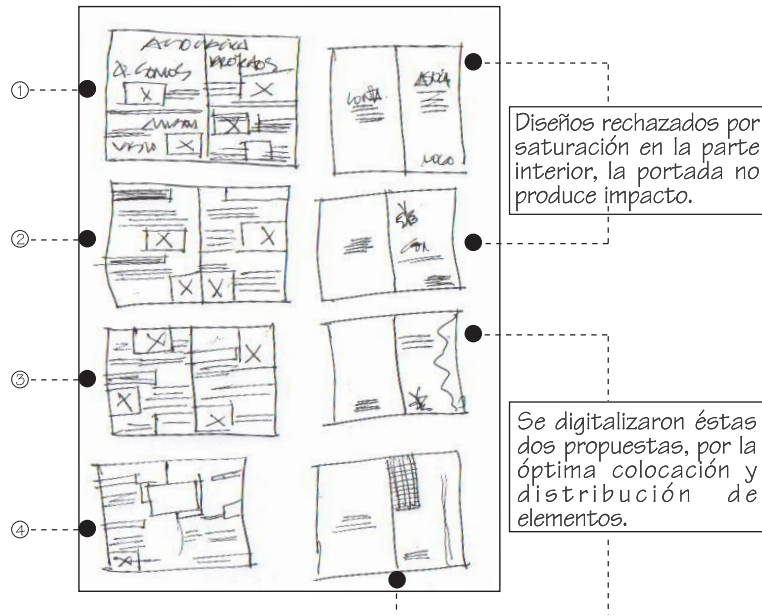


Se digitalizaron las tres propuestas, se eligió la propuesta 1 debido a la distribución de elementos.

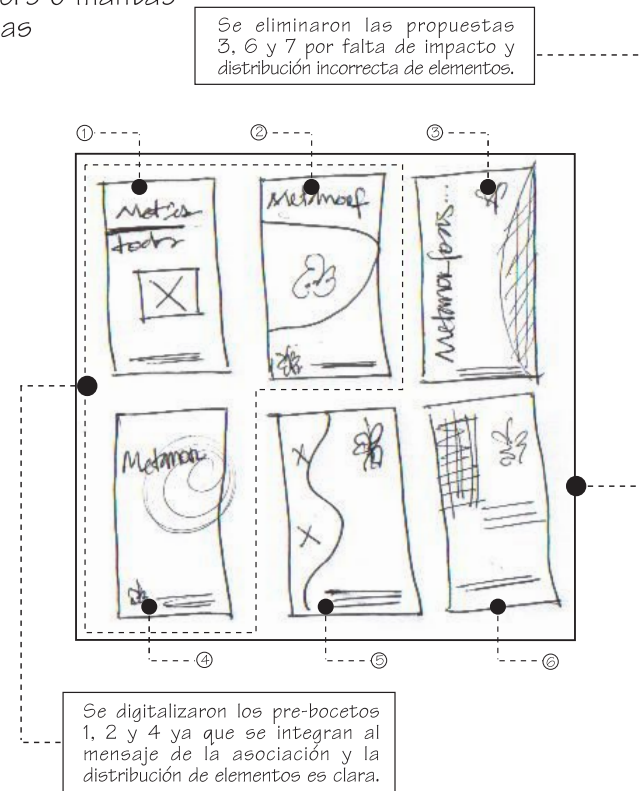


4.3.1. Pre-bocetos

Bifoliales



Banners o mantas vinílicas





4.3.1. Pre-bocetos

CD interactivo

Los pre-bocetos 1, 2 y 6 se rechazaron debido a la limitación de espacio y saturación de diseño.

Se tomaron los pre-bocetos 4 y 5 como base para la digitalización, ya que mantiene una diagramación limpia y sencilla.

Pre-bocetos rechazados debido a que el diseño se ve informal, y no llena los requisitos que la asociación necesita.

Página web

Se digitalizaron los pre-bocetos 1, 4 y 6, por su armonía y distribución de cada elemento.

Los pre-bocetos 2, 3 y 6 se eliminaron debido a la limitación de espacio.



Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.2. Bocetos

Teniendo la idea primordial de los pre-bocetos y de cómo puede estar diagramada cada una de las piezas gráficas se digitalizaron para obtener una muestra más clara y detallada aplicando los códigos cromáticos y lingüísticos, para poder visualizar de una manera real el concepto.

Para esta etapa se crearon varias propuestas dándole al cliente la oportunidad de escoger la opción que le resulte más conveniente.

Para el desarrollo de los bocetos, se utilizaron tonalidades azules para que llevaran concordancia con el logotipo y verdes para resaltar el mismo.

Papelería

Propuesta No. 1

Para la realización de este boceto se trabajó un diseño sencillo, claro y legible. la utilización de tipografías es Decker.





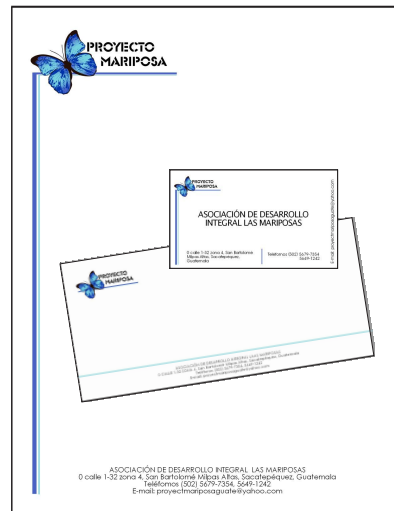
Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.2. Bocetos

Papelería

Propuesta No. 2

Siguiendo con la misma línea y utilizando los mismos aspectos, se trabajó un diseño sencillo. Se utilizan los colores corporativos y la tipografía es Century Gothic.



Propuesta No. 3

Se trabajó un diseño más dinámico y atractivo, utilizando los mismos aspectos de los diseños anteriores como los son los colores corporativos. Se emplea la tipografía Arial.





Concepto de diseño, método y bocetaje

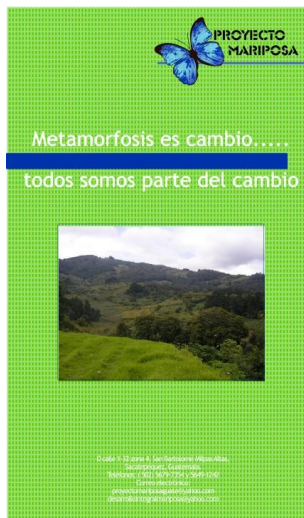
4.3.2. Bocetos

Banners o mantas vinílicas

Contiene la información de la asociación: dirección, teléfonos, correo electrónico, logotipo y eslogan.
Las propuestas utilizan la misma tipografía, familia Palo Seco, es legible y de fácil comprensión.
El color utilizado es el verde, causa impacto y es el color de la esperanza.

Propuesta No. 2

Se trabaja un diseño sencillo, claro y limpio. Contiene el logotipo, nombre y eslogan de la asociación. Se utiliza el color verde como fondo porque está asociado con la naturaleza y da frescura, en la imagen se utilizó un efecto de movimiento porque tiene que ver con la transformación.



Propuesta No. 1

Contiene una diagramación sencilla y pobre. No causa impacto visual, por lo que esta propuesta no es funcional.





Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.2. Bocetos

Banners o mantas vinílicas

Propuesta No. 3

En esta propuesta se hace uso de la fotografía para darle vida al diseño, se puede observar que las flores son color amarillo, este color expresa felicidad y eso es lo que quiere demostrar la asociación, que con felicidad y esfuerzo se alcanza lo que se desea.

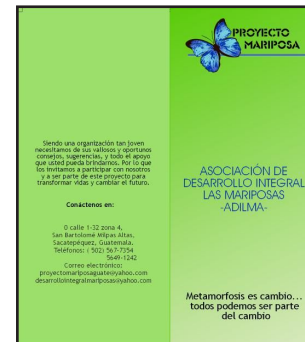


Bifoliar

Se crearon 3 propuestas para el bifoliar, se utiliza la tipografía Trebuchet MS por su legibilidad.

Propuesta No. 1

Esta propuesta utiliza el color verde como fondo y el azul para hacer resaltar los títulos, contiene la información de la asociación. No utiliza fotografías por lo que resulta ser tedioso.



<p>¿Quiénes somos?</p> <p>La Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas (ADIUMA) es una organización no gubernamental, apolítica, laica y no lucrativa. En ella participamos personas interesadas en promover el mejoramiento de las condiciones de vida de nuestro pueblo San Bartolomé Milpas Altas, así también estamos interesados en la participación, activa y organizada de la comunidad. Deseamos llegar a ser a través de nuestro trabajo, en esta ciudad, un referente de los intereses de nuestra comunidad y en el cual esta pueda identificar y plantear las posibles situaciones a las necesidades en su vecindario o en el municipio.</p>	<p>Proyecto actual</p> <p>Quedera Por qué una quedera? Segue el proyecto partiendo de la necesidad de las madres de esta comunidad que tienen o necesitan encontrar actividades, trabajo o reiniciar labores para sus familias. Justo en esta época, algunas madres pasan el cuidado de sus hijos pequeños. Esto se refleja en los siguientes datos: 70% de mujeres tienen hijos menores de seis años, de los cuales el 22% son niños menores de tres años, el 20% de las madres trabajan fuera de casa y el 98% de las madres utilizan la quedera. Este proyecto se está desarrollando con el financiamiento en apoyo de los ayuntamientos municipales de San Bartolomé Milpas Altas.</p> <p>El proyecto se está realizando en la 2da. Avenida Final Zona 1 "El Centro", San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepéquez.</p> <p>Los costos de la construcción del proyecto ascienden a Q.26,000.00</p> <p>Avances del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> Donación de aduana por Q. 13,000.00 La construcción se inició el 16 de julio de 2021.
<p>Misión</p> <p>Promover el desarrollo integral de la comunidad a través de actividades relacionadas con la producción agrícola, reforestación, así como la prestación de servicios sociales, educativos, económicos y ambientales.</p>	<p>Futuros proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> Funcionamiento y operación de la quedera de San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepéquez. Anexo comunitario de Derechos Humanos. Programas para la Recuperación de Derechos Humanos.
<p>Visión</p> <p>Mejorar la calidad de vida de los guatemaltecos en aspectos sociales, educativos, económicos y ambientales.</p>	<p>Objetivos principales</p> <ul style="list-style-type: none"> Promover la participación integral de la comunidad. Mejorar la calidad de vida de las personas. Incentivar la participación de las mujeres en el desarrollo social y comunitario.
<p>Metamorfosis es cambio... todos podemos ser parte del cambio</p>	<p>Metamorfosis es cambio... todos podemos ser parte del cambio</p>



CAPÍTULO 4

Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.2. Bocetos

Bifoliar

Propuesta No. 2

Utiliza los mismos colores de la propuesta No. 1, mantiene la diagramación, se utilizan fotografías para complementar la información. El color es llamativo y las imágenes lo hacen visualmente atractivo.



Bifoliar

Propuesta No. 3

Esta propuesta mantiene el mismo diseño de la propuesta No. 2, el cambio que se realizó es en el color. se utilizó el color azul para el fondo. Se descartó debido que el color hace ver saturado el diseño.





4.3.2. Bocetos

CD interactivo

Se elaboraron 3 diseños sencillos y diferentes, pero se busca que tenga unidad con las demás piezas y con el logotipo de la asociación.
Este servirá como apoyo de las presentaciones que realiza la asociación.

Propuesta No. 1

Es un diseño con diagramación sencilla, de fácil utilización y tipografía legible. Inicia con una animación de transparencia en el logotipo, luego de que este elemento se ubica aparece un botón que indica entrar. Al presionar este botón, lleva a un menú principal en el cual están colocados los títulos de la información que contiene el CD interactivo.

El color es fundamental en todo diseño, por eso se hace uso del color del logotipo. Al lado derecho del diseño está colocado el logotipo de la asociación, se utilizan líneas continuas alrededor del logotipo.





4.3.2. Bocetos

CD interactivo

Propuesta No. 2

Se elaboró un diseño atractivo y sencillo el cual está integrado por 9 diapositivas cada una con animación, información e imágenes de la asociación. En la primera diapositiva de inicio, aparece el logotipo y eslogan de la asociación.

Luego de haberse posicionado estos elementos, aparecen 2 botones en la pantalla, los cuales están divididos por una línea. Estos indican el idioma en el cual se desea ver el contenido del CD.

En la parte superior se diseñó un cintillo de color verde el cual sigue la línea de los diseños anteriores, en éstos están colocados los botones de sonido y de salida.

Por debajo del cintillo y en la parte izquierda se puede observar el logotipo de la asociación, el cual resalta sobre el fondo.

En la parte derecha de la diapositiva se encuentra la información que se desea presentar, ésta con tipografía legible y de color azul.

Al lado izquierdo de la información aparecen dos cuadros en los cuales se observa una fotografía. Estos tres elementos contienen animación.

En la parte inferior se ubica el eslogan de la asociación en forma dinámica, así como un cintillo el cual contiene botones que indican regresar o avanzar a la diapositiva deseada.





Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.2. Bocetos

CD interactivo

Propuesta No. 3

Siguiendo con los mismos parámetros de la propuesta anterior, se diseñó una propuesta atractiva y dinámica, la cual está compuesta con el mismo número de diapositivas de la propuesta anterior.

Se utiliza el mismo fondo y diapositiva de inicio de la propuesta anterior, luego de presionar el botón del idioma en el que se desea ver la información, se hace la entrada del logotipo animado posicionándolo por debajo del cintillo en la parte izquierda.

En la parte derecha de la diapositiva y en forma animada aparece una figura la cual va progresando hasta formar un rectángulo. Según el tamaño que éste lleva, va cambiando de color, de 100% a 25% de verde.

Ya posicionado el rectángulo, en la parte superior de éste aparece el título de la información. Sobre el rectángulo aparece la información que se desea brindar.

En la parte izquierda del rectángulo, se ubica una fotografía la cual aparece por medio de una animación.

En la parte inferior, al igual que la propuesta No. 2, se ubica el eslogan de la asociación en forma dinámica, así como un cintillo, el cual contiene botones que indican regresar o avanzar a la diapositiva deseada.

PROYECTO MARIPOSA

Metamorfosis es cambio... todos somos parte del cambio

ESPAÑOL | ENGLISH

PROYECTO MARIPOSA

Introducción

Nuestra área de acción es en el Municipio de San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepequez, Municipio nombrado Amigo de la Paz 2006, ubicado a 30 Km. de la Ciudad Capital con 6,032 habitantes. En su mayoría de origen Maya/Kakchiquel (2007), de los cuales 16.67% viven en condiciones de pobreza y 1% en pobreza extrema.

PROYECTO MARIPOSA

¿Quiénes somos?

La Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas (ADILMA) es una organización no gubernamental, apolítica, laica y no lucrativa. En ella participamos personas interesadas en promover el mejoramiento de las condiciones de vida de nuestro pueblo San Bartolomé Milpas Altas



4.3.2. Bocetos

Página Web

Se crearon diseños sencillos, dinámicos, claros y de fácil interacción. Contienen una combinación de colores azul y verde porque simbolizan paz, tranquilidad, equilibrio y esperanza.

Propuesta No. 1

Para la realización de esta propuesta se trabajó un diseño sencillo y dinámico basándose en el concepto que desea transmitir la asociación.

Tomando en cuenta varios aspectos se hace uso de los colores corporativos de la asociación, además el verde y el gris para hacer contraste.

Con estos aspectos se diseñó esta propuesta utilizando:

- Página de inicio: contiene únicamente el logotipo de la asociación que aparece sobre un fondo blanco de pequeño a grande. Al posicionarse el logotipo, éste sirve como botón para entrar a las páginas interiores que contienen la información.
- Páginas interiores: se hace uso del logotipo en la parte superior izquierda en cada una de las páginas para que estén identificadas.

Debajo del logotipo y un poco a la derecha está colocada una fotografía la cual se encuentra ubicada sobre un marco azul. Al lado de ésta se encuentra posicionada la información de la asociación.

La tipografía utilizada es legible. En los títulos se hace el uso de tipografía azul en bold, para la demás información se utiliza el color blanco para que resalte sobre el cuadrado color verde.

- En la parte inferior se ubica el menú de navegación. Estos son botones rectangulares. Utilizan los colores del logotipo.





4.3.2. Bocetos

Página Web

Propuesta No. 2

Se trabajó un diseño sencillo, atractivo, siempre basándose en el concepto y enfoque que la asociación desea transmitir a través de su Página de Internet.

- Página de inicio: está elaborada con fondo color verde, utilizando una animación en la parte central, en donde se anima el logotipo de pequeño a grande.
- Páginas interiores: en la parte superior se diseñó un cintillo utilizando una curva, para romper con lo tradicional y así darle dinamismo a la página, pero siempre guardando formalidad. Sobre el cintillo está colocado el logotipo de la asociación.
- Los botones de navegación están ubicados de forma horizontal, separados por una línea. Estos están por debajo del cintillo para que guarde equilibrio en la parte de la curva.
- El cintillo utiliza los colores azul y verde en degradé y está colocado como separador del menú, la fotografía y el texto.
- En la parte izquierda de página se encuentra otro cintillo elaborado en formas rectas y curvas, con una sombra difuminada,

en la parte interior de éste se colocaron fotografías que refuerzan el texto.

En lo que respecta al color, se utilizaron tonalidades en azul y verde, el color azul es el color infinito, representa seriedad y confianza y el verde es el color de la esperanza y naturaleza. También se utilizó una fusión de estos colores en degradé.



- En la parte inferior está colocado un cintillo de color azul fuerte que contiene el nombre de la asociación con tipografía en color blanco.

• El texto que se presenta utiliza una tipografía legible, en color blanco sobre fondo azul para que resalte.



4.3.2. Bocetos

Página Web

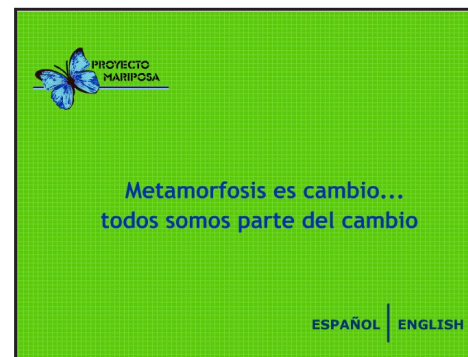
Propuesta No. 3

Se trabajó un diseño dinámico, atractivo y de fácil navegación. Posee una estructura ordenada y está asociado con los colores de naturaleza y frescura con la que cuenta el municipio de San Bartolomé Milpas Altas, en donde se ubica la asociación. Además transmite esperanza y tranquilidad. También se hace uso del color azul para darle un mayor contraste a la página.

Se comienza con una página de inicio de color verde con una textura en la cual están colocadas dos animaciones, una del logotipo y la otra del eslogan. Ya establecidos estos elementos en la pantalla, aparecen 2 botones que son los que dan a conocer los idiomas en los cuales está elaborada la página.

• Páginas interiores: utilizan el mismo fondo de la página de inicio, en la parte superior se diseñó un cintillo color verde con contorno blanco el cual lo hace distinguirse del fondo.

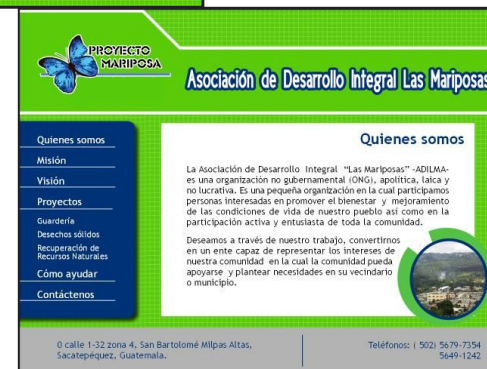
En la parte superior izquierda del cintillo se integra el logotipo de -ADILMA- sobre un color blanco para hacerlo resaltar y distinguir en el diseño.



En este cintillo, al lado derecho se ubica el nombre de la asociación, utilizando animación. El menú de navegación se encuentra al lado izquierdo de la página, esto con la finalidad de hacer más fácil la navegación a las personas con poca experiencia en el uso de internet.

En el área central y sobre fondo blanco se ubica la información de la asociación.

Se hace uso de fotografías como apoyo al texto. Están colocadas dentro de un círculo el cual produce movimiento en el diseño.



En la parte inferior se diseñó un cintillo color gris en el cual está colocada la dirección y teléfonos de la asociación.



Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.3. Bocetos a validar

Las propuestas anteriores fueron presentadas a la asociación de forma impresa y digital para que las pudieran observar detalladamente y eligieran la mejor alternativa, es decir, la que se adapte a la asociación y que obtenga resultados satisfactorios.

Papelería

Hoja membreatada, tarjeta y sobre; la asociación eligió la propuesta No. 2, porque llenó las expectativas.



Bifoliar

Los integrantes de la asociación aprobaron la propuesta No. 2, debido a la utilización de fotografías, color y diagramación. El cambio que desean es en la letra del eslogan, para que resalte sobre el fondo.





Concepto de diseño, método y bocetaje

4.3.3. Bocetos a validar

Banner o manta vinílica

Fue aceptada la propuesta No. 2 por el detalle de la imagen que da efecto de transformación.



CD interactivo

Se aprobó la propuesta No. 3, a los integrantes de la asociación les pareció atractivo el uso del color, la posición y el dinamismo de los elementos.

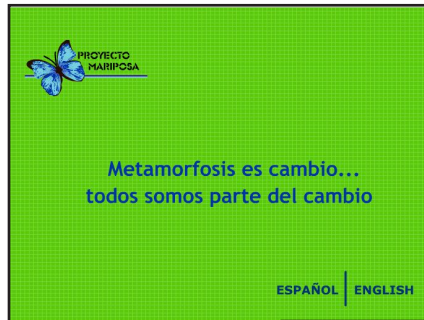




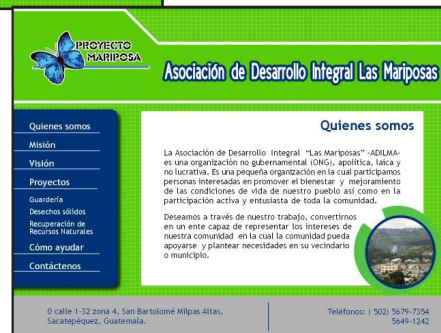
4.3.3. Bocetos a validar

Página Web

Los integrantes de la asociación eligieron la propuesta No. 3, propusieron algunos cambios que son: cambiar el tamaño de formato a la página para que se vea más grande y sea legible. Utilizar en el cintillo de la parte inferior el eslogan de la asociación y que éste se encuentre en constante movimiento.



Así como también colocar en cada una de las páginas interiores un botón de idioma, esto con el fin de no regresar a la intro para poder cambiar de idioma. Agregar un link de galería, en él estarán colocadas fotografías propias de la asociación y del municipio.



Carpeta

La asociación acordó utilizar el diseño del banner.

Portada y etiqueta de CD

Se acordó utilizar la propuesta elegida del bifoliar, para que mantenga una secuencia.

Estos cambios ayudaron a lograr la propuesta final, la cual se presentará en el respectivo capítulo.



CAPÍTULO 5

Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

5.1. COMPROBACIÓN DE EFICACIA

Para la comprobación de la eficacia de las piezas gráficas que conducen a resolver el problema de la Asociación de Desarrollo Integral -ADILMA- (ONG), las propuestas presentadas se pondrán en contacto con la realidad, es decir, se expondrá una muestra representativa de cada grupo objetivo. Esto con el fin de demostrar con porcentajes la aceptación de cada una de las piezas gráficas. Para la realización de esta comprobación se utilizará el siguiente método de investigación, ya que es un proceso que consta de una serie de pasos sucesivos que pretende la resolución de un problema mediante la búsqueda de datos pertinentes y su posterior análisis e interpretación.

Técnica

Para validar las piezas gráficas se utilizará la técnica de encuesta, debido a que ésta se adecua fácilmente a las necesidades de obtención de información del proyecto. Permite obtener los resultados de forma escrita, es fácil de tabular, clasificar, interpretar y demostrar.

Instrumento

El instrumento que se utiliza es la boleta de encuesta, porque es un método cualitativo y cuantitativo de investigación social, mediante la consulta a un grupo de personas elegida de forma estadística, realizada con ayuda de un cuestionario. Se eligió la encuesta como instrumento de validación, ya que por medio de ella se podrán obtener datos más variados a través de informes escritos.

La encuesta está dividida en tres partes: encabezado, cuerpo y datos complementarios.

Encabezado: está situado en la parte superior de la boleta, éste contendrá el nombre de las instituciones involucradas con el proyecto, nombre del proyecto, propósito de la encuesta y las instrucciones sobre cómo responder las preguntas planteadas en la encuesta.

Cuerpo: se refiere al conjunto de preguntas que contiene la encuesta, éste puede ser de varios tipos: preguntas abiertas, cerradas, en abanico o de elección múltiple.

Para la realización de este proyecto se elaboraron diez preguntas de forma cerrada.

Con el resultado de éstas, se podrá verificar si el proyecto cumple con lo que se desea transmitir por medio del diseño y si llena las expectativas en cuanto a composición, armonía, tipografía, color y memorabilidad.

Datos complementarios: están ubicados en la parte inferior de la boleta, éstos incluyen observaciones, lugar y fecha.

En el anexo 1 se presenta una copia de la encuesta.

Para la validación de las propuestas gráficas se utilizó una muestra de veinte personas segmentadas en dos grupos, cada uno de diez personas.



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Perfil del informante

Primer grupo, integrado por hombres y mujeres mayores de 28 años, guatemaltecos y extranjeros; de los niveles socio-económicos A,B,C+; propietarios de empresas o empleados de altos mandos con alto sentido de responsabilidad y consciencia social, que puedan colaborar técnica o económicamente con la Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas -ADILMA- (ONG).

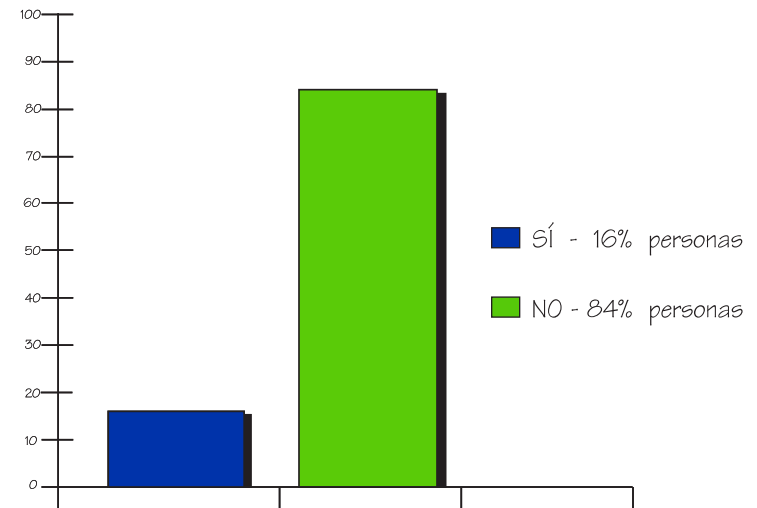
Segundo grupo, integrado por diseñadores gráficos, estudiantes y catedráticos. Con ellos se logra comprobar si las piezas de diseño realmente son funcionales, atractivas, si el manejo de color, fotografía y tipografía es el correcto y si cumplen con las reglas de identidad corporativa de la asociación.

El material gráfico impreso e interactivo se presentan en una computadora de forma individual o en grupos de personas. Esto permite que ellas puedan observar detalladamente cada una de las piezas gráficas impresas e interactuar con el diseño y de esta manera expresar sus opiniones.

Al obtener las respuestas de cada informante se procede a tabular los resultados, éstos se presentan en gráficas y porcentajes.

5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. Antes de ver la información que contiene cada una de las piezas gráficas, tenía usted conocimiento de la existencia de la Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas -ADILMA- (ONG).



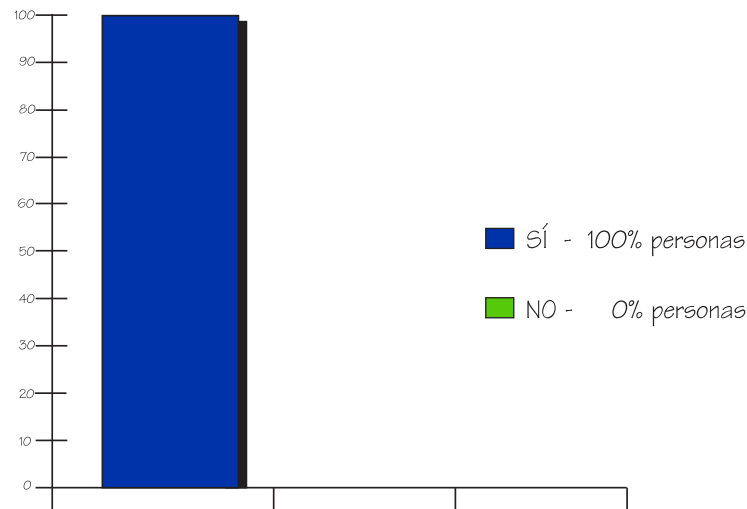
La respuesta a esta pregunta da como resultado que solamente el 16% de las personas encuestadas tienen conocimiento de la existencia y actividades de la asociación -ADILMA-.

Por lo tanto es imprescindible el material gráfico elaborado.



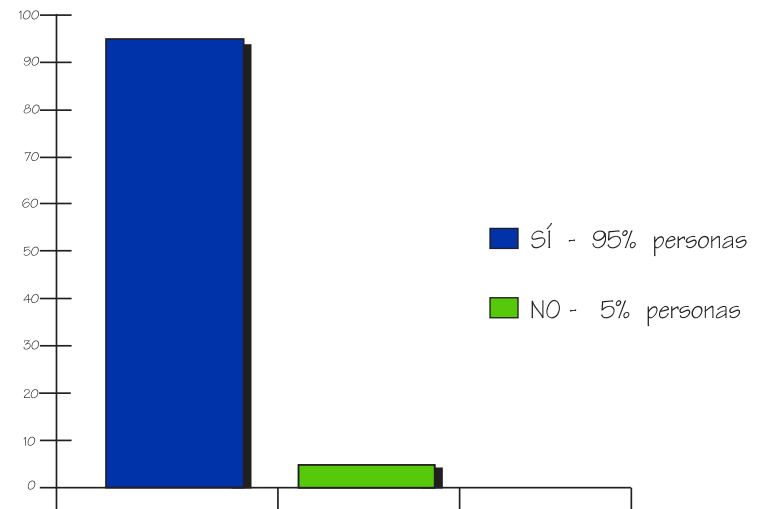
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

2. ¿Considera que la información que se encuentra en cada una de las piezas gráficas es adecuada?



La respuesta a esta pregunta muestra que 100% de las personas encuestadas informan que cada pieza gráfica sí es adecuada.

3. ¿Le parece adecuada la diagramación de cada pieza gráfica e interactiva?

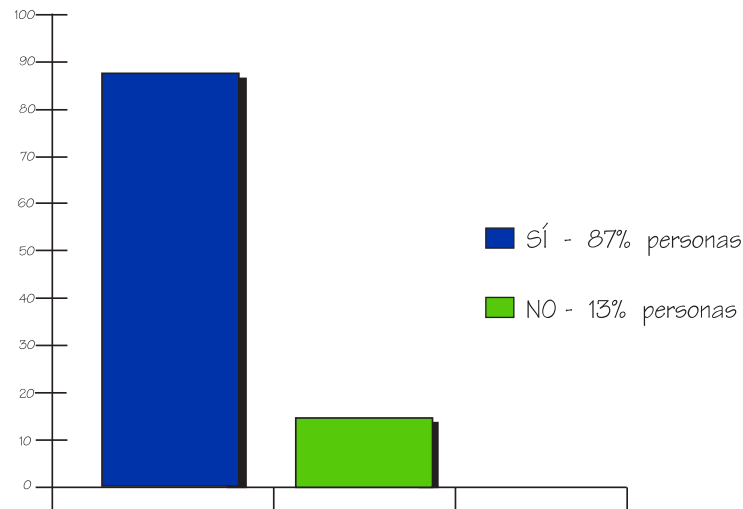


Los resultados obtenidos dan a conocer que el 95% de las personas encuestadas están de acuerdo con la diagramación, mientras que el 5% opina lo contrario, por lo que la diagramación sí es adecuada.



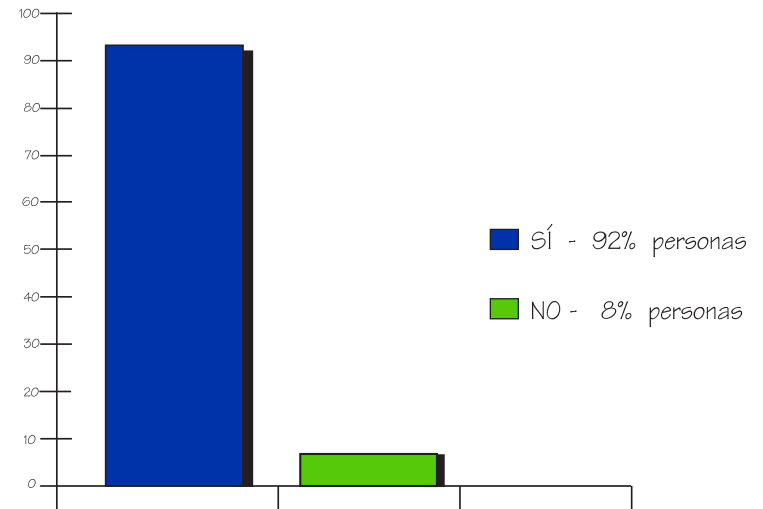
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

4. ¿Considera legible la tipografía utilizada en cada una de las piezas gráficas?



El 87% de los personas encuestadas respondieron que la tipografía es legible, mientras el 13% dijo que era clara pero les gustaría que no fuera tan sencilla. Por el resultado obtenido se define que la tipografía utilizada sí es legible.

5. ¿Considera que las fotografías son agradables y apropiadas?

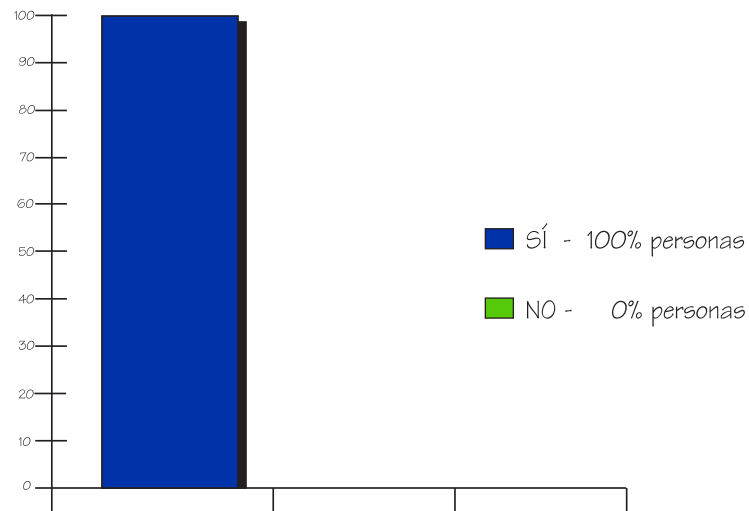


Se puede apreciar que el 92% de las personas encuestadas opinaron que las fotografías empleadas son apropiadas al tema, mientras el 8% considera que no, por lo tanto las fotografías utilizadas sí son las apropiadas.



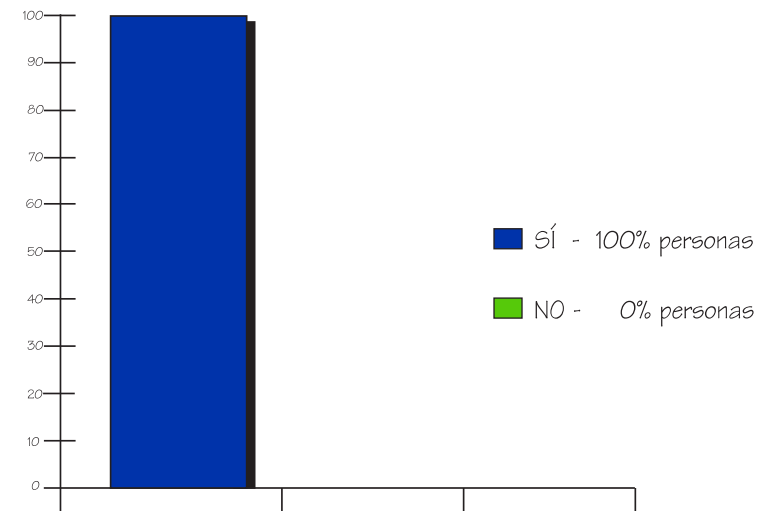
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

6. ¿Considera que las piezas gráficas empleadas mantienen unidad?



A esta pregunta el 100% de las personas encuestadas respondió que sí, porque los diseños mantienen el mismo uso de color, fotografías y formas.

7. ¿Al observar los diseños, identifica usted cuál es la asociación de la que se habla?

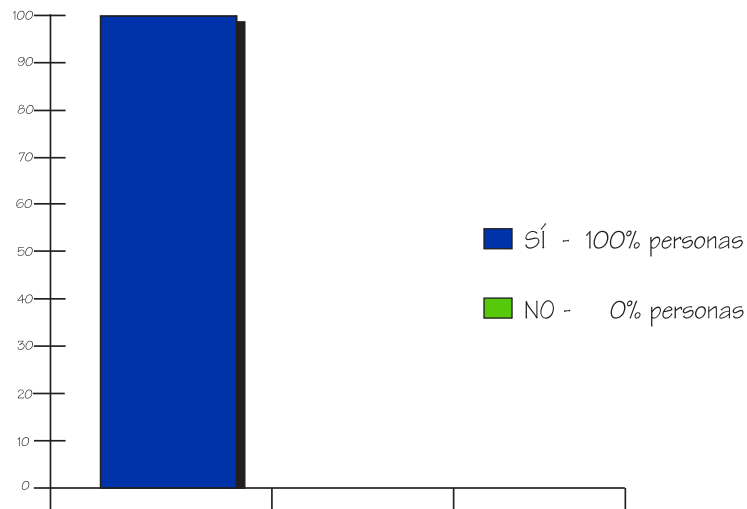


El 100% de las personas encuestadas respondió que sí se identifica fácilmente de qué asociación se habla.



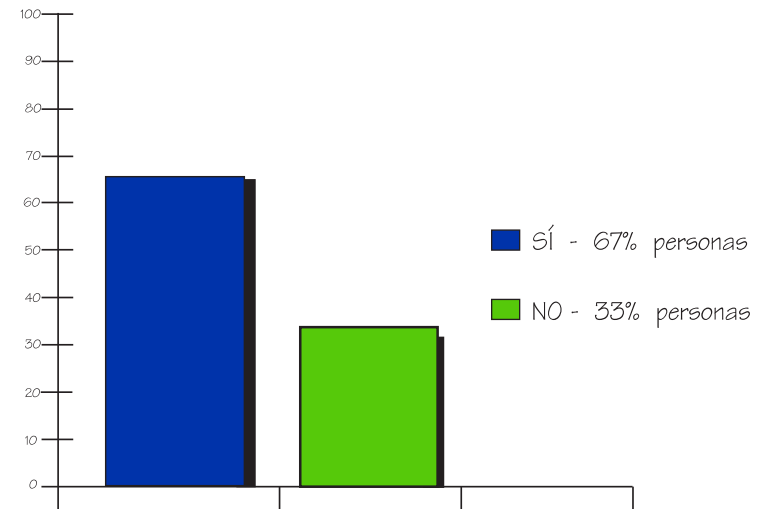
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

8. ¿Cree usted que las propuestas presentadas serán una herramienta útil para dar a conocer a la asociación?



El 100% de las personas encuestadas respondieron que sí, por lo que este material sí es necesario para dar a conocer a la asociación.

9. ¿Considera usted que la información en idioma extranjero traerá beneficios a la asociación?

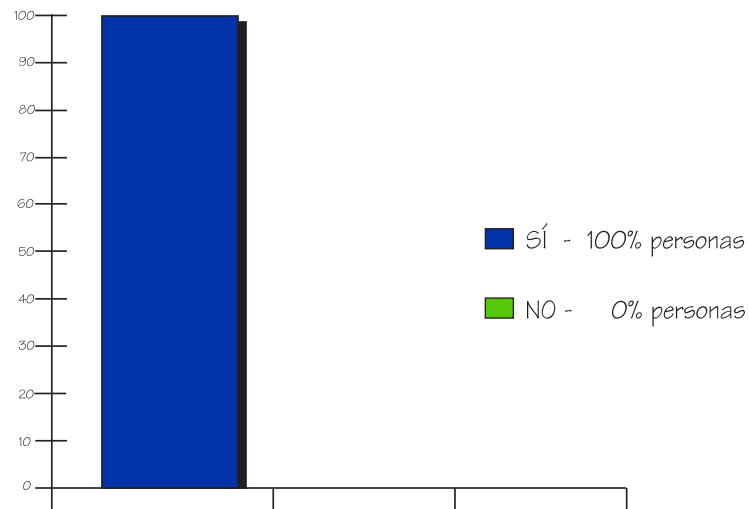


El resultado demuestra que el 67% de las personas encuestadas opina que la información en idioma extranjero sí traerá beneficios porque las personas de otros países podrán conocer acerca de la asociación y así ayudar a la misma, mientras el 33% dice que no, porque hay mucha indiferencia y poca generosidad en el extranjero.



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

10. ¿Le parece adecuado que la asociación tenga materiales gráficos e interactivos para darse a conocer?



El resultado a esta pregunta demuestra que el 100% de las personas encuestadas responde que sí es adecuado y necesario que la asociación tenga material gráfico e interactivo porque con él se dará a conocer dentro y fuera del país.

5.2.1. Interpretación de los resultados

Luego de realizar el proceso de validación de las piezas gráficas impresas e interactivas para la Asociación de desarrollo Integral Las Mariposas -ADILMA- (ONG), se analizaron los datos recabados y dieron como resultado que los encuestados opinan que la información e imagen que contiene cada una de las piezas gráficas dan a conocer lo que es la asociación y la misión de la misma.

Las personas opinaron que las propuestas gráficas tienen un buen uso de imagen, color, tipografía y una buena presentación del concepto que se está manejando.

La mayoría de personas considera que la diagramación de cada una de las piezas gráficas tiene una estructura ordenada y adecuada.

También opina que la información sobre la asociación es adecuada.

Se llegó a la conclusión de que los resultados obtenidos son favorables y no se necesita ningún cambio en las piezas gráficas.



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

5.3. PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Para solucionar el problema de comunicación que manifestó la Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas -ADILMA- (ONG), se propuso la realización de diseño de material gráfico impreso y la creación de materiales multimedia.

El diseño está ordenado en una estructura rígida, coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. Se debe de tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que se le asigne, experimenta pequeñas variaciones en su significado. Por lo tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y así encontrar el equilibrio formal entre todos ellos.

Por ejemplo, algunos de los elementos van a ser más o menos pesados en una determinada composición, dependiendo de la ubicación en que se asignen y en función de los elementos que les rodean.

Lo mismo ocurre si se utiliza la parte superior o inferior del espacio. La parte superior de la composición es la que posee mayor ligereza visual, en esta parte el peso de los elementos es mínimo, al verse equilibrado por la zona inferior de la página.

Por el contrario, en el borde inferior se encuentra que los elementos que se ubican tendrán un mayor peso.

En una composición se debe buscar la máxima eficacia comunicativa e impactar visualmente al público receptor del mensaje. Realmente no existe una norma específica que asegure el éxito de la composición, pero sí unas pautas, que si se conocen pueden hacer más eficaz el mensaje.

Para la realización de este proyecto se siguieron una serie pasos, además de conocer al público al que va dirigido el mensaje.

5.3.1. Fundamentación de elementos gráficos

Todos los elementos de diseño que se utilizaron para la creación de los materiales gráficos impresos e interactivos fueron elegidos para cumplir la función de promover e informar las actividades de -ADILMA-.

Formato: el formato utilizado en cada una de las piezas es del tamaño adecuado para que el contenido sea visible y legible.

Colores: juegan un papel muy importante en la elaboración de estas propuestas, los colores definidos para estos diseños son los conocidos como "Fríos", esto porque dan sensación de seriedad y tranquilidad, los cuales se complementan y contrastan entre sí, esto ayuda a crear una composición agradable y armoniosa ante la vista del receptor.



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Imágenes: se hace uso de fotografías para reforzar al texto, se emplean imágenes del municipio en donde se encuentra ubicada la asociación, el lugar en donde está llevando a cabo sus proyectos y a las personas que va a beneficiar. Se utilizan fondos para hacerlas distinguir y armonizar con el diseño.

Tipografía: para cada una de las piezas gráficas se estableció una tipografía legible, clara, sencilla y de fácil comprensión, lo que la hace funcional, para utilizarse a cualquier tamaño, en las piezas interactivas.

Estas tipografías son compatibles tanto en plataforma macintosh como en computadoras personales, además contienen todas las letras y los signos utilizados en el idioma español.

Diagramación: para cada una de las piezas gráficas se trabajó una diagramación sencilla, clara y representativa de -ADILMA-, ésta fue formada por diversos elementos gráficos como texto, imágenes, color y formas, creando de esta manera un enfoque visual central y así poder captar la visión del receptor.

Animaciones: se manejaron animaciones en cada uno de los materiales interactivos.

CD interactivo:

Página de inicio: se utilizan animaciones en el logotipo y eslogan de la asociación, de forma sutil. Aparecen dos botones que indican el idioma en el cual se encuentra la información, al presionar alguno de estos botones aparece un marco azul alrededor de él.





Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

En las escenas se colocaron animaciones en los siguientes elementos:

- Logotipo: aparece de una forma elegante en cada una de las escenas.
- Rectángulo: éste sirve como fondo al texto, aparece de una forma suave y ligera en la presentación. La animación va progresando de abajo hacia arriba hasta posicionarse y viceversa. Esta animación se alterna en cada escena.
- Fotografía: aparece parte por parte hasta llegar a tener la imagen completa.
- Eslogan: mantiene animación constante, ya que en toda la presentación se encuentra en continuo movimiento.
- Botones: se utilizaron diferentes botones con los cuales se pueden interactuar.
 - Botón de sonido: éste tiene la función de apagar el sonido en el momento que se desee. Está ubicado en la parte superior derecha sobre el cintillo.
 - Botón de salida: al presionarlo se termina la presentación. Este botón aparece en todas las escenas, para que no haya necesidad de llegar hasta el final para poder cerrar la presentación. Se encuentra junto al botón de sonido.
 - Botones de navegación: están colocados sobre el cintillo inferior de la página.





Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Página Web

Animación introductoria:

- En la página de Introducción aparece la imagen visual del logotipo (Mariposa) volando sobre la página, integrándose con el texto y así unir los dos elementos creando uno solo.
- Eslogan: está dividido en dos párrafos, esto con el fin de que cada uno aparezca de forma ligera y de diferentes direcciones, hasta posicionarlos al centro de página.
- Botones: se diseñaron dos botones, éstos indican el lenguaje en el que estará elaborada la página, al posicionarse en ellos aparece un marco azul alrededor.



Sub-páginas:

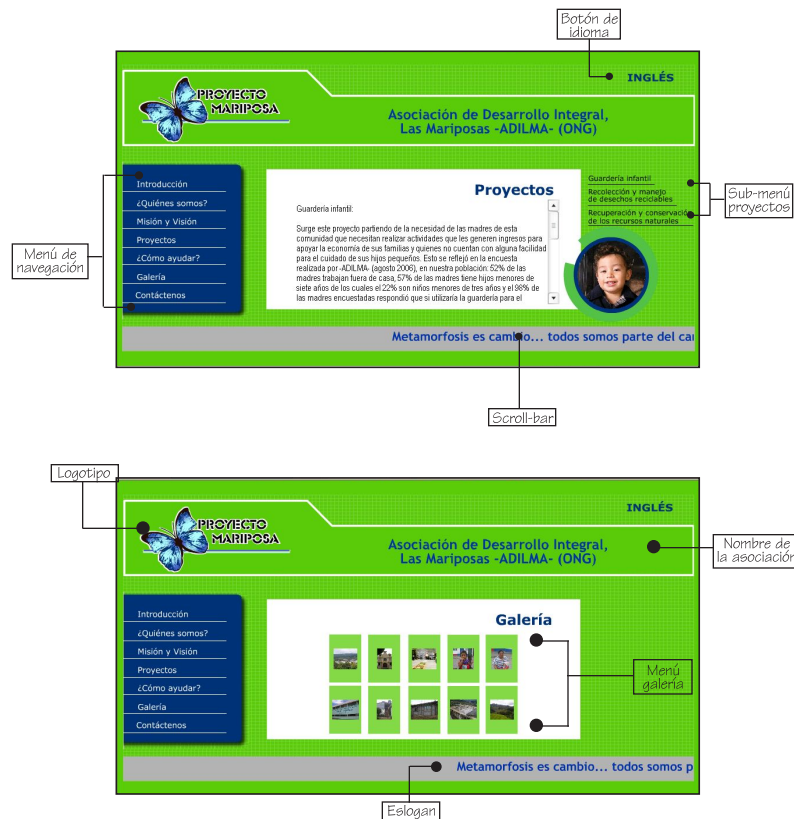
El nombre de la asociación está animado de forma que impacte al visitante.

- Menú de navegación: ubicado al lado izquierdo del diseño, compuesto por siete enlaces (links). Los links son muy importantes porque facilitan la vista al usuario. Al llegar al link de Proyectos aparece un sub-menú al lado derecho, este sub-menú se posicionó en esa parte de manera que no se ve cargado o desordenado el diseño. al posicionarse en cada uno de ellos cambian de color y lleva a la información deseada.
- Botón de idioma: posicionado en la parte superior derecha, produce la misma animación que utiliza en la Introducción.
- Scroll bar: se utiliza para evitar que el diseño se vea cargado de texto.
- Eslogan: ubicado en la parte inferior sobre el cintillo gris. Se mantiene en constante movimiento, esto con el afán de que el visitante lo recuerde.
- Menú galería: están colocados varios rectángulos dentro de los cuales aparecen fotografías. Al posicionarse en alguno de éstos, cambian de color. Al darle click aparece un Pop-up (ventana emergente) donde se encuentra la fotografía, esto con el fin de visualizarla en tamaño real y si el visitante lo desea, puede guardarla.



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

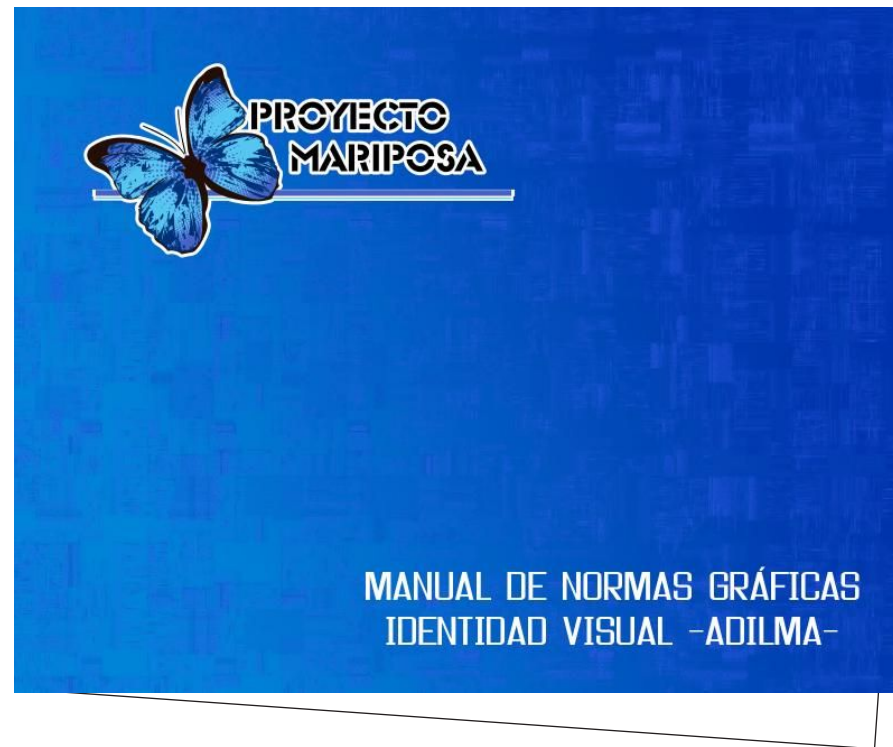
Musicalización: siendo la marimba el instrumento representativo de la cultura guatemalteca y con la intención de hacer más atractivo el cd interactivo y la página web se utilizó el son “San Bartolomé Milpas Altas”, del compositor guatemalteco Gabriel Hurtado; este son lleva el nombre del municipio en donde la asociación -ADILMA- trabaja.





Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final
Manual de normas gráficas



Se hará entrega impreso y en formato pdf
Formato: 8,5" * 11"
Full Color/Papel Bond



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final

Bifoliar

Su finalidad es informar acerca de la asociación, los proyectos con los que cuenta y la forma de cómo ayudar.

Diagramación: se dio unidad con las demás piezas gráficas, se utiliza de forma vertical.

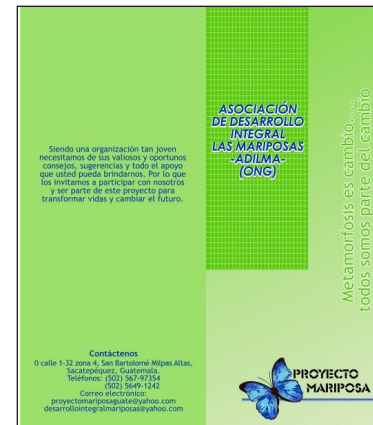
Los elementos utilizados están distribuidos de la siguiente manera:

- Portada: nombre, eslogan y logotipo de la asociación.
- Interior: se despliega información de la asociación en forma ordenada, apoyada con fotografías.
- Contraportada: está formada con una pequeña invitación dirigida a todas las personas que deseen colaborar con los proyectos que la asociación realiza.
Y los medios por los cuales se puede contactar la asociación.

Color: se utilizan los colores verde y azul porque connotan seriedad y esperanza, además su contraste es favorable a la vista. Mantienen unidad con las demás piezas gráficas.

Tipografía: se utiliza Trebuchet MS, porque es sencilla, clara y legible, llevando unidad con las demás piezas gráficas.

Formato: tamaño 7.5" * 8.5"





Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final

Carpeta

Se diseñó con la finalidad de guardar materiales de la asociación como: carta de presentación de la asociación, bifoliar, cd interactivo, y tarjeta de presentación, esto con el fin de encontrar patrocinios.

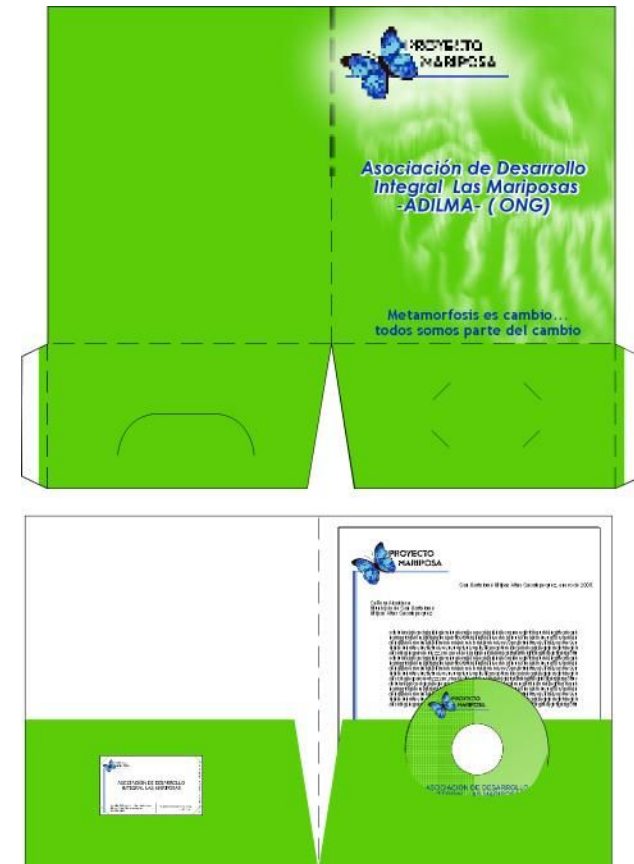
Diagramación: sencilla, hay equilibrio con los elementos de ambos lados, en la portada se encuentra ubicado el logotipo de la asociación, eslogan y una imagen que da la sensación de transformación.

En la contraportada están colocados los medios con los cuales se puede contactar a la asociación.

Color: se hace uso del color azul el cual inspira confianza y del color verde que es el color de la naturaleza, juntos conforman una armonía en el diseño. Mantiene unidad con las demás piezas gráficas.

Tipografía: Trebuchet MS, por legibilidad y sencillez, lleva unidad con las demás piezas gráficas.

Formato: 16.25" * 19.25"





Propuesta gráfica final

Banner

Medio de exhibición, tiene como finalidad mantener la imagen de la asociación en los eventos que ésta realice.

Diagramación: diseño en línea vertical, se colocó un fondo color verde que significa esperanza compuesto con efecto que produce sensación de transformación, en la parte superior derecha se ubica el logotipo de la asociación, al centro el nombre de la asociación y en la parte inferior el eslogan que identifica a la asociación.

Color: hay unidad en los colores que se utilizan, el verde es el color de la esperanza y brinda equilibrio en la pieza.

Tipografía: Trebuchet MS. Mantiene la misma tipografía con las demás piezas gráficas para que haya unidad.

Formato: 1.60 * 60 mts.





Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final Portada y etiqueta CD

La finalidad de estos materiales es brindar credibilidad y solidez a la asociación.

Diagramación: utiliza un diseño sencillo, hay equilibrio con los elementos, lleva el mismo diseño del bifoliar.

Etiqueta de CD: es complemento de la portada del CD, está diseñado para la presentación multimedia.

Color: se utiliza el color verde combinado con tipografía azul, para que lleve armonía y mantenga unidad con las demás piezas gráficas.

Tipografía: Trebuchet MS, porque es sencilla, clara y legible.

Formato:

Portada: 4.75" * 4.75"

Etiqueta circular: 4.5" * 4.5"





Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final

CD interactivo o Presentación multimedia

Será de gran utilidad para la asociación, ya que por medio de ésta se darán a conocer al grupo objetivo.

Diagramación: se manejó un diseño claro, equilibrado y limpio. Se hace el uso de diferentes animaciones.

Animaciones: se diseñaron diferentes animaciones para que el CD fuera atractivo, éstas creadas en forma sutil.

Imágenes: se hace el uso de fotografías propias de la asociación, éstas para brindar apoyo al texto.

Color: se utiliza el verde ya que es un color relajante para el ojo humano y el color azul en textos y botones para que produzca armonía al diseño.

Tipografía: se utilizó Trebuchet MS, por su claridad y legibilidad.

*Formato: 640*480 pixeles*

Animación
introdutoria



Transición



Propuesta gráfica final
CD interactivo o Presentación multimedia



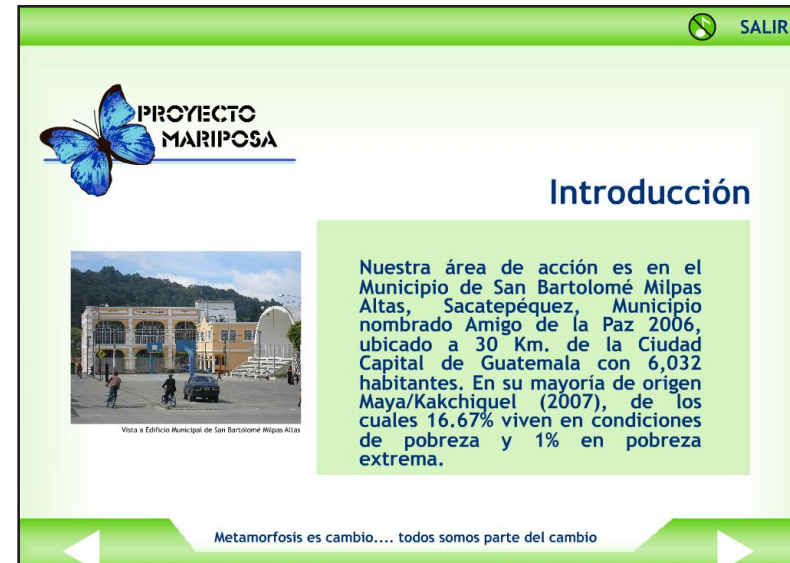
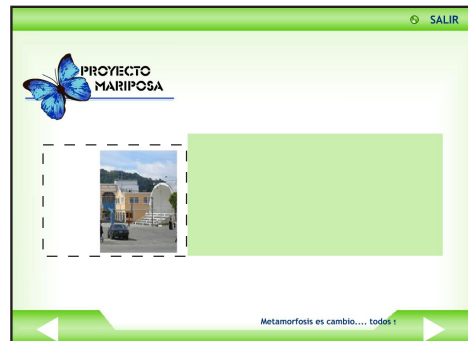
Introducción



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final CD interactivo o Presentación multimedia

Transición



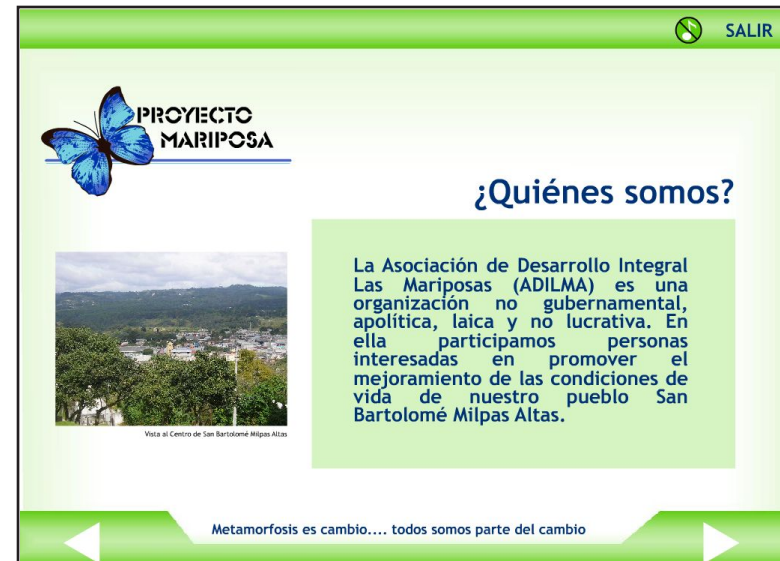
Escena
Introducción



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final
CD interactivo o Presentación multimedia

Transición



Escena
¿Quiénes somos?



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final
CD interactivo o Presentación multimedia



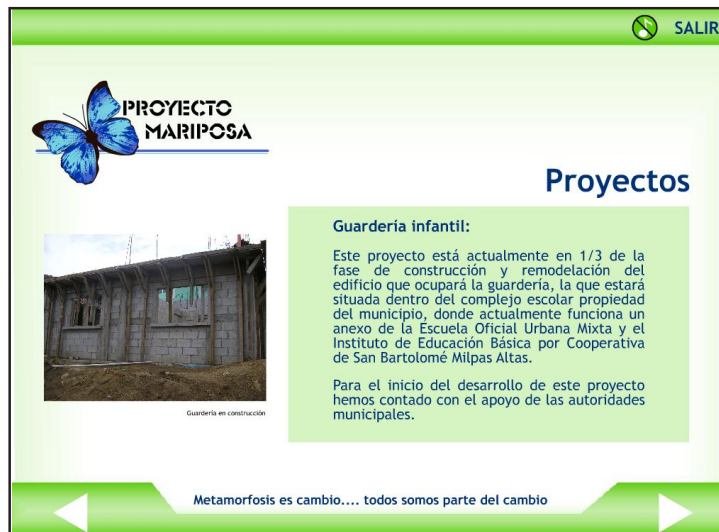
Escena
Misión



Escena
Visión



Propuesta gráfica final CD interactivo o Presentación multimedia



Escena Proyectos
Guardería infantil



Escena Proyectos
Desechos reciclables

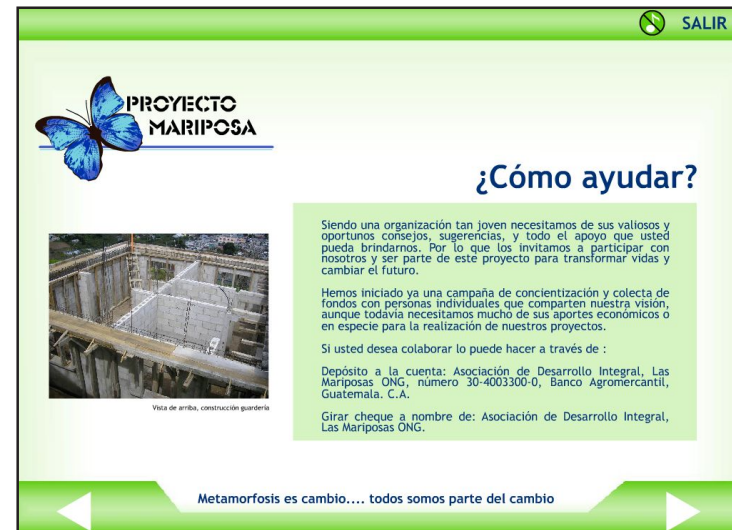


Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final CD interactivo o Presentación multimedia



Escena Proyectos
Recursos naturales



Escena
¿Cómo ayudar?



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final
CD interactivo o Presentación multimedia



Escena
Contáctenos



Escena
Créditos



Propuesta gráfica final Página Web

Servirá para dar a conocer a la asociación a nivel mundial, brindar información sobre lo que es la asociación, su misión, visión, proyectos y medios por los cuales se puede contactar y así captar patrocinios.

Diagramación: se utiliza una diagramación lineal, alineada hacia el centro de la presentación en forma rectangular, creando de esta manera un enfoque visual y así brindar al visitante una fácil navegación.

Animaciones: se utilizaron diferentes tipos de animaciones, en su mayoría en forma sutil, las animaciones son simples de forma que no sobre cargue la página y la convierta lenta a la hora de utilizarla.

Imágenes: las fotografías empleadas en esta página son propias de la asociación, en ellas se ve el desarrollo del municipio en donde se encuentra ubicada la asociación, así como también el proceso que se está llevando a cabo en sus proyectos.

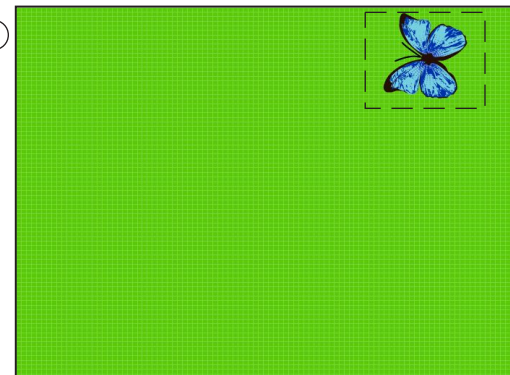
Color: los colores definidos son el verde y azul, que se complementan y contrastan entre sí formando una composición armoniosa y agradable a la vista.

Tipografía: para los títulos se utiliza la tipografía Verdana y para la información Arial Narrow, ya que son claras, legibles y se encuentran en todas las plataformas macintosh y computadoras personales.

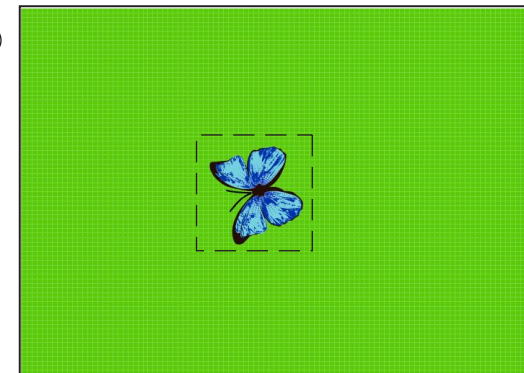
Formato: 800*400 pixeles.

Animación
Inicio

①



②

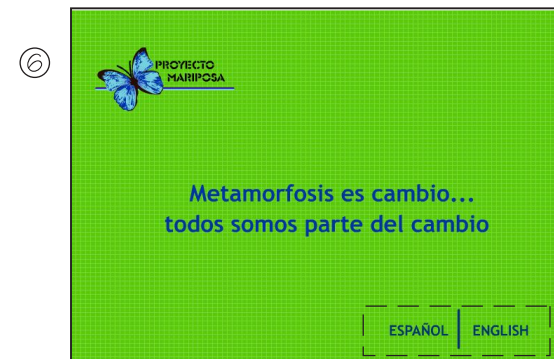
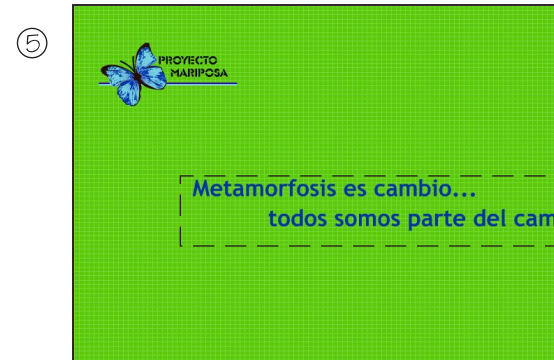
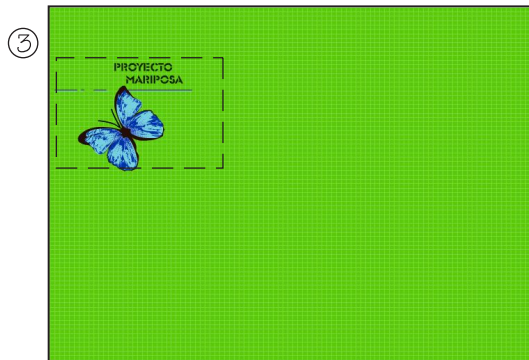


Transición



Propuesta gráfica final Página Web

Animación
Inicio



Transición



Propuesta gráfica final
Página Web



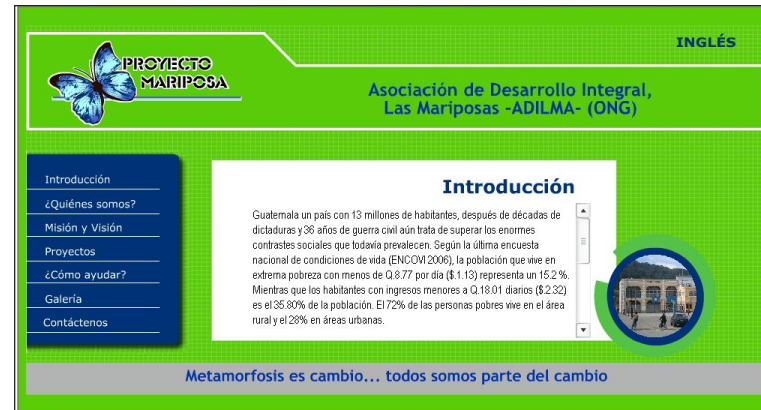
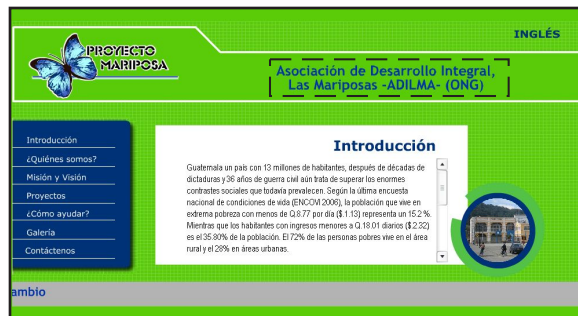
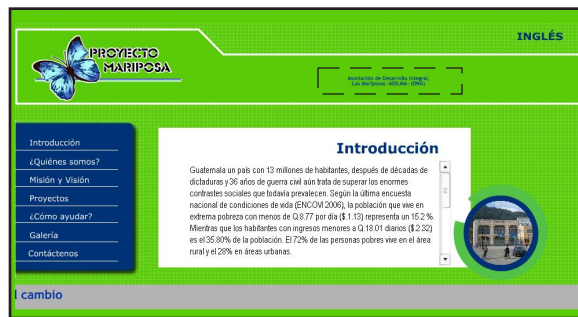
[Página Inicio](#)



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final Página Web

A partir de este enlace todas las páginas contienen las mismas animaciones y diseño.



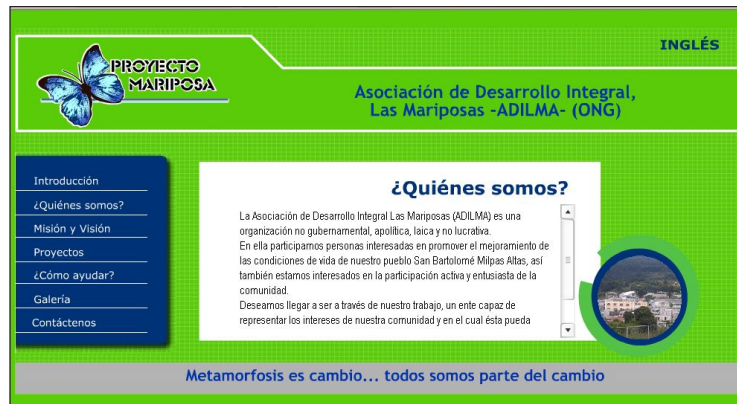
Transición

Enlace
Introducción

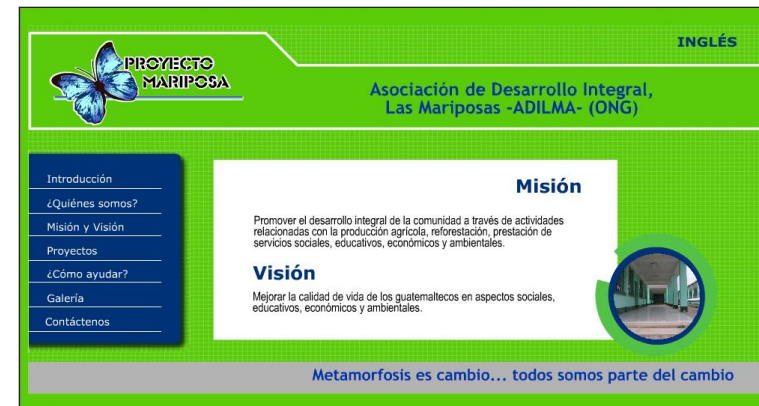


Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final Página Web



Enlace
[¿Quiénes somos?](#)

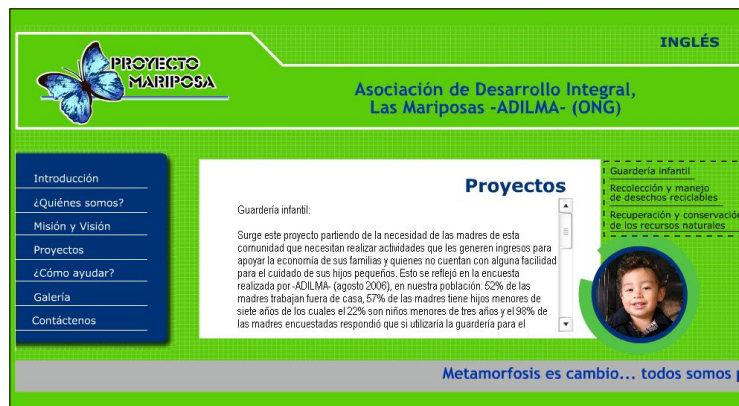


Enlace
[Misión y Visión](#)



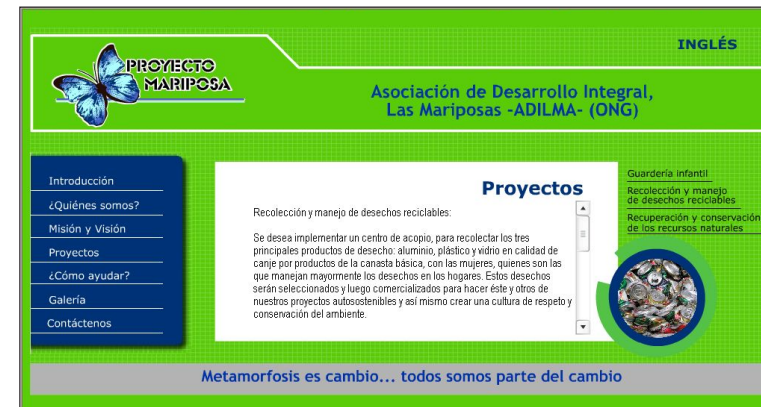
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final Página Web



Menú de enlaces a proyectos

Enlace proyectos
Guardería infantil

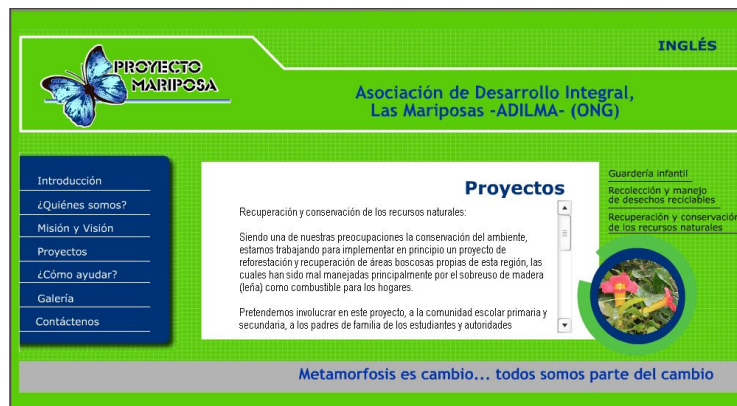


Enlace proyectos
Desechos reciclables

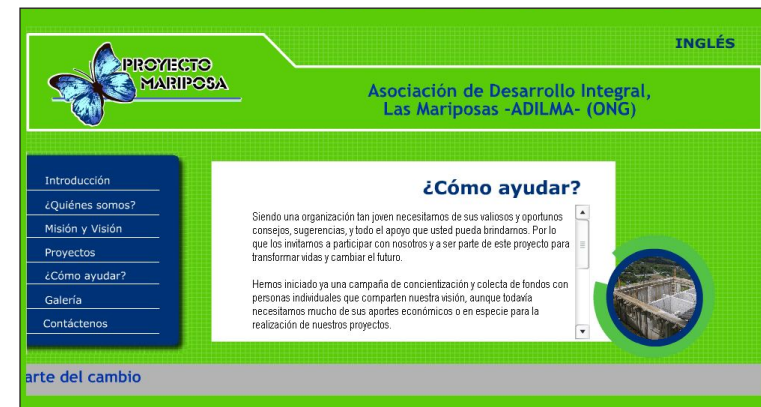


Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final Página Web



Enlace
Recursos naturales



Enlace
¿Cómo ayudar?



Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final Página Web



☞ Al presionar una imagen ésta cambiará de color y abrirá otra pantalla en donde se visualiza la fotografía en tamaño real.

Enlace
Galería



Enlace
Contáctenos



CONCLUSIONES



1. El diseño gráfico es un medio que brinda las herramientas para lograr una comunicación masiva y eficaz.
2. Por medio del material gráfico se logra la difusión y proyección de las organizaciones.
3. Es indispensable que el diseñador gráfico conozca los programas de diseño necesarios y ponga en práctica los conocimientos adquiridos para realizar un trabajo de calidad.
4. Toda organización o institución debe contar con material gráfico impreso e interactivo para dar a conocer en forma efectiva sus actividades y estar al día con la tecnología que la llevará a ampliar sus horizontes.
5. Para lograr que la sociedad contribuya con asistencia técnica y económica es necesario que las organizaciones cuenten con formas efectivas de de publicidad.
6. Por medio del material gráfico impreso y de los materiales interactivos elaborados, la Asociación de Desarrollo Integral, Las Mariposas -ADILMA- (ONG), dará suficiente información sobre sus objetivos y actividades, logrando que personas individuales y organizaciones nacionales y extranjeras se interesen y se contacten.
7. Los proyectos pilotos de la asociación -ADILMA- pueden ser tomados como referencia o puntos de partida para otras organizaciones o comunidades.
8. La validación de las piezas gráficas elaboradas es de suma importancia porque refuerza la efectividad del material antes de presentarse a los usuarios.



Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta



Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

Para la puesta en marcha de este proyecto, intervinieron en el proceso de cotización diferentes empresas que se destacan en la reproducción de las propuestas establecidas.

Estas cotizaciones se elaboraron en el mes de mayo de 2008.

PAPELERÍA

Se utilizará cuando la asociación requiera proporcionar información escrita a otras entidades, medios de comunicación o personas individuales. De esta manera dará a conocer y formalizará su imagen.

Cotización IMAGEN G

CARPETA

Cartón textcote
Impresión Full color
Formato: 16.25*19.25 in
Tiraje de 500 unidades Q. 2,000.00

HOJA MEMBRETADA

Papel blanco de 80 gramos
Impresión full color
Formato: 8.5*11 in
Tiraje de 2,000 unidades Q. 3,000.00

SOBRE OFICIO

Papel blanco de 80 gramos
Impresión full color
Formato: 9.25*4 in
Tiraje de 1,000 unidades Q. 1,850.00

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Cartulina opalina
Impresión full color
Formato: 3.5x2 in.
Tiraje de 300 unidades Q. 450.00

Cotización Litografía Delgado Impresos

CARPETA

Cartón Texcote
Impresión Full color + barniz
Formato: 16.25*19.25 in
Tiraje de 500 unidades Q. 2,310.00

HOJA MEMBRETADA

Papel blanco de 80 gramos
Impresión full color
Formato: 8.5*11 in
Tiraje de 2,000 unidades Q. 1,500.00

SOBRE OFICIO

Papel blanco de 80 gramos
Impresión full color
Formato: 9.25*4 in.
Tiraje de 2,000 unidades Q. 1,300.00

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Cartulina opalina
Impresión full color
Formato: 3.5x2 in
Tiraje de 1,000 unidades Q. 850.00



Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

BIFOLIAR

Se distribuirán en eventos que -ADILMA- realiza para dar a conocer sus actividades. También se distribuirán en la correspondencia junto a la carpeta y cd interactivo. Este material se proporcionará a personas o empresas seleccionadas por la asociación.

Cotización Imagen G

Bifoliar tiro y retiro
Papel cuché
Impreso full color
Formato: 7.8*8.5
Tiraje de 1,000 unidades Q. 2,500.00

Cotización Litografía Delgado Impresos

Bifoliar tiro y retiro
Papel cuché
Impreso full color
Formato: 7.8*8.5
Tiraje de 1,000 unidades Q. 1,730.00

Banner

Serán colocados como material de exhibición en los diferentes eventos que -ADILMA- organiza.

Cotización Piccolors

1 Banner en vinil
Formato 1.50*0.72 Q. 70.00

Cotización La Magia del Color

1 Banner en vinil
Formato 1.50*0.72 Q. 90.00

CD Interactivo o Presentación multimedia.

Se utilizará como material de apoyo en eventos donde la asociación desee darse a conocer. Se distribuirá junto con la carpeta y bifoliar a empresas y personas individuales y así conseguir patrocinios.

Materiales que necesita la asociación para la ejecución del CD interactivo o presentación multimedia son:

- Computadora plataforma macintosh o computadoras personales
- Cañonera
- Salón adecuado para la presentación.

Etiquetas y portada para CD

Serán colocadas en las cajas y adheridas en el disco compacto.

Cotización Imagen G

CD quemado y etiquetado
Tiraje de 500 Q. 4,000.00

Cotización Litografía Delgado Impresos

CD etiquetado
Tiraje de 500 Q. 3,000.00



Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

Página Web

Para que ésta sea de utilidad es necesario subirla a la red y tener su propio dominio, es decir el nombre con el cual se busca la página, ejemplo: "www.proyectomariposa.org". Es necesario adquirir el hospedaje de la página, éste proporciona el servicio de almacenamiento de toda la información que contiene la página por medio de un servidor el cual es el encargado de distribuir la información en el momento en que los usuarios visiten el sitio.

Cotización deguate.com

- Dominio
- Programas hasta 10 páginas web
- 15 cuentas de correo
- Panel de control con acceso a estadísticas gráficas y conteos de visitas
- Módulo de edición para actualizaciones del sitio
- Registro en principales motores de búsqueda.
- Registro de directorio comercial
- Servicios adicionales fuera del costo total: publicidad en banners, e-mail, marketing.

Costo total: Q. 1,600.00

Cotización Mottionminds

- Diseño y desarrollo del website
- Estructuración del sitio en flash/html
- Adaptación de imagen
- Navegación/interactividad
- Integración del contenido
- Retoque de imágenes

Costo total de diseño y estructuración US \$ 900.00



Bibliografía y fuentes consultadas



Bibliografía y fuentes consultadas

Libros consultados:

Aragón Urrea, Karla Ethelvina. *Material visual para la temática de los Derechos humanos*. Guatemala. Noviembre 1997. USAC. 56 páginas.

Artola Santiago, Yeimi Silvana. *Material didáctico de apoyo para el curso Técnicas digitales 2 Adobe Photoshop CS, ajustes de color*. Guatemala. Julio 2006. USAC. 78 páginas.

Centro de Acción Legal-Ambiental y Social de Guatemala, CALAS, *Legislación ambiental guatemalteca*. Guatemala. Enero 2004. 2da. edición. Tomo 1. 105 páginas

Chávez, Juan José. *Método de Aprendizaje*. 2da edición. Reimpresión 1998.

Costa, Joan. *Identidad corporativa*. 1era. edición. Editorial Trillas. 1993.

Javier Morales, María del Carmen. *Diseño de material gráfico para mejorar la comunicación visual de FUNDAMI*. Guatemala. Abril 2001. USAC. 58 páginas.

Marroquín Herrera, Doris Lisseth. *Creación, producción y difusión multimedia para informar y captar fondos para Nahual Foundation en Guatemala*. Guatemala. Mayo 2006. USAC. 204 páginas.

Murphy John, Michael Rowe. *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Barcelona. 1992. Editorial Gustavo Gili, S.A. 3era edición. 144 páginas.

Robledo, César. *Proceso de la investigación científica*.

Tórtola Navarro, Julio Roberto. *Métodos del diseño para Diseñadores Gráficos*. Guatemala. Agosto 2002. 3era edición. 95 páginas.

Us Cárdenas, Mónica Victoria. *Página Web Profruta*. Guatemala. 2006. USAC. 94 páginas.

Sitios consultados:

<http://www.lexicol.com>

<http://www.gestiopolis.com>

<http://www.fotonostora.com/glosario/>

www.corporate-identity-logo.com/Diferentes-logotipos.aspx - 15k -

<http://www.logotipoweb.com/que-es-un-logotipo.asp>

http://es.encarta.msn.com/encyclopedia_761551899/bienes_inmuebles.html

http://www.congreso.gob.gt/gt/congreso_ninos2/formaci%C3%B3n_pol%C3%ADtica/division_politica.asp

Folletos:

Guía de proyecto de Graduación de la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2007.

Revistas:

Informe de labores, Municipalidad de San Bartolomé Milpas Altas; 2004-2005.



GLOSARIO



Ámbito: ideal configurado por las cuestiones y los problemas de una o varias actividades o disciplinas relacionadas entre sí.

Apoyo: cuando alguien presta ayuda desinteresadamente, generalmente se da en las empresas que cuentan con poco personal, es decir, los de una oficina ayudan a los de otras oficinas.

Asesor/Asesoría: término que describe a un grupo independiente de diseñadores, que trabajan para varios clientes en proyectos determinados.

Arte final: original publicitario totalmente acabado y listo para su reproducción.

Banner o manta vinílica: según el diseñador Luis Arroyo, es un elemento estándar de publicidad impreso regularmente en vinil, que puede ocupar diferentes medidas, colocadas en una base para su exhibición, regularmente se realiza en forma vertical.

Bifoliar o Díptico: es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes. Constituye un elemento publicitario ideal para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento.

Boceto: propuesta preliminar a un diseño, en el cual se hace todo tipo de rayones, de estudios sobre formas y ubicación, se colocan datos informativos y de consulta, se plantean los posibles colores y las diferentes propuestas de diagramación.

Contribuye a tener una idea más clara de los que se pretende, estimula la creatividad, ayuda a plantear nuevas ideas, mejora el flujo de trabajo, permite eliminar lo innecesario y determinar los elementos que hacen falta.

Calidad: término que encierra un sinónimo de garantía y al momento de adquirir un producto o un servicio, la calidad es vital para el consumidor ya que ella da tranquilidad y hasta status a los que adquieren un producto.

Canal: es el medio físico a través del cual fluye o circula el mensaje, corresponde generalmente a estímulos sensoriales.

Canal de distribución: es la ruta que toma la propiedad de un producto, se busca la mejor manera de llegar al consumidor. El canal incluye al productor y al consumidor, así como a todos los intermediarios involucrados en la transferencia de la propiedad.

Canal de información: es el vehículo o medio de transporte utilizado por el emisor para vehiculizar y/o transmitir el mensaje en la comunicación.

Carpeta: pieza gráfica diseñada especialmente para la presentación de bocetos, racionales, textos, presupuestos.

Clase social: es una forma de estratificación social en la cual se clasifica a las personas dentro de un sistema de clases de acuerdo a sus posibilidades o ubicación económica en una sociedad.



Cliente: término empleado por un asesor de diseño para nombrar a la corporación que lo ha contratado.

Creatividad: amplitud del espíritu para inducir en el mundo nuevas formas que no existan; aptitud para la investigación. La creatividad es, en tres cosas, la aptitud del ser humano de crear formas, es decir mensajes originales.

Comunicación: es el acto que realizan dos o más personas donde existe un emisor y un receptor, aquí necesariamente tiene que haber una respuesta, sino es un simple receptor.

Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes.

Concepto creativo: idea básica que se comunicó al grupo objetivo con la intención de persuadirlos de acuerdo a los objetivos planteados.

Conferencia: es una conversación o entrevista entre varias personas para tratar importantes asuntos, políticos, científicos, literarios, o de interés para una comunidad.

Connotación: acción y efecto de implicar una circunstancia adicional de una palabra o expresión, para reflejar un punto de vista subjetivo del hablante, sin que el mensaje denotativo correspondiente a un sentido preciso, pueda ser cambiado.

Demografía: estudio de las poblaciones humanas en cuanto a dimensiones, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otras estadísticas.

Desarrollar: evaluar y comprobar la aplicabilidad de nuevos enfoques.

Dirección IP: es un protocolo usado para localizar una computadora en el Internet. Consta de 4 números (generalmente de 2 o 3 dígitos) separados por puntos. "65.456.345.23" es una dirección IP.

Dominio: es un nombre fácil de recordar que sirve como entrada a una página de Internet. Puede accederse a la página al teclear dicho dominio en la barra de dirección de un navegador. Un dominio sustituye a la dirección IP de una página ya que ésta consta solo de números separados por puntos y es más difícil de recordar.

DNS: viene del inglés "Domain Name System" que es un sistema internacional donde se encuentra una base de datos de todos los nombres de dominio registrados y sus dueños.

Las mismas iniciales se usan para "Domain Name Server" que es el servidor al cual se encuentra asociado un nombre de dominio.



Elemento: parte de una imagen corporativa, por ejemplo una trama, colores concretos o el tipo de letra, que puede usarse de varias maneras en combinación con otros elementos.

Emisor: es de quien procede el mensaje.

Encuesta: investigación realizada usualmente por una empresa de investigación de mercado. Enumeración de una muestra mercadológica. En ocasiones se refiere a opiniones de una muestra, actitudes a favor o rechazo de un producto o servicio determinado.

Entrevista: encuentro concentrado entre dos o más personas para tratar un asunto.

Eslogan: se define como el mensaje breve que en pocas palabras da una idea de las características más importantes de la empresa y sus servicios, a fin de hacerla distinguible de las demás.

Sirve de grito de combate en una campaña de propaganda o publicidad.

Para que un eslogan tenga éxito, es necesario que reúna ciertas cualidades, como:

- Brevedad: una sola proposición, de tres a seis palabras.
- Facilidad de asimilación: compuesta por términos de lenguaje corriente y estructura sencilla.
- Sugestividad: que sugiera e inspire en el ánimo de la gente la idea prevista, para su pronta aceptación.

- Eufonía: que su pronunciación sea grata y que suene bien.
- Carácter afirmativo: que evite toda idea negativa e inútil.

Factibilidad: es la existencia de los recursos y organización suficiente para solucionar o disminuir el problema.

Formato: es la dimensión, forma y posición (vertical y horizontal) de una publicación o material gráfico.

Gráfica: ciencia en desarrollo de la manera de representar mediante dibujos o esquemas de mapas o figuras, cierto número de fenómenos o relaciones entre magnitudes o disposiciones de objetos. La gráfica es la técnica de aplicación de los esquemas. Gráficos vectoriales, en los cuales una imagen es representada a partir de líneas (o vectores) que poseen determinadas propiedades (color, grosor, entre otros). La calidad de este tipo de gráficos no depende del zoom o del tipo de resolución con el cual se esté mirando el gráfico.

Por mucho que se acerque, el gráfico no se pixeliza, ya que el ordenador traza automáticamente las líneas para ese nivel de acercamiento.

Grupo objetivo: es el nombre dado a un grupo determinado de personas escogidas con el fin de hacerles llegar un mensaje.

Imagen: recuerdo mental de una experiencia sensorial.

Incentivo: estímulo externo que provoca un comportamiento dirigido a metas.



Innovar: generar y experimentar con nuevas ideas.

Hosting: es el lugar donde se encuentra un Sitio Web físicamente. Cuando se contrata un Hosting, se está reservando una determinada cantidad de espacio en un servidor donde se hospedará su Página Web.

Link o links: es el nombre que se utiliza para denominar palabras, imágenes o recuadros que, al “clickear” con el mouse sobre éstas, redireccionan al usuario a otra página ó Sitio Web.

Magnitud del problema: es la cantidad de la población afectada por el problema o beneficiada por la solución.

Material y métodos: descripción detallada de los pasos y actividades a seguir para el logro de los objetivos y contrastar la veracidad o falsedad de la hipótesis. Incluye el diseño experimental y análisis estadístico.

Organizar: establecer y poner en práctica maneras de hacer funcionar las cosas.

Pixel: es uno de los miles de puntos que aparecen en la cuadrícula de una pantalla o de una hoja impresa. Estos puntos, poseen su propio color para mostrar imágenes en las pantallas de una computadora o televisión, representando los elementos más pequeños que pueden manipularse para generar gráficos. Este término se utiliza para definir la resolución de una imagen digital.

Promover: explorar y presentar oportunidades.

Receptor: es el que recibe el mensaje.

TLD: viene del inglés "Top Level Domain". Es la extensión que se le da a un dominio y describe básicamente el giro de la página o en algunos casos, la nacionalidad. Los más comunes son .COM, .NET, .ORG y .EDU. Algunos dominios están restringidos a ciertos giros específicos mientras que otros están abiertos al público.

.COM (Usado para negocios, páginas personales y generales).
.NET (Originalmente destinado a empresas que ofrecían servicios de Internet. Actualmente abiertos al público en general).

.ORG (Usado por organizaciones no lucrativas. Actualmente abiertos al público).

.BIZ (Usado para negocios. Abiertos al público recientemente).

.INFO (Abierto al público).

.EDU (Restringido a instituciones educativas).

.AERO (Restringido a empresas aero-espaciales).

.COOP (Restringido para empresas cuyos empleados son los dueños de la compañía. Cooperativas).

.MUSEUM (Usado para museos. Administrado por la MDMA o Museum Domain Management Association).

.NAME (Que permite registrar nombres personales.

Ejemplo: Carlos.Herrera.Name).

.PRO (Reservado para profesionistas, contadores, doctores y abogados).



Trascendencia: es la importancia, gravedad del problema o, en materia de comunicación visual, la falta de consciencia acerca de un problema notable.

Tiro y retiro: términos utilizados por las imprentas para referirse a ambos lados de una impresión.

Vulnerabilidad: grado en el que el problema puede ser disminuido con la intervención del diseñador gráfico.



ANEXOS





INTRODUCCION

La identidad visual - definida como el sistema de signos visuales por los que una institución es reconocida en el medio - forma parte de la personalidad y cultura de las organizaciones. Su adecuado uso permite dotarlas de una imagen gráfica coherente y facilita la identificación y el reconocimiento de la institución.

El presente Manual de Imagen Corporativa contiene las principales normas que se han de considerar para la utilización del sistema de identidad visual ADILMA y pretende ser una guía para su correcta aplicación en medios impresos y digitales de uso común, tales como papelería corporativa, administrativa, banderas y sitios web, entre otros.

Es deber de todos los miembros de la asociación observar estas normas y evitar otras representaciones de los elementos de identidad, a fin de lograr una imagen coherente y homogénea.


MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS - ADILMA - 1

PRESENTACIÓN DE LOGOTIPO







MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS - ADILMA - 2






PROYECTO MARIPOSA

COLORES ORGANIZACIONALES

	CMYK	RGB	PANTONE	WEB SITE
	43C 10Y	117R 209G 224B	Pantone 310	#75dfe0
	91C 51M	72R 98G 201B	Pantone 2727	#4862c9
	100C 66M 2Y	51G 171B	Pantone 286	#0033ab
	100K	24R 21G 16	Pantone Process Black	#181512

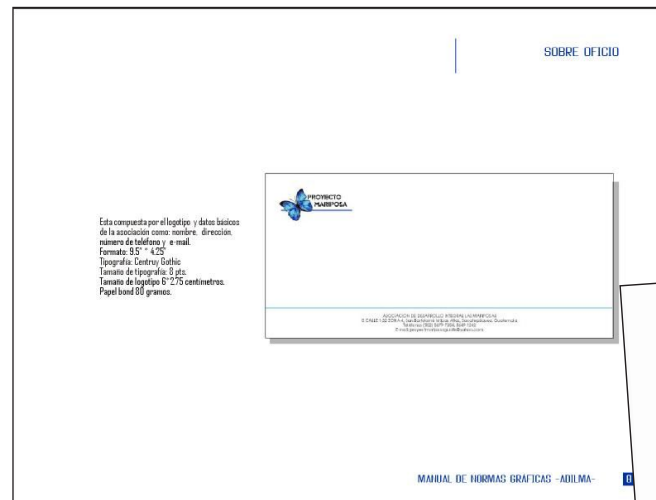
MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS - ADILMA -

HOJA MEMBRETADA



Esta carpeta para el logotipo y datos básicos de la asociación como: nombre, dirección, número de teléfono y e-mail.
Formato: 8.5" x 11"
Impresión: Central Color
Tamaño de tipografía: 10 pts.
Tamaño de logotipo: 3" x 3.5" combinados.
Papel: bond 80 gramos.


MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS - ADILMA -





TARJETA DE PRESENTACION

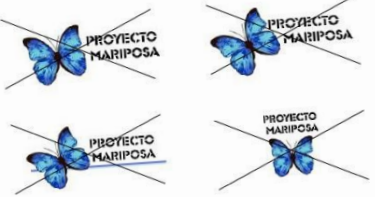
Contiene el logotipo y datos básicos de la empresa, talés como: nombre, dirección, número de teléfono y e-mail.
Formato: 3.5" x 2"
Tipografía: Lucida Sans para nombre de la asociación y (úder para datos de asociación).
Tamaño de tipografía: 10 pts para nombre de asociación.
5 pts para datos.
Tamaño de logotipo: 2.5" x 1.5 centímetros.
Cartulina Opalina o lino de 250 gramos.



MANUAL DE NORMAS GRAFICAS -ADILMA-

RESTRICCIONES

El uso del logotipo por muy pequeño que sea, reduce el impacto total de la identidad de la Asociación.
Se muestran unos ejemplos de usos incorrectos del logotipo que se deben evitar:



MANUAL DE NORMAS GRAFICAS -ADILMA- **11**



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Lic. en Diseño Gráfico con especialización en Multimedia
Guatemala, 2008



Encuesta Validación Proyecto de Graduación

El uso de esta encuesta es para evaluar los materiales gráficos impresos y multimedia de la Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas –ADILMA– (ONG). Sus respuestas serán útiles para el éxito del proyecto.

Instrucciones: a continuación se le presenta una serie de preguntas relacionadas a la elaboración de materiales gráficos impresos y multimedia de –ADILMA–, por favor marque las respuestas que considere correcta, si su respuesta es no especifique ¿por qué?

1. Antes de ver la información que contiene cada una de las piezas gráficas, tenía usted conocimiento de la existencia de la Asociación de Desarrollo Integral Las Mariposas –ADILMA– (ONG).

SI NO ¿Por qué? _____

2. ¿Considera que la información que se encuentra en cada una de las piezas gráficas es adecuada?

SI NO ¿Por qué? _____

3. ¿Le parece adecuada la diagramación de cada pieza gráfica e interactiva?

SI NO ¿Por qué? _____

4. ¿Considera legible la tipografía utilizada en cada una de las piezas gráficas?

SI NO ¿Por qué? _____

5. ¿Considera que las fotografías son agradables y apropiadas?

SI NO ¿Por qué? _____

6. Considera que las piezas gráficas empleadas mantienen unidad?

SI NO ¿Por qué? _____

7. ¿Al observar los diseños identifica usted cuál es la asociación de la que se habla?

SI NO ¿Por qué? _____

8. ¿Cree usted que las propuestas presentadas serán una herramienta útil para dar a conocer a la asociación?

SI NO ¿Por qué? _____

9. ¿Considera usted que la información en idioma extranjero traerá beneficios a la asociación?

SI NO ¿Por qué? _____

10. ¿Le parece adecuado que la asociación tenga materiales gráficos e interactivos para darse a conocer?

SI NO ¿Por qué? _____

Lugar y fecha: _____

¡¡Gracias por su colaboración!!!



IMPRÍMASE

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Lic. Rualdo Anzueto
Examinador

Lic. Fernando Fuentes
Examinador

Licda. Yeimi Artola
Examinadora

Delia Pamela López Ríos
Sustentante