

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



# Mujer, Renuévate Danzando

Estrategia de Comunicación Motivacional  
para el Club de Danza Árabe Sherezada  
de la Asociación Nueva Acrópolis



Proyecto de Graduación presentado por  
Paola Nineth Reynosa Cervantes  
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico  
con énfasis en Multimedia

Guatemala, octubre del 2010.





# Índice

## Presentación

Nómina de Autoridades .....	4
Dedicatoria .....	5
Presentación .....	6

## Capítulo I: Introducción

Antecedentes .....	10
Problema .....	11
Justificación .....	12
Objetivos de diseño .....	13

## Capítulo II: Perfil de la Organización y Público Destinatario

Perfil de la Organización .....	16
Servicio que Brinda.....	16
Grupo Objetivo .....	17

## Capítulo III: Concepto de Diseño y Bocetos

Conceptos Fundamentales.....	20
Concepto Creativo.....	22
Proceso de Bocetaje y Decisiones de Diseño.....	24

## Capítulo IV: Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Validación.....	32
Propuesta gráfica final y fundamentación.....	38
Códigos del diseño.....	46
Conclusiones.....	48
Bibliografía y fuentes consultadas.....	49
Glosario.....	52
Anexos.....	58
Lineamientos y Recomendaciones.....	62



¡Cada amanecer es una oportunidad para renovar tu vida!...



# Nómina de Autoridades

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Especialidad en Servicios Multimedia

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura	Tribunal Examinador
Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo DECANO	Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo DECANO
Arquitecto Sergio Mohamed Estrada Ruiz VOCAL I	Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón SECRETARIO
Arquitecto Efraín de Jesús Amaya Caravantes VOCAL II	Licenciada Emperatriz Pérez DIRECTORA DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
Arquitecto Marco Vinicio Barrios Contreras VOCAL III	Licenciada Emperatriz Pérez Licenciado Fernando Fuentes Licenciada Patricia Muñoz Peralta ASESORES
BR. Jairon Daniel Del Cid Rendón VOCAL IV	
Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón SECRETARIO	

## Mujer, Renévate Danzando

Estrategia de Comunicación Motivacional  
para el Club de Danza Árabe Sherezada  
de la Asociación Nueva Acrópolis.

Guatemala, octubre del 2010.



# Dedicatoria

## Agradecimientos Personales

Primeramente a Dios

Por darme el don de la vida, acompañándome en los buenos momentos y sirviéndome de consuelo en los malos. Por dejarme efectuar esta nueva meta, regalándome la fuerza y sabiduría necesaria para poder culminarla con éxito. "Todo lo puedo en Cristo que me fortalece".

A mi padre, Q.E.P.D.

José Luis Reynosa Gonzáles, por ser el ángel que me guía cada día al éxito. Por ser él mi primer maestro, el cual me motivó y enseñó lo importante que es el estudio y el valor del arte.

A mi madre

Angela Cervantes de Reynosa, por ser un ejemplo a seguir; por enseñarme el valor de la familia, del trabajo duro y principalmente el respeto que se merece la mujer.

A mis hermanos

Carlos Humberto y Luis Estuardo, por su apoyo incondicional, por estar en los buenos y malos momentos de mi vida.

A mis padrinos

María Eugenia Reynosa de Castellanos y Roberto Castellanos, por estar siempre cuando más lo necesito. Por brindarme siempre su apoyo moral, emocional y económico.

## Agradecimientos Académicos

A los catedráticos

Que a lo largo de esta bonita carrera han compartido con nosotros sus conocimientos, formando así Diseñadores Gráficos creativos, innovadores y trabajadores.

A las instituciones

Asociación Nueva Acrópolis, por su colaboración en el desarrollo del proyecto.

Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarme días de conocimiento, alegría, satisfacción, coraje, desvelo, compañerismo, etc.

A mis compañeros y amigos

Por las noches de desvelo, por enseñarme lo que es trabajar en equipo, por compartir nuestros conocimientos sin envidias, logrando así el bien del grupo y sobre todo personal.

A todos aquellos que más que compañeros, fueron mis cómplices de secretos, risas, lágrimas y consuelo.



Gracias a todas aquellas personas que conocí en el transcurso de este proyecto, ya que sin ellas no hubiera sido posible llevarlo a cabo.



# Presentación

**E**l presente proyecto de graduación titulado "Mujer, Renuévate Danzando. Estrategia de Comunicación Motivacional para el Club de Danza Árabe Sherezada de la Asociación Nueva Acrópolis" es un trabajo elaborado para culminar la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico. Para darle el apoyo necesario al club de danza árabe fue necesaria la elaboración de una campaña gráfica y audiovisual que favoreciera la comunicación entre las instructoras y las alumnas.

Esta campaña surgió como un medio de motivación para las integrantes y futuras integrantes del club, por lo que se realizó un video capaz de lograr lo anteriormente mencionado, y apoyado por piezas gráficas, como afiches, trifoliales, banner, boletines electrónicos y separadores.

fueron evaluadas por una pequeña muestra del grupo objetivo y diseñadores gráficos, a través de una encuesta para comprobar la eficacia de la estrategia de comunicación. El resultado obtenido fue satisfactorio, ya que fue notorio el agrado de la mayoría de las piezas gráficas y audiovisuales.

Este proyecto está comprendido por cuatro capítulos, conclusiones, bibliografía, glosario y anexos.

Capítulo I: se presentan los antecedentes del Club Sherezada, el problema formulado y la justificación del mismo.

Capítulo II: se presenta el perfil del Club Sherezada y los servicios que brinda. Se especifica con estos datos cuál será el grupo objetivo.

Capítulo III: en este capítulo se realiza una síntesis de los conceptos fundamentales y creativos del proyecto. Con base en estos conceptos se desarrolla el proceso de bocetaje y se toman las decisiones de diseño necesarias.

Capítulo IV: se valida la eficacia de las piezas gráficas; dependiendo del resultado y opiniones de las personas evaluadas, se crea la propuesta gráfica final con sus respectivas fundamentaciones.

La intención principal de este trabajo es que la mujer en Guatemala se sienta segura de sí misma, recupere su autoestima, aprenda a amar su cuerpo y dedique un poco de su tiempo para ella misma.





Capítulo I

# Introducción









# Antecedentes

El Club de Danza Árabe Sherezada inició con un taller especialmente para la mujer dentro de la Asociación, impartido por una acropolitana de origen árabe. Ese primer impulso reunió a varias damas que, gracias al estudio de diversidad de culturas, se interesaron por la cultura árabe; la cual está llena de misterio, color, vida, belleza, seducción y libertad.

Entusiasmadas con el nuevo proyecto, organizaron todo lo necesario, iniciando así sus actividades en el año 2001, en la sede central de Nueva Acrópolis, ubicada en la 20 calle 10-96 zona 10; con el deseo de expandirse en todas las sedes de la ciudad capital, Antigua Guatemala y Quetzaltenango.

Las actividades inician con un grupo muy pequeño de participantes, las cuales ya pertenecían a otros talleres dentro de la Asociación; esta situación sirvió para darse cuenta que no todas las mujeres guatemaltecas dedican tiempo para mejorar su calidad de vida, para relajarse, para subir su auto-estima, para mantenerse física y psicológicamente sanas. Por lo mismo este grupo se ha comprometido a renovar el modo de vida de la mujer guatemalteca, uniendo dos culturas hermosas

que descubren la belleza femenina. La entidad de este club es autosostenible y, por consiguiente, todas las instructoras son voluntarias y se obtienen fondos con las cuotas mensuales que pagan las participantes. Gracias a estas recaudaciones el grupo va creciendo, pero todavía faltan muchas mujeres bellas con talentos guardados por descubrir. Por esta razón surge la necesidad de crear una estrategia de comunicación motivacional que sea capaz de llamar la atención del género femenino.

Numerosas integrantes iniciaron su formación como instructoras de danza árabe, varias de ellas viajaron a Turquía para continuar sus estudios.

El club realizó sus primeras presentaciones en las sedes de Nueva Acrópolis en fiestas culturales del medio oriente. La primera presentación de danza árabe en Guatemala fue en el año 2004, para un cierre de talleres en el mes de diciembre, en "SOLO TEATRO".

A partir del año 2005 el "Club Sherezada", realizó sus primeras presentaciones de teatro y danza con la participación de 80 alumnas, ha realizado 10 shows con una asistencia de más de 4,000 espectadores y fiestas culturales con presentaciones de danza en todas sus sedes.

En Antigua Guatemala, la sede ha realizado 12 presentaciones de danza árabe con una asistencia de más de 1,200 espectadores.

Al día de hoy hay un promedio de 150 alumnas en las sedes.

Fotografía de





# Problema

**E**n una reunión con las Coordinadoras de los Talleres de Nueva Acrópolis, las Licenciadas Patricia Muñoz Peralta y Alejandra Hernández, se llegó a identificar las principales razones del bajo número de participantes dentro del Club de Danza Árabe Sherezada: se llegó a la conclusión de que no cuenta con material motivacional para dar a conocer su labor, de aquí surge la necesidad de crear un video documental donde se muestren a las participantes actuales, las cuales son mujeres de distintas edades, bellas interior y exteriormente; recalcando en todo momento que “toda mujer puede mostrar su belleza y sensualidad sin importar su condición física, raza, religión, estado civil, entre otras cualidades”.

La cultura guatemalteca es bastante recatada y todavía se vive en un entorno machista dentro de la sociedad; mismo entorno que hace que muchas mujeres pierdan su autoestima y no se sientan en la libertad de mostrar ante la sociedad su belleza física e interna. Otro factor que perjudica es el concepto erróneo de belleza, por ejemplo: “una mujer es bella, si es delgada”, concepto que ha llevado a muchas mujeres a caer dentro de enfermedades mortales como la “Anorexia”. En cambio, otras mujeres totalmente independientes han optado por ocuparse únicamente de su vida profesional, consiguiendo vivir estresadas y alejándose de la realidad. Existen en la actualidad también miles de madres solteras que se han visto en la necesidad de sacar a sus hijos adelante sin ayuda de nadie, olvidándose de ellas mismas; así se podría seguir mencionado una gran cantidad de factores que dañan a la sociedad y sobre todo la vida de la mujer.

Es por ello que se realizará el proyecto: Mujer, Renuévate Danzando, desarrollando una Estrategia de Comunicación para el Club de Danza Árabe Sherezada de la Asociación Nueva Acrópolis, mediante este proyecto de investigación y comunicación desarrollado en la Ciudad Capital de Guatemala; en el período de julio a noviembre del 2009.

## Frase para la Vida

“Toda mujer puede mostrar su belleza y sensualidad sin importar su condición física, raza, religión, estado civil, entre otras cualidades”.  
Paola Reynosa (2009)



Fotografía de



# Justificación

**Magnitud:** Según la página web de Cimacnoticias ([www.cimacnoticias.com](http://www.cimacnoticias.com)), actualmente en Guatemala habitan un total de 14, 027,000 de personas las cuales 7, 191,000 son mujeres; detallando que aproximadamente un 22% de la población del país son mujeres indígenas, las cuales en su mayoría viven en el área rural en condiciones de pobreza.

El resto de mujeres viven en el área urbana del país, la mayoría de ellas “con mejor condición de vida”; pero sin olvidar que muchas de ellas tienen otros tipos de problemas aparte de los monetarios, hay miles de mujeres sin educación, numerosas cantidades de madres solteras, mujeres que sufren de maltrato físico y psicológico, mujeres que sufren de depresión, baja autoestima, mujeres que viven estresadas por problemas de trabajo, de seguridad; entre otras numerosas circunstancias que pueden afectar la vida de todo ser humano.

En la actualidad, el Club Sherezada cuenta con casi 150 participantes, pero son miles de mujeres que lo necesitan y ni siquiera saben que existe esta Asociación. Se sabe que mientras más publicidad se le haga al Club Sherezada, más crecerá el número de participantes, logrando así el objetivo de este proyecto.

**La proyección de Nueva Acrópolis es incrementar cada año un 10% de participantes por sede.**

**Trascendencia:** Es necesario hacer un taller que ayude a liberar a la mujer de todos estos problemas, pero se tiene consciencia de que para ello se necesita que la afectada tome consciencia de que tiene un problema y quiera renovar su estilo de vida; por lo mismo surge la necesidad de realizar una Estrategia de Comunicación Motivacional que sea capaz de llegar a todas aquellas mujeres que necesiten mejorar su calidad de vida por medio del taller de danza árabe ofrecido por Nueva Acrópolis.

**Vulnerabilidad:** Este es un proyecto que busca mejorar la calidad de vida de cientos de mujeres guatemaltecas y qué mejor forma que motivándolas por medio de un video y otras piezas gráficas que muestren todos los beneficios que encontrarán siendo parte del Club de Danza Sherezada.

**Factibilidad:** Gracias a las mensualidades que pagan las participantes del club de danza árabe y el voluntariado de sus instructoras, el proyecto Mujer, Renuévate Danzando sí es factible.

Fotografía de 



# Objetivos de Diseño

**General:** Crear, diseñar y hacer pública una Estrategia de Comunicación por la cual el género femenino pueda enterarse, motivarse y conocer más sobre los beneficios vitales que ofrece el taller de danza árabe del “Club Sherezada”.

**Específicos:**

1. Dar a conocer el taller de danza árabe a la población femenina de Guatemala por medio de una serie de piezas gráficas, las cuales son volantes, trifoliales, boletines electrónicos, separadores, afiches, etc.
2. Crear un video documental, el cual será transmitido en charlas motivacionales dirigidas a la mujer guatemalteca y brindadas por la Asociación Nueva Acrópolis.
3. Lograr que el club de danza árabe Sherezada mantenga o incremente su número de participantes, creando así un taller más firme, solidario y capaz de alcanzar mayor posicionamiento en la mente de las mujeres guatemaltecas.

## Frases para la Vida

“Lo principal es no ver lo que haya vagamente a lo lejos, sino lo que está claramente a la mano”.

Dale Carnegie (1991)

“El equilibrio óptimo de salud y buen estado físico se alcanza mediante el entrenamiento de su metabolismo”.

“El éxito no sirve para nada si no tenemos a alguien con quien compartirlo”.

Anthony Robbins (1993)

“Ver la felicidad y seguridad reflejada en tu mirada es nuestro primer objetivo, mujer”.

Fotografía de



Capítulo II

# Perfil de la Organización y Grupo Objetivo









# Perfil de la Organización

**A** sociación Nueva Acrópolis Guatemala: La Sede Central se encuentra ubicada en la 20 calle 10-96 zona 10, Ciudad de Guatemala.

En Guatemala existen 6 sedes principales que brindan varios aportes culturales a la sociedad, las mismas se encuentran ubicadas en las siguientes zonas de la ciudad capital y departamentos del país:

- \* Sede Central: 20 calle 10-96, zona 10.
- \* Sede Centro Histórico: 7.ª calle 3-62, zona 1.
- \* Sede Calzada San Juan: 23 Av. 5-23, zona 7. Kaminal Juyú I.
- \* Sede Mariscal: 11 Av. 15-76, zona 11, Colonia Mariscal.
- \* Sede de Antigua Guatemala: 2 Av. Sur No. 39 "A" y 39 "B".
- \* Sede Quetzaltenango: 11 Av. 4-07, Edificio Rivera, Of. 305.

Correo electrónico: [nuevaacropolis@itelgua.com](mailto:nuevaacropolis@itelgua.com)  
Página Web: [www.acropolis.org.gt](http://www.acropolis.org.gt)

Junta Directiva (2010-2012):

Representante de Guatemala: Ingeniera Verónica Cobar

Coordinadora: Licda. Alejandra Hernández

Fecha de Constitución:

La Asociación Cultural Nueva Acrópolis de Guatemala se fundó en 1985.

## Servicio que Brinda

En Guatemala se ofrecen otros cursos, como por ejemplo:

Cursos de Filosofía, Artes Marciales TAI CHI, Guitarra, Maya Ancestral; entre otros.

En el año 2001 nació el Club de Danza Árabe Sherezada con el objetivo de desarrollar el área de culturas y artes. Se pensó en este club como una fuente de actividades especiales para la mujer, con la visión de formar mujeres seguras tanto física como psicológicamente. Este nuevo taller ofrece a su vez enseñarle a la mujer la riqueza cultural del Nuevo Oriente. La danza árabe ayuda a mejorar la calidad de vida de la mujer; ya que por medio de esta actividad logran sacar sus emociones, se sienten libres, se sienten sensuales, mejoran su condición física, se olvidan de sus problemas, aprenden a ser más seguras de sí mismas y logran proyectar todos estos cambios ante la sociedad que las rodea.

Fotografía de 



# Grupo Objetivo

**M**ujeres de nacionalidad guatemalteca o que residen en el país, que deseen formar parte de un proyecto que les ayudará a renovar su calidad de vida por medio del taller de danza árabe, impartido por el Club Sherezada dentro de las sedes de Nueva Acrópolis.

Edades: 15 a 60 años de edad.

Sexo: femenino

Nacionalidad: Guatemalteca y extranjera residente en Guatemala.

Ciclo de vida familiar: Solteras, casadas con o sin hijos, divorciadas, madres solteras, etc.

Ocupación: Estudiantes, profesionales, amas de casa y trabajadoras.

Nivel Socioeconómico: Niveles B y C.

Educación mínima: Media, diversificado, universitaria.

Religión: Creyentes y no creyentes.

Región: Urbana.

Idioma: Español.

Perfil Psicológico: Mujeres entusiastas, optimistas, ansiosas por mejorar su autoestima, su condición física y psicológica. Mujeres con problemas personales, intrafamiliares, laborales, sociales o que temporalmente viven en un estado continuo de depresión.

Ingresos Aproximados: La mayoría de mujeres pertenecientes al club laboran en empresas, teniendo un sueldo mínimo aproximado entre los Q.56.00 diarios aprobados por el Gobierno de Guatemala en el año 2010; sumando un total de Q.1680.00 mensuales.

## Frases para la Mujer

1.) "La verdadera conquista de la mujer reside en descubrir su propia alma".

2.) "La mujer no solamente es madre, no es solamente esposa; es también amante, sacerdotisa, diosa, heroína y artista... todo eso está en el interior de la mujer".

3.) "El alma de la mujer es vida".

4.) "El alma de la mujer es amor".

Delia Steinberg Guzmán (2008)



Fotografía de



Capítulo III  
Concepto de Diseño  
y Bocetos







# Conceptos Fundamentales

La comunicación es un proceso importante, ya que por medio de este las personas pueden interactuar entre sí, expresando sentimientos y experiencias vividas o por vivir. Los seres humanos se pueden comunicar a través de gestos, de los signos, por medio de la palabra, del movimiento, etc. El proceso de comunicación va entrelazado con el proceso de atención, retención y motivación; ya que es necesario que las personas pongan atención a los aspectos significativos y los perciba. El aprendizaje que se da a través de la comunicación y observación debe quedar grabado en la mente del receptor a través de acciones modeladoras, aunque estos modelos estén ausentes; la mejor manera de lograr este resultado es a través de la motivación; esta surge del planteamiento de preguntas sobre qué es lo que hace funcionar a la humanidad y demás seres vivientes. Como por ejemplo preguntarse: ¿Es verdad que las mujeres que gozan de prosperidad no desean ayudarse a sí mismas? ¿Qué factores pueden motivar a la mujer guatemalteca? ¿Cuáles son los hechos que bajan la autoestima femenina? Para llegar a la solución de estas y más preguntas se debe dar énfasis a todos aquellos factores motivacionales que intervienen en la vida del ser humano.

Según el escritor **Valentine de Saint-Point**, "La humanidad es mediocre. La mayoría de las mujeres no son superiores ni inferiores a la mayoría de los hombres. Somos iguales. Unos y otros merecemos desprecio". Entonces, ¿Cómo se puede llegar a motivar al género femenino? Según **José Martín Hurtado (2003:15)**, "la mujer ha sido símbolo de lo que se ha entendido por ser mujer, por lo femenino; aquellas mujeres que han trascendido estos límites han sido consideradas como el prototipo de lo que las "buenas mujeres" no deben de ser ni hacer". Las mujeres —se ha sostenido

a través del tiempo —tienen que ser y hacer lo que su tiempo les ha marcado. No pueden desligarse de su condición de lo femenino. Pero aquí cabría una reflexión: ¿Qué es lo femenino? ¿Qué es lo propio de una mujer? Si se tratara de llegar a una sola respuesta que fuera el culmen de la reflexión, se estaría en una antípoda con respecto a las demás culturas y sociedad de otros tiempos, incluso en el nuestro, pues ¿acaso se entiende de igual manera lo femenino desde la visión de las jóvenes indígenas que desde la de las jovencitas mestizas de alguna colonia rica? Por ello, se opta por seguir las palabras de **Empédocles**, que afirmaba que "se puede tener razón en lo que se afirma pero no en lo que se niega". Por último, es deber de cada mujer (al menos eso se propone) desembarazarse del tener que ser como las demás mujeres. Es indispensable que se quiten de encima el peso de los adjetivos eufemísticos que las comprometen y las denigran. Es necesario que la mujer, más que símbolo del prototipo de ser mujer (que los medios de comunicación masiva insisten en fomentar), sea símbolo de su propia y única existencia, solo así, será ella en sí y para sí como ser libre y multicultural, más que un ser para los demás en un mundo globalizado, pues no hay que olvidar que el ser humano no es igual a los demás seres humanos, comparte la misma naturaleza, pero antes que seres naturales, somos hombres y mujeres culturales, socialmente culturales.

"El ser humano no nace en la naturaleza. Nonace desde los elementos hostiles, ni de los astros o vegetales. Nace desde el útero materno y es recibido en los brazos de la cultura... el ser humano... nace en alguien, y no en algo; se alimenta de alguien y no de algo". (**Dussel, 2001:37**).





# Conceptos Fundamentales

**E**s por ello la importancia de la mujer en la sociedad. Es posible ver algunos problemas que afecta a la mujer guatemalteca, como por ejemplo: **La relatora especial de la CIDH (Comisión Interamericana de Derechos Humanos) evalúa la vigencia del derecho de la mujer guatemalteca a vivir libre de la violencia y discriminación (2004:5) • Violencia y discriminación:** En primer lugar, es necesario destacar que la violencia contra la mujer es un problema de derechos humanos que afecta no sólo a la mujer, sino también a sus hijos e hijas, a su familia y a la sociedad en su conjunto. Como lo expresa la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, la violencia contra la mujer es una expresión de discriminación y tiene sus raíces en las “relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres”. La violencia y la discriminación contra la mujer guatemalteca, como en otros países, son problemas graves de derechos humanos y de salud pública que siguen siendo, desafortunadamente, ignorados e invisibilizados. Así se podría seguir mencionando más factores negativos que dañan la calidad de vida de las mujeres guatemaltecas; de estos factores negativos surge la necesidad de buscar alternativas que ayuden a recuperar el autoestima de la mujer.

La autoestima es la percepción emocional que el ser humano tiene de sí mismo. Puede sobrepasar la racionalización y percepción del mismo.

La mujer mentalmente sana está consciente de sus virtudes y defectos; no se deja llevar por lo que los demás piensan de su persona, sino que acepta y compone sus errores. La autoestima es el valor y respeto que cada persona tiene por sí misma; reflejándola así al mundo exterior. Por lo mismo, se detectó la necesidad de recuperar esos valores y respeto que la mujer

guatemalteca ha perdido; creando un club especialmente para ella, en el cual se unirán dos culturas maravillosas (la guatemalteca y la árabe), una muy distinta a la otra, pero uniéndolas adecuadamente se lograrán cambios positivos en el grupo objetivo.

Las mujeres árabes son imagen de romanticismo para muchos hombres árabes y turistas, pero su vida real se asemeja mucho a la de la mujer guatemalteca. La mayoría de las mujeres árabes realizan gran cantidad de trabajos fundamentales, pero a menudo no son reconocidos, como por ejemplo muchas de ellas se dedican a la elaboración de artesanías, a ser amas de casa, trabajar en la agricultura, en la masiva administración burocrática, en la industria ligera y en el sector de servicios.



Fotografía de 

# Conceptos Fundamentales

**P**ero a pesar de esto, la mujer árabe ha logrado reflejarse ante el mundo exterior como un símbolo de seducción, belleza y alegría; la gran variedad de diseños y colorido en sus vestimentas, la sensualidad que maneja en sus danzas y su belleza exótica es capaz de atraer a cualquier otra cultura.

"La danza es una forma de expresión a través del movimiento dinámico del cuerpo. Requiere de 6 elementos fundamentales para que exprese un mensaje artístico: Expresión corporal, movimiento, espacio, ritmo, color y vida".

A través de la danza se pueden liberar una serie de sentimientos y emociones positivas o negativas del ser humano. Según la **Asociación Nueva Acrópolis**, "la danza árabe o danza

del vientre es una de las más antiguas, se cree que se originó en el antiguo Egipto con un carácter ceremonial siendo practicada únicamente por mujeres para evocar el espíritu femenino del Universo y traer fertilidad a la tierra y a ellas mismas. Para nosotros la danza tiene un sentido de transformación, lo practicamos con el objetivo no sólo de aprender algo nuevo y ayudar físicamente a nuestro cuerpo, sino de conocernos a nosotras mismas, aceptándonos como somos y alcanzar una armonía interior. Es por ello la importancia de brindar todos estos beneficios a la mujer guatemalteca, dándole la oportunidad de que su autoestima crezca día con día, reflejándole al mundo su belleza física y espiritual".

# Concepto Creativo

**E**l diseño gráfico es una carrera universitaria capaz de expresar en forma artística y creativa todo lo que nos rodea. El diseño gráfico es una profesión que posee como eje principal la estructuración visual de elementos, utilizando la armonía y la proyección adecuada de conceptos. Pero ¿de qué sirve tener conceptos de diseño, si no se tiene lo más importante? Respondiendo a esta pregunta es posible decir que el ser humano posee varias cualidades o destrezas, pero para ser diseñador gráfico se necesita principalmente ser creativo. La creatividad es la ocurrencia de respuestas poco comunes o frecuentes, pero increíblemente apropiadas. Según **Delias y Gaier (1970:366)**, "... los estudios han mostrado que las personas creativas se distinguen más por sus intereses, actitudes e impulsos que por sus aptitudes intelectuales".

Según **Philip Zimbardo (1989:366)**, "... hay otras variables cognoscitivas que sí parecen características de la gente creativa. Una de las distintivas es una preferencia cognoscitiva por la complejidad, en oposición con la sencillez. Esto se pone de manifiesto en una predilección por las figuras que son asimétricas, dinámicas e incluso caóticas, en lugar de las que son regulares, puras y simples". Toda estrategia de diseño va ligada a la estrategia de comunicación. La comunicación, como bien se decía, es un proceso importante, ya que por medio de este, las personas pueden interactuar entre sí. A la hora de crear un proyecto o una estrategia de comunicación es necesario pensar en todo aquello que va a ser de utilidad para los clientes y sobre todo para el grupo objetivo. Para ello es de suma importancia hacer una investigación de campo, para poder responder preguntas que surgen a la hora de presentarse un problema.



# Concepto Creativo

**E**l problema es el conjunto de acciones o situaciones que busca una o varias ofertas de solución. A la hora de plantearse un problema de diseño, el diseñador deberá buscarle la solución adecuada y creativa; siempre tomando en cuenta los componentes del diseño como el color, la tipografía, la imagen, etc. ligados a una justificación bien definida. En la especialidad de Multimedia se estudia la forma agradable de agrupar en una pieza de diseño audio-visual elementos como: textos, imágenes, el movimiento, la animación, el sonido y video. Según en la enciclopedia **Wikipedia**, el término **Multimedia**, "... se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información. De allí la expresión "multi-medios". Los medios pueden ser variados, desde e , hasta ... etc. También se puede calificar como multimedia a los (u otros medios) que permiten almacenar y presentar contenido multimedia. Multimedia es similar al empleo tradicional de en las , pero con un alcance más amplio". Cuando se habla de multimedia es imposible no pensar en interactividad; esto surge cuando el usuario tiene conocimiento sobre la presentación del contenido y qué es lo que desea obtener del mismo; a diferencia de la presentación lineal, ya que en esta el usuario tiene que visualizar el contenido en un orden específico. Las presentaciones multimedia se pueden presentar por medio de escenarios, proyecciones, transmisiones o reproducciones locales por medio de dispositivos o reproductores multimedia. Las transmisiones pueden usar tecnología analógica o digital. Una pieza fundamental en los servicios multimedia son los "Documentales"; según la enciclopedia **Wikipedia**, este "... es un género cinematográfico y

televisivo, realizado sobre imágenes tomadas de la realidad. La organización y estructura de imágenes, sonidos (textos y entrevistas) según el punto de vista del autor determina el tipo de documental. La secuencia cronológica de los materiales, el tratamiento de la figura del narrador, la naturaleza de los materiales —completamente reales, recreaciones, imágenes infográficas, etcétera—dan lugar a una variedad de formatos tan amplia en la actualidad, que van desde el documental puro hasta documentales de creación, pasando por modelos de reportajes muy variados, llegando al docudrama (formado en el que los personajes reales se interpretan a sí mismos), llegando hasta el documental falso conocido a veces como "mockumentary".

Es común observar en la actualidad que los programas de ficción adoptan características de los documentales, como su estructura y forma de narración; tomando en cuenta que algunos de los documentales reproducen también recursos de obras de ficción; pero cabe recalcar que cada documental debe de llevar su estilo propio para que deje marca en la memoria del espectador.



Fotografía de

# Proceso de Bocetaje y Decisiones de Diseño

**P**ara el desarrollo de la etapa de bocetaje se utilizó como base principal el concepto creativo en el que se usó la metodología creativa desarrollada por Charles S. Whiting en 1958, denominada Razones forzadas y que tiene como finalidad combinar lo conocido con lo desconocido, formando así ideas fuera de lo común. Esta metodología se acompaña siempre de otra técnica muy eficaz llamada “Lluvia de Ideas” que se basa en apuntar todas aquellas palabras o ideas que surjan de un tema en específico sin importar lo pequeñas o insignificantes que sean. Se hizo una serie de preguntas, llegando a la conclusión de que el Concepto Creativo girará a través del slogan “Mujer, Renuévate Danzando”. ¿Por qué se llegó a elegir este concepto creativo? Pues la respuesta es que a través de esta Campaña Motivacional se desea formar mujeres nuevas, que sean capaces de superarse sin ayuda de terceras personas, mujeres dispuestas a recibir en su vida un cambio positivo y que miren la danza árabe como una nueva opción de transformación física, espiritual y psicológica. En todos los diseños, tanto gráficos y audiovisuales, se usará como elemento principal la fotografía, ya que es la mejor forma de capturar expresiones que pueden llegar a dejar un mensaje icónico en la mente del grupo objetivo; complementándolas con variedad de colorido.

El arte árabe se destaca por la gran gama de colores vivos que usa en sus diseños, telares, accesorios, artesanías, etc., y si se compara con la cultura guatemalteca es posible darse cuenta de que en nuestro país igualmente se usa mucho el color en artesanías, comidas, trajes típicos, pinturas, etc. En resumen se representaría con estos colores vida y belleza.

Todos los diseños irán acompañados de pequeños detalles árabes. Las fotografías e imágenes a utilizar reflejarán cómo tendría que ser la vida natural y social de la mujer guatemalteca. Se usará en gran parte de los diseños tipografía caligráfica o también conocida como Script, ya que esta se caracteriza por presentar formas libres las cuales imitan la escritura manuscrita, conteniendo remates adornados y por la finura en sus textos son empleados en diseños que expresan feminidad, elegancia, delicadeza, lujo y dinamismo.

El documental tendrá una mezcla de fotografías, diseños, musicalización, mensajes y entrevistas; lo cual dará ejemplos de qué se puede llegar a alcanzar si la mujer guatemalteca toma la decisión de pertenecer al Club Sherezada. Se mostrará la forma en que se trabaja, aprende y se relacionan las integrantes respondiendo estas preguntas: ¿Cómo les ha ayudado? ¿Qué esperaban del Club? ¿Encontraron lo que buscaban dentro del mismo?, entre otras preguntas más. Con la buena integración de todos estos elementos se tiene la seguridad de que se llegará a alcanzar los objetivos del proyecto.

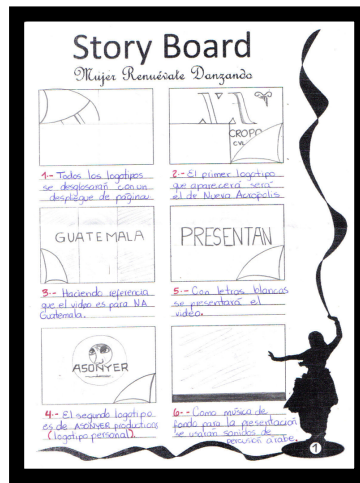
Fotografía de

*JR*





# Bocetaje de Story Board



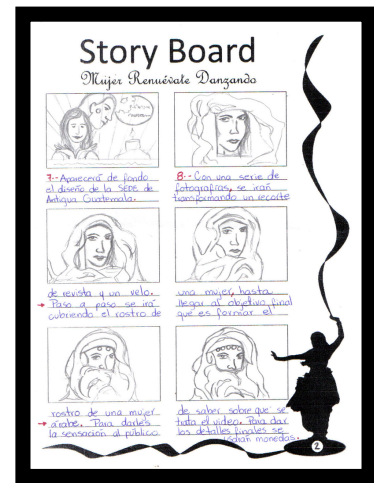
**Toma 1:** Todos los logotipos se presentarán con un despliegue de página.

**Toma 2:** El primer logotipo que aparecerá será el de la Asociación de Nueva Acrópolis.

**Toma 3:** Se hará referencia de que el video es para Nueva Acrópolis de Guatemala.

**Toma 4:** El segundo logotipo que aparecerá en el video es de ASONYER PRODUCTIONS (logotipo personal).

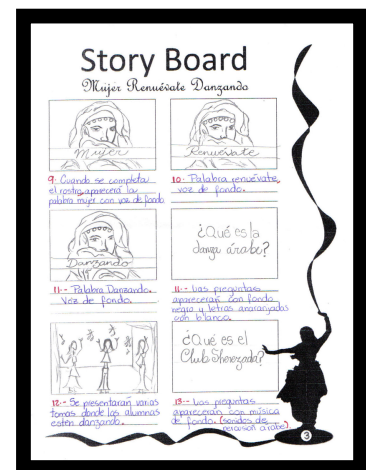
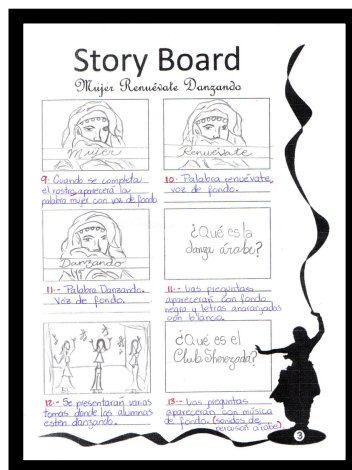
**Toma 5:** Con letras blancas se presentará el video.



**Toma 6:** Como música de fondo para la presentación del video se usará sonidos de percusión árabe.

**Toma 7:** Aparecerá de fondo el diseño de la sede de Antigua Guatemala. Apareciendo el mensaje motivacional que le corresponde.

**Toma 8:** Con una serie de fotografías se irá transformando un recorte de revista (rostro de mujer), un velo y centavos. Paso a paso se irá cubriendo el rostro, hasta formar una mujer con velo estilo árabe.



# Bocetaje de Story Board

**Tomas 9, 10 y 11:** Cuando se completa el rostro de la mujer árabe, aparecerán las palabras “Mujer”, “Renuévate” y “Danzando” con voz de fondo.

**Toma 12:** Se presentarán varias tomas donde las alumnas están practicando la danza árabe. Se hará la toma en un plano general.

**Toma 13:** Las preguntas que se les harán a las entrevistadas aparecerán acompañadas de música árabe (sonidos de percusión).

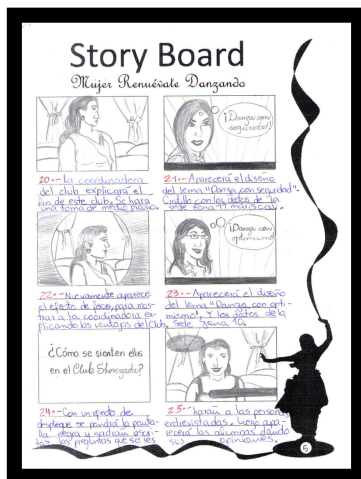
**Toma 14:** Presentación del logotipo del Club Sherezada y pequeña explicación sobre el club, dada por la Coordinadora e Instructora Alejandra Hernández.

**Toma 15:** Durante la explicación dada por Alejandra Hernández aparecerán tomas en plano general de las clases que se imparten en la sede de Mariscal.

**Toma 16 y 17:** La coordinadora irá relatando la labor del Club Sherezada. Durante esta explicación, aparecerán escenas de las alumnas recibiendo el curso de danza árabe (tomas de medio plano).

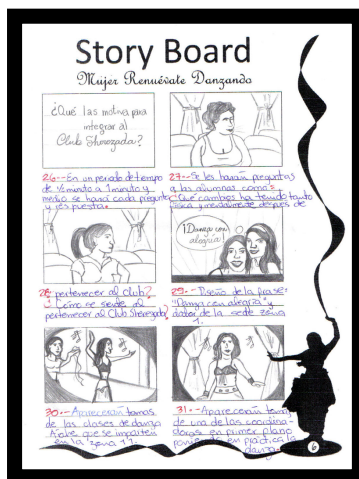
**Toma 18:** Aparecerán en el video rostros de varias de las alumnas, los cuales reflejarán interés por el curso de danza (tomas de primer plano).

**Toma 19:** Diseño presentando el mensaje ¡Danza con amor! Cintillo con los datos de la sede zona 7.



**Toma 20:** En esta toma, la coordinadora explicará el fin primordial de este club (toma de medio plano).

**Toma 21:** Aparecerá el diseño de la frase “Danza con seguridad”. Cintillo con los datos de la sede zona 11 Mariscal.



**Toma 22:** Aparecerá el efecto de transición, para indicar que la coordinadora explicará las ventajas de pertenecer al club.

**Toma 23:** Diseño presentando la frase ¡Danza con optimismo! Cintillo con los datos de la sede central en la zona 10.



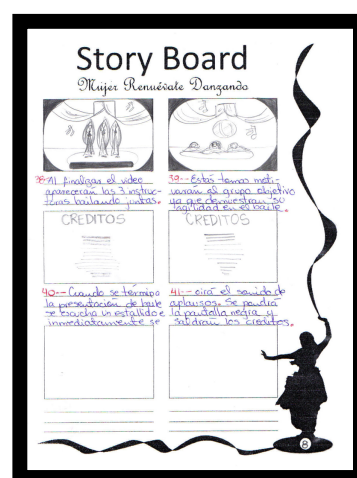
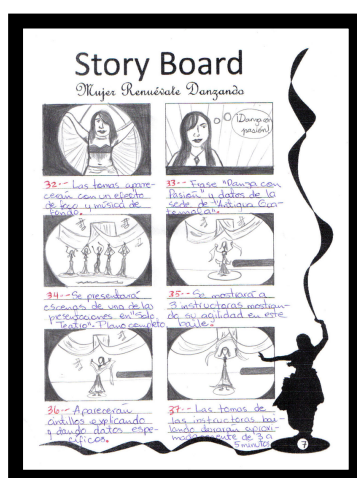
# Bocetaje de Story Board

**Tomas 24 y 25:** Con el efecto de despliegue se pondrá la pantalla negra y saldrán las preguntas que se les hará a las alumnas del club. Luego las alumnas dando sus opiniones respecto al club (toma de medio plano).

**Toma 26:** En periodos de tiempo aproximado de ½ minuto a un minuto se hará cada pregunta con su respectiva respuesta.

**Tomas 27 y 28:** Se les harán preguntas a las alumnas como por ejemplo: ¿Qué cambios ha notado en su vida a partir de que forma parte del Club Sherezada? ¿Qué siente cuando está recibiendo este curso?

**Toma 29:** Diseño presentando la frase ¡Danza con alegría! Cintillo con los datos de la sede zona 1.



**Tomas 30, 31 y 32:** Se grabarán algunos de los talleres impartidos. Dos de las instructoras saldrán dando una pequeña demostración de los movimientos que se deben de realizar en esta danza (tomas de plano medio, general y americano). Música árabe de fondo.

**Toma 33:** Diseño presentado la frase “Danza con Pasión”. Cintillo con datos de la sede de zona 10.

**Toma 34:** Se presentarán escenas de una de las presentaciones en “Solo Teatro” (tomas de plano general). En el transcurso de la presentación aparecerán cintillos con información sobre las escenas.

**Tomas 35, 36 y 37:** Se mostrará la danza árabe en su totalidad, tres de las instructoras

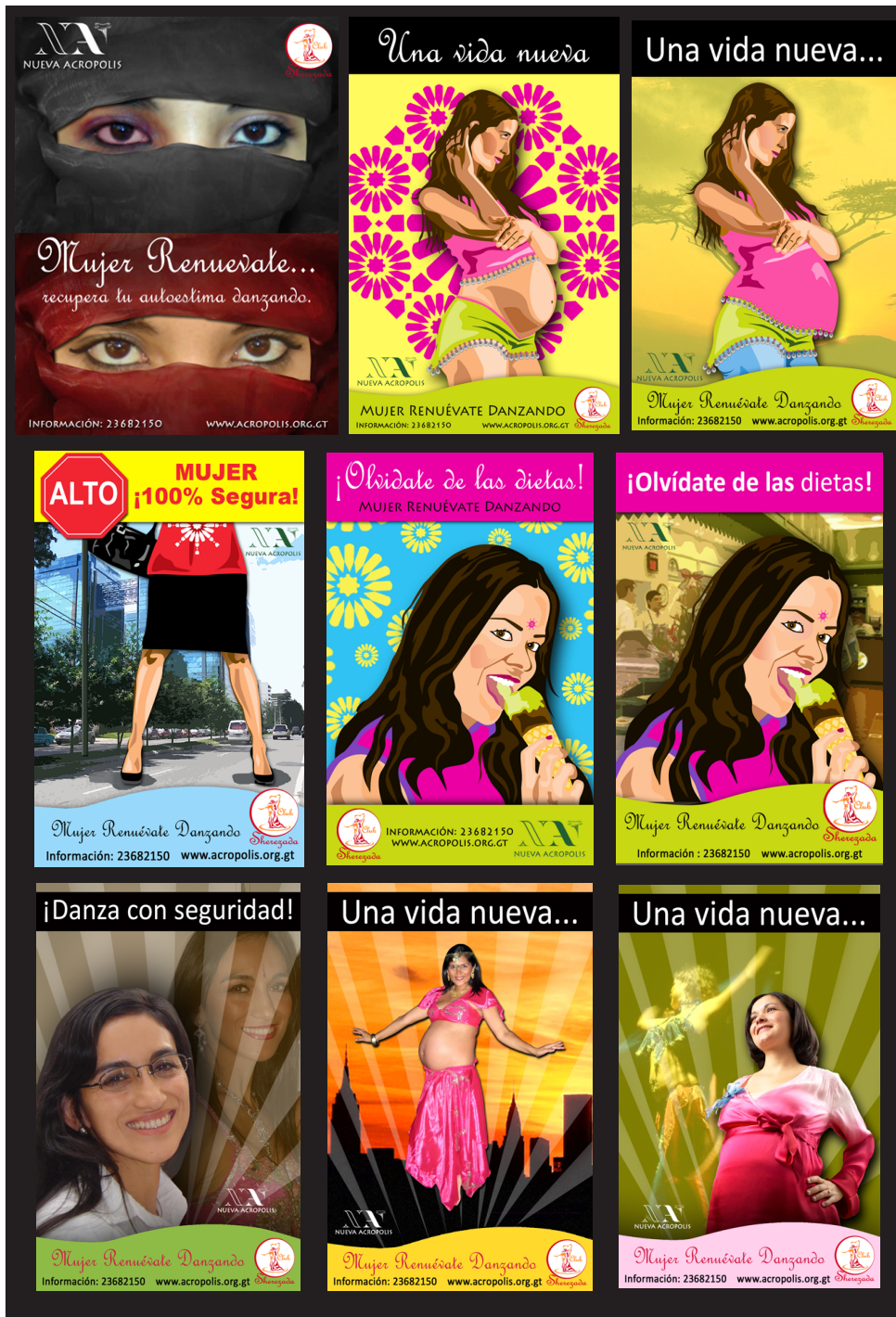
mostrarán la belleza de esta danza, cada una tendrá un periodo de tiempo de 2 a 3 minutos máximo para hacer su presentación. (Plano general).

**Tomas 38 y 39:** Al finalizar el video aparecerán las tres instructoras dando una muestra de la danza árabe grupal. Estas tomas motivarán al grupo objetivo.

**Tomas 40 y 41:** Cuando se termine la presentación se escuchará una especie de explosión y sucesivamente aplausos, lo cual indicará el fin del video. Inmediatamente se pondrá la pantalla negra y saldrán los créditos del video.



# Bocetaje de Piezas Gráficas



Como la campaña es motivacional en todos los diseños se usarán fotografías de mujeres sonrientes y triunfadoras.

Los bocetos se hicieron de forma digital. Se utilizó la técnica de la ilustración.







Capítulo IV  
**Compración de Eficacia y  
Propuesta Gráfica Final**







# Validación

Para validar la propuesta gráfica presentada se utilizó la técnica del grupo focal; la cual es una técnica de investigación que se utiliza para explotar un problema determinado, identificando hábitos o prácticas, entendiendo así las motivaciones y necesidades insatisfechas del grupo objetivo, generando ideas nuevas sobre lo que se quiere vender o presentar.

Para llevar a cabo esta técnica de validación es necesaria una sesión grupal, en donde un moderador experto en el tema debe conseguir que los participantes se informen y logren tener en claro las características de lo que se les quiere vender. Por lo anteriormente mencionado para esta estrategia motivacional se elaboraron una serie de preguntas enfocadas en el grupo objetivo (mujeres guatemaltecas) y a los evaluadores (diseñadores gráficos); esperando así tener críticas provechosas para el mejoramiento de las piezas gráficas y audiovisuales.

Para realizar la técnica del grupo focal se procedió de la siguiente manera:

- 1.- Explicación oral del proyecto realizado.
- 2.- Presentación visual de piezas gráficas.
- 3.- Se le dio la oportunidad al grupo a expresar sus preguntas, opiniones y críticas constructivas.
- 4.- Encuesta escrita.
- 5.- Tabulación de los datos obtenidos en la encuesta escrita.
- 6.- Redacción y análisis de los hallazgos por medio de gráficas.

Todas las preguntas de la encuesta escrita fueron calificadas de la siguiente manera:

- REGULAR
  - BUENA
  - MUY BUENA
  - EXCELENTE
- 
- REGULAR
  - MUCHO
  - DEMASIADO





# Comprobación de Eficacia

## Validación Grupo Focal

Se realizaron dos sesiones en la última semana del mes de octubre del año 2009 en el Centro de Tutorías Casa Asonyer ubicado en la colonia Las Charcas zona 11 de la ciudad capital, invitando a mujeres entre los 15 a 60 años de edad y de distintas clases sociales, con el fin de obtener varios puntos de vista sobre la estrategia de comunicación planteada.

## Características del Grupo Muestra

Grupo femenino:

Con edades de 15 años en adelante, residentes en la ciudad de Guatemala.

Solteras, casadas con y sin hijos, divorciadas, madres solteras, etc.

Con nacionalidad guatemalteca o extranjera.

Estudiantes, profesionales, amas de casa y trabajadoras.

Nivel Socioeconómico B y C.

Estudiantes o egresadas de nivel medio, diversificado o universitario.

Con oportunidades de desarrollo personal y profesional.

## Encuestas y Resultados

A continuación se presenta la tabulación de los datos obtenidos en la encuesta escrita:

Validación del Proyecto de Graduación "Mujer, Renuévate Danzando", Estrategia de Comunicación para el Club de Danza Árabe Sherezada (Nueva Acrópolis).

Instrucciones: A continuación se le hará una serie de preguntas en donde revelará su juicio crítico sobre los diseños y video documental que se presentará durante esta reunión, responda según se le indique:

## Validación del Grupo Objetivo

### PRIMERA PARTE

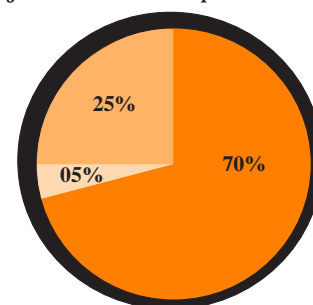
Evaluación de piezas gráficas:

Evalúe las siguientes características que se le dan sobre los diseños de las siguientes piezas gráficas: afiches, banner, trifoliar y boletines electrónicos.

a. Claridad en los diseños:

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:

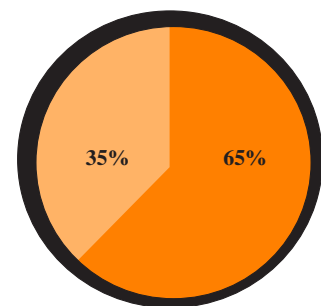


70% Excelente 25% Muy Buena 05% Buena

b. Se refleja positivamente en los diseños:

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:



65% Excelente 35% Buena

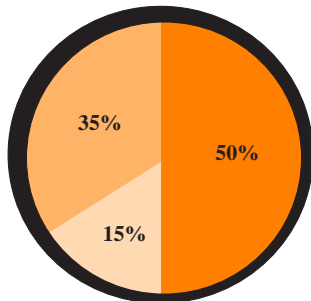


# Comprobación de Eficacia

c. Existe buena integración en todos los diseños:

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:

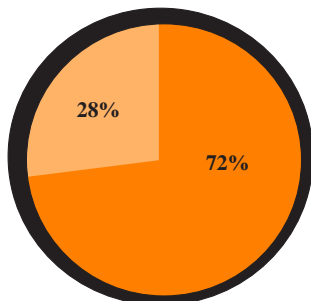


50% Excelente 35% Muy Buena 15% Buena

d. ¿Cree que los diseños llaman la atención por sus colores?

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:

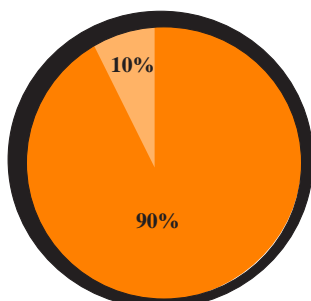


72% Demasiado 28% Mucho

e. Le gustan los colores utilizados en los diseños:

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:



90% Demasiado 10% Mucho

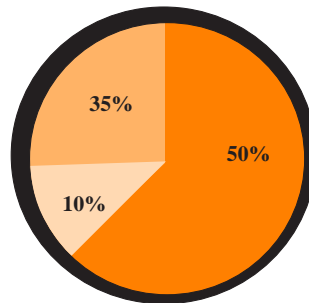
## SEGUNDA PARTE

Evaluación de video documental:

a. ¿Cree que el video documental de "Mujer, Renuévate Danzando" tiene un buen concepto creativo?

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:



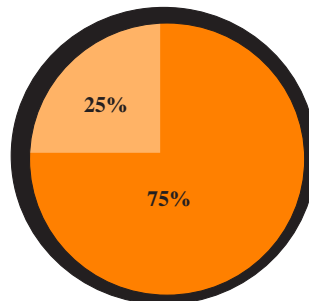
55% Excelente 35% Muy Bueno 10% Bueno

Por qué: La mayoría de las mujeres opinó que es un video que muestra a la mujer como un ser importante para la vida, ya que muestra escenas donde se observan los talleres y en donde se miran a las mujeres felices en ellos.

b. ¿Cree que este video documental deja un buen mensaje a su grupo objetivo?

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:



75% Excelente 25% Muy Bueno

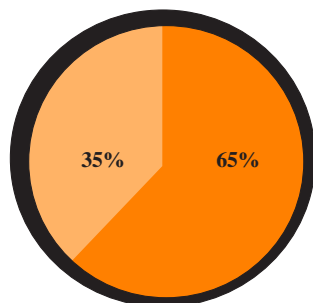
Por qué: La mayoría de las mujeres opinó que el video presenta a mujeres que han mejorado su calidad de vida por medio de los talleres de danza árabe y por lo mismo las motivó a querer pertenecer al grupo.

# Comprobación de Eficacia

c. ¿Cree que el video documental es motivacional, dinámico e interactivo?

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:



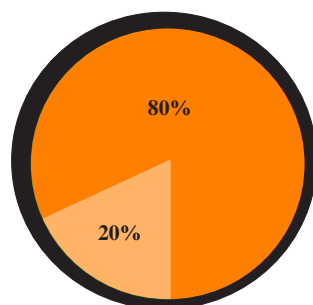
65% Demasiado      35% Mucho

Por qué: Las mujeres opinaron que el video las mantuvo entretenidas e interesadas por su contenido.

d. ¿Cree que este video documental puede llegar a motivar a las mujeres guatemaltecas para que formen parte del Club de Danza Árabe Sherezada?

Resultados:

Las mujeres encuestadas opinaron lo siguiente:



80% Demasiado      20% Mucho

Por qué: Las mujeres opinaron que el video demuestra la belleza de esta danza y los beneficios que se pueden sacar de ella, motivándolas así a pertenecer al este club.

e. Evalúe el documental con la cantidad mínima de 1 punto a la máxima de 10:

Las calificaciones dadas por el grupo objetivo están entre los 8 puntos a 10 puntos de calificación, esto quiere decir que se llenó la mayoría de expectativas del grupo objetivo.

## Validación de Evaluadores (Diseñadores Gráficos)

Se presentó este proyecto en la primera semana del mes de febrero del año 2010 a varios catedráticos y compañeros de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dándoles durante la presentación una encuesta en donde ellos calificaron lo siguiente:

### PRIMERA PARTE

Evalúe las siguientes características que se le dan sobre los diseños de las siguientes piezas gráficas: afiches, banner, trifoliar y boletines electrónicos.

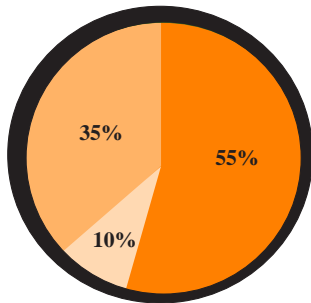


# Comprobación de Eficacia

a. Claridad en los diseños:

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:

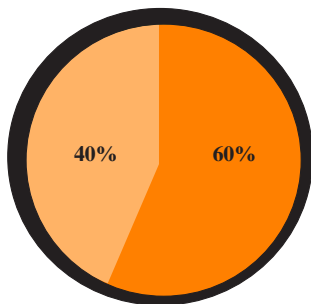


55% Excelente 35% Muy Buena 10% Buena

b. Se refleja positivismo en los diseños:

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:

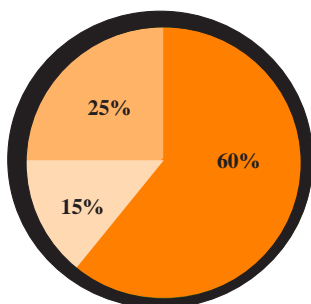


60% Demasiado 40% Mucho

c. Existe buena integración en todos los diseños:

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:

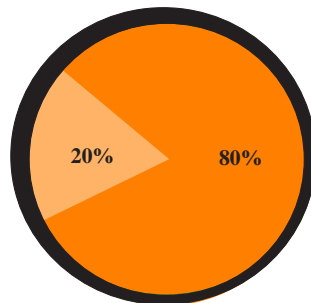


60% Excelente 25% Muy Buena 15% Buena

d. ¿Cree que los diseños llaman la atención por su gran gama de colores vivos, los cuales representan a la Cultura Árabe en su totalidad?

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:

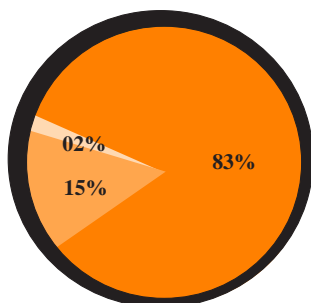


80% Demasiado 20% Mucho

e. Le gustan los colores utilizados en los diseños:

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:



83% Demasiado 15% Mucho 02% Regular

## SEGUNDA PARTE

Evaluación de video documental:

a. ¿Cree que el video documental de "Mujer, Renuévate Danzando" tiene un buen concepto creativo?

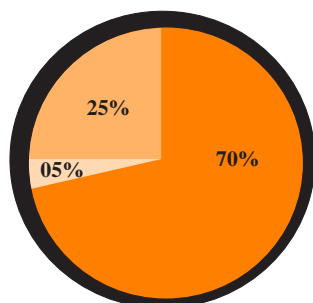
Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:





# Comprobación de Eficacia



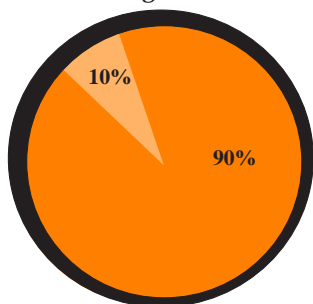
70% Excelente 25% Muy Bueno 05% Regular

Por qué: La mayoría de diseñadores gráficos encuestados opinó que el video contiene los elementos necesarios para lograr el objetivo principal que es: Motivar a las mujeres guatemaltecas a pertenecer a un grupo de danza árabe.

b. ¿Cree que este video documental deja un buen mensaje a su grupo objetivo?

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:



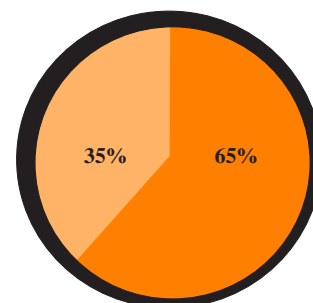
90% Excelente 10% Muy Bueno

Por qué: Los diseñadores gráficos encuestados opinaron que el video muestra a la mujer en su naturalidad y que los mensajes positivos que en él se usan motivan a la mujer a querer mejorar su calidad de vida.

c. ¿Cree que el video documental es motivacional, dinámico e interactivo?

Resultados:

Los diseñadores gráficos encuestados opinaron lo siguiente:



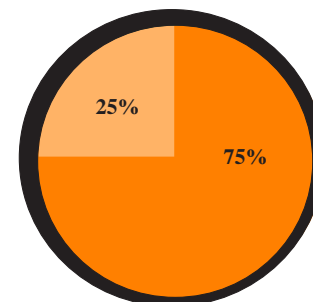
65% Demasiado 35% Mucho

Por qué: Los diseñadores gráficos opinaron que el video contiene varios elementos capaces de mantener entretenidas e informadas a las mujeres guatemaltecas.

d. ¿Cree que este video documental puede llegar a motivar a las mujeres guatemaltecas para que formen parte del Club de Danza Árabe Sherezada?

Resultados:

Los diseñadores gráficos opinaron lo siguiente:



75% Demasiado 25% Mucho

Por qué: Los diseñadores gráficos opinaron que el video documental tiene tomas claves capaces de motivar a las mujeres guatemaltecas para que pertenezcan al Club de Danza Árabe.

e. Evalúe el documental con la cantidad mínima de 1 punto a la máxima de 10: Las calificaciones dadas por los diseñadores gráficos están entre los 7 puntos a 10 puntos de calificación, esto quiere decir que se llenó la mayoría de expectativas del grupo objetivo.

# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

La falta de material informativo y motivacional que diera a conocer al Club de Danza Árabe Sherezada perteneciente a la Asociación Internacional Nueva Acrópolis es un problema que se pretende solucionar a través del diseño y edición de varias piezas gráficas y audiovisuales, basadas bajo el concepto “Mujer, Renuévate Danzando”. Dichas piezas gráficas se desarrollaron a través de varias técnicas y elementos del diseño gráfico multimedia, tales como: retícula, bocetaje, color, tipografía, fotografía, story board, story line, edición de video y diagramación.

La creación de esta estrategia de comunicación por parte del diseñador, y juntamente con los requerimientos de la directora, coordinadora e instructoras de la Asociación Nueva Acrópolis de Guatemala, tendrá como función principal transmitir a las mujeres guatemaltecas la belleza de la danza árabe, transmitiéndoles los beneficios físicos y psicológicos que la misma le puede proporcionar a su diario vivir.

Para que la estrategia de comunicación funcione correctamente se hizo material especial para cada sede del Club de Danza Árabe Sherezada, esto ayudará a que el grupo objetivo seleccione la sede de su conveniencia.

En este club, cada sede tiene su propia instructora, por lo que las piezas gráficas poseerán fotos e imágenes de ellas, esto ayudará a comenzar la armonía y relación del grupo objetivo con las mismas.

## Tipografía

La tipografía utilizada en las piezas gráficas y video; haciéndose varias pruebas con diferentes tipos de letra como: times new roman, arial, verdana, balzac, script, entre otras; se definió así: para las frases motivacionales se utilizaría un tipo de letra “Calibri” de la familia

Humanist, ya que las mismas se caracterizan por ser un tipo de letra utilizado para expresar actualidad, fuerza, esta familia tiene la característica de que sus trazos son delgados. Es por ello que en los diseños se aumenta la medida de la interlinea a fin de facilitar el flujo de la lectura.

Para el slogan se tomó la decisión de utilizar el tipo de letra “French Script MT” el cual se utilizó en el diseño del logotipo del Club de Danza Árabe, este tipo de letra pertenece a la familia caligráfica las cuales se caracterizan por presentar formas libres que imitan la escritura manuscrita; los ejes de las letras son notoriamente inclinados hacia la derecha; tienen variaciones de grosor a lo largo de sus astas; poseen remates adornados, reflejan movimiento en sus trazos. Lo que más llama la atención en este tipo de letra es que por la finura de sus trazos es empleado en textos que expresan feminidad, elegancia, delicadeza y lujo; mismas características que se reflejan en los movimientos de la danza árabe.

## Tipografías Utilizadas

Calibri:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk  
Ll Mm Nn Ñn Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz .,“”¡!...  
0123456789

French Script MT:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk  
Ll Mm Nn Ñn Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz .,“”¡!...  
0123456789



# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

## Color

La danza árabe se distingue principalmente por el colorido que usan las bailarinas en sus trajes, maquillaje y accesorios, logrando así realzar su belleza, alegría y sensualidad; es por ello que en los diseños finales se verán una gama de colores vivos, los cuales combinados con las fotografías reflejarán alegría, armonía, libertad, vida y principalmente se logrará llamar la atención.

En todos los diseños se utilizará el color negro, ya que los árabes en toda su historia lo han usado como un color que refleja misticismo; por lo anteriormente dicho es que las mujeres árabes lo utilizan mucho al maquillar sus ojos, ya que con ello logran tener una mirada más profunda y atractiva. (Anexo pág.62).



## Video Documental Motivacional

Pieza audio visual principal, en el cual se unirán elementos de suma importancia como: animación, información, diseño, edición y fotografías; los cuales se lograron unir en una forma agradable e interesante para motivar correctamente al grupo objetivo. El video documental motivacional tiene una duración de 13 minutos.

Los encabezados y mensajes cumplieron con el objetivo principal el cual se basa en motivar e invitar a las mujeres guatemaltecas a pertenecer al Club de Danza Árabe Sherezada.

A través de la técnica de grupo focal fue evaluado el piloto del presente proyecto; esta técnica sirvió para mejorar algunos aspectos de las piezas de diseño; no hubo necesidad de hacer muchos cambios en las piezas de diseño, ya que se obtuvieron respuestas y calificaciones

positivas en la validación de las mismas.

A continuación se presentan las piezas gráficas y audiovisuales finales del video motivacional, los cuales se sometieron a una pre-evaluación (encuestas) por parte de una muestra del grupo objetivo y personas especializadas en el campo del diseño gráfico. En dichas encuestas se evaluaron varios elementos del diseño, entre los que se puede mencionar, por ejemplo: claridad, color, tipografía, mensaje, etc.

## Afiches Motivacionales

Una vida nueva...



¡Danza con amor!





# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

¡Danza con seguridad!



¡Danza con optimismo!



¡Danza con pasión!



Seis diseños diferentes.  
 Tamaño: 11 \* 17 pulgadas.  
 Impresión Láser/ full color.  
 Papel fotográfico.

¡Danza con alegría!



## Boletines Electrónicos y Separadores



# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación



Boletines electrónicos:  
Seis diseños diferentes.  
PNG para página web.  
Tamaño: 4\* 9 pulgadas.  
Separadores:  
Tamaño: 2\*4.5 pulgadas.  
Diseños a full color.  
Impresos en papel texcote 12.

## Trifoliar



Diseños finales de trifoliar.  
Tiro y retiro.  
Medida: 11 \* 8.5 pulgadas.  
Diseño a full color.  
Impresos en papel couché

## Banner



Diseño final de banner.  
Medida: 0.72 \* 1.80 cm.  
Impresión a full color.  
Impresión Láser.

En todos los diseños se usarán fotografías de las instructoras del "Club de Danza Árabe Sherezada".

# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

## Diseños para Video Motivacional



Logotipos utilizados para la presentación del video motivacional.

Secuencia de fotos.

Formato NTSC DV

720 \* 480 píxeles.

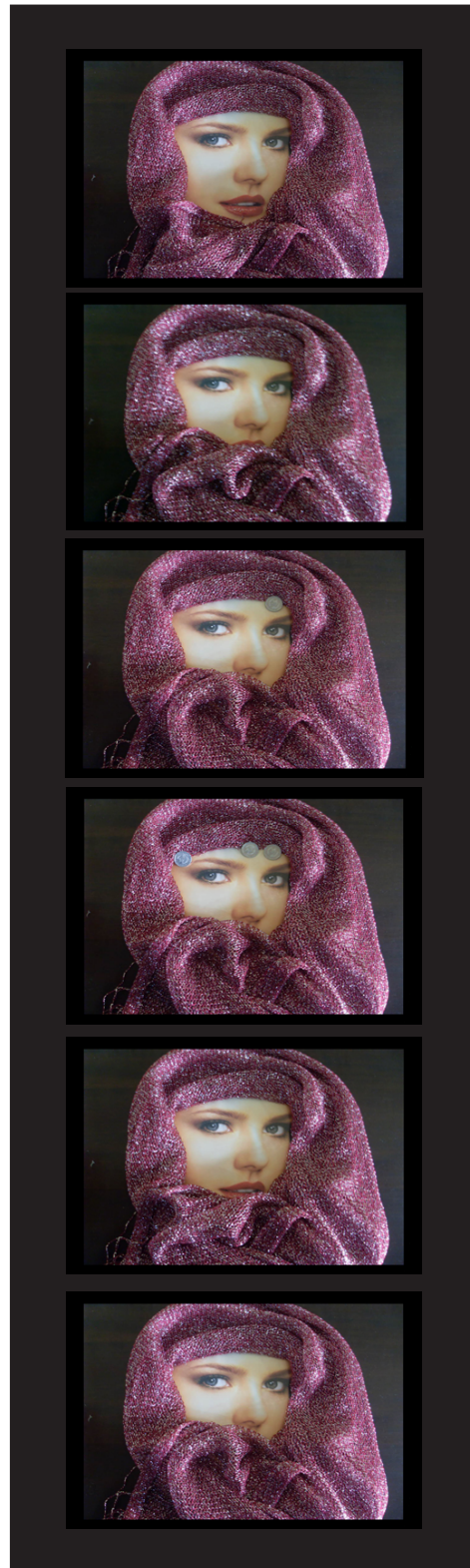


## Técnica de Pixilación

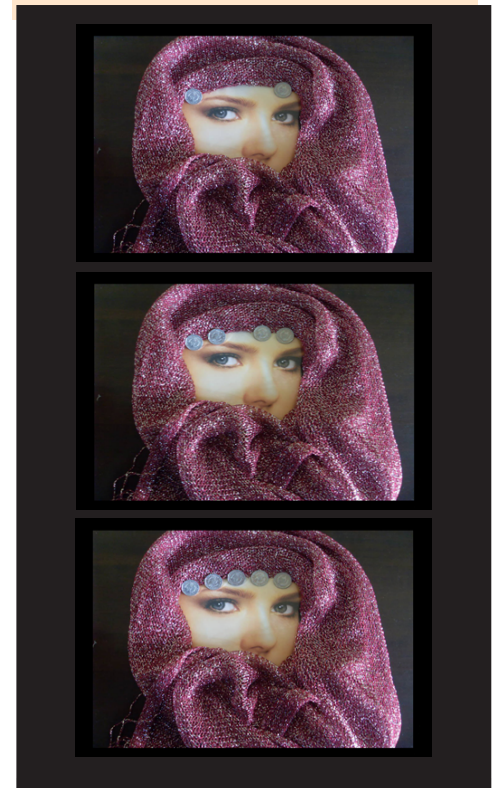
**Técnica de Pixilación:** Stop-motion, en la que los objetos animados son auténticos objetos comunes e incluso personas. Estos objetos son fotografiados repetidas veces y desplazados ligeramente entre cada fotografía. Norman McLaren fue pionero de esta técnica, empleada en su famoso corto animado *A Chairy Tale*, donde gracias a ésta da vida a una silla común y corriente. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Animaci%C3%B3n>)



# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación



Un recorte de revista, un velo y unas fichas fueron los recursos utilizados para realizar esta secuencia fotográfica. Logrando el objetivo de formar el rostro de una mujer árabe.



Fondos usados para la animación de las frases motivacionales e información de las sedes.

Formato NTSC DV  
720 \* 480 píxeles.

## Diseños de Fondo de Pantalla



# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación



## Muestra de Animación para los Mensajes Motivacionales en el Video



Instructora: Verónica Cobar SEDE zona 11.

## Bocadillo

"Están compuestos de dos partes: el cuerpo y el rabillo. Es el cuerpo que expresa los significados de los mensajes. Por ejemplo, el contorno del bocadillo como dientes de sierra simboliza que el personaje está gritando o cuando el rabillo es sustituido por pequeños círculos se indica un pensamiento"; como fue utilizado en este video.

(<http://www.scribd.com/doc/2924277/El-Comic>).



## Efectos de Video



## ¿Qué es un Bocadillo?

Efectos de edición en Adobe Premiere Pro:

Dissolve: Cross dissolve.

Page Peel: Peel Back.

Iris: Iris Round.

Slide: Push.

Wipe: Gradient Wipe.

Opacity.

Efectos de animación de títulos en After Effects:

Rotation.

Cintillos informativos.

# Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

¿Qué es el  
Club Sherezada?



## Musicalización y Sonidos

Música Belly Dance:

En el video se usó música árabe instrumental, de percusión y rítmica; se desea dejar en claro que en la mayoría de tomas se dejó el sonido y música original de las grabaciones.

\* Abdel Halim Hafez; Arabic Belly Dance (2000 remix).

\* Mario Kirlis; hindú. Gimnasia Rítmica. (Música árabe instrumental).

\* Darbuka Ikina. Danza árabe (sonidos de percusión).

Sonidos:

\* Aplausos.

\* Sonidos de instrumentos de percusión.



# Códigos del Diseño

## Signos I cónicos

La propuesta de diseño tiene como punto focal a la fotografía. Por medio de la fotografía se logra capturar imágenes fijándolas en un medio natural sensible a la luz. Las mismas pueden lograr reflejar por medio de la imagen un sinfín de expresiones.

En los diseños podremos visualizar tres planos:

En el tercer plano se observan las imágenes de mujeres poniendo en práctica la danza árabe acompañadas de elementos y movimientos característicos de este arte.

Como segundo plano observamos el contraste del color con la imagen del tercer plano; la silueta de un resplandor incrustado que representa la luz de la vida ayuda a darle textura y originalidad al diseño.

El primer plano del diseño utiliza como punto focal la imagen de la mujer ideal; la cual con su expresión facial logra reflejar cada uno de los valores personales o humanos (positivismo, alegría, vitalidad, amor, pasión, seguridad y optimismo) que aparecen en cada una de las piezas gráficas.

## Signos Cromáticos

El color es regularmente el factor clave del éxito de un diseño. Existen miles de opciones de color a la hora de plantear un diseño; tomando en cuenta que la mejor manera de explorar los grupos de colores es por medio del círculo cromático.

Los colores vivos e intensos son colores tomados directamente del círculo cromático.

En los diseños realizados se utilizaron una gama de colores vivos contrastados con el color negro. Los colores vivos son catalogados a su vez como colores brillantes e intensos; algunos de los colores utilizados son los siguientes: rojo cereza, amarillo canario, amarillo oro, verde limón, azul celeste, uva, rosa y marrón. Los colores anteriormente mencionados son puros, fuertes y enérgicos.

El contraste del color negro con colores vivos ayuda a realzar la percepción del diseño. También es un truco utilizado para proporcionar una mayor viveza al resto de la imagen.

## Signos Lingüísticos

Los tipos de letra utilizados en la presente estrategia de comunicación motivacional son las siguientes:

Calibri está catalogada en el tipo de letra San Serif de la familia Humanist. Diseñada por Lucas de Groot; es una de las seis fuentes nuevas occidentales (romano, griego y cirílico) de la colección de Clear Type que se incluyen en Microsoft Windows Vista.

Sus trazos bien definidos, proporciones humanísticas y sus curvas elegantes logran que esta tipografía sea usada perfectamente en el medio impreso y en pantalla.

Según su creador Lucas sus proporciones permiten un gran impacto usada tanto en tamaños grandes como pequeños: siendo una tipografía apropiada para documentos, correos electrónicos, diseños web, videos y revistas.

Calibri tiene una anchura generosa que facilita la lectura al acentuar su dirección. Sus formas suavizadas, con las esquinas ligeramente redondeadas, transmiten una sensación más placentera para la lectura.

French Script MT está catalogada como una fuente manuscrita o script por sus trazos cursivos y caligráficos. Sus trazos cursivos dan la sensación de movimiento, elegancia y delicadeza; características que son aplicadas también al definir a la danza árabe.

# Códigos del Diseño

## Signos I cónicos

En el video las imágenes utilizadas nos demuestran la capacidad y conocimiento que tienen las instructoras del club para enseñar los movimientos de la danza árabe y el interés que tienen las alumnas por aprender. Además se observan imágenes de las presentaciones anuales que se realizan en “SOLO TEATRO”; en donde se destaca todo aquello aprendido y ensayado por las integrantes del Club Sherezada. El lenguaje corporal expresado por la danza árabe, la expresión de las miradas, el colorido de sus trajes, accesorios y escenarios se refleja en el transcurso del video.

Todas las características anteriormente mencionadas logran motivar a nuestro grupo objetivo; ofreciendo un taller que les ayudará a mejorar positivamente su calidad de vida.

## Signos Cromáticos

En la danza árabe se utiliza una infinidad de colores vivos en sus trajes, accesorios, maquillaje y decoración; cuyos colores representan alegría, vida y fiesta. El color para esta cultura representa la maestría, la disciplina, el control y la estabilidad.

## Signos Lingüísticos

El mensaje lingüístico de esta estrategia de comunicación es motivacional; ya que les brinda mensajes de optimismo y superación a las mujeres guatemaltecas. Las frases utilizadas en toda la estrategia son los siguientes:

Mujer, Renuévate Danzando: La danza árabe le ofrece a la mujer una nueva forma de ver la vida; renovándola mental y espiritualmente.

¡Danza con amor!: Todo lo que haga el ser humano en esta vida tiene que ser por amor a sí mismo; sin perjudicar al prójimo.

¡Danza con seguridad!: La danza árabe ayuda a recuperar la autoestima; a perder el miedo del qué dirán y a mostrar el cuerpo como un monumento hermoso.

¡Danza con optimismo!: Todo es posible si se trabaja con optimismo; logrando así alcanzar las metas deseadas.

¡Danza con pasión!: Los movimientos de la danza árabe despiertan pasión; contagiando de sensualidad a las mujeres que practican este arte.

¡Danza con alegría!: Los colores vivos de las vestimentas, accesorios, decoración y la música utilizados en la danza contagian al ser humano de alegría.

# Conclusiones

La Estrategia de Comunicación Motivacional “Mujer, Renuévate Danzado” aumenta el interés de las mujeres guatemaltecas hacia la danza árabe; con la información y frases incluidas dentro de los diseños se fue preparando, informando, educando, estimulando y motivando al grupo objetivo.

La creación de piezas gráficas y audio visuales ayudan a satisfacer las necesidades del cliente (Asociación Nueva Acrópolis); ya que con ellas se logra informar sobre los beneficios que ofrecen los talleres de danza árabe dentro y fuera de sus instalaciones.

La integración de todas las piezas gráficas y audio visuales de la presente Estrategia de Comunicación, aumenta la captación e interés de nuevas integrantes e incita a las existentes a seguir formando parte del club.

El incremento del 10% del número de participantes en las Sedes del Club Sherezada logra un taller más firme, solidario y capaz de alcanzar posicionamiento en las actividades cotidianas de las mujeres guatemaltecas.

Llegando a la conclusión final de que dentro del Club de Danza Árabe Sherezada era de suma importancia la creación de un video motivacional que lo diera a conocer como un taller cultural, dinámico e integral constituido por la Organización de Nueva Acrópolis de Guatemala.



Fotografía de





# Bibliografía y Fuentes Consultadas

## Folletos y documentos consultados

1. Rousselin Avendaño, Lissette. (1996). Incidencia de la educación universitaria en la autoestima de la mujer estudiante de pedagogía de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala: USAC.

2. Alnañez Pérez, Rosa Delia. (2002). Guatemala: Tesis (Licenciada Psicología). USAC.

3. Hepner, Harry Walker. (1964). México: Herrero Hermanos.

4. Hollander, Edwin P. (1968). Principios y métodos de psicología social. México: Centro de Ayuda Técnica.

5. Leibl, Mariana. (1955). Psicología de la mujer. Argentina: Psique. Sánchez, Olga Nelly. (1983). Psicología de la mujer. México: Universidad Autónoma de Querétaro. Humanidades, Colección Psicología.

6. Whittaker, James O. (1979). La psicología social en el mundo de hoy. México: Trillas. Branden, Nathaniel. (2001). La psicología de la autoestima. España: Paidós.

7. Gómez Duque, Blanca Alicia; De la Roca Hernández. María Gabriela (coaut). (2006). La familia disfuncional y su relación con el desarrollo de la anorexia: estudio realizado con mujeres adolescentes (de 12-20 años) que asisten al departamento de psicología de la Fundación para la Juventud y la Familia, JUVENFAMI. Guatemala: USAC.

8. Garniege, Dale. (1991) Como suprimir las preocupaciones y disfrutar de la vida. Barcelona: Trigésima impresión. Editorial Hermes.

9. Robbins, Anthony. (1993). Despertando al gigante interior. España: Editorial Grijalbo, S.A.

10. Steinberg Guzmán, Delia. (2008) El alma de la mujer. Guatemala: Nueva Acrópolis. Primera Edición.

11. Jacques Berque. (1964). Los árabes de ayer y de mañana. México: Fondo de Cultura Económica.

12. Fouad, Ajami. (1983). Los árabes en el mundo moderno: Su política y sus problemas desde 1967. México: Fondo de Cultura Económica.

13. Woermann, Karl. (1961). Historia del arte en todos los tiempos y pueblos. Barcelona: Tercera Edición, Tomo Primero. Editorial Montaner.

14. Steinberg Guzmán, Delia. (2008). Anuario Nueva Acrópolis. España: Editorial Nueva Acrópolis.

## Sitios Web Consultados

1. [http://www.nueva-acropolis.es/anuario2007/paises-act\\_act.as](http://www.nueva-acropolis.es/anuario2007/paises-act_act.as)
2. <http://www.acropolis.org.gt>
3. <http://www.cidh.oas.org/default.htm>
4. <http://es.wikipedia.org>
5. <http://www.lacasa-comunicación.com/diccionario.htm>
6. <http://www.interamericanusa.com>
7. [http://www.mundoarabe.org/mujer\\_arabe2.htm](http://www.mundoarabe.org/mujer_arabe2.htm)
8. <http://www.psico-mijer.com.ar/>
9. [http://www.aulaintercultural.org/article.php3?id\\_article=2277](http://www.aulaintercultural.org/article.php3?id_article=2277)
10. <http://arabiasaudita.pordescubrir.com/la-represion-de-la-mujerarabe.html>

## Personas Entrevistadas

Licenciada Alejandra Hernández. Coordinadora Asociación Nueva Acrópolis de Guatemala.

Ingeniera Verónica Cobar. Representante de la Asociación de Nueva Acrópolis de Guatemala.

Capítulo IV

# Glosario







# Conceptos Fundamentales

**ACRÓPOLIS:** Parte alta de las ciudades griegas, romanas u otras civilizaciones, con la intención de mejorar la defensa de sus asentamientos. Nacieron así edificios emblemáticos, como los que existieron en Atenas o Roma en donde se ofrecían actos importantes para reunir a las personalidades de la ciudad.

**ACROPOLITANOS:** Se les denomina así a las personas que integran la asociación o participan en los talleres de Nueva Acrópolis.

**AMOR:** Sentimiento puro e incondicional del ser humano. Adjetivo.

**APRENDIZAJE:** Acción de aprender un arte u oficio. Tiempo que se emplea para conocer y poner en práctica algún pasatiempo u oficio nuevo.

**ÁRABE:** Originario de la Península Arábiga y los territorios que los rodean. Los nativos de esa cultura hablan el idioma árabe o arábigo. Su población se centraliza en el norte de África y el Medio Oriente, aunque viven grandes poblaciones alrededor del mundo. No forman un grupo étnico homogéneo, actualmente se definen como árabes aquellos que tienen como idioma materno la lengua árabe, independientemente de sus orígenes étnicos.

**AUTOESTIMA:** Percepción emocional que el ser humano tiene de sí mismo. Puede sobrepasar la racionalización y percepción del mismo. Un ser humano con autoestima sana está consciente de sus virtudes y defectos; no se deja llevar por lo que los demás piensan de su persona, sino que acepta y compone sus errores. La autoestima es el valor y respeto que cada persona tiene por sí misma; reflejándola así al mundo exterior.

**CLUB:** Grupo de personas libremente asociadas que comparten el mismo gusto por alguna actividad o deseos ya sean artísticos, culturales, políticos, deportivos, educativos, etc.

**COMUNICACIÓN:** Proceso por el cual las personas interactúan entre sí, expresando sentimientos y experiencias vividas o por vivir, los seres humanos nos podemos comunicar a través de gestos, de los signos, por medio de la palabra, del movimiento, etc.

**DANZA:** Forma de expresión a través del movimiento dinámico del cuerpo. Requiere de 6 elementos fundamentales para que exprese un mensaje artístico: Expresión corporal, movimiento, espacio, ritmo, color y vida. A través de la danza se pueden liberar una serie de sentimientos y emociones positivas o negativas del ser humano.

**EMOCIÓN:** Estado de ánimo positivo o negativo del ser humano. Existen experiencias emocionales las cuales se convierten en estados afectivos y subjetivos; en los cuales participan procesos fisiológicos y psicológicos.

**EQUILIBRAR:** Disponer o hacer que dos cosas se pongan proporcionalmente iguales sin que ninguna de ellas exceda a la otra.

**ESTRATEGIA:** Conjunto de acciones planificadas, las cuales se utilizan de la mejor manera para llevar a cabo un fin o una meta.

**EUFEMISMO:** Es una expresión menos ofensiva que sustituye a otra considerada vulgar, de mal gusto o tabú, que puede ofender o sugerir algo no placentero al oyente. Algunos tienen el propósito de ser cómicos. Se origina en el uso de palabras inofensivas o expresiones para desorientar, evadirnos o evitar hacernos conscientes de una realidad cruda y desagradable.

# Conceptos Fundamentales

**MOTIVACIÓN:** Surge del planteamiento de preguntas sobre qué es lo que hace funcionar a la humanidad y demás seres vivientes. Como por ejemplo preguntarse: ¿Es verdad que las mujeres que gozan de prosperidad no desean ayudarse a sí mismas? ¿Qué factores pueden motivar a la mujer guatemalteca? ¿Cuáles son los hechos que bajan la autoestima femenina? Para llegar a la solución de estas y más preguntas se debe dar énfasis a todos aquellos factores motivacionales que intervienen en la vida del ser humano.

**MOTIVACIÓN:** La motivación nos explica una serie de variaciones conductuales y explica cuando las personas son similares en esas dimensiones pero rezagan su desempeño.

**NUEVA ACRÓPOLIS:** Asociación de carácter humanista, filosófico y sociocultural, que ayuda a la formación integral del ser humano por medio de la educación cultural y filosófica, ofrece sus servicios en más de 59 países desde 1957.

**OLVIDO:** El olvido muchas veces es un proceso no intencional que a veces ocurre de manera automática. El sistema de memoria a veces es interferido por un efecto de olvido, decaimiento mental, deficiencia de codificación, almacenamiento o recuperación.

Sigmund Freud, quien arguye que el olvido puede ser intencional, afirma su tesis de que las cosas que recordamos y olvidamos se hallan relacionadas con el valor e importancia que poseen para nosotros. Las cosas que son muy disturbas para nosotros, por ejemplo, con probabilidad se volverán temporalmente inaccesibles por un tiempo al ser expulsadas de nuestra conciencia.

La memoria se desgasta cuando muchas veces usamos como estímulo palabras angustiantes, intimidaciones de fracaso, frustración, experiencias desagradables entre el recuerdo y el aprendizaje.

**ORGANIZACIÓN:** Sistemas sociales que tienen por finalidad metas y objetivos, que logran alcanzar gracias al apoyo monetario que le brinda la humanidad.

**RENOVAR:** Acción de cambiar todo aquello que afecta de manera negativa por algo positivo. Hacer de nuevo o volver a su primer estado una cosa o situación que se había dejado en el olvido o abandono.

**SENSUALIDAD:** Predominio erótico subliminal de un ser humano hacia otro. Actitud masculina y femenina que muchas veces es explotada publicitariamente en todos los contornos comerciales.

**SHEREZADA O SCHEHEREZADA:** Serie de relatos que surgen uno del otro, es decir, al contarse uno de repente surge otro y ese otro crea otro cuento hasta que termina el primero, como cajas encerradas en otras cajas. En el primero, se cuenta que el sultán Shahriar descubre que su mujer lo traiciona y la mata. Creyendo que todas las mujeres son igual de infieles ordena a su visir conseguirle una esposa cada día, alguna hija de sus cortesanos, y después ordenaría matarla en la mañana. Este horrible designio es quebrado por Sherezade, hija del visir. Ella trama un plan y lo lleva a cabo: se ofrece como esposa del sultán y la primera noche logra sorprender al rey contándole un cuento. El sultán se entusiasma con el cuento, pero la muchacha interrumpe el relato antes del alba y promete el final para la noche siguiente. Así, durante mil noches. Al final, ella da a luz a tres hijos y después de mil y una noches, el sultán conmuta la pena y viven felices (con lo que se cierra la primera historia, la de la propia Sherezade). (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

# Conceptos de Diseño

**ANIMACIÓN:** Es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos. Para realizar animación existen numerosas técnicas que van más allá de los familiares. Los cuadros se pueden generar dibujando, pintando, o fotografiando los minúsculos cambios hechos repetidamente a un modelo de la realidad o a un ; también es posible animar objetos de la realidad y actores. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**BANNER:** Franja publicitaria que se coloca en algunas páginas web de Internet y que permiten pinchando con el cursor, conectar con el anunciante. ([www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm](http://www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm))

**BOLETÍN:** Soporte informativo impreso de baja calidad y de utilización tanto a nivel interno como externo. ([www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm](http://www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm))

**CAMPAÑA:** Acción de comunicación desarrollada desde la recepción del briefing por parte del anunciante hasta la difusión en los medios de los mensajes. Supone aspectos de concepto, creativos, de producción y de planificación de medios. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**CLASE SOCIAL:** Tipología de clasificación de nivel económico en el perfil los públicos. Normalmente: Alta, media-alta, media, media-baja y baja. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**CONOCER AL PÚBLICO:** Buscar qué le puede gustar al público para que interactúe con el mensaje. Aquí hay que formular una estrategia de ataque fuerte. Se trabaja con el cliente, pero es la agencia de comunicación la que tiene el protagonismo. En esta fase se crea un

documento que los profesionales del multimedia denominan "ficha técnica", "concepto" o "ficha de producto". Este documento se basa en 5 ítems: necesidad, objetivo de la comunicación, público, concepto y tratamiento. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**CREACIÓN DE UN PROTOTIPO:** En multimedia es muy importante la creación de un prototipo que no es sino una pequeña parte o una selección para testear la aplicación. De esta manera el cliente ve, ojea, interactúa... Tiene que contener las principales opciones de navegación. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**CREATIVIDAD:** Cualidad del ser humano que nace del interés de crear cosas nuevas, artísticas e imaginativas. Facultad de organizar y presentar originalmente distintos elementos y materializarlos en distintas aplicaciones (anuncios, campañas y todo lo aplicado con el diseño).

**CREATIVO:** Responsable en la agencia de publicidad de llevar el concepto de la campaña a ideas atractivas que se materializarán en las distintas piezas. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**CULTURA:** En la empresa se refiere al conjunto de valores, hábitos y formas de hacer, que caracterizan a la empresa. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**CURSIVA:** Tipo de letra inclinada que sirve para destacar algún texto, haciéndola más fina y con movimiento.

**DESARROLLO O GUIÓN:** Es el momento de la definición de la **Game-play**: funcionalidades, herramientas para llegar a ese concepto.

En esta etapa sólo interviene la agencia que es la especialista. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)



**DIGITAL:** Se le denomina así a todo aquello referido a los dedos.

**DIN:** Norma estándar aplicada a los tamaños del papel y utilizada en impresión. Los tamaños más utilizados van desde el DIN A0 al DIN A5. El valor de referencia es el DIN A4 (papel carta, de fotocopia de impresora...) y cada valor inferior duplica el tamaño. Así es un DIN A0 caben ocho DIN A4. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**DISEÑO GRÁFICO:** Profesión u rama de la arquitectura, que posee como eje principal la estructuración visual de elementos, utilizando la armonía y la proyección adecuada de conceptos.

**DISEÑO GRÁFICO:** Conjunto de técnicas de ilustración que se aplican en publicidad. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**DOCUMENTAL:** Es un género cinematográfico y televisivo, realizado sobre imágenes tomadas de la realidad. La organización y estructura de imágenes, sonidos (textos y entrevistas) según el punto de vista del autor determina el tipo de documental. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**EDICIÓN:** Realización de una obra. Tirada de una publicación compuesta. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**ENCUESTA:** Sistema de captación de información para elaboración de distintos estudios. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**ENTREVISTA DE GRUPO:** Tipo de investigación cualitativa donde se reúne a un grupo de personas con un perfil específico y en entrevista abierta se recopilan datos e informaciones de interés para la empresa interesada en el estudio. ([www.lacasa-comunicación.com/diccionario.htm](http://www.lacasa-comunicación.com/diccionario.htm))

**ESLOGAN:** Frase breve que condensa la idea principal del mensaje de una campaña. Cuando la idea que condensa es la propia misión, filosofía o cultura de la empresa se denomina eslogan genérico. Fórmula publicitaria, que sirve para expresar mediante una forma concisa y breve las ventajas de un artículo o de una marca comercial. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**ESTRATEGIA:** Conjunto de estrategias planificadas que llevan acciones encaminadas a la consecución de objetivos generales y específicos prefijados.

**FORMATO:** Dimensiones normalizadas o no, de una publicación, imagen o soporte impreso. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**FOTOGRAMA:** Cada una de las imágenes que componen una película cinematográfica. Para crear un segundo de imagen en movimiento a tiempo real se necesitan 24 fotogramas como mínimo.

**GRÁFICOS:** Utilizados para representar esquemas, planos, dibujos lineales, entre otros.

**HOME PAGE:** Página principal en Internet de una empresa u organización. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**IDEA CREATIVA:** Concepto comunicativo que se le brinda a un producto o servicio en una campaña publicitaria.

# Conceptos de Diseño

**IDENTIDAD CORPORATIVA:** Conjunto de símbolos, grafismos y colores que conforman la imagen visual identificable de una organización. Su desarrollo y normas de aplicación se recogen en un “manual de identidad corporativa”. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**IMÁGENES:** Documentos formados por píxeles. Pueden generarse por copia del entorno (escaneado, fotografía digital) y tienden a ser ficheros muy voluminosos. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**INTERACTIVO:** Medio que permite una respuesta a través de la tecnología formando un modo de diálogo entre ordenador y usuario.

**INTERNET:** Red internacional que admite la interconexión de ordenadores y la comunicación con personas particulares, empresas e instituciones para acumular o demandar datos e información; permitiendo a su vez la comunicación por correo electrónico o chat.

**INVERSIÓN:** Presupuesto de un área concreta de comunicación, de un bien en general, de un bien en una campaña o bien de un medio. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**JUSTIFICADO:** Texto alineado según unos márgenes de tal forma que todas las líneas son exactamente iguales y la separación de palabras se realiza automáticamente para acabar con la palabra completa al final de la línea.

**LAY-OUT:** Composición y forma de combinar los distintos elementos gráficos en una pieza publicitaria impresa. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**LOGOTIPO:** Representación gráfica que simboliza a una empresa. El logotipo debe incluir el nombre de la empresa en su tipografía característica, aunque esta denominación se ha quedado genérica para designar cualquier símbolo de una empresa. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**MEDIO:** Canal de comunicación que transmite mensajes. Agrupación de soportes que se basan en similares características técnicas.

**MEDIO PUBLICITARIO:** Transmisor de mensajes que son emitidos por un anunciante a un público objetivo.

**MENSAJE CLAVE:** Saber qué se quiere decir. Para eso es necesario conocer al cliente y pensar en su mensaje comunicacional. Es el propio cliente el primer agente de esta fase comunicacional. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**MULTIMEDIA:** Rama del diseño gráfico que tiene por objetivo el uso armonioso de imágenes, sonidos y textos; creando así animaciones digitales y videos agradables para el espectador.

**OBJETIVO:** Meta a alcanzar en una planificación de acciones.

**PATROCINIO:** Financiación total o parcial por parte de una empresa de un acto, equipo, etc.; a fin de aprovecharse de su popularidad y explotarlo publicitariamente. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**PERFIL:** Conjunto de características sociales, económicas, geográficas o de otra índole que definen a un público o grupo objetivo. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**PERIODICIDAD:** Número de veces que un soporte aparece en un período de tiempo. ([www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm](http://www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm))

**PLAN:** Estructuración sistemática de recursos y medios que nos servirán para alcanzar los objetivos.

**POSTPRODUCCIÓN:** Parte del desarrollo de una pieza audiovisual, tras la grabación o filmación; consiste en el montaje definitivo de esta para su difusión final.

**PROBLEMA:** Conjunto de acciones o situaciones, que buscan una o varias ofertas de solución.

**PROMOCIÓN:** Acciones encaminadas a la venta de productos o servicios en un corto plazo de tiempo. ([www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm](http://www.lacasacomunicación.com/diccionario.htm))

**PROTOCOLO:** Ordenamiento mediante fórmulas regladas de los concurrentes a un acto, dependiendo de la naturaleza y fin del mismo. (Diccionario Virtual: La casa de la comunicación)

**PÚBLICO OBJETIVO:** Segmento de población al que se dirige la campaña.

**REUNIONES:** Sistema de intercambio de información en la empresa a nivel externo e interno con reglas de eficacia y protocolos de desarrollo.

**SONIDO:** puede ser habla, música u otros sonidos. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**SONIDO:** Fenómeno que involucra la propagación de ondas elásticas auditivas, generalmente a través de un fluido u otro medio elástico que esté formando el movimiento vibratorio de un cuerpo u objeto.

**SPOT:** Anuncio grabado o filmado de duración limitada que es emitido en televisión.

**STORY BOARD:** Se representa mediante viñetas los principales planos de un spot, video o video documental; al pie de cada viñeta se indica el texto, la música y el tipo de toma deseada a la hora de filmar y editar el video

final. Con este recurso el cliente o anunciante puede hacerse una idea más clara del producto final antes de producirlo.

**TÁCTICA:** Acciones planificadas a corto plazo que unidas forman una estrategia.

**TEXTO:** Puede ser sin formatear, formateado, lineal e hipertexto. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**VÍDEO:** Presentación de un número de imágenes por segundo, que crean en el observador la sensación de movimiento. Pueden ser sintetizadas o captadas. (Enciclopedia Wikipedia: 2009)

**VIDEO DOCUMENTAL:** Género cinematográfico y televisivo, basado en imágenes tomadas de la realidad. Según el tipo de documental o el mensaje que se le quiera brindar a la sociedad se crea una organización y estructuración de imágenes, sonidos, textos, entrevistas y diseño.

**WEB SITE:** Lugar de la red Internet donde se encuentran las páginas informativas de una empresa o institución, para poder ser consultadas por el espectador.



# Anexo





# Muestra de encuesta

Validación del Proyecto de Graduación “Mujer Renuévate Danzando”,  
Estrategia de Comunicación para el Club de Danza Árabe Sherezada  
(ONG Nueva Acrópolis)

Edad: \_\_\_\_\_

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

**Instrucciones:** A continuación se le hará una serie de preguntas en donde revelará su juicio crítico sobre los diseños y video documental que se le presentará durante esta reunión, responda según se le indique.

1.- Evalué las siguientes características que se le dan sobre los diseños de afiches, banner, trifoliar.

a. Claridad en los diseños:

Regular \_\_\_\_\_ Buena \_\_\_\_\_ Muy buena \_\_\_\_\_ Excelente \_\_\_\_\_

b. Reflejan positivismo los diseños:

Regular \_\_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_\_ Demasiado \_\_\_\_\_

c. Existe buena integración en todos los diseños:

Regular \_\_\_\_\_ Buena \_\_\_\_\_ Muy buena \_\_\_\_\_ Excelente \_\_\_\_\_

d. Cree que los diseños llaman la atención por sus colores:

Regular \_\_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_\_ Demasiado \_\_\_\_\_

e. Le gustan los colores utilizados en los diseños:

Regular \_\_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_\_ Demasiado \_\_\_\_\_

2.- Evaluación de video documental:

a.- ¿Cree que el video documental de Mujer Renuévate Danzando tiene un buen concepto creativo?

Regular \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Muy bueno \_\_\_\_\_ Excelente \_\_\_\_\_

Por qué:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# Muestra de Encuesta

b.- ¿Cree que este video documental deja un buen mensaje a su grupo objetivo?

Regular \_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_ Muy bueno \_\_\_\_ Excelente \_\_\_\_

Por qué:

---

---

c.- ¿Cree que el video documental es motivacional, dinámico e informativo?

Regular \_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_ Muy bueno \_\_\_\_ Excelente \_\_\_\_

Por qué:

---

---

d.- ¿Cree que este video documental puede llegar a motivar a las mujeres guatemaltecas para que formen parte del Club de Danza Sherezada?

Regular \_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_ Demasiado \_\_\_\_

Por qué:

---

---

e.- ¿Cree que el video documental está integrado con las piezas gráficas?

Regular \_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_ Demasiado \_\_\_\_

f.- Evalúe el documental con la cantidad mínima de 1 punto a la máxima de 10: \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

# Lineamientos y Recomendaciones

Medios		Características	Recomendaciones	Costo Estimado
Impresos	Afiches	6 versiones, impresiones láser, full color, papel texcote 12, tamaño 11 * 17".	Los afiches serán promocionados en lugares públicos cercanos a las distintas sedes de Nueva Acrópolis. Es por ello que se pensó en hacer un diseño distinto por sede. El tiempo de propaganda será de 3 meses aproximados.	Cantidad a imprimir: 120 afiches Precio Unitario: Q. 20.00  <b>Total: Q. 2,400.00</b>
	Separadores	6 versiones, impresiones full color en texcote 12, tamaño de 2 * 4.5 "	Los separadores serán entregados a las personas que visiten las sedes de Nueva Acrópolis y a la hora de la presentación del video motivacional. El tiempo de propaganda será de 6 meses aproximados.	Cantidad a imprimir: 5,000 separadores por versión. Precio Tiraje: Q.750.00 Precio Unitario: Q.0.15 Total: 5,000 * 6 = 30,000 x Q.0.15= Q.4,500.00
	Trifoliales	Impresión full color tiro y retiro en papel couché 80, medida de 11 * 8.5 "	Los trifoliales son de carácter informativo es por ello que serán entregados al público antes de cada presentación del Club de Danza Árabe y se mantendrán en el Departamento de Información de cada sede. El tiempo de propaganda será de un año aproximado.	Cantidad a imprimir: 10,000 trifoliales Precio Unitario: Q. 0.35  <b>Total: Q.3,500.00</b>
	Banner	Impresión laser, full color, medida de 0.72 * 1.80 cm.	Cada sede tendrá dentro de su instalación este banner. El tiempo de propaganda será de un año aproximado.	Cantidad a imprimir: 7 banners Precio Unitario: Q. 90.00  <b>Total: Q. 630.00</b>
Electrónicos	Boletines	Diseños full color en formato PNG para página web. 6 versiones, medida 4 * 9".	Los boletines serán publicados en la Página Web y Facebook de Nueva Acrópolis, además serán enviados por correo electrónico.	<b>Medio Gratuito</b>
Audio-visuales	Video motivacional	Duración del video 13 minutos.	El video motivacional será presentado al público en 6 sesiones amenizadas por las instructoras de Nueva Acrópolis. (Una sesión por sede).	Costos: Luz: Q. 1,500.00 Edición: Q. 7,500.00 DVD'S para cámara: Q. 500.00 Transporte: Q. 350.00 Story Board: Q. 2,500.00 Producción: Q. 10,000.00 Reproducción de 50 copias: Q. 800.00  <b>TOTAL: Q.23,250.00</b>

**Presupuesto Total de Propuesta:**

**Piezas Gráficas Impresas:**  
Q.11,030.00

**Creatividad, diseño, arte final:**  
Q.10,250.00

**Video Motivacional:**  
Q. 23,250.00

**TOTAL : Q. 44,530.00**  
Presupuestado: junio del 2010



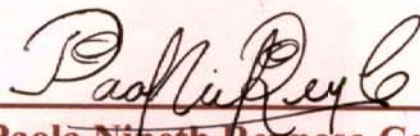


*Imprimase*



---

**Licda. Emperatriz Pérez**  
**No. de Colegiado 37**  
**COLEGIADO EN DISEÑO GRÁFICO**  
**DE GUATEMALA**  
**ASESORA METODOLÓGICA**



---

**Paola Nineth Reynosa Cervantes**  
**Carné: 200314327**  
**ESTUDIANTE DE LA**  
**LICENCIATURA DE DISEÑO GRÁFICO**  
**CON ÉNFASIS EN MULTIMEDIA**



---

**Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**  
**DECANO**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**



**¡Cada amanecer es una oportunidad para renovar tu vida!...**