



diseño gráfico
U S A C



C.D.A.G. ALTA VERAPAZ COBÁN

Diseño de Revista Institucional para
la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala,
Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz

Autor: Idy Ana Gabriela Donis Mijangos

Previo a obter el título de Licda. en diseño gráfico con énfasis en editorial.

Carné: 200217960

Guatemala, noviembre 2008

NÓMINA DE AUTORIDADES

Junta Directiva Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
Vocal I

Arq. Efraín De Jesús Amaya Caravantes
Vocal II

Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
Vocal III

Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada
Vocal IV

Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva
Vocal V

Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

Examinadores

Licda. María Emperatriz Pérez
Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura en Diseño Gráfico
con especialidad en Editorial

Diseño de Revista Institucional para
la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala,
Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz

Autor: Idy Ana Gabriela Donis Mijangos
Previo a optar el título de Licda. en diseño gráfico con énfasis en editorial.
Carné: 200217960
Guatemala, Noviembre 2008



índice

PRESENTACIÓN	P. 05
CAPÍTULO 1: NOTAS INTRODUCTORIAS	P. 06
-Antecedentes	P. 06
-Perfil del cliente	P. 07
-Problema	P. 11
-Justificación	P. 12
-Objetivos	P. 13
CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL	P. 14
-Marco contextual y análisis de audiencia	P. 14
-Marco conceptual	P. 23
-Concepto creativo	P. 37
-Estrategias de comunicación	P. 38
CAPÍTULO 3: PROPUESTA GRÁFICA	P. 39
-Descripción del proceso de bocetaje	P. 39
-Criterios de jerarquización y selección de la propuesta final	P. 42
-Fundamentación	
-Propuesta gráfica final y Especificaciones técnicas	P. 46
CAPÍTULO 4: VALIDACIÓN	P. 57
CAPÍTULO 5: PROPUESTA OPERATIVA	P. 62
-Plan estratégico de medios	P. 62
-Presupuesto de la propuesta	P. 63
CONCLUSIONES	P. 64
BILIOGRAFÍA Y CITAS	P. 65
GLOSARIO	P. 66
ANEXOS	P. 76

“Una imagen vale más que mil palabras”... siempre que sea correcta y realizada en condiciones parecidas a aquellas en las que serán practicadas.

Anónimo



PRESENTACIÓN

A continuación se desglosa el proyecto de Graduación "Diseño de Revista Institucional para la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala, Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz", de la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis en Editorial, Didáctico interactivo de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC).

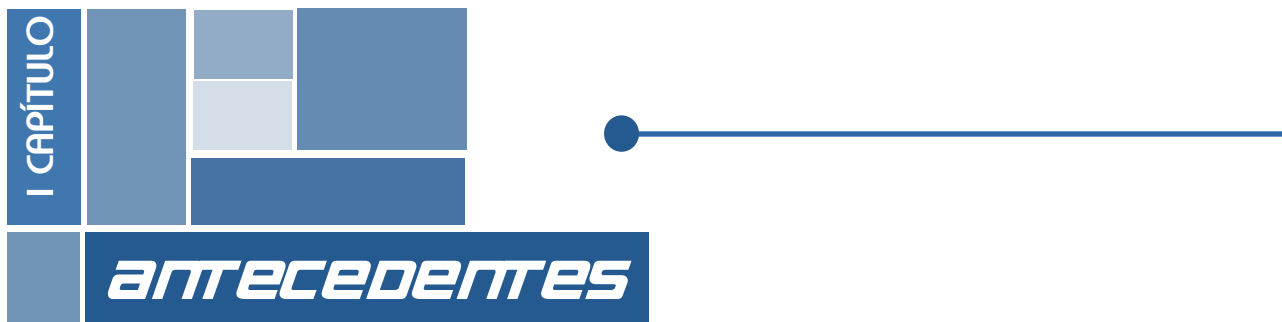
Este trabajo conforma material impreso de diseño gráfico para una revista con la que se pretende que la institución cuente con un medio de comunicación en cual se puedan unificar las distintas asociaciones que la conforman.

También consta de manera pormenorizada con un informe completo que va desde una breve historia de la CDAG en Alta Verapaz, hasta la presentación y justificación de la propuesta de diseño gráfico.

El archivo de diseño quedará en la institución para su impresión y distribución.

Luego de desglosar la descripción de la institución, su historia y las actividades que realiza, se pasa a dictar un perfil del grupo objetivo. Luego de esto, se encuentra un capítulo de conceptos que se utilizaron para elaboración de la pieza tanto técnicas como del tema en sí. Posteriormente se da un análisis del trabajo a realizar y comienza propiamente la labor de diseño gráfico, desde el concepto creativo, proceso de bocetaje, comprobación y validación. Luego de la aprobación y comprobada su eficacia; se darán las conclusiones del trabajo,

los lineamientos y normas de uso del material propuesto. El presente proyecto de graduación concluye con un glosario de términos pertinentes y conceptos fundamentales, conceptos de diseño y últimamente la respectiva bibliografía del trabajo y anexos que ayudaron para la realización del mismo.



I CAPÍTULO

ANTECEDENTES

Actualmente la C.D.A.G. de Alta Verapaz, encargada de la coordinación de las distintas asociaciones deportivas, carece de material gráfico para dar a conocer la importancia y el valor de la realización del deporte. Tampoco cuenta con medios por los cuales informar de forma adecuada sobre los acontecimientos o sucesos del deporte en Alta Verapaz.

Por lo tanto el cliente requiere el desarrollo de piezas gráficas que en conjunto ayuden a transmitir la información de una forma efectiva y masiva dentro de la región de Alta Verapaz.

Cabe mencionar que por falta de un medio visual de comunicación la población no tiene el conocimiento de metas alcanzadas por los deportistas y así mismo no está al tanto de actividades a realizarse en el deporte.

Se desea alcanzar de formar profesional y exitosa los objetivos y soluciones que den como resultado la investigación, desarrollar de forma ordenada y funcional las soluciones que podamos ofrecerle a nuestro cliente.

C.D.A.G. DE COBÁN ALTA VERAPAZ



HISTORIA C.D.A.G. GUATEMALA

La CONFEDERACIÓN DEPORTIVA AUTÓNOMA DE GUATEMALA (C.D.A.G.), fue creada por el acuerdo 211 del Congreso de la República, el día 7 de diciembre del año de 1945. Sin embargo, fue hasta 1950 cuando se construyó la “Ciudad Olímpica”. Durante los 63 años de funcionamiento, la C.D.A.G. ha sido intervenida directamente por el Gobierno Central en tres oportunidades (1954-Árbenz, 1963-Ydígoras y 1982-Lucas García). Adicionalmente, durante tres años (1963 a 1966) se transformó en el “Instituto Nacional del Deporte”.

La primera Ley Orgánica del Deporte fue creada en 1969, mediante el Decreto 48-69,

la cual ha sido modificada considerablemente hasta la fecha.

El “PLAN NACIONAL DE DESARROLLO DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN”, sirvió de soporte para la posterior aprobación por parte del Congreso de la República, para implantar el impuesto al tabaco, licor y cerveza (Decreto 16-80 el 10 de octubre de 1979). Sin duda alguna, esta acción fue el medio que permitió la construcción de una importante red de instalaciones deportivas a nivel nacional. Afortunadamente, siempre ha prevalecido el criterio por parte de los distintos gobiernos constitucionales, que el deporte federado debe preservar su modelo de estructura “AUTÓNOMA”. Además, anualmente se obtiene un porcentaje del 3% del presupuesto de ingresos de la Nación para el fomento de la actividad deportiva. Por otra parte, es innegable que la dirigencia deportiva ha adquirido un alto grado de madurez y conciencia en cuanto al valor de nuestro sistema de gobierno.

¿QUÉ ES C.D.A.G.?

Es el Organismo Rector y jerárquicamente superior del deporte federado, en el orden nacional. Tiene personalidad jurídica y patrimonio propio. Es el organismo autónomo de acuerdo con lo establecido en la Constitución Política de República de Guatemala, está exonerado del pago de toda clase de impuestos, al igual que todos los órganos que la integran, siendo estos, las Federaciones y Asociaciones Deportivas Nacionales.

LEYES QUE RIGEN A C.D.A.G.

La institución se rige mediante las leyes siguientes: Artículo 91, 92 y 134 de la Constitución Política de la República; Decreto 76-97 del Congreso de la República de Guatemala “Ley Nacional para el Desarrollo de la Cultura Física y del Deporte”; Decreto 57-92 del Congreso de la República, “Ley de Contrataciones del Estado”; “Código de Trabajo, Reglamento Interno de Trabajo y el Pacto Colectivo de Condiciones de trabajo”.

HISTORIA C.D.A.G. COBÁN



Desde los albores de la humanidad, el hombre sintió la necesidad de ejercitar su cuerpo a fin de mantenerlo ágil, saludable y atractivo. No cabe duda que esta inclinación fue más instintiva que consciente; pero sea como fuere el resultado siempre fue el mismo. La actividad ayudó a su superación física. Y es que la actividad física traducida a deporte ejerce en la persona que se adentra en él, una especie de fascinación o éxtasis, es casi con una forma sadomasoquismo, por cuanto goza extremadamente cuando gana, pero sufre con callada satisfacción cuando pierde.



Otra de las satisfacciones de la actividad atlética es que a través de ella se logra obtener una buena condición física, la que aunada a un buen nivel emocional que también lo provee esta actividad, quien se adentre en ella, logra convertirse en una persona que podrá ver las cosas desde un punto de vista diferente y esto

le permite ser un ciudadano útil a su patria para forjar una mejor sociedad.

Con la promulgación del Decreto 211 que instauró la autonomía (7/12/1945), también se dio vida a la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala, C.D.A.G. Ya creada esta institución, se procedió a nombrar sus autoridades. A partir de esta fecha la C.D.A.G. ha venido superándose en todos los aspectos. Sin embargo, en sus inicios la institución no contaba con fondos estables, razón por la cual tanto dirigentes como atletas debían costear sus propios gastos cuando viajaban a competir a otro país o al interior de Guatemala. Por eso es necesario contar con la ayuda de padres de familia o patrocinadores para cumplir sus compromisos deportivos.

Desde 1945 existen leyes que reglamentan el funcionamiento del deporte, siendo la última el Decreto Número 76-97, Ley Nacional para el Desarrollo de la Cultura Física y el Deporte, la cual establece que cuando ya se han afiliado los deportistas en sus respectivas asociaciones y haya por lo menos cinco en todo el país esta puede conformar una Federación Nacional. Esto es, en todos los deportes que se practican en nuestra Guatemala.



ASOCIACIONES QUE ESTÁN INTEGRADAS EN EL DEPARTAMENTO

Ajedrez, Andinismo, Atletismo, Bádminton, Baloncesto, Béisbol, Boxeo, Ciclismo, Esgrima, Fútbol, Judo, Karate-Do, Levantamiento de pesas, Levantamiento de potencia, Motociclismo, Natación, Patinaje sobre ruedas, Tenis de campo, Tenis de mesa, TAE KWON DO, Tiro deportivo, Voleibol, Fisicoculturismo.

MISIÓN

Conformar una institución al servicio del deporte federado responsable del cumplimiento de la formación integral de la población deportiva guatemalteca, procurando su óptimo rendimiento, la calidad y profesionalismo del recurso humano, incrementando la calidad ciudadana de los deportistas, a base de la mayor cobertura, infraestructura y tecnología avanzada.

VISIÓN

Ser reconocida como una institución autónoma al servicio del deporte, confiable, eficiente, de calidad y profesionalismo, que contribuye a la formación integral de la población y al óptimo rendimiento del deporte Guatemalteco.

FILOSOFÍA

Preparación y detección de futuras promesas deportivas, cuya finalidad es la mejora del rendimiento deportivo proporcionando a los deportistas mejores condiciones de entrenamiento y atendiendo prioritariamente a las necesidades de entrenamiento.

OBJETIVOS

Aplicadas al Deporte y Órganos Técnicos del deporte federado.

1. Diseñar y establecer en coordinación con los organismos de CONADER, Delegaciones Deportivas Nacionales, así como Organismos Técnico del deporte federado, programas técnicos metodológicos y científicos coherentes con el desarrollo deportivo que requiere el deporte federado en Guatemala, con el objetivo estratégico de incrementar la matrícula de Deportistas federados, atendiendo a género, categorías, edades y especialidades.
2. Gestionar y coordinar la implementación de instalaciones, equipamiento y su uso racional para la formación, desarrollo y preparación deportiva en forma sistematizada; atendiendo las prioridades de los centros de iniciación, desarrollo y perfeccionamiento deportivo.
3. Promover y fortalecer la formación y capacitación del recurso humano calificado en coordinación con los organismos de CONADER, a través de los órganos técnicos del deporte federado.
4. Fortalecer los procesos de investigación, formación, desarrollo y perfeccionamiento deportivo con el apoyo de las Ciencias aplicadas al deporte, a través de programas específicos diseñados y establecidos en coordinación con la Dirección de Ciencias

¿A QUÉ SECTORES ATIENDE?

La C.D.A.G. Delegación Deportiva de Alta Verapaz tiene 24 deportes: ajedrez, andinismo, atletismo, bádminton, baloncesto, balonmano, béisbol, boxeo, ciclismo, esgrima, físico culturismo, fútbol, judo, karate do, levantamiento de pesas, levantamiento de potencia, motociclismo, natación, patinaje sobre ruedas, taekwondo, tenis de campo, tenis de mesa, tiro deportivo y voleibol, cuenta con 1293 deportistas, siendo estos 415 hombres y 878 mujeres, niños, adolescentes, adultos, entre las edades de 5 a 19 años, la mayoría de religión católica, escolaridad media.

La población atendida es proveniente de diferentes municipios entre los que se pueden mencionar: Carchá, Tactic, Chamelco, Santa Cruz, San Cristóbal. Así mismo cuenta con 31 entrenadores que trabajan en la disciplina deportiva que corresponde y 35 asociaciones. Sin embargo hoy se caracteriza por la existencia de factores

que limitan el desarrollo en el proceso del deporte. De igual manera cuenta con personal administrativo, operativos y técnicos, siendo estos parte también del desarrollo integral.



PROBLEMA

EXPECTATIVAS DE NUESTRO CLIENTE

La C.D.A.G. Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz tiene como expectativa poder contar con material visual que llegue de forma masiva a su público objetivo, para hacerles llegar información sobre acontecimientos importantes o temas relacionados con el deporte en general.

NECESIDADES IDENTIFICADAS

-Necesidad de contar con material visual en el cual la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala, Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz cuente con una identificación con su grupo objetivo.

-Carencia de material informativo impreso para poder cumplir con las expectativas del cliente, y así mismo poder llegar al grupo objetivo del cliente de una manera eficaz.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La C.D.A.G. Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz necesita mejorar la comunicación entre las distintas asociaciones que la conforman.

Carece de medios que divulguen las actividades y acontecimientos deportivos hacia las distintas asociaciones.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto se realizará durante el periodo del mes de agosto a octubre del 2008 en el departamento de Alta Verapaz, y está dirigido a las distintas asociaciones de deporte con las que cuenta este departamento, y así mismo a personas interesadas en la práctica del deporte.



por este medio se pueden realizar piezas gráficas con efectividad y unidad de mensaje que desde hace mucho habían sido necesarias para poder informar a la población acerca del deporte en Cobán, Alta Verapaz.

MAGNITUD

Las Asociaciones Deportivas de la C.D.A.G. Alta Verapaz son las beneficiadas en la atención al tema, siendo estas las asociaciones de: ajedrez, andinismo, atletismo, bádminton, baloncesto, balonmano, béisbol, boxeo, ciclismo, esgrima, físico culturismo, fútbol, judo, karate do, levantamiento de pesas, levantamiento de potencia, motociclismo, natación, patinaje sobre ruedas, taekwondo, tenis de campo, tenis de mesa, tiro deportivo y voleibol. Cuenta con 1293 deportistas, niños, adolescentes, adultos, siendo estos 415 hombres y 878 mujeres, provenientes de municipios diferentes entre los que se pueden mencionar: Carchá, Tactic, Chamelco, Santa Cruz, San Cristóbal, entre las edades de 5 a 19 años, la mayoría de religión católica, escolaridad media. De la misma forma cuenta con 31 entrenadores que trabajan en la disciplina deportiva que corresponde y 35 asociaciones Sin embargo hoy se caracteriza por la existencia de factores que limitan el desarrollo en el proceso del deporte. De igual manera cuenta con administrativos, operativos siendo estos parte también del desarrollo integral.

Así mismo por medio de las piezas gráficas que se realicen poder fomentar y lograr persuadir a la población hacia la práctica del deporte.

VULNERABILIDAD

Con la realización de las piezas gráficas debidamente implementadas, le damos la oportunidad a la C.D.A.G. Alta Verapaz, de poder mantener informado a su grupo objetivo, que en este caso son las distintas asociaciones que conforman la Casa del Deportista en la C.D.A.G. Alta Verapaz, Cobán y población interesada en el deporte en este departamento de una forma eficaz sobre lo que sucede en el las distintas disciplinas del deporte actualmente.

FACTIBILIDAD

Es posible la realización de este proyecto ya que está cumpliendo con las soluciones a una carencia de comunicación, la cual es necesaria para poder informar adecuadamente al grupo de personas al cual el cliente (C.D.A.G. Alta Verapaz, Cobán) quiere llegar. Y así mismo es posible la reproducción del material, ya que cuentan con el apoyo económico de la C.D.A.G. central ubicada en la ciudad capital.

TRASCENDENCIA

La implementación del diseño gráfico en la C.D.A.G. Alta Verapaz es importante, ya que

OBJETIVOS**OBJETIVO GENERAL**

Implementar material gráfico que ayude a la comunicación y unión de una forma eficaz a las asociaciones que integran la C.D.A.G., y así mismo lograr de forma masiva la divulgación acerca del deporte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar una revista institucional informativa, para mejorar la comunicación entre las disciplinas de la C.D.A.G.
- Diagramar una pieza gráfica impresa para así poder divulgar acontecimientos deportivos importantes de forma masiva.

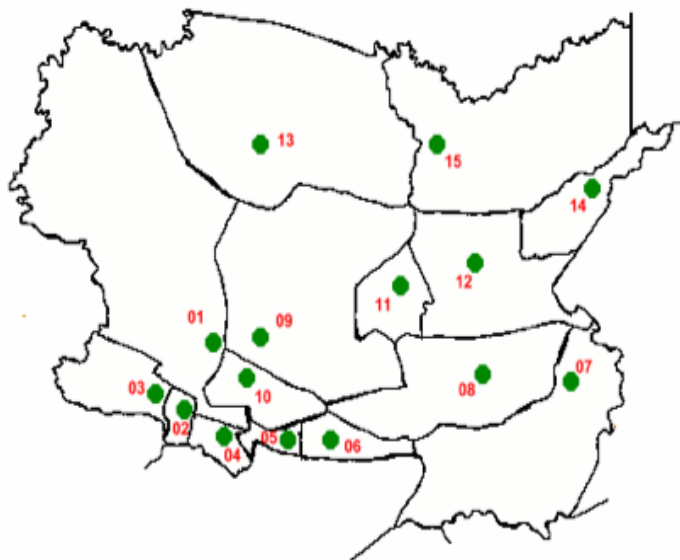
DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD Y LA INSTITUCIÓN

Cobán es la Cabecera Departamental de Alta Verapaz, uno de los veintidós Departamentos de Guatemala cuya historia siempre se ha manifestado en un arraigo cultural predominante en el contexto de una evolución humano-social que hasta hoy mantiene indeleble los fundamentos de su procedencia mayanese que se mantiene integrada en el estilo de vida que la mayoría de sus habitantes de origen maya-k'eqch'í practica cotidianamente. Pero a pesar de que esos rasgos culturales han prevalecido en el tiempo y en la historia, también ha sido posible la inserción de los nuevos conceptos de la cultura moderna que inevitablemente han llegado como parte del desarrollo integral inducido por las mismas necesidades humanas en torno a una sociedad que universalmente ha avanzado en una gama diversa de situaciones, como consecuencia de la búsqueda de una vida más apropiada al status de la humanidad.

Cobán es una ciudad en la que aún perviven vestigios históricos en lo estructural, en lo social y en las prácticas culturales. La idiosincrasia de su gente hace evidente un espíritu de obediencia y respeto a la potestad de la naturaleza, así como la identificación estrecha entre sus habitantes que la hacen una sociedad solidaria, fraterna y de evidente identidad. No está demás hacer referencia que Cobán, por todo su contenido histórico, atractivo a propios y extraños, es una región que ha motivado profundos estudios científico-antropológicos que han propiciado el descubrimiento de muchos tópicos que la hacen merecedora de la categoría con que le fuese otorgada por el Emperador español Carlos V, como “Ciudad Imperial”, pues efectivamente, en este lugar se asentó uno de los imperios más grandes y poderosos de la época pre-colombina, la stirpe de los k'eqch'ies, hoy por hoy, sujetos de una nueva conceptualización evolutiva que los integra al contexto social moderno.

MARCO CONTEXTUAL Y ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA

01	Cobán
02	Santa Cruz Verapaz
03	San Cristóbal Verapaz
04	Tactic
05	Tamahú
06	Tucurú
07	Panzós
08	Senahú
09	San Pedro Carchá
10	San Juan Chamelco
11	Lanquín
12	Cahabón
13	Chisec
14	Chahal
15	F. B. de las Casas
16	La Tinta



DATOS GENERALES

**LOCALIZACIÓN
LATITUD-LONGITUD-ALTURA-DENSIDAD**

Cobán está ubicada a 15° 27' 23" de latitud, 90° 22' 37" de longitud y a 1,319 metros sobre el nivel del mar.

Tabla de localización de Cobán Alta Verapaz

Nombre del Municipio	Cobán
Distancia desde Guatemala	212 kilómetros
Extensión Territorial	2,132 kilómetros cuadrados
Altura sobre el nivel del mar	1316 m.s.n.m.
Ubicación Astronómica	15° 27' 23" Latitud Norte, 90° 22' 37" Longitud Oeste
Población	93,633 (Censo 1,994)
Idiomas	Español - K'eqch'í
Feria Titular	01 al 06 de Agosto
Patrono católico	Santo Domingo de Guzmán
Comida Típica	Kaq'ik

BREVE RESEÑA HISTÓRICA

A la llegada de los españoles, el territorio de Tezulutlán se encontraba poblado por los grupos kekchís, pocomchís, achís y otros. La conquista del territorios dio en forma pacífica por los frailes dominicos, liderados por Fray Bartolomé de las Casas. Durante los primeros años de la colonia Las Verapeces estuvo a cargo del Cacique don Juan Matabalpaz, quien la administraba con cargo de gobernador; además los hoy departamentos de Altaverapaz y Bajaverapaz, comprendía también los actuales departamentos de Petén, Belice y parte de Izabal.

Desde finales del siglo XIX ingleses y alemanes llegaron a colonizar para sembrar café. La producción agrícola creció considerablemente y se incentivó el cultivo de cardamomo. Para embarcar el café que se producía en la región, los alemanes construyeron el ferrocarril de Verapaz, que llegaba hasta las orillas del lago de Izabal.

La Ciudad de Cobán fue fundada por los españoles en el siglo XVI, exactamente el 4 de agosto de 1543; se encuentra situada en la cuenca del río Cahabón, sobre un relieve ondulado que proporciona cierta dispersión al tejido urbano, en una alternación de cerros

y planicies. Tiene una extensión territorial de 2,132 kilómetros y se encuentran a 1320 metros sobre el nivel del mar. Cuenta con un clima agradable, templado de 19 grados centígrados promedio.

La ciudad mezcla de arquitectura colonial con algunos elementos de la influencia alemana. Su principal artesanía es la platería.



Este departamento posee un paisaje muy variado, es frío y cubierto de una densa neblina que da lugar al continuo chipi chipi o lluvia fina persistente.

Este departamento conocido antiguamente como Tezulutlán tiene una topografía bastante quebrada, de montañas y cerros muy fértiles. La mayor parte de los embudos que forman las cordilleras, cerros y hondonadas, no poseen salidas naturales y terminan en barrancos y



siguanes, que sirven de sumidero de las aguas de lluvia. Debido a su variada configuración y sus diferentes alturas, presenta variedad de climas, desde el caluroso de Panza, hasta el frío de Tactic.

Un mínimo de sus habitantes son ladinos y el resto son de origen k'eqchí y pocomchí. Su principal reglón económico es la agricultura,

MARCO CONTEXTUAL Y ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA

adaptada a las diferentes latitudes y por la cual se obtienen abundantes cosechas de café, maíz, frijol, arroz, té, cacao, pimienta y cardamomo, entre otras, además de su riqueza agrícola se desarrollan los sectores comercial, industrial y minero, especialmente de plomo y zinc, que se obtienen en las minas de CQUIPEC. Adicionalmente hay varias compañías petroleras que están realizando trabajos de exploración.

La ciudad de Cobán Alta Verapaz se encuentra a 214 kms de distancia de la Ciudad Capital por la ruta nacional 14. Está ubicada en las márgenes del río Cahabón que localmente se conoce como Cobán, colinda al Norte con Ixcán, municipio de Quiché, río Chixoy o Negro de por medio; al Sur con los municipios de Tamahú, Tactic, Santa Cruz Verapaz y San Cristóbal Verapaz; al Oriente con los municipios de Chisec, San Pedro Carchá y San Juan Chamelco; al Poniente con Uspantán, municipio de Quiché, Río Chixoy o Negro de por medio. El municipio tiene 4 tramos carreteros que hacen una red de 84 Kms asfaltados, comprendidos desde la entrada de Cobán viniendo de Guatemala, salidas a Carchá, Chamelco y Chisec. La ruta que comunica a Cobán con la ciudad capital se encuentra en buenas condiciones, la capa de asfalto se cambió en el año 2003-2004, la carretera a Chisec se concluyó en el año 2001, ambas tienen mantenimiento y se encuentran en buenas condiciones; las carreteras en malas condiciones necesitan remoción y reconstrucción de la cinta asfáltica.

Cada año a finales de julio se celebra un

festival de personas nativas de Guatemala, La Fiesta Nacional Indígena de Guatemala. Las festividades incluyen un certamen de belleza para mujeres nativas de Guatemala, participan aproximadamente 100 señoritas que expresan sus ideales en el idioma materno y en español, la ganadora es coronada con el título de "Rabín Ajau", que significa Hija del Rey, en idioma maya.

De la Ciudad Imperial de Cobán, se puede tener la certeza de que es una de las ciudades más limpias, atractivas y tranquilas del país, además de contar con un índice mínimo de delincuencia, posee un atractivo ecoturístico impresionante. Cuenta con cuevas que descienden cientos de metros dentro de la tierra, grutas interminables con ríos subterráneos a los cuales se tiene acceso. El casco urbano también cuenta con numerosos hoteles y hostales, restaurantes y cafeterías que son casi una delicatessen, también cuenta con una vida nocturna muy animada, en especial por la mejor discoteca del país, ubicada a un costado de la catedral católica.



Todos los años se corre la Media Maratón de Cobán desde 1974 en el tercer fin de semana del mes de mayo, en dicho evento llegan más de 2,500 corredores de todo

el mundo a participar. El evento es reconocido por su dificultad y una organización de clase mundial, es el evento deportivo más grande de



Guatemala y una de las carreras más importantes de Latinoamérica.

Interesantemente, hay numerosos platillos típicos cuyo ingrediente principal es el pavo o “chunto”, como por ejemplo el Kaq'ik. Por lo tanto, los cobaneros aprecian mucho a esta ave. Entre las bebidas que se utilizan en celebraciones y ocasiones especiales, es el cacao que es una bebida amarga donde las semillas de chocolate se muelen y mezclan con otras especias para hacer una especie de batido.

Traje típico

Consta de güipil blanco de “Kembil”, o “Pikbil”, lo confeccionan en telares de mano y tienen la particularidad de que el tejido conlleva en sí figuras de cantaritos, venados, marquesotes o bien la mata de tabaco.

LA ENAGUA, es de color azul oscuro, con cuadrícula pequeñísima, que llega hasta el tobillo.



EL PERRAJE, es de color verde o blanco y rojo, a rayas anchas o pequeñas, toda señora la lleva doblada en la sien, como corona al peinado, que va atado el clásico “TUPUY” rojo que es símbolo de alta jerarquía y fecundación.

CHACHALES Y ANILLOS, lleva la mujer enjoyados los dedos de las manos con múltiples anillos de plata, de los que penden patitos, pajaritos, esferas y animalitos del monte. El Chachal de plata es también collar de monedas antiguas, o bien de esferas o simples cadenas, que rematan en una gran cruz que se llama Cuansh.

Actividades recreativas

El complejo deportivo del Instituto Nacional de la Juventud Alta Verapaz, INJAV, es el Instituto que promueve actividades en los municipios de todo el departamento.

Las diferentes disciplinas están organizadas de tal manera que existe: Asociación de fútbol, Asociación de Baloncesto, Asociación de Natación, ajedrez, béisbol, tenis de mesa y clubes de atletismo.

El Club Cobán Imperial, organización deportiva que representa al departamento en el fútbol nacional, también involucra a la población en actividades sociales y deportivas.

marco contextual y análisis de la audiencia

DATOS DE LA POBLACIÓN

La población económicamente activa (PEA) en promedio es del 37%, de ese porcentaje el 30% son hombres y el 7% son mujeres; el desempleo total agregado es del 42% en hombres y 34% en mujeres. El 53.2% del territorio del departamento es de vocación forestal, el 38,5% puede dedicarse a actividades agrícolas y 4.9% es de vocación pecuaria y el resto para otras actividades productivas. La principal actividad productiva es la agricultura, que genera el 67.7% de producto interno bruto del departamento; la población es mayoritariamente

rural (79%) y el rendimiento agrícola promedio en maíz es de 20.01 quintales por manzana y 9 quintales de frijol por manzana. Un 63% de la fuerza laboral no tiene ninguna instrucción, sólo el 1% de los trabajadores han completado educación primaria; la cobertura educativa del nivel pre-primaria es del 27.6%, nivel primario es del 74%, y nivel medio 11.26%. Los procesos educativos no promueven la integración de nuestra realidad, tanto en metodología como en contenidos.

La tasa bruta de pre-primaria es de 44.4%, primaria 79%, básico 24% , diversificado 12%.

MUNICIPIO	Económicamente activa			Económicamente inactiva		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Cobán	40%	31%	9%	60%	18%	41%
Santa Cruz	38%	28%	10%	62%	21%	41%
San Cristóbal	35%	28%	7%	65%	21%	44%
Tactic	45%	29%	16%	55%	19%	36%
Tamahú	28%	23%	5%	72%	26%	46%
Tucurú	29%	25%	4%	71%	25%	45%
Panzós	33%	29%	4%	67%	21%	46%
Senahú	31%	27%	4%	69%	23%	46%
San Pedro Carchá	40%	32%	7%	60%	17%	43%
San Juan Chamelco	44%	27%	17%	56%	21%	35%
Lanquín	35%	33%	2%	65%	17%	48%
Cahabón	39%	34%	5%	61%	16%	44%
Chisec	34%	29%	6%	66%	23%	43%
Chahal	31%	28%	3%	69%	22%	47%
Fray Bartolomé de las Casas	38%	34%	4%	62%	16%	46%
La Tinta	34%	29%	5%	66%	21%	45%
TOTALES	37.30%	30%	7%	63%	20%	43%

El porcentaje de deserción escolar del nivel pre-primario modalidad bilingüe es de 19%, en párvulos 7%; nivel primario 10%; ciclo básico 7% y diversificado 4%. (Fuente MINEDUC, 2005). Solamente el 43.95% de las mujeres están incorporadas al sistema educativo formal, comparado con un 56.05% de hombres debido a la marginación, pobreza y otros factores. (Fuente MINEDUC 2005). El analfabetismo sigue siendo una materia por superar, según censo 2002, el 48% de la población departamental es analfabeta, de ese porcentaje, el 42% son hombres y el 58% son mujeres, siendo más crítico en el área rural; los municipios, los más afectados son Senahú con un 61%, Tukurú 58%, Panzós 58%, la Tinta 55% y Chisec con 53%.

El analfabetismo repercute en otros problemas sociales, como: pobreza, exclusión y otros; por ejemplo, las víctimas de la violencia intrafamiliar el 67% son analfabetas; el 70% de productores agrícolas de bajos ingresos concentrados en el área rural, son analfabetas.

La esperanza de vida es de 67.4 años, las mujeres con 70.2 años y hombres 64.8 años. (MSPAS/OPS/SF. Guatemala Los Contrastes de Desarrollo Humano /PNUD 1998).

Algunos de los factores que condicionan y determinan el proceso salud -enfermedad, son: aspectos demográficos, geográficos, condiciones de vida; sociales (vivienda, educación, poca participación comunitaria) y religiosas.

Dentro de los problemas más urgentes a tratar están: la mortalidad materna (razón 218.3),

ocasionada en 85% por hemorragias intra parto y sepsis puerperal que pueden ser prevenibles; la mortalidad infantil (tasa 25.0), ocasionada en 68,8 % por Neumonía, Diarrea y Septicemia no especificada, que también se pueden prevenir. (Fuente Área de Salud A.V. 2005)

La falta de certeza jurídica sobre la propiedad de la tierra constituye en Alta Verapaz un problema que ha limitado el acceso al crédito, a los incentivos y las inversiones de capital. En la región del Polochic, el 4% de los propietarios tienen la titulación legal de sus tierras, el 35% no la tienen y el 26% está en proceso, el 17% viven en tierras ociosas y el 10% no hacen la gestión por falta de recurso financiero; situación similar se refleja en todo el departamento. (Fuente: Una Aproximación al Acceso a la Tierra. Debate No. 8 FLACSO 1998).

Actualmente el departamento de Alta Verapaz cuenta con un total de aproximadamente 2,100 Km de carreteras, entre rutas centroamericanas, nacionales, departamentales, municipales y caminos rurales, los cuales permiten la interconexión con sus 16 municipios y centros poblados. Dentro de la red vial del país, para del departamento se encuentran registrados 826.19 Km. de los cuales el 16% está asfaltada; lo que demuestra la urgente necesidad de impulsar proyectos de construcción y asfalto de carreteras en todo el departamento. El potencial de desarrollo del departamento se ve limitado por la falta de vías de comunicación inter departamentales y por ello resulta fundamental la construcción de ejes viales hacia departamentos vecinos (Quiché, Petén, Izabal).

MARCO CONTEXTUAL Y ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA

La Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala (CDAG) Delegación Deportiva Departamental Alta Verapaz tiene 24 deportes: ajedrez, andinismo, atletismo, bádminton, baloncesto, balonmano, beisbol, boxeo, ciclismo, esgrima, físico culturismo, fútbol, judo, karate do, levantamiento de pesas, levantamiento de potencia, motociclismo, natación, patinaje sobre ruedas, taekwondo, tenis de campo, tenis de mesa, tiro deportivo y voleibol, cuenta con 1293 deportistas, niños, adolescentes, adultos, siendo estos 415 hombres y 878 mujeres, provenientes de municipios diferentes entre los que se pueden mencionar: Carchá, Tactic, Chamelco, Santa Cruz, San Cristóbal, entre las edades de 5 a 19 años, la mayoría de religión católica, escolaridad media. De la misma forma cuenta con 31 entrenadores que trabajan en la disciplina deportiva que corresponde y 35 asociaciones. En la C.D.A.G. de Alta Veapaz una de las reglas es que los atletas y entrenadores deben de estar estudiando para así poder formar parte de la C.D.A.G., por lo tanto a pesar que el analfabetismo en Cobán es considerablemente alto (96%) al grupo objetivo al que va dirigido el proyecto es bastante segmentado y así mismo el 100% del grupo objetivo es alfabeto. Sin embargo hoy se caracteriza por la existencia de factores que limitan el desarrollo en el proceso del deporte.

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

GEOGRÁFICO

Región: Departamento de Alta Verapaz, municipio de Cobán.

Tipo de población: Urbana y Rural.

DEMOGRÁFICO

Edad: De 20 a 35 años.

Sexo: Masculino y Femenino.

Nacionalidad: guatemalteca.

Grupo Étnico: Sin distinción alguna

Religión: Todas sin discriminación alguna.

Educación: Media.

Ocupación: práctica del deporte y entrenadores.

Ingresos: salario mínimo. De Q900.00 a Q2,000.00.

PSICOGRÁFICO

Nivel Socioeconómico: B y C.

Estilo de Vida: Personas de niveles socioeconómico medio y bajo, trabajan voluntariamente como entrenadores de las distintas disciplinas con las que cuenta la C.D.A.G. Para poder estar económicamente solventes realizan otro tipo de actividades o trabajos para así poder satisfacer sus necesidades y deseos.

Cuentan con vocación hacia el deporte, muchos de ellos han sobresalido en su respectiva disciplina en años anteriores. Actualmente estudian en el nivel medio o especializado.

Personalidad: Disiplinada, ambiciosa, moderna, con el deseo de apoyar e instruir a las personas interesadas en la práctica del deporte.

GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

GEOGRÁFICO

Región: Departamento de Alta Verapaz, municipio de Cobán.

Tipo de población: Urbana y Rural.

DEMOGRÁFICO

Edad: De 7 a 17 años.

Sexo: Masculino y Femenino.

Nacionalidad: guatemalteca.

Grupo Étnico: Sin distinción alguna.

Religión: Todas sin discriminación alguna.

Educación: Básica y Media.

Ocupación: práctica del deporte, estudiantes.

Ingresos: dependientes de sus padres.

PSICOGRÁFICO

Nivel Socioeconómico: B y C.

Estilo de Vida: Personas de niveles socioeconómico medio y bajo, acomodados que vivan con sus padres para así poder contar con solvencia económica para poder practicar el deporte. Estudian en el nivel medio, son alumnos destacados en sus distintos establecimientos de estudio.

Cuentan con un espíritu competitivo y con vocación hacia el deporte.

Personalidad: Disiplinada, ambiciosa, moderna con el deseo de sobresalir en la disciplina que practica.

Para poder realizar un trabajo acerca de deporte con responsabilidad, eficiencia y que el mensaje llegue de la manera correcta es necesaria la claridad conceptual acerca de los temas relacionados, así como los elementos a utilizar para la realización del mismo.

El deporte se ha constituido en los últimos años por derecho propio en un movimiento social de sorprendentes dimensiones en Guatemala.

El factor competición es, sin duda, uno de los elementos esenciales que hacen que este hecho social adquiera características cada día más complejas en las que busca cada vez mayor perfección y mejores marcas en el rendimiento deportivo. Se llega por tanto, al deporte de alto nivel y este específicamente debe ser tratado como un elemento que forma parte de la sociedad moderna y sometida por tanto a las más útiles y amplias transformaciones, especialmente con los cambios sociales y culturales.

La C.D.A.G. de Alta Verapaz, Cobán ayuda a deportistas de cualquier nivel a igualar y superar sus metas deportivas desarrollando las mismas costumbres y aptitudes que ayudan a los mejores en su búsqueda de la excelencia. El objetivo de todo deportista, independientemente de su nivel, es lograr alcanzar el máximo rendimiento deportivo, para lograr esa meta, se debe someter a un riguroso proceso de de trabajo que habitualmente se denomina preparación física o entrenamiento, para esto la C.D.A.G. cuenta con entrenadores capacitados

en las distintas disciplinas.

A continuación se describen conceptos que serán de utilidad para la elaboración de la pieza, para que la misma cumpla con los objetivos y al mismo tiempo esta sea funcional y cumpla visualemnte con una alta calidad estética.

CONFEDERACIÓN

Una confederación es unión de Estados que conservan su soberanía y se rigen por determinadas leyes comunes. Puede aplicarse al Derecho internacional público como asociación entre estados soberanos, pero también se utiliza en Derecho privado para referirse a una forma de asociación de varias asociaciones con un fin común.

La confederación se diferencia de la federación en que en la primera los miembros mantienen altas cotas de autonomía y el poder central es limitado, mientras que en la segunda los federados renuncian a una parte de sus competencias y el poder central es más fuerte. Es frecuente que los elementos que componen a una Confederación sean a su vez federaciones, y no unidades unitarias.

AUTONOMÍA

Potestad que dentro de un Estado tienen municipios, provincias regiones u otras entidades (naciones) para regirse mediante normas y órganos de gobierno propio y condición de quien, para ciertas cosas, NO DEPENDE DE NADIE.

Potestad de ciertos Entes territoriales para regirse por órganos y normas propias en el marco

de un Estado mayor: los Estados federales garantizan la autonomía de sus miembros. (<http://www.nacioncamba.net/documentos/concepto%20de%20autonomia.htm>)

DEPORTE

Toda actividad física o mental, que esté sujeta reglas o que se haga de forma planificada, puede considerarse como una actividad deportiva.

Desde el enunciado anterior podemos empezar a definir las distintas clasificaciones del mundo del deporte. Deporte físico y deporte mental. El ajedrez es un deporte mental, la natación un deporte físico. El golf un deporte tanto físico como mental. Por poner algunos ejemplos. (pág. Web <http://www.todonatacion.com/deporte/>) 25 de septiembre, 2008

BENEFICIOS DEL DEPORTE

El deporte entendido como actividad motriz representa un fundamento y una condición importante, no sólo para el desarrollo físico, sino también para el desarrollo intelectual y socioafectivo, no debemos analizarla únicamente desde el punto de vista biológico, sino que debemos asumir la repercusión que la misma posee sobre todas las dimensiones del ser humano.

NATURALEZA-DEPORTE

El deporte moldea, temple, organiza y ordena la vida del hombre que lo practica. Por un lado, el deporte nos coloca en el centro de nuestra propia naturaleza, asociándonos con el medio y permitiéndonos ejercitar nuestra competencia, aún hasta para la sobrevivencia

en alguna situación límite que se nos plantee. Por otro lado, el deporte sostiene no sólo al ecosistema social en una suerte de equilibrio positivo, en cuanto permite y estimula la catarsis emocional de grandes masas de personas, sino que además no interviene de ningún modo en la destrucción de los ecosistemas naturales. Muy pocos son los deportes a los que podemos calificar de “contaminantes del medio ambiente”, siendo éstos los más sofisticados y los que utilizan medios mecánicos actualizados.

En todo el universo de los deportes conocidos son muy pocos aquellos que tratan a la naturaleza que los rodea en forma irrespetuosa y, aún así, lo son por poco tiempo.

EL DEPORTE EN GUATEMALA

El desarrollo cultural constituye un factor para robustecer la identidad nacional y la individual, y para potenciar el desarrollo económico a través de las industrias culturales, las artesanías, los adelantos científicos y tecnológicos, y otros bienes que provean bienestar espiritual y material.

La fuerza y el sustento de la interacción y comunicación sociocultural y de la concepción y creatividad artísticas e intelectuales de los guatemaltecos, hombres y mujeres, proviene de su diversidad cultural, lingüística y ecológica; de la fortaleza y dignidad de las familias, comunidades y pueblos; y fundamentalmente, de la capacidad humana de comprender, crear, recrear, construir y emprender.

Los valores, la estética, las artes y otras expresiones culturales constituyen dimensiones imprescindibles para el desarrollo integral de la persona humana: su cultivo y promoción contribuyen a la sostenibilidad del desarrollo humano, a las relaciones armoniosas entre las personas y comunidades, a la convivencia con la naturaleza y a la generación de ideas nuevas y motivaciones para el crecimiento espiritual.

El deporte y la recreación contribuyen a fortalecer el equilibrio físico, mental y espiritual del ser humano. Facilitan la transmisión de valores identitarios, la ética, la disciplina, la honradez y la solidaridad. Son el ejercicio práctico de virtudes como el respeto al otro, la tolerancia y la equidad. El fomento y apoyo a estas actividades humanas constituyen factores activos del desarrollo individual, comunitario y nacional de Guatemala.

ORGANIZACIONES DEPORTIVAS EN GUATEMALA

El Ministerio de Cultura y Deportes trabaja con el deporte recreativo, de la tercera edad, etc., la Dirección de Educación Física, Digef, del Mineduc, se encarga del deporte escolar (niños y niñas de hasta 12 o 13 años de edad), la CDAG a través de sus Federaciones y Asociaciones Nacionales, Departamentales y Delegaciones Departamentales y Municipales, se encarga del deporte federado (atletas de 13 a 19 años) y luego el Comité Olímpico se dedica a los atletas de alto rendimiento que representan al país en justas internacionales, como Juegos Centroamericanos, Centroamericanos y del Caribe, Panamericanos, Bolivarianos, Olímpicos y otros.

CONCEPTOS TÉCNICOS

REVISTA TIPOS DE REVISTA

De los numerosos conceptos y definiciones formulados, tal vez el más significativo es el recogido en la modificación de 1993 del Reglamento de Trabajo de la O.J.D.(2) que, tras distinguir a la revista de otras publicaciones diversas, la define de la siguiente forma: “aquella publicación no diaria de papel, formato y características de impresión distintas a la del diario, cosida y/o encuadernada, y con cubierta”. Dentro de esta categoría se distinguen, además:

- Revista de información general: que se define como “publicación que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado”;
- Revista de información especializada: que es “aquella publicación que es editada con una periodicidad no diaria, y en cuyo contenido editorial otorga habitualmente prioridad a materias o temas especializados y va dirigida a un público lector determinado”;
- Publicación gratuita de interés local: es “aquella publicación gratuita que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado de un área geográfica reducida”.



a) revista de información general



b) revista de información especializada

CARACTERÍSTICAS DE UNA REVISTA

1. **Periodicidad:** como ya sabemos, la revista no puede ser publicada con periodicidad superior a las tres veces por semana, lo que sirve para diferenciarla del diario que, necesariamente, ha de tener una frecuencia superior.

Esta característica, por otra parte, no es de importancia secundaria ya que un periodo más dilatado de aparición permite elaborar la información de forma más profunda y cuidada. Ello favorece la generación de contenidos más propios para ser leídos cuidadosamente y con la tranquilidad necesaria, afectando a la receptividad del lector y, quizá, proporcionando al medio una mayor influencia sobre la opinión del consumidor.

2. **Tendencia a la especialización:** frente al diario, cuya característica resaltante es la universalidad de contenidos y adaptación a los intereses de personas muy diversas, la revista se centra en cierto tipo de asuntos, o bien los enfoca de una manera particular.

3. **Mercados amplios:** las revistas se manifiestan más independientes que el diario de los factores geográficos, seleccionando a sus lectores en función de otros aspectos como, por ejemplo, los contenidos, aficiones, etc. Esta característica está en la base del importante fenómeno de la internacionalización de la revista.

4. **Importancia del diseño:** este es otro de los principales caracteres distintivos. La revista ofrece mayores posibilidades de incorporar al

producto un componente visual cuidado, así como de alcanzar un nivel de acabado muy superior al de los diarios.

LEGIBILIDAD

La puesta en página de texto e imagen debe tener en cuenta principalmente la legibilidad del texto, que se refiere a la facilidad y comodidad con la que el texto se deja leer. El grado óptimo de legibilidad se da cuando el contraste entre tipografía y fondo es máximo, es decir, blanco sobre negro o viceversa. Teniendo en cuenta esto, con las posibles variantes según lo que se quiera comunicar, se puede iniciar una búsqueda de opciones alternativas y hasta que rompan con lo establecido o lo común.

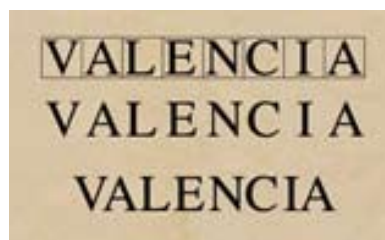
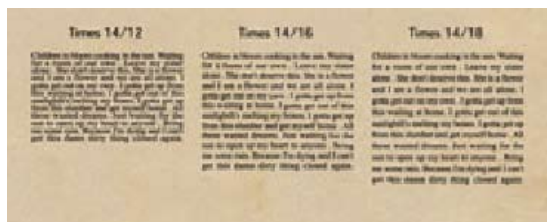
Una vez determinada la tipografía que se va a utilizar, por rendimiento, por lo que transmite o por sentido estético, se busca la mejor combinación de cuerpo (tamaño, generalmente expresado en puntos, de la tipografía) e interlineado (distancia entre líneas, lógicamente se recomienda más grande que el cuerpo de la tipografía, por motivos de legibilidad). En este cálculo se debe tener en cuenta que la cantidad de palabras promedio por línea no debe superar las diez ni ser inferior a siete. En relación con el interlineado se puede decir, por simple comparación, que las líneas demasiado próximas entre sí perjudican la velocidad de lectura puesto que entran al mismo tiempo en el campo óptico el renglón superior e inferior. Lo mismo puede decirse del interlineado excesivo, ya que al lector le cuesta encontrar la unión con la línea siguiente.

EL LEADING O INTERLINEADO

Define el espacio entre las líneas de texto y determina en gran parte su correcta lectura. Como regla general el interlineado deberá ser aproximadamente un 20% mayor que el tamaño de la fuente. Por ejemplo, para un texto de 10 puntos el leading debería ser de 12 puntos, pero siempre teniendo en cuenta que los requerimientos variarán según el texto y la fuente.

EL TRACKING

Afecta al espaciado entre letras (set) o palabras



ALINEADO

El texto puede alinearse de cuatro formas: a la izquierda, a la derecha, justificado y centrado. El alineado a la izquierda es el más natural y dado que las líneas terminan en diferentes puntos, hacen la lectura más legible, al contrario que la alineación a la derecha.

y se utiliza para alterar la densidad visual del texto, actuando globalmente sobre toda la tipografía. Como regla general, cuanto más grande sea el cuerpo más apretado deberá ser el track. Un set uniforme nos proporcionará un color homogéneo del texto y una mayor legibilidad.

EL KERNING

Es similar al tracking sólo que se aplica a determinados pares de caracteres para mejorar su legibilidad. Tanto el track como el kern se miden en unidades relativas al tamaño en puntos de los caracteres. En las imprentas tradicionales, cada letra venía encuadrada en su cajetín por lo que al imprimirla dejaba una zona vacía a su alrededor.



EL TEXTO

Es una unidad lingüística formada por un conjunto de enunciados que tienen una intención comunicativa y que están internamente estructurados. Dicho de otro modo, un texto es un conjunto de enunciados internamente estructurado, producido por un emisor que actúa movido por una intención comunicativa en un determinado contexto.

Para que un conjunto de enunciados pueda ser considerado como un texto es necesaria una serie de relaciones semánticas y gramaticales entre sus elementos de manera que el destinatario pueda interpretarlo como una unidad.

Sus dos principales propiedades son la coherencia y la cohesión.

serifa para su mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos.

Pues bien, es cierto que todos estos puntos facilitan la lectura, la atención, y mejoran el diseño en general, pero todo depende de cómo se traten los elementos y su composición.

Lo importante es que consiga llamar la atención, transmitir un mensaje rápido, y si es capaz de conseguirlo con una frase larga, será igualmente bueno que un anuncio con un titular corto.

LOS TITULARES

Nombran cada artículo o tema a abordar, son los más importantes dentro de cada composición. Es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido. El titular puede ser largo, corto, más o menos grande, no hay leyes sobre este tema, pero sí algunas recomendaciones que parten de estudios realizados.

Lo lógico es que el tamaño del titular sea mayor que el resto de texto que exista en la composición, sin olvidar que aún teniendo diferentes tamaños deben estar equilibrados.

EL SUBTÍTULO

Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma.

Se colocan debajo de los títulos principales, y aportan una información complementaria a la del primer titular principal.

Los subtítulos, se crearon porque los titulares suelen ser muy resumidos y escuetos, y no aportan toda la información necesaria para captar la atención del lector.

Algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que sea tipografía con



Subtítulo

Imagen

Cuerpo del texto

LOS CUERPOS DE TEXTO

Es normalmente el elemento al que menos se le presta atención, bien porque resulta pesado, aburrido, o por la sencilla razón de que en algunas ocasiones, con la imagen (infografía, ilustración...) y el titular ya parece que se han desarrollado los elementos fundamentales, además el texto “nadie lo lee”. La cuestión es tener siempre presente que cuando hablamos de un anuncio, por ejemplo, aunque el tanto por ciento de personas que lean el texto sea bajo, para el que lo lea el cuerpo de texto puede ser nuestro mejor vendedor, por lo que deberemos cuidarlo.

Es quizás por este motivo, por el que debemos prestarle una atención especial al bloque de texto (si lo hay), hacerlo lo más legible y claro posible, procurar que no sea pesado o denso, debemos hacer cruzar la barrera del desinterés. Visualmente ese bloque de texto debe invitar al receptor.

Son considerados el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo, estos bloques de texto se deberán de hacer más legibles, claros y sin carga de saturación ni caos.

Algunos expertos afirman, que el orden de lectura de los documentos es de la siguiente forma:

- Titular.
- Imagen.
- Pies de la imagen.
- Texto, este en último término si los tres

primeros elementos son interesantes para el lector.

PIE DE FOTO

Describe la foto, su nombre y el del autor. Este elemento tiene como misión dar información sobre la fotografía, y normalmente es preciso y no muy denso. Aunque pueda parecer de poca importancia, es uno de los elementos que más se leen, por lo que debemos aportar una información suplementaria a la imagen y que pueda despertar más interés en otros elementos de la composición.

Normalmente al pie de foto se le aplica un cuerpo pequeño (6, 7 u 8 puntos), no debemos pensar que eso evita su poder de atracción o visibilidad, ya que normalmente el receptor se siente atraído tanto por tipografía grande como por cuerpos pequeños en los que hay que esforzarse para saber que dicen.

Al contrario que en la prensa, en publicidad no se suele utilizar mucho. Aunque autores como Ogilvy abogan por su utilización dentro de la publicidad, por el poder de atracción que ejerce sobre el receptor.

LOS ESPACIOS

Los espacios que se encuentran en blanco, no significan nada, pero la composición permite que el texto se lea de una forma más clara y que la composición produzca un efecto visual agradable.

CAJA TIPOGRÁFICA

El sector impreso en todas y cada una de las páginas estará determinado por un límite

virtual llamado caja tipográfica, que dará lugar a cuatro márgenes (superior, inferior, derecho, izquierdo, o interno y externo en el caso de dobles páginas). La dimensión de los márgenes se hará según el criterio de equilibrio más acorde al caso en cuestión. El margen respecto al lomo debe dimensionarse de manera que no perjudique la lectura. Para la elección de la medida de dicho margen hay que tener en cuenta el tipo de encuadernación, ya que según la variante, permitirá mayor o menor apertura de las páginas. En cuanto a los márgenes superior e inferior, deben permitir la ubicación del cabezal, pie de página y folio.

DIAGRAMACIÓN

En un libro se debe organizar el contenido según formas comunicantes y claras, a través de la



diagramación, sin obviar el sentido estético y los valores retóricos de cada caso.

Los elementos que participan del contenido son básicamente: el texto (tipografía), la imagen (fotografía, ilustración, etc.) y el campo visual (formato de la página). Estas tres unidades no pueden funcionar independientemente, sino relacionándose entre sí.

RETÍCULA O GRILLA

Con la retícula, el campo visual dentro de la caja tipográfica puede subdividirse en campos o espacios más reducidos a modo de reja, esto es fundamental para la diagramación, sin grilla no hay diseño editorial serio, los elementos no están desorganizados sobre el plano, sino que está todo organizado, con mayor o menor evidencia, sobre la grilla.

De esta manera se puede ver que, a diferencia de la percepción popular, el diseño y diagramación de un libro no es solamente "tirar" texto en una hoja, usando un procesador de texto, sino que implica una serie de cálculos, decisiones, y conclusiones que debe encarar el diseñador, apoyado en una gran base teórica existente sobre el tema.

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación, consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para la ubicación de los elementos. La finalidad de la retícula

es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada. El diseñador debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), en caso de que éste no se adapte a esa estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.

Las principales ventajas que tiene que ofrecernos una retícula bien diseñada las podemos resumir en tres: repetibilidad, composición y comunicación.

LA RETÍCULA COMPOSITIVA

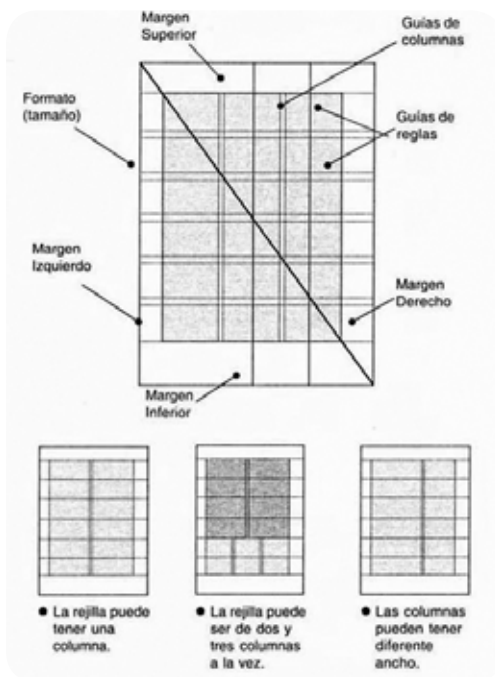
La retícula compositiva, se puede definir como una plantilla, muy útil, cuando necesitamos componer un documento con muchas páginas, que tenga un orden, que sea claro y legible. Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

PLANTILLA Y ESTILO

Por otro lado, tanto las revistas como los periódicos y los libros, deben diseñarse con arreglo a un patrón único, creando de esta forma una sensación de unidad.

Por ejemplo, en un catálogo esa sensación de unidad es manifestada u organizada por medio de columnas o similitud de tamaños en sus elementos. Por otro lado, las revistas combinan más el texto y las imágenes de diferentes tamaños. Lo que queremos decir con esto, es que aun siendo publicaciones con diferencia de contenido, todas utilizan un método común, una plantilla o maqueta para todas sus páginas, de esta forma cada publicación presenta el mismo estilo en todas sus páginas y ediciones.

La plantilla no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada. Por lo general la plantilla se crea a doble página como si la revista estuviese abierta, de esta forma veremos mejor el resultado que va a tener. Puede que tengan modificaciones en secciones diferentes por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a otro en el que expone un artículo, pero en general, las partes comunes o básicas



de una determinada revista seguirán en todas sus publicaciones manteniendo un estilo propio, que se puede basar en:

- Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.
- Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.
- Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.
- Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado.
- El estilo de la portada, secciones, encabezados, paginación...
- En algunos casos la forma de presentar las imágenes y otros elementos ornamentales.

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN

Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro que miramos.

La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades mucho más amplio, ya que son elementos que:

- Proporcionan información.
- Enseñan el producto tal como es.
- Hacen la comunicación más real y creíble.
- Sugieren, expresan sensaciones, estimulan.

La fotografía, aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro.

Debemos procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés.

Hay que tener una idea clara de lo que queremos comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que buscamos.

Un anuncio de revista de una empresa determinada puede utilizar una imagen que represente las características de esta, su identidad y todo lo que la empresa quiera dar a conocer al público. De la misma manera, en la composición de una revista o periódico, nos explica o aclara de forma visual, una situación o noticia. A su vez, las fotografías pueden ser clasificadas por su impacto o llamada de atención.

Por ejemplo, si se quiere representar la seguridad de un coche familiar con la imagen de una o varias personas, puede que la presencia de un niño pequeño sea más eficaz e impactante que la de un adulto.

La ilustración es otra forma de transmitir una idea, un concepto. El dibujo publicitario se ha desarrollado notablemente en los diferentes medios publicitarios.

Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes. Por ejemplo:

-Las rectas pueden expresar fuerza, definición, direccionalidad.

Por otro lado las líneas horizontales reflejan calma y serenidad, y las líneas verticales majestuosidad, superioridad...

-Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad...

En muchos casos muestra una gran dosis de originalidad.

Hay que tener en cuenta que la ilustración dentro de un diseño, no es una parte independiente, sino un elemento que forma parte de una composición, es decir de un todo. El objetivo de una ilustración es llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas.

1. Las figuras, los fondos y todos los elementos que compongan la ilustración han de tener un aspecto agradable y atractivo.
2. Además debemos conseguir, no solo el aspecto estético o de atracción, sino que exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir de lo que queremos comunicar.

FILETES Y CAPITULARES

Filete, líneas que sirven para delimitar recuadros, cuadros, ilustraciones o fotografías o para separar diferentes partes del texto.

Es normal que utilicemos una serie de elementos ornamentales que dotarán al diseño de atractivo y aligerarán diferentes líneas, encuadres, diferentes elementos geométricos...

Estos elementos deben ser utilizados con sentido para reforzar la estructura del contenido y cumplir nuestro objetivo de diseño. Los filetes pueden utilizarse en las publicaciones con fines diversos, pueden

tener una función más ornamental o funcional o una combinación de ambas. Pueden estar dividiendo y estructurando el espacio textual o blanco, también pueden ser utilizados para destacar cierta información de diseño general, como base o colofón de ciertos textos o con una función de direccionalidad.

Si nos destacamos por este recurso gráfico, podremos utilizar una gama amplia de distintos grosores, estilos o colores que nos proporciona cualquier programa de diseño. Aunque la gran variedad de opciones no nos debe hacer perder el estilo que queramos seguir en nuestro diseño, por ejemplo, la utilización de filetes demasiado gruesos con caracteres finos puede hacer que nuestro trabajo se eche a perder y que la composición resulte torpe y chapucera.

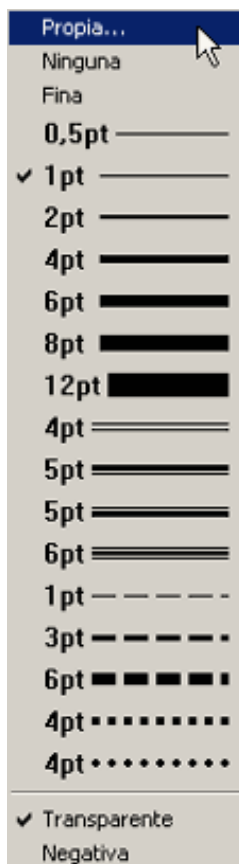
Las líneas deben establecer una relación con la tipografía utilizada en la página así como con el diseño general. Escoger un tipo de línea para nuestro diseño es siempre una decisión que debe ser analizada y justificada conceptualmente, tanto

en cuanto a la intencionalidad como al tipo o estilo de la misma.

A lo largo del tiempo desde los grafitis (q para comunicar algo revistas, hasta la ra Este desarrollo de los medios, ductos, las empresas, factores

Una línea dura y sólida, implicará un carácter más afirmativo que una delicada línea de 0,5 puntos. No tendrá la misma significación ni fuerza una línea de punto fino que una

de trazo grueso o biselada que puede tener una mayor fuerza ornamental.



Es adecuado intentar buscar elementos que se unifiquen o apoyen en la utilización de características comunes, como puede ser la utilización de similares grosores de línea, y posteriormente romper con otras pautas visuales, de forma que el interés visual se vea acrecentado por esa creación de un esquema rígido y posteriormente el rompimiento del mismo.

Cuando estamos utilizando las líneas para marcar los extremos de las páginas o enmarcar el contenido de la página, es recomendable que limitemos el uso de diferentes grosores, ya que el resultado de un exceso de variedad

pueden ser nefastos y caóticos.

LA IMAGEN EN PERIÓDICOS / REVISTAS

La prensa utiliza un papel de mala calidad, poroso y por tanto muy absorbente, por lo que las imágenes no pueden tener una alta resolución y muchos de sus detalles pueden perderse en la reproducción o empastarse la

imagen. En cuanto a las páginas que pueden imprimir en color, puede ser común que las planchas no coincidan, por lo que se pueden producir fácilmente problemas como “fuera de registro”. Esto hace que el medio no sea muy adecuado para muchos productos que necesiten del color o que necesitan dar una imagen viva del producto. Es por ello que casi todos los diarios poseen dominicales, convirtiéndose en una extensión del periódico, que tiene el mismo lector o mayor que ofrecen en ese espacio la calidad de la que carecen en el medio habitualmente.

Sin embargo, las revistas son medios más gráficos que la prensa, en donde la imagen tiene un peso mucho mayor y desde el propio medio se cuida más la selección de imágenes para la edición de la misma. Eso quiere decir en términos publicitarios que nuestro anuncio tendrá que entrar en directa competencia con el nivel gráfico de la propia revista, por lo que tendremos que hacer un esfuerzo para que nuestro anuncio siga teniendo capacidad de impactar o, al menos, llamar la atención del lector. Por lo que en las revistas deberemos ser más exigentes en cuanto a la imagen gráfica que estamos creando para publicitar nuestra empresa, producto o servicio.

Para saber cuales serán los tamaños que tendremos que utilizar en la realización de nuestro anuncio, ya sea para prensa o revista, primero deberemos saber cuales son los tamaños que tiene el medio, el tamaño contratado por nuestro cliente y la ubicación que tendrá el anuncio en la publicación, si será en página izquierda o derecha o si irá sangría. Todos

estos factores deberemos tenerlos en cuenta a la hora de realizar la mejor composición de nuestro anuncio.

DIMENSIÓN ÉTICA

La realización de este proyecto cumple con la responsabilidad social, ya que será utilizado especialmente para fomentar y educar acerca del deporte, a la población del departamento de Alta Verapaz.

Este proyecto tiene repercusión en quienes reciban el mensaje, por la misma razón el diseño va de acorde a su entorno, ya que lo que queremos es influir positivamente, sin alterar valores y costumbres de esta sociedad. Por lo tanto se toma en consideración los valores sociales y culturales del grupo objetivo para poder implementarlo en las piezas gráficas a realizar en este proyecto.

El proyecto será consecuente con la formación educativa y profesional, de modo tal que en su diseño habrá la fusión necesaria entre forma y fondo, ética y estética.

Promoviendo los valores constructivos y de respeto. El diseñador puede inspirar positivamente en la creación de objetivos responsables.

Se considera que este proyecto incidirá incluso en la forma de pensar o de ser de las personas; de allí la responsabilidad social y ética.

DIMENSIÓN FUNCIONAL

Para que el objetivo de nuestro cliente sea efectivo será transmitido a través de una

revista informativa, en la misma se toman en cuenta los aspectos anteriormente descritos que serán implementados para lograr estética y funcionalidad, en los cuales se toma en cuenta:

-el formato: debe de ser adecuado para poder transmitir la información, de una manera eficaz, así mismo debe de ser manejable para el grupo objetivo.

-la tipografía: la tipografía a utilizar debe de ser legible y acorde al documento a realizar.

-el color: se utilizará una analogía de colores según la naturaleza del lugar, ya que es característico de Cobán.

-las fotografías: las fotografías a utilizar serán tomadas específicamente para el proyecto según las necesidades, las mismas serán capturadas en el área de Alta Verapaz.

Mediante una estructura clara, un lenguaje de acuerdo a la población de Cobán, conciso pero ameno, y un diseño atractivo, la pieza gráfica podrá dar la imagen de calidad y servicio.

DIMENSIÓN ESTÉTICA

En este proyecto, el Diseño se asocia fundamentalmente con el concepto de creatividad, reuniendo en éste tanto al aspecto estético como al funcional. Básicamente, consiste en dar forma estética a ideas concebidas en la mente.

Así mismo, se quiere otorgar un material gráfico cuyo lenguaje resulte comprensible, universal y adecuado para el grupo objetivo al que va dirigido el proyecto, además a los parámetros estéticos actuales.



El número de columnas, los colores de las secciones, el estilo de letra para cada sección, para los encabezados, títulos, pie de foto, etc., se basa en conceptos adquiridos a lo largo de estudios del diseño gráfico.

Para el cuerpo de texto se utilizará una tipografía romana, ya que es de fácil legibilidad para las lecturas largas de documentos impresos. Para los titulares se utilizará una tipografía que refleje fuerza y movimiento, ya que el tema a tratar es el deporte y es lo principal que queremos representar por lo tanto se utilizará en itálica.

Mediante una estructura clara, un lenguaje de acuerdo a la población de Cobán, texto conciso pero ameno, y un diseño atractivo la pieza gráfica podrá dar la imagen y lograr el objetivo.

Garamond

bodoni

impact

bauer

Los colores que se utilizarán son el azul y el rojo, ya que el azul aparte de ser institucional de la C.D.A.G., y también nos relaciona con el lugar que es Cobán, ya que es un color frío. Y el rojo nos connota pasión, la cual nos puede ayudar a transmitir la pasión por el deporte.

Se utilizarán fotografías tomadas específicamente para el proyecto según las necesidades, las mismas serán capturadas en el área de Alta Verapaz a atletas de distintas disciplinas.

Debido a que la C.D.A.G. de Alta Verapaz carece de material por el cual puedan divulgar aspectos acerca del deporte a las distintas asociaciones que la integran.

Se vio la necesidad de comunicación entre la C.D.A.G. y las distintas disciplinas conformadas por deportistas y entrenadores, por lo tanto es necesaria la realización de material que cumpla las expectativas de la C.D.A.G. Alta Verapaz.

Se llevará a cabo el diseño de una revista de carácter informativo que llene los aspectos de carácter informativo, llamando la atención del grupo objetivo con la implementación del diseño gráfico.

Se identificó el concepto creativo delimitando el problema encontrado que es la falta de comunicación de una manera eficaz y masiva, por lo tanto la pieza debe ser diseñada bajo un concepto en el que sea posible persuadir al grupo objetivo, tomando en cuenta el entorno que lo rodea, el cual es la naturaleza que caracteriza a Cobán.

Por lo anteriormente descrito, se trabajará el concepto de naturaleza haciendo una relación entre naturaleza y deporte para poder llevar el mensaje. Se trabajará bajo este concepto para guardar las dimensiones éticas, funcionales y estéticas, por lo mismo se trabaja este concepto para que el diseño sea adaptado según su cultura y guardar respeto a la región y para así poder

guardar los valores y no ir a imponer aspectos que no tengan que ver con sus valores.

El método creativo que es utilizado es la lluvia de ideas o brainstorming por ser una vía efectiva para generar ideas sobre un problema en específico y así poder determinar la mejor solución.

Ideas	salud	corazón
Verde	vida	calidad
Deporte forma	disfrutar	Lluvia
simple	motivación	Fuerza
tiempo	celeste	Entrega
anotar	minutos	Naturaleza
cambiar	relajante	Valor
perseverante	objetivo	Raíces
acción	motivo	Juego
disciplina	entrega	valores
cultura	capaz	Competencia
físico	seguridad	Actividad
niños	jóvenes	Superación
bienestar	armonía	

“DONDE UN EQUIPO SE VUELVE DISCIPLINA”

Se utilizará este concepto, ya que encierra el concepto que queremos transmitir, el cual es naturaleza y así mismo incentiva a la unión, el cual es nuestro principal objetivo.

La pieza de comunicación a utilizar es la revista, ya que es una vía fundamental de comunicación con el exterior. Se trata de una herramienta idónea tanto para mantener informados a los deportistas actuales y a los entrenadores de las distintas asociaciones en el deporte al tanto de todas las novedades que se producen en el seno de la empresa como para abrir nuevos mercados e interesar a clientes potenciales. Por este motivo, las publicaciones corporativas deben constituir un fiel reflejo de la imagen de la empresa que representa y, si fuera necesario, contribuir a mejorarla.

Se eligió la revista como pieza gráfica, ya que llega allá donde los entrenadores y nadie más llega y por este medio pueden hacerlo para transmitir lo que se quiere.

Como diseño, la estrategia principal que se elaborará para llamar la atención de nuestro grupo objetivo será la portada de la revista,

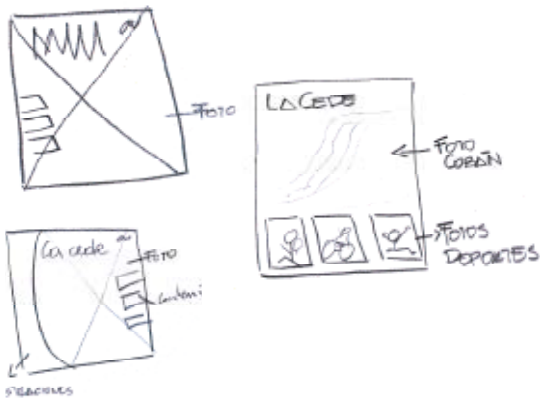
con ella se desea llamar la atención de una forma directa y masiva, el diseño de la portada será lo suficientemente llamativo, así como el nombre y el logo de la misma para captar el interés del grupo objetivo y que este la vea.

Las fotografías son parte fundamental de la estrategia que se estará utilizando en el diseño de la revista, ya que estas serán capturadas del mismo grupo objetivo al que va dirigida. Por lo tanto ellos serán los principales protagonistas de la misma, con esto lo que se quiere lograr es captar el interés del grupo objetivo.

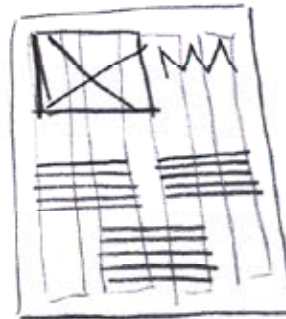
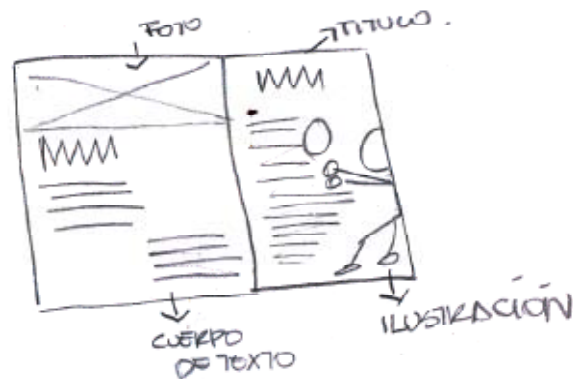
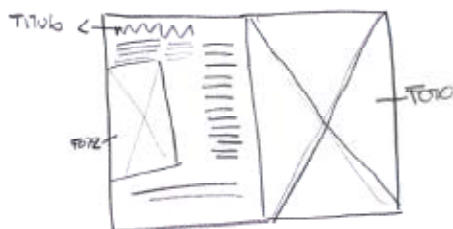
La C.D.A.G. Alta Verapaz será la encargada de la distribución de dicha revista a los entrenadores y atletas, la misma será distribuida en los distintos establecimientos de entrenos, los cuales son “La casa del deportista”, “El polideportivo” y “El gimnasio municipal”.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE BOCETAJE

En este nivel de graficación se plasman las ideas a mano alzada realizadas con la ayuda de un lápiz y borrador, sin ayuda de ningún instrumento adicional para su elaboración. Acá se pueden observar las primeras ideas de estructura de la portada, la diagramación, los espacios, etc. todo a grandes rasgos.

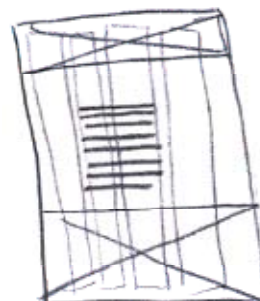


Así mismo se elaboraron bocetos de las posibles estructuras de las páginas interiores y de los elementos a utilizar y también un bosquejo de las posibles columnas a utilizar.



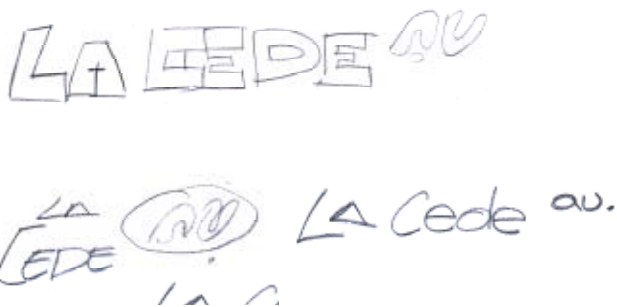
En estos bocetos los espacios a utilizar son de cuatro columnas para poder ordenar el texto, así mismo las fotografías son del tamaño de las columnas y en algunas páginas como en el boceto de arriba se implementó la ilustración para poder integrar la ilustración la fotografía y el texto.

Estas son solo algunas ideas para lograr encerrar el concepto que queremos hacer llegar al grupo objetivo, el cual incentive a la práctica del deporte en equipo.

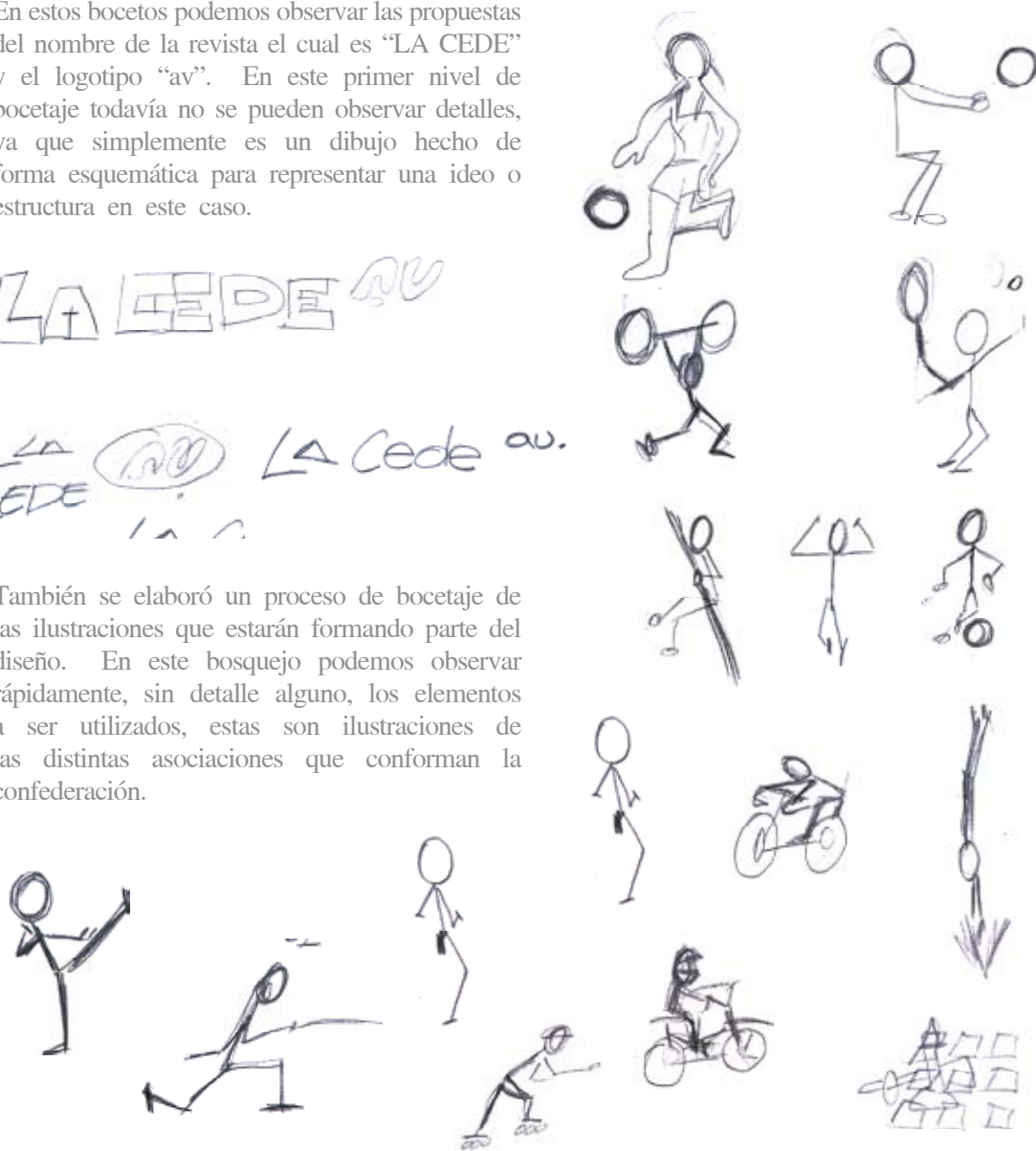


DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE BOCETAJE

En estos bocetos podemos observar las propuestas del nombre de la revista el cual es “LA CEDE” y el logotipo “av”. En este primer nivel de bocetaje todavía no se pueden observar detalles, ya que simplemente es un dibujo hecho de forma esquemática para representar una idea o estructura en este caso.



También se elaboró un proceso de bocetaje de las ilustraciones que estarán formando parte del diseño. En este bosquejo podemos observar rápidamente, sin detalle alguno, los elementos a ser utilizados, estas son ilustraciones de las distintas asociaciones que conforman la confederación.



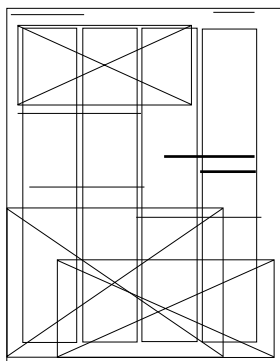
DESCRIPCIÓN DEL
PROCESO DE BOCETAJE

En este primer nivel de graficación se toma en cuenta el tema a tratar en la revista, el cual es deporte y el grupo objetivo al que va dirigida la revista: entrenadores y atletas dedicados al deporte.

El primer paso es la elección del formato, el formato elegido es el carta 11"x 8.5" vertical. Se eligió este formato, ya que es de fácil manipulación por el grupo objetivo y es más sencilla la reproducción de la misma.

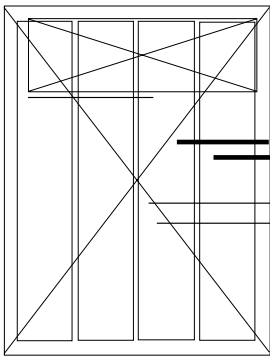
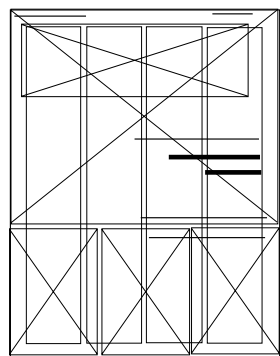
Se elaboraron una serie de trazos para poder iniciar los primeros pasos del bocetaje de las páginas interiores y la portada de la revista.

PORTADA



Acá se muestra donde podrían ir colocados los elementos por orden de importancia los cuales son el nombre, las secciones y las fotografías.

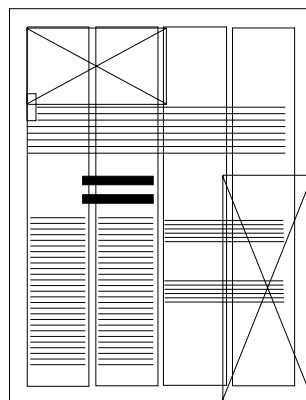
El número de columnas elegido para



empezar a bocetar fue de cuatro columnas para tener una base para empezar a diagramar toda la pieza empezando desde la portada.

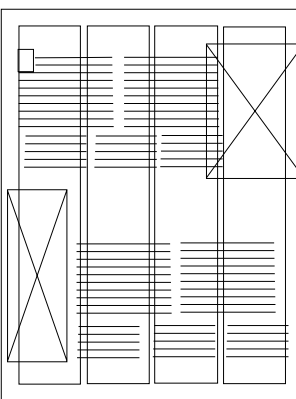
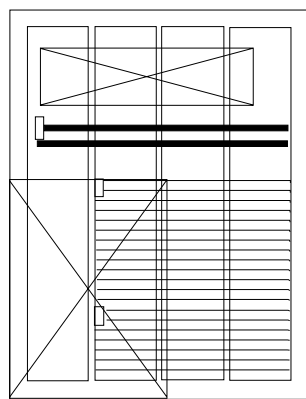
PÁGINAS INTERIORES

En esta sección se grafican las primeras propuestas de páginas interiores.



Se muestra donde podrían ir los elementos de las secciones los cuales son los títulos, los cuerpos de texto y las fotografías.

Al igual que en la portada se utilizan cuatro columnas para poder llevar una unidad en cuanto al tamaño a utilizar en el formato. Los cuerpos de textos serán en su mayoría cortos, debido al tema a tratar que es el deporte, por lo tanto el uso de las fotografías será mayor.



CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN Y SELECCIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Acá se continúa trabajando la portada de la revista empezando por la selección de fotografías a utilizar dependiendo del tema a tratar, en este caso el tema que se tratará en la revista es el deporte en general.

Así mismo se elegirá un nombre para la misma, el nombre que se elegirá deberá ser atractivo y funcional según el grupo objetivo al que va dirigido. Seguido se elaborará un logotipo que deberá cumplir con las principales funciones del mismo, las cuales son la representación del tema, y así mismo tenga relación de alguna manera con el contexto que lo rodea y al que va representando.



Se realizaron los bocetos de portadas con el objetivo de incentivar a hacer deporte, no solo por medio de las fotografías, sino también por medio de los colores. Por esta razón se utilizaron colores y las fotografías de acorde a los objetivos que se quieren alcanzar. Se utilizó el rojo y el azul, ya que son lo suficientemente llamativos y contrastantes y por lo mismo logramos captar la atención del grupo objetivo.

Las fotografías que se utilizan son fotografías que se encuentran en movimiento, esto también nos ayuda a cumplir con nuestro concepto que es incentivar a hacer el deporte.



**CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN
Y SELECCIÓN
DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL**

El nombre que se eligió fue La Cede el cual se relaciona con la C.D.A.G. por homofonía y con lo llamado sede que es conocido como lugar donde tiene su domicilio una entidad deportiva.

El logo a utilizar se relaciona con el contexto que es Alta Verapaz, por lo tanto se utiliza una “a” y una “v” para dar relación al mismo.

tanto se realizaron más propuestas para la integración del mismo. Así mismo fue sugerido el uso solamente de los colores azules y rojos y eliminar completamente el color verde, debido a que los dos colores anteriores son altamente contrastantes y llevan a cabo la función de atraer la atención del grupo objetivo.

También se elaboraron diseños de páginas interiores.



Se realizaron cambios según modificaciones sugeridas por el asesor. Uno de los cambios sugeridos fue la integración del logo, por lo

Cada página interior se realizó según el tema a tratar en la misma.



CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN Y SELECCIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL



Acá podemos ver bocetos realizados para las páginas interiores de la revista ya con las fotografías seleccionadas y el cuerpo de texto debidamente acomodado para dar una buena legibilidad y comprensión del mismo.

La tipografía utilizada en el cuerpo texto fue una letra de la familia romana, ya que por sus serifas ayuda a la lectura del mismo, ya que esta tipografía es especialmente para uso de textos extensos. En los títulos la tipografía a utilizar será la misma que se encuentre en el título de la portada la cual hasta el momento no ha sido definida.

En esta propuesta de página interior ya se ve aplicada la tipografía de la portada con las páginas interiores para que las mismas lleven unión en el diseño, pero todavía no se ve definido el color.



**CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN
Y SELECCIÓN
DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL**

La propuesta gráfica final es resultado de la investigación de la necesidad del cliente y de la investigación del grupo objetivo.

La propuesta es resultado de investigación y previos bocetos, los cuales fueron elaborados en función al grupo objetivo al que va dirigido el material gráfico, los bocetos fueron modificados según el cliente y lo sugerido por consultores de diseño gráfico.

Se eligió esta propuesta ya que es funcional y transmite efectivamente el mensaje que se quiere comunicar a nuestro grupo objetivo.

El logo y el nombre fueron finalmente integrados cumpliendo estos con el objetivo de connotar deporte por su inclinación e incentivar a la práctica del deporte mediante el uso del color rojo.



Para el diseño de la revista, se tomó mucho tiempo de pruebas y toma de decisiones antes de tener una idea clara de lo que se quería para la revista final. En esta parte vamos a describir paso a paso las decisiones que se tomaron.

FORMATO

Para empezar a diseñar la pieza se tuvo que elegir un formato. Se eligió la medida de 8.5" x 11" (tamaño carta) vertical. Tomando en cuenta la facilidad de manipulación para el grupo objetivo y así mismo las facilidades de impresión.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Después de un largo proceso de pruebas y selección de tipografía se llegó a la conclusión que BAUER se utilizara en el título de la revista, ya que es una tipografía clara y legible con un grosor característico que da la sensación de fuerza y sirve de apoyo en el tema del deporte. Así mismo también fue elegida con su característica de itálica que representa movimiento, lo cual también nos ayuda al contexto del deporte.

Esta tipografía fue utilizada en todos los titulares, tanto en la portada como en los de las páginas internas para poder dar unidad al diseño.

Esta tipografía fue utilizada para el nombre y el logo y de esta manera se integra al diseño.

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ° # \$ % / () = ? °

Como segunda tipografía se utilizó una tipografía romana, ya que es la más adecuada para textos largos, gracias a las serifas la lectura se hace continua y menos cansada, la fuente elegida fue la Chaparral por ser altamente legible y versátil y a pesar de ser de la familia de las romanas es bastante juvenil, adecuada para el grupo objetivo al que se dirige la revista.

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¡ # \$ % / () = ? ¡

Como tipografía de apoyo se utilizó la Tipografía Impact. Se eligieron estos tres tipos de fuentes para lograr un buen contraste de estilo.

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¡ # \$ % / () = ? ¡



RETÍCULA

Se decidió hacer una retícula de cinco columnas para así poder organizar adecuadamente las fotografías, los títulos y los bloques de texto, y así jerarquizar los elementos, basado en un sistema estético y funcional.

CÓDIGO CROMÁTICO

El color en el diseño tiene un gran efecto en las personas, el cual permite percibir el mensaje de manera correcta.

La revista está diseñada para poder imprimirse a color (cuatro tintas, CMYK). Principalmente se utilizaron los colores azules de forma icónica, ya que los azules en la C.D.A.G. constituyen el color institucional, el rojo por lo que connota y provoca, el blanco para utilizarlo como contraste.

AZUL

La razón principal por la que se utilizó el color azul es que es primeramente institucional del cliente, segundo que es representativo de Cobán y por último porque refleja el contexto, ya que es un color frío y Cobán es un área fría de mucha lluvia.

Simboliza, la profundidad inmaterial y del frío. Se lo asocia con los introvertidos o personalidades reconcentradas o de vida interior y está vinculado con la circunspección, la inteligencia y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, amistad, fidelidad,

serenidad, sosiego, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso.

EL ROJO

Principalmente se utilizó el rojo ya que es utilizado en el logo de la C.D.A.G., por lo tanto guardan relación entre sí.

Color de pasión, energía vital y en su lado negativo de la violencia. El rojo emite rayos térmicos, es un color caliente y un gran vigorizador. Es el padre de los colores vitalistas.

Meditar en él genera fuerza muscular y potencia física, pero sólo nos potencia de manera rápida, momentánea y muy volcánica. Es el color que más se manifiesta en formas esporádicas y el que menos se ve en la naturaleza. Es el que más se oculta y sin embargo el que más se siente, pues sus efectos son más profundos que los de ningún otro color. Como está muy relacionado con la energía, es muy adecuado para anunciar automóviles, motos, bebidas energéticas, juegos, deportes y actividades de riesgo. En heráldica el rojo simboliza valor y coraje. Es un color muy utilizado en las banderas de muchos países.

BLANCO

Es un color fundamental en diseño, ya que, además de usarse como color para los elementos gráficos y textuales, también define normalmente los espacios vacíos de la composición.

Es el que mayor sensibilidad posee frente

a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia. El blanco crea una impresión luminosa de vacío, positivo infinito.

gráfica poder encerrar todos los deportes bajo una misma línea de diseño.



SIGNOS ICÓNICOS

Las fotografías que se utilizaron fueron capturadas específicamente para este proyecto, fueron tomadas durante la estadía en Alta Verapaz y son de distintos deportes que conforman la asociación. Las mismas son utilizadas en la revista a color, se trabajaron para poder adecuarlas a la revista. Se utilizaron fotografías para que así el grupo objetivo tenga una percepción más real

del tema que se está planteando. Se utilizaron ilustraciones sobre los diferentes deportes para así poder contar con una unidad visual en la pieza y en una misma línea



Para llevar a cabo el diseño de la revista se utilizaron de apoyo los programas de Photoshop CS3, InDesign CS3 y Freehand.

PROPUESTA GRÁFICA
FINAL

PORTADA

-fuente: BAUER
-80pts.
-blanco

NOMBRE

-fuente: BAUER
-72pts.
-rojo

-fuente: BAUER
-80pts.
-rojo

LOGO

DESCRIPCIÓN

-fuente: CHAPARRAL
PRO
-18pts.
-italica
-blanca

SECCIONES

IMAGEN

SECCIONES

-fuente: CHAPARRAL
PRO
-24pts.
-bold italic
-blanca

-fuente: CHAPARRAL
PRO
-18pts.
-bold italic
-negro

-gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70

-rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0

-azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36

-negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100

- gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70
- rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0
- azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36
- negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100

TITULAR (vertical red bar with 'SUMARIO')

SECCIONES (table of contents)

TITULAR (blue bar with 'UN LUGAR DE HISTORIA COBÁN')

CUERPO DE TEXTO (main article text)

PIE DE FOTO (caption below photo)

fuente: CHAPARRAL PRO -12pts. -gris (top right)

fuente: BAUER -12pts. -azul (top left)

fuente: BAUER -14pts. -blanco (middle right)

fuente: BAUER -30pts. -blanco (bottom right)

fuente: CHAPARRAL PRO -12pts. -interlineado: 14pts. -blanca (bottom right)

fuente: CHAPARRAL PRO -itálica -6pts. -blanca (bottom left)

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

-fuente: BAUER
-24pts.
-gris

-fuente: BAUER
-14pts.
-gris

TITULAR

-fuente: CHAPARRAL PRO
-interlineado: 16pts
-16pts.
-bold
-gris

SUBTITULAR

CAPITULAR

CUERPO DE TEXTO

IMAGEN

-fuente: CHAPARRAL PRO
-interlineado: 14pts
-12pts.
-gris

-gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70

-rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0

-azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36

-negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

-fuente: BAUER
-48pts.
-blanco

-fuente: BAUER
-24pts.
-blanco

-fuente: CHAPARRAL
PRO
-interlineado: 16pts
-14pts.
-bold
-gris

CAPITULAR

TITULAR

SUBTITULAR

-gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70

-rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0

-azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36

-negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100



IMAGEN

-fuente: CHAPARRAL
PRO
-interlineado: 14pts
-12pts.
-gris y azul

CUERPO
DE TEXTO

PIE DE
FOTO

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

SUBTITULAR

-fuente: IMPACT
-48pts.
-blanco

-fuente: BAUER
-48pts.
-blanco

TITULAR

DISCIPLINA

tae kwondo



Meditation et de la vie...
 Un esprit clair...
 Taekwondo est...
 Une discipline...
 Taekwondo est...
 Une discipline...
 Taekwondo est...
 Une discipline...

RECORRIDO
 2 taekwondo
 2 taekwondo

IMAGEN

-gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70

-rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0

-azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36

-negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100

CAPITULAR

CUERPO DE TEXTO

-fuente: CHAPARRAL PRO
-interlineado: 14pts
-12pts.
-gris

PIE DE FOTO

PROPUESTA GRÁFICA FINAL



IMAGEN

CAPITULAR

-fuente: CHAPARRAL PRO
-interlineado: 14pts
-12pts.
-gris

CUERPO DE TEXTO

En muchas oportunidades se ha podido constatar que deportistas bien dotados físicamente carecen de la suficiente habilidad psicológica lo cual perjudica profundamente su rendimiento global.

Día a día tanto teórica como prácticamente se va descubriendo el positivo papel que desempeña la imaginación en la actividad deportiva, y ya que todos los deportistas poseen la habilidad imaginativa, se han implementado diferentes métodos para desarrollar la misma y mejorar la "performance" de éstos.

En otros países se han desarrollado programas similares en los que tanto el entrenador como psicólogo deportivo o ambos trabajando juntos, pueden mostrar las bondades del desarrollo de la capacidad imaginativa ligada al deporte a todos los atletas, quienes deberán percibir, comprender y actuar acorde con el programa entre todos realizados.

Estos métodos deberían seguir ciertos pasos para lograr un buen programa. De este modo se debería popularizar la introducción del "training" imaginativo en los deportistas, pro-

cediendo luego a evaluar sus capacidades imaginativas, entendidas en el uso de técnicas básicas, para poder evaluar finalmente en programas similares su imaginación deportiva para cada actividad o juego.

Una imagen vale más que mil palabras... siempre que sea correcta y realizada en condiciones parecidas a aquellas en las que serán practicadas.

DePORTE imaginación

ciclismo

ROMPE TEXTO

-fuente: CHAPARRAL PRO
-interlineado: 27pts
-18pts.
-bold
-blanco

TITULAR

SUBTITULAR

-gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70

-rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0

-azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36

-negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

TITULAR

-fuente: CHAPARRAL
 PRO
 -interlineado: 21pts
 -18pts.
 -bold
 -azul

CAPITULAR

SUBTITULAR

-gris c = 0
 m = 0
 y = 0
 k = 70

-rojo c = 15
 m = 100
 y = 100
 k = 0

-azul c = 100
 m = 90
 y = 10
 k = 36

-negro c = 0
 m = 0
 y = 0
 k = 100

-fuente: CHAPARRAL
 PRO
 -interlineado: 14pts
 -12pts.
 -gris

CUERPO DE TEXTO

IMAGEN

CONTRAPORTADA

IMAGEN

LOGO C.D.A.G.



- gris c = 0
m = 0
y = 0
k = 70
- rojo c = 15
m = 100
y = 100
k = 0
- azul c = 100
m = 90
y = 10
k = 36
- negro c = 0
m = 0
y = 0
k = 100

MÉTODO UTILIZADO PARA LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

En el proceso de validación se utilizará la encuesta para comprobar la eficiencia de la propuesta presentada ante el público. La encuesta es un conjunto de preguntas dirigidas a un grupo representativo de los entrenadores y atletas de Alta Verapaz Cobán que representan la C.D.A.G. de este departamento, con el fin de conocer el grado de resultado que nos proporciona la propuesta.

En la variedad de encuestas existentes en el mercado, se ha eleccionado la encuesta por muestreo, en donde se elige una parte de la población representativa del grupo objetivo. Lo que se pretende es coleccionar la información necesaria para monitorear los resultados y verificar si la propuesta cumple con lo necesario para abarcar los objetivos planteados.

La selección de este tipo de herramienta para la verificación de resultado es por las grandes ventajas que nos ofrece, las cuales presentamos a continuación.

VENTAJAS:

1. Bajo costo que se maneja en la implementación.
2. Permite introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir errores.
3. Rapidez y eficacia en la obtención de resultados.
4. Permite abarcar la mayor cantidad

de la población.

5. Capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

En todo tipo de encuesta, se requiere para su diseño, profesionales con conocimientos de teoría y habilidad en su aplicación.

PLANTEAMIENTO

El proceso de planteamiento y la formulación del cuestionario es vital para el monitoreo de resultados, pues de la forma en que este instrumento se elabore y se redacte dependerán los resultados.

Los resultados no pueden ser claros si un cuestionario es ambiguo o impreciso, por lo tanto se requiere de dedicación y buena redacción utilizando palabras de fácil entendimiento por el grupo objetivo en el momento de la elaboración.

El cuestionario que se presenta para poder saber si la pieza gráfica cumple con el objetivo para el cual fue realizada y así mismo si la misma llena los objetivos planteados con anterioridad, lo cual lo convierte en un cuestionario de preguntas cerradas. Esto ayuda a medir el grado de acuerdo o desacuerdo del informante con respecto al grado de eficacia que se pretende medir.

Para verificar el nivel de eficiencia de la propuesta gráfica elaborada, se formularon preguntas sobre la legibilidad del diseño en general, así como la armonía cromática, los códigos icónicos y tipográficos. También se verifica la importancia del material.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para la comprobación de la eficacia de la propuesta gráfica, la selección de muestra se realizó con las siguientes características:

Género: Masculino y femenino.

Edad: 13 - 30 años.

Región: Municipio de Cobán, departamento de Alta Verapaz.

Nivel socio-económico: medio-bajo y bajo-bajo.

Ingresos: De Q 800.00 mensuales en adelante y dependientes de sus padres.

Ocupación: Entrenadores y atletas.

Escolaridad: Nivel medio y universitario.

Intereses: Viajes, negocios, trabajos, otros.

Ocasión de Compra: Frecuente o eventualmente.

Además del proceso también se contó con la participación de la Junta Directiva de la C.D.A.G. de Alta Verapaz en el proceso de comprobación y aprobación del proyecto realizado. Con estos datos se logró llegar a una propuesta que cumple con los objetivos trazados, además es de la entera satisfacción del cliente.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
LICENCIATURA DE DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL
CURSO: PROYECTO DE GRADUACIÓN

Estimado amigo, se le agradece de antemano su colaboración en esta especie de validación del proyecto de una revista deportiva informativa que se dirigirá a los personas que conforman la C.D.A.G. de Alta Verapaz entre otros entrenadores y deportistas. La información que usted proporcionará, será de gran utilidad para verificar que la revista cumple las funciones para las cuales fue creada.

A continuación encontrará una serie de preguntas relacionadas con la parte gráfica expuestas anteriormente, por favor responda subrayando la opción que correspondiente a lo pedido.

Nombre: _____ Edad: _____ Ocupación: _____

¿Escribió? SI NO

¿Escolaridad? _____

¿Qué le parece el material proporcionado?
Bueno Regular Malo

¿Le agrada como se está tratando el tema del deporte?
SI NO

¿Cómo le fue para usted leer el contenido del material?
FÁCIL NORMAL CON DIFICULTAD

¿Le parece que las fotografías son las adecuadas para la revista?
SI NO

¿Le fueron agradables los colores utilizados en la revista?
Poco Mucho Nada

¿Le agrada y es clara el tipo de letra utilizado en la revista?
SI NO

¿Cree que el desarrollo de este proyecto sea de beneficio para los deportistas?
SI NO

¿Considera de apoyo la revista para la unión de las asociaciones?
SI NO

REALIZACIÓN DE LA VALIDACIÓN

Para el proceso de monitoreo a través de la encuesta, se mandaron los cuestionarios por transporte terrestre junto con la pieza gráfica al departamento de Alta Verapaz.

Los encuestados fueron contactados por la colaboración de una persona que forma parte de la C.D.A.G. en el municipio de Cobán.

La encuesta fue realizada durante horarios de entreno, ya que es el momento en que se puede contar con la participación de los deportistas y entrenadores de las distintas disciplinas.

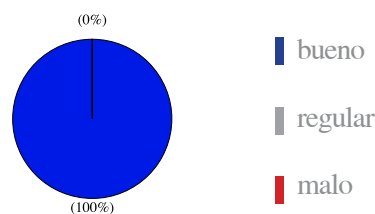
Las reacciones ante la propuesta gráfica final fueron muy positivas.

RESULTADOS

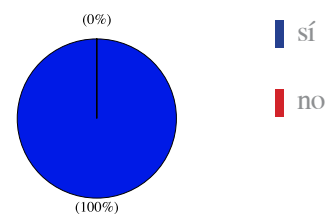
El total de los encuestados fue de 25 personas entre los cuales se contó con 13 del sexo femenino y 12 del sexo masculino, 10 entrenadores y 15 atletas.

A continuación el resultado del monitoreo, en donde se presenta la tabulación en forma gráfica de los datos obtenidos del grupo encuestado (25 personas encuestadas).

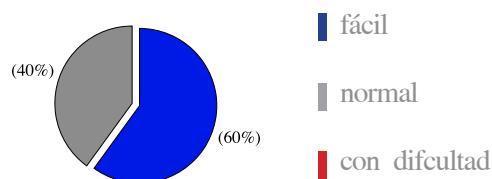
¿QUÉ LE PARECE EL MATERIAL PROPORCIONADO?



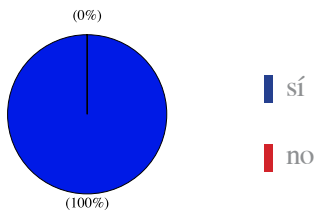
¿LE AGRADA CÓMO SE ESTÁ TRATANDO EL TEMA DEL DEPORTE?



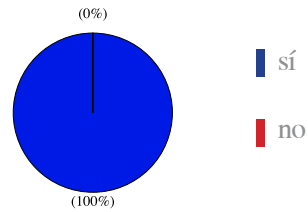
¿CÓMO LE FUE PARA USTED LEER EL CONTENIDO DEL MATERIAL?



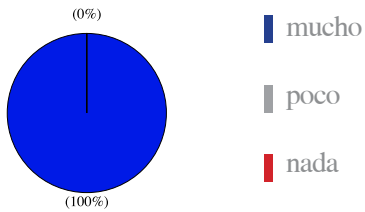
¿LE PARECE QUE LAS FOTOGRAFÍAS SON LAS ADECUADAS PARA LA REVISTA?



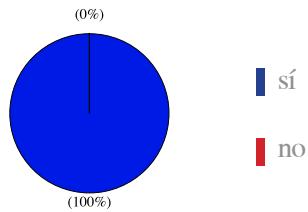
¿CREE QUE EL DESARROLLO DE ÉSTE PROYECTO SEA DE BENEFICIO PARA LOS DEPORTISTAS?



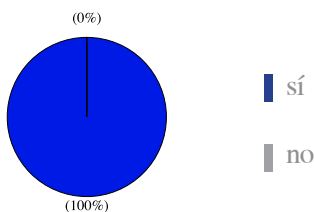
¿LE FUERON AGRADABLES LOS COLORES UTILIZADOS EN LA REVISTA?



¿CONSIDERA DE APOYO LA REVISTA PARA LA UNIÓN DE LAS ASOCIACIONES?



¿LE AGRADA Y ES CLARO EL TIPO DE LETRA UTILIZADO EN LA REVISTA?



RESULTADO

El resultado obtenido en el monitoreo de la factibilidad de la revista, realizado a través de la encuesta fue satisfactoria ya que el grupo objetivo así como las personas de la C.D.A.G. pudieron ubicar todo los objetivos dentro de la pieza.

Con esto se pudo observar que todos los elementos utilizados en la piezas fueron los adecuados, ya que los colores, la tipografías, las fotografías utilizadas fueron de agrado al grupo objetivo. Así mismo el diseño de la misma también fue bien aceptada por ellos, la diagramación les pareció atractiva, el nombre les pareció adecuado y el logo los identifica bien como lo que son, deportistas de alto rendimiento. Así también pudimos ver la necesidad con la que ellos contaban de tener una pieza en común de comunicación entre ellos mismos.

Es recomendable darle seguimiento e ir actualizando la revista para mantener el objetivo principal que es la unión de las distintas asociaciones. Por lo general se hace una mensual o bimestral, este es el tiempo recomendable para mantener informadas a las personas interesadas durante el tiempo en que esta esté en circulación y así poder aprovechar al máximo las ventajas que nos ofrece este medio masivo de comunicación.

La mayor ventaja de una revista informativa es: poder informar masivamente al grupo objetivo sobre temas relacionados con el deporte en este caso.

Anteriormente se había cometido el error de no contar con ningún medio en común por el cual mantener a las distintas asociaciones informadas y que las mismas contaran con una misma pieza a la cual pudieran avocarse para así poder informarse sobre lo que sucede en el deporte en Alta Verapaz Cobán.

Para la realización de la revista como tal se utilizaron los programas de Photoshop CS3, InDesign y Freehand 11.

El plan de medios es la solución a la difusión de la revista y se lleva a cabo mediante la planificación de medios, procedimiento que aplica diferentes técnicas para resolver cómo difundir masivamente la pieza de la manera más rentable y eficaz, al mismo tiempo obtener los objetivos deseados.

Para esto es necesario tener identificado el grupo objetivo que en este caso son entrenadores y atletas de la C.D.A.G. en el municipio de Cobán y así podremos tener un alcance óptimo con este grupo objetivo.

La difusión de la revista será por medio directo prácticamente ya que estará al alcance del grupo objetivo en las instalaciones de la C.D.A.G. de Alta Verapaz.

Estos lugares son los lugares de entrenamiento:

- “Casa del Deportista”
- Gimnasio municipal
- Polideportivo
- Injud



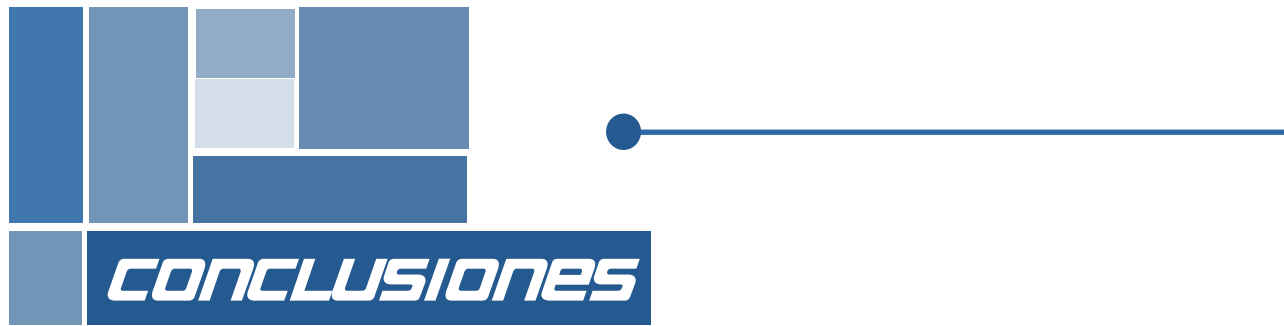
La revista será totalmente gratuita, la misma será patrocinada por la C.D.A.G. de Cobán y cualquiera de las personas que integran las distintas asociaciones o bien personas ajenas a este establecimiento tendrán acceso a ella, hasta agotar existencias.

Así mismo la revista está disponible en la página web de la C.D.A.G. de Cobán en formato PDF descargable y para que se pueda ser impresa, para que también tengan acceso las personas interesadas en la revista por ese medio.

La misma será también promocionada en la página web por medio de banners.



Diseño y conceptualización de la revista, 6 páginas tiro y retiro full color		Q 2,000.00
Cantidad de ejemplares: 1.000		
Formato: Tabloide Refilado (27 x 38 cm) Cerrado		
Páginas: 12 páginas incluyendo portada y contraportada		
Tipo de papel: Papel couché 12grms.		
Colores: Todo full color		
Detalles: Grampas al costado (2) portada y contraportada con barniz uv		Q 14,000.00
Diseño e impresión	TOTAL	Q 16,000.00



CONCLUSIONES

Gracias a la previa investigación realizada sobre la situación encontrada en aspecto del diseño gráfico en la C.D.A.G. de Alta Verapaz Cobán, pudimos ver la necesidad que tenían de una pieza gráfica que les ayudara a comunicarse, y así mismo la unión entre las asociaciones, por esta razón se elaboró una revista como pieza gráfica, tomando en cuenta todos los aspectos desde el entorno del grupo objetivo hasta la correcta implementación de los elementos gráficos.

La mediación del diseñador gráfico, como en cualquier otra actividad editorial, no se puede limitar únicamente a trasladar datos entregados en un formato y diseño propio del tema. Debe además, dar un carácter superior para trascender en la mente del lector y al mismo tiempo cumplir con la función de comunicar.

La labor de diseño gráfico realizada ayudó a crear un material que llenara las expectativas y objetivos del cliente.

En cuanto al proceso de diseño se puede decir que cuando comenzó el proyecto en realidad no se tenían bases muy claras sobre el deporte pero conforme fue avanzando la investigación nos fuimos involucrando en el tema para así poder dar una solución funcional acorde al tema y que en la misma pudieran sentirse identificados los atletas y entrenadores.

Se puede incluir que el aprendizaje obtenido durante la realización de este proyecto fue enorme. Esperamos que esta herramienta de diseño sea para el beneficio de la C.D.A.G. de Alta Verapaz, Cobán.

LIBROS CONSULTADOS

1. Diccionario Enciclopédico de las artes e industrias gráficas: *Martín, E. et Tapiz, L. Barcelona, España, 1981. Ediciones Don Bosco.*
2. Bases del diseño gráfico: *Swann, Alan. Barcelona, España, 1990. Editorial Gustavo Gili, S.A.*
3. Fundamentos del diseño: *Wong, Wucius. Barcelona, España, 1995. Editorial Gustavo Gili, S.A.*
4. Biblioteca del diseño gráfico: *Colaboración Blume. 1994. Primera edición. Naves Internacional de Ediciones S.A.*
5. Fundamentos del diseño: *Gillam Scott, Robert. 1992. Primera reimpresión. Limusa Grupo Noriega Editores.*
6. El arte desde su esencia: *Camón Aznar, José. Madrid, España, 1968. Editorial Espasa-Calpe, S.A.*
7. Guía del diseño gráfico para profesionales: *Jennings, Simon. México, 1995. Editorial Trillas.*
8. El Diseño gráfico: *Hollis, Richard. Slovenia, 2000. Editorial Destino, S.A.*
9. Principios universales de diseño: *Lidwell, Holden et Butler. China, 2005. Editorial Blume.*
10. Ready to use Layouts for Desktop Design: *Davis Collier and Kay Floyd, 1989 Quarto Publishing plc.*
11. Fundamentos y prácticas: *Naturart, S.A, 2005, Blume*

AUTORES CONSULTADOS

- AUTORES MEXICANOS / REVISTAS
- MIGUEL REINOSO: La historia verídica de tu cuerpo (Consejo estatal de la cultura y las artes. Jalisco).
 - Miguel Reinoso : Farawell, Cabo San Lucas, farawell (muestrario telubrio 2007)
 - PEDRO BARZOSA : Brisa adictiva (Santa María Juana ediciones. Río Nilo 3458-203
 - SERGIO CUATECO B.: Agua de Fuego (Editorial IU)
 - RAMÓN RIVERA : La casa del Sarcasmo; Cuentos y relatos
 - VA de NUEZ: Literatura y artes (Guadalajara, Jal. / Nogales Son./ Monterrey N.L. (Dirección María del Rosario Orozco Sánchez)/ Colaboraciones-Publicidad /maram2525@hotmail.com / acequalit@hotmail.com / <http://vadenueznogales.blogspot.com>
 - REVISTA: estarevistasellama blasfemia : publicación deliteraturayculturagráfica / delamuynobleylealciudaddesanluispotosí (Amanda Cárdenas directora editorial, e-mail: estarevista_sellama@yahoo.es)

SITIOS WEB

- es.wikipedia.org/wiki/Deporte
- www.educar.org/Educacionfisicaydeportiva/historia/index.asp
- www.efdeportes.com/efd0/b-histor.htm
- www.confede.org/
- www.comotedeje.com/noticia01204.htm - 32k



ALINEADO

El texto puede alinearse de cuatro formas: a la izquierda, a la derecha, justificado y centrado. El alineado a la izquierda es el más natural y dado que las líneas terminan en diferentes puntos, hacen la lectura más legible, al contrario que la alineación a la derecha.

El texto justificado, es decir, alineado a derecha e izquierda, es estéticamente agradable siempre que el espacio entre letras y palabras sea uniforme y evitemos los típicos huecos llamados 'ríos'. Las alineación centrada otorga al texto una apariencia muy formal pero debe evitarse para textos largos.

AUTONOMÍA

Potestad que dentro de un Estado tienen municipios, provincias regiones u otras entidades (naciones) para regirse mediante normas y órganos de gobierno propio y condición de quien, para ciertas cosas, NO DEPENDE DE NADIE.

Potestad de ciertos Entes territoriales para regirse por órganos y normas propias en el marco de un Estado mayor: los Estados federales garantizan la autonomía de sus miembros. (<http://www.nacioncamba.net/documentos/concepto%20de%20autonomia.htm>)

BENEFICIOS DEL DEPORTE

El deporte entendido como actividad matriz representa un fundamento y una condición importante, no sólo para el desarrollo físico, sino también para el desarrollo intelectual

y socioafectivo, no debemos analizarla únicamente desde el punto de vista biológico, sino que debemos asumir la repercusión que la misma posee sobre todas las dimensiones del ser humano.

BOCETO

Esbozo de un diseño, previo a comenzar una obra o trabajo. Consiste en experimentar con las ideas y formas que pensamos plasmar en el diseño. Al crear estos esbozos tentativos encontramos la dirección que tomará la idea tras el diseño.

CAJA TIPOGRÁFICA

El sector impreso en todas y cada una de las páginas estará determinado por un límite virtual llamado caja tipográfica, que dará lugar a cuatro márgenes (superior, inferior, derecho, izquierdo, o interno y externo en el caso de dobles páginas). La dimensión de los márgenes se hará según el criterio de equilibrio más acorde al caso en cuestión. El margen respecto al lomo debe dimensionarse de manera que no perjudique la lectura. Para la elección de la medida de dicho margen hay que tener en cuenta el tipo de encuadernación, ya que según la variante, permitirá mayor o menor apertura de las páginas. En cuanto a los márgenes superior e inferior, deben permitir la ubicación del cabezal, pie de página y folio.

CAPITULAR

Refiere al tratamiento que se le da en ocasiones a la primera letra de un artículo o capítulo, en un texto. Su condición es tanto ornamental

como también puede servir para guiar al ojo o dar una declaración particular dentro del mismo diseño. Es una letra mayúscula o versal que se aplica al principio de un capítulo o artículo.

CONFEDERACIÓN

Una confederación es unión de Estados que conservan su soberanía y se rigen por determinadas leyes comunes. Puede aplicarse al Derecho internacional público como asociación entre estados soberanos, pero también se utiliza en Derecho privado para referirse a una forma de asociación de varias asociaciones con un fin común.

La confederación se diferencia de la federación en que en la primera los miembros mantienen altas cotas de autonomía y el poder central es limitado, mientras que en la segunda los federados renuncian a una parte de sus competencias y el poder central es más fuerte. Es frecuente que los elementos que componen a una Confederación sean a su vez federaciones, y no unidades unitarias.

CUERPOS DE TEXTO

Es normalmente el elemento al que menos se le presta atención, bien porque resulta pesado, aburrido, o por la sencilla razón de que en algunas ocasiones, con la imagen (infografía, ilustración...) y el titular ya parece que se han desarrollado los elementos fundamentales, además el texto “nadie lo lee”. La cuestión es tener siempre presente que cuando hablamos de un anuncio, por ejemplo, aunque el tanto por ciento de personas que lean el texto sea bajo, para el que lo lea el cuerpo de texto puede ser

nuestro mejor vendedor, por lo que deberemos cuidarlo.

Es quizás por este motivo, por el que debemos prestarle una atención especial al bloque de texto (si lo hay), hacerlo lo más legible y claro posible, procurar que no sea pesado o denso, debemos hacer cruzar la barrera del desinterés. Visualmente ese bloque de texto debe invitar al receptor.

Son los considerados el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo, estos bloques de texto se deberán de hacerse más legibles, claros y sin carga de saturación ni caos.

Algunos expertos afirman, que el orden de lectura de los documentos es de la siguiente forma:

- Titular.
- Imagen.
- Pies de la imagen.
- Texto, este en último término si los tres primeros elementos son interesantes para el lector.

PIE DE FOTO

Describe la foto, su nombre y el del autor. Este elemento tiene como misión dar información sobre la fotografía, y normalmente es preciso y no muy denso. Aunque pueda parecer de poca importancia, es uno de los elementos que más se leen, por lo que debemos aportar una información suplementaria a la imagen y que



pueda despertar más interés en otros elementos de la composición.

Normalmente al pie de foto se le aplica un cuerpo pequeño (6, 7 u 8 puntos), no debemos pensar que eso evita su poder de atracción o visibilidad, ya que normalmente el receptor se siente atraído tanto por tipografía grande como por cuerpos pequeños en los que hay que esforzarse para saber que dicen.

Al contrario que en la prensa, en publicidad no se suele utilizar mucho. Aunque autores como Ogilvy abogan por su utilización dentro de la publicidad, por el poder de atracción que ejerce sobre el receptor.

DEPORTE

Toda actividad física o mental, que este sujeto a reglas o que se haga de forma planificada, puede considerarse como una actividad deportiva.

Desde el enunciado anterior podemos empezar a definir las distintas clasificaciones del mundo del deporte. Deporte físico y deporte mental. El ajedrez es un deporte mental, la natación un deporte físico. El golf un deporte tanto físico como mental. Por poner algunos ejemplos. (pág. Web <http://www.todonatacion.com/deporte/>) 25 de septiembre, 2008

DEPORTE EN GUATEMALA

El desarrollo cultural constituye un factor para robustecer la identidad nacional y la individual, y para potenciar el desarrollo económico a través de las industrias culturales, las artesanías, los adelantos científicos y tecnológicos, y otros bienes que provean bienestar espiritual y

material.

La fuerza y el sustento de la interacción y comunicación sociocultural y de la concepción y creatividad artísticas e intelectuales de los guatemaltecos, hombres y mujeres, proviene de su diversidad cultural, lingüística y ecológica; de la fortaleza y dignidad de las familias, comunidades y pueblos; y fundamentalmente, de la capacidad humana de comprender, crear, recrear, construir y emprender.

Los valores, la estética, las artes y otras expresiones culturales constituyen dimensiones imprescindibles para el desarrollo integral de la persona humana: su cultivo y promoción contribuyen a la sostenibilidad del desarrollo humano, a las relaciones armoniosas entre las personas y comunidades, a la convivencia con la naturaleza y a la generación de ideas nuevas y motivaciones para el crecimiento espiritual.

El deporte y la recreación contribuyen a fortalecer el equilibrio físico, mental y espiritual del ser humano. Facilitan la transmisión de valores identitarios, la ética, la disciplina, la honradez y la solidaridad. Son el ejercicio práctico de virtudes como el respeto al otro, la tolerancia y la equidad. El fomento y apoyo a estas actividades humanas constituyen factores activos del desarrollo individual, comunitario y nacional de Guatemala.

DIAGRAMACIÓN

En un libro se debe organizar el contenido según formas comunicantes y claras, a través de la diagramación, sin obviar el sentido estético y los valores retóricos de cada caso.

Los elementos que participan del contenido son



GLOSARIO

básicamente: el texto (tipografía), la imagen (fotografía, ilustración, etc.) y el campo visual (formato de la página). Estas tres unidades no pueden funcionar independientemente, sino relacionándose entre sí.

DISEÑADOR GRÁFICO

Se refiere a quien, mediante el uso de conocimientos y habilidades adecuadas diseña, actúa y/o proyecta el objeto o producto de diseño, dándole características para volverlo más adecuado, eficiente y estético.

ESPACIOS

Los espacios que se encuentran en blanco, no significan nada, pero la composición permite que el texto se lea de una forma más clara y que la composición produzca un efecto visual agradable.

FILETES Y CAPITULARES

Filete, líneas que sirven para delimitar recuadros, cuadros, ilustraciones o fotografías o para separar diferentes partes del texto.

Es normal que utilicemos una serie de elementos ornamentales que dotarán al diseño de atractivo y aligerarán diferentes líneas, encuadres, diferentes elementos geométricos... Estos elementos deben ser utilizados con sentido para reforzar la estructura del contenido y cumplir nuestro objetivo de diseño. Los filetes pueden utilizarse en las publicaciones con fines diversos, pueden tener una función más ornamental o funcional o una combinación de ambas. Pueden estar dividiendo y estructurando el espacio textual

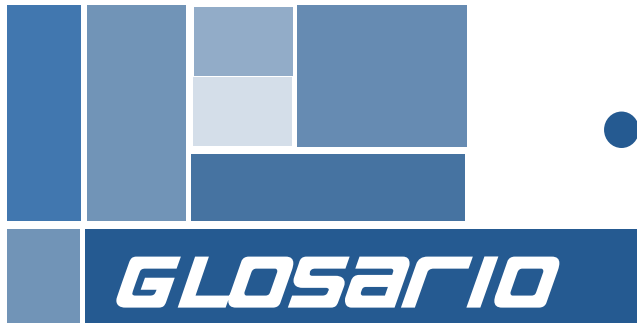
o blanco, también pueden ser utilizados para destacar cierta información de diseño general, como base o colofón de ciertos textos o con una función de direccionalidad.

Si nos destacamos por este recurso gráfico, podremos utilizar una gama amplia de distintos grosores, estilos o colores que nos proporciona cualquier programa de diseño. Aunque la gran variedad de opciones no nos deben hacer perder el estilo que queramos seguir en nuestro diseño, por ejemplo, la utilización de filetes demasiados gruesos con caracteres finos puede hacer que nuestro trabajo se eche a perder y que la composición resulte torpe y chapucera.

Las líneas deben establecer una relación con la tipografía utilizada en la página así como con el diseño general. Escoger un tipo de línea para nuestro diseño es siempre una decisión que debe ser analizada y justificada conceptualmente, tanto en cuanto a la intencionalidad como al tipo o estilo de la misma.

Una línea dura y sólida, implicará un carácter más afirmativo que una delicada línea de 0,5 puntos. No tendrá la misma significación ni fuerza una línea de puntos fina que una de trazo grueso o biselada que puede tener una mayor fuerza ornamental.

Es adecuado intentar buscar elementos que se unifiquen o apoyen en la utilización de características comunes, como puede ser la utilización de similares grosores de línea, y posteriormente romper con otras pautas



visuales, de forma que el interés visual se vea acrecentado por esa creación de un esquema rígido y posteriormente el rompimiento del mismo.

Cuando estamos utilizando las líneas para marcar los extremos de las páginas o enmarcar el contenido de la página, es recomendable que limitemos el uso de diferentes grosores, ya que el resultado de un exceso de variedad pueden ser nefastos y caóticos.

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN

Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro que miramos.

La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades mucho más amplio, ya que son elementos que:

- Proporcionan información.
- Enseñan el producto tal como es.
- Hacen la comunicación más real y creíble.
- Sugieren, expresan sensaciones, estimulan.

La fotografía aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro.

Debemos procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés.

Hay que tener una idea clara de lo que queremos comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que buscamos.

Un anuncio de revista de una empresa determinada, puede utilizar una imagen que represente las características de esta, su identidad, y todo lo que la empresa quiera dar a conocer al público. De la misma manera, en la composición de una revista o periódico, nos explica o aclara de forma visual, una situación o noticia. A su vez, las fotografías pueden ser clasificadas por su impacto o llamada de atención.

Por ejemplo, si se quiere representar la seguridad de un coche familiar con la imagen de una o varias personas, puede que la presencia de un niño pequeño sea más eficaz e impactante que la de un adulto.

La ilustración es otra forma de transmitir una idea, un concepto. El dibujo publicitario se ha desarrollado notablemente en los diferentes medios publicitarios.

Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes. Por ejemplo:

-Las rectas pueden expresar fuerza, definición, direccionalidad.

Por otro lado las líneas horizontales reflejan calma y serenidad, y las líneas verticales majestuosidad, superioridad...

-Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad...

En muchos casos muestra una gran dosis de originalidad.

· Hay que tener en cuenta que la ilustración dentro



GLOSARIO

de un diseño, no es una parte independiente, sino un elemento que forma parte de una composición, es decir de un todo. El objetivo de una ilustración es llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas.

1. Las figuras, los fondos y todos los elementos que compongan la ilustración han de tener un aspecto agradable y atractivo.
2. Además debemos conseguir, no solo el aspecto estético o de atracción, sino que exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir de lo que queremos comunicar.

KERNING

Es similar al tracking sólo que se aplica a determinados pares de caracteres para mejorar su legibilidad. Tanto el track como el kern se miden en unidades relativas al tamaño en puntos de los caracteres. En las imprentas tradicionales, cada letra venía encuadrada en su cajetín por lo que al imprimirla dejaba una zona vacía a su alrededor.

LEGIBILIDAD

La puesta en página de texto e imagen debe tener en cuenta principalmente la legibilidad del texto, que se refiere a la facilidad y comodidad con la que el texto se deja leer. El grado óptimo de legibilidad se da cuando el contraste entre tipografía y fondo es máximo, es decir, blanco sobre negro o viceversa. Teniendo en cuenta esto, con las posibles variantes según lo que se quiera comunicar, se puede iniciar una

búsqueda de opciones alternativas y hasta que rompan con lo establecido o lo común.

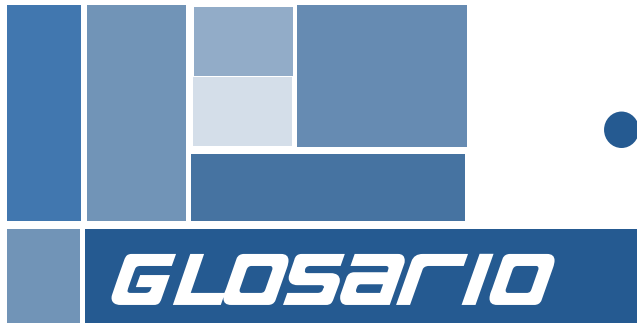
Una vez determinada la tipografía que se va a utilizar, por rendimiento, por lo que transmite o por sentido estético, se busca la mejor combinación de cuerpo (tamaño, generalmente expresado en puntos, de la tipografía) e interlineado (distancia entre líneas, lógicamente se recomienda más grande que el cuerpo de la tipografía, por motivos de legibilidad). En este cálculo se debe tener en cuenta que la cantidad de palabras promedio por línea no debe superar las diez ni ser inferior a siete. En relación con el interlineado se puede decir, por simple comparación, que las líneas demasiado próximas entre sí perjudican la velocidad de lectura puesto que entran al mismo tiempo en el campo óptico el renglón superior e inferior. Lo mismo puede decirse del interlineado excesivo, ya que al lector le cuesta encontrar la unión con la línea siguiente.

LEADING O INTERLINEADO

Define el espacio entre las líneas de texto y determina en gran parte su correcta lectura. Como regla general el interlineado deberá ser aproximadamente un 20% mayor que el tamaño de la fuente. Por ejemplo, para un texto de 10 puntos el leading debería ser de 12 puntos, pero siempre teniendo en cuenta que los requerimientos variarán según el texto y la fuente.

LOGOTIPO

Grafismo que sirve a una entidad o un grupo



de personas para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes y/o qué representan. Es la imagen fundamental de cualquier entidad y de varios productos. Es la cara de éstas y debe relejar su carácter.

NATURALEZA-DEPORTE

El deporte moldea, temple, organiza y ordena la vida del hombre que lo practica.

Por un lado, el deporte nos coloca en el centro de nuestra propia naturaleza, asociándonos con el medio y permitiéndonos ejercitar nuestra competencia, aún hasta para la sobrevivencia en alguna situación límite que se nos plantee. Por otro lado, el deporte sostiene no sólo al ecosistema social en una suerte de equilibrio positivo, en cuanto permite y estimula la catarsis emocional de grandes masas de personas, sino que además no interviene de ningún modo en la destrucción de los ecosistemas naturales. Muy pocos son los deportes a los que podemos calificar de “contaminantes del medio ambiente”, siendo éstos los más sofisticados y los que utilizan medios mecánicos actualizados.

En todo el universo de los deportes conocidos son muy pocos aquellos que tratan a la naturaleza que los rodea en forma irrespetuosa y, aún así, lo son por poco tiempo.

ORGANIZACIONES DEPORTIVAS EN GUATEMALA

El Ministerio de Cultura y Deportes trabaja con el deporte recreativo, de la tercera edad, etc., la Dirección de Educación Física, DigeF,

del Mineduc, se encarga del deporte escolar (niños y niñas de hasta 12 o 13 años de edad), la CDAG a través de sus Federaciones y Asociaciones Nacionales, Departamentales y Delegaciones Departamentales y Municipales, se encarga del deporte federado (atletas de 13 a 19 años) y luego el Comité Olímpico se dedica a los atletas de alto rendimiento que representan al país en justas internacionales, como Juegos Centroamericanos, Centroamericanos y del Caribe, Panamericanos, Bolivarianos, Olímpicos y otros.

PLANTILLA Y ESTILO

Por otro lado, tanto las revistas como los periódicos y los libros, deben diseñarse con arreglo a un patrón único, creando de esta forma una sensación de unidad.

Por ejemplo, en un catálogo esa sensación de unidad es manifestada u organizada por medio de columnas o similitud de tamaños en sus elementos. Por otro lado, las revistas combinan más el texto y las imágenes de diferentes tamaños. Lo que queremos decir con esto, es que aun siendo publicaciones con diferencia de contenido, todas utilizan un método común, una plantilla o maqueta para todas sus páginas, de esta forma cada publicación presenta el mismo estilo en todas sus páginas y ediciones.

La plantilla no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada. Por lo general la plantilla se crea a doble página como si la revista estuviese abierta, de esta forma veremos mejor el resultado que va a tener. Puede que tengan modificaciones

en secciones diferentes por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a otro en el que expone un artículo, pero en general, las partes comunes o básicas de una determinada revista seguirán en todas sus publicaciones manteniendo un estilo propio, que se puede basar en:

- Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.
- Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.
- Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.
- Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado.
- El estilo de la portada, secciones, encabezados, paginación...
- En algunos casos la forma de presentar las imágenes y otros elementos ornamentales.

RETÍCULA COMPOSITIVA

La retícula compositiva se puede definir como una plantilla, muy útil, cuando necesitamos componer un documento con muchas páginas, que tenga un orden, que sea claro y legible. Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

RETÍCULA O GRILLA

Con la retícula, el campo visual dentro de la caja tipográfica puede subdividirse en campos o espacios más reducidos a modo de reja, esto

es fundamental para la diagramación, sin grilla no hay diseño editorial serio, los elementos no están desorganizados sobre el plano, sino que está todo organizado, con mayor o menor evidencia, sobre la grilla.

De esta manera se puede ver que, a diferencia de la percepción popular, el diseño y diagramación de un libro no es solamente “tirar” texto en una hoja, usando un procesador de texto, sino que implica una serie de cálculos, decisiones, y conclusiones que debe encarar el diseñador, apoyado en una gran base teórica existente sobre el tema.

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación, consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para la ubicación de los elementos. La finalidad de la retícula es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada. El diseñador debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), en caso de que éste no se adapte a esa estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.

Las principales ventajas que tiene que ofrecemos una retícula bien diseñada las podemos



resumir en tres: repetibilidad, composición y comunicación.

REVISTA TIPOS DE REVISTA

De los numerosos conceptos y definiciones formulados, tal vez el más significativo es el recogido en la modificación de 1993 del Reglamento de Trabajo de la O.J.D.(2) que, tras distinguir a la revista de otras publicaciones diversas, la define de la siguiente forma: “aquella publicación no diaria de papel, formato y características de impresión distintas a la del diario, cosida y/o encuadernada, y con cubierta”. Dentro de esta categoría se distinguen, además:

- a) “Revista de información general”: que se define como “publicación que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado”;
- b) “Revista de información especializada”: que es “aquella publicación que es editada con una periodicidad no diaria, y en cuyo contenido editorial otorga habitualmente prioridad a materias o temas especializados y va dirigida a un público lector determinado”;
- c) “Publicación gratuita de interés local”: es “aquella publicación gratuita que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado de un área geográfica reducida”.

SUBTÍTULO

Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma.

Se colocan debajo de los títulos principales, y aportan una información complementaria a la del primer titular principal.

Los subtítulos se crearon porque los titulares suelen ser muy resumidos y escuetos, y no aportan toda la información necesaria para captar la atención del lector.

TEXTO

Es una unidad lingüística formada por un conjunto de enunciados que tienen una intención comunicativa y que están internamente estructurados. Dicho de otro modo, un texto es un conjunto de enunciados internamente estructurado, producido por un emisor que actúa movido por una intención comunicativa en un determinado contexto.

Para que un conjunto de enunciados pueda ser considerado como un texto es necesario una serie de relaciones semánticas y gramaticales entre sus elementos de manera que el destinatario pueda interpretarlo como una unidad.

Sus dos principales propiedades son la coherencia y la cohesión.

TITULARES

Nombran cada artículo o tema a abordar, son los más importantes dentro de cada composición. Es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar



GLOSARIO

la atención e introducir al resto del contenido. El titular puede ser largo, corto, más o menos grande, no hay leyes sobre este tema, pero si algunas recomendaciones que parten de estudios realizados.

un color homogéneo del texto y una mayor legibilidad.

Algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que sea tipografía con serifa para su mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos.

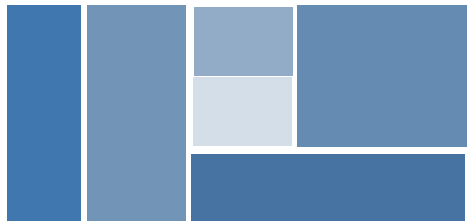
Pues bien, es cierto que todos estos puntos facilitan la lectura, la atención, y mejoran el diseño en general, pero todo depende de como se traten los elementos y su composición.

Lo importante es que consiga llamar la atención, transmitir un mensaje rápido, y si es capaz de conseguirlo con una frase larga, será igualmente bueno que un anuncio con un titular corto.

Lo lógico es que el tamaño del titular sea mayor que el resto de texto que exista en la composición, sin olvidar que aún teniendo diferentes tamaños deben estar equilibrados.

TRACKING

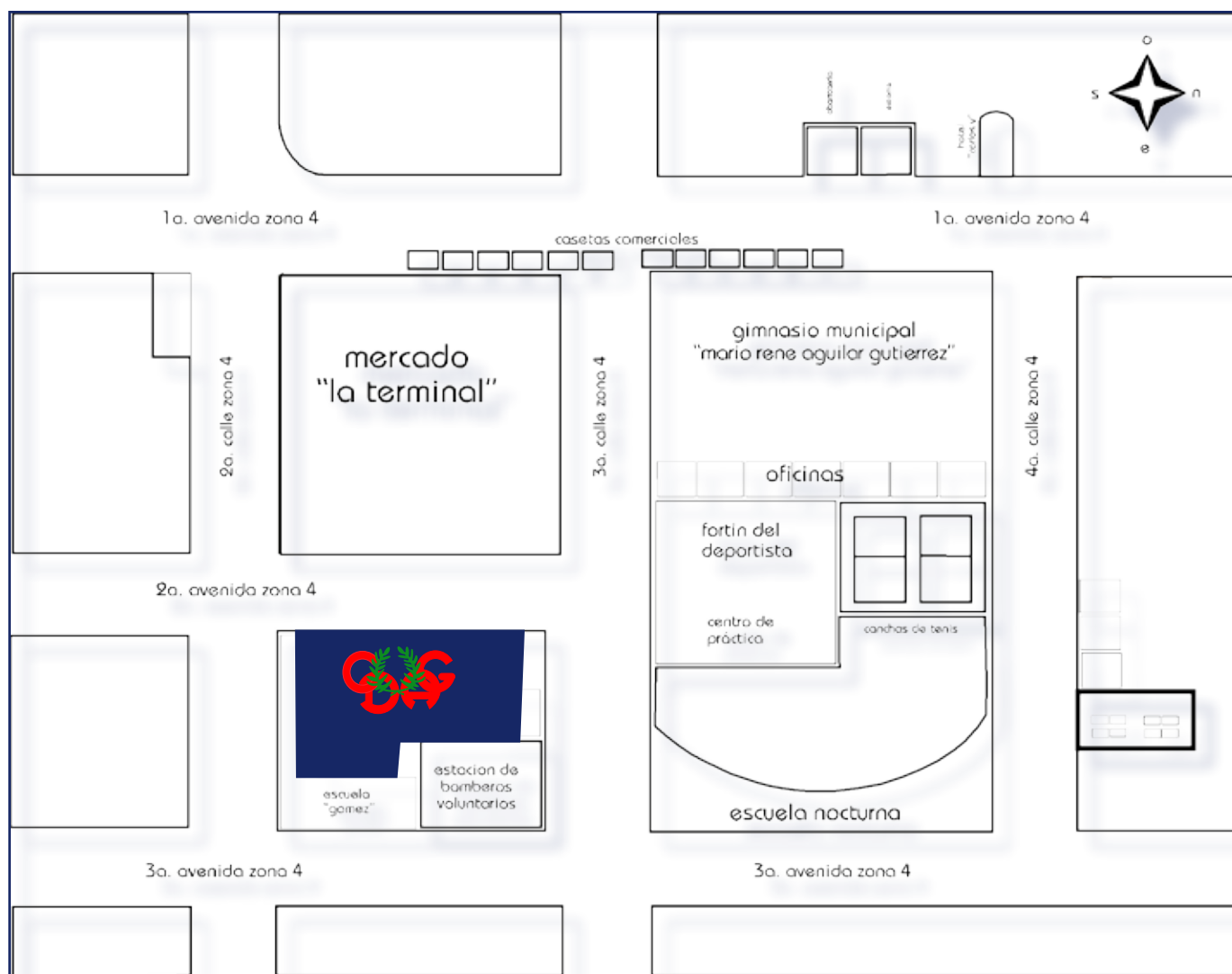
Afecta al espaciado entre letras (set) o palabras y se utiliza para alterar la densidad visual del texto, actuando globalmente sobre toda la tipografía. Como regla general, cuanto más grande sea el cuerpo más apretado deberá ser el track. Un set uniforme nos proporcionará



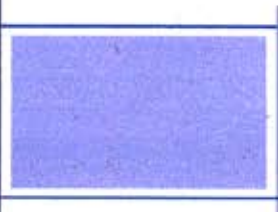
anexos



anexos



CONFEDERACIÓN AUTÓNOMA DE GUATEMALA
DELEGACIÓN DEPORTIVA DEPARTAMENTAL ALTA VERAPAZ COBÁN



Diseño de Revista Institucional para
la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala,
Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO



Licda. Emperatriz Pérez
ASESOR



Licda. Isabel Meléndez
ASESOR



Idy Donis
SUSTENTANTE



AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

Agradezco y dedico mi proyecto primeramente a Dios, por ser mi mejor amigo, mi fortaleza, por darme todo lo que tengo y no dejarme caer jamás.

Agradezco a mis asesores de proyecto, Licda. Emperatriz Pérez, Licda. Isabel Meléndez y Lic. Gustavo Ortiz, por asesorarme a lo largo de este proyecto y acompañarme en este camino que hoy culmina en el presente proyecto, por compartir sus conocimientos conmigo, por su confianza, paciencia, disposición en todo momento e inspirar en mí mucha admiración.

Este proyecto no hubiera sido posible sin el apoyo de la C.D.A.G. Delegación Deportiva Departamental Alta Verapaz, Cobán.

A mi madre y mi hermana, por darme la estabilidad emocional, económica, sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes. GRACIAS por darme la posibilidad de que de mi boca salga esa palabra...FAMILIA. Madre, serás siempre mi inspiración para alcanzar mis metas, por enseñarme que todo se aprende y que todo esfuerzo es al final recompensa. Tu esfuerzo, se convirtió en tu triunfo y el mío, TE QUIERO MUCHO.

A los Chatos, Fam. Mijangos por el cariño y confianza que me brindan en todo momento pero sobre todo estar cada uno a su manera, respaldándome para alcanzar mis objetivos.

A la Fam. Donis, hermanos, primos, tíos, a todos agradezco y dedico por formar de alguna forma parte de mi vida ya sea lejos o cerca.

A ti, por todos los gratos momentos que hemos compartido juntos, tu verdadero apoyo durante la realización de este proyecto y formar parte de mi vida.

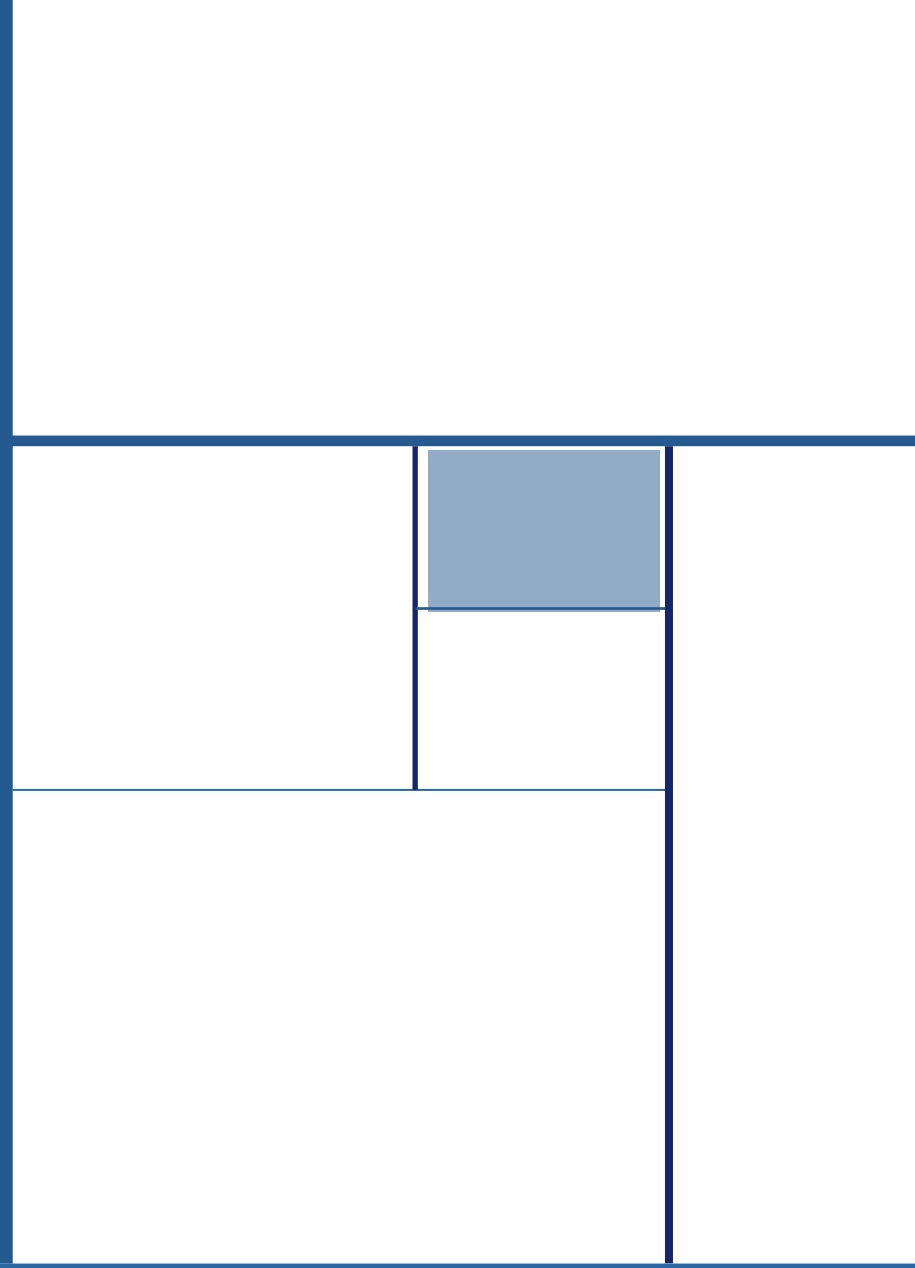
A todos mis amigos pasados y presentes; pasados por ayudarme a crecer y madurar como persona, y presentes por estar siempre conmigo apoyándome en todo las circunstancias posibles, también son parte de esta alegría, LOS RECUERDO.

Dedico y agradezco este proyecto a todo los licenciados/as, arquitectos/as que fueron parte de mi formación académica que de alguna forma forman parte de lo que ahora soy.

Son tantas personas a las cuales debo parte de este triunfo, de lograr alcanzar mi culminación académica, la cual es el anhelo de todos los que así lo deseamos.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.





Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura Diseño Gráfico, Editorial



arquitectura

Guatemala, Marzo del 2009