

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



# LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN GUATEMALA



Proyecto de Graduación presentado por  
Candy Vidalia Borraro Ruano  
Para optar al Título de  
Licenciada en Diseño Gráfico  
Guatemala, mayo de 2013

Ver no es creer, sino interpretar.  
Las imágenes visuales tienen éxito o  
fracasan  
en la medida en que podemos  
interpretarlas  
satisfactoriamente

Nicolás Mirzoeff

## NÓMINA DE AUTORIDADES

### JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón 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

### EXAMINADORES

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano

Lic. José Francisco Chang  
Asesor Metodológico

Lic. Fernando Fuentes  
Asesor Gráfico-Creativo (EPS)

Lic. Marco Antonio Morales  
Asesor Especialista

Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Secretario



CD Interactivo-Didáctico para la formación de la  
Responsabilidad Social de los Diseñadores Gráficos

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL  
DEL DISEÑADOR GRÁFICO Y SU INFLUENCIA EN LA  
SOCIEDAD  
A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN GUATEMALA



# ÍNDICE

Dedicatoria .....	9
Agradecimientos .....	11
Presentación .....	13
CAPÍTULO 1	
Introducción	
Antecedentes .....	17
Problema	
Justificación	
Magnitud .....	18
Trascendencia	
Vulnerabilidad .....	19
Factibilidad .....	20
Objetivos	
Objetivo General	
Objetivos Específicos .....	21
CAPÍTULO 2	
Perfil de la Organización y Grupo Objetivo	
Perfil de la Organización .....	25
Grupo Objetivo del Proyecto	
Clasificación Geográfica	
Clasificación Demográfica .....	26
Caracterización .....	27
Cultura Visual .....	28
CAPÍTULO 3	
Conceptos Fundamentales relacionados con el tema	
Diseño Gráfico a través de la historia .....	31
Diseño Gráfico	
Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala .....	33
Responsabilidad Social .....	34
El Diseño en el ámbito social .....	35
Impacto del Diseño Gráfico en el Público .....	36
Los métodos del Diseño .....	37
Sociología	
Psicología	
Antropología .....	38
Ciencias Educativas	
Marketing .....	39
La Responsabilidad del diseñador gráfico	
Responsabilidad Profesional	
- Mensajes detectables y discriminables	
- Mensajes atractivos .....	40
- Mensajes comprensibles	
- Mensajes convincentes	
Responsabilidad Ética .....	41
Responsabilidad Social .....	42
Responsabilidad Cultural .....	43
Perfil del diseñador gráfico .....	44
Propuestas de transformación a través del diseño	
Desarrollo Social .....	46
Desarrollo Económico	
Desarrollo Ambiental .....	47
Conceptos de diseño relacionados con el tema	
CD Interactivo .....	48
Facebook	
Mail .....	49

Vinculación de conceptos investigados con el desarrollo del Proyecto	
¿Por qué la Responsabilidad Social del Diseñador Gráfico demanda el uso de un CD Interactivo? .....	50
Establecimiento de estrategia de Comunicación	
Selección de Medios	
Táctica de Medios .....	51
Cronograma y Responsables .....	52
Concepto Creativo	
Mapas Mentales .....	53
Mapa Mental .....	54
Racionalización de las Propuestas Conceptuales	
a. Sabiduría	
b. Filosofía .....	56
c. Arte .....	57
Desarrollo de Propuestas de Diseño	
- Primer Nivel de Visualización Concepto Sabiduría .....	58
Bocetos Iniciales .....	59
- Primer Nivel de Visualización Concepto Filosofía .....	60
Bocetos Iniciales .....	61
- Primer Nivel de Visualización Concepto Arte .....	62
Bocetos Iniciales .....	63
Autoevaluación .....	64
Segundo Nivel de Visualización .....	66
Resultados .....	69
Tercer Nivel de Visualización .....	70
Desarrollo de Piezas clave para la estrategia .....	71
Comprobación de la Eficacia	
Grupo Focal .....	75
Entrevista	
Encuesta .....	76
Procedimiento y Desarrollo .....	78
Resultados .....	79
Conclusiones .....	84
Estrategia de comunicación	
Afiches	
Facebook ADD	
Mailing .....	85
Piezas Gráficas .....	86
Fundamentación de la Propuesta	
Gráfica Final .....	89
El Color	
La Tipografía .....	90
Las Imágenes .....	91
Conclusiones .....	95
Recomendaciones	
Recomendaciones Generales .....	99
Recomendaciones Específicas a la Escuela de Diseño Gráfico .....	100
Referencias Bibliográficas .....	103
Glosario .....	107



## DEDICATORIA

*A Dios, el Diseñador más grande de todos los tiempos, por permitirme llegar hasta aquí y haberme acompañado a cada paso para llegar a esta meta.*



## AGRADECIMIENTOS

### ***A Dios:***

Por estar conmigo a cada paso y permitirme alcanzar una meta más en mi vida.

### ***A mis Padres:***

Por todos sus esfuerzos y el apoyo que me han brindado todo el tiempo, por toda su paciencia y amor a lo largo de toda mi vida.

### ***A mis hermanos:***

Por su apoyo, compañía y consejos a través de todo este tiempo.

### ***A mi familia:***

A mis tíos, tías, primos y primas, que de alguna manera contribuyeron para poder alcanzar esta meta en mi vida.

### ***Agradecimientos especiales a:***

- Dr. Francisco R. Bobadilla Palomo
- Lic. Florencio Ovalle López

Por su apoyo incondicional en todo momento.

Y a todas aquellas personas que estuvieron en cada momento de esta etapa de mi vida y que con su cariño, apoyo y comprensión, formaron parte importante para el logro de esta meta.



## PRESENTACIÓN

Uno de los fines de la Escuela de Diseño Gráfico de FARUSAC es el de preparar profesionales con demostrada capacidad técnica y altos valores éticos, que tengan la capacidad de dar respuestas eficientes a los problemas de comunicación social del país.

En este proyecto académico se desarrolla un material didáctico que abarca enfoques y contenidos de la carrera, para apoyar tanto al docente como al estudiante de la carrera de diseño gráfico y para que sea de fácil manejo para ambos.

En el programa de estudios de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala existen deficiencias, como la falta de información y de material didáctico que refuerce aspectos técnicos y educativos para el desarrollo de la profesión. Los cursos con contenido de enfoque social deben ser reforzados a través de documentos que coadyuven al estudiante en el proceso final de su propia formación.

Los aspectos y datos técnicos de cursos con contenido de enfoque social pueden ser complementados con actividades y documentos que guíen al estudiante.

El contenido de este proyecto se encuentra dividido en cuatro capítulos, siendo estos: a) Capítulo I, que abarca todos los antecedentes del problema y los objetivos de la realización del material; b) Capítulo II, define el perfil de la organización y del grupo objetivo; c) Capítulo III, todos los conceptos fundamentales relacionados con el desarrollo del tema y propuestas gráficas para la solución del problema, y por último d) Capítulo IV, que corresponde a la comprobación de la eficacia y la propuesta final.



# Capítulo I

Introducción







# Introducción

## Antecedentes

La Escuela de Diseño Gráfico se funda en 1987 y se establece sobre tres aspectos básicos: a) la preparación de recursos humanos acorde a la demanda de desarrollo nacional, b) ampliación de opciones en la educación superior, y c) dotar al estudiante de una sólida formación técnica para dar respuesta de Diseño Gráfico a las necesidades de comunicación social del país y al mismo tiempo establecer la responsabilidad del estudiante de derivar todas sus acciones en función de la filosofía, principios y objetivos orientados a obtener el bien de la sociedad, como lo establece la Universidad de San Carlos. Con base en estos principios, la escuela adopta el concepto de responsabilidad social.

El concepto de responsabilidad social como tal, se forma a partir de los años 80 con la globalización en proceso, crea un nuevo modelo de intervención que requiere que las empresas se involucren y renueven con el fin de promover el beneficio social y propio. Con el fin de generar un impacto positivo en las áreas en que se desenvuelve, contribuye al desarrollo sostenible para la sociedad. ([www.centrase.org](http://www.centrase.org), s.f.)

Con este nuevo modelo, cada empresa debe adoptar posiciones de moral y ética de incuestionable apego a la ley, con las cuales se hace responsable del entorno de su producción.

Así, las comunicaciones avanzan a pasos agigantados, cambiando la dinámica de la interacción social y de los movimientos económicos, por lo que el diseñador gráfico adquiere mayor importancia en el desarrollo social. Por ello surge la imperiosa necesidad de formar diseñadores que tengan conocimiento del contexto social en el que viven y se desarrollan, de los avances tecnológicos y que estén capacitados para dar solución a los problemas comunicacionales visuales y con esto llegar adecuadamente a la sociedad.

## Problema

El programa educativo carece de material didáctico que se ajuste a las necesidades y requisitos del programa bajo el que fue instituido, y que oriente hacia el desempeño en las funciones sociales del trabajo del diseñador egresado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por lo que se requiere un documento de fácil acceso y manejo que cubra estos aspectos para el desarrollo de la profesión y para la contribución al desarrollo social.

## Justificación

### Magnitud

El programa de Diseño Gráfico tiene por objetivo la formación sólida, técnica y humanística de profesionales que pueden adaptarse a los constantes avances tecnológicos y que tienen la capacidad de cumplir con las necesidades de comunicación social que requiere el país. Para cumplir con dicho programa se requiere el refuerzo de notables aspectos educativos.

El presente proyecto tiene como objetivo el grupo de estudiantes en proceso de formación y catedráticos de la Escuela de Diseño Gráfico y al Departamento de Comunicación y relaciones públicas de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos (FARUSAC), poniendo la información a disposición de un aproximado de 1,200 estudiantes y 40 catedráticos que conforman esta escuela, que contribuirá a la formación del estudiante y colaborará en el proceso educativo impartido por el catedrático.

## Trascendencia

A través de este proyecto se colocará en las manos del estudiante información de gran importancia para el desarrollo de las comunicaciones visuales, tanto técnicas como de responsabilidad, mejorías en información y diseño destinados a la mejora en la calidad de vida; a través de este conjunto de conocimientos se crea el perfil de un diseñador gráfico al servicio de la sociedad que debe convertirse en un promotor de soluciones, que necesita identificar y proponer acciones para solventar ciertas situaciones de índole social, y que contribuye al desarrollo y mejora en el sistema de vida de todas aquellas personas a quienes vaya dirigida la comunicación.

## Vulnerabilidad

Al no dársele la importancia suficiente al tema, se pierden los objetivos sobre los que fue fundamentada la profesión del diseñador gráfico, y se está perdiendo una de las principales razones de ser de la carrera, dejando olvidados los ideales de ayuda al desarrollo social, en el que puede y logra incidir para cambios en la sociedad proponiendo mejores sistemas de vida.

La importancia del proyecto consiste en reencaminar los propósitos básicos con que fue estructurado el programa de diseño gráfico, en manifestar el grado de importancia que tiene el correcto desarrollo de la profesión, y en promover el desarrollo del profesional como impulsor de soluciones, haciéndole ver que el diseño tiene impacto en las conductas de las personas y que contribuye a el desarrollo social y mejoras en el sistema de vida. El diseñador como profesional crea propuestas para soluciones de índole social, a través de una correcta formación técnica y con base en la responsabilidad social.

## Factibilidad

El proyecto está basado en los perfiles y estándares establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala y los ideales que fueron puestos sobre la carrera de Diseño Gráfico, ya que a través de este proyecto se reavivan los objetivos de la carrera. Este proyecto es de carácter educativo y servirá de complemento para la formación integral del estudiante y para facilitar el acceso a la información.

Este material didáctico está a disposición de cualquier estudiante o catedrático que necesite de él, se colocará en sistemas de fácil acceso por medio de enlaces electrónicos o será facilitado por la propia Escuela para quien desee adquirirlo.

## Objetivos

### Objetivo General

Diseñar material didáctico para el estudiante de diseño gráfico en el que se refuercen puntos básicos y técnicos de la profesión, que sirvan de complemento en las materias de índole social del pñsum académico y así contribuir al desarrollo sostenible de Guatemala.

### Objetivos Específicos

- Crear un CD Interactivo que refuerce información básica para el desarrollo de material visual, que se enfoque en la comunicación social.
- Facilitar la información a los usuarios de dicho material y brindar puntos de partida para el desarrollo profesional de los proyectos.
- Instruir a los estudiantes de diseño gráfico sobre el diseño para el desarrollo sostenible, siendo beneficiados un aproximado de 1,200 estudiantes.



# Capítulo 2

Perfil de la Organización  
y del Grupo Objetivo







## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala busca promover el desarrollo individual y colectivo de la sociedad en general, y por todos los medios, la investigación y cooperación al estudio y solución de los problemas nacionales. La misma da la oportunidad de elegir entre diversidad de carreras de licenciatura y técnicos, ofreciendo una formación académica sólida y orientada a la solución de problemas a los que se enfrenta la sociedad guatemalteca.

En la Facultad de Arquitectura, a partir de 1987, se crea la especialidad de técnico en Diseño Gráfico, “en la que está implícita la responsabilidad del estudiante de derivar todas sus acciones en función de la filosofía, principios y objetivos orientados a obtener el bien de la sociedad, como lo establece la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

Entre los objetivos del programa de Diseño Gráfico está, entre los puntos principales, la preparación de recursos humanos acordes al desarrollo social, a través de la formación técnica que cumpla con las necesidades de comunicación social y con el deseo de mejorar la vida.

## GRUPO OBJETIVO DEL PROYECTO

El proyecto está dirigido al grupo de estudiantes de Diseño Gráfico del área profesional de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La Escuela de Diseño Gráfico es parte de la Facultad de Arquitectura.

### Clasificación Geográfica

El grupo objetivo al que está dirigido corresponde a los estudiantes de la sede central que viven en la región capitalina y que residen en distintos puntos de la ciudad.

### Clasificación Demográfica

Son jóvenes estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico con los siguientes rasgos:

Edad: de 17 a los 25 años

Género: masculino y femenino

Estado Civil: solteros y casados

Ocupación: estudiantes

Grado académico: área profesional

Nivel socio económico: B+, B, B-, A-, A que corresponden al nivel medio bajo, medio, medio alto, alto bajo y alto.

Religión: Indefinida

Raza: Cualquiera

## Caracterización

El estudiante de Diseño Gráfico posee conocimientos para diseñar con estética y funcionalidad, es un comunicador con el poder de incidir en los comportamientos del público. Es poseedor de diversos conocimientos necesarios para el desempeño de la labor, desde conocimientos técnicos básicos, como lo son tipografía y colores, hasta software de diseño, entre otros. Pero más allá de estos conocimientos, también son necesarios los que corresponden a las áreas de psicología, sociología, antropología y otras, con los cuales logra un conjunto de elementos que incidirán en su poder comunicativo.

## Cultura Visual

Al hacer uso de la expresión “Cultura Visual” se busca englobar en un solo concepto todas las expresiones visuales, de cualquier tipo y que han marcado de manera relevante nuestra cultura. En estas se abarcan las categorías de la historia del arte como lo son la pintura y la escultura, entre otras, y en el campo de el diseño grafico es posible agregar la fotografía, el cine, la publicidad, el grafiti, etc.

La cultura visual busca centrar la imagen como objeto de estudio y como fuente de información, a través de ella se conoce la evolución de la cultura artístico-visual. A partir de la invención de la imprenta, por su reproductibilidad y difusión de imágenes y textos, la globalización de la cultura visual se abre a nuevas perspectivas ofrecidas por las nuevas tecnologías.

El grupo al que se dirige este trabajo está conformado por jóvenes estudiantes de diseño gráfico, que mantienen una actitud de crítica visual desde la que espera tener contacto con propuestas innovadoras y creativas. Los canales de comunicación en los que se manejan corresponden a la era de la tecnología, donde las redes sociales como Facebook y Twitter, entre otras, forman parte de sus vidas cotidianas, y en cuanto a videos la red más común que existe es Youtube. Para este grupo objetivo es como uno de los principales motores de comunicación.

La mayoría de estudiantes han convertido estos medios en una forma de comunicación primordial, ya que acostumbra a comunicarse por esta clase de redes, que se ha convertido en uno de los medios más inmediatos y efectivos de comunicación.

# Capítulo 3

Conceptos Fundamentales





# Conceptos Fundamentales

## Conceptos Relacionados con el tema

### Diseño Gráfico a través de la historia

A través de la historia, se aprecian las obras creadas por las manos de los hombres. Al arte se le puede llevar por varios caminos, entre ellos, el propósito de decorar y el deseo de expresarse. En ese afán por la decoración aparecen objetos desde la prehistoria, desde el tallar figuras hasta las pinturas y todas son magníficas obras de arte.

Más esencial y antiguo que el deseo de decorar es el de expresarse, manifestar los sentimientos, decirlo no sólo con palabras, sino con cualquier otro modo, a través de la vista, y todo esto para comunicar a los demás. A través del arte se conoce un poco de las civilizaciones de esos períodos de la historia que aun son un misterio y por las etapas históricas se ha ido conociendo su desarrollo. Pero a partir de este punto, el arte ya se convierte en un medio de comunicación, a través de los siglos.

En la historia del Diseño Gráfico como tal, no se tiene una fecha exacta de inicio y se marca como relevante la escuela de Bauhaus y la de Ulm.

La Escuela de Bauhaus incluía en su educación los aspectos de: manual-artesanal, gráfico-pictórico y científico-tecnológico, y se convirtió en un fundador del movimiento del diseño. Bauhaus estructuró y mejoró en relación al Diseño Gráfico en aspectos como la tipografía, fotografía y las composiciones en diseño. El sistema de valores fue adoptado por la educación en Norteamérica para los diseñadores, ya que la mayoría de las escuelas estaban apegadas al modelo de la Bauhaus, siendo de inspiración moral y ética. Hoy estos principios dejan lugar a dudas, por su intervención en las culturas locales y en la educación; también proveyó de aspectos técnicos al diseño, aunque carecía de estimulación intelectual.

La escuela Ulm se asoció más a la empresa, a los productos, a la cultura de la civilización, se acerca más a la ciencia y la tecnología. A ellos se debe la inclusión de varias especialidades en los programas de diseño como la psicología, matemática, sociología, entre otros, que pertenecieron a los primeros programas educativos de la Ulm.

A partir de la toma de poder de Hitler en 1933 en Alemania, se disuelve la Escuela de Bauhaus. Después de la postguerra en el año 1945, el diseño vuelve a Alemania y se convierte en uno de los factores de producción; y el diseño cobra importancia en la vida social, que no poseía hasta ese momento, y se convierte por un lado en un factor de producción económica y por el otro adquiere una masividad, que influye sobre las imágenes mentales de los usuarios, trasciende al Diseño y toma en cuenta su potencia en la vida social.

El realizar un buen diseño es comprender las interacciones de contextos humanos en la comunicación. En la mayoría de cursos se encuentran grandes deficiencias del desempeño del diseño en factores sociales que afectan los ambientes de comunicación, ya que no se consideró el diseño como apoyo de la educación. (Arfuch, Chavés & Ledesma 1997)



## Diseño Gráfico

Todo tipo de producto se planifica antes de su elaboración final, en esa planificación se definen todas las características del mismo, materiales, funcionalidades, entre otros. Existen así dos áreas en las que se desenvuelve el diseño: diseño industrial, que está enfocado en el diseño de productos que son de índole funcional; y el diseño gráfico, que se utiliza para la comunicación.

Así la comunicación, visual adquiere potencia en el campo de la comunicación, influyendo tanto en aspectos sociales como culturales, dividiéndose el mismo en tres tipos funcionales que son: el publicitario, el político y el de índole social.

Todos estos aspectos influyen en el ámbito económico de una u otra manera. El trabajo que se desempeña tiene influencia social, pero para cumplir con estos propósitos el diseñador debe contar con conocimientos técnicos sólidos que lo ayuden a desempeñarse y realizar trabajos funcionales, así como también conocer la psique humana, los aspectos culturales y sociales en que se desenvolverá, tanto como la historia, el arte, tecnología, culturas, entre otras, para que su trabajo sea responsable y cumpla con las metas impuestas.

## Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala

La Universidad de San Carlos de Guatemala, con el fin de promover el desarrollo individual y colectivo, brinda la oportunidad de elegir entre diversidad de carreras que ofrecen una formación integral que se enfoca en la solución de problemas de la sociedad guatemalteca. Por ello, en el año 1987 se funda en la Facultad de Arquitectura la Escuela de Diseño Gráfico que tiene entre sus objetivos una sólida formación técnica y humanística, que conforme a los ideales universitarios está enfocada en la solución de problemas sociales a través de principios éticos y morales, y que además busca contribuir al desarrollo del país.

## Responsabilidad social

Con el fin de contribuir al desarrollo social del país, las empresas adquieren un compromiso en la mejora de sus sistemas de trabajo, que busca alcanzar el bienestar social tanto interno como externo de la empresa y el ambiente en el que se desenvuelven sus operaciones. Todos estos aspectos se definen como el desarrollo sostenible que abarca estos puntos básicos: desarrollo económico, bienestar social y en el medio ambiente.

CentraRSE define la responsabilidad empresarial como “...una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.”

Así cada empresa debe adoptar códigos de moral y ética y estar siempre apegada a la ley, con lo que se hace responsable respecto al entorno de su producción. Como propósito principal, la empresa debe ser consciente primero desde la parte interna de la empresa, para lograr también un enfoque exterior adecuado, a través de la transparencia de sus operaciones, demostrando valores éticos y cumpliendo con todos los requerimientos legales contenidos en las normas propias y específicas que rigen su propia actividad.

## El diseño en el ámbito social

El diseño forma parte importante del vivir cotidiano, en donde el Diseño Gráfico cobra una gran importancia, ya que influye en el comportamiento, conocimientos y actitudes de los grupos. El diseño debe manejarse con ética y responsabilidad. El diseñador dentro de estos parámetros puede proponer respuestas de comunicación para la solución de problemas sociales y también métodos que permitan alcanzarlos.

Más allá de una función enfocada en el mercado el diseño posee otros aspectos, que por medio de la comunicación adecuada pueden ayudar al desarrollo del país, en el enfoque económico, el desarrollo cultural y el medio ambiente, a través del sólido conocimiento en aspectos y conocimientos sobre el público.

Este tipo de comunicación social es posible, y se tienen como ejemplo algunas campañas desarrolladas en el aspecto del desarrollo económico/social, el impulsar al estudio en pro de un mejor futuro o campañas que invitan a ser parte de la solución para la mejora ambiental.

## Impacto del Diseño Gráfico en el público

El Diseño Gráfico tiene entre sus funciones las de informar, persuadir e identificar, tiene como propósito afectar conocimientos y comportamiento en las actitudes de las personas, y busca mejorar una realidad. Para ello se debe contar con sólidos conocimientos en diferentes materias y también sus valores y características dentro del ambiente donde se desenvuelve el público. Cuando se habla de publicidad de producto, se debe satisfacer las necesidades del público de la misma manera que cuando es una campaña social. Según Frascara (2008) “Una campaña comunicacional propone un cambio de actitud frente a una situación dada, debe existir un beneficio para el público que sea percibido por el público”.

La comunicación es un elemento necesario para generar cambios, pero no puede realizarlos por cuenta propia, por lo que el diseñador crea estrategias de comunicación visual que contribuyan a las acciones para alcanzar los objetivos propuestos, para llegar a la realidad deseada.

Este conjunto de propuestas desarrolladas está dirigido sobre el impacto en las actitudes, y tiene un propósito claro. El conocimiento en diversas materias ayuda en la relación con las respuestas del público y su capacidad de alcanzar el objetivo propuesto. Se debe tener definidos los objetivos, pero aquí no termina la tarea, ya que el diseñador también debe proponer métodos que permitan alcanzarlo. Según Frascara (2008) “ La mera enunciación de ideas nuevas –o supuestamente nuevas- no basta. Cuando hablamos de definir nuestra tarea en una época contra la falta de casa y de comida, debe ser claro que el hecho importante no es encontrar una definición abstracta (o literaria) sino una definición operativa, es decir, adecuada a los requerimientos de la realidad y que pueda ayudar a guiar nuestra acción con éxito”.

Todos estos elementos reunidos proveerán un mejor proyecto y deben estar reunidos en el conocimiento del diseñador, pero al mismo tiempo se debe contar con personas que estén en proyectos de esta índole.

Teniendo un completo conocimiento sobre el público al que se dirigen las campañas se logrará un mejor desarrollo contando con conocimientos como demografía, aspectos psicológicos y otros que permitan una correcta segmentación de mercados, que es una práctica que no se puede llevar a ciegas. Pero para esto es necesario contar con un público que sea sustancial, alcanzable, reactivo y medible, para que la campaña pueda alcanzar sus objetivos.

## Los Métodos del Diseño

Frascara (2008) explica que para el desarrollo de cualquier proyecto de comunicación visual es muy importante que el diseñador responsable cuente con una diversidad de conocimientos acordes al público al que se dirige el proyecto siendo estos la cultura y el ambiente, entre otros, ya que esto favorece ampliamente el proceso de comunicación con el público y contribuye a una mejor aceptación por parte del mismo, tomando en cuenta que se trata de persuadir al público y que no es posible generar cambios directos pero sí ir colocando la idea poco a poco, determinando los objetivos de hacia donde se dirige la comunicación y una metodología acorde que trabajando en conjunto alcance los objetivos propuestos. En el proceso de formación del diseñador se debe contar con una serie de conocimientos que cumplan con estos parámetros, en pro del desarrollo social, como lo son la sociología, psicología, antropología, ciencias de la educación y marketing.

## Sociología

Es la ciencia que se encarga del estudio de los fenómenos producidos por la actividad social de la humanidad y los aspectos históricos y culturales en los que se desenvuelven. Analiza causas e influencias, entre otras, que contribuyeron al desarrollo de ciertas tendencias culturales, dentro de un ámbito ambiental y de tiempo compartido. Su enfoque es el estudio de las relaciones sociales humanas.

Esta ciencia provee de herramientas necesarias para el desarrollo de los proyectos y el conocimiento de los problemas de comunicación existentes en una comunidad. También ayuda a definir el grupo al que se dirige la campaña, adaptando la información a sus aspectos sociales y culturales, para llegar a generar un cambio.

## Psicología

Es la ciencia que estudia los aspectos conductuales y comportamientos de los individuos, estudia la percepción, la atención, el funcionamiento del cerebro y todo los aspectos concernientes al comportamiento.

Este conjunto de aspectos contribuye al conocimiento del público en sus formas de conducta, conocimientos, educación y muchas otras que aportan información importante para el desarrollo de la práctica de la profesión.

## Antropología

Estudia al ser humano de una forma integral, aporta información sobre la humanidad en diversas esferas, pero formando parte de la sociedad. Abarca desde la evolución biológica, desarrollo y modos de vida de pueblos, estructuras sociales y diversidad de culturas de la humanidad. Estudia al hombre en la sociedad y culturas en las que se desenvuelve.

En la práctica del Diseño Gráfico es necesaria esta serie de conocimientos, muchas veces el diseñador gráfico no comparte esta serie de aspectos culturales, por lo que este conocimiento facilitará el desarrollo de la comunicación visual del grupo al que se encuentre dirigido.

## Ciencias Educativas

Es una serie de disciplinas que tiene como fin el estudio de distintos aspectos de la educación. Se distinguen la sociología, la economía, la antropología, la historia, la psicología, la filosofía todas enfocadas en la educación. Esta serie de conocimientos es aplicable en el área del diseño, ya que en las comunicaciones se incluyen componentes educativos que van dirigidos al público.

## Marketing

A través del marketing se pretende lograr la satisfacción del consumidor por medio de cierto producto, y que este tenga la capacidad de adquirirlo. Según Kotler (<http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing> 10-08-2012) "Marketing es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios". En el marketing se abarcan aspectos como el mercado, las ventas, estudios y posicionamiento en el mercado, convirtiéndose en una herramienta fundamental de la publicidad de productos.

El marketing también se ha visto enfocado en el aspecto social y ayuda a las campañas de bien social y es conocido como "marketing social".

# La responsabilidad del diseñador

De acuerdo con Frascara (2008), el diseñador es el encargado y el responsable de las comunicaciones visuales, de respaldar sólidamente los procesos comunicativos a través de sus conocimientos. Por ello, el diseñador debe contar con una sólida formación técnica cultural y humanística que contribuirá al correcto desarrollo de los proyectos y su aplicación en situaciones específicas, y que debe tener también presente su responsabilidad dentro de los ámbitos profesional, ético, social y cultural.

## Responsabilidad Profesional

Dentro de su formación técnica, se llega a cumplir con ciertos requisitos entre los cuales el mensaje debe ser entendible, discriminable, atractivo y convincente para que llegue de forma adecuada a su público objetivo.

### Mensajes detectables y discriminables

Los trabajos de diseño deben girar alrededor de tres ejes: estética, detección y discriminación. El conocimiento general de la profesión garantiza la creación de productos de calidad, pero no todo este conocimiento se utiliza. En algunas situaciones se le da un mal uso, como en la publicidad engañosa, y esta es una falta de responsabilidad social. Las habilidades de diseño se deben poner al servicio del cliente y al servicio del público. Estas son funciones básicas de la responsabilidad profesional, que en los problemas deben ser detectados y discriminados a partir de un diseño que sea entendible y que se ajuste a las necesidades culturales del público, así como su legibilidad y fácil entendimiento para el cumplimiento de sus funciones.

### Mensajes atractivos

El diseñador busca siempre crear mensajes atractivos basados en tres prototipos: las preferencias del cliente, las del diseñador y la moda; discriminando así al público al que se dirige la publicidad. En algunas ocasiones por la obsesión de estética se disminuye la capacidad comunicativa del diseño. El trabajo del diseñador es fundamentalmente la comunicación humana, por lo que su principal función es establecer una estructura entre el diseño y el observador; debe ocuparse tanto de lo estético como de lo funcional, ya que uno no funciona sin el otro.



## Mensajes comprensibles

El diseño se centra en la comprensión de parte del público, para lograr esto se requiere de entendimiento general de la teoría del conocimiento y entendimiento de la estructura usual del grupo al que se quiere alcanzar.

## Mensajes convincentes

Los mensajes deben convencer al público de que son confiables. Los valores del mensaje deben mantener armonía con la audiencia a la que se dirige, para ser aceptado y no verse en la falta de comprensión. El efecto que genere la comunicación depende de los factores en los que se encierra el mensaje y la credibilidad del comunicador.

## Responsabilidad Ética

En la comunicación, la ética es esencialmente el reconocimiento del receptor de la comunicación emitida como una persona y no un objeto dispuesto solo a recibir órdenes. Según Frascara (2008), “En las comunicaciones éticas uno se comunica con alguien acerca de algo: uno no comunica algo a alguien”.

En este tipo de comunicaciones es correcto hablar de productores e intérpretes sin reducirlo al papel de emisores e intérpretes; por lo que el comunicador en sus funciones debe poder comunicarse en el lenguaje del público, ya que este solo puede comprender aquello con lo que se relaciona. El tipo de comunicación ideal es donde existe la interacción, el diálogo que permite intercambios y contribuye a una mejora.

No se cumple con la comunicación ética cuando es divulgada solamente para ser aceptada sin ser interpretada. El público debe ser reconocido como personas, que tienen diferentes formas de ser, entender y sentir; por lo que el diseñador debe trabajar con en conjunto con el público y no para él y de igual manera con el cliente.

## Responsabilidad Social

En medida que el mercado crece, la economía puede destruir el hábitat humano, y este proceso no se detendrá si el diseño y la industria son actividades movidas por el mercado; por lo que el diseñador debe identificar situaciones sociales en qué trabajar.

A través de diversos campos se contribuye al desarrollo social, como facilitar información y materiales didácticos para erradicar el analfabetismo, entre otras. El diseño gráfico en la mayoría de casos se ve únicamente como la promoción de productos y servicios o propaganda política.

La invalidez como función del diseño sucede en un diseño mal realizado y poco entendible que hace a las personas inválidas del entendimiento del material que se les ofrece, siendo delicado en aspectos en los que el producto puede ser nocivo para la persona. Una tipografía mal utilizada o una instrucción mal aplicada puede poner en una mala situación al público. Así un diseño bien realizado cumple con sus objetivos.

Se considera al diseñador como solucionador de problemas, pero en realidad el diseñador no es quien soluciona problemas, más bien es quien propone una acción para erradicarlos y en la mayoría de casos el diseñador está sujeto a un comitente con determinados objetivos que están generalmente ligados a intereses económicos y políticos, frente a los cuales el diseñador no puede operar libremente.

El diseñador juega un papel como identificador de problemas y el diseño debe empezar por reconocer una necesidad. La responsabilidad social debe ser un elemento activo y se debe reconocer que tiene relevancia ayudando a posibilitar y a mejorar la vida.

Se debe reconocer que el diseño es un motor que mantiene en función el comercio, pero no se debe ignorar que también tiene otras dimensiones de la economía, donde debe utilizarse más; por ejemplo una buena señalización y una educación correcta en determinadas áreas ayudarían

a prevenir accidentes y altos costos médicos entre otras situaciones.

La responsabilidad del diseñador respecto a la eficacia del diseño no está completa con la creación del material y su publicación acorde a los deseos del cliente, sino que el diseño logre erradicar o reducir el problema, para definir que ha sido una campaña productiva y que alcanzó su meta. El objetivo del diseño es lograr un cambio en el público.

El diseño puede ser un medio para mejorar la vida, ya que el fácil acceso a la información es un derecho de la sociedad y una responsabilidad para el diseñador. Se debe identificar las necesidades y definir los modelos.

Está claro que las comunicaciones pueden promover cambios en la sociedad a través de la propuesta de acciones y del deseo en conjunto del público y en la industria para lograr mejoras. El diseñador ayudará a través de sus conocimientos cuando sea necesaria una comunicación más elaborada y de mayor alcance.

## Responsabilidad cultural

El desarrollo del diseño gráfico abarca aspectos culturales y se tiene la obligación de realmente comunicar algo. Intervienen en la vida cotidiana todas aquellas situaciones y objetos que nos rodean y que forman parte del vivir diario, porque conforman en diversos aspectos el yo de la persona, y además contribuyen a fomentar y a respetar su propio ambiente y cultura, sus costumbres y sus tradiciones.

Bernard (s.f.), citado por Frascara (2008), escribió: El diseño gráfico es una manera global de intervenir en el debate cultural que se desarrolla permanentemente en la sociedad.

## Perfil del Diseñador Gráfico

Para el correcto desarrollo de la profesión es necesario contar con profesionales que han pasado por un proceso de educación y formación adecuada que cumpla con las necesidades sociales, más allá de la promoción meramente comercial y que también contribuya al desarrollo social. El diseñador debe contar con los conocimientos suficientes para que pueda convertirse en un formador de opiniones, debe ser intuitivo y racional; debe poseer la amplia capacidad de comunicarse con el público meta y estar investido de una actitud profesional responsable.

Para llegar a todos los aspectos anteriores se debe contar con una serie de componentes educativos, entre los cuales están:

- Actitud pensante: que sea capaz de desarrollar y definir por sí mismo lo que se requiera en la actividad comunicacional y que sea capaz de desenvolverse.
- Actitud Reflexiva: que ejerza su capacidad de pensar y considerar debidamente cada situación antes de realizar alguna acción.
- Desarrollo de estrategias: que cuente con amplios conocimientos para el desarrollo de los proyectos, que pueda detectar y discriminar necesidades y la creación de soluciones para la mejora de situaciones sociales.
- Pensamiento crítico: que el diseñador realice un proceso cognitivo que analice y evalúe las estructuras que representan el mundo, la sociedad, y que a través del

conocimiento llegue a sus metas por medio de posiciones razonables y justificaciones sobre el tema.

- Responsabilidad para el público: el conocimiento de las diversas disciplinas que conforman en su totalidad los conocimientos que llevarán el correcto desarrollo de estrategias comunicacionales que contribuyan a la mejora en el nivel de vida de las personas.

- Capacidad de escuchar: el estudio de los públicos previamente al desarrollo de cualquier proyecto, la capacidad de entender aspectos culturales y sociales que contribuyan a una comunicación ética.

- Opinión y Credibilidad: que el diseñador tenga los suficientes conocimientos para defender sus propuestas en pro de la mejoría de vida, a través de sus sólidos conocimientos.

- Opinión profesional: que cuente con la dedicación, la convicción, actitudes y sinceridad en el desarrollo de su profesión.

## Propuestas de transformación a través del diseño

A través del diseño no se puede generar un cambio inmediato pero sí a través de ciertos procesos, porque generan impactos en el comportamiento de las personas y así se contribuye a mejorar la sociedad en los aspectos que abarca la responsabilidad social, es decir, se aporta al desarrollo sostenible conformado por la mejora en lo económico, social y ambiental, lo que es posible ordenar de esta manera:

### Desarrollo social

En el desarrollo social se busca la evolución o cambio positivo en las relaciones de las personas, de grupos o instituciones de una sociedad, se proyecta en el bienestar social y está ligado al desarrollo económico.

Se hace hincapié en el mejoramiento de vida de las personas y se tiene influencia sobre la población, salud y la educación.

Como comunicadores se contribuye a través de campañas que dejen por un lado el maltrato, los vicios, etc. y se proponga positivamente fomentar la educación dentro de los aspectos sociales y culturales, como las campañas de UNICEF y Amnesty, entre otros.

## Desarrollo Económico

El desarrollo económico está estrechamente ligado al desarrollo social y con él se pretende alcanzar el bienestar económico y social de los habitantes. Es una meta de la sociedad y busca el incremento de ingresos que provean a la persona una mejor forma de vida.

También los aspectos culturales como la fomentación en la educación que aspira a mejores niveles de vida, a través de un correcto trabajo, con la extensión en la economía nacional de modo que los países en vía de desarrollo lleguen a ser países desarrollados.

Esto supone que los ajustes legales e institucionales están diseñados para fomentar innovaciones y las inversiones con el fin de lograr eficiencia en la producción de bienes y servicios.

## Desarrollo ambiental

En el proceso de producción se adquiere un nuevo significado y la ecología se ve ligada al proceso de los productos, dando un ciclo ecológico a un producto sea desde su manufactura a su descarte, funcionando de medio de la acción económica.

Se debe incluir aspectos como materias primas, los productos, conversión, embalajes y todo lo relacionado con su manufactura, así como cualquier situación que afecte el ambiente.

## Conceptos de diseño relacionados con el tema

### CD Interactivo

En un CD Interactivo se presenta un contenido multimedia, como texto, imágenes y video, entre otros, y su fin es ser visto especialmente en computadoras. Es un material ideal, ya que se utiliza para educación interactiva, a través del cual se enseñan temas importantes para el público al que está dirigido.

Entre sus principales funciones está la de proporcionar información suficiente, que sea actual y útil a las personas de forma rápida y eficiente. Según algunos estudios se ha comprobado que la enseñanza interactiva bajo supervisión profesional es de gran ayuda para los estudiantes.

El contenido se realiza en software especializado y capaz de cumplir con los requisitos multimedia del proyecto. A través del CD Interactivo es posible mostrar cualquier cosa, desde imágenes hasta video, facilitándole al estudiante su comprensión.



## Facebook

Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg. Se creó originalmente como un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Ha recibido mucha atención al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social.

A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. En julio de 2010, Facebook cuenta con 500 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas. En mayo de 2011, alcanza los 600 millones de usuarios.

Su infraestructura principal está formada por una red de más de 50,000 servidores que usan distribuciones del sistema operativo GNU/Linux usando LAMP. (Wikipedia, s.f.)

## Mail

El correo electrónico es un servicio que permite enviar y recibir mensajes y toda clase de archivos de manera rápida por medio de sistemas de comunicación electrónicos. A través de este servicio no sólo se puede mandar texto, sino que también documentos digitales. Es un sistema eficiente, muy conveniente y de bajos costos y agiliza la entrega de documentos o cualquier tipo de información o documentos, reemplazando el correo normal. Para que este tipo de proceso se lleve a cabo se debe contar con una dirección de correo electrónico y esta es otorgada por el proveedor de correo.

## Vinculación de los conceptos investigados con el desarrollo del proyecto

¿Por qué la Responsabilidad Social del Diseñador Gráfico demanda el uso de un CD Interactivo?

El CD interactivo es considerado como una de las mejores formas de educación en el desarrollo del proceso educativo; se ha comprobado que bajo la supervisión de un instructor, es de gran ayuda para el estudiante y le facilita tanto a catedráticos como a estudiantes el acceso a la educación; a través del mismo se pueden enseñar diversidad de temas, ejemplos, imágenes y documentos que contribuirán y complementarán el proceso educativo, ofreciendo una calidad superior, fundamentando y reforzando las metodologías educativas y valores técnicos, entre otros.

## Establecimiento de estrategia de Comunicación

A través de las estrategias de comunicación se definen las acciones a realizar para las actividades con el público objetivo al que va dirigido el proyecto, y estas se definen a continuación:

### Selección de medios

#### Producto

a. Descripción: Es un CD interactivo educativo-documental, con el fin de proporcionar al estudiante y profesional un material que será de apoyo a la carrera. Está destinado para que todos aquellos que quieran informarse y ver un poco más acerca del tema, tengan fácil acceso a él.

#### Grupo Objetivo

- a. Estudiantado de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- b. Edades comprendidas entre 23 a los 28 años, edades promedio de los estudiantes de la carrera.

#### Publicidad

- a. A través de afiches e invitaciones para poder visualizar el material.
- b. Invitación a través de Facebook para visualizar el material.
- c. Mailing.

#### Medios

- a. Material visual, a través del CD Interactivo.
- b. Anuncio por Mailing.
- c. Afiches.
- b. Facebook.

#### Objetivo

a. Lograr que el público acceda a el material que se le muestra para difundir los datos técnicos y educativos para el estudiante.

#### Tácticas de Medios

- Afiches para invitar a ver el documental.
- Mailing.
- Anuncios de Facebook referentes al tema.

## 2.2 Cronograma y responsables

En el cronograma se definen las estrategias y las tácticas a seguir para el lanzamiento del proyecto, y facilitar al usuario el conocimiento del proyecto.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICAS	CURSO DE ACCIÓN	MEDIOS	TIEMPO	RESPONSABLE	
Generar conciencia general a los estudiantes y egresados, sobre la importancia de diseñar con conciencia social y moral, para la realización de un trabajo de manera profesional.	Informar al grupo objetivo mediante el uso de recursos web	Desarrollo CD Interactivo para apoyo didáctico al estudiante.	- Creación de CD Interactivo	CD	1 de octubre al 10 de octubre	Candy Vidalia Borrayo Ruano	
		Creación de Mailing que llegue a todos los estudiantes.	Subir anuncios a la red, para que el público tenga acceso a información.	Internet	11 de octubre al 15 de octubre	Candy Vidalia Borrayo Ruano	
	Despertar interés dentro del grupo al que va dirigido	Creación de Mailing	Diseño de Mailing	Base de datos de correo electrónicos de los estudiantes		16 de octubre al 20 de octubre	Candy Vidalia Borrayo Ruano
		Utilización de redes sociales	- Subir anuncios a Facebook	- Facebook		20 de octubre al 25 de octubre	Candy Vidalia Borrayo Ruano

## Concepto Creativo

En el concepto creativo se define la idea central del proyecto, que atrae la atención y se fija en la memoria del público. Para su desarrollo debe conceptualizarse a través de diversos métodos y utilizar el que mejor se adapte para el tema.

## Mapas Mentales

Los mapas mentales son diagramas usados para la representación de ideas y los conceptos relacionados con una palabra o una idea central. Se utiliza una estructura de fácil comprensión que relaciona gráficamente las ideas, derivando todas las ideas y conceptos que surjan de la inicial.

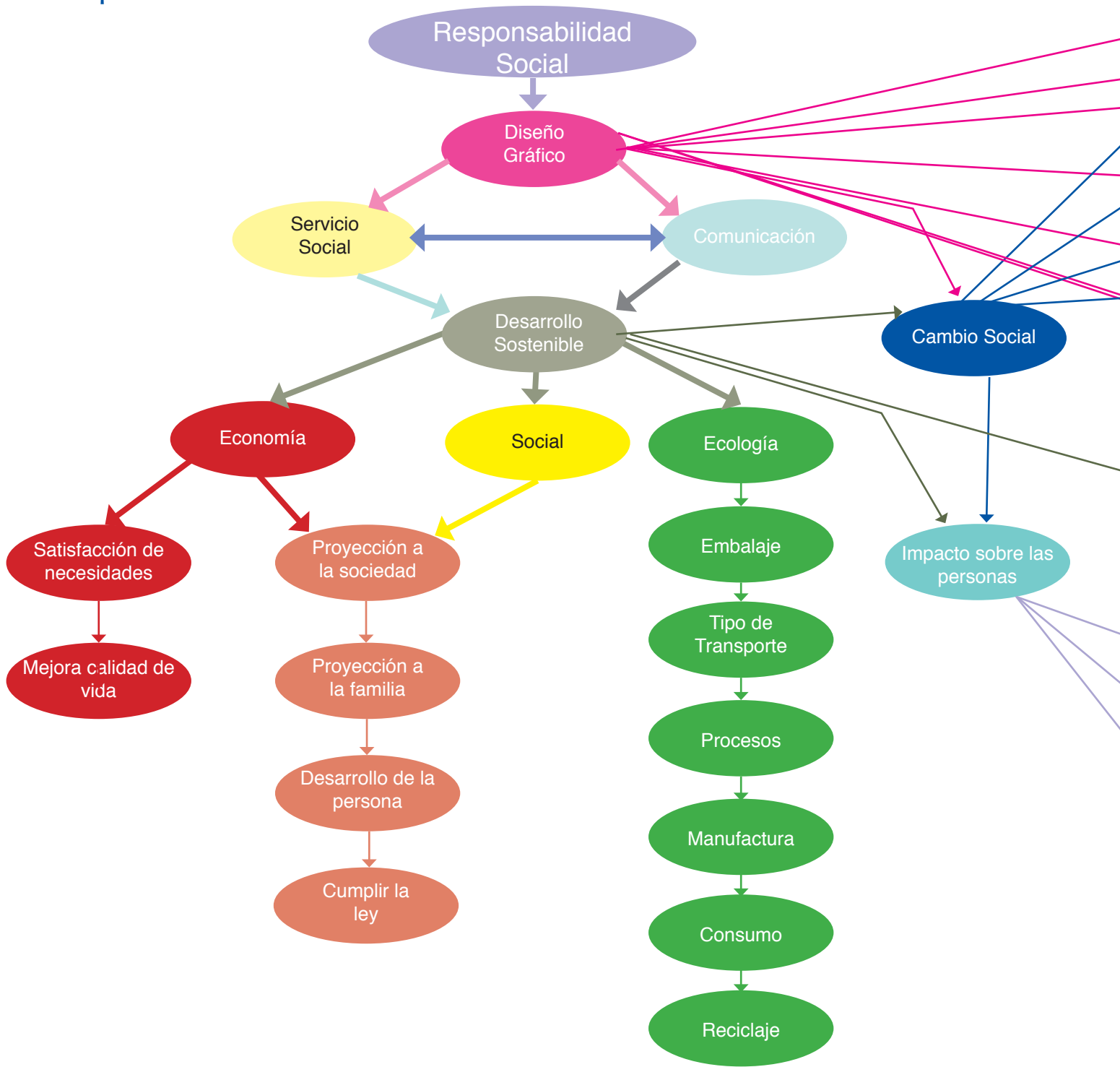
A través de estos mapas se desarrolla una red de conceptos y ayuda a generar una idea o un concepto mejor definido y establecido. Ayudan al aprendizaje y al entendimiento de conceptos y las formas en las que se relacionan entre ellos.

Los mapas conceptuales fueron desarrollados en la década de 1960 por Joseph D. Novak, profesor emérito en la Universidad de Conell, basándose en las teorías de David Ausubel del aprendizaje significativo. Según Ausubel “El factor más importante en el aprendizaje es lo que el sujeto ya conoce”. (s.f. es.wikipedia.org/wiki/Mapa\_conceptual 2012).

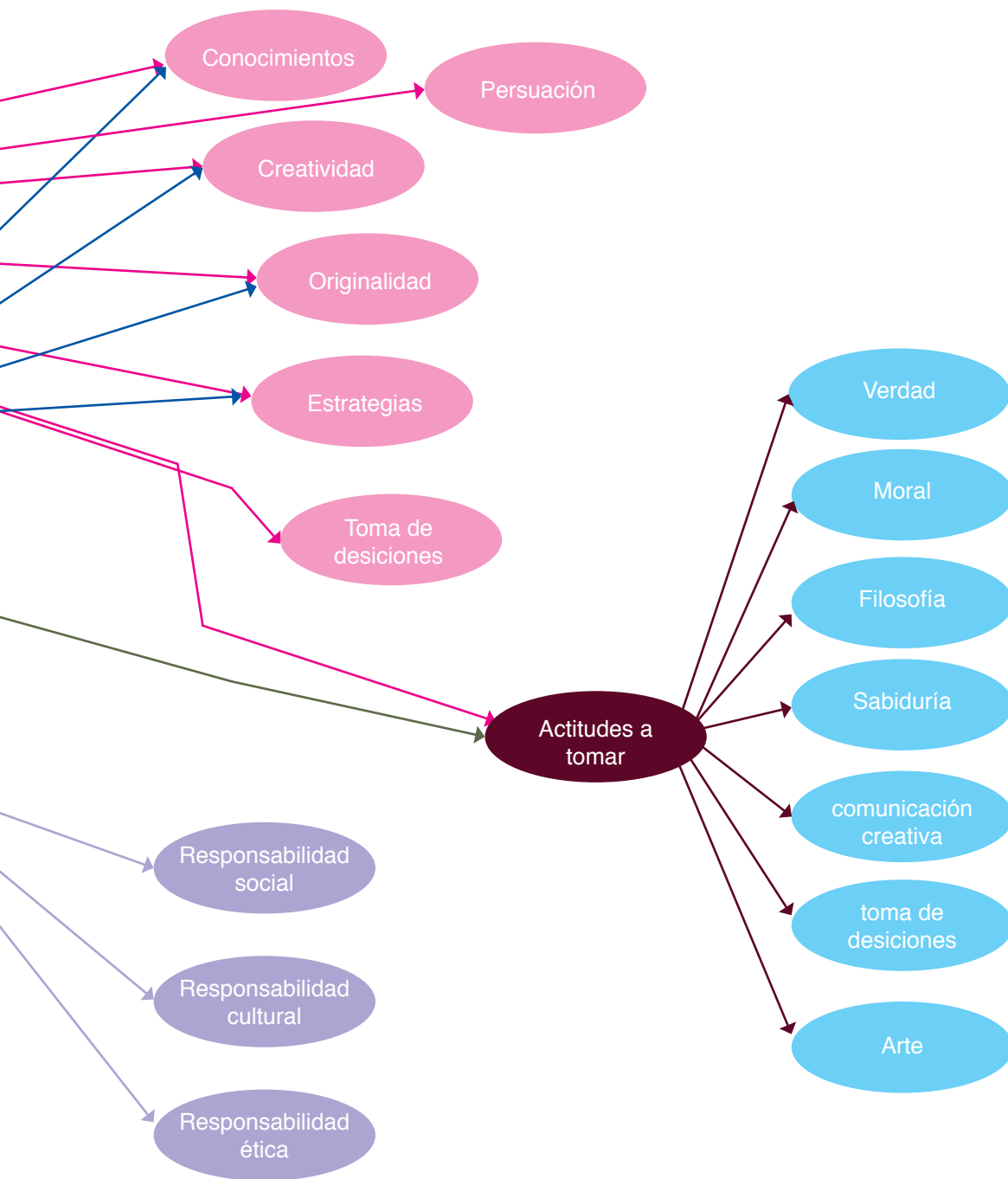
Este mapa conceptual ayuda a la generación de ideas (brainstorming), diseñando una red de ideas y pensamientos que ayuda a definir un concepto para generar ideas, al mismo tiempo ayuda a la comprensión de conceptos y a generar más ideas sobre un determinado tema. Esto ayuda a seleccionar, ordenar y conectar ideas.

“Un mapa mental consta de una palabra central o concepto, en torno a la palabra central se dibujan de 5 a 10 ideas principales que se refieren a aquella palabra. Entonces, a partir de cada una de las palabras derivadas, se dibujan a su vez de 5 a 10 ideas principales que se refieren a cada una de esas palabras. (Wikipedia, s.f.).

# Mapa Mental



Fuente: Propia



A través de los mapas mentales fueron elegidos 3 conceptos:

- Sabiduría
- Filosofía
- Arte

## Racionalización de las Propuestas Conceptuales

### a. Sabiduría

Este concepto es utilizado ya que es el resultado de la inteligencia y la experiencia que contribuyen al mayor entendimiento de ciertas situaciones. En el proceso educativo y en la toma de decisiones del profesional se requiere de sabiduría para poder dar soluciones eficientes y competentes para las necesidades comunicativas y que entre sus objetivos principales tenga la contribución a la mejora social.

### b. Filosofía

La filosofía es el estudio de problemas fundamentales sobre la existencia, el conocimiento, la verdad, la moral, la belleza, una generalidad de lo que engloba la existencia. Esto permite profundizar en los temas y por consiguiente ayuda a encontrar una solución acorde a la necesidad, que proveerá mejores soluciones a los problemas comunicacionales.



### c. Arte

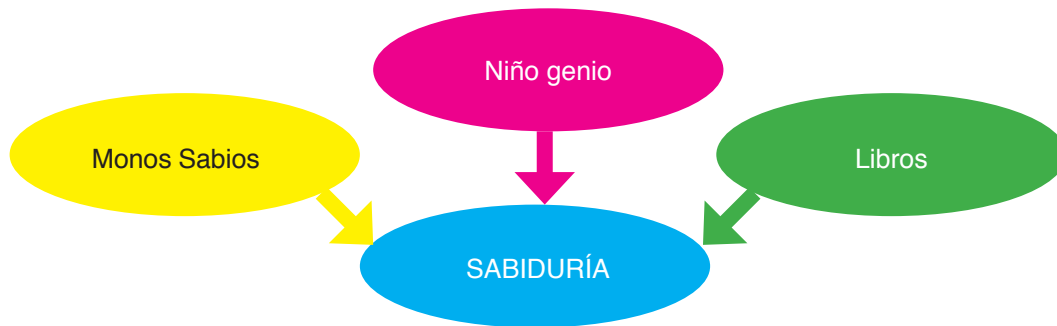
Este concepto se definió debido a que el diseño gráfico también se considera un arte, desde la construcción visual hasta el adecuado cumplimiento de sus funciones, logrando sus objetivos finales en la transmisión de mensajes.

# Desarrollo de Propuestas de Diseño

## Primer Nivel de Visualización

En este primer nivel se desarrolla el concepto de sabiduría, que se manifiesta en el conocimiento desde distintos puntos de vista.

### Líneas Generales de Diseño para el concepto de Sabiduría



TEMA	PALETA DE COLORES	TIPOGRAFÍA	TRATAMIENTO DE LA IMAGEN	TENDENCIA
Monos sabios	Colores Cálidos y fríos	Miscelánea Palo seco	Vector Ilustración	Modernismo Caricatura
Niño genio	Colores Cálidos Colores fríos	Palo Seco	Vector Ilustración	Caricatura
Libros	Colores Ocres y fríos	Miscelánea Caligráfica	Vector Ilustración	Caricatura

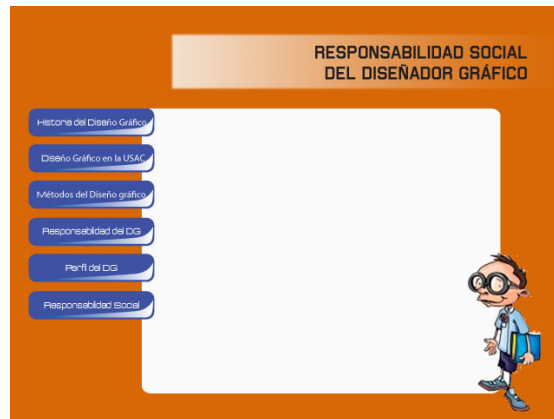
# Bocetos Iniciales para concepto de Sabiduría

## Monos sabios



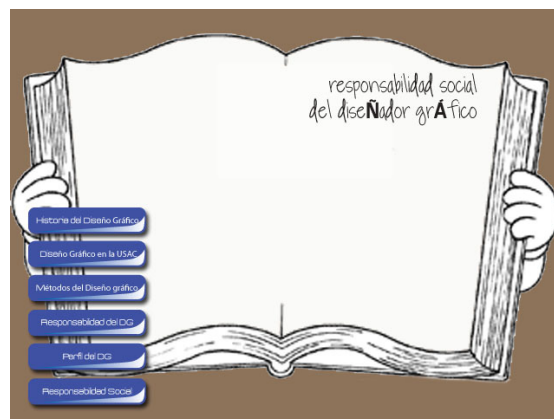
En el concepto de los Monos sabios se invita a realizar lo contrario a la tradición, que en este caso es escuchar, observar y comunicar.

## Niño genio



En el concepto de un niño genio se da la seguridad de que por sus mismas habilidades puede explicar los temas.

## Libros



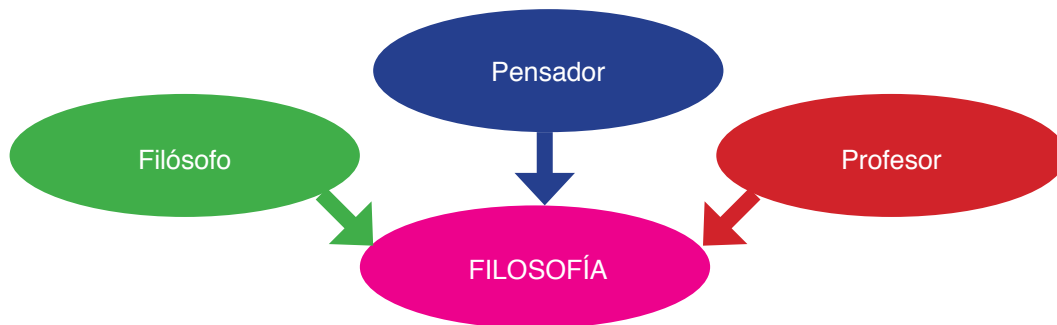
Los libros dan apoyo en los textos académicos que se consultan y proveen seguridad para quien los utiliza.

Fuente: Propia

## Primer Nivel de Visualización

En este primer nivel se desarrolla el concepto de filosofía y profundizará sobre diversos aspectos de la vida.

### Líneas Generales de Diseño para el concepto de Filosofía



TEMA	PALETA DE COLORES	TIPOGRAFÍA	TRATAMIENTO DE LA IMAGEN	TENDENCIA
Filósofo	Colores Ocres	Miscelánea	Pintura	Caricatura
Pensador	Colores Ocres	Miscelánea	Fotografía	Clásico
Profesor	Colores cálidos	Palo Seco	Fotografía	Modernista

# Bocetos Iniciales para concepto de Filosofía

## Filósofo



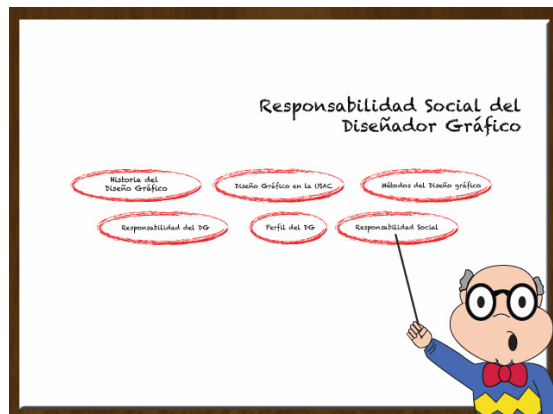
El filósofo profundiza en las cosas que suceden en la vida y su alrededor, en este caso profundiza sobre la forma de realizar el diseño gráfico.

## Pensador



En este caso el pensador reflexiona sobre varios aspectos y en las maneras como puede abordarse mejor el tema.

## Profesor



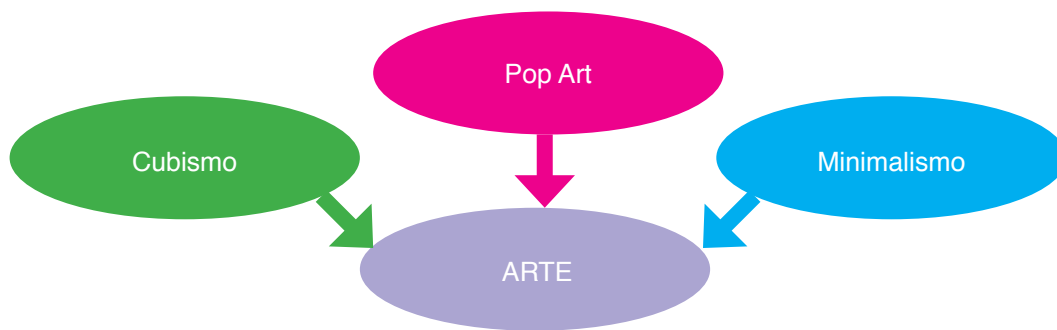
El profesor ayuda a profundizar en las diversas materias a través de sus amplios conocimientos y guía a los estudiantes de una manera ética y filosófica.

Fuente: Propia

## Primer Nivel de Visualización

En este primer nivel se desarrolla el concepto de Arte, ya que por el desempeño de la profesión está muy ligado a diversas formas de expresión y que en conjunto pueden lograr una buena comunicación.

### Líneas Generales de Diseño para el concepto de Arte



TEMA	PALETA DE COLORES	TIPOGRAFÍA	TRATAMIENTO DE LA IMAGEN	TENDENCIA
Cubismo	Colores ocre	Miscelánea	Vectorial	Cubismo
Pop Art	Colores pastel	Miscelánea	Ilustraciones	Pop Art
Minimalismo	Colores vivos cálidos y fríos	Palo seco	Vectorial	Minimalismo

# Bocetos Iniciales para concepto de Arte

## Cubismo



Es un diseño abstracto en el cual se manifiesta el arte cubista para exponer los temas del diseño.

## Pop Art



Aquí se utilizaron colores planos y los botones como íconos del momento, para fijar la idea de que es un tema de actualidad.

## Minimalismo



En este concepto se utilizó la simplicidad, ya que pocos elementos hablan bastante y son directos y atractivos para el estudiante.

Fuente: Propia

# Aspectos a Evaluar

## Autoevaluación

Es un procedimiento objetivo, a través del cual se determina cuáles de las propuestas desarrolladas reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se pondera de 0 a 3 puntos para cada uno de los aspectos siguientes. En donde se califica 0, si no hay evidencia del componente, 1 si es baja, 2 si es moderada y 3 si está bien.

		Principios a evaluar en el diseño / 30 pts.										
Nombre de la versión		Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Diagramación	Diseño tipográfico	Uso de color	RESULTADO / 30
Opción	1 Monos Sabios	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	27
	2 Niño genio	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	15
	3 Libro	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	13
	4 Filósofo	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	18
	5 Pensador	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	15
	6 Profesor	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	27
	7 Cubismo	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	14
	8 Art Pop	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	14
	9 Minimalismo	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	27

### Pertinencia

Hace referencia a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que se está tratando. La pertinencia del diseño establece también si el mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo.

### Memorabilidad

Un diseño es memorable si el receptor logra: a) Asociarlo con un recuerdo o evento importante, o b) Recuerda repetidamente el mensaje y le sirve como referente. Las mejores campañas de comunicación visual son aquellas que son memorables.

### Fijación

La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.

### Legibilidad

Es la cualidad que posee un texto para que pueda ser leído. Se entiende la legibilidad como la cualidad formal que posee el texto para que se pueda percibir con claridad lo escrito.



## Composición

Se evalúa si la composición que se presenta es armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo.

## Abstracción

Si dentro de la composición existen elementos construidos a partir del principio de la abstracción, debe evaluarse si la misma se comprende, si se adecua a una realidad y si comunica aquello para lo que fue creada.

## Estilización

El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estético, agradable y armónico, y debe contribuir a despertar el interés y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo.

## Diagramación

El diseño se construye a partir de una retícula, la cual favorece la optimización de los recursos visuales en el área de trabajo. Se debe evaluar el aporte que la diagramación hace a la construcción de los mensajes visuales.

## Diseño tipográfico

Más allá de elegir las fuentes tipográficas adecuadas, el diseño tipográfico es la forma en que se ha incorporado la tipografía al diseño. La adecuación al tema, la legibilidad y la comprensión de los contenidos se debe evaluar para establecer el aporte de este componente.

## Uso del color

La selección de la paleta de colores debe evaluarse en función de la adecuación al perfil del grupo objetivo y la temática que se está trabajando. Se debe evaluar desde el punto de vista estético, técnico y psicológico.

## Resultado

La evaluación dará como resultado una ponderación de entre 0 y 30 puntos. Las propuestas que resultan mejor evaluadas son las que técnica y objetivamente se ajustan de mejor forma a los requerimientos del proyecto.

*Fuente: Escuela de Diseño Gráfico USAC  
Lic. Francisco Chang*

## Segundo Nivel de Visualización

A continuación el resultado de la evaluación de las nueve propuestas anteriores. Se eligieron las tres mejores, una por cada concepto. Para este nivel se realizan tres opciones más por cada una de las mejoradas y se someten a evaluación para definir un mejor visual del proyecto.

En esta parte se evaluarán junto con el grupo objetivo para apreciar su opinión del aspecto visual del proyecto mediante las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál de los diseños le resulta más atractivo?
2. ¿Cuál de estas propuestas se relaciona mejor con el tema?
3. ¿Le resultan agradables los colores y las imágenes?
4. ¿Es legible el diseño?

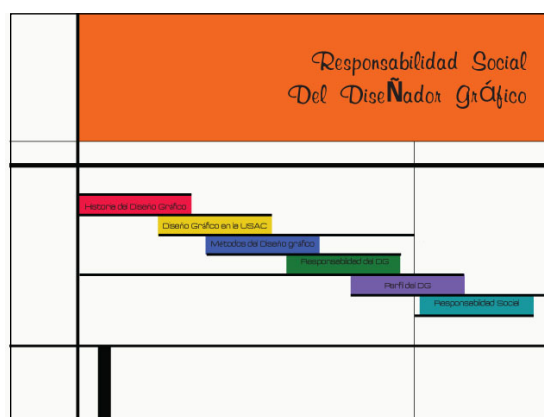
### Monos sabios



### Profesor



### Minimalismo

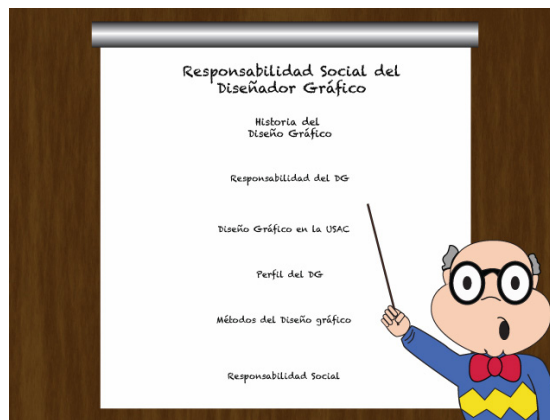
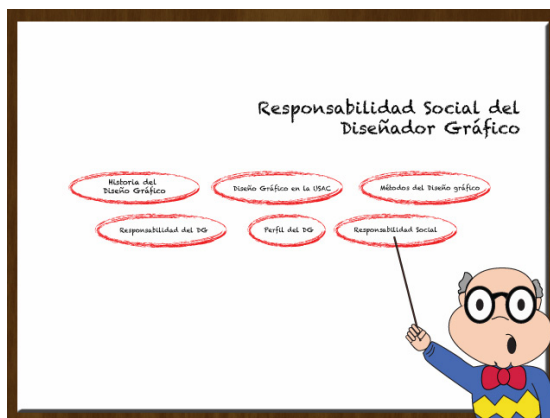


Fuente: Propia

## Concepto Monos Sabios

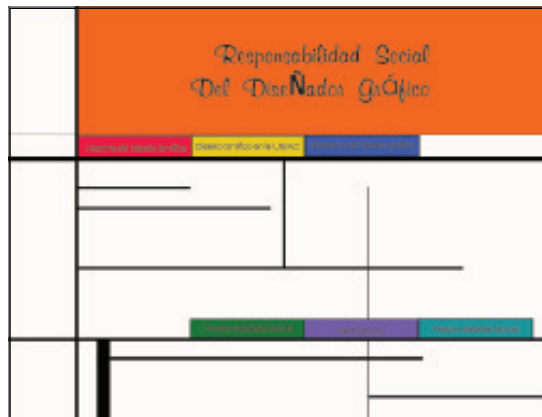


## Concepto Profesor



Fuente: Propia

## Concepto Minimalismo



Fuente: Propia

# Resultados

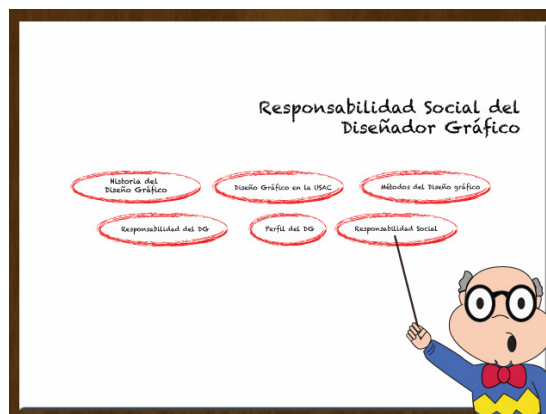
Concepto de Monos Sabios  
Propuesta No. 2 con 11 Votos



Concepto de Minimalista  
Propuesta No. 1 con 9 Votos



Concepto de Profesor  
Propuesta No. 3 con 7 Votos



Fuente: Propia

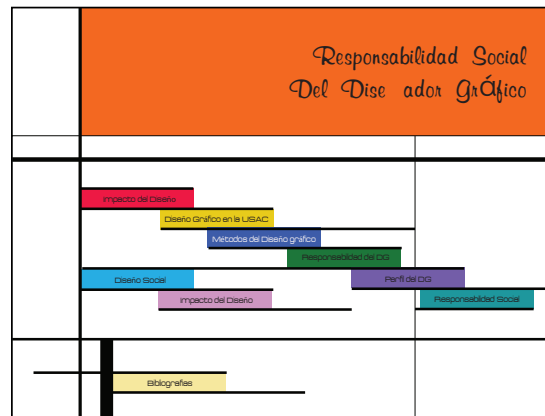
## Tercer Nivel de Visualización

En este nivel se desarrollan dos de las propuestas más sólidas del diseño, siendo estas las que obtuvieron mayor puntuaje en el segundo nivel de visualización.

Concepto de Monos Sabios  
Propuesta No. 2 con 11 Votos



Concepto de Minimalista  
Propuestas No. 1 con 9 Votos



Fuente: Propia

# Desarrollo de piezas claves para la estrategia: Desarrollo de dos propuestas concretas

## Concepto Minimalista

	<h1>Historia del Diseño Gráfico</h1>
	<p>A través de la historia, se aprecian las obras creadas por las manos de los hombres. Al arte se le puede llevar por varios caminos, entre ellos, el propósito de decorar y el deseo de expresarse. En ese afán por la decoración aparecen objetos desde la prehistoria, desde el tallar figuras hasta las pinturas y todos son magníficas obras de arte.</p> <p>Más esencial y antiguo que el deseo de decorar es el de expresarse, manifestar los sentimientos, decir no sólo con palabras, sino con cualquier otro modo, a través de la vista, y todo esto para comunicar a los demás. A través del arte se conocen un poco de las civilizaciones de esos periodos de la historia que aun son un misterio y por los etapas históricas se ha ido conociendo su desarrollo. Pero a partir de este punto, el arte ya se convierte en un medio de comunicación, a través de los siglos.</p> <p>En la historia del Diseño Gráfico como tal, no se tiene una fecha exacta de inicio y se marca como relevante la escuela de Bauhaus y la de Ulm.</p> <p>La Escuela de Bauhaus incluía en su educación los aspectos de: manual-artesanal, gráfico-pictórico y científico-tecnológico, y se convirtió en un líder del movimiento del diseño. Bauhaus estructuró y mejoró en relación al Diseño Gráfico en aspectos como la tipografía, fotografía y las composiciones en diseño. El sistema de valores fue adoptado por la educación en Honduras para los diseñadores, ya que la mayoría de las escuelas estaban apegadas al modelo de la Bauhaus, siendo de inspiración moral y ética. Hoy estos preceptos dejan lugar a dudas, por su intervención en las culturas locales y en la educación; también proveyó de aspectos técnicos al diseño, aunque carecía de estimulación intelectual.</p>
	

Fuente: Propia

## Concepto Monos Sabios



MENU

### Responsabilidad Social

Con el fin de contribuir al desarrollo social del país, las empresas adquieren un compromiso en la mejora de sus sistemas de trabajo, que busca alcanzar el bienestar social tanto interno como externo de la empresa y el ambiente en el que se desenvuelven sus operaciones. Todos estos aspectos se definen como el desarrollo sostenible que abarca estos puntos básicos: desarrollo económico, bienestar social y en el medio ambiente.

La CentraRSE define la responsabilidad empresarial como:

***“La responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.”***

Fuente: Propia



# Capítulo 4

Comprobación de la Eficacia





## Comprobación de la Eficacia

Se presentó al grupo objetivo las propuestas finales de diseño y se utilizaron técnicas de recolección e investigación, para conocer la aceptación del material en el grupo objetivo y si se transmite el mensaje.

### Grupo Focal

Es una técnica de estudio de las opiniones del público al que se dirigen determinados materiales, y es aplicado en estudios comerciales. Este sistema consiste en la reunión de un grupo de personas entre 6 a 12, con una persona que se encarga de dirigir las discusiones sobre el tema que se está tratando. A través de esto se puede estudiar las respuestas del público y sus actitudes hacia el producto, se utiliza en diferentes ámbitos como los de interés comercial. En esta forma de estudio el participante contribuye con críticas que ayudan a la mejora del producto. (Zapata 2003)

El grupo objetivo del proyecto “Responsabilidad Social del Diseñador Gráfico a través de la educación superior en Guatemala” se encuentra ubicado en el campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, zona 12, que es el grupo al que se dirige este proyecto. Se trabajó con un total de 13 personas estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico. Se realizó el viernes 28 de julio y el grupo fue moderado por otro estudiante, para no generar favoritismo hacia ningún diseño en particular.

Para llevar a cabo esta entrevista, se creó con las respectivas preguntas para generar el debate.

## Entrevista

El tema es “Responsabilidad social del diseñador gráfico a través de la educación superior en Guatemala”, por lo que se desarrolla un CD Interactivo para colaborar a la educación del estudiante y facilitarle el acceso de la información.

A continuación se presentan dos propuestas de diseño para el CD Interactivo y la muestra debe escoger una de las opciones mediante sus respuestas a las siguientes preguntas.

## Encuesta

1. *COMPRESIÓN*: se refiere a la legibilidad y claridad de los mensajes.

- a. ¿Qué mensaje recibe a través de este diseño?
- b. ¿El diseño es totalmente comprensible? Y si no, ¿qué es lo que no comprende?

2. *ATRACCIÓN*: si interesó al público.

- a. ¿Cuál es su reacción al ver este mensaje a través del diseño?
- b. ¿Le parece atractivo? Sí, no, ¿por qué?
- c. ¿Le llama la atención? Sí, no, ¿por qué?
- d. Al ver este diseño, ¿le interesa conocer más sobre el tema?

3. *ACEPTACIÓN*: determina si los mensajes, en forma y contenido, son admisibles para el público. Es decir, si los mensajes y la forma en que están presentados no entran en conflicto con los valores, los conocimientos y las creencias de las personas.

- a. ¿Le parecen correctos en cuanto a sus valores y creencias? Sí, no, ¿por qué?
- b. ¿Existe algo dentro de la propuesta que le parezca inaceptable? Sí, no, ¿por qué?

4. *INVOLUCRAMIENTO*: se relaciona con el compromiso que el grupo objetivo manifiesta con el contenido de los mensajes, la identificación del público con el contenido de los mensajes y con su representación visual.

- a. ¿Se siente identificado con el mensaje transmitido a través de la propuesta? Sí, no ¿por qué?
- b. ¿Considera un tema adecuado para la materia?
- c. ¿Es usted parte de la solución a este problema? Sí, no ¿por qué?
- d. ¿Ha identificado alguna vez este problema y no ha hecho nada sobre él? Sí, no ¿por qué?
- e. ¿Cree usted que es importante conocer sobre este tema? Sí, no, ¿por qué?

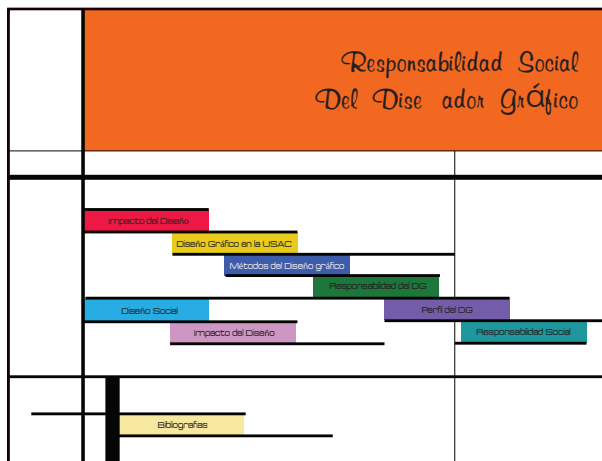
5. *PERSUACIÓN*: hace referencia a la capacidad de convencimiento de los mensajes, tras haber visto el diseño y el mensaje transmitido.

- a. ¿Le anima a conocer más sobre el tema? Sí, no ¿por qué?

## Procedimiento y Desarrollo

Se presentaron estas dos propuestas al grupo objetivo para alcanzar la elección de una sola.

A.



Fuente: Propia

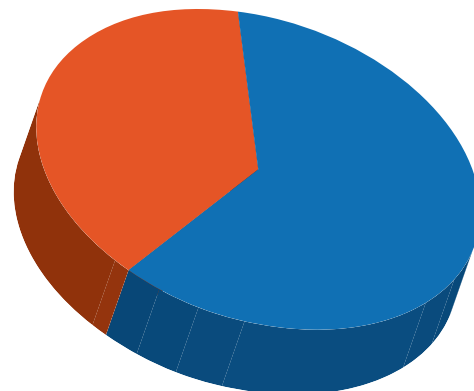
B.



Fuente: Propia

La elección del grupo objetivo fue la propuesta “B”, siendo así:

38.45.52 % Propuesta “A”  
Minimalismo



61.52 % Propuesta “B”  
Monos Sabios

## Resultados

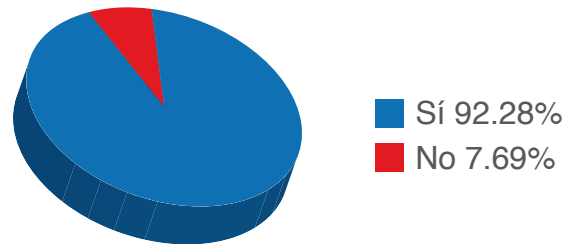
**1. COMPRENSIÓN:** se refiere a la legibilidad y claridad de los mensajes

a. ¿Qué mensaje recibe a través de este diseño?

**R. Comunicación e imagen activa**

b. ¿El diseño es totalmente comprensible? Y si no ¿qué es lo que no comprende?

**R. Es un diseño comprensible**  
**- La imagen es clara y concisa**  
**- Es atractivo el diseño**



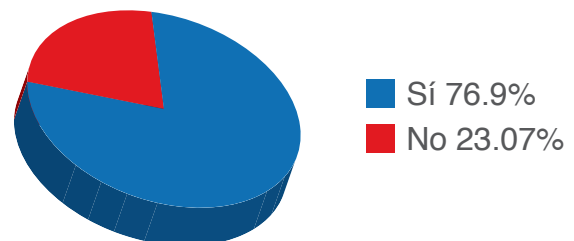
**2. ATRACCIÓN:** si interesó al público.

a. ¿Cuál es su reacción al ver este mensaje a través del diseño?

**R. - Motivación**  
**- Educación**  
**- Comunicación**

b. ¿Le parece atractivo? Sí, no, ¿por qué?

**R. Por la imagen y la diagramación del mismo**  
**- Por los colores utilizados**

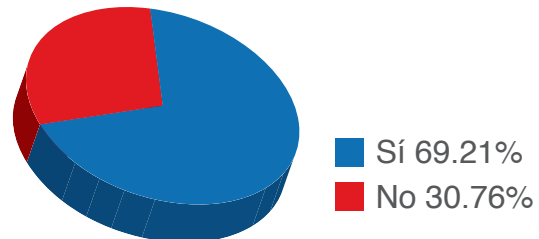


c. ¿Le llama la atención? Sí, no, ¿por qué?

**R. Por la imagen de los tres monos**

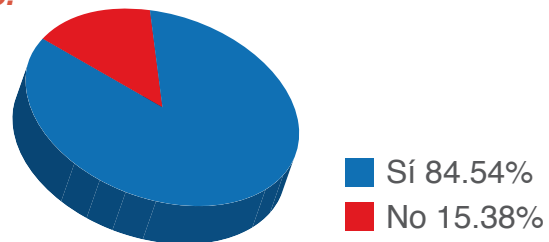
**- Por el color**

**- Por lo que comunican**



d. Al ver este diseño, ¿le interesa conocer más sobre el tema?

**R. Sí, ya que los monos dan una idea distinta a lo que vemos siempre.**

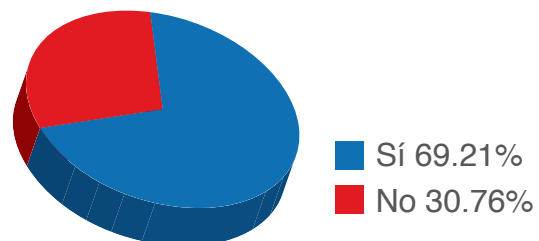


3. ACEPTACIÓN: determina si los mensajes, en forma y contenido, son admisibles para el público. Es decir, si los mensajes y la forma en que están presentados no entran en conflicto con los valores, los conocimientos y las creencias de las personas.

a. ¿Le parecen correctos en cuanto a sus valores y creencias? Sí, no, ¿por qué?

**R. Sí, está bien.**

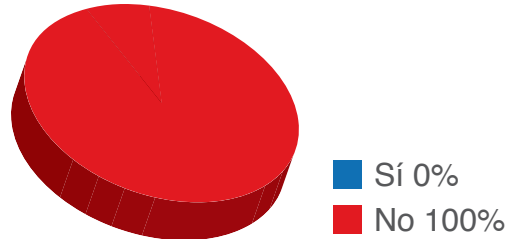
**- Es un tema que expone valores y temas adecuados al caso.**





b. ¿Existe algo dentro de la propuesta que le parezca inaceptable? Sí, no, ¿por qué?

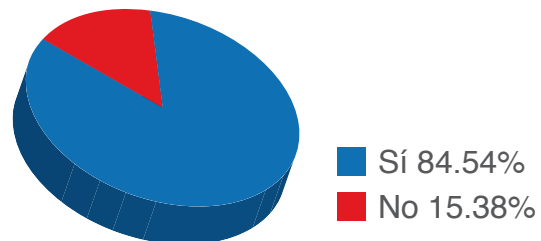
**- No, es un material entendible y que facilita el acceso a cierta información de la cual se tiene poco conocimiento.**



4. INVOLUCRAMIENTO: se relaciona con el compromiso que el grupo objetivo manifiesta con el contenido de los mensajes, la identificación del público con el contenido de los mensajes y con su representación visual.

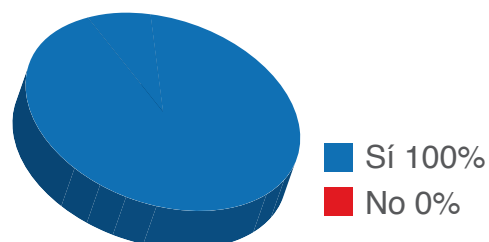
a. ¿Se siente identificado con el mensaje transmitido a través de la propuesta? Sí, no ¿Por qué?

**R. Sí, porque está relacionado con la comunicación.**



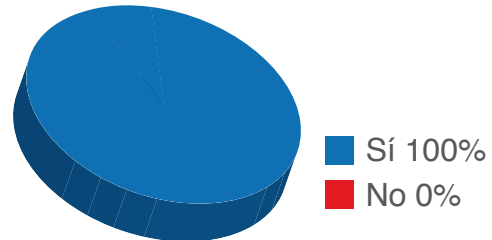
b. ¿Considera un tema adecuado para la materia?

**R. Sí, ya que la imagen nos ayuda a grandes rasgos para desarrollar la materia.**



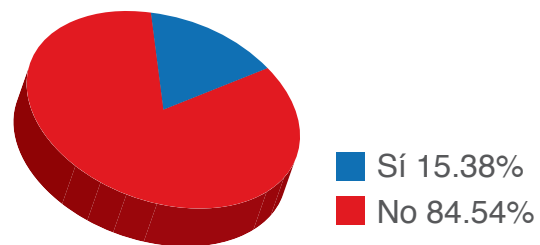
c. ¿Es usted parte de la solución a este problema? Sí, no ¿Por qué?

**R. Sí, parte de la solución, ya que a través de la información aquí contenida ayuda a desarrollar mejor el trabajo.**



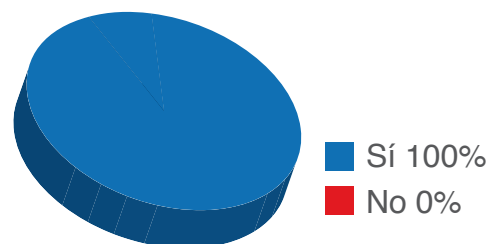
d. ¿Ha identificado alguna vez este problema y no ha hecho nada sobre él? Sí, no ¿por qué?

**R. Es un tema que no se había tomado en cuenta, porque en el diseño gráfico se enfoca más en el mercado.**



e. ¿Cree usted que es importante conocer sobre este tema? Sí, no ¿por qué?

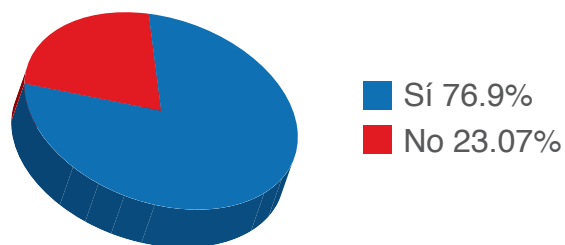
**R. Si es necesario, porque ayuda al desarrollo de la carrera.**



5. PERSUACIÓN: hace referencia a la capacidad de convencimiento de los mensajes, tras haber visto el diseño y el mensaje transmitido:

a. ¿Le anima a conocer más sobre el tema? Sí, no ¿por qué?

***R. Sí, porque es parte de la carrera de Diseño Gráfico y es necesario conocer estos temas para poder desarrollarlo.***



## Conclusiones

- Esta actividad duró un promedio de una hora, la misma ayudó a conocer lo que el grupo objetivo piensa acerca del diseño y contenido del CD, al que tendrán acceso. En base a sus deseos y necesidades se puede medir y mejorar la propuesta.
- A través de este desarrollo se ha enriquecido el conocimiento que tiene el grupo objetivo sobre dicho tema y las opiniones sobre el desarrollo visual del diseño.
- El concepto para este diseño fue Sabiduría/Los tres monos sabios, y fue bien recibido por el público.
- Entre las sugerencias recibidas están:
  - Probar botones de diferentes colores por tema
  - Hacer dinámico el disco colocando los monos en otras posiciones.
- Se descubrió que el estudiante tiene muy poco conocimiento sobre este tema, que no es un tema en el que hayan pensado antes de esta exposición y que consideran que es importante ya que forma parte de la carrera.

## Instrumentación de la Estrategia

En esta etapa se desarrolla los productos de diseño que requiere para que la estrategia de diseño funcione y atraiga al público al que está dirigido este proyecto.

### Afiches

Serán colocados en la universidad para atraer al público al material, que es el primer lugar donde pueden enterarse de ellos invitándolos a visualizar el CD Interactivo.

### Facebook ADD o Anuncio de Facebook

Estos son los anuncios que aparecen al lado derecho de las páginas de Facebook, se encuentran en las páginas de inicio y perfiles.

Esta estrategia resulta efectiva, ya que atrae al público y lo invita a ver tanto la página como el disco.

### Mailing

Es el envío de publicidad personalizada a los correos. El mismo facilita la interacción entre los usuarios.

Este material colocado en las manos correctas atrae al público indicado y a quien va dirigido este tema e invita a buscar el material.



Fuente: Propia

## Anuncio Facebook

Responsabilidad Social  
del Diseñador Gráfico

Otra forma de Comunicar

Escuela de  
Diseño Gráfico  
Arquitectura

USAC  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
CD Interactivo

The advertisement features a blue background with a wood-grain texture. At the top, the title 'Responsabilidad Social del Diseñador Gráfico' is written in orange. Below it, the subtitle 'Otra forma de Comunicar' is in black. The central part of the ad contains three cartoon monkey heads: the first has its hands over its ears, the second wears large blue-rimmed glasses, and the third is speaking into a megaphone. Logos for 'Escuela de Diseño Gráfico Arquitectura' and 'USAC TRICENTENARIA' are also present.

*Fuente: Propia*

## Mailing



Fuente: Propia



## Fundamentación de la Propuesta Gráfica Final

En los ambientes educativos, la mejora en el medio de transmisión de la enseñanza es constante y, desde el punto de la tecnología, el material multimedia vuelve atractiva y accesible la información, al mismo tiempo que ayuda al estudiante.

Por ello se desarrolló un CD Interactivo que complementa mejor el proceso educativo y ayuda a completar la formación del diseñador gráfico dentro de los campos de responsabilidad social, ayudando a fundamentar teorías y fortaleciendo la educación. Muestra nuevas perspectivas desde donde se desarrolla el trabajo y en donde se puede contribuir a la mejora de la sociedad a partir de un trabajo adecuado.

La propuesta del CD Interactivo es fresca, ofrece una nueva idea a través de su concepto y facilita el acceso a los temas que dan formación a la profesión del diseño gráfico. Es ideal para la educación y no resulta un momento tedioso o aburrido.

## El color



CMYK:  
C: 2, M: 73, Y: 100, K: 1  
RGB:  
R: 236, G: 103, B: 35  
HEXAGESIMAL  
#EB6723  
PANTONE 1645 C



CMYK:  
C: 86, M: 78, Y: 0, K: 0  
RGB:  
R: 65, G: 81, B: 163  
HEXAGESIMAL  
#4151a3  
PANTONE 7455 C

Los colores principales utilizados para el diseño del CD Interactivo son azul y anaranjado, que son colores contrastantes.

El color azul es un color que tranquiliza y refresca, se asocia con la mente y la parte intelectual, el mismo contribuye a controlar la mente, a tener claridad de ideas y a ser creativos.

El color anaranjado provee energía y felicidad, representa entusiasmo, creatividad, éxito y ánimo.

La elección de estos colores se debe a que el color azul es utilizado en la parte intelectual y el anaranjado le proporciona vida.

También se utilizaron otros colores en tonos fríos y cálidos para hacer dinámica la presentación y evitar la monotonía. Los mismos no responden a ningún requisito en particular de color.

## La Tipografía

Se utilizaron dos tipografías, Acens para botones y Helvetica en todas su formas para los textos contenidos dentro del documento. Las fuentes elegidas son Sans Serif o Palo seco, ya que es una construcción moderna y limpia que facilita el entendimiento de los documentos.

Acens

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Helvetica

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
z  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

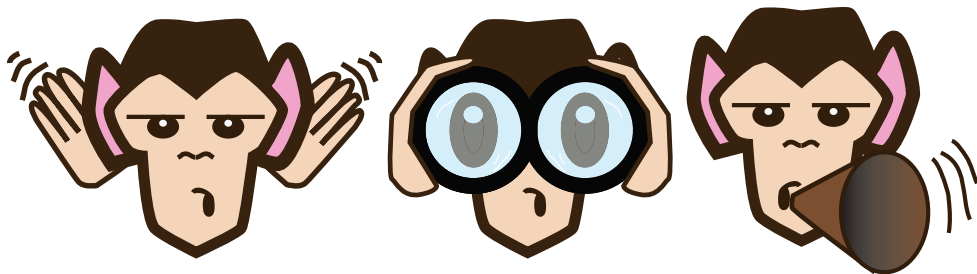
Helvetica Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
z  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ**

## Las imágenes

Se utilizaron fondos sobrios y simples para atraer al grupo objetivo de este proyecto. Se utilizó el concepto de sabiduría colocando a los tres monos sabios, que se utilizan contrario al clásico de su ideal, porque se sugiere al diseñador que debe estar atento a escuchar, a observar y tener la capacidad de comunicar para lograr las mejoras sociales que tanto se buscan a través de este proyecto.

Ante la experiencia, el conocimiento y la toma de decisiones que debe tener el profesional, se hizo una relación con ese concepto para profundizar sobre lo que se desea alcanzar.



*Fuente: Propia*





# Conclusiones



## Conclusiones

1. A través de la presente investigación se reunió la información necesaria para el desarrollo del tema y lograr un material adecuado para los estudiantes.
2. Mediante el proceso del desarrollo del proyecto creativo, se ha creado un CD Interactivo, por el cual se podrá acceder a información y capacitar a los estudiantes sobre el tema de la responsabilidad social.
3. Es necesario lograr la capacitación de los futuros profesionales sobre la responsabilidad social y cómo se desenvuelve en el trabajo profesional, y además ayuda a orientar al estudiante de una mejor manera.
4. Complementa la educación y ayuda a eliminar el desconocimiento sobre el tema de la responsabilidad social, desde el punto de vista de la empresa, así como el desarrollo de la profesión sirviendo en los aspectos del servicio social.
5. En el desarrollo del mapa conceptual se definen puntos creativos a través de los cuales se puede desarrollar mejor un concepto que se identifique con las personas a las que se dirige la comunicación y permite la vinculación de conceptos a través del mapa.
6. La validación del proyecto se logra a través del estudio de grupos focales que permiten conocer la opinión del público para lograr mejorías en el diseño y una mejor comunicación.
7. Finalmente, como opinión personal me permito manifestar que el Diseño Gráfico aún es una profesión que tiene carencias para poder terminar de desarrollarse, hay campos que a pesar de que tenemos conocimiento de su existencia son dejados de lado, y que pueden ser trabajados, y que en conjunto con el desarrollo sostenible pueden ofrecer mejores oportunidades de vida para las personas.







Recomendaciones



## Recomendaciones Generales

1. El tema de la responsabilidad social del Diseño es un tema muy poco explorado y desarrollado por los diseñadores, por lo que debe haber mayor investigación y profundización en las áreas de desarrollo social y ser compartido con las próximas generaciones de comunicadores.
2. Las comunicaciones visuales tienen diversas funciones y entre ellas contribuir al desarrollo social, por lo que es recomendable que se complementen los cursos básicos para la formación del estudiante de la carrera de Diseño Gráfico.
3. Es necesaria la reproducción del material didáctico y que se le facilite tanto a los estudiantes como a los catedráticos para que tengan la información a su completa disposición y acceso inmediato.
4. Mantener en constante actualización los temas y a la vanguardia de la tecnología, para proveer mejores respuestas y soluciones a las necesidades comunicacionales existentes.
5. Fomentar el tema desarrollo sostenible a través del diseño gráfico por medio de la educación superior.

## Recomendaciones Específicas a la Escuela de Diseño Gráfico

1. Introducir en los cursos una ampliación sobre el tema de responsabilidad social, ya que requiere de mucho trabajo aún, es un tema que en el pensum actual tiene muy poca exploración y conocimiento.
2. Como estrategia de aprendizaje se recomienda que la investigación y desarrollo de tema se realicen en forma grupal, ya que por su desarrollo y proceso sería enriquecedor el intercambio de ideas, la recolección de información y el desarrollo creativo visual del proyecto que se manejaría en grupos, y serían proyectos mucho más completos.
3. En el proceso educativo se recomienda trabajar con ejemplos de proyectos ya realizados y proponer al estudiante que cree una nueva propuesta, y que al mismo tiempo no se trabaje con proyectos ficticios, más bien ayudar al estudiante a trabajar en un campo real de proyectos sociales, supervisado por el catedrático.
4. Realización de foros donde se trabaje el tema de responsabilidad entre estudiantes y catedráticos como resultado de la experiencia de las agencias de diseño que compartan su experiencia y riqueza en el campo de la responsabilidad social.



# Referencias



## Referencias Bibliográficas

- Arfuch, L., Chaves, N., Ledesma, M., (1997) *Diseño y comunicación, teorías y enfoques críticos* (1a. Edición) Argentina: Editorial Paidós SAICF.
- Belluccia, Raúl (2007) *El diseño gráfico y su enseñanza, Ilusiones y desengaños* (1a. Edición) Argentina: Primera Clase.
- Biblioteca tematica UTEHA (1980) *Historia del Arte* (1a. Edición) España: TONSA.
- centraRSE (s.f) *RSE, Definición, Piramide, Ejes*  
[www.centrase.org](http://www.centrase.org)
- Centro de ciencias humanas y sociales (s.f.) *Cultura Visual*, <http://www.cchs.csic.es/content/cultura-visual>
- Chaves, Norberto (2005) *El Diseño Invisible, siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano* (1a. Edición) Argentina: Gráfica MPS.
- Frascara, Jorge (1997) *Diseño gráfico para la gente, comunicación de masa y cambio social* (1a. Edición) Argentina: Infinito.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (1981) *Guía para la presentación de proyectos* (9a. Edición) México: Siglo veintiuno editores, sa.
- Mirzoeff, Nicolás OrigenArts.com (2003) *¿Qué es la cultura visual? Una introducción a la Cultura Visual*, <http://origenarts.com/sobre-la-cultura-visual/>
- Sexe, Nestor (2007) *Casos de Comunicación y cosas de diseño* (1a. Edición) Argentina: Primera clase.
- Unesco Guatemala (s.f) *¿Qué es el desarrollo Sostenible*  
<http://www.unescoguatemala.org/educacion/accionesrecientesed/6/149-desarrollo-sostenible.html>
- Zapata, Andrés (2003), *Técnicas de Marketing*, Editorial Pearson, Quito.







# Glosario



## Cultura Visual

En este término se busca englobar en un solo concepto todas las expresiones visuales de cualquier tipo que han dejado marca en la historia. Está formada por las imágenes que se producen por el ser humano, que son expresiones meramente artísticas y las formas de comunicación, siendo un campo de innovaciones.

## Desarrollo Ambiental

Respeto y cuidado del entorno natural, como se desarrolla el proceso de los negocios, logrando la mejora en el manejo de insumos, embalajes, etc., generando mayor eficiencia y produciendo más con menos.

## Desarrollo Económico

Contribuye a la mejora en la calidad de vida y una mejor esperanza de ella.

## Desarrollo Social

Contribuir al desarrollo y superación de las comunidades inmediatas, en donde se desenvuelve la empresa y donde tenga intereses comerciales.

## Desarrollo Sostenible

Se denomina al desarrollo socioeconómico, que puede dividirse conceptualmente en tres partes: ecológico, económico y social. Este es el triple resultado en un conjunto de indicadores del desempeño de una organización en las tres áreas.

## Diseño

El diseño se define como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo, utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

## Responsabilidad Social Empresarial

Es una cultura de negocios basada en principios éticos y en el firme cumplimiento de la ley, respetando a las personas, familias, comunidades, medio ambiente, y que contribuye a la mejora de la competitividad empresarial, bienestar general y el desarrollo sostenible del país.



Anexo





## Cotización

Para la realización del proyecto “Responsabilidad del Diseñador Gráfico a través de la Educación superior en Guatemala” se dividió en 4 etapas con un costo en particular que se detalla a continuación:

### Etapa 1

- Investigación:

Recopilación de datos, libros, artículos

Entrevistas

Análisis del grupo objetivo

Análisis de piezas

Q. 14,000.00

### Etapa 2

- Desarrollo Visual:

Bocetaje

Creación de personaje

Materiales de desarrollo

Validación

Q. 13,700.00

### Etapa 3

- Desarrollo Técnico:

Desarrollo del Proyecto

Pruebas

Materiales del desarrollo

Válidación/Revisión

Q. 11,500.00

### Etapa 4

- Presentación Visual:

Presentación al cliente

Material final para el cliente

Q. 4,000.00

Costo Total

Q. 45,200.00





# CD Interactivo





**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de  
Arquitectura

*“Responsabilidad Social del  
Diseñador Gráfico a través de la  
Educación Superior en Guatemala”.*

**IMPRÍMASE**

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
**DECANO**

Lic. Francisco Chang  
**ASESOR**

Candy Vidalia Borrayo Ruano  
**SUSTENTANTE**