



## **PLAN INFINITO** Santiago Zamora

Creatividad - Generación - Creación

**Imagen Institucional para el proyecto "Plan Infinito" Santiago Zamora  
de la Asociación CasaSito.**

**Proyecto de graduación presentado por  
Claudia Mariel Lorente Morales  
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico  
con énfasis en Multimedia .**

**Guatemala, octubre de 2012**





# Índice

**Nómina de autoridades.**

**Agradecimientos y Dedicatoria.**

**Presentación.**

## **Capítulo I:**

- 14** Antecedentes.
- 19** Problema.
- 20** Justificación.
- 20** Objetivos de diseño.

## **Capítulo II:**

- 30** Perfil de la organización y el servicio que brinda.
- 35** Grupo Objetivo.

## **Capítulo III:**

- 45** Conceptos fundamentales.
- 51** Concepto Creativo.
- 62** Proceso de desarrollo de los bocetos y decisiones de diseño.

## **Capítulo IV:**

- 77** Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final.
- 84** Propuesta gráfica final y fundamentación.

- 86** Conclusiones.
- 87** Recomendaciones.
- 88** Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta.
- 111** Bibliografías y fuentes consultadas.
- 113** Glosario.
- 122** Anexos.



**NÓMINA DE AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA**

Arq. Carlos E. Valladares **Decano**

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea **Vocal I**

Arq. Edgar Armando López Pazos **Vocal II**

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras **Vocal III**

Br. Jairon Daniel del Cid Rendón **Vocal IV**

Br. Carlos Raúl Prado Vides **Vocal V**

Arq. Alejandro Muñoz Calderón **Secretario Académico**

**DIRECCIÓN DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

Lic. José Francisco Chang Meneses  
**Director**

Lic. Ana María Saavedra de López  
**Coordinadora de Proyecto de Graduación**

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte  
**Coordinador de Ejercicio Profesional Supervisado**

**Asesores y Examinadores de Proyecto de Graduación**

Lic. Víctor Pacheco

Lic. Luis Urizar

Lic. Edelberto Cifuentes



## **Agradecimientos y Dedicatoria**

A mi amada Valentina, quien con su existir iluminó mi vida de alegría y esperanza.

A David Cifuentes, por darle forma y significado a mi mundo.

A mis padres, José René Lorente y María del Carmen Morales, por siempre estar y ser lo más importante de vida, gracias por impulsar el motor hacia la excelencia y responsabilidad, ¡los amo!

A mis hermanos, Estuardo Lorente y Karin Lorente, por brindarme mucho aprendizaje y ejemplo vivencial, por sonreírme y darme siempre mucho amor.

A Asociación CasaSito, esta etapa de aprendizaje y vivencias marcó mi vida y mi pensar.

A mis catedráticos de la Universidad San Carlos de Guatemala, por su tiempo y dedicación en este proceso infinito.



# Presentación

Al hablar de imagen se puede hacer referencia a los elementos gráficos que pueden dar vida a un diseño. La imagen desempeña un papel esencial en la comunicación de un mensaje y, por lo tanto, constituye un factor importante en el establecimiento de la identidad visual. Una imagen es pues: Una representación mental de cualquier cosa que no se encuentre de hecho en los sentidos; revivir o imitar una experiencia sensible junto con los sentimientos colaterales; la reproducción de la memoria o imaginación de sensaciones de vista, tacto, oído, etc., como imágenes visuales, táctiles o auditivas; una visión producto de la fantasía; en general, un concepto, una idea.

La palabra “Corporativa” se refiere al grupo al que pertenece la imagen, en este caso una empresa u organización, quien posee una identidad propia con una cultura de normas, valores y signos visuales de reconocimiento externo.

La característica principal de la Imagen Institucional es proveer una personalidad construida para la empresa u organización, para que ésta sea reconocida a nivel visual por parte del espectador. La identidad es el resultado de descubrir sus potencialidades mediante operaciones de auto evaluación y definición de la singularidad empresarial. La identidad visual es, junto con el comportamiento, la personalidad de una institución o empresa.

La investigación de esta problemática visual para “Plan Infinito” se realizó por el interés de colaborar con la Institución para que desarrolle el impacto necesario y la total aceptación por parte de la cooperación interinstitucional.

Con el desarrollo de la Imagen Institucional para “Plan Infinito” se cubrirán diversas expectativas, entre las cuales se pueden mencionar:

- ▲ Implementar una herramienta como medio de comunicación.
- ▲ Proyección educativa y artística ante la sociedad guatemalteca e instituciones internacionales.
- ▲ Fortalecimiento de las actividades que se desarrollan dentro de “Plan Infinito”.
- ▲ Gestión y proyección educativa y artística a través de diversos medios de comunicación.
- ▲ Promoción y difusión de actividades culturales.

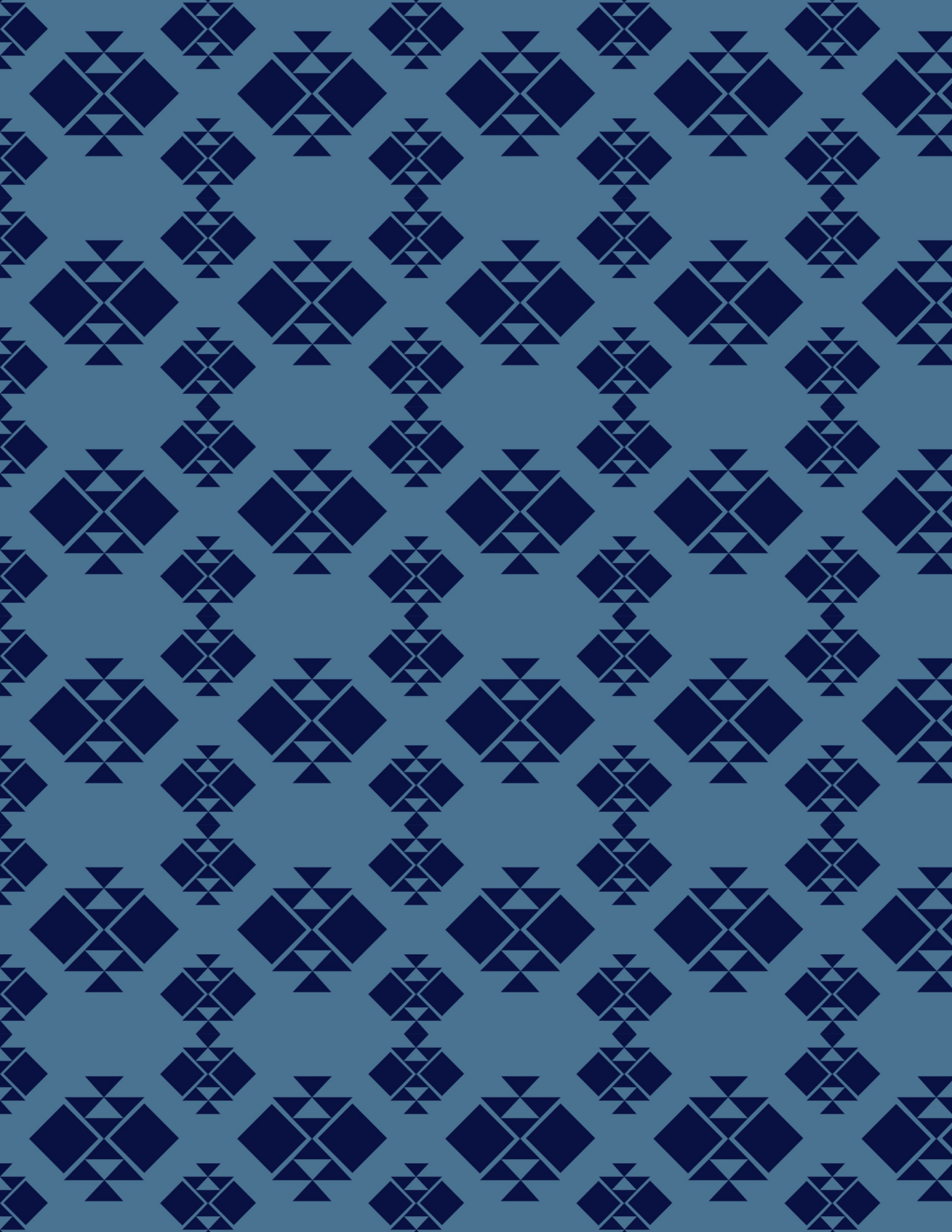
En el marco de la teoría sociológica, la investigación se realizó con una serie de entrevistas al personal que trabaja para “Plan Infinito”, así como a las autoridades de Asociación CasaSito y habitantes de Santiago Zamora.

En las diversas conversaciones, los ítems de las entrevistas se perfilaron con tópicos sobre educación, cultura, problemáticas sociales, desarrollo y valores.

Las entrevistas se realizaron a líderes naturales, es decir, a informantes clave. Un informante clave es una característica de la muestra no probabilística. Este tipo de muestra fue el empleado en la metodología para el estudio. La técnica de observación también fue empleada para generar características del grupo objetivo durante su asistencia a la institución.









**Capítulo 1**  
Introducción



*Fig. 1: Aldea Santiago Zamora, San Antonio Aguascalientes.*



## Antecedentes

Asociación CasaSito trabaja para aumentar las oportunidades de educación en las áreas rurales de Guatemala, apoya la infraestructura comunitaria y se mantiene fiel a estándares elevados de valores humanos, ética y eficiencia económica.

Asociación CasaSito cree que la educación es el recurso más valioso para el desarrollo personal y nacional, que potenciar a las mujeres es una de las maneras más efectivas de promocionar la educación y la mejora comunitaria, y que solo aquellos que sienten el deseo y la motivación de mejorarse a sí mismos pueden salir del círculo de la pobreza y mejorar sus vidas.

Asociación CasaSito también cree que unas condiciones de vida inadecuadas son un obstáculo para el desarrollo educacional y que el agua potable es un derecho básico de los seres humanos.

En el afán por colaborar y beneficiar a comunidades en desarrollo, Asociación CasaSito fomenta 3 programas o fondos orientados a la educación y la infraestructura comunitaria; específicamente a organizaciones no gubernamentales pequeñas y en desarrollo, siendo éstas:

- ▲▲ Asociación Santiaguito
- ▲▲ Asociación Semilla de Esperanza y Amor
- ▲▲ Asociación En Beneficio de Mujeres Indígenas
- ▲▲ Asociación Educarte
- ▲▲ Asociación Mujb'abl' yol
- ▲▲ Asociación Los Patojos, entre otras.

En el año 2006, la Directora de Asociación CasaSito junto con Chris Van de vVijver, originario de Bélgica y actual coordinador del área regional de Sacatepéquez, organizaron un proyecto alterno a la Asociación, el proyecto "Plan Infinito" en la comunidad de Santiago Zamora, con el objetivo de promover la educación y actividades extracurriculares en el área rural por la fuerte demanda que ésta requiere.

El proyecto funciona desde hace poco menos de tres años, y ayuda a los niños del nivel primario de escasos recursos para que puedan recibir la educación necesaria; también promueve actividades como la música, pintura y natación para fortalecer el enriquecimiento cultural y abrir espacios recreativos a los niños.





Debido a que “Plan Infinito” había estado funcionando bajo la imagen institucional de Asociación CasaSito no requería de la propia. En el presente año se organizó el primer Festival de Música Coral con el patrocinio de la Universidad de Yale, en donde los niños de las diversas asociaciones beneficiadas se reunieron para ejecutar diversas actividades.

“Plan Infinito” requería de un logotipo para promover sus actividades, la Directora de Asociación CasaSito desarrolló uno para diversos usos; sin embargo, el mismo no llena las expectativas deseadas y también se requiere de otras piezas de diseño que fortalezcan la imagen del proyecto.

En varias entrevistas, Alice Lee So Fong, Directora General de Asociación CasaSito, expresó que los requerimientos de apoyo en los que el diseño gráfico puede contribuir a la imagen de “Plan Infinito” se orientan a material gráfico impreso y audiovisual que sea reproducido bajo un logotipo y elementos de diseño unificados y renovados.



*Fig. 2: Integrantes de Coro Nuestro Futuro, Santiago Zamora.*



## Identificación del problema

La Asociación CasaSito promueve actualmente el proyecto educativo y cultural "Plan Infinito", ubicado dentro de la comunidad Santiago Zamora en Antigua Guatemala, este proyecto promueve la educación primaria en estudiantes de escasos recursos y actividades extra curriculares como la música y el arte.

El impacto de este proyecto se ve reflejado en las señoras de la comunidad, debido a que se les motiva a que trabajen con microfinanciamientos para el beneficio de las familias. A pesar de ello, "Plan Infinito" aún no ha obtenido el impacto necesario y la total aceptación por parte de la cooperación interinstitucional para el desarrollo de proyectos debido a la carencia de imagen institucional.

Considerando que el elemento central de la Imagen Institucional es el logotipo, será de suma importancia realizar una investigación profunda del proyecto "Plan Infinito" para comunicar adecuadamente a la audiencia y grupo objetivo, primario y secundario, por medio de la aplicación correcta de códigos visuales y lingüísticos.

Con el desarrollo de la Imagen Institucional para "Plan Infinito" se cubrirán diversas expectativas, entre las cuales se pueden mencionar:

- ▲ Implementar una herramienta útil como medio de comunicación y reforzamiento del proyecto.
- ▲ Proyección educativa y artística ante la sociedad guatemalteca e instituciones internacionales.
- ▲ Fortalecimiento de las actividades que se desarrollan dentro de "Plan Infinito".
- ▲ Gestión y proyección educativa y artística a través de diversos medios de comunicación.
- ▲ Promoción y difusión de actividades culturales.

Debido a la importancia del mismo se plantea el proyecto de investigación comunicación: Imagen Institucional para el proyecto "Plan Infinito" Santiago Zamora de la Asociación CasaSito. Proyecto realizado en la ciudad de Sacatepéquez, en el período de julio a noviembre del año 2009.

## Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se considera importante la implementación de material multimedia para el proyecto “Plan Infinito”, es necesario justificar el análisis de cuatro variables:

### 1. Magnitud

El “Plan Infinito” desarrolla su plan de trabajo en la comunidad de Santiago Zamora, es una zona rural ubicada a 20 minutos de San Antonio Aguas Calientes. La población que atiende está conformada por niños y jóvenes residentes de la aldea y de comunidades aledañas.

En esta comunidad, la mayoría de niños y jóvenes que asisten al proyecto provienen de hogares con problemas de pobreza y extrema pobreza, alcoholismo, desintegración familiar y negligencia afectiva.

La población beneficiada incluye a los diversos segmentos del grupo objetivo, en los que se consideran las personas implicadas directamente con el proyecto “Plan Infinito”:

<b>Grupo Etario</b>	<b>M</b>	<b>F</b>	<b>Total</b>
De 2 años a menores de 5 años	37	37	74
De 5 años a menores de 15 años	119	105	224
De 15 años a menores de 20 años	64	92	156
De 20 años a menores de 30 años	64	92	156
De 30 años a menores de 50 años	75	98	173
De 50 años a menores de 60 años	31	34	65
<b>Total</b>	409	469	878

*\*Fuente: Datos proporcionados por la señora María Luisa Méndez, Facilitadora Comunitaria del Centro de Convergencia de Santiago Zamora.*

### 2. Trascendencia

El impacto de la comunicación social respecto a “Plan Infinito” radica en los medios de comunicación utilizados para promover el proyecto; de esta forma se obtendrá una respuesta de ayuda positiva por parte de la sociedad para cubrir las diferentes necesidades económicas y materiales requeridas para el desarrollo de las actividades.

Siendo la imagen corporativa la cualidad principal de una institución, el conjunto de sus actividades de gestión y de servicio; de sus atributos de solvencia, potencia, organización y eficacia, se mantiene ligada a las palabras clave de su razón social. Es por ello que al desarrollar la imagen para el proyecto "Plan Infinito", el grupo objetivo podrá identificar con mayor facilidad las actividades educativas y culturales que se realizan.

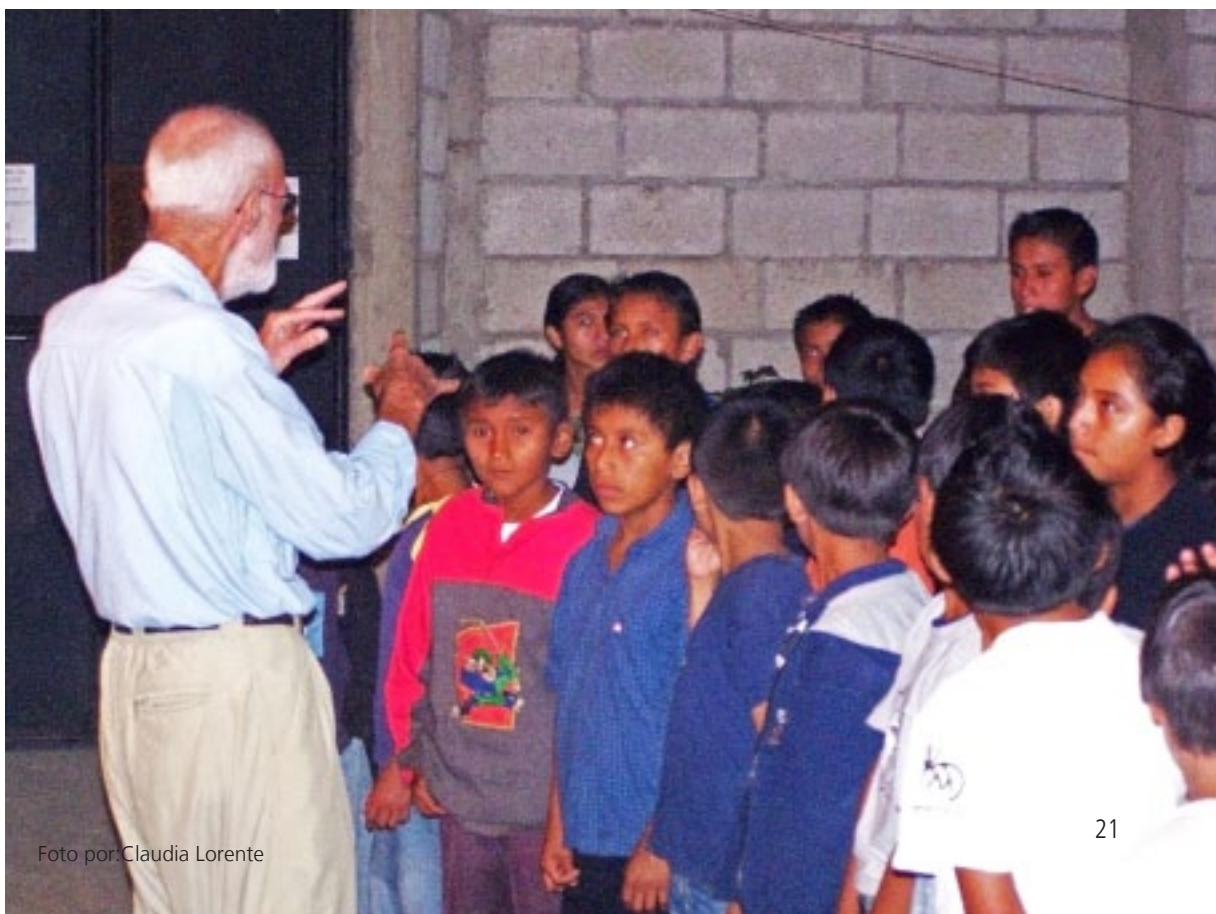
Al utilizar la combinación de los signos de identidad, logotipo, símbolo y gama cromática, en la identidad visual de la institución se favorecerá a una simbiosis entre las autoridades, padres de familia, alumnos; así como el fortalecimiento para conseguir patrocinio dentro del proyecto.

Costa (2001) señala que existen estudios que demuestran que los mensajes visuales incluyen imágenes semánticas (mensajes escritos) en un 50% aproximadamente del conjunto de las comunicaciones; es por ello que el contexto útil de los mensajes se debe a la información que transmiten por medio de la imagen. De esta forma la comunicación verbal se ejercerá a través de piezas gráficas informativas en las que se publicará información de interés para alumnos potenciales, y se precisarán contenidos para padres de familia y captación de donadores.

Con la creación de la Imagen Institucional para el proyecto "Plan Infinito", se atraerá la atención, expresará credibilidad y confianza; y en consecuencia el posicionamiento de la misma será sólido y duradero.

La era actual aparece dominada por los medios digitales audiovisuales y de simulación digital, una época que ya no es la de la reproducibilidad técnica sino la de la simulación digital. (Manovich, 2001)

*Fig. 3: Profesor Chris Van de Vijver y alumnos del coro "Plan Infinito".*



La comunicación comienza con la percepción, para captar la atención es necesario aplicar adecuadamente el significado y la relevancia de la información a publicar dentro de un video institucional en donde el grupo objetivo secundario podrá conocer la principal función del proyecto y las actividades que se llevan a cabo dentro del mismo; el principal funcionamiento de este video será atraer patrocinio, nacional e internacional.

Al incluir imágenes adecuadas, el usuario podrá informarse sustancialmente. La integración de texto escrito, imagen (fija o en movimiento), sonido e interactividad transforma la comunicación tradicional a un medio dinámico; optimizando recurso de reproducción y distribución para los diversos usuarios.

Dentro del video institucional se consideran los siguientes aspectos para que sea efectivo:

- ▲ Presentar a los usuarios información reciente para crear una imagen profesional.
- ▲ Recopilar información completa y organizada.
- ▲ Implementación adecuada de los diversos códigos y elementos audiovisuales efectivos.
- ▲ Un diseño agradable acompañado de una estructura de interacción eficiente.

### **3. Vulnerabilidad**

La necesidad de lograr una comunicación efectiva, con amplio valor gráfico, es el principal papel que el diseñador gráfico deberá aplicar dentro de la Institución.

“Ya sea contribuyendo al desarrollo de productos que mejoren nuestra calidad de vida o en el desarrollo de formas comunicacionales que pueden cumplir con diversos objetivos, tales como campañas sociales, informativas, etc.

El diseño para la educación y la cultura es un área de trabajo de gran amplitud, en la cual confluyen diversos tipos de comunicación y diversos medios o soportes, cuando se busca establecer diferentes medios que utilizando las nuevas tecnologías, se pueden construir propuestas de material didáctico o informativo.” (Olivares, 2003).

El diseño gráfico es la disciplina facilitadora de las comunicaciones, nexo importante entre emisor y receptor. Visto como una actividad, “es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (Frascara, 1999).

A través de la adecuada investigación, utilizando el método científico, se obtendrá la información necesaria para definir el problema; por medio del uso de procesos lógicos como la observación, el análisis, la síntesis y la conceptualización se podrán definir y plantear los conocimientos que den viabilidad a la ejecución de la necesidad del proyecto “Plan Infinito”.



La intervención del diseñador gráfico será el adecuado seguimiento del proceso de diseño para cumplir con las expectativas establecidas por el cliente.

Las principales fases para llevar a cabo este proceso de diseño exitoso son:

- ▲ Observar y analizar el medio en el cual se desenvuelven los alumnos, maestros y personal del “Plan Infinito” para descubrir alguna necesidad.
- ▲ Planear y proyectar proponiendo un modo de solucionar la necesidad gráfica establecida, tratando de descubrir alternativas viables.
- ▲ Construir y ejecutar llevando a la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos.
- ▲ Evaluar, ya que es necesario medir objetivamente el aporte gráfico para ponerlo en práctica. Así mismo, el diseñador gráfico aportará la adecuada manipulación del conocimiento teórico-práctico adquirido durante la educación superior.

*Fig. 4: Integrantes de Coro Nuestro Futuro, Santiago Zamora.*



#### 4. Factibilidad

Los recursos identificados para implementar las propuestas de material por parte del diseñador gráfico son factibles debido a los siguientes aspectos:

- ▲ Asociación CasaSito denota amplio interés en la intervención del diseñador gráfico, proporcionando información actualizada de manera eficiente para que ésta sea publicada dentro del proyecto y a la vez funcione como recurso informativo para el proceso de diseño.
- ▲ La trayectoria y el trabajo humanitario que Asociación CasaSito ha desarrollado por más de cinco años es de gran peso para que entidades nacionales o internacionales otorguen colaboración y/o patrocinio al proyecto "Plan Infinito"; lo cual constantemente beneficiará la reproducción de material gráfico y audiovisual para su distribución.
- ▲ "Plan Infinito" Santiago Zamora constantemente desarrolla actividades que involucran la participación de la sociedad guatemalteca, por lo tanto ésta mantiene interés en asistir y apoyar.
- ▲ Actualmente existe un porcentaje elevado de instituciones nacionales e internacionales que colaboran con fondos monetarios y materiales a Asociación CasaSito.
- ▲ Debido a la demanda y viabilidad de internet dentro de la sociedad, se genera una comunicación efectiva para publicar la información de "Plan Infinito" alrededor del mundo sin elevar el presupuesto con el que cuenta la Institución.
- ▲ Los vínculos educativos internacionales, como universidades y escuelas, fortalecen la cooperación hacia "Plan Infinito" por medio de Asociación CasaSito.
- ▲ "Plan Infinito" cuenta con infraestructura sólida, necesaria para la creación y buen funcionamiento de las actividades educativas y culturales que se proyectan a la sociedad guatemalteca.
- ▲ Dentro del área administrativa y financiera cuenta con control de ejecución presupuestaria para mantener disponibilidad inmediata y evitar déficit.



*Fig. 5: Alumnos de cursos de Inglés nivel Preprimaria, "Plan Infinito".*





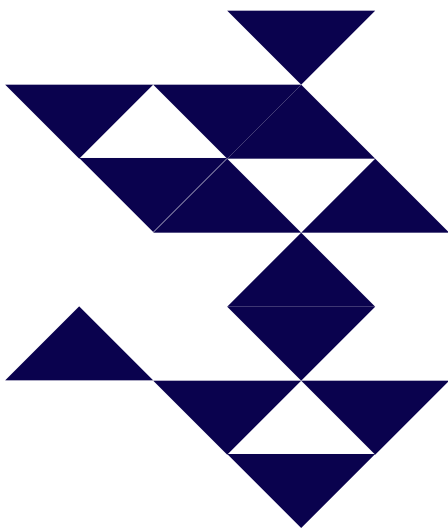
## Objetivos de diseño

### Objetivo General

Diseñar la imagen institucional para el proyecto “Plan Infinito” Santiago Zamora, perteneciente a Asociación CasaSito.

### Objetivos Específicos

1. Establecer un medio de comunicación efectivo entre las instituciones nacionales e internacionales por medio de la publicación de material audiovisual y gráfico.
2. Diseñar una imagen institucional que defina visualmente al proyecto.
3. Captar patrocinadores y donadores para los diversos proyectos de “Plan Infinito” por medio del diseño de piezas gráficas.
4. Establecer jerarquías según los criterios de diseño y las expectativas de Asociación CasaSito.









## Capítulo 2

Perfil de la organización que demanda  
el servicio y público destinatario





Foto por: Claudia Lorente



Figs. 6 y 7: Voluntarios de Asociación CasaSito.

## Perfil de la Organización y el servicio que brinda

### Asociación CasaSito

#### Misión

Asociación CasaSito trabaja para aumentar las oportunidades de educación en las áreas rurales de Guatemala, apoya la infraestructura comunitaria y se mantiene fiel a estándares elevados de valores humanos, ética y eficiencia económica.

#### Visión

Asociación CasaSito cree que la educación es el recurso más valioso para el desarrollo personal y nacional, que potenciar a las mujeres es una de las maneras más efectivas de promocionar la educación y la mejora comunitaria, y que solo aquellos que sienten el deseo y la motivación de mejorarse a sí mismos pueden salir del círculo de la pobreza y mejorar sus vidas.

Asociación CasaSito también cree que las condiciones de vida inadecuadas son obstáculo para el desarrollo educacional y que el agua potable es un derecho básico de los seres humanos.

Cuenta con 3 programas, los cuales son:

#### 1. Fondo de Educación General

Asociación CasaSito se asocia con comunidades rurales y asociaciones dirigidas por guatemaltecos para promocionar, crear y desarrollar oportunidades educacionales para jóvenes y adultos. Actualmente más de 1,300 estudiantes se están beneficiando de este fondo.





Las facilidades que aporta Asociación CasaSito son:

- Materiales escolares.
- Biblioteca y salas de computadoras.
- Programas de alimentación.
- Cursos de habilidades para adultos.
- Festivales.
- Voluntarios.

## **2. Programa de becas**

Asociación CasaSito empezó el programa de becas en 2007 y actualmente cuenta con 45 alumnos estudiando ocho carreras diferentes. El proceso de solicitud empieza en noviembre, el final del año escolar en Guatemala, e incluye un análisis del informe de grado, una visita a la familia y una entrevista intensiva. Los estudiantes cualificados son después entrevistados por el Comité de Becas, que está formado por voluntarios locales de diferentes profesiones.

Los escolares elegidos reciben cierta cantidad de dinero al mes para cubrir parte de las tasas, materiales escolares, comida y/o transporte con un fondo extra para cubrir la matrícula y el material de enero, el inicio del año escolar.

Durante el año escolar, los coordinadores locales observan los progresos y resultados regularmente.

A través de reuniones, visitas a las familias y comunicación con las escuelas, se mantienen informados sobre la asistencia y el rendimiento de cada alumno.



*Fig. 8: Familia que habita en Santiago Zamora beneficiada con el Fondo de Infraestructura de Asociación CasaSito.*

El equipo de Asociación CasaSito está convencido de que la educación no solo está dentro de las paredes de la escuela, es necesario trabajar con las familias, profesores y estudiantes orientándolos en sus necesidades psicológicas, sociales y afectivas.

### **3. Fondo de Infraestructura Comunitaria**

Como parte de su misión educativa, Asociación CasaSito intenta mejorar las condiciones de vida de las familias de zonas rurales de Guatemala hasta cierto nivel a partir del cual puedan construir su propio futuro y luchar por una vida mejor.

Los aspectos en los que se colabora para las comunidades son:

Programa de construcción de tanques de recogida de agua de lluvia.

Puestos médicos comunitarios.

Recaudación de fondos para ayudar a puestos de salud comunitarios con equipamiento y medicamentos.

Ayuda de emergencia en caso de desastres naturales.

Proyectos microfinancieros.



Fig.9: Chris Van de Vijver y Alice Lee So Fong, fundadores de "Plan Infinito", en compañía de mujeres habitantes de Santiago Zamora.

### **Plan Infinito**

En el año 2006, la Directora de la Asociación CasaSito junto con Chris Van de Vijver, originario de Bélgica y actual coordinador del área regional de Sacatepéquez, organizaron un proyecto alternativo a la Asociación, el proyecto "Plan Infinito" en la comunidad de Santiago Zamora, con el objetivo de promover la educación y actividades extracurriculares en el área rural por la fuerte demanda que ésta requiere.

El proyecto funciona desde hace poco menos de tres años, y ayuda a los niños del nivel primario de escasos recursos para que puedan recibir la educación necesaria; también promueve actividades como la música, pintura y natación para fortalecer el enriquecimiento cultural y abrir espacios recreativos a los niños.

### **Misión**

Brindar un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Zamora para aumentar las oportunidades de un desarrollo académico, cultural, artístico y deportivo.

### **Visión**

El sistema de educación en Guatemala carece de planes educativos que vayan en función de fortalecer y estimular capacidades artísticas, culturales, musicales y deportivas en los niños/jóvenes, es por ello que "Plan Infinito" cree que el desarrollar y apoyar todas aquellas actividades que tengan como propósito encontrar habilidades artísticas y deportivas en los niños/jóvenes, es una forma de enseñar disciplina y ampliar los horizontes de una educación, y que se guíe por actividades que propicien un aprendizaje activo.

## Objetivos de Plan Infinito

- ▶ Desarrollar programas de arte y música, con el propósito de que los niños/ jóvenes puedan encontrar sus talentos escondidos.
- ▶ Brindar a los niños de Santiago Zamora la oportunidad de que hagan uso de las biblioteca, con la finalidad de estimular el gusto por la lectura y como un apoyo en las tareas escolares.
- ▶ Dar clases de inglés, con el propósito de brindar una oportunidad educativa que vaya en función de mejorar la educación a través de la enseñanza del idioma inglés.
- ▶ Ofrecer al niño/joven programas de recreación y deporte, con la finalidad de que se desarrolle de una forma sana y despierte el deseo por practicar el deporte.
- ▶ Ofrecer becas escolares a jóvenes de básicos.

El "Plan Infinito" funciona en las tres jornadas del día, las cuales se explican a continuación:

Matutino: Clases de inglés en la Escuela Primaria de Santiago Zamora.

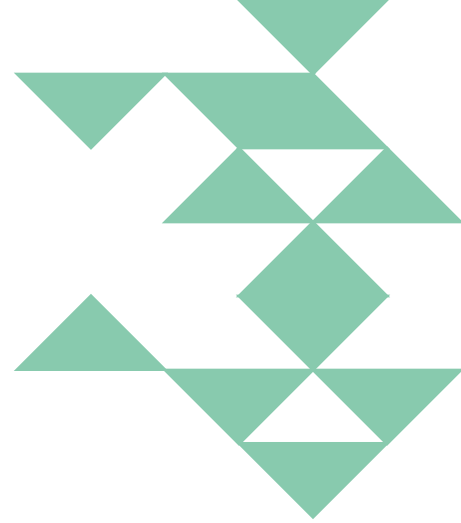
Vespertino: Clases de natación.

Nocturno: Puerta abierta para el uso de las computadoras y bibliotecas, clases de música, clases de arte (pintura y dibujo) y clases de inglés.

Todas estas actividades son impartidas por el Profesor Chris Van de Vijver sin costo alguno.

Las necesidades de comunicación visual detectadas por la Directora de la Asociación CasaSito, considerando al grupo objetivo al que atiende, el público con el que se asocia el Plan Infinito y otras personas o instituciones de interés son:

- ▶ Falta de logotipo que identifique al proyecto "Plan Infinito" Santiago Zamora.
- ▶ Organización de la información respecto a las actividades y beneficios que promueve Plan Infinito para que los habitantes de la comunidad estén informados y puedan optar a las actividades que se llevan a cabo dentro de "Plan Infinito".
- ▶ Material audiovisual que recopile información eficaz respecto a las actividades que se realizan dentro del proyecto para poder divulgarlo con patrocinadores o donadores potenciales.
- ▶ Diseño de piezas gráficas para la divulgación del proyecto "Plan Infinito" dentro de la comunidad Santiago Zamora.



## Grupo Objetivo

Es el público al cual se debe dirigir el desarrollo del proyecto, en última instancia el que decide respecto a un determinado servicio.

Es importante conocer las actitudes del grupo objetivo frente a los servicios y los diferentes medios de comunicación, pues hace más fácil contactarlos y llegar con el mensaje adecuado, optimizando el retorno de la inversión. Analizar el comportamiento del consumidor del grupo objetivo específico es muy importante al desarrollar el proceso de diseño.

En el momento de definir el grupo objetivo es necesario clarificar las variables demográficas y/o psicográficas. Una vez conocido el grupo, habrá que examinar sus características y averiguar qué les mueve a actuar como lo hacen. Una vez que se tiene un grupo objetivo específico, resulta ser más efectivo y eficiente el uso de medios dirigidos para llevar el mensaje a éste.

El no conocer al grupo objetivo llevará a decisiones con un gran costo financiero sin ningún retorno, especialmente cuando se utilizan estrategias en medios de comunicación masivos o tradicionales.

### 1. Perfil demográfico

Para establecer los aspectos del perfil demográfico, se realizó una etapa de observación en la aldea y dentro del proyecto, a continuación se presentan los resultados de la audiencia que abarca el proyecto "Plan Infinito".

Se segmentó a los grupos según su desempeño dentro del proyecto:

Alumnos de Plan Infinito  
Edades: 5 a 18 años y más.

Profesores de Plan Infinito  
Edades: 20 a 50 años, 60 años y más.

Padres de familia de alumnos  
Edades: 25 a 50 años.

Sexo: Femenino y masculino.  
Educación: Preprimaria, Primaria, secundaria y educación media.  
Ocupación: Estudiantes de preprimaria, primaria y básicos, agricultores, artesanos, tejedoras, comerciantes informales, microempresarios, amas de casa, desempleados.  
Residencia: Aldea Santiago Zamora, San Antonio Aguas Calientes.  
Tamaño de la familia: Integrada en su mayoría por padre y madre, con un rango de dos a cinco hijos por familia.  
Raza: Indígenas, Maya Kakchiquel.  
Idioma: Español y kakchiquel.  
Nacionalidad: Guatemalteca.  
Religión: Cristiana y católica.  
Rango Socioeconómico: Habitantes con pobreza y pobreza extrema.



## 2. Perfil psicográfico

El perfil psicográfico determina los valores, creencias, preocupaciones, estilos de vida, conducta, intereses, hábitos, entre otros aspectos, de la audiencia. Según la etapa de observación realizada se presentan a continuación los resultados, los cuales son expuestos según el rango de edad (ver anexos):

### Alumnos “Plan Infinito”, edades de 5 a 18 años.

#### Valores

Respeto, colaboración, bondad, alegría, confianza, amistad, amor, nobleza, comunicación, obediencia, sinceridad, convivencia, buen humor, orden, compañerismo, responsabilidad, liderazgo, servicio, autoestima.

Algunos de los niños reflejan anti valores como producto de la falta de atención y comunicación por parte de su familia.

#### Estilo de vida

Algunos de los alumnos asisten por la mañana o la tarde a la Escuela Oficial Rural Mixta Preprimaria, Primaria y al Colegio Trilingüe Luterano, ayudan a las tareas del hogar, realizan sus tareas y asisten con frecuencia a “Plan Infinito,” siempre están practicando el arte y la música, descansan el tiempo necesario, tienen poco tiempo recreativo pues ayudan a sus padres, practican deportes y juegos en grupo en la calle, aportan interés al aprendizaje, una minoría descuida los estudios o presentan deserción escolar debido a que deben de trabajar para ayudar en el hogar.



Fig. 10: Alumnos de “Plan Infinito” durante una de las excursiones.

### **Conducta**

Demuestran interés por aprender, conocer el entorno, son permisivos con sus padres, inquietos, cariñosos y amigables con su familia y amistades, algunos de ellos tienen conducta violenta debido a problemas dentro de la familia, algunos son reservados o tímidos, a algunos les gusta llamar la atención, en ocasiones utilizan vocabulario inapropiado para hablar, inicios de carácter rebelde, se comienzan a sentir atraídos por el sexo opuesto, tienen más claro el sentido de pertenencia a su comunidad, tienen noción clara de las responsabilidades, obligaciones y derechos.

### **Intereses**

Jugar, practicar algún deporte, socializar con sus compañeros, leer, estudiar y hacer tareas, asistir a las clases, hacer manualidades, pintar con diversas técnicas, ver programas de televisión como caricaturas, películas, documentales y series infantiles; compartir con la familia, quieren ser profesionales y destacar dentro de la sociedad, continuar con la práctica de pintura, deseo constante de aprendizaje de nuevas técnicas relacionadas con la pintura.

### **Hábitos**

Escasa práctica de hábitos de higiene, algunos practican hábitos de higiene en su mayoría las mujeres, son ordenados, cuidan su aspecto personal, socializan y comparten con sus compañeros.



Foto por: Claudia Lorente



Foto por: Asociación CasaSito

Figs. 11 y 12: Alumnos del curso de natación.



## **Profesores de “Plan Infinito”, edades de 20 a 25 años y más de 60 años.**

### **Valores**

Responsabilidad, educación, amistad, comunicación, compañerismo, amor, alegría, respeto, autoestima, liderazgo, servicio, paciencia.

### **Estilo de vida**

El profesor Chris Van de Vijver es quien posee mayor experiencia en el campo educativo, desde sus inicios ha trabajado con niños y jóvenes de diversas clases sociales impartiendo clases de arte y música en países como Bélgica, Estados Unidos, Centro y Sudamérica; los profesores auxiliares se dedican a tomar lecciones o clases de música, arte o algún instrumento musical.

### **Conducta**

Dedicación y esfuerzo a los alumnos en cada área, tienen paciencia y trato ecuánime con sus estudiantes, en ocasiones tienen conflictos con los alumnos debido a la conducta de éstos, se interesan y prestan atención a las necesidades de los alumnos.

### **Intereses**

Buscan la superación personal, actividades de aprendizaje, el arte, la lectura, personalidad y apariencia física del sexo opuesto.

### **Hábitos**

Higiene personal, flexibilidad de conducta, de estudio, asisten a exposiciones, talleres o cursos que tengan relación con su materia; constancia en las actividades y responsabilidades, cuidan la alimentación.

*Fig. 13: Alumnos y Profesor Chris Van de Vijver en clases de inglés.*





## **Padres de Familia de alumnos de Plan Infinito, edades de 25 a los 50 años.**

### **Valores**

Responsabilidad, educación, amistad, amor, comunicación, comprensión, coherencia, objetividad, autoestima, respeto, alegría, liderazgo, valor al trabajo, sacrificio, generosidad, autodominio.

### **Estilos de vida**

La mayoría de los hogares están integrados por el padre y la madre, son hogares de nivel socioeconómico bajo y pobreza extrema, los padres en su mayoría se dedican a la agricultura y al comercio informal, las madres se benefician con proyectos de microfinanciamiento, como la Asociación Ixoquí Ya Samaj, en donde se dedican a elaborar artesanías y tejidos para sustentar el hogar, algunos padres dedican poco tiempo a la atención y cuidado de sus hijos, en otros hogares se reflejan problemáticas como el alcoholismo y la paternidad no responsable.

### **Conducta**

Inmadurez en situaciones de atención y cuidado de la familia debido a la corta edad con la que cuentan, interés por las necesidades de sus hijos, déficit en la comunicación de sus hijos o comunicación eficiente con los mismos (según la práctica de valores), algunos demuestran madurez en sus actitudes, reflejan la educación aprendida durante el transcurso de su vida.

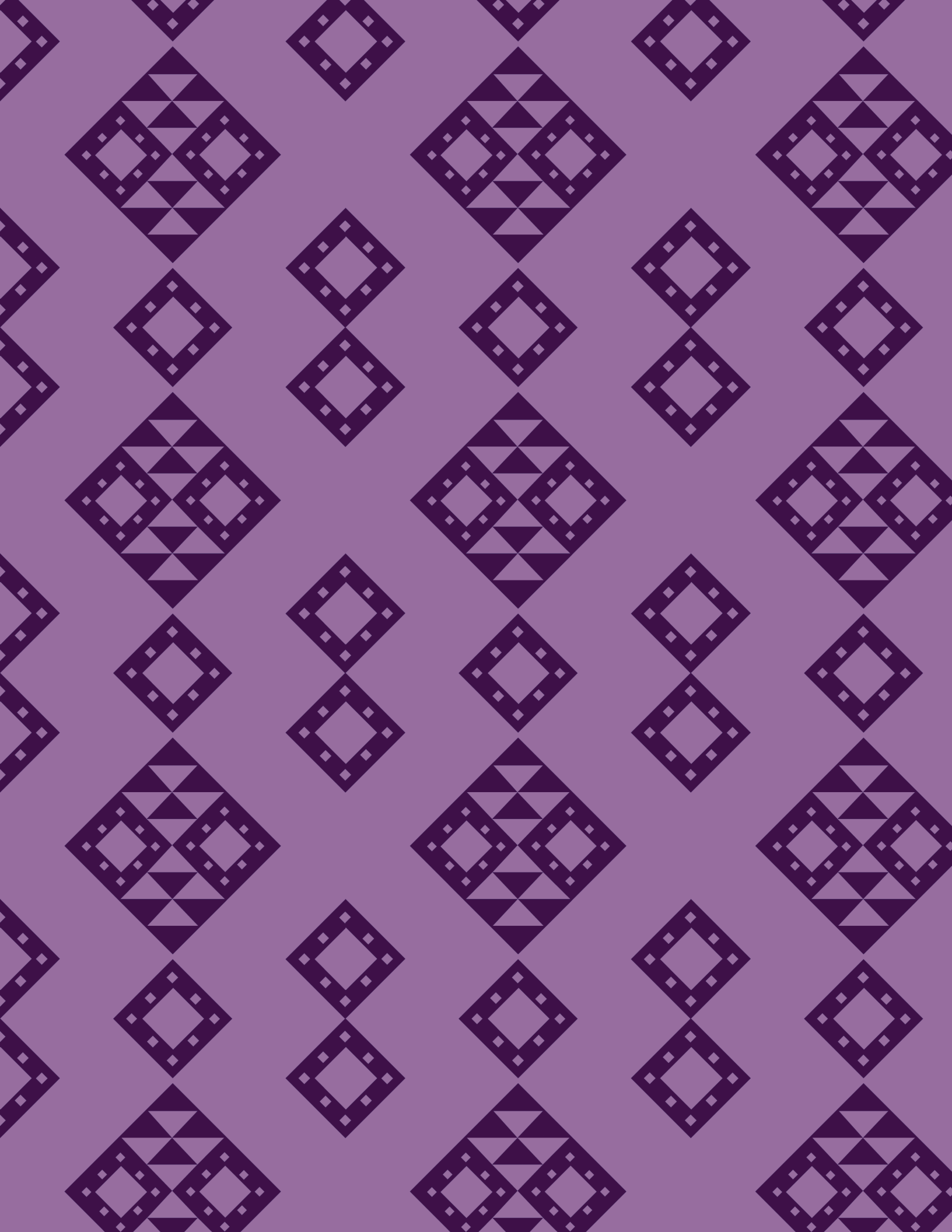
### **Intereses**

Bienestar de la familia, gusto por las costumbres y tradiciones de la región, asistir a la iglesia o grupos comunitarios para ayudar a la aldea.

### **Hábitos**

Desarrollar sus actividades laborales con responsabilidad.







**Capítulo 3**  
Concepto de Diseño y Bocetos

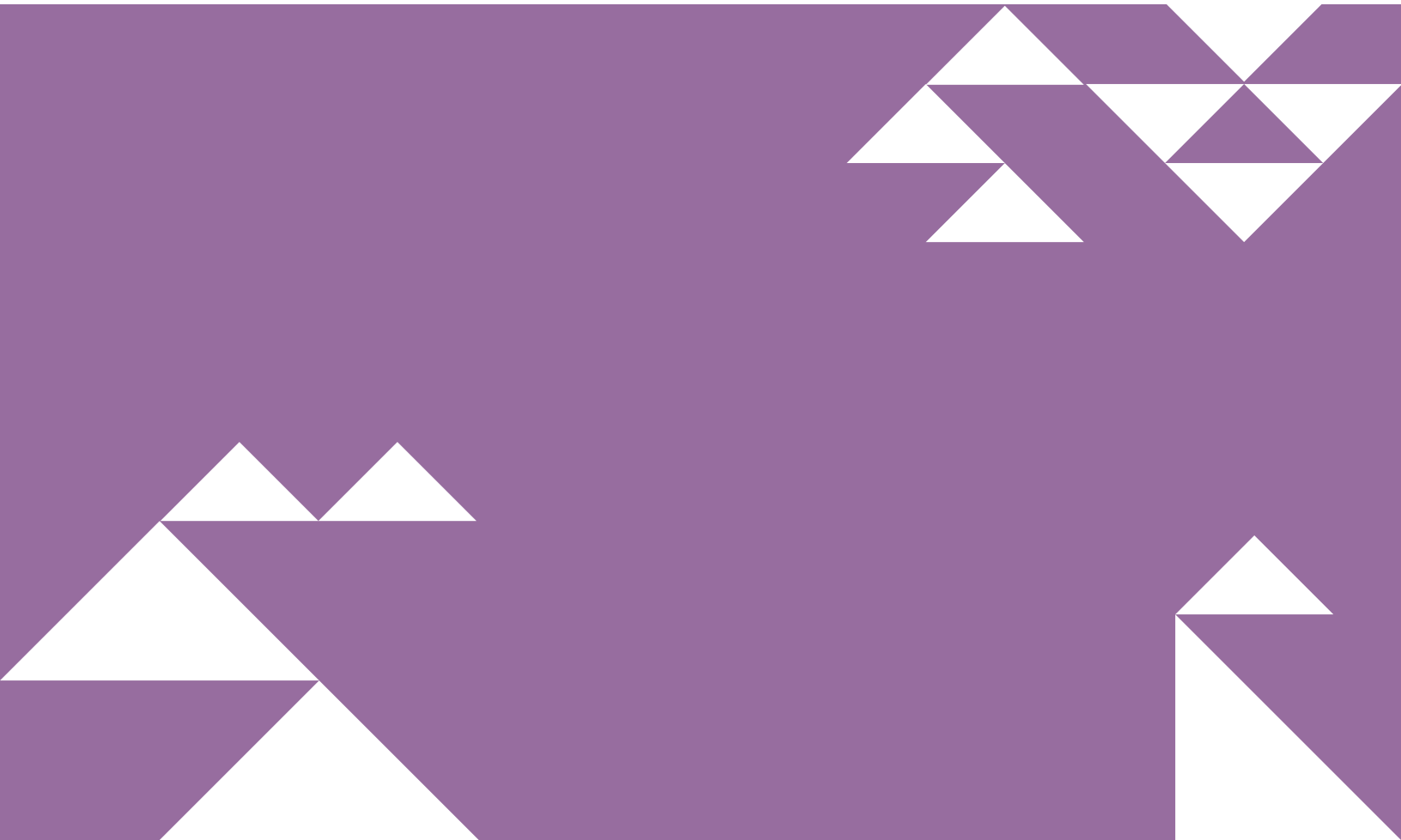


Fig. 14: Iglesia Católica de Santiago Zamora.





## Conceptos Fundamentales

### Cultura y Sociedad, motores para el desarrollo

Desde el principio, el origen del término cultura es una metáfora entre la práctica de alguna actividad (por ejemplo, el cultivo de la tierra, que es la agricultura) con el cultivo del espíritu humano, de las facultades sensibles e intelectuales del individuo.

En esta acepción se conserva aún en el lenguaje cotidiano, cuando se identifica cultura con sensibilidad. Una persona "culto" es aquella que posee grandes conocimientos en las más variadas regiones del conocimiento.

El término cultura coincide con la educación intelectual y moral; es decir, el hombre culto es el que participa de los más altos valores conservados por esta tradición de la sociedad; en este sentido, la cultura se asocia a la educación intelectual y moral.

La cultura es el rasgo distintivo de lo humano, así la cultura resulta ser el verdadero nicho ecológico del hombre, el cual no nace con instinto social y sí con una estructura psicomotora fuertemente dependiente.

La vida social de los seres humanos se funde en el aprendizaje, el cual capacita al individuo para realizar roles sociales y transmitirlos de generación en generación.

Por medio del proceso de socialización los individuos son enseñados a comportarse mediante patrones culturales. La cultura determina cual de los muchos caminos de conducta elige un individuo de una determinada capacidad y la cultura puede ser una base de predicción de la conducta diaria del individuo y su búsqueda en la ejecución de las rutinas sociales.

Es una herramienta que permite situar y precisar el verdadero contenido social y así el concepto de cultura ha sido considerado como el de mayor importancia para la Sociología.

El individuo a la vez atraviesa el proceso de socialización cultural, el cual se lleva a cabo cuando éste es absorbido por la cultura de su sociedad, es decir, un proceso educativo donde el individuo recién nacido aprende valores, actitudes, normas y pautas de conducta que la sociedad considera formas apropiadas de comportamiento para dicha sociedad; es por ello que se señala al inicio que la cultura no la construye el individuo a su libre albedrío, sino es interiorizada por la cultura dominante en la sociedad, tomando siempre en cuenta las particularidades económicas y sociales que cada individuo posee.

Durante el proceso de socialización, el ser humano aprende conocimientos específicos, desarrolla sus potencialidades y habilidades necesarias para la participación dentro de la sociedad y poder adaptarse al comportamiento organizado.



El proceso de socialización es permanente, pues el desarrollo de la base económica y los procesos técnicos de producción conducen a transformaciones y con ello, transforma los patrones considerados como las maneras apropiadas de comportamiento.

El mayor impacto del proceso de socialización ocurre en los primeros años de vida en los cuales se configura la personalidad del ser humano, luego el proceso es menos incidente, pues solo va interiorizando los cambios que el desarrollo de la formación económica y social va generando.

Desde la niñez, el ser humano está influenciado por agentes socializadores para que pueda asumir y aceptar las normas sociales. Para que la sociedad pueda reproducirse pacíficamente necesita de valores, actitudes, normas etc., en este proceso cada miembro de la sociedad se convierte en agente socializador.

La familia es el primer agente socializador debido a que de su capacidad en estructura depende la consistencia ideológica y emocional para los miembros que la integran.

La capacidad socializadora de la familia es capaz de formar hábitos, valores, actitudes, estructuras de pensamiento, etc.

En la medida que el individuo se va involucrando en los grupos sociales, se van adoptando los valores, creencias, actitudes, normas y pautas sociales, que corresponden a la cultura dominante.

*Fig. 15: Festival de Música Voces Unidas, Santiago Zamora 2009.*



Estos grupos sociales se ven conformados por amigos, religiosos, políticos, instituciones económicas, culturales, etc.

Estos agentes permiten desarrollar nuevos elementos culturales en la sociedad que potencien la justicia social, la solidaridad, la cooperación entre las personas, la participación directa en las decisiones económicas y políticas que afectan significativamente la vida nacional.

Para lograrlo es necesario superar problemas de analfabetismo y pobreza en grandes sectores de la sociedad.

Cada una de las debilidades dentro de la sociedad pueden superarse a través del desarrollo social, esto ocurre cuando el capital humano y capital social evolucionan positivamente en las relaciones entre grupos e instituciones.

Para que el individuo pueda alcanzar y estar integrado en una sociedad proactiva necesita desarrollar habilidades que le permitan realizarse en el ámbito laboral, personal, familiar, etc.

Este desarrollo está relacionado con la cultura y la creatividad, pues tendrá acceso a la oportunidad de crear por medio de herramientas útiles que generen un desarrollo óptimo.

A su vez, es necesario que los seres humanos superen dificultades y situaciones que los estancan, para ello se deberá enfocar en el valor de su entorno (su identidad, vínculos sociales, la memoria colectiva, etc.) para conducirse hacia el desarrollo propio.

Es posible que el ser humano alcance este desarrollo a través de la cultura en la medida que exista una relación de interdependencia recíproca entre las políticas de desarrollo cultural y las políticas económicas y sociales del Estado.

Al propiciar novedosos modelos de desarrollo, representando un medio efectivo para involucrar a los grupos vulnerables y marginados al proceso de desarrollo.

En las sociedades caracterizadas por la desigualdad y la exclusión se disminuye la marginalización aumentando el nivel de participación pertinente y la libre expresión de la creatividad.

Se cuenta con recursos humanos capacitados para actuar con pertinencia competitiva.

“La cultura es un elemento esencial del desarrollo, tiene un valor intrínseco, una finalidad en sí misma. El papel de la cultura es constructivo: no hay desarrollo sin el aumento de la producción [...]. (La Cultura, Motor de Desarrollo. Ministerio de Educación de Guatemala, 2007)

## Aporte del Diseño Gráfico a la Comunicación

La comunicación es el área que le da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y objetivo de todo trabajo. Cabe resaltar dos características en cuanto a la comunicación: Una, la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencias de mensajes y comunicados; y otra, la importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano.

Joan Costa (2008) establece que el diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social y que su designio más noble es trabajar para mejorar el entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir «sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento».

Siendo la principal función del diseño gráfico dar forma a los mensajes, para comunicarlos por cualquier canal, se debe de considerar que estos mensajes poseen una importancia social debido a que están dirigidos a la gente.

Frascara (2000; 2) establece que la gente asume un rol central en la producción de comunicaciones visuales, las decisiones visuales involucradas en la construcción de mensajes no provienen de supuestos principios estéticos sino que se localizan en un campo creado entre la realidad actual de la gente y la realidad a la cual se desea arribar después de que la gente afronte los mensajes.

Para que las comunicaciones pueden afectar el conocimiento, las actitudes o el comportamiento de la gente deben ser detectables, discriminables, atractivas, comprensibles y convincentes.

Deben ser construídas sobre la base de un buen conocimiento de la percepción visual y de la psicología del conocimiento y la conducta; considerando las preferencias personales, las habilidades intelectuales y el sistema de valores culturales del público al que se dirigen. (Frascara, 2000)

Jorge Frascara (2004; 33-35) distingue cuatro áreas de responsabilidades:

- 1. Responsabilidad Profesional:** La responsabilidad del diseñador, frente al cliente y al público, de crear un mensaje que sea detectable, discriminable, atractivo y convincente.
- 2. Responsabilidad Ética:** La creación de mensajes que apoyen valores humanos básicos.
- 3. Responsabilidad Social:** La producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no importen una contribución negativa.



**4. Responsabilidad Cultural:** La creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto.

El diseño gráfico, en cuanto a hecho comunicacional, puede ser definido por tres elementos :

- ▲ La persuasión: Procura convencer al receptor de que no existe más que una elección razonable, a través de valores emotivos. El mensaje está destinado a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.
- ▲ La identificación: Distingue al elemento del contexto a través de valores neutros que sirven para el reconocimiento.
- ▲ La información: Refiere a la comunicación objetiva de los eventos. Valores funcionales, utilitarios y racionales.

Considerando que el producto gráfico principal es la Imagen Institucional, se busca una metodología de comunicación que facilite la comprensión y aplicación de la misma por parte del personal de "Plan Infinito"; tomando en cuenta el nivel de conocimiento tecnológico en cuanto a programas y manipulación de información para reproducción se refiere. En este caso, se desarrollará un manual de Imagen Institucional que facilite los procesos de reproducción y conocimiento del mismo.

La aplicación de la publicación y reproducción de la Imagen Institucional para "Plan Infinito" por medio del conocimiento y uso de un manual de normas gráficas multimedia se atribuye a:

- ▲ Reducir los errores.
- ▲ Impulsar el trabajo en equipo.
- ▲ Resolver los problemas de manera más rápida.
- ▲ Identificar y satisfacer los intereses de las partes.

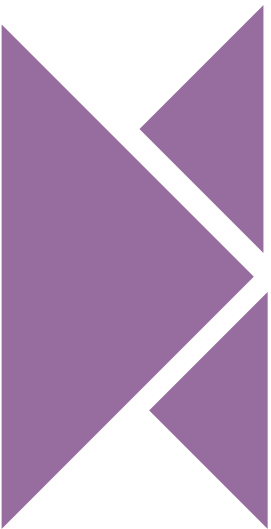






Foto por: Asociación CasaSito



Figs. 15 y 16: Mujer tejedora y tejidos tradicionales de Santiago Zamora.



## Creatividad, generación, creación

No se puede hablar de desarrollo sin asumir la pobreza como tema [...] la pobreza es un tema difícil y un término que no tiene significado absoluto. (Sátiro, 2007:18)

El concepto “creatividad, generación, creación” proviene de una metáfora extraída del mito griego escrito por Platón hacia el año 380 a.C.

Michael Bierut (2001:208) establece que una metáfora es una transferencia de una palabra a otro campo de aplicación de manera tal que se da por supuesta y se expresa una similitud de cualquier tipo entre dos campos.

El diálogo de Platón, proveniente del Banquete o Simposio, versa sobre el surgimiento del dios Eros (amor) a través de la unión de la diosa Penia (la penuria/pobreza) con el dios Poros (la oportunidad/el ingenio).

La metáfora cumple su función estableciendo que aún con escasez de recursos (pobreza) el ser humano puede utilizar la creatividad (el ingenio) como herramienta para el desarrollo.

Al trabajar en funcionamiento estos aspectos, se generan mejores personas para ayudar al mundo, incidiendo en entornos de nuestro contexto.

Se considera a la creatividad como motor del desarrollo, se debe de utilizar la capacidad humana de crear para mejorar la calidad de vida en general.

La frase será utilizada para reforzar el nombre del proyecto, “Plan Infinito” Santiago Zamora cumpliendo la función de código lingüístico en cada una de las piezas gráficas que se desarrollen.



Foto por: Claudia Lorente

## El sistema de la Identidad Corporativa

La Identidad Corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir a una institución de las demás. Su misión es diferenciar, asociar ciertos signos con determinada organización y transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas para aumentar la notoriedad de la empresa.

(Costa, 1993)

Los signos de la Identidad Corporativa son de diversa naturaleza, a continuación se justifica la aplicación de los mismos; implicados dentro de la dimensión conceptual:

### 1. Lingüística

Se define como el nombre de la institución, es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en grafía; un modo de escritura exclusiva llamada logotipo.

Para el desarrollo de la imagen del proyecto "Plan Infinito" se utilizó la clasificación morfológica de los signos marcarios primarios, establecida por Norberto Chávez y Raúl Belluccia (2006, páginas 32 -35) que mejor se aplican a las necesidades del cliente:

#### Logotipo con accesorio estable:

Es utilizado para aumentar la capacidad identificadora del logotipo, reforzando alguno de sus aspectos técnicos (pregnancia, diferenciación, llamado de atención) mediante el agregado de elementos gráficos complementarios.

El cliente requiere de un logotipo que además de incluir el nombre del proyecto, se identifique con un símbolo.



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora



*Figs. 17 y 18: Logotipo e Isotipos con variaciones cromáticas, "Plan Infinito".*

## 2. Icónica

Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la institución.

El uso de un símbolo icónico será diseñado en base al diseño de los tejidos típicos de la región y el uso de la geometría de los fractales de Sierpinski, en un análisis gráfico hecho previamente.

## 3. Cromática

Consiste en el color, o los colores, que la institución adopta como distintivo emblemático.

Se implementará una paleta de colores análogos, específicamente el color azul y verde.

Dentro del significado de los colores en el diseño de los trajes típicos el color azul es asociado con el sacrificio, en este caso el esfuerzo que todos los involucrados desarrollan dentro del proyecto para que éste funcione; el color verde está asociado con la naturaleza, ya que la aldea está rodeada de muchas montañas que poseen cultivos agrícolas.



## 4. Variables tipográficas

La producción tipográfica es la organización visual de un espacio dado, según una intención funcional específica.

Para el desarrollo de la imagen institucional se seleccionó una familia tipográfica que denote legibilidad, el cual es un factor importante en la selección y organización óptica de signos tipográficos.

El estilo suizo internacional se caracteriza por ser limpio, simple y asimétrico; lo cual encierra las características icónicas principales que se manejarán dentro de la Imagen Institucional.

Frutiger CE 45 Light

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

**Frutiger CE 45 Light**

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890**

*Frutiger CE 45 Light*

*ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890*

***Frutiger CE 45 Light***

***ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890***

Figs. 19 y 20: Tipografía institucional para manejo de Identidad Visual.

## **Video Institucional**

Luego del desarrollo de la imagen institucional, será necesario reforzar la comunicación del proyecto a diferentes entidades a través del desarrollo de piezas gráficas.

El video institucional cumple una función eficiente para poder transmitir el mensaje de “Plan Infinito”, en él se incluirán los siguientes aspectos:

### **Argumento**

Se consideró incluir al personal y miembros que conforman “Plan Infinito”, en donde por medio de la entrevista directa se dan a conocer hechos esenciales y verídicos que tienen lugar dentro del proyecto.

Toda la descripción del proyecto “Plan Infinito” se refuerza con el contenido visual y sonoro recopilado a través del proceso de preproducción.

### **Organización**

El contenido a desarrollar abarca las características principales del proyecto “Plan Infinito” para generar interés formativo a los destinatarios; su función principal es introducir y ampliar el conocimiento de “Plan Infinito”.

El contenido se presenta de acuerdo a la relevancia y jerarquía de información proporcionada por la Asociación CasaSito.

La significación de las imágenes poseen un grado de denotación, ya que la lectura de las mismas es literal, se busca proyectar la realidad del proyecto “Plan Infinito”.

### **Integración**

El video institucional contiene información visual, sonora y textual de acuerdo a la importancia en el desarrollo de la narración.

Todos estos elementos tendrán el protagonismo adecuado sin ser reiterativa, la imagen y el sonido se complementarán.

### **Narración**

El tema se introduce a través de la descripción del Proyecto Plan Infinito, se mencionan las principales características (misión, visión, objetivos, actividades, etc.) para generar credibilidad en el mismo.

### **Ritmo**

Manejo de tiempo adecuado, se presenta el contenido concreto acompañado de elementos visuales y sonoros con la información precisa proporcionada por la institución.

## Storyboard Video Institucional

### Toma 1

Encuadre: Medium shot, medium close up.

Movimiento de cámara: Toma fija.

Duración: 15 seg.

Iluminación: Natural.

Sonido: Música de fondo, arpa.

Diálogo: Entrevista al profesor Chris Van de Vijver.



### Toma 2

Encuadre: Long shot, toma panorámica.

Movimiento de cámara: Travel shot.

Duración: 25 seg.

Iluminación: Natural.

Diálogo: Explicación de la misión y descripción de Plan Infinito.





Toma 3

Encuadre: Medium shot, group shot.

Movimiento de cámara: Dolly in/out, tomas en contrapicada.

Duración: 20 seg.

Iluminación: Natural.

Sonido: Audio clase de inglés, música e instrumentos musicales.

Diálogo de explicación sobre Plan Infinito.



Toma 4

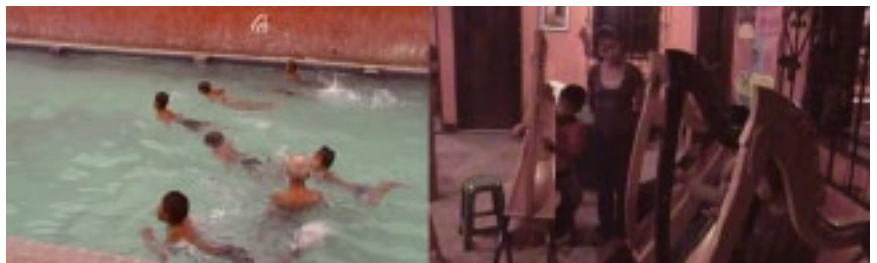
Encuadre: Medium shot, group shot, plano americano.

Movimiento de cámara: Travel shot, dolly in/out.

Duración: 20 seg.

Iluminación: Artificial/Natural.

Sonido: La visión de Plan Infinito para con la sociedad.



Toma 5

Encuadre: Medium shot.

Movimiento de cámara: Toma fija.

Duración: 30 seg.

Iluminación: Natural.

Sonido: Música de fondo, arpa o marimba. Entrevista sobre el grupo ojetivo primario al que va dirigido Plan Infinito,



Toma 6

Encuadre: Medium shot.

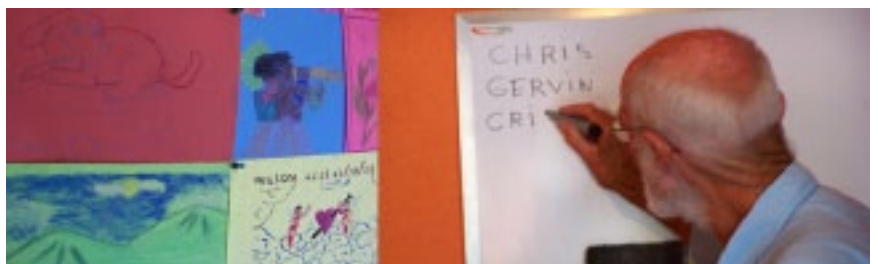
Movimiento de cámara: Uso de cámara fotográfica.

Duración: 30 seg.

Iluminación: Natural/Artificial.

Sonido: Música de fondo, arpa o marimba.

Diálogo: Voz en off, entrevista sobre los objetivos específicos de Plan Infinito.



Toma 9

Encuadre: Group shot, plano americano, medium shot.  
Movimiento de cámara: Dolly in/ out, tilt up, panning.  
Duración: 55 seg.  
Iluminación: Natural/Artificial.  
Sonido: Audio de canciones y actividades que los alumnos estarán realizando durante la grabación.  
Diálogo: Audio sobre las actividades que se desarrollan en el proyecto durante las tres jornadas.



Toma 10

Encuadre: Group shot, medium shot.  
Movimiento de cámara: Cámara fija, panning.  
Duración: 45 seg.  
Iluminación: Natural/Artificial.  
Sonido: No.  
Diálogo: Entrevista a las madres de alumnos de Plan Infinito, en donde describen el impacto y la importancia del proyecto.



Toma 11

Encuadre: Medium shot.

Movimiento de cámara: Cámara fija.

Duración: 30 seg.

Iluminación: Natural/Artificial.

Sonido: No.

Diálogo: Entrevista a la directora y fundadora de CasaSito Alice Lee So Fong, en donde describe las importancias de Plan Infinito.



Toma 12

Encuadre: Medium shot, medium close up.

Movimiento de cámara: Cámara fija.

Duración: 25 seg.

Iluminación: Natural/Artificial.

Sonido: No.

Diálogo: Entrevista a alumnos sobre el agradecimiento que reflejan al asistir a Plan Infinito.



Portadas Video Institucional





## Proceso de desarrollo de los Bocetos y decisiones de diseño

Para identificar al proyecto se desarrolló un símbolo icónico con la finalidad de representar algún referente reconocible de la región, Aldea Santiago Zamora. En este caso se hace referencia a una de las manifestaciones culturales que caracterizan a Santiago Zamora: sus tejidos típicos.

El concepto de tejido también connota a la forma en que las fibras y filamentos conforman un textil, como analogía se representa un tejido social; que no es más que el grupo objetivo unido para lograr un propósito concreto.

Todas estas personas, grupos e instituciones conforman un lienzo en donde se cumplen ciertas funciones y atribuciones hacia una meta compartida, el aprendizaje constante como motor de desarrollo.

Se consideró también el término infinito, en palabras del coordinador del área regional de Sacatepéquez, Profesor Chris Van de Vijver, es considerado como una etapa eterna y constante ligada al aprendizaje, sin importar la edad y condición humana.

El infinito se representa en base a un análisis hecho a las figuras fractales desarrolladas por el matemático polaco Waclaw Sierpinski hacia el año 1919 las cuales son figuras repetidas que se pueden construir a partir de una misma y de diferentes escalas.

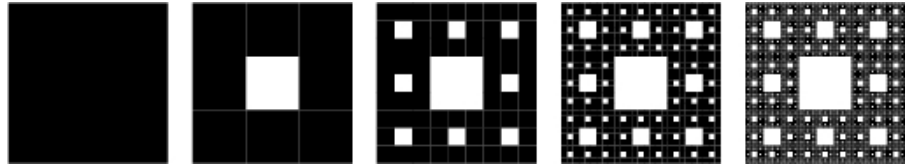
Se desarrolló una mezcla entre el Triángulo y la Alfombra Sierpinski. Para la construcción del triángulo, se parte de un triángulo simple, después se unen los puntos centrales de cada arista de modo que quede dividido en cuatro triángulos iguales. Con esto, a cada uno de los tres triángulos que quedan en la posición de los vértices del triángulo original se les aplica esta misma transformación sucesivamente:





La Alfombra es un fractal similar al triángulo de Sierpinski, pero usando esta vez cuadrados para su definición. En su construcción se parte de un cuadrado negro, que se subdivide en nueve cuadrados iguales, de los cuales el que queda en el medio de todos se pinta de blanco y el resto se deja de color negro.

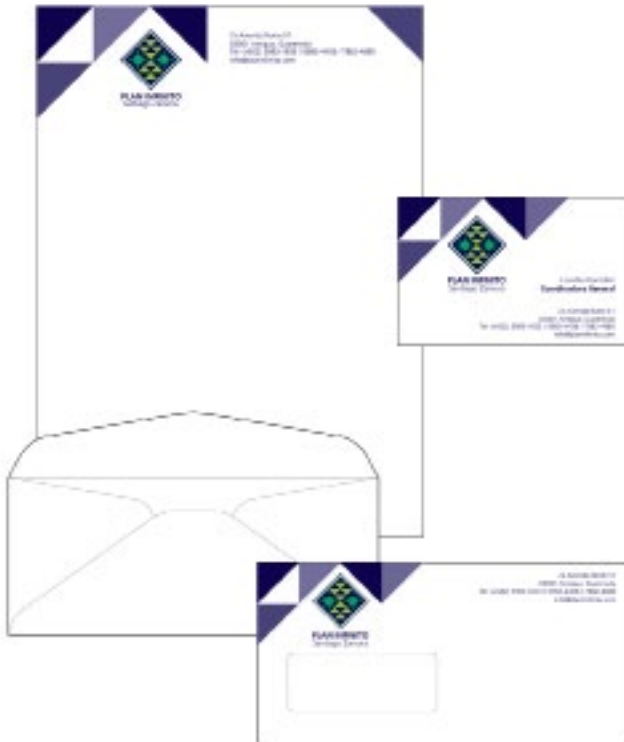
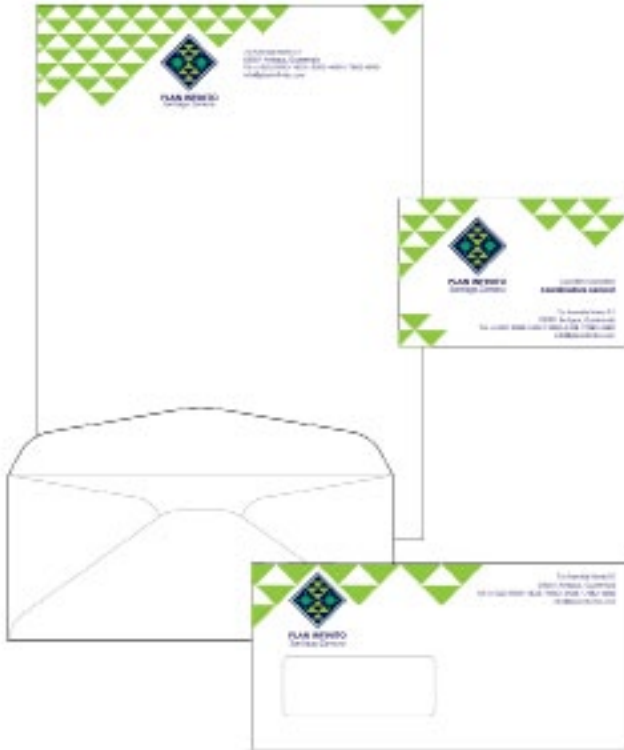
Después se va repitiendo este procedimiento en sucesivas iteraciones para cada uno de los cuadrados negros que se hayan formado. Con esto se obtienen las siguientes figuras:



Se consideró también el diseño de los trajes típicos de San Antonio Aguascalientes, siendo este municipio uno de los mejores productores de tejidos del país, en los cuales predomina el uso de dos figuras, una de ellas es el rayo, el cual representa al Dios Juracán (Huracán) y la otra es el rombo, el cual connota la división de parcelas de la tierra labrada.



Foto por: Claudia Lorente



## Papelería Institucional

Las propuestas de papelería institucional se desarrollaron en base a elementos de diseño y colores del logotipo.

Las dos propuestas fueron evaluadas por el cliente, en decisión final se establece que la papelería a utilizar es la que se indica en la parte superior de esta página.



**Misión**  
Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Zamora, para aumentar las oportunidades de un desarrollo académico, cultural, artístico y deportivo.

**Visión**  
Creemos en desarrollar y apoyar todas aquellas actividades que fomenten como propósito mejorar habilidades artísticas y deportivas en los niños y jóvenes, para mejorar y ampliar los horizontes de una educación por medio de un aprendizaje activo.

**Objetivos**  
Ofrecer Becas Escolares a jóvenes de bajos y diversificado a través del programa de becas de Asociación Casafit.  
Brindar a los niños y jóvenes de Santiago Zamora la oportunidad de que hagan uso de la biblioteca con la finalidad de mejorar los hábitos de lectura y como un apoyo en las tareas escolares.  
Organizar programas de arte y música, con el propósito de que los niños y jóvenes puedan desarrollar su talento.

Creemos en desarrollar y apoyar todas aquellas actividades que fomenten como propósito mejorar habilidades artísticas y deportivas en los niños y jóvenes, para mejorar y ampliar los horizontes de una educación por medio de un aprendizaje activo.

Organizar charlas de salud, planificación familiar, etc. para jóvenes y padres de familia.

Dar clases de inglés, con el propósito de brindar una oportunidad educativa que vayan en función de mejorar la educación.

**Actividades**



**Folleto informativo**

El folleto incluye el contenido necesario para informar a alumnos y donadores potenciales respecto todo lo que "Plan Infinito" desarrolla.

Se diagramó una maquetación legible y con la ayuda de fotografías que muestran a los alumnos en sus actividades diarias, así como fotos de la región.

El folleto se presenta en dos versiones en cuanto a tintas, full color y a una tinta, debido al presupuesto con el que la institución cuenta para reproducirlo.

Las dimensiones del folleto son: 15 x 15 cm (cerrado), impreso en el tiro y retiro.



**Misión**  
Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Zamora, para aumentar las oportunidades de un desarrollo académico, cultural, artístico y deportivo.

**Visión**  
Creemos en desarrollar y apoyar todas aquellas actividades que fomenten como propósito mejorar habilidades artísticas y deportivas en los niños y jóvenes, para mejorar y ampliar los horizontes de una educación por medio de un aprendizaje activo.

**Objetivos**  
Ofrecer Becas Escolares a jóvenes de bajos y diversificado a través del programa de becas de Asociación Casafit.  
Brindar a los niños y jóvenes de Santiago Zamora la oportunidad de que hagan uso de la biblioteca, con la finalidad de mejorar los hábitos de lectura y como un apoyo en las tareas escolares.  
Desarrollar programas de arte y música, con el propósito de que los niños y jóvenes puedan desarrollar su talento.

Creemos en desarrollar y apoyar todas aquellas actividades que fomenten como propósito mejorar habilidades artísticas y deportivas en los niños y jóvenes, para mejorar y ampliar los horizontes de una educación por medio de un aprendizaje activo.

Organizar charlas de salud, planificación familiar, etc. para jóvenes y padres de familia.

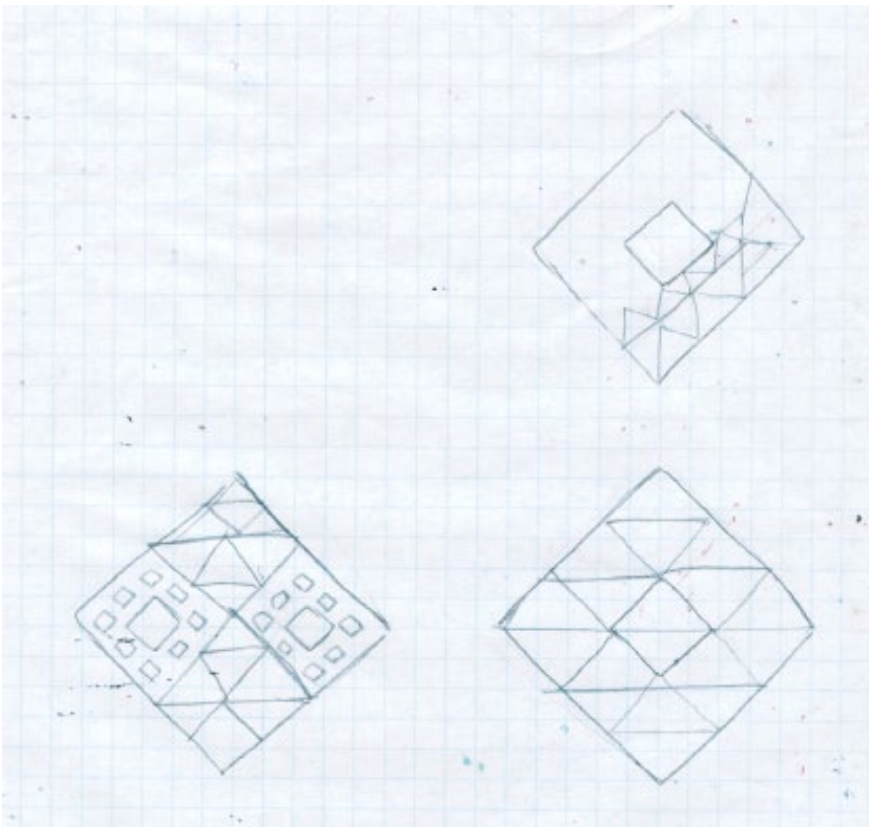
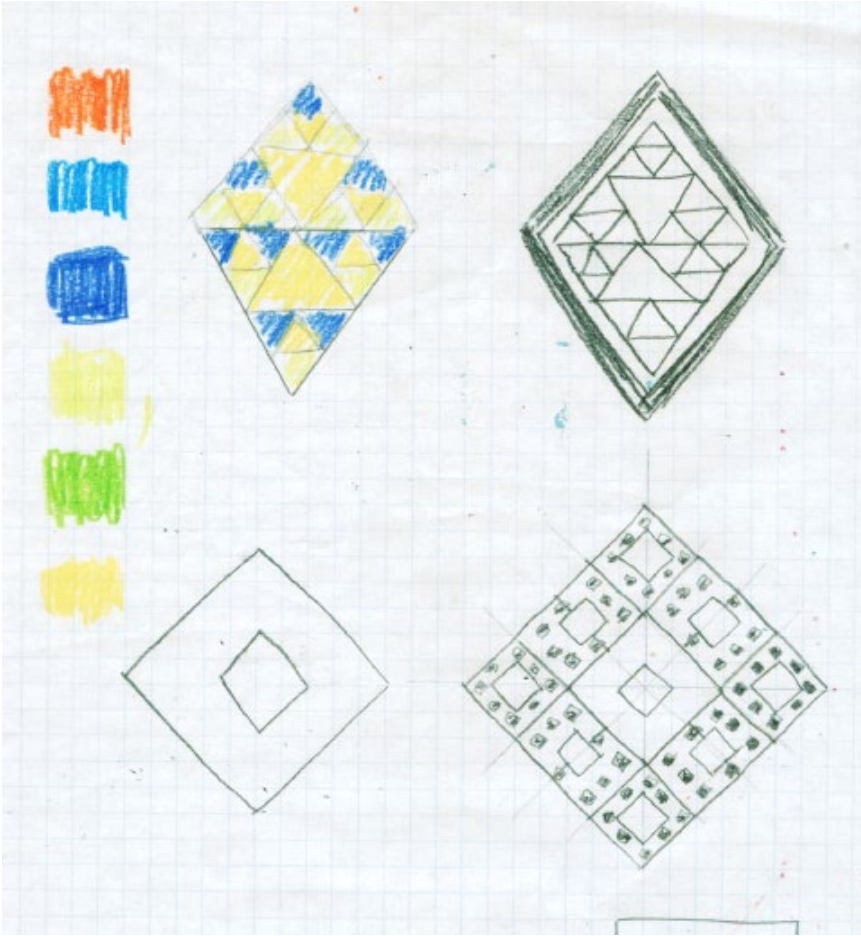
Dar clases de inglés, con el propósito de brindar una oportunidad educativa que vayan en función de mejorar la educación.

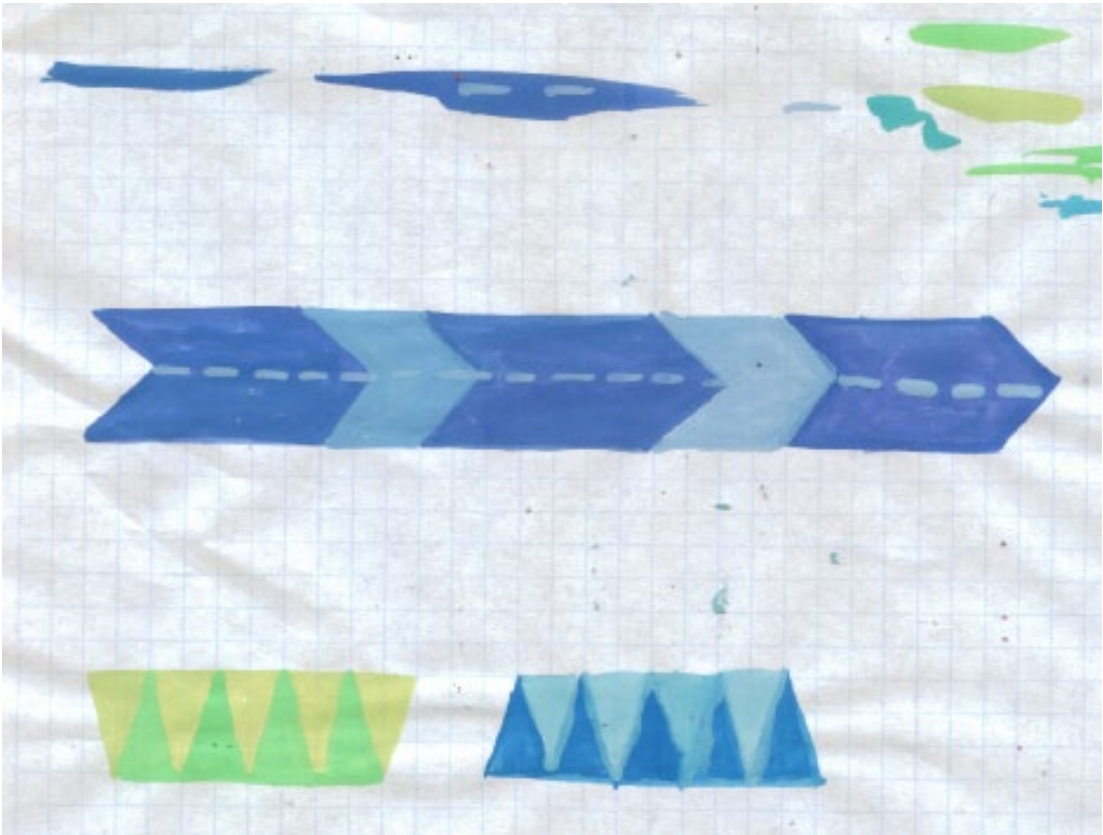
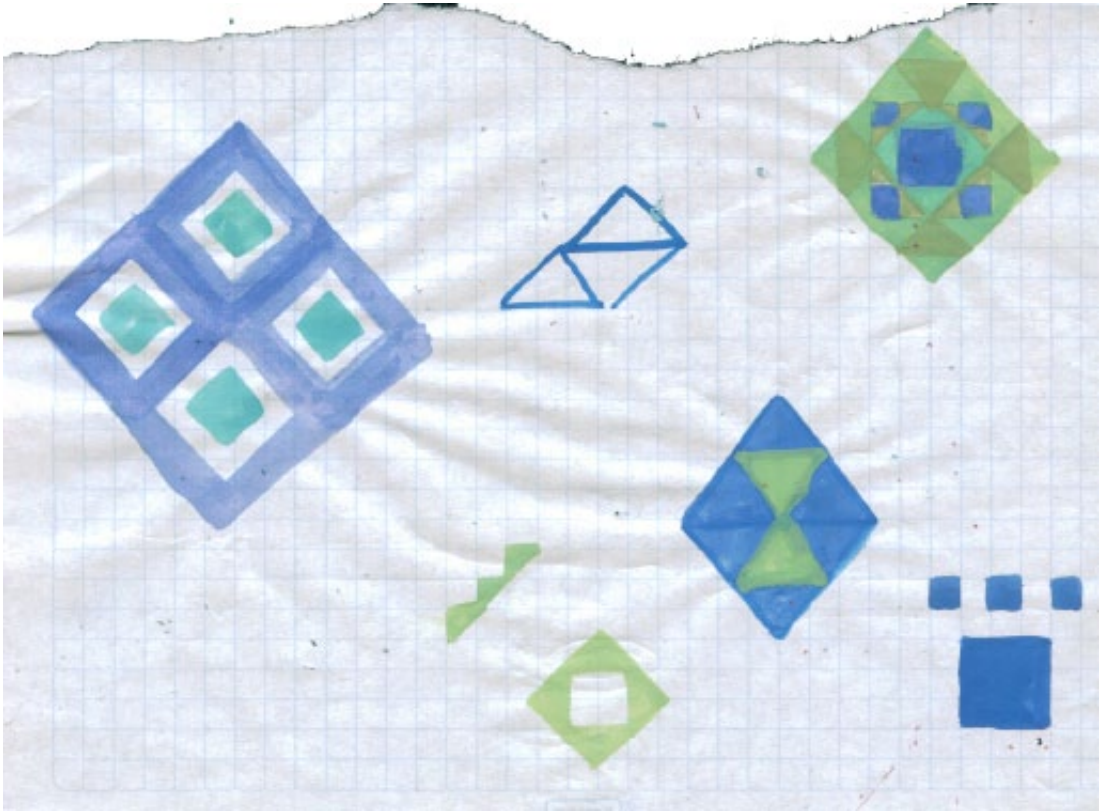
**Actividades**

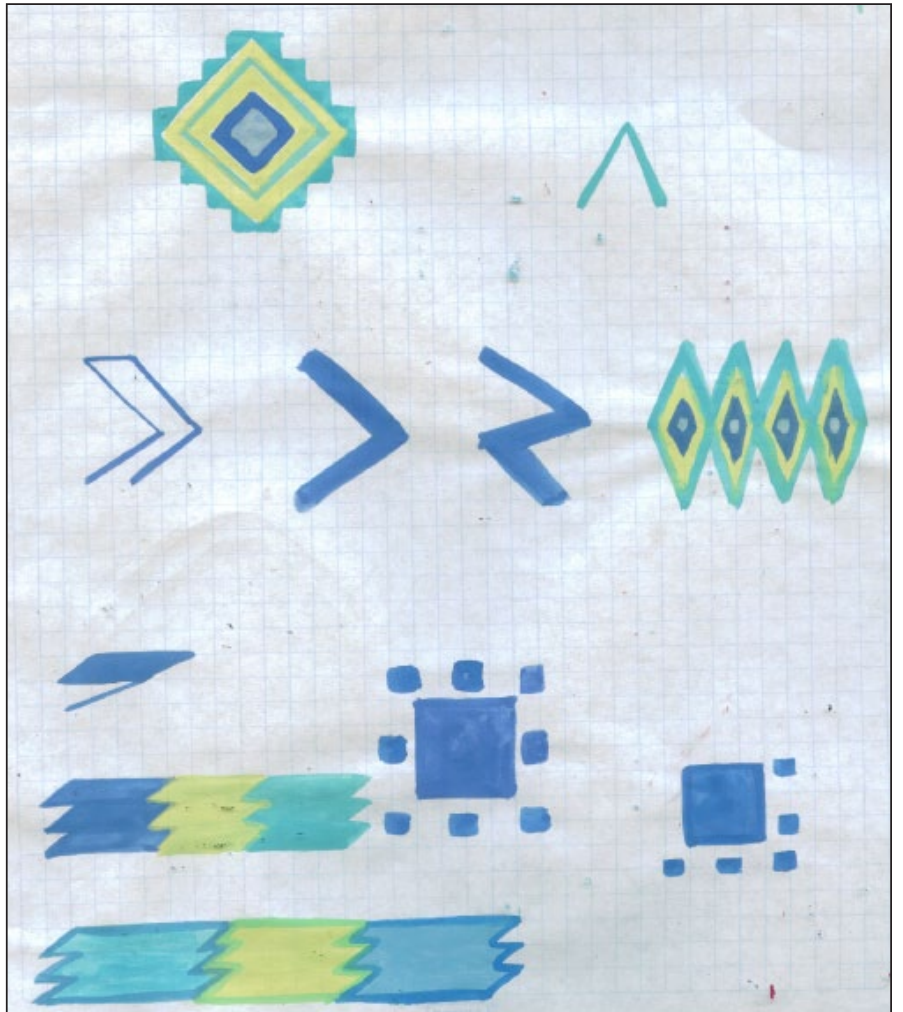
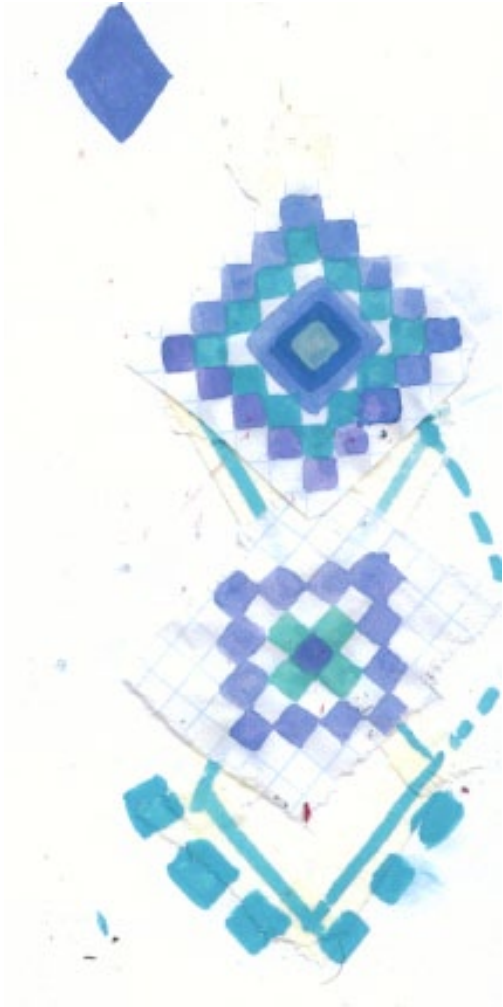




# Proceso de bocetaje











**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

*Manos en  
acción*



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

*PROBLE CALIDAD COMO DISEÑO  
ESTO BUENOS Y/O CALIDAD  
LA LINEA NEGRO*

*JUGAR CON  
COLUMBAS*

*CONTRASTES  
DE GROSORES O  
COLUMBAS O DE  
FRONTES.*



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

*línea  
+ guion*







Para mayor información/donaciones

7a Avenida Norte 51  
03001 Antigua, Guatemala  
Tel: (+502) 5993-1633 / 5992-4438 /  
7882-4680 / 7882-4014  
www.planinfinito.com  
info@planinfinito.com



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

Creatividad - Generación - Creación



## Misión

Brindar un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Zamora, para aumentar las oportunidades de un desarrollo académico, cultural, artístico y deportivo.



## Objetivos

Ofrecer flexas Escolares a jóvenes de básica.

Brindar a los niños de Santiago Zamora la oportunidad de que hagan uso de la biblioteca, con la finalidad de estimular el gusto por la lectura y como un apoyo en las tareas escolares.

Desarrollar programas de arte y música, con el propósito de que los niños/jóvenes puedan expresar sus talentos escolares.

## Visión

Creemos en desarrollar y apoyar todas aquellas actividades que tengan como propósito encontrar habilidades artísticas y deportivas en los niños y jóvenes, para mejorar y ampliar los horizontes de una educación por medio de un aprendizaje activo.

Ofrecer al niño/joven programas de recreación y deportes, con la finalidad que se desarrolle de una forma sana y desprender el exceso por practicar el deporte.

Organizar charlas de salud, planificación familiar, etc. para jóvenes y padres de familia.

Dar clases de inglés, con el propósito de brindar una oportunidad educativa que vayan en función de mejorar la educación a través de la enseñanza del idioma inglés.

## Actividades de Plan Infinito

El plan Infinito funciona en los tres jornadas del día, en donde se llevan a cabo las siguientes actividades:

### Plan Matutino

Se imparten clases de inglés a los alumnos de cuarto, quinto y sexto primaria de la Escuela Oficial Rural Mixta de Santiago Zamora y a los alumnos de básicos del Colegio Trilingüe Inverano-Reserva del Mundo.

### Plan Vespertino

Clases de recreación en dos parques acuáticos cercanos a la Aldea Santiago Zamora.

### Plan Nocturno

Puerta abierta para el uso de las computadoras y bibliotecas.  
Clases de música, se imparten clases de canto, aya, flauta, guitarra, teclado y maracas.  
Clases de arte, pintura y dibujo.  
Clases de inglés.

Todas las actividades son impartidas por el profesor Chris Van de Vijver y algunos jóvenes de Santiago Zamora, sin ningún costo.











**Capítulo 4**  
Comprobación de eficacia y  
propuesta gráfica final





## Comprobación de eficacia

### Técnica e instrumentos utilizados: la encuesta

Esta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Ventajas de la encuesta:

- ▲ Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- ▲ Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- ▲ Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- ▲ Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

El tipo de encuesta utilizada para comprobar la eficacia de las piezas gráficas fue la encuesta en línea. Para ejecutar la encuesta fue necesario desarrollar un cuestionario.

El cuestionario es un instrumento de la encuesta y es un instrumento de recopilación de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

El tipo de cuestionario que se redactó fue por correo electrónico, se envió la encuesta a una muestra utilizando una encuesta en línea para optimizar recursos como el tiempo y material impreso.

A cada uno de los encuestados también se le adjuntó una carpeta con las propuestas gráficas finales y el enlace para que pudiera ver el video institucional.

Los tipos de preguntas redactadas fueron según el tipo de contestación que la muestra diera a conocer, en este caso fueron respuestas por valoración consistente en que el entrevistador lee una escala de intensidad creciente o decreciente de categorías de respuesta.

El cuestionario cuenta con función de batería, es decir que todas las preguntas tratan sobre un mismo tema, empezando por las más sencillas y luego las más complejas, de menor a mayor tiempo de evaluación, con esto se pretende generar una jerarquía final para validar el adecuado funcionamiento de cada una de las piezas gráficas sugeridas.

El contenido a evaluar dentro del cuestionario en línea es por opinión, pues se necesita evaluar un determinado tema para considerar posibles modificaciones.

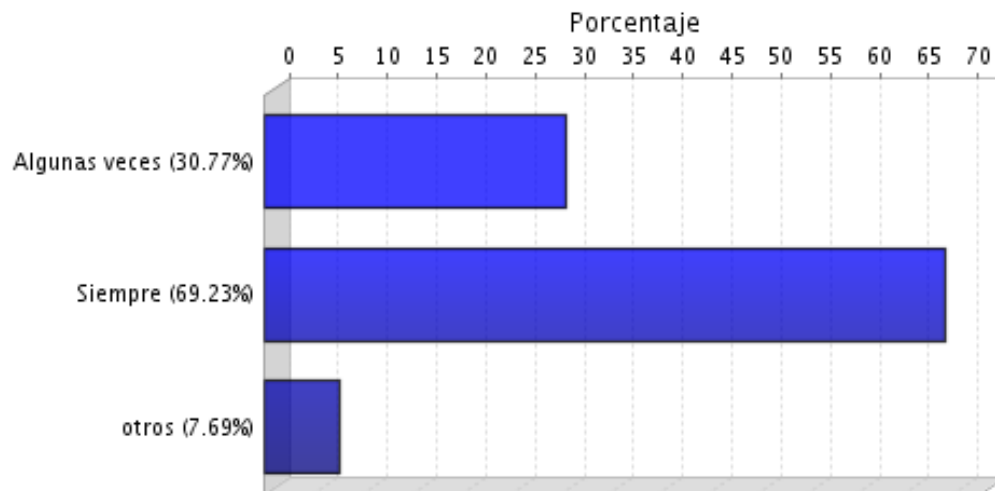
## Resultados

A continuación se presentan los resultados en la encuesta para validar la propuesta gráfica de la Imagen Institucional.

Dicha encuesta fue ejecutada por la audiencia en la semana del 26 al 30 de octubre de 2009 a través de un correo electrónico con el enlace para ser respondida (ver anexos para visualizar la encuesta).

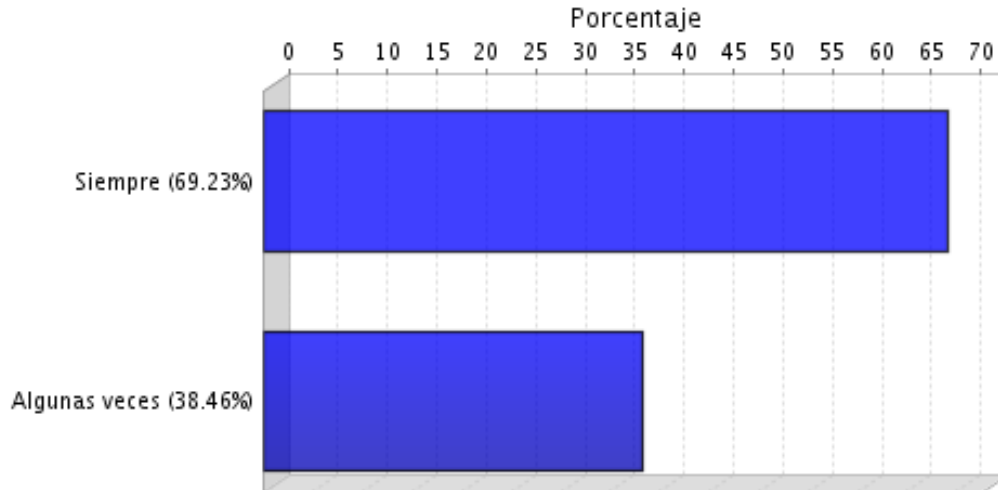
La encuesta se transmitió únicamente a Diseñadores Gráficos para tomar en cuenta su opinión respecto al tema, se consideró que durante el desarrollo del proyecto Asociación CasaSito estuvo en constante verificación de avances y propuestas, por lo cual los cambios sugeridos tanto en el logotipo, piezas gráficas y el video institucional se realizaban en el momento.

### ¿Considera usted que el logotipo tiene relación directa con la Institución?



El grupo muestra establece que tanto el isotipo como el logotipo sí tienen concordancia con el nombre del proyecto, "Plan Infinito". Según indicaron otros, el logotipo sí refleja el término infinito aplicado.

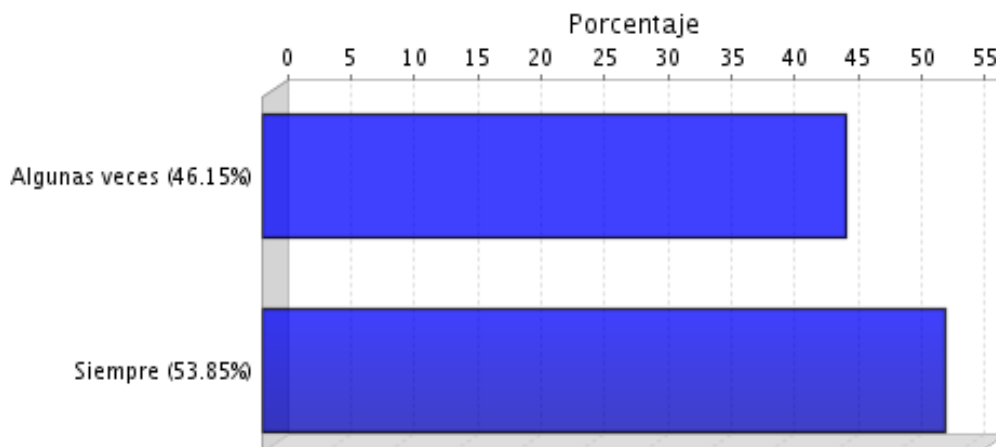
## ¿Piensa que la línea gráfica de todas las piezas se adecua al concepto de diseño?



Las piezas gráficas fueron adjuntadas en el correo electrónico, siendo éstas papelería institucional, folleto informativo full color y a una tinta.

Ninguna persona de la muestra emitió votación negativa.

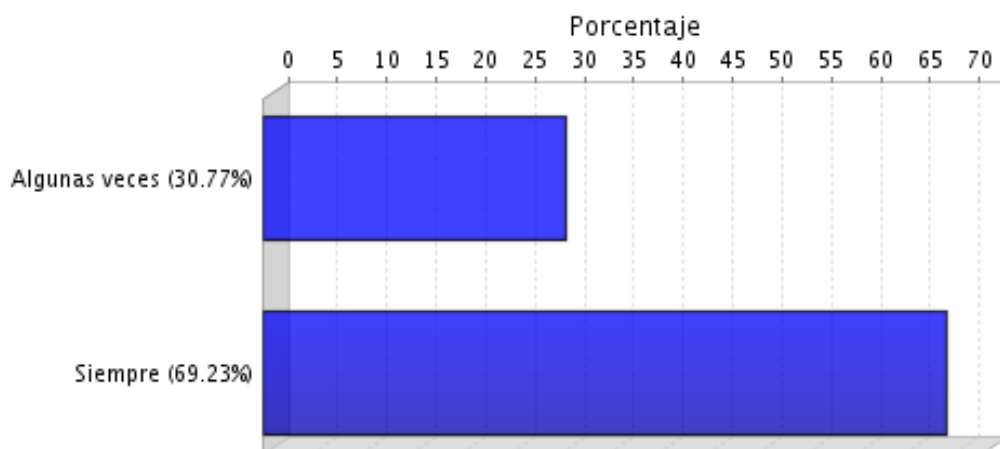
## ¿Le parece adecuada la proporción del logotipo con respecto al espacio en el que está ubicado dentro de las piezas gráficas?



Cada una de las piezas gráficas tiene incluido el logotipo del proyecto, en forma proporcional al espacio sugerido.

Ninguna persona de la muestra emitió votación negativa.

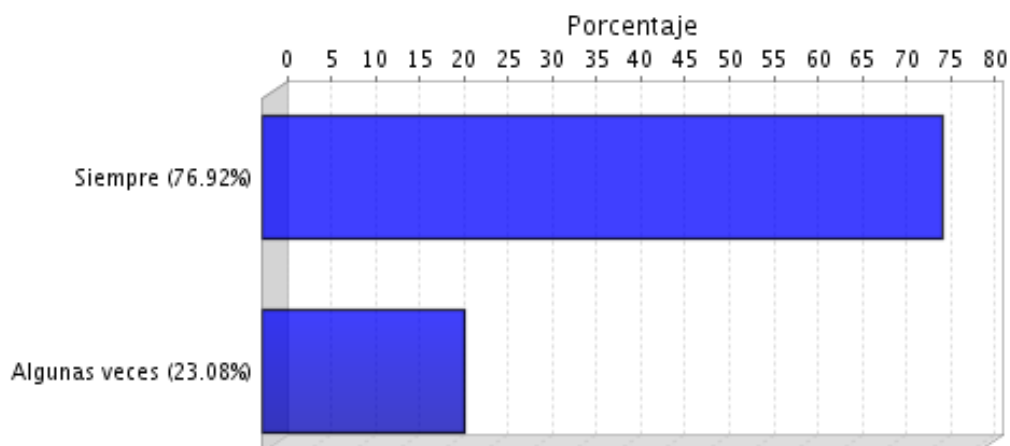
## ¿La tipografía posee el tamaño y legibilidad adecuada dentro de cada una de las piezas gráficas?



El resultado de la legibilidad tipográfica es bastante aceptable, debido a la selección de tipo suizo que facilita la lectura.

Cada pieza utiliza diferente tamaño y familia tipográfica.

## ¿Considera que las imágenes utilizadas para el material informativo tienen adecuada relación con el concepto de diseño?

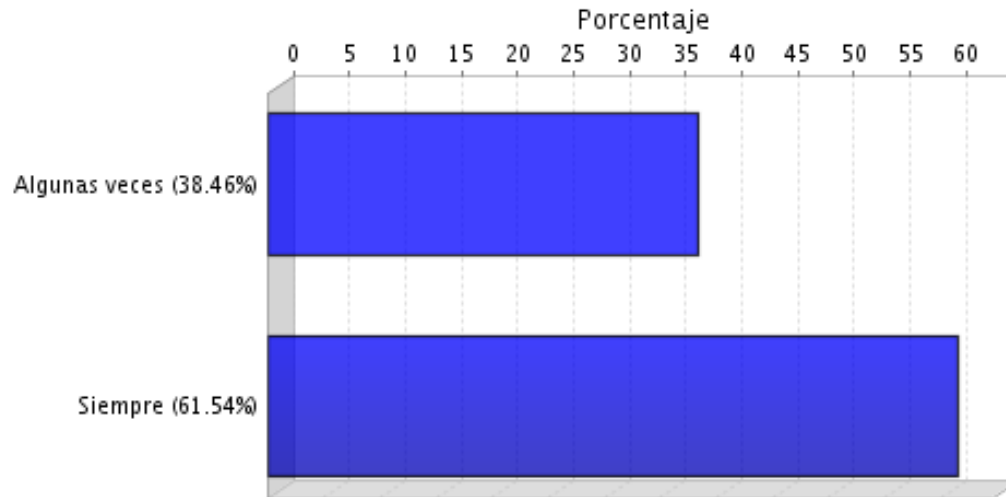


Las fotografías utilizadas para el folleto informativo tienen relación con el proyecto y con el lugar en donde se llevan a cabo.

Ninguna persona en la encuesta emitió votación negativa.



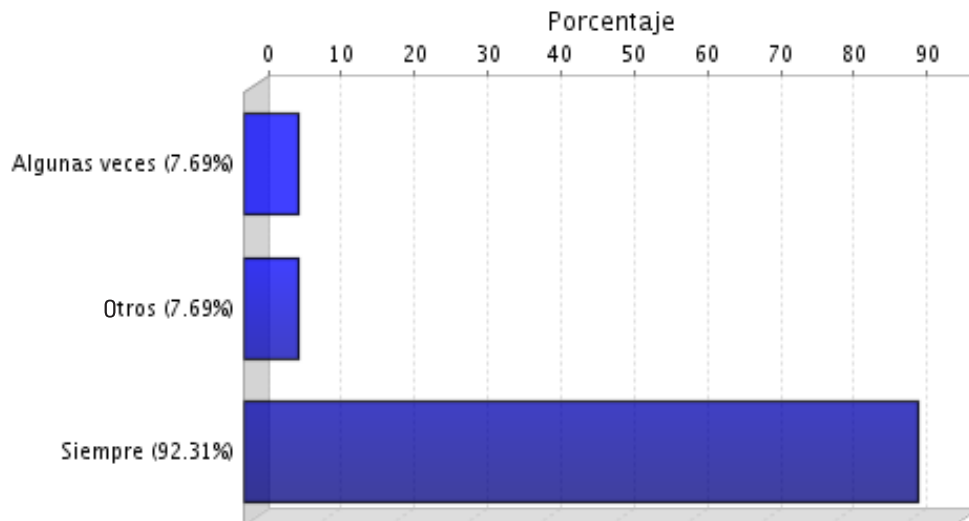
## ¿Es la diagramación de cada pieza gráfica adecuada para organizar la información?



La información fue distribuida adecuadamente según el espacio de cada una de las piezas institucionales.

Ninguna persona en la encuesta emitió votación negativa.

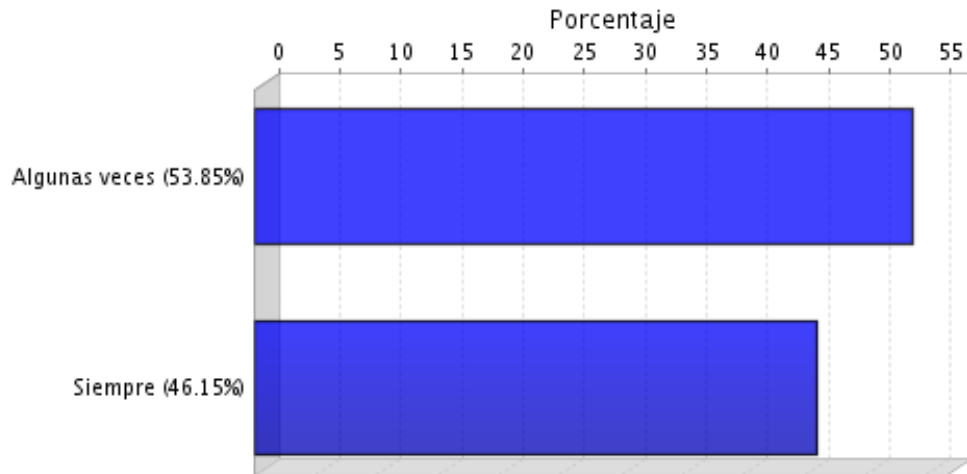
## ¿Es el tamaño de cada pieza adecuado?



Las piezas están conformadas por la papelería institucional y folleto informativo al cual se le dio un tamaño apto para que se pueda reproducir fácilmente por cualquier medio de impresión.

Ninguna persona en la encuesta emitió votación negativa.

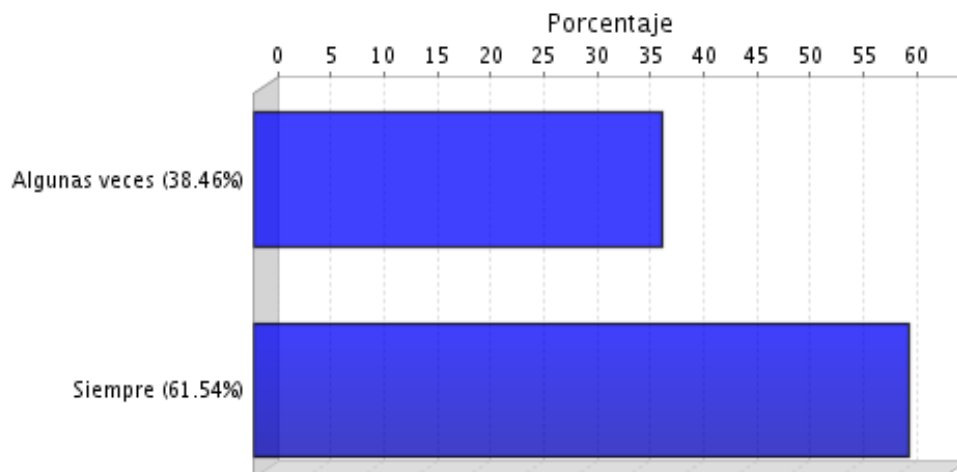
## ¿Logra el material informativo comunicarle la información necesaria acerca de la Institución?



La información incluida en el folleto informativo fue proporcionada por la institución y diagramada para que tenga una lectura adecuada.

Ninguna persona en la encuesta emitió votación negativa.

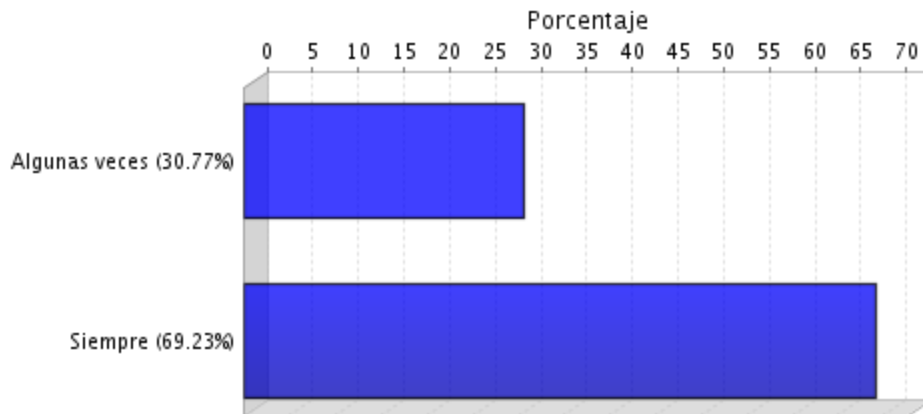
## ¿Tiene el video institucional adecuada relación con la línea gráfica de la Imagen Institucional?



La línea gráfica utilizada en las piezas también fue aplicada en el video, como en los cintillos y en la secuencia del video.

Ninguna persona en la encuesta emitió votación negativa.

## ¿Considera que la información presentada en el video institucional transmite el contenido suficiente sobre la Institución?



El storyboard del video se desarrolló en una secuencia fácil de comprender para la audiencia que no tiene conocimiento sobre el proyecto, el contenido se sintetizó según jerarquías y relevancia.

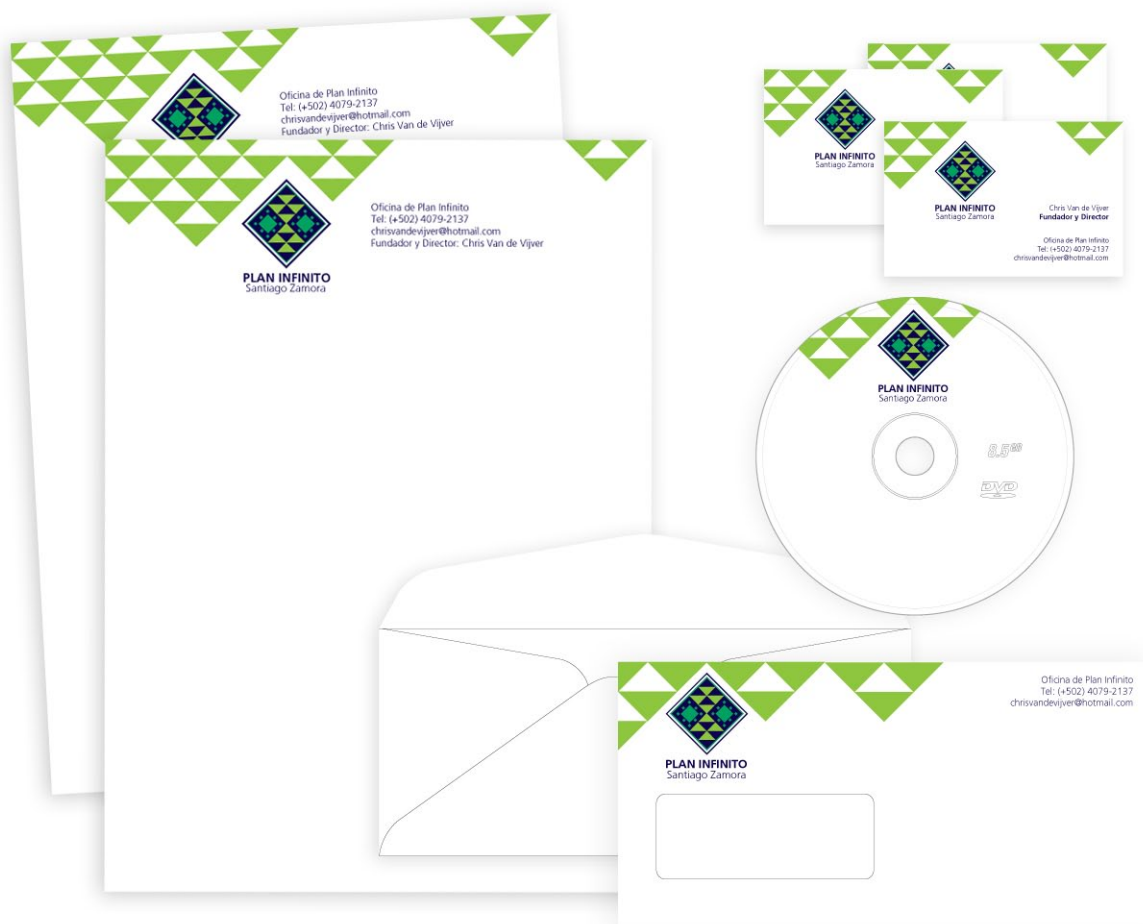
Ninguna persona en la encuesta emitió votación negativa.

## Propuesta gráfica final y fundamentación

La papelería institucional y el folleto informativo se presentan en archivos que faciliten su reproducción, se consideraron las observaciones de cada uno de los elementos gráficos de acuerdo a la sugerencia de la institución para llegar a una propuesta óptima.

El material será reproducido en forma digital e impresa, para facilitar la comunicación con personas del extranjero.

En cuanto al video, se hizo entrega del formato con resolución óptima y también una copia con la capacidad adecuada para que sea reproducido por medio de internet, para consultar el video institucional ver anexos.







## Conclusiones

Asociación CasaSito cuenta con material gráfico, para uso digital o impreso, que promueve las actividades extracurriculares para que los niños y jóvenes de Santiago Zamora y de sectores aledaños puedan asistir a recibir las clases sin ningún costo.

El material gráfico impreso y digital también será promovido para que diversas instituciones, donadores y organizaciones no lucrativas aporten ayuda económica o de recursos necesarios para el proyecto.

La participación de voluntarios para diversos proyectos avalados por Asociación CasaSito será más activa debido a que se puntualizan necesidades y deficiencias dentro del video institucional, con lo que se pretende también captar a esta audiencia.

La renovación de la Imagen Institucional de “Plan Infinito” contribuye a que el proyecto se posicione y sea reconocido tanto por el grupo objetivo al que atiende como a donadores y voluntarios potenciales.

El material informativo funcionó como una herramienta útil para la comunicación y reforzamiento característico del proyecto.

Cada uno de los rangos que pertenecen al grupo etario de la aldea Santiago Zamora se beneficia con el proyecto “Plan Infinito”. Este proyecto promueve el aprendizaje activo en niños y jóvenes para que tengan un futuro académico y laboral adecuado; los padres de familia pueden generar fuentes de empleo a través de los diversos micro financiamientos y ayudas de infraestructura. Con esto, la educación de los niños y jóvenes no se verá afectada ni irrumpida por la explotación laboral.

Para que el proyecto “Plan Infinito” trascienda se han facilitado medios de comunicación de acceso inmediato y que no incrementen el presupuesto de Asociación CasaSito para reproducir el material gráfico y multimedia.

Se habilitó una cuenta en una red social de videos para que cualquier persona alrededor del mundo pueda conocer más sobre el proyecto, las piezas gráficas pueden ser reproducidas en materiales de bajo costo, como fotocopias, para que estén al alcance de las personas interesadas.

Se utilizó una combinación de signos de identidad propios al concepto del proyecto “Plan Infinito” para fortalecer a una simbiosis entre las autoridades, padres de familia, alumnos; así como el fortalecimiento para conseguir patrocinio.

En la actualidad los medios digitales audiovisuales facilitan la reproductibilidad y distribución de información respecto al proyecto “Plan Infinito” evitando que la Asociación CasaSito exceda su presupuesto.

Los métodos de observación y análisis funcionaron adecuadamente para extraer información respecto al entorno y funcionamiento del proyecto, así como de la región.



## Recomendaciones

El material gráfico de “Plan Infinito” deberá ser reproducido de preferencia en forma litográfica, para conservar los estándares de diseño y la legibilidad.

El material informativo para extranjeros deberá enviarse vía correo electrónico en formato optimizado para web, el contenido del mismo puede ser traducido al idioma deseado para una mejor comprensión.

Es necesario que la Asociación CasaSito organice e involucre a “Plan Infinito” en actividades de carácter cultural para que el talento de los alumnos sea reconocido a nivel nacional para que los niños y jóvenes de escasos recursos cuenten con oportunidades de desarrollo.

Es importante que Asociación CasaSito reproduzca en un margen de tiempo pertinente las piezas informativas para que el proyecto se dé a conocer a través de varios canales de comunicación.

El material informativo también deberá ser impartido entre los habitantes de la aldea y alrededores para que aumente la oportunidad de escolaridad en los niños y jóvenes a temprana edad.

A mayor cantidad de medios electrónicos de comunicación, como redes sociales, mayor será el impacto de los patrocinadores y donadores para “Plan Infinito”.

## Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

Para ampliar la implementación del isotipo, logotipo, tipografía y códigos cromáticos se le hizo entrega a Asociación CasaSito del Manual de Normas Gráficas para la Imagen Institucional.

La Asociación CasaSito manifestó interés en reproducir el material gráfico en forma impresa, sin embargo no cuentan con los recursos para hacerlo, por lo cual lo harán de forma electrónica o digital.

A continuación se presenta un presupuesto sugerido para la reproducción del material, los precios pueden variar según época del año y cantidades de material a imprimir.

<b>Piezas gráficas a imprimir</b>	<b>Costo</b>
500 folletos full color tiro y retiro tamaño 15cm x 15cm	Q1,250.00
500 folletos a un color tiro y retiro tamaño 15cm x 15cm	Q625.00
500 hojas membretadas a tres tintas tamaño carta	Q 675.00
500 tarjetas de presentación a 3 colores tamaño 3.5" x 2"	Q475.00
100 impresiones en CD full color	Q475.00
100 impresiones full color de empaque para CD tamaño tabloide	Q900.00
<b>Total</b>	<b>Q4,400.00</b>



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

**Manual de Imagen Institucional**

## Presentación

En el año 2006 la Directora de la Asociación CasaSito junto con Chris Van de Vijver, originario de Bélgica y actual coordinador del área regional de Sacatepéquez, organizaron un proyecto alternativo a la Asociación, el proyecto Plan Infinito en la comunidad de Santiago Zamora, con el objetivo de promo-ver la educación y actividades extracurriculares en el área rural por la fuerte demanda que ésta requiere.

El proyecto funciona desde hace poco menos de tres años, y ayuda a los niños del nivel primario y básicos, de escasos recursos para que puedan recibir la educación necesaria; también promueve actividades como la música, pintura y natación para fortalecer el enriquecimiento cultural y abrir espacios recreativos a los niños.

Plan Infinito ha estado funcionando bajo la imagen institucional de CasaSito, con la nueva propuesta el proyecto evoca mayor proyección para poder posicionarse y alcanzar mejores contribuciones y ayudas, tanto nacionales como extranjeras.

## Índice

1. Elementos de la Imagen	6
Logotipo	
Isotipo	
2. Disposición de los elementos	7
3. Proporciones y áreas de reserva	9
4. Tamaño mínimo	11
5. Colores	12
Colores institucionales	
Colores complementarios	
6. Uso de gris, blanco y negro	14
7. Uso sobre fondos que cambian	15
8. Usos no permitidos	17
9. Tipografías	19
10. Papelería Institucional	20

## 1. Elementos de la Imagen

# PLAN INFINITO

## Santiago Zamora

### **Logotipo**

El texto PLAN INFINITO es un desarrollo tipográfico diferenciador que le otorga personalidad al proyecto.



### **Isotipo**

Evoca una organización estructurada e infinita, en donde la comunidad trabaja en equipo para lograr un bien común.



## 2. Disposición de los Elementos



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

**Uso Formal Institucional (únicamente)**

Todo lo relacionado con la presentación de la entidad dentro de eventos formales y para aplicación en documentos como diplomas, certificados, papelería no comercial.



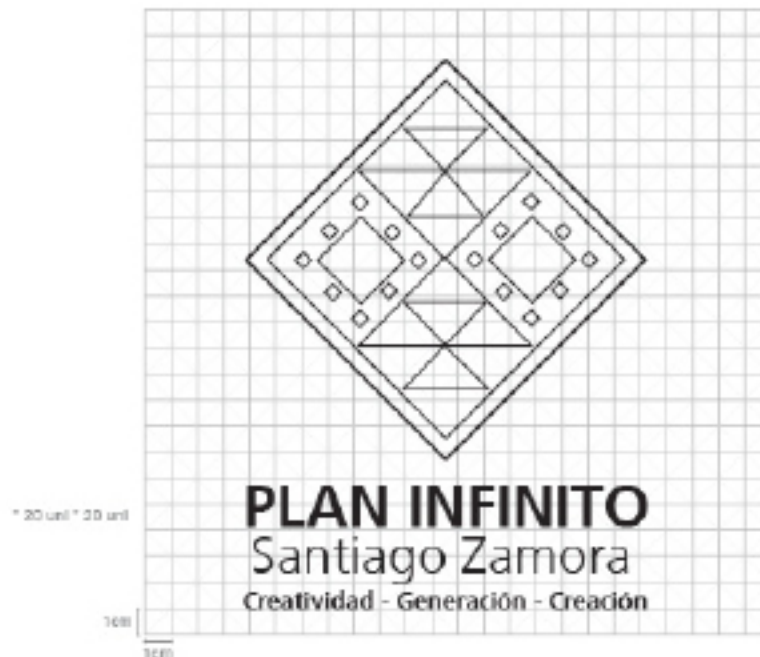
## **PLAN INFINITO** Santiago Zamora

**Creatividad - Generación - Creación**

**Uso doble propósito (formal y comercial)**

Puede ser aplicado dentro de eventos formales de menor rigurosidad, señalética de instalaciones y para aplicación en papelería interna y papelería externa comercial, también es viable su aplicación en material promocional.

### 3. Proporciones y áreas de reserva



El área de protección es el espacio que existe alrededor del logo para que no sea invadido por ningún otro elemento, el logo siempre debe estar acompañado de un área mínima restrictiva en todas sus aplicaciones.

Cada una de las disposiciones definidas para la Imagen Institucional, debe contar con un área de reserva mínima alrededor de toda la marca, de por lo menos, la altura de la tipografía del texto PLAN INFINITO.

Ningún elemento gráfico, fotografía, texto o corte de página puede invadir este perímetro



## 4. Tamaño mínimo



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

Impresión 35mm de ancho  
Pantalla NO aplica (uso prohibido)

**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora  
Creatividad · Generación · Creación

Impresión 32mm de ancho  
Pantalla 87 píxeles de ancho

Respetar las dimensiones mínimas permite dar uniformidad y conservar visibles las características propias de la imagen.




Se definen estándares mínimos de tamaño en impresión (milímetros) y pantalla (píxeles) excepto la disposición para uso formal que NO tiene aplicación para pantalla.

Las dimensiones aquí dispuestas deben respetar las proporciones y aplicar el área de reserva mínima definidas en el punto 3 de este manual.



# 5. Colores

## Colores Institucionales

 <p>PANTONE 276</p>	<p>C 100 M 100 Y 0 K 58</p>	<p>R 15 G 0 B 78</p>
 <p>PANTONE 347</p>	<p>C 100 M 86 Y 0 K 3</p>	<p>R 0 G 161 B 96</p>
 <p>PANTONE 376</p>	<p>C 50 M 0 Y 100 K 0</p>	<p>R 141 G 198 B 63</p>

El uso de una paleta de colores definida mantiene coherencia y uniformidad en las piezas de diseño que conformen la identidad visual.

Tres colores institucionales que no admiten variación y una segunda paleta flexible de colores complementarios para diversos usos según se requiera.

Colores ajustados para referencia PANTONE, CMYK y RGB



## Colores Complementarios



C 0  
M 48  
Y 95  
K 0

R 248  
G 152  
B 40



C 52  
M 49  
Y 0  
K 14

R 115  
G 115  
B 168



C 100  
M 0  
Y 44  
K 17

R 0  
G 147  
B 144



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora  
Creatividad - Generación - Creación



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora  
Creatividad - Generación - Creación



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora  
Creatividad - Generación - Creación

## 6. Uso de gris, blanco y negro



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora  
*Creatividad - Generación - Creación*



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

## 7. Uso sobre fondos que cambian



El logo sobre negro o fondos de color debe ir blanco en su totalidad sin excepción, en colores degradados, muy claros o fondos con imágenes o texturas, se debe usar un recuadro blanco de un tamaño que respete el área mínima de reserva definida en el punto 3 de este manual, sobre el cual irá el logo.

Cualquier aplicación diferente a las aquí establecidas, es un uso prohibido y va en demérito de las características de la imagen y la uniformidad en identidad que busca este manual.



## 8. Usos no permitidos



~~PLAN INFINITO  
Santiago Zamora  
Creatividad - Generación - Creación~~

PLAN INFINITO  
Santiago Zamora  
Creatividad - Generación - Creación




Serán usos no permitidos todos aquellos no estipulados o reglamentados dentro de este manual, el logo NO puede recibir ningún tipo de alteración en su disposición como está regulado en el punto 2 de este manual, respetar su área de reserva, sus dimensiones mínimas.



NO se puede hacer uso de colores diferentes a los de la paleta cromática referenciada en el punto 5 de este manual, ni alterar sus usos en blanco y negro o en colores invertidos.





## 9. Tipografías

Frutiger LT 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ¡" \$%&/()=?¿

**Frutiger LT 45 Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ¡" \$%&/()=?¿**

*Frutiger LT 45 Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*

*abcefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ¡" \$%&/()=?¿*

***Frutiger LT 45 Bold Italic***

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***

***abcefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ¡" \$%&/()=?¿***

Una familia tipográfica es designada como de uso corporativo, la familia de la Frutiger.

Sus diferentes variaciones dan un buen espectro de combinaciones para uso en impresos, publicidad, catálogos, señalización y material de divulgación, manteniendo la uniformidad y legibilidad en las piezas sin hacerla aburrida y monótona.

19

## 10. Papelería Institucional



### 1. PAPELERIA EXTERNA (escala 50% tamaño real)

Formato: Carta

Logosímbolo: 4cm de ancho x 4.5cm de alto, alrededor los elementos de diseño complementarios.

Impresión: Tres tintas (ver colores institucionales) papel bond de 90 gramos.

Márgenes: Arriba 1.5cm.

Textos: tipografía Frutiger LT It 45 Light, siempre uso de altas y bajas.

Nunca solo altas.

20



## 1. TARJETA PRESENTACION PERSONAL

Formato: 3.5 pulgadas x 2 pulgadas

Logosímbolo: 2.5cm x 3cm de ancho, justificado a la izquierda a 6cm de del borde izquierdo.

Impresión: Tres tintas (ver colores institucionales) un solo lado.



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamaera

Para mayor información y/o donaciones:

**Oficina de Recepción**  
Tel: 54023 827121 07  
www.planinfinito.org  
Fundación Diálogo  
Instituto Vicerrectoría

**Oficina de Asesoría Casullo**  
Tel: +592 7882 4088  
info@planinfinito.org  
www.planinfinito.org



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamaera  
Creatividad - Generación - Creación

### Misión

Ofrecer un espacio educativo y recreativo a niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Zamaera, para aumentar las oportunidades de un desarrollo académico, cultural, artístico y deportivo.

### Visión

Conseguir en el desarrollo y poner todos los esfuerzos en beneficio de los niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Zamaera, para aumentar las oportunidades de un desarrollo académico, cultural, artístico y deportivo.



### Objetivos

Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

### Actividades

Realizar talleres de actividades recreativas y deportivas en los días de fines de semana y días feriados.

**Plan Lecturas**  
Desarrollar talleres de lecturas y actividades de lectura en los días de fines de semana y días feriados.

**Plan Recreación**  
Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

**Plan Deportes**  
Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

**Plan Artes**  
Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

**Plan Música**  
Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

**Plan Danza**  
Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.

**Plan Teatro**  
Ofrecer a los niños y jóvenes de Santiago Zamaera la oportunidad de que tengan acceso a la biblioteca, centro de recreación, sala de actividades deportivas y sala de actividades culturales.



Formato: 15cm x 15cm cerrado, abierto 30cm x 15cm.

Impresión: Full color.

Tipo de archivo: .TIFF

<p><b>Misión</b></p> <p>Brindar un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p>	<p><b>Visión</b></p> <p>Desarrollar un desarrollo integral, mejorar el nivel de vida de los niños, niñas y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p>	<p><b>Actividades</b></p> <p>Realizar actividades educativas para asegurar el desarrollo de todos los niños, niñas y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora.</p> <p><b>Plan Educativo</b></p> <p>Elaborar un plan de estudios de los cursos de educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p><b>Plan Vocacional</b></p> <p>Elaborar un plan de estudios de los cursos de educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p><b>Plan de Estudios</b></p> <p>Elaborar un plan de estudios de los cursos de educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p><b>Plan de Estudios</b></p> <p>Elaborar un plan de estudios de los cursos de educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p>	
<p><b>Objetivos</b></p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p>	<p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p>	<p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p> <p>Ofrecer un apoyo educativo a todos los niños y jóvenes de la comuna de Santiago Zamora, para asegurar la continuación de su educación básica, técnica, profesional y universitaria.</p>	

 <p><b>PLAN INFINITO</b> Santiago Zamora</p> <p>Para mayor información y donaciones:</p> <p>Oficina de Plan Infinito Tel: (+502) 4478 0137 Email: <a href="mailto:planinfinito@planinfinito.com">planinfinito@planinfinito.com</a> Facebook y Twitter: <a href="#">PlanInfinito</a></p>	
<p>Oficina de Atención al Cliente Tel: (+502) 4478 0137 Email: <a href="mailto:atencioncliente@planinfinito.com">atencioncliente@planinfinito.com</a> www.planinfinito.com</p> 	 <p><b>PLAN INFINITO</b> Santiago Zamora</p> <p>Creatividad - Generación - Creación</p>

Formato: 15cm x 15cm cerrado, abierto 30cm x 15cm.  
Impresión: A una tinta ( pantone 274 coated)  
Tipo de archivo: .TIFF



#### VIDEO INSTITUCIONAL

Formato: .MOV (macintosh/quicktime),  
.AVI (windows media player, quicktime)

Duración: 07:25

Dimensiones: 720x480



## Bibliografía

Ambrose, Gavin y Harris, Paul. **Imagen**. 1ª edición en castellano. Barcelona España. Parramón Ediciones S.A. 2006.

Ambrose, Gavin y Harris, Paul. **Imagen**. 2ª edición en castellano. Barcelona España. Parramón Ediciones S.A. 2006.

Cháves, Norberto y Bellucia, Raúl. **La Marca Corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos**. 1ª edición. Editorial Paidós. 2003.

Cifuentes Medina, Edelberto. **La aventura de investigar: el plan y la tesis**. 2ª edición. Guatemala. Magna Terra Editores. 2005.

Neutze de Rugg, Carmen. **Diseño en los tejidos indígenas de Guatemala. Guatemala**. Editorial Univers. Pp. 137-138. 1979.

E. Carter, David. **The big book of logos 4**. 2ª edición. Nueva York, Estados Unidos. Harper Collins Publishers. 2006.

Fiell, Charlotte y Peter. **Contemporary Graphic Design**. 1ª edición. Alemania. Taschen. 2007.

Bierut, Michael; Helfand, Jessica; Heller, Steven y Poynor, Rick. **Fundamentos del Diseño Gráfico**. 1ª edición en castellano. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito. 2001.

Joan, Costa. **Identidad Visual Corporativa**. 1ª edición. México. Editorial Trillas. 1993.

Ministerio de Cultura y Deporte. **La cultura, motor de desarrollo, Plan Nacional de desarrollo cultural a largo plazo**. 2005

Munari, Bruno. **Cómo nacen los objetos. Apuntes para una metodología proyectual**. 1ª edición. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. 1983.

Sátiro, Angélica. **Creatividad Social, la creatividad como motor de desarrollo**. 1ª edición. Guatemala. Ediciones EFCl. 2007.

Bustamante, Armando (sin fecha). **Buen diseño, ¿mala comunicación? Contra la basura visual** (en línea). Disponible en [http://www.joancosta.com/buen\\_mala.htm](http://www.joancosta.com/buen_mala.htm) (31 de julio de 2009).

### Cultura

<http://es.wikipedia.org/wiki/CulturaWikipedia>, la enciclopedia libre, miércoles 21 de octubre de 2009.

### Cultura, persona y sociedad

<http://www.sociologicus.com/acercate/5.html>Sociologicus, la sociología al alcance de todos, miércoles 21 de octubre de 2009.

## **Cultura y Socialización**

<http://www.ufg.edu.sv/ufg/theorethikos/Julio04/cys2.html>UFG, Universidad Francisco Gavidia, miércoles 21 de octubre de 2009.

Onrubia, Villar Daniel (sin fecha). **Imágenes Compartidas. Sobre los “usos sociales de la fotografía” en la cultura digital** (en línea). Disponible en <http://www.joancosta.com/imagenescomp.htm> (31 de julio de 2009).

Royo, Javier (sin fecha). **Identidad Líquida, las marcas en el ciberespacio** (en línea). Disponible en [http://www.joancosta.com/identidad\\_liquida.htm](http://www.joancosta.com/identidad_liquida.htm) (31 de julio de 2009).



## Glosario

### Acromática

Será siempre una escala de grises, una modulación continua del blanco al negro. La escala de grises se utiliza para establecer comparativamente tanto el valor de la luminosidad de los colores puros como el grado de claridad de las correspondientes gradaciones de este color puro. Por la comparación con la escala de grises (escala test), se pone de relieve las diferentes posiciones que alcanzan los diferentes colores puros en materia de luminosidad.

### Administración de recursos

Conocer todos los recursos de los que se dispone, y aplicarlos lo mejor posible.

### Alta definición

Alta definición es el nombre que se aplica a un formato de vídeo muy novedoso y de excelente calidad. Cuando se menciona la alta definición se suele hacer alusión al cine, es el sustituto de este.

### Alta resolución

Pantalla o imagen de alta calidad. Está basada en el número de píxeles (puntos) que se utilizan para crear y formar una imagen en la pantalla. Cuanto mayor sea el número de píxeles, mayor será la resolución. Aunque actualmente, lo habitual es 800x600, los ordenadores permiten hasta 1.280x1.024 píxeles.

### Armonizar

Coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición. Cuando en una composición todos los colores tienen una parte común al resto de los colores componentes. Armónicas son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo tono, o también de diferentes tonos, pero que en su mezcla mantienen los unos parte de los mismos pigmentos de los restantes.

### Bit

unidad mínima de información posible. Es uno de los dos estados de sólo dos posibilidades (blanco/negro, positivo/negativo, hay/no hay...). Es, por tanto, una unidad "binaria".

### Brillo

Es la cantidad de luz emitida por una fuente lumínica o reflejada por una superficie.

### Bosquejo

Trazo primero y no definitivo de un proceso. Idea vaga de algo. No perfeccionado, no concluido.

### Boceto

Proyecto o apunte general previo a la ejecución de un proceso.



## **Código**

Sistema compuesto de elementos asociados por similitud, que comparten la misma oportunidad o posibilidad de manifestarse, y que se combinan en virtud de ciertas reglas de organización según el enfoque lingüístico.

## **Color**

Propiedad de la luz transmitida, reflejada o emitida por un objeto, que depende de su longitud de onda. Carácter peculiar de algunas cosas. Cualidad especial que distingue el estilo.

## **Colores complementarios**

Se forman mezclando un color primario con el secundario opuesto en el triángulo del color. Son colores opuestos aquellos que se equilibran e intensifican mutuamente.

## **Concepto**

Idea que concibe o forma el entendimiento. Pensamiento expresado con palabras. Sentencia, agudeza, dicho ingenioso. Opinión, juicio. Determinar algo en la mente después de examinadas las circunstancias.

## **Composición**

Resultado visual general obtenido con la disposición de figuras o formas en un marco de referencia, con el uso consciente de una estructura formal (o sin ella), semiformal o informal.

## **Comunicación**

Conocer los procesos de comunicación, para poder captar los mensajes que el diseño ha de comunicar.

## **Contraste**

Actúa a través de la atracción o excitación del público observador, mediante la combinación de diferentes intensidades o niveles de contraste, en el color, el tamaño, la textura, etc., pueden proporcionar mayor significado a una composición.

## **Contraste de color**

Se produce por la modulación de saturación de un tono puro con blanco, con negro, con gris o con un color complementario.

## **Cromática**

Los valores del tono se obtienen mezclando los colores puros con el blanco o el negro, por lo que pueden perder fuerza cromática o luminosidad.

## **Corporativo**

Equivalente a asociado, colectivo, igual... Es un conjunto de elementos unificados entre ellos. Es decir, todos ellos crean una unidad total.

**Descarga o descargar**

Proceso de transferencia de datos electrónicos desde una ubicación a otra.

**Diseñar/Diseño**

Proyecto, plan... Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Diseño gráfico, de modas, industrial. Descripción o bosquejo verbal de algo. Plan concebido mentalmente de cualquier cosa que va a hacerse.

**Diseño corporativo**

Diseño corporativo la representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad. El diseño gráfico es el que se encarga de transmitir la visión de una empresa a través de sus productos e imagen corporativa.

**Digitalizar**

Es convertir cualquier señal de entrada continua (analógica), como una imagen o una señal de sonido, en una serie de valores numéricos.

**Disposición**

Hallarse apto y listo para algún fin.

**Editar**

Publicar o reproducir con fines comerciales una obra gráfica por medio de la imprenta u otros procedimientos mecánicos.

Por extensión, ceder los derechos de reproducción de una obra a una compañía editorial que se encargue de su distribución impresa.

- Organizar las grabaciones originales para el montaje de un programa de radio o televisión.

**Elementos Conceptuales**

Los elementos conceptuales son aquellos que están presentes en el diseño, pero que no son visibles a la vista. Se dividen en 4 elementos.

**Elementos Visuales**

Por ejemplo cuando se dibuja una figura en el papel, esa figura está formada por líneas visibles, las cuales no solo tienen un largo, sino que un ancho, un color y claro una textura (definida por los materiales utilizados).

**Escala**

Es cuando se da una relación matemática (proporción) entre las dimensiones de distintos elementos. Una escala, por tanto, se puede representar mediante un número o una fórmula.

## **Espacio**

Todas las formas, por más pequeñas que sean, ocupan un espacio, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio (para dar una sensación de profundidad).

## **Espacio positivo**

Espacio ocupado por una figura rellena o una forma positiva.

## **Espacio negativo**

Espacio que no está lleno u ocupado.

## **Fondo**

Espacio vacío detrás de las formas positivas en un diseño bidimensional.

## **Forma**

Todo lo visible tiene una forma, la cual aporta para la percepción del ojo una identificación del objeto.

## **Identidad corporativa**

Es todo el conjunto de unidad e igualdad entre todos los elementos que constituyen una empresa. Es la unidad entre su perfil interior y exterior.

## **Imagen digital**

Está formada por una serie de matrices numéricas de ceros y unos que se almacenan en una memoria informática y que definen las características de una fotografía.

## **Lenguaje Visual**

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

## **Luminosidad**

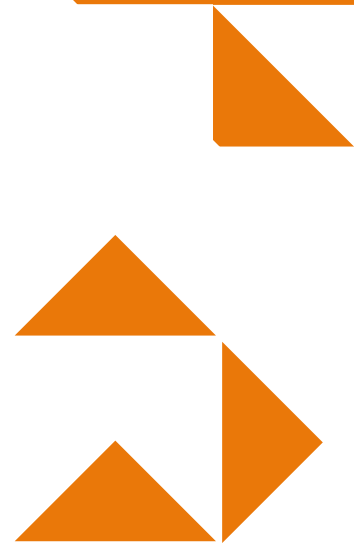
Es la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con la reflejada por una superficie blanca en iguales condiciones de iluminación.

## **Manual Corporativo**

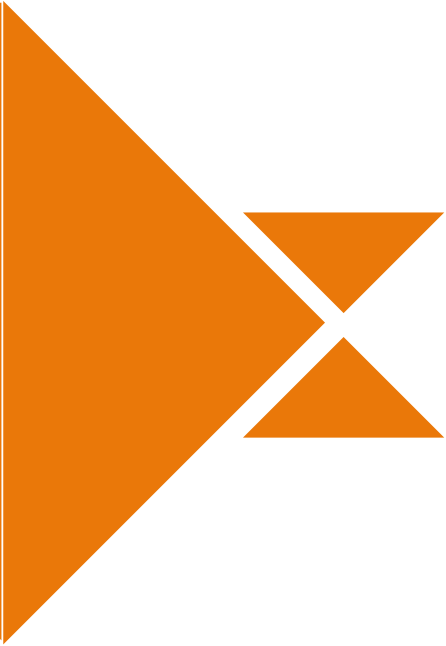
Se desarrolla el diseño del logotipo, los colores utilizados, el anagrama, la tipografía utilizada, reducción del logotipo, el diseño y aplicación de todos los elementos corporativos, tarjeta de visita, sobres, papel de carta, discos compactos, camisetas, papel de embalaje, cajas etc., todos los elementos que intervienen tanto a nivel interno de la empresa como externo.

## **Marca**

Es todo aquello que los consumidores reconocen como tal. Es un producto dotado con un aspecto que atrae a los consumidores, haciendo que estos sean elegidos, por encima del resto.







## **Pantone**

Dentro de la gama de las tintas PANTONE es posible encontrar de diferentes tipos, cada una para cada clase de papel.

Se mencionan algunas de ellas:

- Pantone Solid Coated, se emplea para papel Couché (El de revista).
- Pantone Solid Mate, se utiliza sobre papeles mate, sin brillo.
- Pantone Solid Uncoated, adecuada para papel no Couché.
- Pantone Pastel Uncoated, son colores pastel para papel no Couché.
- Pantone Metálic Coated, estos colores tienen un efecto metálico y se utilizan en papel Couché.
- Pantone Solid to Process Coated, permite conseguir esos colores mediante cuatricomía.
- Pantone Solid To Hexacrome Coated, esta combinación hace una filmación de las imágenes de alta calidad y utiliza dos tintas adicionales al CMYK, naranja y verde o magenta claro y cian claro.  
Resolución: la resolución y la lineatura de una filmación definen el grosor del punto, en que se filman las tramas.

## **Percepción Visual**

Estar informados, la manera en que las personas vemos y percibimos lo que vemos. Aspectos tan importantes, como nuestro campo visual, el recorrido de la vista, el contraste, la percepción de las figuras, fondos, trayectoria de la luz.

## **Posición**

La posición de una forma depende del elemento o estructura que la contenga.

## **Tipografía**

El arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

## **Tipografía geométrica o de palo seco**

Se trata de letras de palo seco y de ojos teóricos, basados en formas y estructuras geométricas, normalmente monolíneas. Se emplean deliberadamente las mismas curvas y líneas en tantas letras como sea posible, la diferencia entre las letras es mínima. Las mayúsculas son el retorno de antiguas formas griegas y fenicias.

**Tono**

Matiz o croma es el atributo que diferencia el color y por la cual designamos los colores: verde, violeta, anaranjado.

**Saturación**

Es la intensidad cromática o pureza de un color.

**Significado**

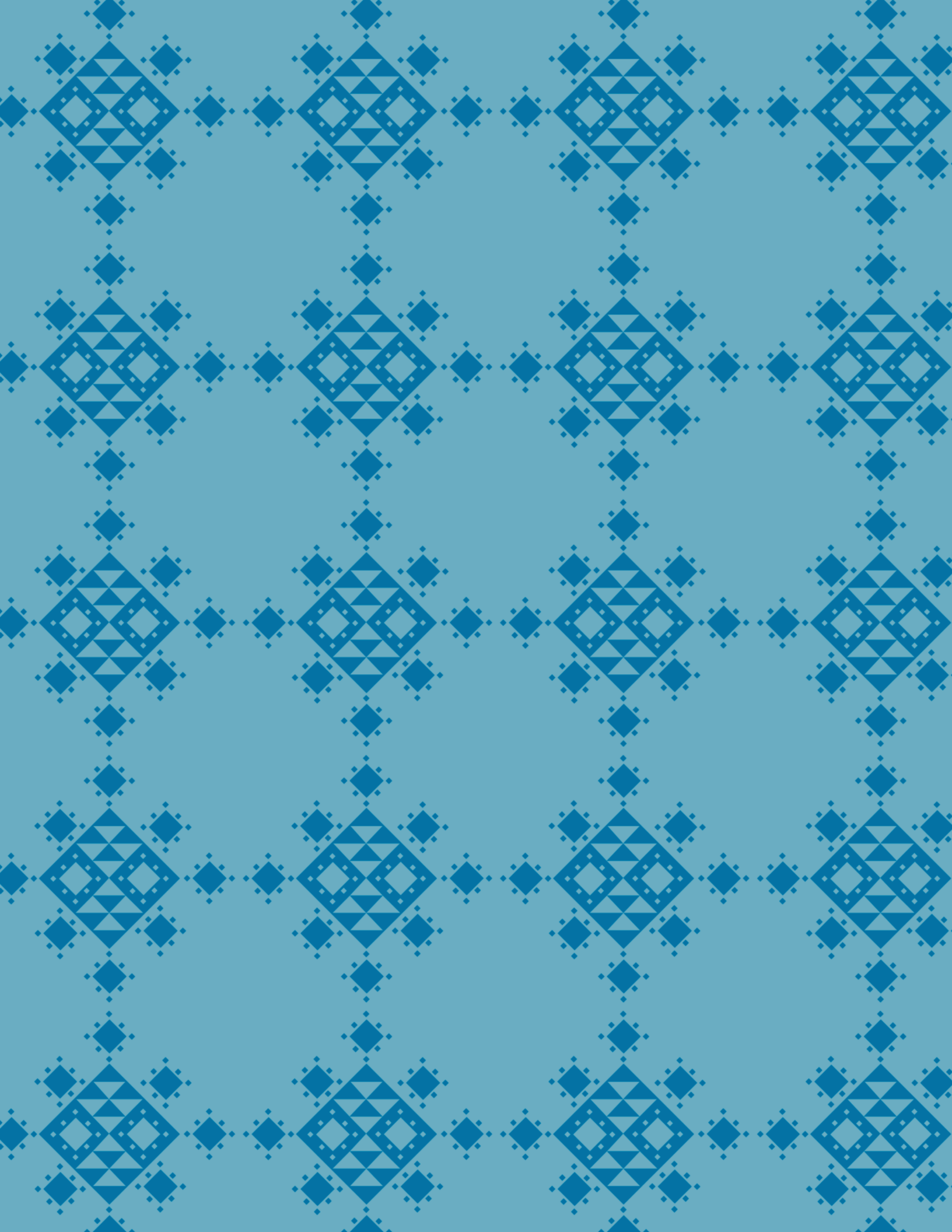
Todo diseño conlleva conciente o subconscientemente un significado o mensaje.

**Signos icónicos**

Funcionan de acuerdo con el principio de semejanza y en él pueden incluirse toda clase de imágenes, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas.

**Video digital**

Sucesión de imágenes que, al pasar rápido ante nuestros ojos, dan sensación de movimiento. El ojo humano distingue unas 20 imágenes por segundo. Si se muestran más de esa cantidad, se crea la ilusión de imagen en movimiento.





**Anexos**



Localidad: Santiago Zamora, San Antonio AguasCalientes  
Antigua Guatemala, Guatemala.

Informante: Observación directa  
Miércoles 27 de agosto, 2009.

**Plan Infinito Jornada Diurna  
(Conducta y actitudes de los alumnos)**

Durante este día, en horario comprendido de las 9:00 a las 12:00 hrs., se realizó período de observación a todos los alumnos que asisten a Plan Infinito; los cuales comprenden a las edades de los 8 a 11 años de edad. Estas personas están divididas en grupos de acuerdo los grados de nivel primario en que estudian. En el grupo de los alumnos de cuarto primaria se observó que siguen atentamente instrucciones por parte de sus maestros, trabajan con actitud de servicio y compañerismo, son colaboradores, manifiestan interés por el aprendizaje, en ocasiones se distraen por platicar con sus compañeros, son educados, falta más orden y ubicación para su área de trabajo. Los alumnos de quinto primaria trabajan con orden y limpieza, son educados y respetuosos, tienden a compartir según afinidad dentro del grupo, utilizan tiempo para conversar respecto a situaciones de su diario vivir y asisten periódicamente. Los alumnos de sexto primaria son más responsables, se interesan por aprender más allá del conocimiento que les brindan sus maestros, comparten con sus compañeros, trabajan de forma más ordenada y en silencio, cuidan y aplican el orden en su área de trabajo, buscan la superación personal día a día y hay menos deserción de aprendizaje.

C.L.

Localidad: Santiago Zamora, San Antonio AguasCalientes  
Antigua Guatemala, Guatemala.

Informante: Observación directa  
Miércoles 27 de agosto, 2009.

**Plan Infinito Jornada Vespertina  
(Conducta y actitudes de los alumnos)**

Luego, en horario comprendido de las 14:00 a las 16:00 hrs., se realizó período de observación a todos los alumnos que asisten a Plan Infinito; los cuales comprenden a las edades de los 8 a 15 años de edad. Estas personas están divididas en grupos según las actividades que se llevan a cabo. A las 2:00 asisten los niños de 8 a 12 años a las clases de natación. Estos alumnos son inquietos, responsables, ordenados y disciplinados debido a que la oportunidad de asistir a estas clases de natación es poca por el medio de transporte y la distancia en la que queda el parque acuático. Estos alumnos dedican el tiempo a practicar el deporte en el horario establecido, durante el trayecto ensayan canciones en inglés para practicar el idioma.

Son alumnos alegres, en ocasiones discuten por la diferencia de edad e intereses.

C.L.



## Fichas de Observación

Los datos obtenidos en las siguientes fichas de observación, fueron recaudados durante la visita realizada a "Plan Infinito" el día miércoles 27 de agosto de 2009 en diversos horarios según las clases impartidas.

Durante los periodos que no hubo clases se recorrió el lugar para conocer más sobre sus habitantes, de las edades restantes mencionadas en la división del grupo objetivo.

El material fotográfico capturado durante las observaciones fue utilizado como parte de la diagramación del presente documento. Otras fueron proporcionadas por Asociación CasaSito.

Localidad: Santiago Zamora, San Antonio AguasCalientes  
Antigua Guatemala, Guatemala.

Informante: Observación directa  
Miércoles 27 de agosto, 2009.

### Plan Infinito Jornada Nocturna (Conducta y actitudes de los alumnos)

En el horario de 18:00 a 20:00 hrs. asisten diversos grupos, según la actividad que se desempeña. Debido a la carencia de maestros y tiempo, se designa el cuidado y atención de los grupos a alumnos que tienen mayoría de edad. A las 18:00 hrs. se imparte el curso de dibujo y pintura, al cual llegan niños de 8 a 12 años de edad, son niños que tienen el deseo de desarrollar habilidades artísticas y son cuidadosos con los materiales que utilizan. Durante el mismo horario, el maestro Chris atiende a los más pequeños, niños de 6 a 7 años de edad que llegan con entusiasmo a recibir lecciones de inglés, estos alumnos son de escasos recursos y muchos de ellos dejan de asistir a las lecciones. Durante todo el horario permanece abierta la pequeña biblioteca para que los niños de la región puedan llegar a hacer tareas, consultar enciclopedias, leer libros o utilizar la computadora.

En general la asistencia es notoria, todos los alumnos tienen bastante afecto por Plan Infinito pues comentan sobre los logros y desarrollo que han alcanzado durante este tiempo.

C.L.

Imagen Institucional Plan Infinito Santiago Zamora, Asociación CasaSito


http://www.e-encuesta.com/answer.do?testid=n514vd2FJUw=&uid=PREVIEW&uid2=PREVIEW&chk=1

Most Visited - Getting Started Latest Headlines > Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia News - Popular -

Gmail - [E-ENCUESTA TEST] EN... Imagen Institucional Plan Infini... +

### Imagen Institucional Plan Infinito Santiago Zamora, Asociación CasaSito

1. ¿Considera usted que el logotipo tiene relación directa con la Institución? (\*)



**PLAN INFINITO**  
Santiago Zamora

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

2. ¿Piensa que la línea gráfica de todas las piezas se adecua al concepto de diseño? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

3. ¿Le parece adecuada la proporción del logotipo con respecto al espacio en el que está ubicado dentro de las piezas gráficas? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

Done

Imagen Institucional Plan Infinito Santiago Zamora, Asociación CasaSito

http://www.e-encuesta.com/answer.do?testid=n514vd2FJUw=&uid=PREVIEW&uid2=PREVIEW&chk=1

Most Visited - Getting Started Latest Headlines > Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia News - Popular -

Gmail - [E-ENCUESTA TEST] EN... Imagen Institucional Plan Infini... +

4. ¿La tipografía posee el tamaño y legibilidad adecuada dentro de cada una de las piezas gráficas? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

5. ¿Considera que las imágenes utilizadas para el material informativo tienen adecuada relación con el concepto de diseño? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

6. ¿Es la diagramación de cada pieza gráfica adecuada para organizar la información? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

7. ¿Es el tamaño de cada pieza adecuado?

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

Done

## Encuesta para validación

La siguiente encuesta fue desarrollada en el sitio [www.e-encuesta.com](http://www.e-encuesta.com) para optimizar recursos en el proceso de validación. Cada una de las preguntas redactadas fueron previamente revisadas por el Asesor de Proyecto de Graduación Lic. Víctor Pacheco.

A la vez, se pueden visualizar los resultados generados por el mismo sitio web.

Imagen Institucional Plan Infinito Santiago Zamora, Asociación CasaSito

http://www.e-encuesta.com/answer.do?testid=n514vd2fjUw=&uid=PREVIEW&uid2=PREVIEW&chk=1

Most Visited - Getting Started - Latest Headlines - Apple - Yahoo! - Google Maps - YouTube - Wikipedia - News - Popular -

Gmail - [E-ENCUESTA TEST] EN... - Imagen Institucional Plan Infinito... - Otro (por favor, especifique)

Otro (por favor, especifique)

8. ¿Logra el material informativo comunicarle la información necesaria acerca de la Institución? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

Otro (por favor, especifique)

9. ¿Considera que la información presentada en el video institucional transmite el contenido suficiente sobre la Institución? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

Otro (por favor, especifique)

Otro (por favor, especifique)

10. ¿Tiene el video institucional adecuada relación con la línea gráfica de la Imagen Institucional? (\*)

Siempre

Algunas veces

Nunca

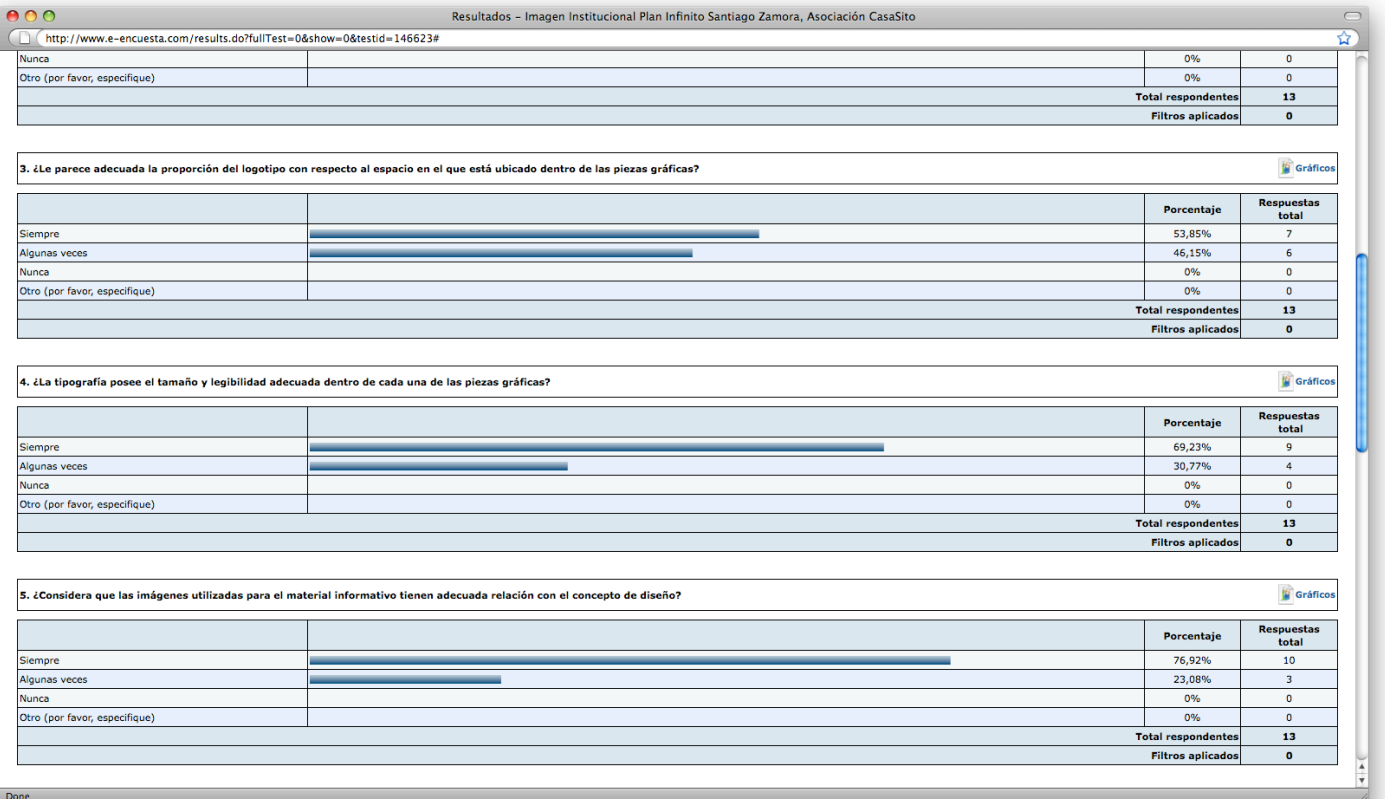
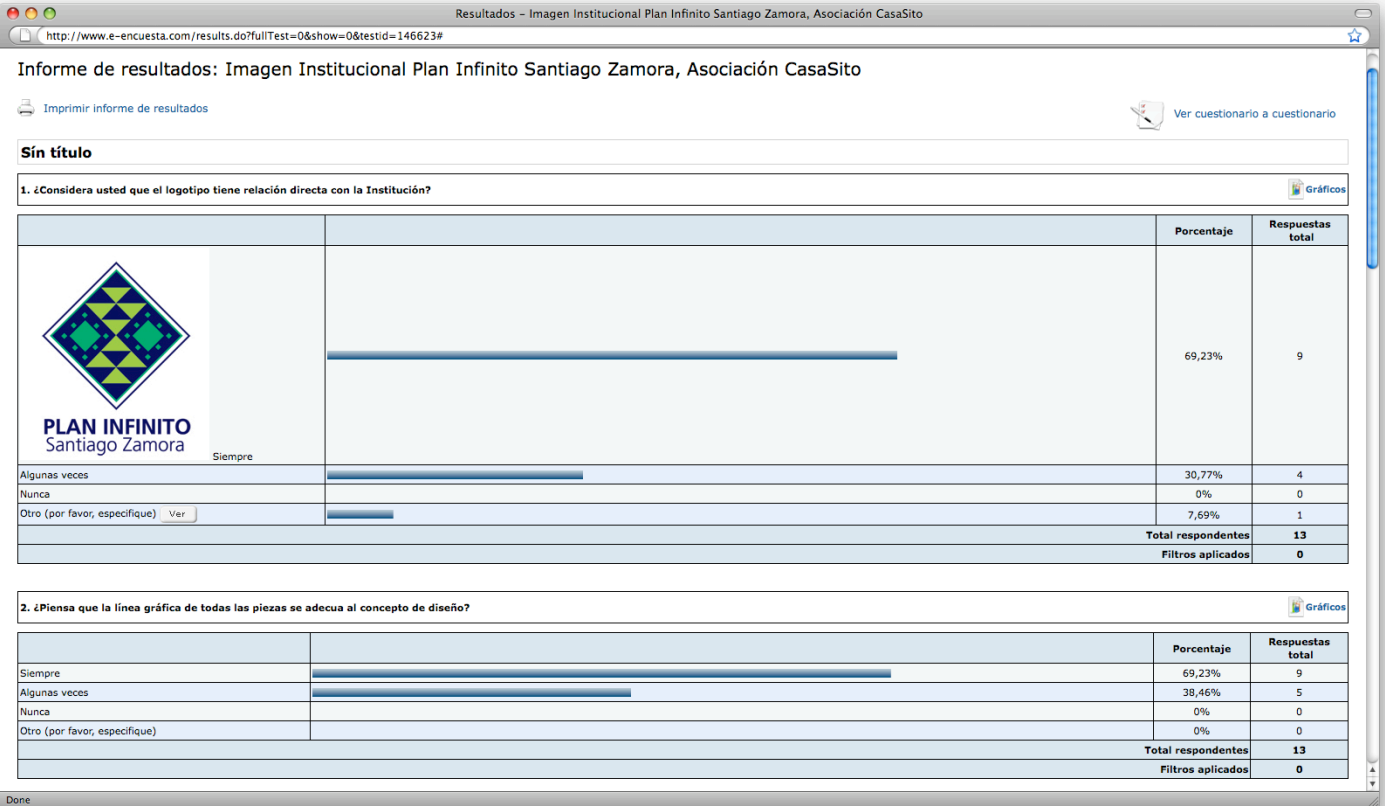
Otro (por favor, especifique)

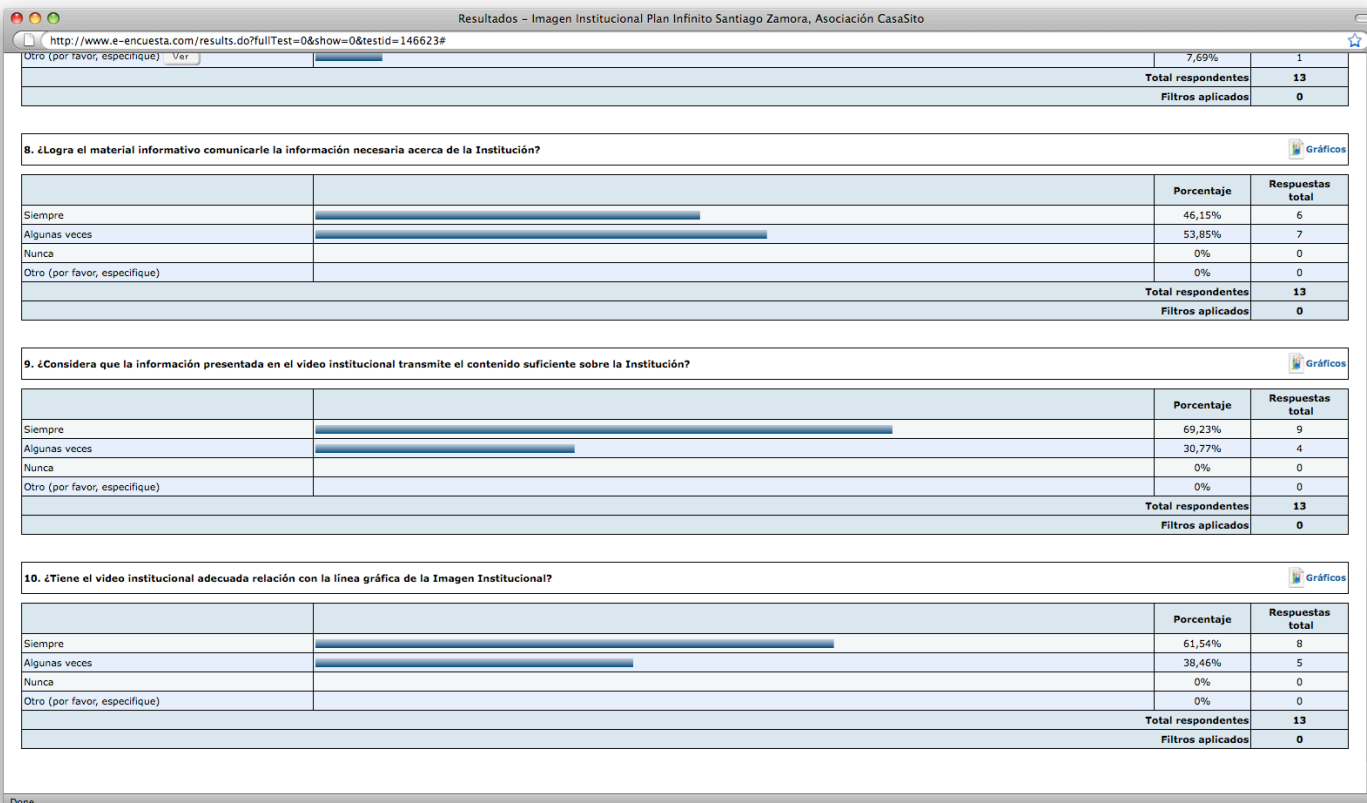
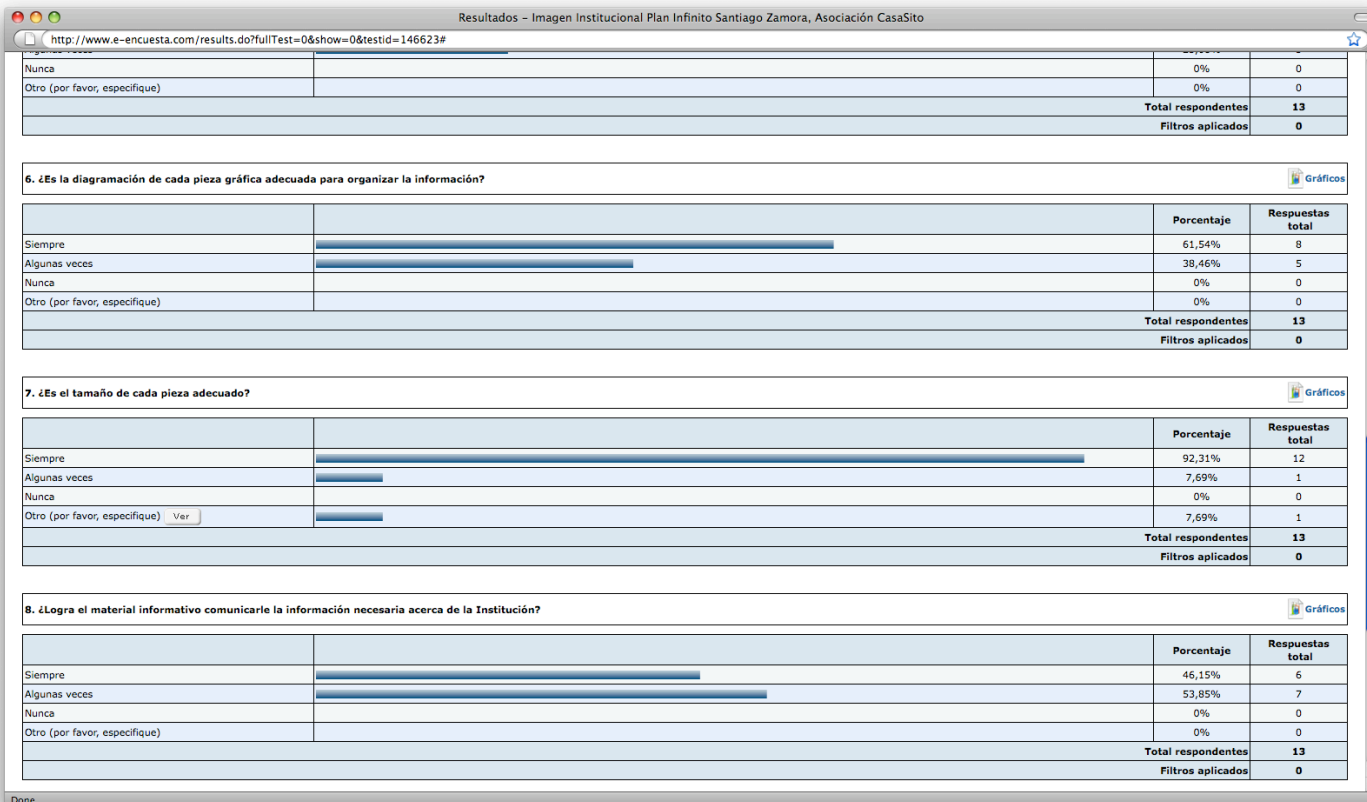
Otro (por favor, especifique)

[Fin](#)

Powered by e-encuesta

Done





**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Facultad de Arquitectura**  
**Escuela de Diseño Gráfico**  
**Ejercicio Profesional Supervisado**  
**Multimedia**  
**Título del Proyecto: Plan Infinito, Imagen Institucional para**  
**proyecto Plan Infinito Santiago Zamora, Asociación CasaSito.**  
**Octubre de 2009**



Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

No. de Cédula: \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Se le presentarán una serie de piezas relacionadas a la propuesta de Imagen Institucional, obsérvelas y responda las siguientes preguntas marcando con una X dentro del área asignada.

	Muy bueno	Bueno	Regular
1. ¿Considera usted que el logotipo tiene relación directa con la Institución?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿Piensa que la línea gráfica de todas las piezas se adecua al concepto de diseño?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Le parece adecuada la proporción del logotipo con respecto al espacio en el que está ubicado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ¿La tipografía (tipo de letra) posee el tamaño y legibilidad adecuada dentro de cada una de las piezas gráficas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Piensa que los colores utilizados están aplicados correctamente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿Cómo considera la relación que tienen de las imágenes utilizadas para el material con el concepto de diseño?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Es la diagramación de cada pieza gráfica adecuada para organizar la información?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Es el tamaño de cada pieza adecuado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ¿Logra el material informativo comunicarle la información necesaria acerca de la Institución?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ¿Considera que la información presentada en el video institucional transmite el contenido suficiente sobre la Institución?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ¿Tiene el video institucional adecuada relación con la línea gráfica de la Imagen Institucional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**OBSERVACIONES**





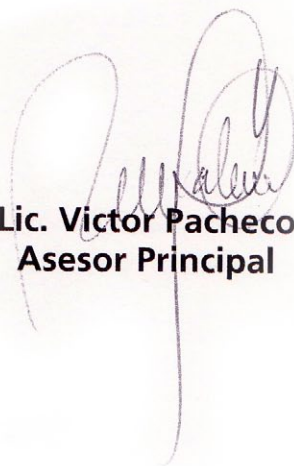
**(“IMAGEN INSTITUCIONAL PARA EL PROYECTO PLAN INFINITO SANTIAGO  
ZAMORA DE LA ASOCIACIÓN CASASITO / Tesis”)**

# **IMPRÍMASE**

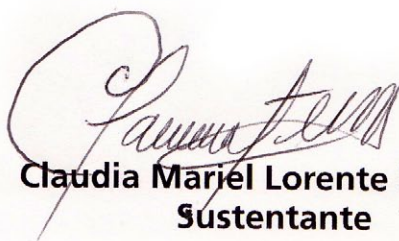
**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**  
**Decano Facultad de Arquitectura**  
**USAC**



**Lic. Victor Pacheco**  
**Asesor Principal**



**Claudia Mariel Lorente Morales**  
**Sustentante**