



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



arquitectura



diseño gráfico
U S A C

DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO

para informar y orientar al vecino sobre los procedimientos para la realización de sus trámites en la Municipalidad de Villa Nueva

Proyecto de Graduación presentado por

Ana Gabriela Reyna Herrera

para optar al título de

Licenciada en Diseño Gráfico con orientación en Editorial
egresada de la Facultad de Arquitectura
de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, octubre de 2007

DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO
para informar y orientar al vecino sobre los procedimientos para la realización de sus trámites en la Municipalidad de Villa Nueva

Índice

Capítulo 1

Página

INTRODUCCIÓN

1.1	ANTECEDENTES	2
1.2	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3	JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1	Magnitud	5
1.3.2	Trascendencia	5
1.3.3	Vulnerabilidad	5
1.3.4	Factibilidad	6
1.4	OBJETIVOS	6
1.4.1	General	6
1.4.2	Específicos	6

Capítulo 2

PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

2.1	PERFIL DEL CLIENTE Y EL SERVICIO QUE BRINDA	9
2.2	GRUPO OBJETIVO	10

Capítulo 3

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1	REFERENTE TEÓRICO (MARCO TEÓRICO)	13
3.1.1	Conceptos sobre el tema del proyecto	13
a)	Manual	13
b)	Guía	13
c)	Orientar	14
d)	Vecino	14
e)	Servicios	14
f)	Servicios Públicos	15
g)	Municipalidad	15
3.1.2	Conceptos relacionados con el tema de diseño	16
a)	Infografía	16
b)	Gráfica	16
c)	Medios impresos	16
d)	La línea	17
e)	Línea editorial	22
f)	Tipografía	23
g)	Letra Arial	23
h)	Century Gothic	24
i)	Verdana	24
j)	Fotografía	24
k)	Angulación del encuadre	25
l)	Toma a nivel	26
m)	Tipos de fotografía	26
n)	Monocromía	28
o)	El color	28
p)	Exhibidor	33
q)	Folleto	33
r)	Fichero	34
s)	Materiales OSB, MDF y aglomerado	34
t)	Hoja de fibra de densidad media (MDF)	34
u)	Aglomerado	34
v)	Hoja de fibra orientada OSB	34
w)	Vinilo Adhesivo MATE	35
x)	Vinilo Adhesivo Brillo	36

Capítulo 4

CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

4.1	CONCEPTO CREATIVO	38
a)	La lluvia de ideas	39
b)	Antónimos	40
c)	Arte de preguntar	41
4.2	PROCESO DE BOCETAJE	42
4.2.1.	Proceso de selección de tipografía	42
4.2.2.	Proceso de pre-bocetaje para las fichas informativas	47
4.2.3.	Propuestas finales	58
4.3	PROCESO DE PRE-BOCETAJE PARA EL FICHERO EN EL QUE SE COLOCARÁN LAS FICHAS INFORMATIVAS	62
4.3.1.	Proceso de bocetaje del fichero	64

Capítulo 5

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA

FINAL

5.1	GRÁFICAS SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	70
5.2	PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN	79
5.3	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.4	LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA	92
	Glosario	93
	Bibliografía	98
	ANEXOS	100

NÓMINA

DE AUTORIDADES

Junta directiva de la Facultad de Arquitectura

Decano de la Facultad de Arquitectura
Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I
Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz

Vocal II
Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes

Vocal III
Arq. Carlos Enrique Martini Herrera

Vocal IV
Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano

Vocal V
Juan Diego Alvarado Castro

Secretario
Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Tribunal examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Lic. Gustavo Ortiz Perdomo

Licda. Marlene Martínez Portillo

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

Asesores

Lic. Gustavo Ortiz Perdomo

Licda. Marlene Martínez Portillo

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

DEDICATORIA

A Dios y la Virgen María

Por permitirme el don de la vida.

A mis padres

Ubaldino Reyna y
Leticia Herrera de Reyna

Porque son el mejor ejemplo de amor, responsabilidad y honestidad en mi vida, por confiar en mí. Papitos, este triunfo es de ustedes.

A mis hermanos

Ericka L. Reyna de Mayen
Walter U. Reyna Herrera

Porque siempre he contado con todo su apoyo de forma incondicional. Comparto mi triunfo con ustedes.

A mi esposo

Jairo B. Rodríguez

Por creer en mí, por su amor y por ayudarme incansablemente a alcanzar mis metas. Este triunfo, también es tuyo.

A mis hijos

Ana Paula Rodríguez Reyna
Pablo Daniel Rodríguez Reyna

Por ser mi fuente de motivación e inspiración.

A mis cuñados y sobrinos

Juan Antonio Mayen, Claudia de Reyna
Valeria, Mariana Mayen Reyna y
Diego Reyna

Por ser parte importante en mi vida.

A mis compañeros y amigos

Por todos los momentos que compartimos juntos. Los llevo en mi corazón.

PRESENTACIÓN

La Municipalidad de Villa Nueva en los últimos años busca nuevos mecanismos que permitan la atención eficiente, eficaz y agradable al vecino villanovano.

No obstante, el concepto y la imagen que las personas tienen de los trámites y servicios estatales, en este caso municipales, es que son engorrosos, difíciles, prolongados y burocráticos. Esto genera en el usuario antipatía, malestar y maltrato al empleado municipal, entre otros.

En este sentido, se realiza una investigación para detectar y evaluar dichos sentimientos y actitudes que surgen, entre otros aspectos, debido a la poca o mala información sobre los requisitos y procesos para la realización de cualquier tipo de trámite.

Derivado de que el servicio al cliente es primordial para la Municipalidad de Villa Nueva, se identifica la necesidad de crear un material divulgativo, el cual, con una orientación adecuada, facilitara la realización de trámites administrativos municipales. Y que con ello, los servicios municipales de dicha localidad sean más eficientes y de fácil acceso para los interesados.

Uno de los puntos evaluados es que la Municipalidad de Villa Nueva presta servicio de agua, certificaciones de nacimiento, matrimonios, licencias de construcción, transporte, entre otros, es decir, una serie de servicios diferentes con necesidad de ser presentados de forma atractiva, concreta y de fácil lectura.

Por estas razones se propone la elaboración de un manual impreso compuesto por fichas informativas. Cada ficha representa un trámite, identificado con un color diferente cada uno y clasificado por departamento.

Cada ficha contiene información precisa que permite la buena realización del trámite dentro de la Municipalidad, y para hacer visibles dichas fichas se propone la realización de un fichero, así como un exhibidor que permita una interacción con el vecino.

Tras la validación y puesta en práctica del material con el grupo objetivo que visita la Municipalidad, se comprueba que las piezas y el material expuesto permiten la realización de trámites administrativos municipales de forma práctica y satisfactoria para el visitante.

Finalmente, y adicional a que este proyecto investigativo forma parte del proceso para la obtención del título de Diseñador Gráfico, también contribuye a dar cumplimiento con uno de los objetivos académicos del alma máter, el cual es el de proyectarse a la sociedad mediante propuestas que contribuyan al mejor desarrollo del guatemalteco.

1 INTRODUCCIÓN

- Capítulo
- 1.1 Antecedentes
 - 1.2 Definición del problema
 - 1.3 Justificación
 - 1.4 Objetivos

INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

Antecedentes históricos

Las autoridades de la Municipalidad de Villa Nueva han acudido a diversas formas de información para orientar al vecino en la realización de sus trámites, los cuales no han tenido éxito. Uno de ellos fue ubicar a una persona en la entrada de la Municipalidad para ayudar y asesorar a cada persona que ingresara, pero debido a la afluencia de vecinos, este método no dio resultado.

Antecedentes de la situación encontrada

En la Municipalidad de Villa Nueva actualmente la comunicación se maneja por medio de medios impresos locales, como diarios que circulan únicamente a nivel del municipio de Villa Nueva (El Sol y el Metropolitano), dichos medios se utilizan para publicar fechas de vencimientos de pagos de IUSI (Impuesto Único Sobre Inmuebles), boleto de ornato, exoneraciones de pagos de contribución por



Escudo de la Municipalidad que representa a través de sus elementos, distintos significados que reflejan al municipio y su gente.

mejoras, entre otros. También se imprimen bifoliares full color mensuales en los que se informa tanto a la población como a los empleados municipales, los logros, obras realizadas y eventos efectuados durante el mes. Por otro lado, realizan volantes full color con fines informativos promocionando actividades y obras específicas como la construcción del edificio para ubicar el mercado local. Finalmente, existe la página web (www.villanueva.gob.gt), en la que se publica exactamente lo mismo que en el material impreso, así como otras cosas de interés sobre el municipio.

Pese a las estrategias implementadas, según la Gerente del Departamento de Relaciones Públicas, licenciada Ericka de Mayén, la Municipalidad enfrenta los siguientes problemas de comunicación:

1. No posee medios informativos que orienten y ubiquen al vecino sobre los requisitos que debe completar para realizar los trámites de carácter municipal.
2. El vecino no conoce el mecanismo para finalizar su transacción de forma satisfactoria y rápida.

En consecuencia, la Municipalidad de Villa Nueva por medio del Departamento de Relaciones Públicas, identificó como necesidad comunicacional la realización de material divulgativo que sirva de apoyo para informar al vecino villanovano sobre los requisitos y mecanismos de los trámites municipales y así evitarle pérdida de tiempo y trámites extras y engorrosos.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con la licenciada de Mayén, los usuarios han manifestado la necesidad de información que establezca a detalle los procedimientos a realizar para efectuar trámites en la Municipalidad, debido a que la falta de información ha provocado que el usuario se enfrente a incómodas diligencias de más, tales como: papelería incompleta, visitas a Departamentos o Secciones equivocados, consignación de información errónea, etc.

Actualmente, preguntan en información y se les indica verbalmente y de manera escueta, ocasionando de igual forma que las personas pregunten más de una vez al personal que encuentran a su paso. Otra forma de informar es entregándoles un papel manuscrito, la información que necesiten, lo cual desprestigia la imagen de la Municipalidad.

En conclusión, el problema identificado es la falta de medios de información que orienten al vecino al momento de acercarse a las oficinas de la Municipalidad de Villa Nueva para realizar los trámites de su interés.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La justificación de la presente investigación, se basó en cuatro variables:

1.3.1 Magnitud

Debido a que en las oficinas de la Municipalidad de Villa Nueva se centralizan todas las actividades que a los vecinos les corresponde cumplir desde que nacen hasta el momento de su defunción, adicional a otros servicios municipales, la cantidad de beneficiados es de un millón de habitantes censados, distribuidos en 300 colonias, 1 villa, 5 aldeas y 11 caseríos, según información de la Municipalidad.

1.3.2 Trascendencia

De acuerdo con información de la Municipalidad de Villa Nueva, ésta es visitada a diario por más de dos mil personas, quienes llegan a realizar algún trámite y necesitan orientación certera de lo que tienen que hacer en el menor tiempo posible. Uno de los propósitos de la actual administración es prestar un buen servicio de información para que el vecino haga sus trámites eficientemente y se retire satisfecho de haber resuelto con éxito su transacción.

1.3.3. Vulnerabilidad

Al contar con una información inmediata desde el ingreso a la Municipalidad de Villa Nueva, se disminuirá en gran parte la necesidad de orientar al vecino, según lo plantea el representante de la Municipalidad, José Miguel Mijangos, quien es

vocero de las quejas que realizan las personas que visitan las oficinas municipales. Él asegura recibir denuncias sobre la falta de orientación para la realización de sus trámites. Con una orientación adecuada, la respuesta sería más eficiente en los departamentos que conforman la Municipalidad.

1.3.4. Factibilidad

Es factible la realización de dicho proyecto, porque se cuenta con el interés de la Municipalidad y con un presupuesto destinado para la elaboración de medios informativos en beneficio de la entidad y del vecino.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1 General

Elaborar un material informativo impreso que oriente al vecino villanovano de una manera sencilla y eficiente, sobre la realización de los trámites municipales.

1.4.2 Específicos

- Elaborar fichas informativas impresas que contengan cada uno de los pasos para la realización de los trámites municipales que el interesado necesite efectuar.

- Elaborar un fichero que contenga de manera ordenada y visible cada una de las fichas informativas.

- Elaborar un exhibidor atractivo que permita interactuar con el visitante, que a su vez contenga el material informativo impreso que le brinda la información que necesite.



2 PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

- 2.1 Perfil del cliente y el servicio que brinda
- 2.2 Grupo objetivo

PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

2.1 PERFIL DEL CLIENTE Y EL SERVICIO QUE BRINDA

El proyecto se desarrollará en la Municipalidad de Villa Nueva

Organización:	Gubernamental.
Dirección:	5ª. Avenida 4-45 zona 1, Villa Nueva.
Teléfono:	(502) 6679 – 0100.
Horario:	De 8:00 a 18:00 horas, de lunes a viernes, y de 8:00 a 12:00 horas, los sábados.
Densidad poblacional:	Un millón.
Propósitos u objetivos:	<ul style="list-style-type: none">▪ Proveer los servicios municipales con mística de trabajo en equipo para satisfacer las necesidades del vecino.▪ Proporcionar los servicios que reúnan las exigencias que requiera la población, logrando reivindicar la confianza de los habitantes hacia sus autoridades.
Proyectos:	<ul style="list-style-type: none">▪ Construcción del Mercado Municipal que cuenta con seguridad, parqueo, guardería, clínicas médicas y muchos beneficios más.▪ Construcción de un centro de salud en el centro de la ciudad (el espacio que dejará el actual mercado).▪ Construcción del nuevo Edificio Municipal.▪ Construcción de un Teatro cultural (el espacio que actualmente ocupa el edificio municipal).
Situación geográfica:	Villa Nueva es un municipio del departamento de Guatemala, ubicado al sur del país a 15 kilómetros de la ciudad capital. Limita al norte con los municipios de Mixco y Guatemala; al este con el municipio de San Miguel Petapa; al sur con el municipio de Amatitlán y al oeste con los municipios de Magdalena Milpas Altas, Santa Lucía Milpas Altas y San Lucas Sacatepéquez. Tiene una longitud de 114 kilómetros cuadrados, inicia en la salida de Ciudad San Cristóbal (Mixco) y finaliza en el kilómetro 24 de la Carretera CA-9.



Necesidades de comunicación visual:

La necesidad existente es informar al vecino sobre los requisitos que debe cumplir para realizar un trámite en la Municipalidad.

2.2 GRUPO OBJETIVO

Son personas de género masculino y femenino, comprendidos entre las edades de 15 a 90 años, villanovanos y no villanovanos, profesionales (arquitectos, ingenieros, abogados y notarios, entre otros) y no profesionales, nivel socioeconómico Alto, Medio y Bajo, con ingresos económicos entre Q1,000.00 y Q30,000.00 mensuales, con una tasa de analfabetismo del 18%. Su idioma es español, poseen características conservadoras y gran arraigo a costumbres típicas del municipio.

Para obtener la información detallada del comportamiento del grupo objetivo fue necesario utilizar la entrevista directa al vecino villanovano, la observación dentro y fuera de la Municipalidad y preguntas a los empleados municipales que están en puestos de atención al público.

Análisis de gustos:

Son personas que gustan de sus tradiciones: religiosas (Semana Santa, día de Concepción), cívicas (Independencia) y populares (fieros). Se organizan por sectores para la realización de actividades o de protección. Además se caracterizan por su espontaneidad, prepotencia,

exigencia, sinceridad, gratitud, educación, impaciencia, vulnerabilidad, incompreensión.

Comportamiento: realizan sus trámites con mayor frecuencia los días lunes y martes en horas de la mañana y tarde, al medio día disminuye el ritmo de ingreso.

Características al ingresar a la Municipalidad: preguntan muchas veces lo que tienen que hacer. En su mayoría ingresan alterados y de mal humor (por la naturaleza de recaudación de impuestos), son exigentes y pocas veces agradecidos. Una característica positiva es la paciencia demostrada ocasionalmente a la espera de la solución de sus problemas.

Las personas que no son villanovanas, pero que requieren del servicio de la Municipalidad, son amables, comprensibles y agradecidas.

Hábitos de consumo: suelen visitar con frecuencia los centros comerciales ubicados en el Municipio. Los fines de semana, en familia, visitan los restaurantes así como los cines. Las ventas de ropa, zapatos y supermercados, incrementan su afluencia los días de pago (quincena y fin de mes).

3

Capítulo

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1 Referente teórico

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1 REFERENTE TEÓRICO (MARCO TEÓRICO)

A continuación se describen los conceptos que componen el tema a realizar, separados en conceptos derivados del tema y conceptos de diseño.

3.1.1 **Conceptos sobre el tema del proyecto**

a) **Manual:**

Documento, ya sea electrónico o impreso, que contiene las instrucciones de uso de alguna materia. Libro en que se compendia lo más sustancial de una materia.

Documento o cartilla que contiene las nociones básicas de un arte o ciencia y su forma correcta de aplicación.

b) **Guía:**

Se define como el documento que describe en forma sistemática y metodológica, los objetivos, técnicas y procedimientos de las diferentes herramientas de control, para realizar los estudios, análisis y evaluaciones a las entidades o sujetos de control. Es un libro de indicaciones.

c) Orientar:

Es un medio para conseguir la educación integral de las personas. Tiene las siguientes características: anticipadora y previsor, es decir, orientada a prevenir antes que a curar.

d) Vecino:

Es la persona que tiene casa y hogar en una población, paga sus impuestos; aunque no viva en él.

e) Servicios:

Medio por el cual el Estado cumple los fines esenciales de servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes constitucionales.

Las municipalidades deben aprobar las normas reglamentarias que permitan regular los servicios públicos y atender o prestar esos servicios a la población, cobrando tasas o contribuciones equitativas y justas. Hay tres formas para prestar los servicios públicos: en forma directa por la municipalidad, por medio de sus propias oficinas o por empresas municipales; por una comunidad de municipios.

En los estatutos se establecen las responsabilidades de cada Municipalidad y las normas para la prestación del servicio por una concesión otorgada a personas o empresas privadas, con excepción de los mercados o centros de acopio (Artículo 73 del Código Municipal).

f) Servicios Públicos:

Son las tareas que corresponden en forma exclusiva al Municipio. En otras palabras, son el campo de acción natural del gobierno municipal. Entre las más importantes se pueden citar: abastecimiento de agua potable; alcantarillado; alumbrado público; recolección, tratamiento y disposición final de desechos sólidos; mercados; caminos rurales y vías públicas urbanas; transporte de pasajeros y carga y sus terminales; licencias de construcción de obras públicas o privadas; parques, jardines y lugares de recreación.

g) Municipalidad:

Es un concepto relacionado, generalmente, con la administración local en un pueblo o ciudad. En varios países de América, la Municipalidad es el organismo que administra una comuna, cantón o distrito. Está encabezada por un alcalde o presidente municipal y un concejo, todos elegidos por votación popular. Es responsable de la administración de la educación y salud pública en su respectivo ámbito territorial. Su presupuesto proviene de fondos nacionales y los permisos de circulación de automóviles, entre otras fuentes. Ayuntamiento, corporación de ciudadanos que se ocupa de los asuntos de una ciudad.

3.1.2 Conceptos relacionados con el tema de diseño

a) Infografía:

Es una forma de representación visual en la cual interviene una descripción, relato o proceso de manera gráfica que puede o no interactuar con textos. La infografía nació como un medio de transmitir información gráficamente. Los mapas, se puede decir, fueron los primeros gráficos destinados para este fin.

El término también se ha popularizado para referirse a todas aquellas imágenes generadas por ordenador. Más específicamente suele hacer referencia a la creación de imágenes que tratan de imitar el mundo tridimensional mediante el cálculo del comportamiento de la luz, los volúmenes, la atmósfera, las sombras, las texturas, la cámara, el movimiento, etc.

b) Gráfica:

Es una forma de comunicación visual. Se ocupa de organizar imagen y texto para comunicar un mensaje. Puede aplicarse a muchos medios de comunicación, ya sean impresos, digitales, audiovisuales u otros.

c) Medios impresos:

La transformación de los medios impresos parece ser una ruta obligada, tal vez hacia ciertos reductos, según afirman algunos moderados; pero otros más radicales hablan de la

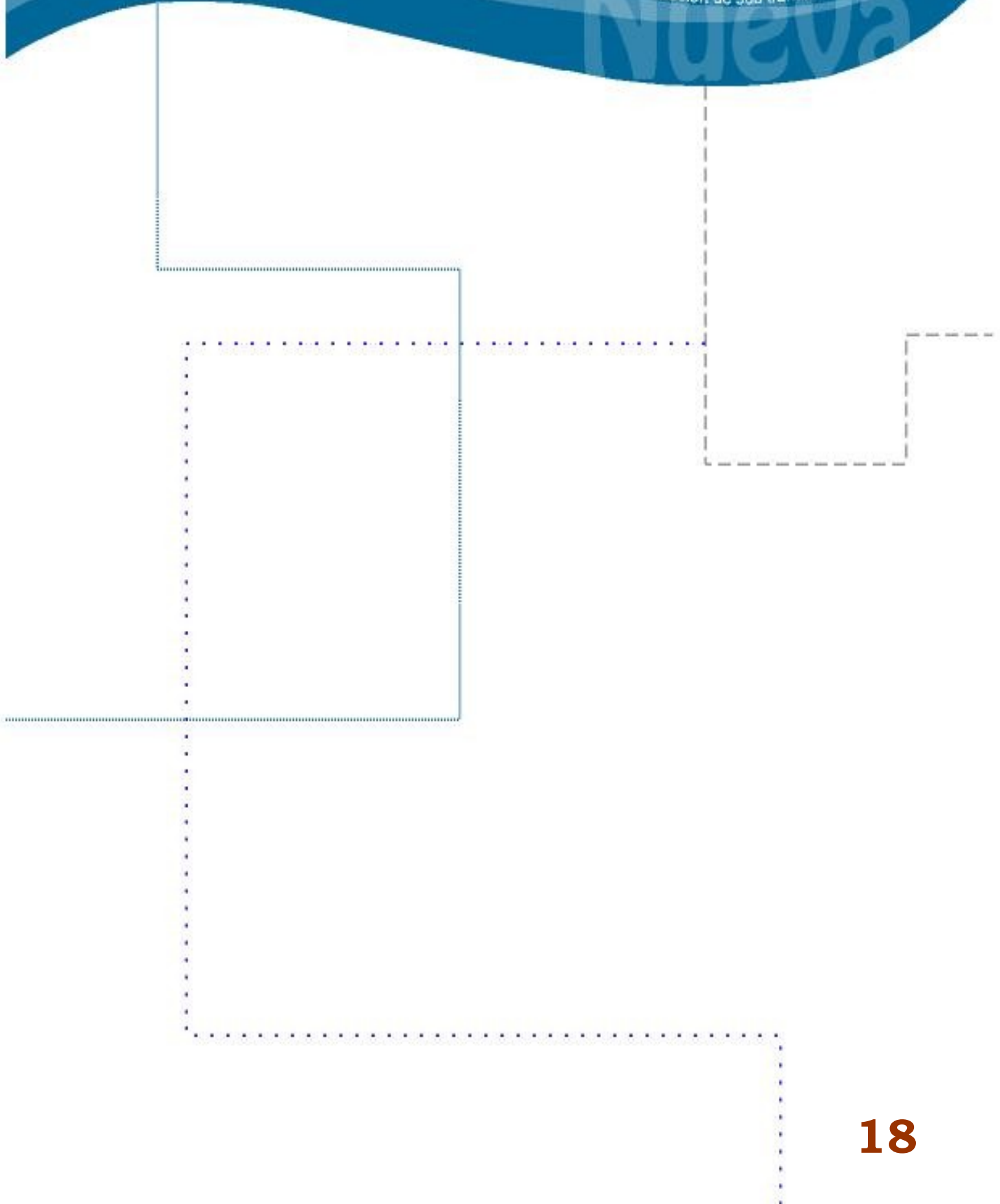
desaparición del medio impreso; sin embargo aún resulta una discusión prematura.

No obstante, sí es revelador el hecho de que los propios editores y periodistas de medios impresos en general aborden constantemente la temática en foros, editoriales, paneles y charlas. Y es que la amenaza ciertamente no es nueva, existe desde el nacimiento de la radio y la televisión, no obstante, estos dos medios electrónicos nunca pudieron absorber algunas características de los medios impresos:

En el caso de Internet, la ficción ha sido superada velozmente por la realidad, y sus capacidades mul-mediales permiten ya la incorporación de las características de los medios tradicionales a un solo canal, el digital: añadiendo además una serie de nuevas características, imposible de imitar por los medios tradicionales. Luego, el paradigma de los medios impresos está a prueba como nunca antes lo había estado. Incluso los medios electrónicos como la televisión han disminuido sensiblemente su audiencia a causa del Internet, según algunos estudios.

d) La línea:

Es el elemento básico de todo grafismo y uno de los más usados, teniendo tanta importancia en un grafismo como la letra en un texto. Representa la forma de expresión más sencilla y pura, pero también la más dinámica y variada. Está formada por la unión de varios puntos en sucesión, pudiéndose asimilar a la trayectoria seguida por un punto en movimiento, por lo que tiene mucha energía y dinamismo. Su presencia crea tensión y afecta al resto de elementos cercanos a ella.



Las principales propiedades de la línea son:

- contiene gran expresividad gráfica y mucha energía;
- casi siempre expresa dinamismo, movimiento y dirección;
- crea tensión en el espacio gráfico en que se encuentra;
- crea separación de espacios en el grafismo, la repetición de líneas próximas genera planos y texturas.

Una línea divide o circunda un área, se encuentra en el borde de una forma, expresa separación de planos, permitiendo al diseñador usarla como elemento delimitador de niveles y áreas en la composición.

Las propiedades de una línea vendrán definidas por su grosor, longitud, orientación (dirección) respecto a la página, ubicación (posición), forma (recta o curva) y color. Estas propiedades se verán afectadas también por el número de líneas que haya en la composición, su proximidad y la orientación relativa entre ellas.

La línea es considerada como tal mientras la relación ancho/largo no sobrepase una proporción determinada. Una línea más ancha que la mitad de su largo pierde la expresión dinámica del trazo y adquiere la estática de una superficie cuadrangular.

La unión sucesiva de líneas conforma un trazo. Los trazos dan volumen a los objetos que se dibujan y permiten representar simbólicamente objetos en la composición,

eliminando de ellos toda información superflua y dejando sólo lo esencial.

La línea puede tener los bordes lisos o dentados, con extremos rectos, redondeados o en punta. Su cuerpo puede ser sólido o texturado, y su dirección puede ser curva o recta. Cada una de estas características matizará la forma en que es interpretada una línea por el espectador.

Es posible considerar diferentes tipos de líneas, cada uno de los cuales tiene sus propias cualidades:

Línea recta: define el camino más corto entre dos puntos. Es poco frecuente en la naturaleza, donde predominan las líneas curvas (el universo en su totalidad es curvo), pero muy abundante en el entorno humano, que necesita de ellas para dar estabilidad a sus creaciones.

La línea recta horizontal expresa equilibrio, calma, estabilidad. No hay estabilidad sin una línea recta horizontal de referencia, una línea de horizonte, ya que nos movemos en un plano horizontal.

Las líneas rectas horizontales son muy usadas en las páginas web, tanto que el lenguaje HTML proporciona una etiqueta específica para introducir las, HR. Se utilizan sobre todo como elemento delimitador de bloques de contenido en páginas de poco contenido gráfico, siendo conveniente no presentarlas con efecto tridimensional, sino como una simple línea plana (atributo `noshade`).

La línea recta vertical sugiere elevación, movimiento ascendente, actividad. También expresa equilibrio, pero

inestable, como si estuviera a punto de caer. Esto se puede corregir haciendo trabajar las líneas verticales con otras horizontales de apoyo, que les darán la estabilidad de que carecen.

En una página web, las líneas rectas verticales pueden ser usadas para separar columnas textuales o bloques de contenidos, bien como líneas frontales, con un color que destaque lo suficiente sobre el fondo, bien como líneas de fondo, del mismo color que éste, separando zonas de un color diferente.

La línea recta inclinada, por el contrario, expresa tensión, inestabilidad, desequilibrio. Parece que está a punto de caerse. Dentro de las líneas inclinadas, la que forma 45° con la horizontal es la más estable y reconocible.

Línea curva: es la línea más libre y dinámica de todas, pudiendo sugerir desde un movimiento perfectamente definido hasta un movimiento caótico, sin reglas. Está asociada al ser humano, que escribe y dibuja casi siempre con líneas curvas. Las curvas comúnmente usadas en diseño gráfico digital son las curvas Bézier. Este tipo de curvas fue desarrollado por Pierre Bézier por encargo de la empresa Renault, que buscaba una familia de curvas representables matemáticamente (son curvas de tercer grado) que permitieran representar las curvaturas suaves que deseaban dar a sus automóviles.

Una curva Bézier queda totalmente definida por cuatro puntos característicos, el punto inicial y final de la curva y dos puntos de control (manejadores) que definen su forma. Para modificar su forma, basta cambiar de posición uno de sus puntos de control.

Son curvas de manejo poco complejo y muy elegante, con un desarrollo muy suave, capaces de adaptarse a casi cualquier forma imaginable, por lo que son muy usadas para diseñar logotipos e iconos y para copiar cualquier figura. En el diseño web, el uso de líneas curvas aisladas está muy limitado. Es más común encontrarlas como partes integrantes de formas más complejas, siendo útiles, por ejemplo, para suavizar la dureza de una forma rectangular en uno o más de sus lados (como los botones).

Un factor a tener en cuenta siempre que se trabaje con líneas curvas en una página web es el efecto de escalado producido al no ser capaz el sistema gráfico de los ordenadores de representar con exactitud formas curvas por medio de píxeles. Es el típico efecto de “dientes de sierra” que aparece en todos los objetos con partes curvas, efecto que aumenta con el tamaño del objeto. Una solución a este problema visual es incluir las líneas curvas como imágenes en formato web (GIF, JPG, PNG, etc.) y aplicarles el proceso de rastrillado o antialias, disponible en casi todas las aplicaciones gráficas, por medio del cual se crean uno o más píxeles entre los bordes de la línea y el fondo, de un color intermedio entre ellos.

Trazo: un trazo es el elemento lineal formado por la unión sucesiva de diferentes líneas. Es tal vez la forma gráfica más humana, la que mejor representa nuestra forma natural de dibujar.

Un trazo heredará las propiedades de las líneas que lo crean, existiendo trazos rectos, curvos o mixtos.

e) Línea editorial:

La línea editorial es la argamasa que brinda la coherencia a las comunicaciones de cualquier organización. Bien adaptada a la personalidad de la empresa y sus objetivos de negocios, es la herramienta clave para la transmisión de mensajes, con una voz clara y distinguible en el mercado.

La definición de la línea editorial exige una visión estratégica del negocio y de las fuerzas del mercado, así como un estrecho conocimiento de los públicos meta. Su impacto es amplio y fundamental: establece objetivos comunicacionales; puntualiza los tipos de mensajes que se emplearán, determina los medios para su transmisión; precisa la periodicidad de los diferentes tipos de mensajes; define el estilo de las publicaciones; y construye un lenguaje mercadotécnico correcto y eficaz.

La creación de una línea editorial efectiva supone la traducción de objetivos de negocio y estrategias de mercadeo en lineamientos comunicacionales precisos. La tarea es ardua y compleja para cualquier organización, suele complementarse con la elaboración de guías editoriales y manuales para la gestión del medio.

La concepción de una línea editorial es vital al presentarse por primera vez ante los mercados conectados. Segundas y posteriores versiones pueden implicar ajustes menores. No obstante, se recomienda revisarla cada vez que se redefine la misión y visión, se abran nuevas líneas de negocios o se incorporen productos o servicios innovadores a la oferta.

f) Tipografía:

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

La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

En los primeros signos de escritura, cada signo expresa una idea, un concepto o una cosa; estos signos se combinan entre sí para comunicar ideas más complejas. Estos sistemas de escritura son los pictogramáticos, jeroglíficos e ideogramáticos. El campo tipográfico, abarca la realización de libros, periódicos, anuncios publicitarios, revistas, etc., y cualquier otro documento impreso que se comunique con otros mediante palabras.

g) Letra Arial:

De la familia contemporáneo o palo seco, también se les conoce como Sans Serif (sin serif) y se caracterizan por no tener adornos ni remates, sin variaciones de grosor en sus astas sino, más bien un grosor homogéneo a todo lo largo y sin variaciones de verticalidad.

Se usa para expresar actualidad, fuerza industria. Arial es una familia extremadamente versátil de las tipografías que se pueden utilizar con el éxito igual para el texto que fija en los informes, las presentaciones, los compartimientos etc., y para el uso de la exhibición en periódicos, la publicidad y promociones.

h) Century Gothic:

La familia gótica de la fuente del siglo es útil para los títulos y el trabajo general de la exhibición y para las cantidades pequeñas de texto, particularmente en la publicidad.

i) Verdana:

Es una fuente tipográfica del tipo sans serif de gran legibilidad, comisionada por Microsoft y diseñada por Matthew Carter. Se la considera una excelente fuente tipográfica para la lectura en la pantalla del monitor, para lo que fue concebida. Ya que se instala en la mayoría de las computadoras del mundo, resulta muy usual encontrarla como la fuente en el texto principal de una página web.

j) Fotografía:

Es la técnica de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz basándose en el principio de la cámara oscura, en la cual se consigue proyectar una imagen captada por una lente o un conjunto de lentes sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido y aumenta su nitidez. Para almacenar esta imagen las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace algunos años, únicamente la película sensible. Mientras que en la actualidad se emplean también sensores digitales CCD. La palabra fotografía procede del griego y significa "dibujar con la luz" (de photos = luz, y graphis = dibujo). La fotografía puede ser clasificada bajo la más amplia denominación de tratamiento de imágenes y, debido a esto, ha fascinado tanto a científicos como a artistas desde sus inicios. Los científicos, sobre todo, han aprovechado su capacidad para plasmar con precisión todo tipo de circunstancias y estudios, tales como los

estudios sobre locomoción humana y animal de Eadweard Muybridge (1887). Los artistas también han sido seducidos por estos aspectos, pero han tratado siempre de ir más allá de la mera representación foto-mecánica de la realidad.

k) Angulación del encuadre:

Un motivo puede encuadrarse desde diversos ángulos, acercándose o alejándose de estos, desde arriba o desde abajo, las proporciones y el fondo modifican la composición. Buscar un buen ángulo para la toma fotográfica, consiste en acechar a nuestra presa gráfica, y estar alerta de cualquier pequeño desplazamiento de poca distancia, que puede generar composiciones diferentes que serán más o menos afortunadas. En consecuencia, el captor se moverá en torno a ella acercándose y alejándose si es posible, hasta conseguir un punto de vista adecuado y obtener en la mayor medida posible las siguientes cuatro características:

- I. El sujeto principal de la escena debe mostrar hacia la cámara el lado que interesa tomar, el cual puede ser según la intención del fotógrafo, cualquiera de los muchos frentes que él tenga.
- II. Se debe buscar el ángulo de incidencia de la luz más pertinente para el concepto que se desea comunicar, siendo con alguna frecuencia la iluminación más apreciada, la semi-lateral, pero pudiendo ser también cualquier otra.
- III. Los planos anteriores al motivo que se quiere destacar, deben de estar limpios de cualquier otro elemento sobrante que interfieran en su visualización u ocupados por cuerpos que más bien suplementen o resalten a este.

IV. Los planos más lejanos del encuadre deben ser concordantes, o por lo menos, neutros, con relación a la idea que se quiere expresar.

l) Toma a nivel:

Es cuando la fotografía se realiza desde el mismo nivel del objeto tomado, ni por encima ni por debajo de él. Sirve para mostrar o describir algo de manera natural u objetiva.

m) Tipos de fotografía:

Hacia finales del siglo XIX la fotografía desempeñaba un importante papel en la astronomía. A partir de entonces se han desarrollado muchas técnicas fotográficas especiales, que constituyen importantes instrumentos en buen número de áreas científicas y tecnológicas.

- Fotografía comercial y publicitaria: la fotografía se ha utilizado para inspirar e influir opiniones políticas o sociales. Asimismo, desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para impulsar y dirigir el consumo, y como un componente más de la publicidad. Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios o como ilustraciones en libros, revistas y otras publicaciones. Con el fin de que sus imágenes resulten atractivas utilizan una amplia gama de sofisticadas técnicas. Esta clase de imágenes ha tenido un fuerte impacto cultural. La fotografía comercial y publicitaria ha representado también un gran impulso en la industria gráfica junto con los avances en las técnicas de reproducción fotográfica de gran calidad. Destacaron en este campo Irving Penn y Cecil Beaton, fotógrafos de la

alta sociedad; Richard Avedon, quien se hizo famoso como fotógrafo de moda y retratista sus trabajos poseen con frecuencia un gran contenido erótico.

- **Fotografía Artística:** los trabajos pioneros de Daguerre y de Talbot condujeron a dos tipos distintos de fotografía. El daguerrotipo positivo, apreciado por su claridad y detalle, fue utilizado en especial para retratos de familia como sustituto del mucho más caro retrato pintado. Más tarde, el daguerrotipo fue suplantado en popularidad por la *carte de visite*, que utilizaba placas de cristal en lugar de láminas de hierro. Por otro lado, el procedimiento del calotipo de Talbot era menos preciso en los detalles, aunque tenía la ventaja de que producía un negativo del que se podían obtener el número de copias deseadas. A pesar de que el calotipo se asoció inicialmente a la fotografía paisajista, desde 1843 hasta 1848 esta técnica fue utilizada por el pintor escocés David Octavius Hill y su colaborador fotográfico Robert Adamson para hacer retratos.

- **Periodismo Gráfico:** el periodismo gráfico difiere de cualquier otra tarea fotográfica documental en que su propósito es contar una historia concreta en términos visuales. Los reporteros gráficos trabajan para periódicos, revistas, agencias de noticias y otras publicaciones que cubren sucesos que abarcan desde los deportes, hasta las artes y la política. Uno de los primeros fue el fotógrafo francés Henri Cartier-Bresson, quien desde 1930 se dedicó a documentar lo que él llamaba el "instante decisivo". Sostenía que la dinámica de cualquier situación dada alcanza en algún momento

su punto álgido, instante que se corresponde con la imagen más significativa. Cartier-Bresson, maestro en esta técnica, poseía la sensibilidad para apretar el disparador en el momento oportuno. Los avances tecnológicos de la década de los treinta, en concreto las mejoras en las cámaras pequeñas como la Leica, así como en la sensibilidad de la película, facilitaron aquella técnica instantánea. Muchas de las imágenes de Cartier-Bresson tienen tanta fuerza en su concepción como en lo que transmiten y son consideradas a la vez trabajo artístico, documental y periodismo gráfico.

n) Monocromía:

Pintura que sólo emplea un color, pero combinando sus diversas tonalidades. Se llama monocromático (Monochromatic) o, simplemente, monocromo, a lo que tiene un único color en sus diversas intensidades. Por extensión, se llama monocroma o monocromática a una luz en la que predomina casi exclusivamente una única longitud de onda. Se considera que los monitores monocromos de alta calidad son generalmente más nítidos y más legibles que los monitores de color con una resolución equivalente.

o) El color:

Es la impresión producida al incidir en la retina los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representan naturalmente. Orientado al espectro solar o espectral puro, cada uno de los siete colores en que se

descompone la luz blanca del sol: rojo, naranja, amarillo, verde, azul turquesa y violeta.

- El color amarillo:

Es el color más intelectual y puede ser asociado con gran inteligencia o con una gran deficiencia mental; Van Gogh tenía por él una especial predilección, particularmente en los últimos años de su crisis. Este primario significaba envidia, ira, cobardía, los bajos impulsos y con el rojo y el naranja constituye los colores de la emoción. También evoca satanismo (es el color del azufre) y traición. Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo.

Mezclado con negro constituye un matiz verdoso muy poco grato y que sugiere enemistad, disimulo, crimen, brutalidad, recelo y bajas pasiones. Mezclado con blanco puede expresar cobardía, debilidad o miedo y también riqueza, cuando tiene una leve tendencia verdosa.

Los amarillos también suelen interpretarse como joviales, afectivos, excitantes e impulsivos. Están relacionados con la naturaleza. Psicológicamente se asocia con el deseo de liberación.

- El color rojo: se le relaciona con una personalidad extrovertida, que vive hacia afuera, tiene un temperamento vital, ambicioso y material, y se deja llevar por el impulso, más que por la reflexión.

Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, así mismo crueldad y rabia. Es el color de los maniáticos y de Marte, también de los generales y los emperadores romanos, evoca la guerra, el diablo y el mal.

Como es el color que requiere la atención en mayor grado y el más saliente, habrá que controlar su extensión e intensidad, por su potencia de excitación en las grandes áreas cansa rápidamente.

Mezclado con blanco es frivolidad, inocencia y alegría juvenil, en su mezcla con el negro estimula la imaginación y sugiere dolor, dominio y tiranía. Expresa sensualidad, virilidad y energía. Es considerado símbolo de una pasión ardiente y desbordada.

Por su asociación con el sol y el calor es un color propio de las personas que desean experiencias fuertes.

- El color naranja: es un poco más cálido que el amarillo y actúa como estimulante de los tímidos, tristes o linfáticos. Simboliza entusiasmo y exaltación y cuando es muy encendido o rojizo, ardor y pasión. Utilizado en pequeñas extensiones o con acento, es un color utilísimo, pero en grandes áreas es demasiado atrevido y puede crear una impresión impulsiva que puede ser agresiva. Posee una fuerza activa, radiante y expresiva, de carácter estimulante y cualidad dinámica positiva y energética. Mezclado con el negro sugiere engaño, conspiración e intolerancia y cuando es muy oscuro, opresión.

- El color azul: simboliza, la profundidad inmaterial y del frío. La sensación de placidez que provoca el azul es distinto al de la calma o del reposo terrestre propio del verde. Se 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. Simboliza la sabiduría, amistad, fidelidad, serenidad; sosiego, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso. Mezclado con blanco es pureza, fe y cielo; mezclado con negro, desesperación, fanatismo e intolerancia. No fatiga los ojos en grandes extensiones.
- El color violeta: es el color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Transmite profundidad y experiencia. Tiene que ver con lo emocional y lo espiritual. Es místico, melancólico y se podría decir que también representa la introversión. En su variación al púrpura, es realeza, dignidad, suntuosidad. Mezclado con negro es deslealtad, desesperación y miseria. Mezclado con blanco: muerte, rigidez y dolor.
- El color verde: es un color de extremo equilibrio, porque está compuesto por colores de la emoción (amarillo = cálido) y del juicio (azul = frío) y por su situación transicional en el espectro. Se lo asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales que gustan de la vanidad y de la oratoria. Simboliza la primavera y caridad. Incita al desequilibrio y es el

favorito de los psico-neuróticos porque produce reposo en la ansiedad, calma y tranquilidad. Además sugiere amor y paz y al mismo tiempo es el color de los celos, de la degradación moral y de la locura. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Aquellos que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Mezclado con blanco expresa debilidad o pobreza.

Sugiere humedad, frescura y vegetación, simboliza la naturaleza y el crecimiento. La persona que destaca por el uso del color verde, quiere ser respetada y competente.

- El color marrón: es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos. Con esto, se han presentado algunas reacciones que producen los colores.

- El color blanco: 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 redención. 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.

- El color negro: símbolo del error, del mal, el misterio y en ocasiones simboliza algo impuro y maligno. Es la muerte, es la ausencia del color. También transmite nobleza y elegancia.

p) Exhibidor:

Capacidad de exhibir, manifestar, mostrar en público.

q) Folleto:

Componente clásico de los elementos de publicidad en los envíos de publicidad directa consistente en material impreso escrito cuyo destino final es llegar a manos del consumidor final. Para los mailings se utilizan sobre todo dos tipos básicos de folleto: el folleto conformado con libertad (la configuración ocupa todo el formato del folleto), y el folleto con varias hojas, que se divide en páginas como un catálogo. Un folleto es un pequeño documento diseñado para ser entregado a mano o por correo.

El folleto es un ejemplo de un documento de tamaño específico con el cual se debe trabajar. No se puede agregar una página de más. Su texto e imágenes deben caber dentro de un espacio determinado o de lo contrario el folleto no se doblará correctamente. Una plantilla o muestra, sería muy útil para un documento como este. Una vez que se ha creado esa muestra, hacer un folleto se vuelve una tarea muy fácil. Solo necesitará reemplazar el texto temporario, mientras se mantiene con cuidado su ubicación en la página.

r) Fichero:

Caja o mueble con cajonería donde se pueden guardar ordenadamente las fichas./Conjunto organizado de informaciones almacenadas en un soporte común.

s) Materiales OSB, MDF y aglomerado: el MDF y el OSB, son productos a base de maderas reconstituidas se fabrican mezclando trozos de madera de desperdicio con pegamento o resina a temperatura y presión muy elevadas. Como no tienen veta, no se arquean ni se astillan.

t) Hoja de fibra de densidad media (MDF):

La MDF está hecha de fibra de madera fina.

u) Aglomerado:

El aglomerado es un producto a base de madera de desecho que se fabrica mezclando aserrín con adhesivos. Aunque no se arquea ni se astilla, puede hincharse y deshacerse si se expone a la humedad.

v) Hoja de fibra orientada (OSB): la OSB se hace de virutas o astillas grandes de madera. Los paneles se forman con capas pegadas entre sí con las fibras perpendiculares unas respecto a las otras. Esta orientación cruzada confiere resistencia a los paneles y hace de la OSB la hoja adecuada para estructuras.

Donde usar MDF, aglomerado y OSB:

	MDF	AGLOMERADO	OSB
Usos:	Muebles, estanterías, gabinetes, molduras	Muebles, bases de piso, bases de cubiertas de gabinete	Revestimientos, bases para pisos
Cortar y dar forma:	Se corta fácilmente con todas las herramientas eléctricas. No se desgarran	Se corta con cualquier herramienta eléctrica. Moderada resistencia al desgarre	Se puede cortar con cualquier sierra eléctrica. Como este producto es una hoja o panel para estructuras, no sirve para darle forma, ni ser lijado ni
Acabados:	Laminado, enchapado, pintado	Laminado, enchapado	La pintura y la pintura base se adherirán al OSB. Sin embargo, la hoja está diseñada para usarse como revestimiento de contrapiso o de techo y
Disponibilidad:	Hojas de 49" x 97", de 1/2" a 3/4" de grosor. Estantes precortados de 4' a 8' de largo, varios anchos, 3/4" de grosor, acabados y sin acabar. Molduras de 8" a 16' de largo.	Paneles de 4' x 8', de 1/2" a 1" de grosor.	Paneles de 4' x 8', de 1/4" a 3/4" de grosor. Disponibles también en paneles machihembrados.

w) Vinilo Adhesivo MATE:

Vinilo calandrado para rotulación exterior e interior (corta duración). Adaptable a cualquier superficie, aunque sea rugosa.

Plotters / H.P., Encad, Epson, Roland, Mimaki,
Impresoras Mutoh, Colorspan
Tipos de tinta Interior: Dye / Exterior: Pigmento
Secado Rápido
Laminado En frío: bueno
Resistencia al agua Tinta interior: **No**
Tipos de trabajo Tinta exterior: **Sí**
 Artes gráficas, mapas, CAD

x) Vinilo Adhesivo Brillo:

Alta definición y contraste. Apto para aplicar sobre cualquier superficie. Secado inmediato, vinilo calandrado.

Plotters /

H.P., Encad, Epson, Calcomp, Colorspan

Impresoras:

Tipos de tinta: Interior: Dye

Secado: Bueno

Laminado: En frío: bueno

Resistencia al

No

agua:

Tipos de

trabajo:

Rotulación interior y señalética.



4

Capítulo

CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

4.1 Concepto creativo

4.2 Proceso de pre bocetaje

CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

4.1 CONCEPTO CREATIVO

El concepto creativo bajo el cual se trabajará el proyecto es:

“Información que lo lleva de la mano”

El interesado podrá tener la información desde que haga su ingreso a las instalaciones y podrá contar con ella de manera práctica e inmediata. Estará en un exhibidor al alcance de su mano y lo guiará a los lugares que necesite, así mismo, si lo desea, podrá quedársela.

Para lograr el concepto de diseño se recurrió a la utilización de tres técnicas creativas:

a) La lluvia de ideas:

Se incluyeron las siguientes frases y palabras: necesidad, al grano, seguro, feliz, activo, dinámico, amigable, claro, ayuda, a la mano, servicio, prestación, entender, ubicar, orientación, amabilidad, información, informar, carisma, orientar, sin vueltas, rápido, ágil bienvenido, pase adelante, auxilio, vanidad, imagen, ordenado, lo que necesito, sencillo, trámites, sonrisa, práctico, guía, manual, suficiente, alegre, más, explicación, ubicación, original, único, llevar, práctico, alcanzar, requisitos, compartir, alcanzar, ayuda, auxilio, personalizado, casa, familia y concreto.

De las palabras anteriores se fueron depurando y formando diferentes frases:

Al alcance de su mano, información a la mano, información a su alcance, sus trámites de la mano, sus trámites resueltos, la solución en sus manos, no dé tantas vueltas, información que lo lleva de la mano, compartimos información, ayudamos a alcanzar sus trámites, su auxilio cuando lo necesita, de la mano en sus trámites, información de la mano, lo guiamos a donde vaya, entre otras.

b)

Antónimos:

Así también, se listaron una serie de palabras contrarias, para que entre ellas resultara una idea más al concepto del diseño:

Información - desinformación, lejos - cerca, mucho - poco, ordenado - desordenado, rápido - lento, eficiente - ineficiente, accesible - inaccesible, alcanzable - inalcanzable, importante - sin importancia, mucho - poco, llevar - traer, cabeza - pies, fácil - difícil, más - menos, claro - oscuro, frío - caliente, compañía - solo, pendiente - olvido, feliz - enojado, satisfecho - insatisfecho, loco - coherente, arriba - abajo, blanco - negro, sonriente - gruñón.

De los cuales se realizaron las siguientes frases:

Lo lejos me acerca a la información; estar desinformado, provoca que me informe; de la mano de la información logro no estar desinformado; estar enojado me hace feliz, locura de la mano con la información coherente, entre otras.

c) Arte de preguntar:

Para concretar el concepto del diseño, se realizaron varias preguntas al representante de la entidad, al grupo objetivo que visita las oficinas municipales y a personas ajenas a la realización del proyecto que no viven en el municipio de Villa Nueva.

Cuando ingresa a la municipalidad, ¿qué espera ver?
¿Qué clase de información es la que necesita? ¿Con qué piensa involucrarse en los trámites que realizará? ¿Por qué nos visita? ¿Cuáles son sus expectativas al venir a la Muni? ¿En qué podemos ayudarle para servirle mejor?
¿Qué necesita usted del servicio del personal? ¿Para cuál de sus necesidades le atendimos mejor? ¿Acerca de qué quiere hablar con nosotros? ¿Por medio de qué piensa que alcanzará sus objetivos? ¿Con quién viene usted a la muni? ¿De qué se sirve la muni para salir adelante? ¿Qué clase de servicio y atención pretende dar y qué clase de servicio pretende recibir? ¿De dónde toma la información que necesita? ¿Hacia dónde se dirige cuando nos visita? ¿Para qué viene a la muni? ¿Por qué causa se acerca a nuestras oficinas? ¿Por cuánto tiempo permanecerá dentro de la muni? ¿A quién le preguntará que hacer y a quien le contará cómo le fue? ¿De quién depende que salga satisfecho del servicio municipal? ¿Necesita hacer algo más?

4.2 PROCESO DE BOCETAJE

A continuación se hará una breve explicación del proceso de bocetaje, de lo que se pensó paso a paso hasta lograr la pieza final.

4.2.1 Proceso de selección de tipografía

- Para el titular del fichero

¿Qué necesita hacer?	Arial narrow
¿Qué necesita hacer?	Century gothic
¿Qué necesita hacer?	Franklin githic medium
¿Qué necesita hacer?	Arial blak
¿Qué necesita hacer?	Arial
¿Qué necesita hacer?	Verdana
¿Qué necesita hacer?	Trebuchet ms
¿Qué necesita hacer?	Tahoma
<i>¿Qué necesita hacer?</i>	<i>Monotype cursiva</i>
¿Qué necesita hacer?	Lucida sans unicode
¿Qué necesita hacer?	Impact
¿Qué necesita hacer?	Lucida console

Lo que se busca es una letra sin serif, debido a que es una lectura sencilla, rápida y abundante, por lo que es conveniente una letra del estilo palo seco. También porque algunas personas del grupo que utilizará las fichas y el fichero tienen bajo nivel de lectura, lo que hace que este tipo de letra cumpla con lo necesario para llegar al lector.

De las anteriores exposiciones de familia de letras, se seleccionan las cinco que se ajustan más a la necesidad:

¿Qué necesita hacer? Century gothic

¿Qué necesita hacer? Lucida sans unicode

¿Qué necesita hacer? Arial blak

¿Qué necesita hacer? Verdana

Este grupo posee verticalidad y grosor que denotan seriedad y peso en la información.

La Century Gothic llena el prototipo de letra que se adecua al material, es bien dibujada, sin serif y es gruesa para que se pueda ver a distancia. Además de no ser tan común como el tipo de letra Arial. ¿Qué necesita hacer?

Para el contenido de las fichas:

¿Qué necesita hacer?	Arial narrow
¿Qué necesita hacer?	Century gothic
¿Qué necesita hacer?	Franklin githic.medium
¿Qué necesita hacer?	Arial blak
¿Qué necesita hacer?	Arial
¿Qué necesita hacer?	Verdana
¿Qué necesita hacer?	Trebuchet ms
¿Qué necesita hacer?	Tahoma
<i>¿Qué necesita hacer?</i>	<i>Monotype cursiva</i>
¿Qué necesita hacer?	Lucida sans unicode
¿Qué necesita hacer?	Impact
¿Qué necesita hacer?	Lucida console

Y de las anteriores se escogieron las siguientes:

¿Qué necesita hacer?	Century gothic
¿Qué necesita hacer?	Arial blak
¿Qué necesita hacer?	Verdana
¿Qué necesita hacer?	Tahoma
¿Qué necesita hacer?	Lucida sans unicode

De las anteriores, se decide utilizar la Verdana por el tamaño, grosor e impacto que posee como titular de la ficha, su peso sobre ella marca una diferencia entre las demás que no lograban sobresalir del fondo en el cual se ubicaría el título de la ficha.

Contenido:

Se pretende una tipografía fácil de leer, que denote interés y uniformidad en su desarrollo y se vea interesante.

- ¿Qué necesita hacer? Arial
- ¿Qué necesita hacer? Verdana
- ¿Qué necesita hacer? Trebuchet ms
- ¿Qué necesita hacer? Tahoma
- ¿Qué necesita hacer? Arial narrow
- ¿Qué necesita hacer? Lucida sans unicode
- ¿Qué necesita hacer? Bell Gothic Std
- Black

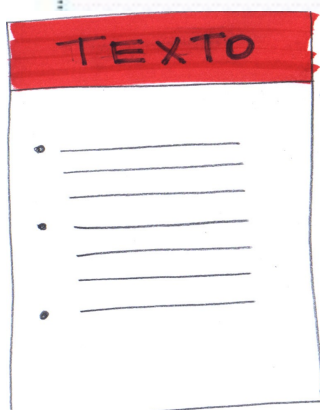
Para el desarrollo del cuerpo de la fichas, se busca una letra que no sea muy gruesa con la intención de que no canse la vista y se vean espacios en la lectura en donde el lector pueda respirar, no olvidando tomar en cuenta que no tenga astas o serif para hacer la lectura más limpia.

Por lo anterior, se seleccionaron los cinco tipos de letras que se ajustan más a la necesidad:

- ¿Qué necesita hacer? Arial
- ¿Qué necesita hacer? Verdana
- ¿Qué necesita hacer? Trebuchet ms
- ¿Qué necesita hacer? Tahoma

De la clasificación anterior se eligió el tipo de letra Arial, por ser un tipo de letra simple que se puede utilizar en bold y si hay mucho texto no se ve saturado.

4.2.2 Proceso de pre-bocetaje para las fichas informativas

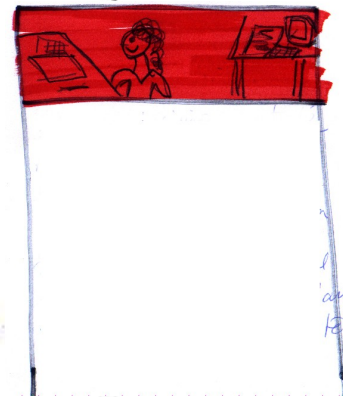


1. Lo que se desea es lograr llamar la atención del vecino utilizando colores vivos aplicados en la parte superior de la ficha que será la parte visible dentro del fichero y en el resto de la ficha irá contenida la información. Se sugiere utilizar colores primarios y secundarios para identificar a cada departamento con sus respectivos trámites.



a. Es importante que no se vea estático, así que se opta por agregar un personaje que le dé interacción al material para que sea cálido y dinámico hacia la persona que lo consulte. Sin embargo, la utilización del personaje convierte el documento en popular y debe tomarse en cuenta que será utilizado por personas de rango socioeconómico A-B y por profesionales.

b. Por lo utilizado en las dos propuestas anteriores, se decide acudir a la fotografía. En este caso, las fotografías serán de las mismas oficinas municipales y su personal, esto con el fin de identificar al usuario con los trámites a realizar. Se intenta colocar la fotografía en la pestaña de la ficha agregándole una pantalla del color con el que se identificará a cada departamento y sobre ella agregar el nombre del trámite.



c. Así mismo, se coloca la fotografía en el cuerpo de la ficha para que fuera más visible, pero resulta dificultoso para su lectura y llama más la atención la foto que la información sobrepuesta. Adicional a eso estropea el texto.



d. La variante o mensaje secundario que se persigue con este documento, es que esté al alcance de la mano de quien la desea consultar y que la información le permita realizar satisfactoriamente sus trámites. Pero gráficamente falta un detalle que lo complemente. Por ello se intenta con una línea curva que le dé movimiento al diseño. Se coloca sobre la fotografía para lograr una fusión que transmita el



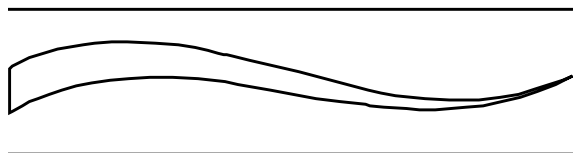
concepto que se está trabajando: "lo llevamos a realizar sus trámites".

Proceso de bocetaje digital:

Con la utilización de esta línea curva, se pretende persuadir al lector y transmitir la sensación de movimiento que lo lleva hacia algo:

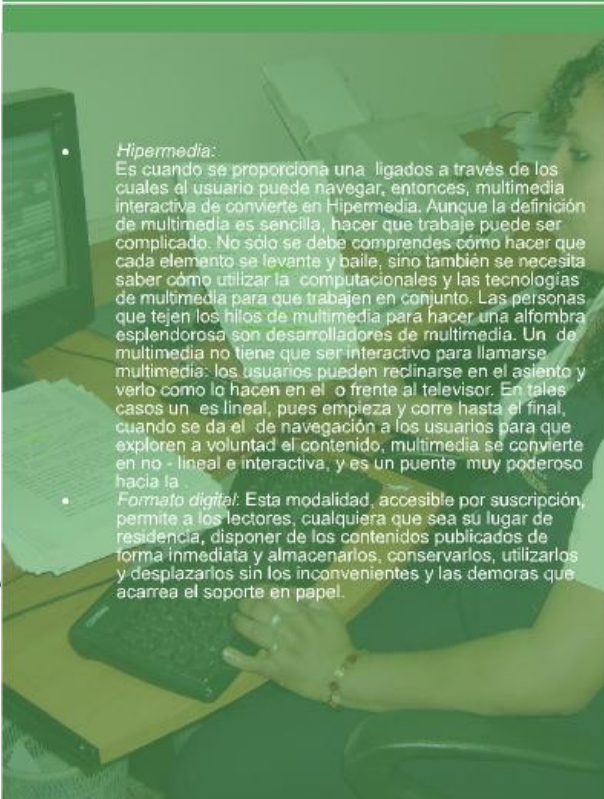


También se intenta el uso de líneas horizontales en el encabezado de la ficha con el fin de transmitir formalidad al trámite a realizar.



1.

Trámites de Catastro



Al encabezado de la ficha, se le agrega una línea curva al centro y una línea horizontal arriba y otra abajo para poder transmitir formalidad (con las líneas horizontales). Aunque visualmente colocadas sobre la pestaña saturan la fotografía y enmarcan la línea curva que indica movimiento.

2.



También se proponen tres modelos de la ficha: la número uno, toda de color con la fotografía de encabezado; la número dos, con la fotografía en el cuerpo de la ficha y la pestaña color liso. Y la número tres, en un fondo blanco con la fotografía en la pestaña.

Surgen tres propuestas de diseño, las que permitirán evaluar de mejor forma la opción que se adecue a los objetivos planteados para este proyecto de investigación.

- **Hipermedia:** Es cuando se proporciona una ligados a través de los cuales el usuario puede navegar, entonces, multimedia interactiva de convierte en Hipermedia. Aunque la definición de multimedia es sencilla, hacer que trabaje puede ser complicado. No sólo se debe comprender cómo hacer que cada elemento se levante y baile, sino también se necesita saber cómo utilizar la computacionales y las tecnologías de multimedia para que trabajen en conjunto. Las personas que tejen los hilos de multimedia para hacer una alfombra esplendorosa son desarrolladores de multimedia. Un de multimedia no tiene que ser interactivo para llamarse multimedia: los usuarios pueden reclinarsen en el asiento y verlo como lo hacen en el o frente al televisor. En tales casos un es lineal, pues empieza y corre hasta el final, cuando se da el de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no - lineal e interactiva, y es un puente muy poderoso hacia la .
- **Formato digital:** Esta modalidad, accesible por suscripción, permite a los lectores, cualquiera que sea su lugar de residencia, disponer de los contenidos publicados de forma inmediata y almacenarlos, conservarlos, utilizarlos y desplazarlos sin los inconvenientes y las demoras que acarrea el soporte en papel.



3. Trámites de Catastro

- **Hipermedia:** Es cuando se proporciona una ligados a través de los cuales el usuario puede navegar, entonces, multimedia Interactiva se convierte en Hipermedia. Aunque la definición de multimedia es sencilla, hacer que trabajar puede ser complicado. No sólo se debe comprender cómo hacer que cada elemento se levante y baile, sino también se necesita saber cómo utilizar la computacionales y las tecnologías de multimedia para que trabajen en conjunto. Las personas que tejen los hilos de multimedia para hacer una alfombra esplendorosa son desarrolladores de multimedia. Un de multimedia no tiene que ser interactivo para llamarse multimedia: los usuarios pueden reclinarse en el asiento y verlo como lo hacen en el o frente al televisor. En tales casos un es lineal, pues empieza y corre hasta el final, cuando se da el de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no - lineal e interactiva, y es un puente muy poderoso hacia la .
- **Formato digital:** Esta modalidad, accesible por suscripción, permite a los lectores, cualquiera que sea su lugar de residencia, disponer de los contenidos publicados de forma inmediata y almacenarlos, conservarlos, utilizarlos y desplazarlos sin los inconvenientes y las demoras que acarrea el soporte en papel.

Con el uso de la fotografía del personal ejecutando la acción de trabajo en oficinas de la municipalidad, se persigue transmitir al visitante un buen servicio. En las fotos se utiliza la parte por el todo para no saturar. Además, visualmente no perjudica que sea de esta forma.

En la pestaña superior de las fichas, primero se intentó a full color, pero no se podían integrar los elementos de líneas curvas y horizontales; luego se intentó aplicarle una pantalla de color, pero la fotografía se veía sucia o empañada.

Así que se intenta hacer la prueba con una fotografía monocromática, de esta forma sí se pueden utilizar los otros elementos y, visualmente, no da sensación de empañada sino al contrario denota que es a propósito la utilización de un solo color en sus distintas tonalidades.



Exposición de las fotografías tomadas en cuenta para la realización de las fichas informativas:

Para el área de Registro Civil:

Esta es la fotografía, en la que se toma únicamente la acción de la realización del trámite, apareciendo en ella, personal de esta sección.



En esta toma, se aprecia en perspectiva el ángulo opuesto a la toma anterior en donde el personal igualmente lleva a cabo algún trámite, donde se pretende visualizar y ampliar la visión del área de esta sección.



Área de Cédulas:

De esta fotografía se sugiere abstraer la función de la entrega de la cédula de vecindad a un vecino interesado con el fin de magnificar el trámite a realizar en dicho departamento.



Área de Tesorería y Aguas:

En esta fotografía se toma el área de las cajas, que es su mayor representatividad y se sugiere la abstracción del área de las ventanillas y el nombre del departamento.





Bajo el mismo concepto de la anterior fotografía (tesorería), se sugiere el de Servicios o Aguas



Servicios Públicos:
De acá se pretende dejar la parte en donde los empleados ejecutan el trabajo del área.



Área de Catastro:

Se visualiza la parte del departamento de Catastro en el primer nivel. Aquí se sugiere la abstracción, al igual que en las demás fotografías, del personal ejecutando la acción en el espacio correspondiente.



Esta es una fotografía que visualiza al departamento completo y que pertenecen al área de catastro en sus diferentes actividades.



Avecindarme


Requisitos Para Avecindamiento de guatemaltecos

Necesitará traer la siguiente papelería y presentarla en el departamento de cédulas en el primer nivel del edificio municipal:

- Certificación de nacimiento original, copiada literal extendida por el Registro Civil.
- Certificación de matrimonio original.
- Tres fotografías recientes tamaño cédula, a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (Las fotos deben ser tomadas con traje formal).
- Boleto de ornato de este año.
- Cédula de Vecindad completa.
- Si tiene profesión presentar título original y una fotocopia.
- Costo Q.10.00 por cédula.

Requisitos Para Avecindamiento de extranjeros residentes

- Certificado de inscripción extendido por la Dirección General de Migración.
- Certificación de extranjero domiciliado extendida en el Registro Civil de donde se haya inscrito.
- Tres fotografías recientes tamaño cédula, a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (Las fotos deben ser tomadas con traje formal).
- Boleto de ornato de este año.
- Costo Q.50.00 por cédula.



Continúa trámites para Avecindarme...

4.2.3 Propuestas Finales

Finalmente se utilizan dos opciones de diseño en las fichas informativas. Y derivado del proceso de bocetaje, se aplicaron algunos cambios.

Entre ellos, en la pestaña de la ficha, se eliminan las líneas horizontales porque recargaban el diseño y encerraban la línea curva, siendo mejor utilizadas en el cuerpo de la ficha, en donde se separan entre sí, los distintos trámites detallados. Visualmente no molestan, y, por su significado, se mantienen las líneas. Por otro lado, se opta por utilizar la fotografía monocromática, la cual transmite efectos de limpieza.


Debido a los resultados del estudio realizado al grupo objetivo, con la ficha de fondo blanco, se pretende dar serenidad al visitante para contrarrestar las emociones alteradas con las que ingresa a la municipalidad (en la mayoría de los casos). El color blanco le transmitirá tranquilidad y contribuirá a relajarlo un poco.

Requisitos Para Avecindamiento de guatemaltecos de origen o naturalizados

- Traer cédula.
- Certificación extendida por el Registro Civil de guatemalteco naturalizado o de origen.
- Tres fotografías recientes tamaño cédula, a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (Las fotos deben ser tomadas con traje formal).
- Boleto de ornato de este año.
- Si está casado, viudo o divorciado presentar certificación de estado civil extendida por el Registro Civil.
- Si tiene profesión presentar título original y una fotocopia, Costo Q.50.00 por cédula.

Nota importante:

- Toda la papelería que presente, debe ser reciente
- Todos los pagos deberá efectuarlos en la Tesorería o en las cajas del Banco ubicados en el primer nivel del edificio municipal.



Continúa trámites para Avecindarme

Avecindarme

Requisitos Para Avecindamiento de guatemaltecos

Necesitará traer la siguiente papelería y presentarla en el departamento de cédulas en el primer nivel del edificio municipal.

- Certificación de nacimiento original, copiada literal extendida por el Registro Civil,
- Certificación de matrimonio original,
- Tres fotografías recientes tamaño cédula, a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (Las fotos deben ser tomadas con traje formal),
- Boleto de ornato de este año,
- Cédula de Vecindad completa,
- Si tiene profesión presentar título original y una fotocopia,
- Costo Q.10.00 por cédula.

Requisitos Para Avecindamiento de extranjeros residentes

- Certificado de inscripción extendido por la Dirección General de Migración,
- Certificación de extranjero domiciliado extendida en el Registro Civil de donde se haya inscrito,
- Tres fotografías recientes tamaño cédula, a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (Las fotos deben ser tomadas con traje formal),
- Boleto de ornato de este año,
- Costo Q.50.00 por cédula.



Continúa trámites para Avecindarme...

Las fichas de fondo de color son atractivas e impactantes, y llaman la atención del visitante. En este caso el blanco se utiliza en las letras para relajar al lector y el fondo de color transmite distinción. Así mismo visualmente lo hace un documento interesante.


La utilización de los colores en los unifoliarejos serán clasificados según la naturaleza del departamento. Esto con el objeto de que el color influya y persuada al lector, para que identifique de forma rápida su necesidad o consulta.

Requisitos Para Avecindamiento de guatemaltecos de origen o naturalizados

- Traer cédula,
- Certificación extendida por el Registro Civil de guatemalteco naturalizado o de origen,
- Tres fotografías recientes tamaño cédula, a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (Las fotos deben ser tomadas con traje formal),
- Boleto de ornato de este año,
- Si está casado, viudo o divorciado presentar certificación de estado civil extendida por el Registro Civil,
- Si tiene profesión presentar título original y una fotocopia,
- Costo Q.50.00 por cédula.

Nota importante:

- Toda la papelería que presente, debe ser reciente
- Todos los pagos deberá efectuarlos en la Tesorería o en las cajas del Banco ubicados en el primer nivel del edificio municipal.



Continúa trámites para Avecindarme...

Rojo:

Este color se eligió para identificar las transacciones del departamento de Cédulas (Avecindamiento, cédulas, entre otros que se relacionan), por ser los trámites con los que más se relaciona un servicio municipal. Además son las de mayor importancia.

Amarillo:

Este color se eligió para identificar al departamento de Registro Civil, (matrimonios, nacimientos, defunciones, entre otros), pues en él se mezcla la acción, voluntad y el estímulo. Además de ser afectivo y jovial.

Azul:

Este, se sugiere para los departamentos de Aguas y de Tesorería porque el azul es estabilidad y representa el agua.

Verde:

Este color se eligió para el departamento de Servicios Públicos (ornato, jardinería, limpieza, entre otros), por representar éste la vegetación y frescura, además de simbolizar la naturaleza.

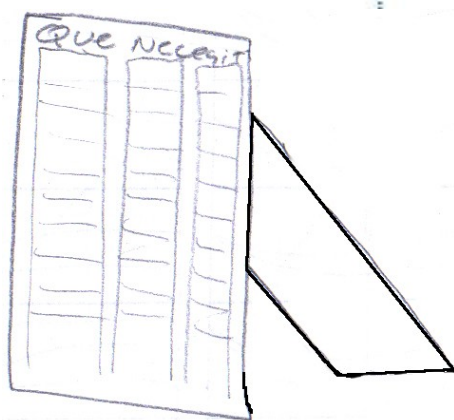


Anaranjado:

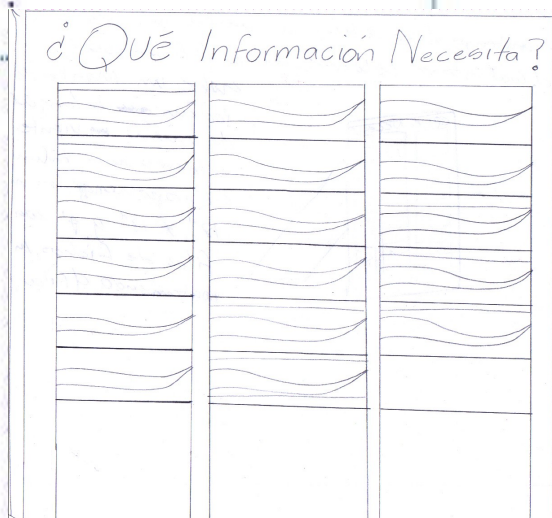
Este color se consideró par el departamento de Catastro (IUSI, licencias de construcción). Se asocia por ser un color que posee una fuerza activa, es dinámico y según su densidad, da equilibrio y se acerca a la tierra.



4.3 PROCESO DE PRE-BOCETAJE PARA EL FICHERO EN EL QUE SE COLOCARÁN DE LAS FICHAS INFORMATIVAS

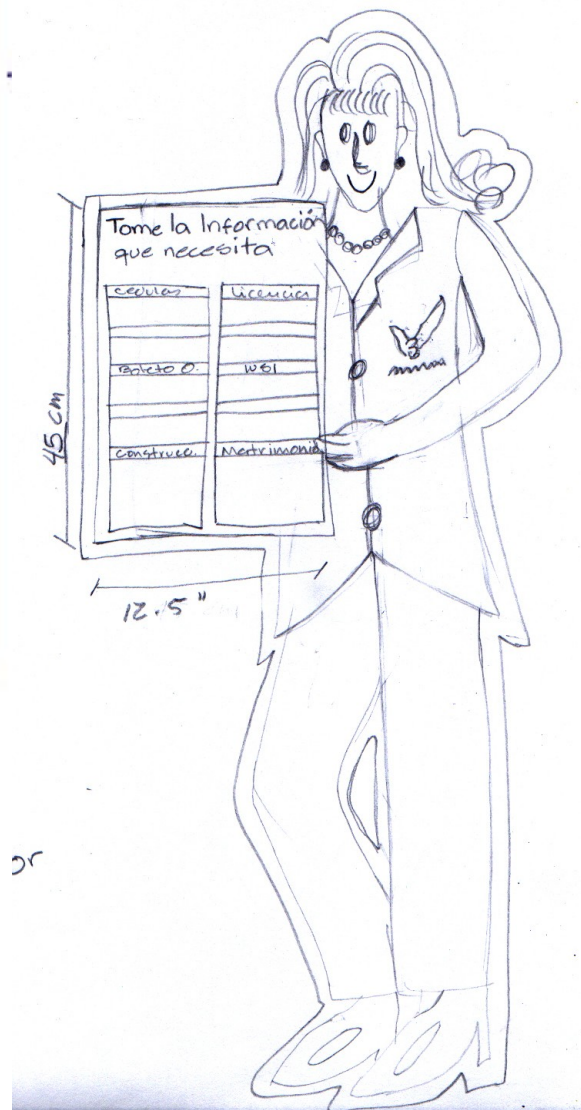


La intención de este fichero, es colocarlo sobre el escritorio del área de información que se encuentra en el lobby de la Municipalidad. Estará expuesto todo el tiempo, y los visitantes podrán tomar la ficha informativa que les interesa.



Para el fichero se sugiere un tamaño accesible, de 18" x 18", en un material de soporte de cartón, que contenga tres filas con casillas, para colocar las fichas informativas. En su diseño se presenta un encabezado con una frase que invite al visitante a tomar la información. Y será sostenido por una pestaña de cartón colocada en la parte de atrás del fichero.

Dar una bienvenida al público es ideal, por lo que se decidió ser más cálido en la presentación del fichero. La anterior propuesta se percibía muy estática, así que se opta por poner la foto de una modelo tamaño real que sostenga el fichero, para intentar transmitir un servicio personalizado. Inicialmente se pretendía que la modelo de la fotografía tuviera una imagen de Profesional, para impactar al visitante. Pero, luego se pensó y validó que fuera alguien del personal de la Municipalidad para no exagerar la imagen. Al cambiar la presentación del fichero, con las dos primeras sugerencias, las medidas cambian y se reducen a dos columnas, de doce fichas informativas.



4.3.1 Proceso de bocetaje del fichero

En esta opción, se perseguía crear armonía de color con las pestañas de las fichas. Se pensó incluir el color anaranjado de una manera indirecta o subliminal (esto con sentido político, por ser el color oficial del actual gobierno municipal). Así que al utilizarlo como color base del fichero es ideal y también sobresale.



Seguido del anterior diseño, el cual contiene la idea general, se trabaja el fichero con dos columnas para que, acondicionado con la nueva propuesta de exhibidor (modelo), no recargue con tantas fichas al interesado. Con la utilización de la línea curva se pretende dar unidad a cada una de las fichas. La medida que se propone es de 12.5" x 19". Se colocaron fotografías de cada uno de los departamentos municipales, con el objeto de introducir al visitante al mundo de la municipalidad y los servicios que presta.

La inclusión de fotografías para orientar al vecino resulta abrumante y carga el diseño. Por lo que en esta propuesta se busca limpiar el mismo y aprovechar el espacio superior, así como también, el espacio entre las fichas para que la vista del usuario pueda respirar entre una y otra.

Para perder un poco la rigidez de la colocación de un fichero sobre un escritorio, se pensó en transmitir la personalización del servicio con el visitante. Además, de ser más visible. Para ello, se propuso la utilización de una modelo trabajadora municipal, a escala real, para que sostenga el fichero. El objeto de esta propuesta era dar una bienvenida más cálida y a la vista de quien necesite la información. Para efectos de realización, se diseñó esta opción con

una varilla de hierro en la parte de atrás para reforzar la verticalidad del exhibidor. Dicha varilla irá pegada a una base de madera rectangular de 16" de largo x 10" de alto. Para que este exhibidor no se caiga ni se balancee para ningún lado, se hará en una base pesada. Se calcula que el exhibidor excederá las tres libras porque será de cartón sumado a las fichas de papel.



De tal forma que, al ser la base de madera, no ocasionará sobrepeso o desequilibrio. Las medidas serán de 662 x 28”.



La primera propuesta para colocar el exhibidor será en el interior de la municipalidad frente a la sección de información, dado a que es lo que primero se ve al ingresar a las oficinas municipales.



La segunda propuesta es en el lobby del edificio municipal, es decir en la antesala a la Sección de Información. Quizás corra el riesgo de que cualquier persona, aunque no entre a la municipalidad, tome la información y haga mal uso de ello pues esta área da directamente a la calle, pero podrá ser visto por más personas.



5

Capítulo

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

- 5.1 Gráficas sobre los resultados obtenidos
- 5.2 Propuesta gráfica final y fundamentación
- 5.3 Conclusiones y recomendaciones
- 5.4 Lineamientos para la puesta en práctica

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Para recabar la información sobre la validación de las propuestas gráficas expuestas, se utilizó la metodología de encuesta, mediante la aplicación de cuestionario. La validación del material se realizó durante dos días. La muestra fue de veinte personas comprendidas en un rango de 20 a 50 años de edad de nivel socioeconómico alto, medio y bajo. Dicho grupo se presentaba a realizar gestiones en las oficinas municipales (grupo objetivo). Para ello, se colocó el material en el área de Información de la Municipalidad. Cabe destacar que en el proceso de validación con el grupo objetivo, éstos se tornaron agradecidos e interesados, anuentes a colaborar con las encuestas realizadas, agregando observaciones y comentarios positivos y favorables a la actividad y material propuesto.

También fue evaluado por el personal del departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad, con el fin de tomar en cuenta el punto de vista del interesado en prestar el servicio y así medir la efectividad de la evaluación con el grupo objetivo:

Dado que fue en este departamento donde nació la idea para cubrir la necesidad, los comentarios y sugerencias al material gráfico fueron exigentes en cuanto a la legibilidad, comprensión y vistosidad de las piezas gráficas, sugerencias que fueron tomadas en cuenta y que enriquecieron más el contenido de las mismas.

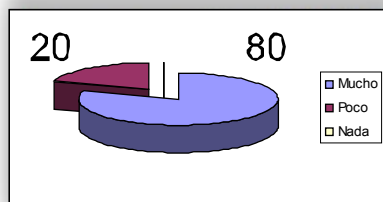
Y por último se consultó a cinco licenciados en la rama de diseño gráfico, quienes también por medio de la encuesta evaluaron las piezas, aprobaron y sugirieron algunas modificaciones para mejorar el material expuesto.

Con este grupo de expertos, se tornó aun más intensa la validación, debido al conocimiento y puesta en práctica de los conocimientos gráficos que por experiencia cada uno de ellos posee, las críticas en cuanto colores, diseño y diagramación fueron fundamentales para la toma de decisión del exhibidor, fichero y fichas informativas.

5.1 GRÁFICAS SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

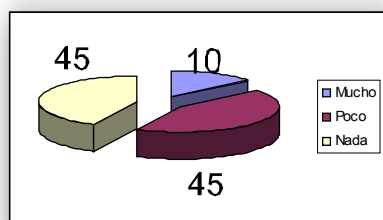
Preguntas planteadas en la encuesta realizada al grupo objetivo

1. ¿Son los colores utilizados vistosos y llamativos?



El 80% opinó a favor de los colores utilizados (rojo, amarillo, azul, verde y anaranjado). Por su pronta identificación, efecto que producen los colores primarios identificándose con el grupo objetivo. El 20% se mostró escéptico, cualidad de algunos visitantes de la Municipalidad.

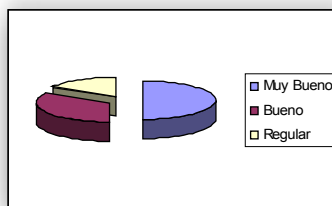
2. ¿Interfirió en algún momento el diseño con la lectura del documento?



El 45% opinó que no, el otro 45% poco, esto porque la separación y distribución del diseño con el texto mantiene espacios estratégicos para no cargar el documento y evitar que éste se torne abrumador para el lector. Y el 10% debido al porcentaje de analfabetismo le resultó que sí interfiere.

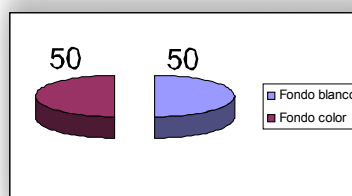
3. ¿El tamaño de la ficha informativa, es práctico y fácil de utilizar?

El 50% opinó favorablemente al tamaño, porque la puede trasladar fácilmente en la realización de sus trámites. El 33% opina que es bueno y el 17% opinó no estar de acuerdo por no contener más información de la Municipalidad.



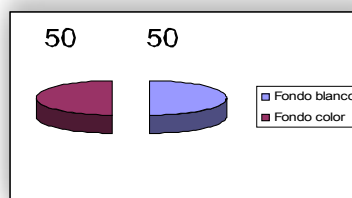
4. A usted ¿se le hace más fácil leer la ficha con el fondo en blanco o de color?

El 50% opina sobre la ficha a color porque se ve vistosa y el 50% el fondo blanco, porque el fondo blanco es más limpio y relajante.

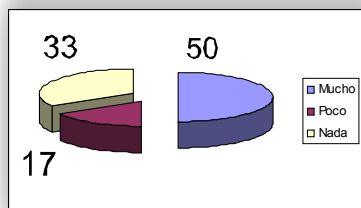


5. ¿Cuál de las dos propuestas de ficha, le es más agradable?

El 50% opina sobre el fondo blanco por su limpieza y el 50% sobre el fondo a color por su vistosidad.

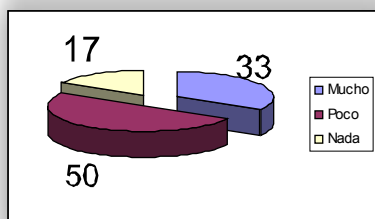


6. ¿Le ayuda la fotografía a relacionar el lugar del trámite que va a realizar?



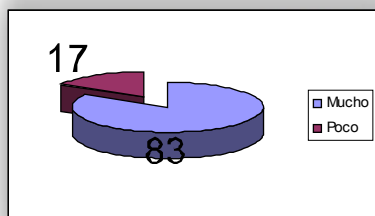
El 50% opina que sí, por visitar con frecuencia las oficinas a la realización de los trámites comunes, el 33% dice que le crea por solamente un ambiente inicial al que se someterá para la realización de su trámite. Y el 17% se mostró escéptico.

7. ¿Le resulta llamativa la fotografía dentro de la ficha?



El 50% opina que poco porque se dirige más a la información que le interesa, el 33% es la que se logra identificar con la fotografía y el 17% se muestra escéptico.

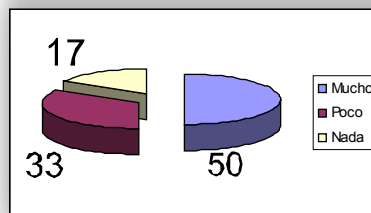
8. ¿El tamaño de la letra de la información en la ficha, le permite leer sin problemas?



El 83% respondió que favorable, debido a que es un tamaño estándar y a su adecuada distribución, el 17% dijo que poco por el porcentaje de analfabetas y escépticos que las consultaron.

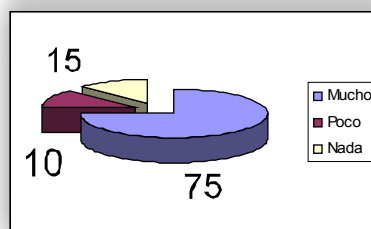
9. ¿El color del fichero atrae su atención?

El 50% aprueba el color naranja por ser vistoso, el 33% poco lo considera muy cálido y el 17% no lo aprueba por opacar los colores de las fichas informativas.



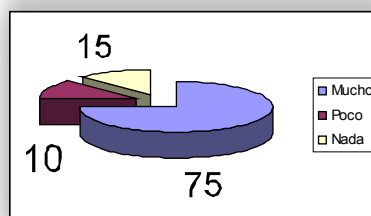
10. ¿Le resulta agradable que quien sostenga el fichero sea una compañera de la municipalidad?

El 75% dice que sí, por la calidez percibida y sensación de servicio personalizado al momento de dar ingreso a las oficinas y el 15% es poco familiarizado con la modelo y el 10% es escéptico a la modelo.

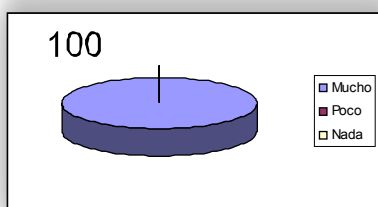


11. ¿Es amigable la exhibición del fichero?

El 75% dice que sí por la sonrisa de la modelo y por ser tamaño real, el 15% se identifica poco y el 10% es escéptico a la exhibición del fichero.

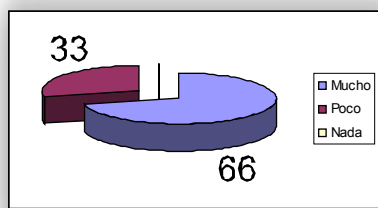


Preguntas planteadas en la encuesta realizada al grupo de profesionales en diseño gráfico sobre las fichas informativas



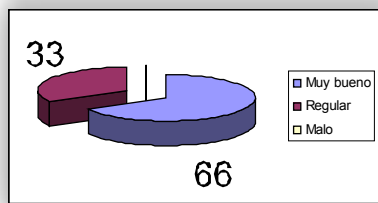
1. ¿La simbología del color se adapta a la información expuesta?

El 100% de los diseñadores encuestados aprueba la simbología del color, confirmando su correcta aplicación a las secciones y funciones de la Municipalidad.



2. ¿Interfiere el color de fondo con el texto?

66% de los encuestados afirma que sí porque la lectura se carga con los colores intensos, el 33% considera que eso las hace verse más vistosas y llamativas.

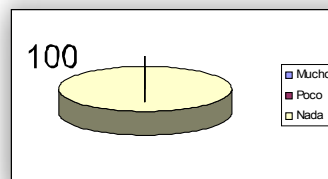


3. La tipología utilizada ¿es adecuada para el grupo objetivo?

El 80% aprueba la tipología debido a que ésta no posee serif y es de la familia palo seco, lo que hace más fluida la lectura.

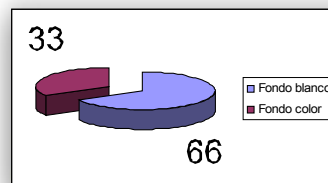
4. ¿En algún momento la lectura entorpece el diseño?

El 100% afirma que no se entorpece la lectura por la adecuada separación en forma proporcional dentro de la ficha.



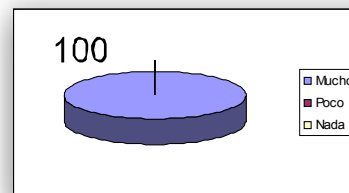
5. ¿Cuál de las dos propuestas de ficha es más funcional?

El 66% de los profesionales afirma que es la de fondo blanco por la pureza, limpieza y paz que transmite al usuario cuando las consulte. El 33% cree que el fondo de color por la vistosidad de las fichas atrae la atención.



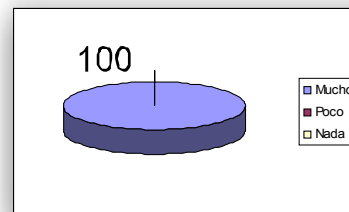
6. ¿La monocromía favorece el diseño?

El 100% dice que sí, porque no satura el diseño, tomando en cuenta que el documento contiene texto moderado, haciéndolo ver más sencillo y limpio.

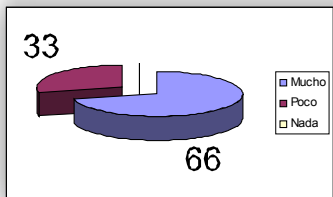


7. ¿El tamaño de la tipografía de la información es la adecuada?

El 100% aprueba el tamaño, porque da al lector fluidez en la lectura, denotando claridad y nada de interferencia dentro del documento.

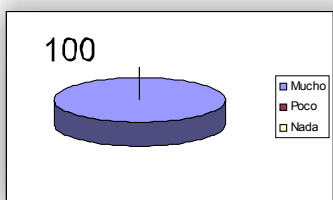


8. ¿Es correcta la distribución de espacios entre textos?



El 66% dice que sí, porque es necesario que el lector descansa la vista entre textos para que la lectura no abrume al lector, el 33% opina que amerita generar un poco más de espacios entre textos.

9. El uso de la línea dentro del diseño, ¿es funcional?

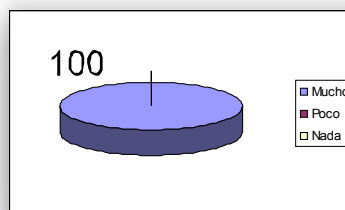


El 100% dice que sí. Por el equilibrio que transmite al documento y por incorporarse al diseño de una forma persuasiva.

Sobre el exhibidor y el fichero

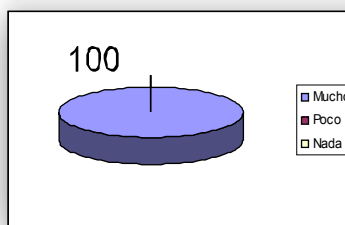
1. ¿El color del fichero es funcional para lo que se ha destinado?

Derivado de que a los diseñadores se les presentó el fichero con los cambios realizados después de la validación con el grupo objetivo, éste fue aprobado en el 100% garantizando la utilización del color y diseño por la sincronización y contraste de colores entre las fichas y la base de color del fichero. Sí, en un 100%



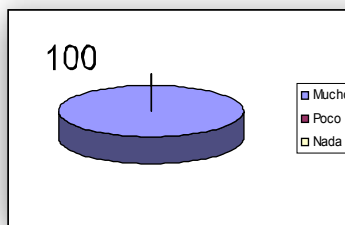
2. ¿Son fáciles de identificar las fichas dentro del fichero?

El 100% opina que sí. Por los espacios distribuidos adecuadamente y por la armonía entre los colores y el texto claro en cada una de las fichas, haciendo que se complemente el diseño.



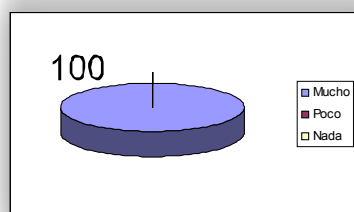
3. La propuesta de la modelo, ¿transmite la sensación de amabilidad y servicios?

El 100% opina positivamente sobre la propuesta de la modelo, por la calidez y acercamiento que tienen los usuarios para tomar la ficha informativa. Y por



identificarse como trabajadora de la institución.

4. ¿Es amigable la exhibición del fichero?



El 100% opina que sí, porque es una trabajadora municipal identificada con el uniforme de la institución, además de ser a escala real y muestra un gesto amable de servicio y hace sentir al usuario como personalizado el servicio.

5.2 PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Porta Fichero o exhibidor

Es la fotografía de una modelo, trabajadora de la Municipalidad, identificada plenamente con el uniforme municipal y con una sonrisa que transmite calidez y una sensación de “nos agrada que nos visite”.

El exhibidor mide 66 x 28 pulgadas, y estará sobre una base sólida de material MDF de 9 milímetros de grosor (hecho a base de madera). Se le pegará la fotografía impresa full color en vinilo adhesivo 3M laminado para mayor protección y

resistencia. Lo anterior responde a las recomendaciones de las Diseñadoras Gráficas, Elizabeth Luna de la agencia de Publicidad Avance, y Lesly Estrada diseñadora independiente.

Este exhibidor estará ubicado en el ingreso de la Municipalidad, en el Área de Información para que al llegar las personas, sea lo primero que vean y sientan la



bienvenida desde su ingreso, ofreciéndoles útil información.



Fichero

El fichero mide 1.25” x 19”. Será de cartón común. Estará sostenido por la modelo y su diseño es sencillo, rectangular, de color azul. Se eligió el color azul por la solidez que transmite, además de ser el utilizado por la Municipalidad para sus publicaciones. Así mismo se incluye el slogan “estamos cumpliendo”. En la parte superior se agregó la línea curva para transmitir al usuario que le llevamos a realizar sus trámites, lanzándoles una pregunta de anzuelo: ¿Qué necesita hacer? Abajo, las respuestas en cada una de las fichas que necesite utilizar. Así mismo se agrega el logotipo de la actual administración municipal, para que se entienda que es un servicio más del alcalde, y que está dispuesto a colaborar.

Fichas informativas

El diseño y utilización de elementos en las fichas informativas son los mismos para todas. Lo que cambia es el color, debido a que se eligieron según el departamento.

El tamaño de cada ficha es de 8.5 x 5.5 pulgadas, el material de impresión es papel 120 gramos, esto por razones de costo y en virtud de que las fichas no serán devueltas por los usuarios.

Línea recta horizontal: según la investigación realizada, el diseñador Luciano Moreno, dice que **la línea recta horizontal** expresa equilibrio y estabilidad, se utiliza sobre todo como elemento delimitador de bloques de contenido en páginas de poco contenido gráfico, siendo conveniente no presentarlas con efecto tridimensional, sino como una simple línea plana. Es por ello que acá se utilizaron para dividir la información diferenciando un trámite de otro.

Las líneas horizontales serán del color de la ficha según la clasificación por departamento. Esto para crear unidad y armonía entre la foto y el diseño.

La línea curva: al respecto a **la línea curva**, el diseñador Luciano Moreno (2006) opina que es la línea más libre y la más dinámica de todas, sugiere desde un movimiento perfectamente definido hasta un movimiento caótico, sin reglas. Está muy asociada al ser humano. Razón por la

cual, es utilizada para transmitir la variante de que “la información le lleva de la mano” para culminar con éxito sus transacciones municipales.

La curva se usa como pantalla sobre la fotografía, esto para lograr una fusión del servicio municipal con la variante que se pretende transmitir con esta pantalla que nos acerque al concepto el diseño.

Fotografía: las **fotografías** fueron tomadas en **toma a nivel** que según la empresa fotográfica FOTONOSTRA es cuando la fotografía se realiza desde el mismo nivel el objeto tomado y sirve para mostrar o describir algo de manera natural u objetiva. Que justamente es el efecto que se busca obtener con las fotografías tomadas al personal y oficinas de la municipalidad.

Colocadas bajo el fundamento de diseño de la parte por el todo, pues es más insinuante y deja a la imaginación. Si se coloca la foto completa, el detalle de la misma se vería en menor cantidad y no impactaría tanto al que la ve.

Monocromía: la **monocromía** de la fotografía hace ver la fotografía más interesante y se fusiona con el cuerpo del diseño, además de ser económica para su impresión. Se usa también para hacer clara la diferenciación de colores de las fichas entre departamentos. Si fueran a full color, esta diferenciación no podría lograrse y se confundirían las fichas unas entre otras y sería difícil de ubicar al trámite deseado.

Fondo de la ficha: el **fondo de la ficha** es blanco, esto para dar tranquilidad al usuario del documento, según lo indica la empresa FOTONOSTRA en la simbología del

color y dice que el blanco significa paz y crea la impresión de positivo infinito, que es justo lo que se desea transmitir al visitante cuando consulta la ficha, pues en su mayoría las personas llegan a la municipalidad con un humor alterado y de disgusto. Al ver la ficha se persigue transmitir un poco de paz y positivismo, además que se ve más limpia.

Tipografía título de la ficha: la **tipografía utilizada en los títulos** de las fichas son el tipo de letra Verdana bold, es una fuente tipográfica del tipo sans serif de gran legibilidad, comisionada por Microsoft y diseñada por Matthew Carter. Lo cual permite facilitar la lectura de los titulares de las fichas, no obstruyendo su lectura si se agregasen más elementos, se usa en bold para que sobresalga un poco más y le dé peso al titular del documento y se lea fácilmente del resto de las demás fichas.

Título fichero: El **título del fichero** es Century Gothic en bold. La familia gótica de la fuente del siglo es útil para los títulos y el trabajo general de la exhibición y para las cantidades pequeñas de texto, particularmente en la publicidad que sea visible a cierta distancia moderada, también sin serif para facilitar la lectura y este tipo de letra es más dibujada, lo que permitirá su perfecta visibilidad y lectura desde que ingresen a la municipalidad las personas que realicen sus trámites. Según fuente consultada en la enciclopedia Wikipedia.

Tipografía en el cuerpo de la ficha: para el texto del **cuerpo de la ficha**, se utilizó el tipo de letra arial, de la familia contemporáneos o palo seco, también se les conoce como Sans Serif (sin serif) y se caracterizan por no tener adornos ni remates, sin variaciones de grosor en sus astas, sino más bien un grosor homogéneo a todo lo largo y sin variaciones de verticalidad, según la diseñadora gráfica Eva Paz (1998), añade también que es utilizada para expresar actualidad, fuerza e industria.

Asimismo en la fuente consultada en el Internet, Arial es una familia extremadamente versátil de las tipografías que se pueden utilizar con el éxito igual para el texto que fija en los informes, las presentaciones, los compartimientos, así como para su exhibición en periódicos, la publicidad y promociones.

Por último se le añade a cada ficha en la parte inferior, el logotipo de la administración del actual gobierno municipal, para hacer notar que es un servicio más que presta la Municipalidad al vecino villanovano.

A continuación una breve explicación del porqué de la clasificación de los colores de las fichas por departamento:

El rojo identifica las transacciones del departamento de Cédulas (Avecindamiento, cédulas, entre otros que se relacionan), por ser los trámites con los que más se identifica un servicio municipal, son los de mayor importancia y por los que todos haremos uso de ellos en algún momento. Por ello el rojo se adapta por ser el color que requiere la atención en mayor grado y es el más saliente, por ello se designa a este departamento (según fuente consultada en FOTONOSTRA).


Cédulas

**Requisitos primera cédula
(mayores de 19 años)**

- Certificación de nacimiento original
- Declaración jurada extendida por un notario donde consta que no ha obtenido cédula en ninguna municipalidad del país
- Tres fotografías recientes tamaño cédula a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (deben ser tomadas con traje formal),
 - Boleto de ornato de este año
- Certificación de matrimonio original (si fuese casado)
- Fotocopia de cédulas de ambos padres
- Si tiene profesión, presentar título original y una fotocopia
- Costo por cédula Q.10.00

**Requisitos primera cédula
(menores de 19 años)**

- Certificación de nacimiento original
- Constancia de negativa de cédula original extendida por el Registro de Vecindad donde le extendieron la certificación de nacimiento, (esta es necesaria si pasó un mes de haber cumplido su mayoría de edad.)
- Tres fotografías recientes tamaño cédula a color o blanco y negro en papel mate, con frente y orejas descubiertas. (deben ser tomadas con traje formal),
 - Boleto de ornato de este año
- Certificación de matrimonio original (si fuese casado)
- Fotocopia de cédulas de ambos padres
- Si tiene profesión, presentar título original y una fotocopia
- Costo por cédula Q.10.00



Continúa trámites de Cédulas...

**Requisitos Para
Certificación de Cédula**

Necesitará traer la siguiente papelería y presentarla en el departamento de cédulas en el primer nivel del edificio municipal:

Si el trámite es personal:

- Nombre y apellidos completos,
- Número de cédula y
- Fotocopia de cédula.

Si el trámite no es personal:

- Fotocopia de cédula de la persona que realiza el trámite,
- Nombre y apellidos completos del propietario de la certificación,
- Número de cédula completo del propietario de la certificación,
- Si es una empresa particular que realiza el trámite en segunda persona, debe presentar solicitud por escrito,
- El costo es de Q.10.00 por certificación.

Negativa de cédula

- Presentar fedatada original y copia,
- El costo es de Q.5.00 por cédula.

**Requisitos Para
Reposición de Cédula**

- Dos fotografías recientes tamaño cédula a color o blanco y negro en papel mate, con fedatada y orejas descubiertas. (las fotos deben ser tomadas con traje formal),
- Boleto de ornato de este año,
- Costo de la primera copia Q.20.00, de la segunda copia Q.30.00 y de la tercera copia en adelante Q.50.00

- Toda la papelería que presente, debe ser reciente
- Todos los pagos deberá efectuarlos en la Tesorería o en las cajas del Banco ubicados en el primer nivel del edificio municipal.



86

Con amarillo se identifica al departamento de Registro Civil (matrimonios, nacimientos, defunciones, entre otros), pues en él se mezcla la acción, la voluntad y el estímulo además de ser afectivo y jovial (según fuente consultada en FOTONOSTRA).

Matrimonios Supervivencia

Requisitos para matrimonios menores de edad

Necesitará traer la siguiente papelería y presentarla en el departamento de Registro Civil, en el primer nivel del edificio municipal:


- Certificación de nacimiento
- Cédula de los padres
- Boleto de ornato de este año del propietario de la cédula
- Certificado médico del caballero

● **Nota:** la papelería se recibe los días lunes, y los matrimonios se llevan a cabo el día viernes a las 15:00 hrs.

Requisitos Para matrimonios mayores de edad

- Certificación de nacimiento de ambos
- Cédula de ambos
- Boleto de ornato de este año del propietario de la cédula
- El boleto de ornato tiene que ser de esta Municipalidad
- Certificado médico del caballero.

● **Nota:** la papelería se recibe los días lunes y los matrimonios se llevan a cabo el día viernes a la 15:00 hrs.



Continúa trámites para Matrimonios...

Requisitos Para matrimonios extranjeros

- Pasaporte vigente
- Certificación de nacimiento con las siguientes legalizaciones:
 - Auténtica del alcalde del lugar de origen
 - Auténtica del Gobernador de ese país
 - Auténtica del Consulado de Guatemala en ese país
 - Auténtica del Ministro de Relaciones Exteriores en Guatemala
- Presentar boleto de ornato de este año
- Constancia de soltería con las mismas legalizaciones de la certificación de nacimiento.

Requisitos supervivencia del IGSS

Presentar formulario
Presentar resolución del IGSS
Cédula de la persona que realiza el trámite
Beneficiarios menores de edad con certificación de nacimiento.

Requisitos supervivencia del INDE

Cédula completa de la persona que realiza el trámite,
Carné de identificación del INDE
Formulario de supervivencia del INDE.

- Toda la papelería que presente, debe ser reciente
- Todos los pagos deberá efectuarlos en la Tesorería o en las cajas del Banco ubicados en el primer nivel del edificio municipal.



Continúa trámites para Matrimonios



El color verde se asocia al departamento de Servicios Públicos (ornato, jardinería, limpieza, entre otros), este color representa la vegetación, frescura y simboliza la naturaleza (según fuente consultada en FOTONOSTRA).

Inscripción de Negocios

Para realizar estos trámites, diríjase al Departamento de Servicios en el primer nivel del Edificio Municipal.

Caseta o carreta

- Presentar solicitud por escrito dirigida al Director de Servicios Públicos.
- Fotocopia de cédula de vecindad del interesado.
- Fotocopia del boleto de ornato de este año a nombre del interesado.

Guías de conducción de Ganado

- Matrícula del fierro.
- Datos del conductor del vehículo.
- Datos del vehículo.
- Fotocopia del boleto de ornato de este año.

Registro de fierro para marcar ganado

- Presentar solicitud por escrito dirigida al Alcalde Municipal.
- Documento que compruebe que el ganado es de su propiedad (mínimo 10 cabezas).
- Boleto de ornato de este año (mínimo de Q.50.00).
- Presentar Fierro.

Registro de un negocio

- Fotocopia del formulario ya escrito (solicitud para el Registro Comercial).
- Fotocopia de Cédula y Boleto de ornato.
- Fotocopia de licencia sanitaria (únicamente si vende comida).
- Fotocopia de Solvencia Municipal.
- Reglamento de autorización municipal para vehículos.

 Continúa trámites Inscripción de Negocios...

Inscripción de empresa de Cable

- Datos de identificación del solicitante.
- Al trasladarse de persona jurídica, deberá presentar: copia autenticada de la escritura constitutiva de la sociedad y copia del nombramiento del representante legal.
- Dirección para recibir notificaciones, del inmueble y donde estará instalada la estación terrena.
- Zonas o áreas de cobertura del servicio.
- Lista de equipo para captación y distribución de señales, fotocopias de facturas o declaración jurada.
- Fotocopia de patente de comercio.
- Contrato de los canales.
- Fotocopia de resolución de la autorización de usos de vías públicas, emitidas por el Consejo Municipal.
- Número de usuarios.

Requisitos para Vallas Publicitarias

- Presentar solicitud por escrito dirigida al Director de Servicios Públicos
- Dirección exacta de donde colocará la valla publicitaria.
- Texto de anuncio a publicar.
- Fotocopia de cédula del interesado.
- Fotocopia del boleto de ornato de este año del interesado.

- Toda la papelería que presente, debe ser reciente
- Todos los pagos deberá efectuarlos en la Tesorería o en las cajas del Banco ubicados en el primer nivel del edificio municipal.



Continúa trámites inscripción negocios



El color azul se utiliza para los departamentos de Aguas y de Tesorería porque el azul es estabilidad y representa el agua (según fuente consultada en FOTONOSTRA).



Requisitos Para Solvencia Municipal

Para obtener su solvencia municipal y de tránsito, deberá presentarse al Departamento de Tesorería en el primer nivel del edificio Municipal.

- Estar solvente de todos los impuestos municipales (IUSI, agua, asfalto, drenaje).
- Boleto de ornato de este año
- Nombre y apellidos del propietario del inmueble
- Dirección exacta del inmueble
- Costo de la solvencia Q.6.00
- Se entrega al día siguiente de la solicitud
- Presentar contraseña.

Requisitos para Solvencias de tránsito

- Presentarse a ventanilla de Tesorería.
- Número exacto de la placa del vehículo.

Tabla para el pago de Boleto de Ornato

Ingreso mensual	Valor boleto	Valor con multa
De Q 300.01 a Q 500.00	Q 4.00	Q 8.00
De Q 500.01 a Q 1,000.00	Q 10.00	Q 20.00
De Q 1,000.01 a Q 3,000.00	Q 15.00	Q 30.00
De Q 3,000.01 a Q 6,000.00	Q 50.00	Q 100.00
De Q 6,000.01 a Q 9,000.00	Q 75.00	Q 150.00
De Q 9,000.01 a Q 12,000.00	Q 100.00	Q 200.00
De Q 12,000.01 en adelante	Q 150.00	Q 300.00




Requisitos solicitud para desmembrar

Para realizar estos trámites, dirijase al Departamento Catastro en el segundo nivel del Edificio Municipal.

- Certificación del Registro de la Propiedad (reciente, máximo tres meses, donde conste la primera y la última inscripción de dominio y los gravámenes, desmembraciones, y limitaciones de la finca que desea desmembrar.
- Plano de la finca matriz y fracción(es) a desmembrar (debidamente firmados, sellados, y timbrados por el Ingeniero o Arquitecto colegiado), y una fotocopia de cada uno.
- Solvencia Municipal de la Finca Matriz.
- Boleto de Ornato (Villa Nueva) del(los) propietario(s) de la finca matriz.
- Fotocopia de la cédula de vecindad del propietario(s), condueños de la finca matriz y del(los) propietario(s) de la fracción a desmembrar.
- Si el terreno de la finca matriz y desmembración son de forma irregular, es indispensable que cuente con tabla o cuadro de azimut o rumbos (grados, minutos y segundos), estaciones y medida lineal en metros, para su efectiva localización y ubicación.
- Si el terreno de la finca matriz y desmembración son de forma regular, es necesario se consigne la medida lineal, azimut o rumbo.
- Si la finca matriz soporta servidumbre de paso, indicar su anchura, dimensión y área. Indicar en el plano de la fracción a desmembrar el ancho de la servidumbre. Es necesario colocar mojones al área a desmembrar.



El color anaranjado se adecua con el departamento de Catastro (IUSI, licencias de construcción), se asocia por ser

un color que posee una fuerza activa y por ser dinámico y según su densidad da equilibrio y se acerca a la tierra (según fuente consultada en FOTONOSTRA).

Normativa de las fichas informativas

Con el fin de establecer y mantener una unidad visual sobre las fichas informativas, es necesario normar caracteres del diseño para evitar en futuras impresiones perder la unidad que las caracteriza y hace que se posesionen en la mente del consumidor y/o grupo objetivo.

1. Se debe mantener la línea curva en el encabezado, difuminado sobre la fotografía colocada en la parte superior de la ficha (tiro).
2. Los títulos de los trámites a realizar deben ir del mismo color de la ficha, según su clasificación por departamento.
3. La línea debe ser horizontal iniciando de izquierda a derecha, luego de derecha a izquierda y terminando nuevamente de izquierda a derecha.
4. El logotipo de la Municipalidad debe incluirse en las dos caras de la ficha en la parte inferior (tiro y retiro).
5. La fotografía del retiro debe ir en la parte inferior, siempre incluyendo la línea curva difuminada que está en el tiro.
6. Y por último, en el frente (tiro) debe contener en la parte inferior la línea curva en el color de su clasificación según el departamento.



5.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Con la creación e implementación de este material informativo, se pretende mejorar el servicio a los usuarios y cambiar la imagen de servicio de las entidades gubernamentales en atención al público.

El tipo de fichero es el adecuado para presentar y poner a disposición las fichas informativas al grupo objetivo.

Las fichas informativas cumplen con su objetivo de transmitir y difundir la gama de servicios que presta la Municipalidad por la adecuada tipología y atraer la atención por los colores utilizados.

El exhibidor del fichero con el material informativo despertó el interés del grupo objetivo, porque les permite interactuar

desde el momento en que se acercan a la obtención del material.

La implementación de este material gráfico informativo, propuesto y validado, beneficiará a los más de dos mil vecinos que visitan a diario la Municipalidad y creará en ellos satisfacción en la realización de sus trámites.

Recomendaciones

La aplicación de la línea curva en la elaboración de este manual es recomendable derivado de que es la línea más libre y la más dinámica de todas, sugiere movimientos perfectamente definidos hasta movimientos sin reglas, esto coincide con los trazos del ser humano, que escribe y dibuja casi siempre con líneas curvas.

La utilización del color en el diseño de un material informativo es factor importante para llegar al grupo objetivo, por lo que se recomienda investigar sobre las características y significados de cada uno de ellos para que éstos alimenten y enriquezcan la mediación del material.

La línea editorial es una herramienta clave para la transmisión de mensajes, proyecta estratégicamente el negocio y estrecha el conocimiento de los públicos meta, establece objetivos comunicacionales y construye un lenguaje mercadotécnico correcto y eficaz.

Se recomienda que antes de emprender todo tipo de proyecto, se haga un análisis del grupo objetivo y una validación del material, para que éste logre conseguir el propósito de comunicar o transmitir un mensaje.

5.4 LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

Exhibidor:

Tamaño 66 x 28 pulgadas
Impresión en vinilo sobre base MDF
Full color

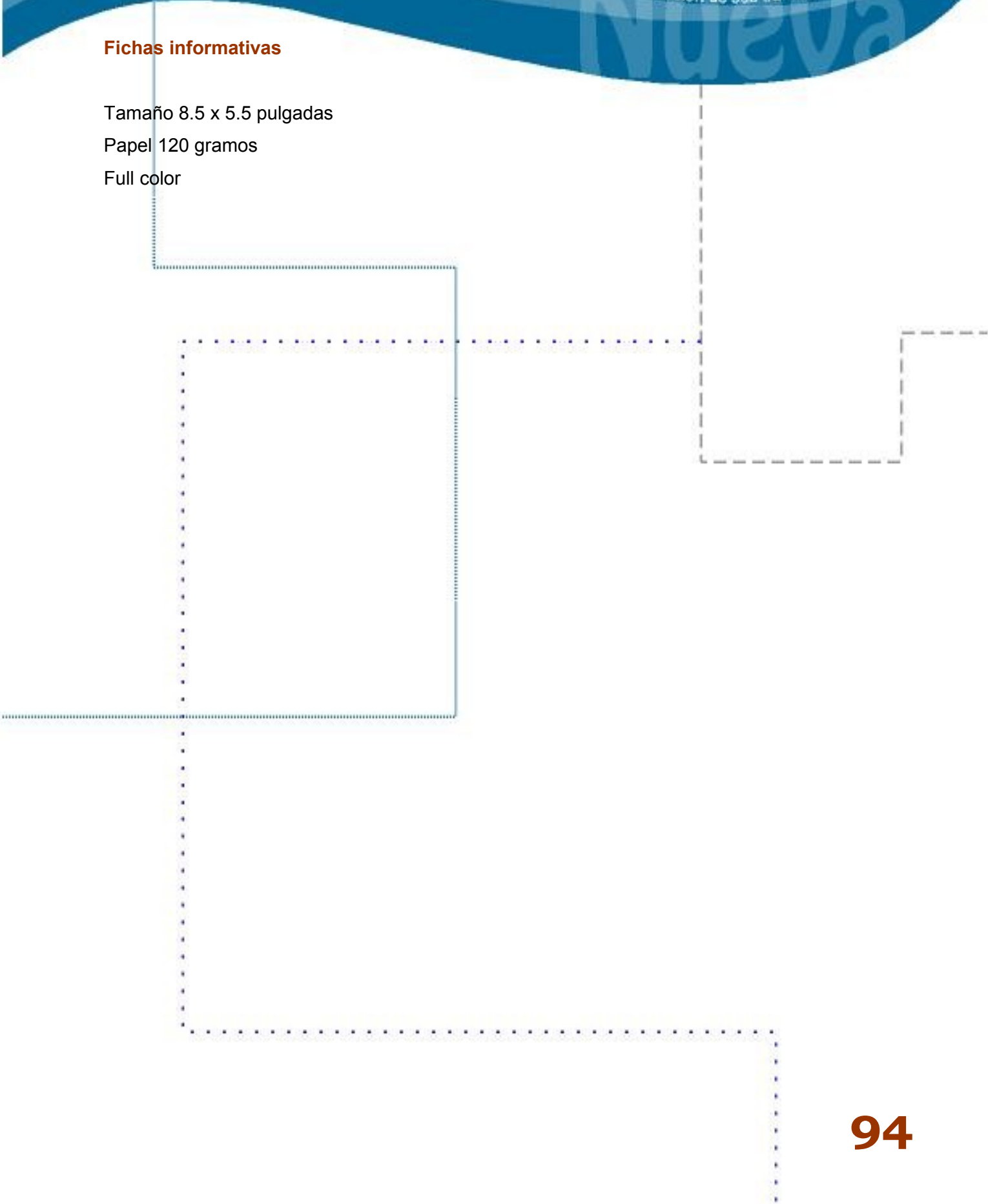
Fichero:

Tamaño 12.5 x 19 plgs.
Impresión en cartón común
Full color



Fichas informativas

Tamaño 8.5 x 5.5 pulgadas
Papel 120 gramos
Full color



Glosario

Arte Final: un negativo o positivo de línea perfecta, en blanco y negro, de cualquier aplicación que se quiera imprimir, ya sea a color o a una tinta. Es la última etapa y culminación que tiene todo arte o trabajo tratado con gran precisión y disponiendo de todas las técnicas y materiales necesarios antes de su presentación en los medios de producción (López, et. al., 1985).

Boceto: son los apuntes iniciales previos a un arte final. No están detallados como la obra acabada, pero sugieren el grafismo de un trabajo impreso; en ellos se consideran colores, materiales y métodos de reproducción.

Borde: margen de las películas fotográficas no ocupado por la imagen, frecuentemente está perforado.

Color: impresión que produce en la vista la luz reflejada por un cuerpo. La luz solar se compone de siete colores elementales que constituyen el espectro y son: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta. El negro resulta de la ausencia de toda impresión luminosa y el blanco se compone de todos los del espectro.

Colores Base: son los primeros: rojo = magenta, azul = cyan y amarillo.

Colores complementarios: son los que se componen entre sí. Un secundario es complementario del primario que está ausente de dicho secundario: el rojo es complementario del verde y viceversa; el azul del naranja y el amarillo del violeta.

Coste: gasto realizado para la obtención o adquisición de una cosa o de un servicio. Conjunto de gastos para la producción de bienes y servicios.

Cuerpo de texto: es el contenido escrito de un anuncio en medios gráficos, excluyendo titulares y subtítulos.

Diagramación: es componer, es el proceso por el cual se combina la colocación de los elementos que componen el diseño, dentro de un espacio determinado.

Digitalizar: pasar cualquier información gráfica o audiovisual a soporte digital.

Diseño: es un proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco económico y cultural determinado.

Diseño gráfico: es la creación eficaz de piezas gráficas que resuelven creativamente un fin. Es un medio de comunicación visual, es una disciplina que traduce gráfica o visualmente una idea en una forma práctica, útil y eficiente. Así, pues se puede definir el diseño gráfico como un medio de expresión, que constantemente se utiliza para dar a entender gráficamente un contenido; es un lenguaje

expresado basándose en imágenes y tiene la función de comunicar algo específico.

Encuesta: conjunto de preguntas recogidas en un cuestionario para conocer la opinión del público sobre un asunto determinado. Es utilizado en la elaboración de investigaciones como instrumento de recolección de información.

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

Fotografía: arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en la cámara oscura.

Gráfico: medio de comunicación impreso. También se le considera formato para representación de datos que adopta muy variadas formas, tal es el caso de: cuadros, barras, líneas, tartas, etc.

Imagen: es la figura que se utiliza para la representación de algún objeto, ya sea por medio de trazos gráficos o del lenguaje. Puede ser un dibujo, fotografía o ilustración. Hace atractivo algún material, con el objeto de explicar características, ayudar a la comprensión de un mensaje o mantener el recuerdo de una forma más clara.

Impresión: acción y efecto de imprimir en cualquier soporte gráfico, desde papel a cartón o película fotográfica, etc.

Metodología: parte de la lógica que estudia los métodos. Se divide en dos partes. La sistemática, que fija las normas de la definición, de la división, de la clasificación y de la prueba, y la inventiva, que fija las normas de los métodos de investigación propios de cada ciencia. En pedagogía, estudio e los métodos de enseñanza.

Objetivo: dispositivo óptico de vidrio o plástico que refracta la luz. En fotografía los objetivos hacen converger los rayos reflejados por un objetivo de un plano focal, sobre el que forman una imagen.

Tamaño: describe las proporciones de cualquier pieza publicitaria en largo, ancho y alto. Curiosamente también se aplica para referirse a la longitud de un spot que no se mide en metros sino en segundos.

Texto: escrito publicitario que se utiliza para escribir en el propio anuncio gráfico o para locución de un spot o de una cuña. En publicidad se distingue mucho entre titulares y textos, ya que van próximos, pero no es lo mismo.

Tipografía: tipo o modelo de letra.

Titular: texto principal que encabeza una pieza publicitaria y que normalmente transmite una parte clave del mensaje. También puede decirse que el titular es el texto que encabeza una información de prensa.

Transparencia: una imagen positiva del sujeto original, en colores naturales, que puede verse mirándola frente a una

fuente de luz, en un visor de diapositivas o proyectándola sobre una pantalla.

Troquel: término utilizado por las imprentas para referirse a un corte especial en una publicación.

Valores tonales: se llama así a los grises situados entre los extremos blanco y negro de una imagen fotográfica.

Bibliografía

- www.villanueva.gob.gt
(agosto 2006)
- www.contenidointeligente.com
(febrero 2007)
- Diccionario de la Real academia Española
www.buscon.rae.es
(octubre 2006)
- Fotografía digital y diseño gráfico, galerías de fotos, tipografía
www.fotonostra.com
(octubre 2006)
- Línea editorial
www.contenidointeligente.com
(septiembre 2006)
- Instituto Nacional de Estadística -INE-
www.ine.gob.gt
(septiembre 2007)
- Enciclopedia Wikipedia
www.wikipedia.com
(agosto 2006 a septiembre 2007)



1995

- Paz Mendoza, Eva Graciela
1996 Tipografía
- Castellanos J. de Jesús
1995 Los Calores en los medios
- Biblioteca del Diseño Gráfico. México
Editorial Naves Internacional de Ediciones
Tomo 1 y 2
- Melendreras Soto, Tristán y Castañeda Cuan, Luis Enrique.
Guatemala
Aspectos Generales para elaborar una Tesis Profesional o una
Investigación Documental
Universidad de San Carlos de Guatemala
- Hector Raúl Torres. Guatemala
2006 Identidad e Imagen Corporativa, del Museo del Ferrocarril
Universidad de San Carlos de Guatemala

2004

- Ericka Leticia Reyna Herrera. Guatemala
Municipalidad de Villa Nueva (Experiencia Laboral)
Universidad Rafael Landivar
- Marlene Martínez Portillo. Guatemala
2006 Diagnóstico de Comunicación Social para Promover la
Regularización de Tierras Entregadas por el Estado.
Universidad Rafael Landivar
- Escalona Salazar, María y Mendieta García Heberto. México
2004 Diseño de Una Guía Cultural para la Ciudad de Puebla
Universidad de Las Américas Puebla

ANEXO 1

Guía de entrevista a Relacionista Pública de la Municipalidad, Ericka de Mayén licenciada en Mercadotecnia.

Boleta para obtener información desde el punto de vista institucional.

1. ¿Con qué medios de comunicación cuenta la Municipalidad?
2. ¿Cuál es el principal problema identificado en atención al público?
3. ¿Qué información se publica en los medios?
4. ¿Con qué frecuencia es publicada la información?
5. ¿Cumplen con su función de comunicación los medios existentes?
6. ¿Cuál es la necesidad que aun no ha sido cubierta por los medios de comunicación existentes?

ANEXO 2

Guía de entrevista a vecinos de Villa Nueva

Boleta para obtener, a través de pláticas informales, la información necesaria para conocer las características del comportamiento y análisis de gustos.

Datos generales del entrevistado

Edad
Sexo
Ocupación
Ingresos

Preguntas

1. Con qué frecuencia visita la municipalidad
2. Qué día prefiere para visitarla
3. A qué hora: mañana medio día tarde
4. Tipo de organización a la que pertenece:
5. En qué actividades del municipio participa
6. En qué actividades participa con su familia
7. A qué dedica sus fines de semana
8. En qué tiempo recibe una respuesta en su solicitud de trámites
Satisfecho insatisfecho
9. Es bien atendido por las personas que proporcionan los servicios
Satisfecho insatisfecho

ANEXO 3

Guía de observación de campo

Boleta para obtener, a través de la observación de campo, información que revele la forma de actuar del grupo objetivo.

1. Actitudes
2. Condición económica
3. Habilidades en la comunicación escrita
4. Niveles de lenguaje utilizados para comunicarse

Encuesta de validación de las piezas gráficas de las fichas informativas, en la Municipalidad de Villa Nueva

• **Sobre las fichas informativas:**

1. ¿Son los colores utilizados vistosos y llamativos?
 - a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada

2. ¿Interfirió en algún momento el diseño con la lectura del documento?
 - a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada

3. El tamaño de la ficha informativa ¿es práctica y fácil de utilizar?
 - a) Muy bueno
 - b) Bueno
 - c) Regular

4. ¿A usted, se le hace más fácil leer la ficha con el fondo en blanco o de color?
 - a) Fondo blanco
 - b) Fondo de color

5. ¿Cuál de las dos propuestas de ficha, le es más agradable?
 - a) Fondo blanco
 - b) Fondo de color

6. ¿Le ayuda la fotografía a relacionar el lugar del trámite que va a realizar?
 - a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada

7. ¿Le resulta llamativa la fotografía dentro de la ficha?
 - a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada

8. ¿El tamaño de la letra de la información en la ficha, le permite leer sin problemas?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

• **Sobre el exhibidor y el fichero:**

9. ¿El color del fichero atrae su atención?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

10. ¿Le resulta agradable que quien sostenga el fichero, sea una compañera de la municipalidad?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

11. ¿Es amigable la exhibición del fichero?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

Observaciones (si desea aportar algo más al mejoramiento del material):

Muchas gracias por su colaboración

Encuesta de validación de las piezas gráficas de las fichas informativas, en la Municipalidad de Villa Nueva

- Sobre las fichas informativas:

12. ¿La simbología del color se adapta a la información expuesta?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

13. ¿Interfiere el color de fondo con el texto?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

14. La tipología utilizada ¿es adecuada para el grupo objetivo?

- d) Muy bueno
- e) Bueno
- f) Regular

15. ¿Entorpece en algún momento el diseño la lectura?

- c) Mucho
- d) Poco
- e) Nada

16. ¿Cuál de las dos propuestas de ficha, es más funcional?

- c) Fondo blanco
- d) Fondo de color

17. ¿La monocromía, favorece el diseño?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

18. ¿El tamaño de la tipografía de la información es la adecuada?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

19. Es correcta la distribución de espacios entre textos

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

20. El uso de la línea dentro del diseño, es funcional

- a) mucho
- b) poco
- c) nada

• Sobre el exhibidor y el fichero:

21. ¿El color del fichero es funcional para lo que se ha destinado?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

22. ¿Son fáciles de identificar las dentro del fichero?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

23. ¿La propuesta de la modelo, transmite la sensación de amabilidad y servicio?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

24. ¿Es amigable la exhibición del fichero?

- d) Mucho
- e) Poco
- f) Nada

Observaciones (si desea aportar algo más al mejoramiento del material):

Muchas gracias por su colaboración