

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

**Proyecto de Graduación:**

Diseño de revista digital que promueva, incentive y cubra actividades internas de FARUSAC, así como eventos externos y temas de interés profesional.

Presentado por

**Marcos David Bosareyes Ramírez**

para optar al título de Licenciado en  
Diseño Gráfico, egresado de la Facultad de  
Arquitectura de la Universidad de San Carlos.

Guatemala, mayo de 2013





*Diseño de revista digital que promueva, incentive y cubra actividades internas de FARUSAC, así como eventos externos y temas de interés profesional.*



Proyecto de Graduación presentado por  
**MARCOS DAVID BOSAREYES RAMIREZ,**  
para optar al título de Licenciado en  
Diseño Gráfico con énfasis Informático  
Visual, Especialidad Multimedia

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



## **NOMINA DE AUTORIDADES**

---

Decano Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I Arq. Gloria Ruth Lara de Corea

Vocal II Arq. Edgar Armando López Pazos

Vocal III Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV Br. Jairon Daniel Del Cid Rendón

Vocal V Br. Carlos Raul Prado Vides

Secretario Arq. Alejandro Muñoz Calderón

## **TRIBUNAL EXAMINADOR**

---

**Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**

Decano

**Lic. Gustavo Jurado**

Asesor Metodológico y de proyecto de graduación

**Lic. Fernando Fuentes**

Asesor Gráfico

**Lic. Axel Barrios**

Asesor Especialista

**Arq. Alejandro Muñoz Calderón**

Secretario



## **AGRADECIMIENTOS**

---

A Dios por darme la fuerza necesaria para terminar esta etapa, así como el talento y amor hacia mi carrera.

A mi madre, padre y hermanos por ese amor incondicional que me brindó el apoyo para culminar mis estudios.

A la Unidad de Divulgación e Información de FARUSAC por la oportunidad de aportar con este proyecto.

A las autoridades de la Facultad de Arquitectura Arq. Carlos Valladares y Arq. Alejandro Muñoz, por su excelente trabajo dentro de esta casa de estudios.

A todos los catedráticos de la Escuela de Diseño Gráfico por influir notablemente en mi vida y en mi carrera.

Con especial agradecimientos a mis tres asesores Lic. Gustavo Jurado, Lic. Fernando Fuentes y Lic. Axel Barrios por todo el apoyo mostrado para que este proyecto se hiciera realidad.

## **DEDICATORIA**

---

A mi Madre, esperando que cada éxito que yo pueda lograr, honre todo el esfuerzo y fe que ha puesto en mí.

P.02

● **CAPÍTULO 1**

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Planteamiento del Problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos

P.06

● **CAPÍTULO 2**

- 2.1 Perfil de la Organización
- 2.2 Grupo Objetivo

P.12

● **CAPÍTULO 3**

- 3.1 Conceptos relacionados al proyecto
- 3.2 Conceptos fundamentales del diseño gráfico
- 3.3 Conceptos fundamentales del diseño multimedia
- 3.4 Concepto Creativo

P.21

● **CAPÍTULO 4**

- 4.1 Previsualización
- 4.2 Desarrollo de Bocetaje
- 4.3 Comprobación de eficacia
- 4.4 Propuesta Final
- 4.5 Fundamentación
- 4.6 Lineamientos para la puesta en práctica

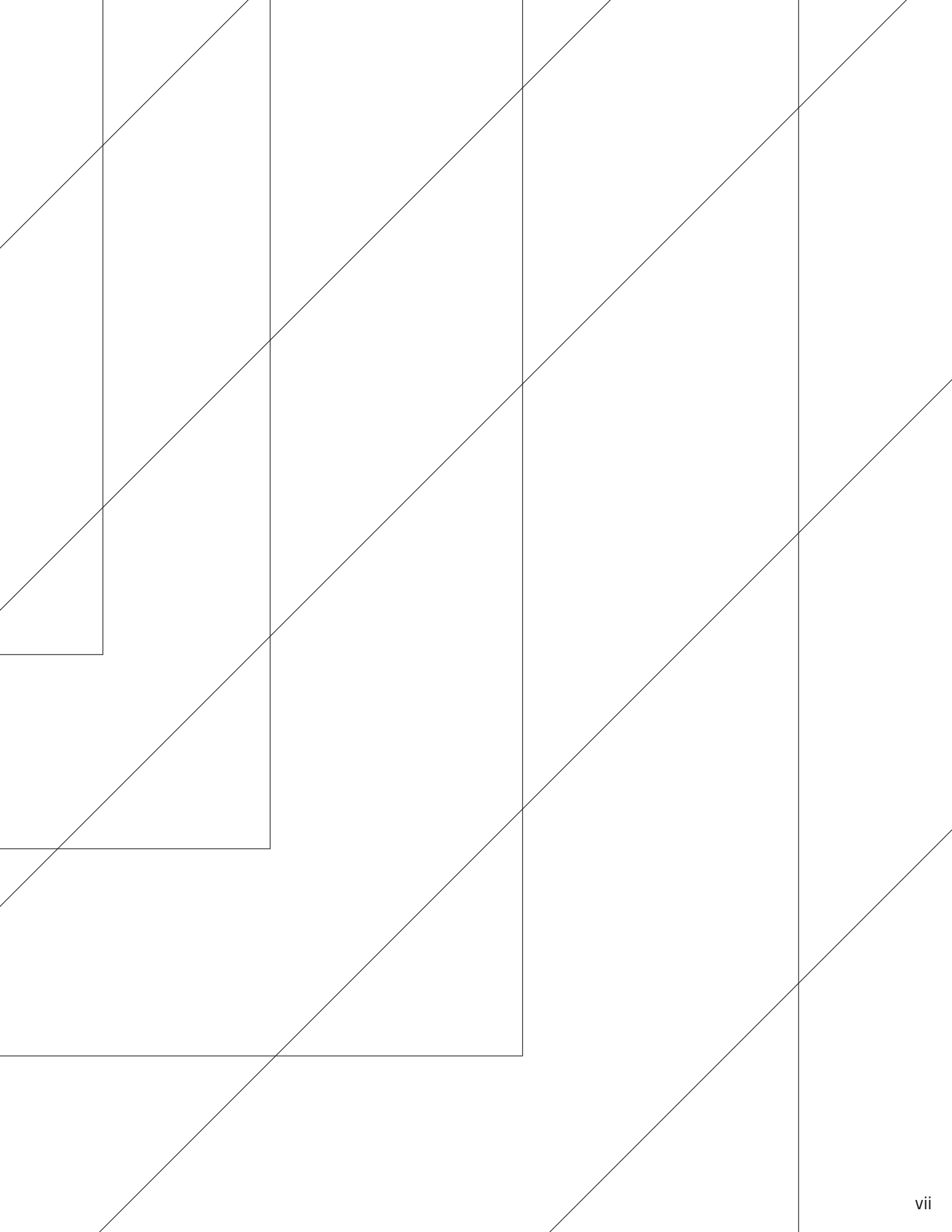
P.63

●  
Conclusiones  
Lecciones aprendidas  
Glosario  
Bibliografía  
Anexos

**CONTENIDO**

PROYECTO DE GRADUACIÓN







## PRESENTACIÓN

En épocas pasadas el diseño gráfico no se tomaba con tanta seriedad, sin embargo, cuando la globalización surgió y la mercadotecnia se volvió una herramienta importante para toda empresa, la imagen visual que éstas proyectaban y la gráfica implícita en cada producto pasó de ser algo no tan importante a ser una herramienta elemental en la comunicación entre toda entidad y su público objetivo.

Por la misma demanda, el diseño gráfico ha evolucionado y expandido conforme el avance de la tecnología, y es en esta área que el diseño multimedia se desarrolla, pues la utilización de la web sigue teniendo un crecimiento exponencial. Sin embargo, esto también significa un reto para las empresas que no se encuentran familiarizadas con este tipo de comunicación.

Este es el caso de la Unidad de Divulgación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, pues aunque utiliza como medio de comunicación la red social facebook, la estrategia de comunicación no está siendo cubierta totalmente según la conducta y cultura visual del grupo objetivo en medios digitales. Es así como a continuación se presenta el siguiente Proyecto de Investigación-comunicación de diseño de una revista digital que promueva, divulgue e incentive las actividades internas de la Facultad de Arquitectura USAC.

Este proyecto de graduación se basó en su primera etapa en una investigación de la institución, analizando los antecedentes que plantean un problema, y es éste el eje del proyecto; el problema que luego se convierte en el punto de investigación y análisis. Seguidamente es en este proyecto donde se plantean los objetivos, así como el estudio del grupo objetivo y su cultura visual.

Para que el proyecto tenga una validez, se fundamentan los conceptos del proyecto, del diseño gráfico y web, así como el origen del concepto y su aplicación en este proyecto.

Se presenta también el desarrollo de la etapa de diseño, desde la previsualización, bocetaje, hasta la propuesta gráfica final. Para saber que la propuesta es funcional, se realizó la comprobación de eficacia del proyecto, proceso que se documentó en este proyecto.

# CA PITU LO UNO

## INTRODUCCIÓN

---

El Departamento de Comunicación y Divulgación es la unidad divulgativa de la Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño Gráfico, en ella se coordinan procesos de comunicación e información institucionales. Su estructura está determinada por dos ejes fundamentales: Comunicación interna y comunicación externa desde los cuales se emprenden planes y proyectos, cuyo objetivo es lograr la difusión efectiva de los mensajes relativos a la gestión y desarrollo de la misión de la facultad.

El desarrollo del siguiente documento se efectuó después de un diagnóstico realizado en la Unidad de Comunicación y Divulgación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. A través del análisis de los resultados de este diagnóstico se identificaron diversas necesidades, se priorizó según el nivel de trascendencia de éstas y se estableció el problema a resolver. Dentro de las necesidades encontradas se observó que en la web y la comunicación a través de las redes sociales aún continúa siendo un herramienta de comunicación poco utilizada por esta unidad, por lo que el enfoque del problema se dirige a esta área.

## 1.1

### **ANTECEDENTES**

---

Respecto a la comunicación vía web, el departamento de Comunicación y Divulgación, actualmente cuenta solamente con una cuenta de Facebook para la divulgación e interacción con los estudiantes, sin embargo, esta no logra cubrir un porcentaje significativo de “amigos” según la cantidad de estudiantes reportados como asignados.

Aunque los estudiantes satisfacen sus necesidades académicas como: publicación notas, asignaciones, tareas, en otros sitios web la Facultad de Arquitectura no cuenta actualmente con una página web o blog que comunique eventos y sume conocimientos en temas de interés profesional.

La única publicación (no web) que promueve y realiza reportajes sobre las actividades de esta casa de estudios es la *Revista Diseño* cuya publicación es bimensual, sin embargo, la participación de los estudiantes en esta es muy baja.

Durante el proceso de diagnóstico la autoridad de este departamento indicó que como no se cuenta con una herramienta de divulgación web específicamente para promover y cubrir eventos internos y externos en relación a las carreras que imparte, cuando se realizan eventos como la semana de aniversario, exposiciones, visitas de profesionales destacados, entre otros, estas no se cubren en su totalidad y si se llegaran a cubrir su posterior divulgación pasa desapercibida para la mayoría de estudiantes.

La Unidad de Comunicación y Divulgación tampoco cuenta con una herramienta de comunicación vía web tipo revista que integre la participación de los estudiantes en este mismo proceso, como el periódico estudiantil o el blog.

## 1.2

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

---

Después de analizar las necesidades localizadas en el diagnóstico, se concluye que las herramientas web no se utilizan de manera eficaz y que existe un eslabón no utilizado en la cadena de comunicación facultad- estudiante, éste último tampoco se integra ni se identifica en las actividades que se realizan en la facultad, esto le agrega espacio a esa separación académica-profesional.

Definimos el problema como:

Falta de conocimiento, atención, asistencia y seguimiento por parte de los estudiantes a las actividades internas y proyectos organizados por La Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos De Guatemala.

**● MAGNITUD**

Actualmente la Facultad de Arquitectura cuenta con aproximadamente 1400 estudiantes inscritos en la carrera de Diseño Gráfico y 2700 en la carrera de Arquitectura, de esta población estudiantil se cuenta sólo con el 25% agregados como seguidores en la red social facebook, se considera entonces que la información en relación a las actividades y eventos no es efectiva, ni el estudiante se identifica con la facultad como precursora de actividades que enriquezcan su conocimiento profesional más allá de los temas académicos.

**● TRASCENDENCIA**

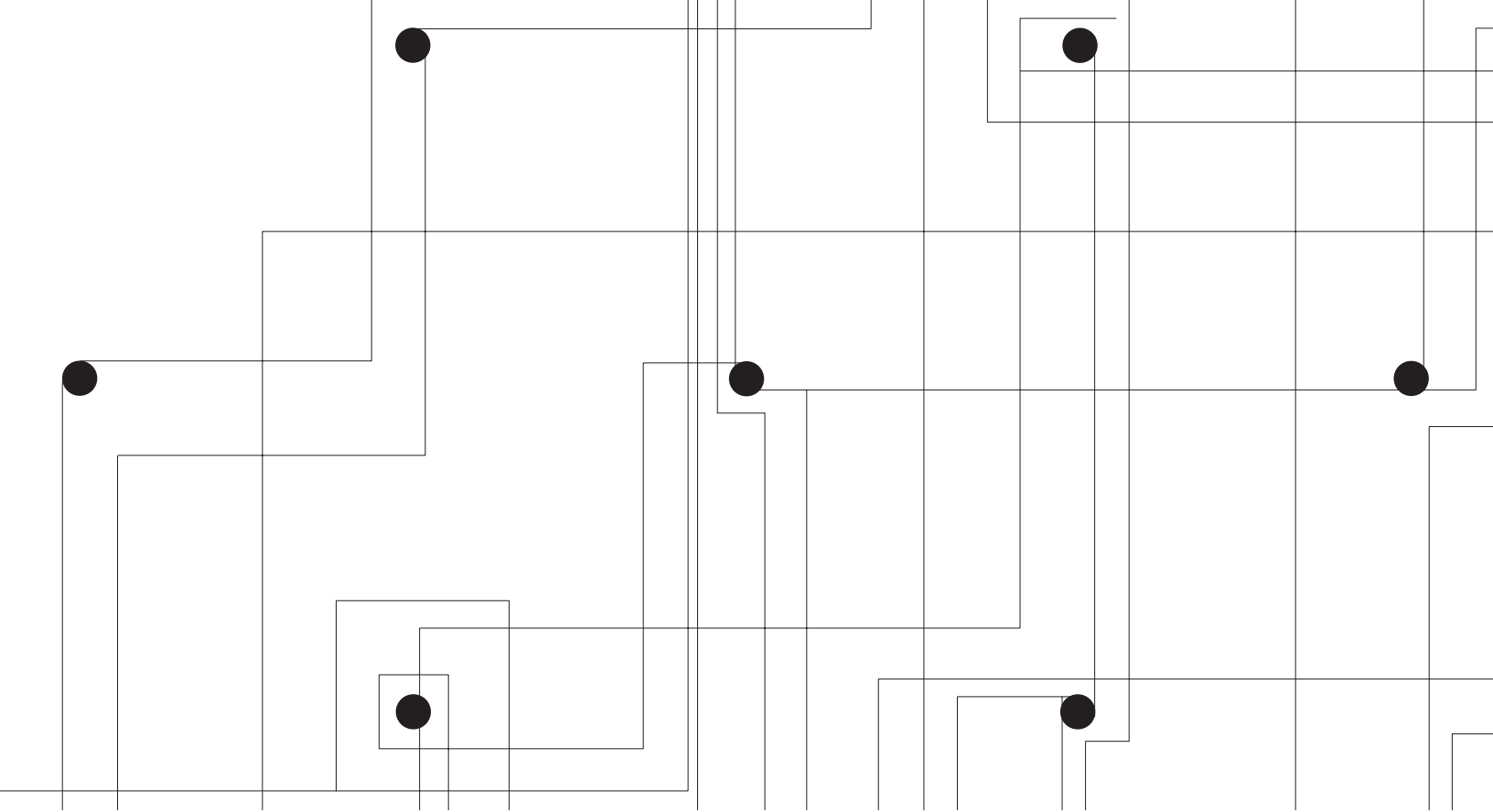
Más allá de la asistencia a un evento, el problema evidencia la poca identificación que el estudiante tiene hacia su propia casa de estudios, pues es poco el involucramiento tanto en asistencias como en organización de las mismas, esta actitud puede derivar en una separación entre la academia y práctica profesional.

**● VULNERABILIDAD**

La incidencia del diseñador gráfico en el problema ya planteado es grande, pues más allá de una pieza gráfica, el profesional puede generar una estrategia de comunicación en relación al producto gráfico, también puede influir en los procesos de producción de la misma: diseño, programación web, estrategia de posicionamiento de marca, y proceso de producción de la misma en sus distintos volúmenes.

**● FACTIBILIDAD**

Existen tres ventajas notorias en relación a la producción de una solución al problema planteado, la primera es que los costos de programación web (hosting y dominio) son accesibles y de bajo costo para la entidad que manifiesta el problema. Lo segundo es que el medio electrónico en estos momentos es la herramienta de comunicación más usada por el grupo objetivo. Por último se cuenta con el recurso humano con gran potencial para realizarlo, pues son los propios estudiantes con habilidades específicas quienes ejecutarían la mayor parte del producto.



## 1.4 **OBJETIVOS**

---

- **GENERAL**

Diseñar una revista electrónica para dar a conocer las actividades que realiza la Facultad de Arquitectura e incentivar así, la participación de los estudiantes.

- **ESPECÍFICOS**

### DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Informar de los eventos, exposiciones, conferencias y otras actividades que la Facultad realiza, de manera estratégica y visualmente atractiva para el grupo objetivo.

### SOCIAL

Promover a FARUSAC como una entidad activa y promotora de eventos y actividades académicas publicando además temas de interés y eventos externos relacionados a las carreras que imparte la facultad.

# CAPITULO LOS DOS

## 2.1 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

---

### 1.1 Misión:

Generar una disposición favorable entre los miembros de la Facultad para facilitar la concreción de los objetivos institucionales. Para ello el equipo de Relaciones públicas desarrollará una planificación de su trabajo organizándolo en diversas áreas.

### 1.2 Visión:

Ser un departamento de asesoría tanto para las autoridades como los directivos con el fin de ayudar a cumplir sus objetivos en beneficio de la colectividad.

### 1.3. Productos que realiza

Medios de comunicación internos:  
Revista Diseño  
Diseño Arquitectónico, La Revista  
Revista Avance  
Identidad e imagen para las actividades institucionales  
Organización de protocolo para eventos internos

### 1.4. GRUPOS OBJETIVOS

Población estudiantil  
Catedráticos Universitarios  
Personal administrativo FARUSAC



# ANÁLISIS FODA DE A ORGANIZACIÓN

---

## ASPECTO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

### FORTALEZAS

---

Se cuenta con el apoyo institucional, así como de los jefes superiores para la realización de proyectos.

El jefe inmediato es accesible y abierto a ideas innovadoras.

El ambiente laboral fortalece la sana y agradable convivencia.

Los canales de comunicación con superiores son directos y a poca distancia en jerarquía.

### DEBILIDADES

---

Personas ajenas al departamento y que no corresponden a la línea en jerarquía realizan atribuciones de supervisión que no les competen.

Pocos elementos de comunicación con el grupo objetivo.

Poca iniciativa institucional de generar nuevos proyectos de comunicación y diseño.

### OPORTUNIDADES

---

Se puede generar y desarrollar proyectos de comunicación y diseño.

La facilidad de mejorar e implementar procesos nuevos en los proyectos actuales.

Llegar a ese segmento de estudiantes al que actualmente no se tiene acceso.

### AMENAZAS

---

Que se pierda la línea de autoridad y cualquiera pueda acceder y pedir productos sin previa organización de las necesidades.

Que el estudiante reconozca solamente en autoridad y experiencia a las organizaciones y empresas.

# ANÁLISIS FODA DE A ORGANIZACIÓN

---

## EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

### FORTALEZAS

---

Se cuenta con equipo profesional adecuado y en buen estado.

Se cuenta con libertad de propuesta creativa.

Se cuenta con una actividad constante y actualizada en la red social Facebook.

### DEBILIDADES

---

Se cuenta con un porcentaje bajo (35%) de "amigos" en la red social Facebook.

El grupo objetivo se identifica poco con el diseño e imagen que se promueve de la facultad.

No se cuenta con un manual de normas gráficas para publicaciones y divulgación.

No se cuenta con ningún medio digital de divulgación y cobertura de eventos internos y externos

### OPORTUNIDADES

---

Se puede generar un normativo en línea gráfica de publicaciones y divulgaciones.

Acceder a nuevas aplicaciones y redes sociales no explotadas.

### AMENAZAS

---

Que los estudiantes no se enteren ni participen en las actividades realizadas en FARUSAC.

Que se pierda el poder de convocatoria entre el grupo objetivo.

Que la línea del diseño se vuelva tan libre que se pierda la identidad gráfica de la facultad.

## 2.2

### GRUPO OBJETIVO

#### EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Cuando se establece el anteproyecto de graduación, inmediatamente el grupo objetivo surge por la necesidad de implementación de dicho proyecto. En este caso se estableció el grupo objetivo a los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Arquitectura y a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, ambos de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos De Guatemala.

Para el desarrollo del estudio del grupo objetivo ya mencionado se realizó en las siguientes etapas:

Recolección de datos en el departamento de orientación estudiantil FARUSAC

- Encuesta a un grupo de 10 estudiantes activos de distintos semestres.
- Entrevista a dos catedráticos.
- Experiencia propia como estudiante activo
- Investigación vía web

#### GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo es una amalgama de distintos "sub-grupos", por lo que para su estudio y análisis correcto, los dividiremos en 3 grupos, con la intención de encontrar características comunes que nos sirvan como argumentos de diseño.

- A. Estudiantes entre 17 y 21 años que estudian en jornada matutina.
- B. Estudiantes entre 17 y 21 años que estudian en jornada vespertina.
- C. Estudiantes entre 22 y 32 años que estudian en jornada vespertina

## PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>DEMOGRÁFICO</b>	<p>Entre 17 y 21 años de edad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·60% hombres</li> <li>40% mujeres</li> <li>·90% reside en lugares de toda la urbe capitalina</li> </ul>	<p>Entre 18 y 21 años de edad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·60% hombres</li> <li>40% mujeres</li> <li>·90% reside en lugares de toda la urbe capitalina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Entre 22 y 32 años de edad</li> <li>·60% hombres</li> <li>40% mujeres</li> <li>·90% reside en lugares de toda la urbe capitalina</li> </ul>
<b>SOCIOECONÓMICO</b>	<p>Nivel socioeconómico C+B+</p> <p>No tiene un ingreso fijo, normalmente no trabaja, por lo que no tiene un flujo de capital</p> <p>Se encuentra sin empleo y no lo busca, sus padres sufragan los gastos.</p>	<p>Nivel socioeconómico C+B+</p> <p>No tiene un ingreso fijo, normalmente no trabaja, por lo que no tiene un flujo de capital</p> <p>Se encuentra sin empleo y empieza una búsqueda constante.</p>	<p>Nivel socioeconómico C+B+</p> <p>El sueldo puede variar pero va desde el sueldo mínimo (Q. 1775.00) hasta Q. 3700.00 .</p> <p>Es estudiante universitario, trabaja todos los días en horarios de oficina.</p>
<b>PSICOGRÁFICO</b>	<p>Viven un estilo de vida más relajada dedicándose sólo a estudiar.</p> <p>Sus gustos más que conceptuales son más llamativos y en tendencia.</p> <p>No tiene una conciencia completa de las relaciones interpersonales</p>	<p>Estudia tranquilo, pero tiene la inquietud de empezar a participar en los gastos familiares.</p> <p>Tiene una actitud de búsqueda de un diseño menos superficial.</p> <p>Se integra a un grupo de amigos.</p>	<p>Su vida es más ocupada cada vez, trabaja por las mañanas o todo el día y por las noches estudia en la universidad.</p> <p>Su diseño y admiración a este es más conceptual.</p>
<b>CONDUCTUAL</b>	<p>Comparte su tiempo entre estudiar, pasatiempos, deporte y tiempo en la web.</p> <p>No tiene marcas favoritas más que aquella que tiene que ver con consumo en tendencia.</p>	<p>Su tiempo es más para relaciones .</p> <p>Le pone más atención a lo que mira y escucha.</p> <p>Investiga, prueba y experimenta distintas marcas.</p>	<p>Conoce y es fiel a ciertas marcas, relacionadas al <i>Baby boomer</i></p>

**CULTURA VISUAL DEL GRUPO OBJETIVO**

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>MEDIO QUE OBSERVA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Internet</li> <li>2. Televisión</li> <li>3. Películas DVD</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Internet</li> <li>2. Televisión</li> <li>3. Películas DVD</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Internet</li> <li>2. Televisión</li> <li>3. Películas DVD</li> </ol>
<b>SITIOS WEB QUE FRECUENTA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redes sociales</li> <li>2. Correo electrónico</li> <li>3. Sitios reproductores de música y videos</li> <li>4. Google</li> <li>5. Otros</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redes sociales</li> <li>2. Correo electrónico</li> <li>3. Sitios reproductores de música y videos</li> <li>4. Google</li> <li>5. Otros</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Correo electrónico</li> <li>2. Redes sociales</li> <li>3. Sitios reproductores de música y videos</li> <li>4. Google</li> <li>5. Otros</li> </ol>
<b>MEDIOS CON EL QUE USA EL INTERNET</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teléfono</li> <li>2. Pc</li> <li>3. Laptop</li> <li>4. I pad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pc</li> <li>2. Laptop</li> <li>3. Teléfono</li> <li>4. I pad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Laptop</li> <li>2. Pc</li> <li>3. Teléfono</li> <li>4. I pad</li> </ol>
<b>CANALES DE TELEVISIÓN QUE OBSERVA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mtv</li> <li>2. Otros de música</li> <li>3. Sony</li> <li>4. Fox</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mtv</li> <li>2. Otros de música</li> <li>3. Sony</li> <li>4. Fox</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sony</li> <li>2. Mtv</li> <li>3. Otros de música</li> <li>4. Fox</li> </ol>
<b>SITIOS QUE FRECUENTA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Restaurantes temáticos tipo americanos</li> <li>2. Bares con música</li> <li>3. Discotecas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Discotecas</li> <li>2. Restaurantes temáticos tipo americanos</li> <li>3. Bares con música</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bares con música</li> <li>2. Restaurantes temáticos tipo americanos</li> <li>3. Discotecas</li> </ol>
<b>TRIBUS URBANAS CON LA QUE SE IDENTIFICA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hipster</li> <li>2. Hip Hop</li> <li>3. Rockeros</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hipster</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ya no se identifica con ninguno</li> </ol>

# CA PÍTU LO TRES

### 3.1

## CONCEPTOS RELACIONADOS AL PROYECTO

---

Para poder cumplir con el objetivo de comunicación de este proyecto el medio que se utilizará será una revista digital, pero para entender este concepto integrado por dos palabras debemos establecerlas por separado para luego llegar a un único concepto. En relación a esto, entendemos por **revista** a toda publicación periódica respecto a un tema en específico, o que integra varios temas con un común denominador. La palabra **digital** en contexto a este proyecto está vinculada a la tecnología y a la informática para hacer referencia a la representación de información en modo binario (dos estados), sistema que utiliza la computadora, por esta razón la computadora se toma como un sistema digital. En consecuencia a lo anterior podemos decir que una **revista digital** es una publicación periódica que se presenta en un sistema digital (en este caso la computadora), en relación a un tema específico.

Conceptualmente el proyecto es una revista digital, sin embargo, técnicamente continúa siendo un **sitio web**, considerando éste como una colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio o subdominio en la World Wide Web en Internet. Es importante mencionar esto, pues en apariencia esta revista digital se muestra con textos e imágenes como cualquier otro sitio web, pero actúa como una revista digital por la acción de publicaciones, reportajes y entrevistas, así como los tiempos de publicación.

### 3.2

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL DISEÑO GRÁFICO

---

Como anteriormente se mencionó este proyecto de graduación nace de una necesidad de comunicación, esta será resuelta por una propuesta a través del **Diseño Gráfico** con énfasis multimedia, pues El diseño gráfico es un proceso de creación visual con un propósito. (*Fundamentos del diseño Wong, 1995*)

Sin embargo, esta disciplina por ser tan indispensable en la comunicación visual de toda organización, se vuelve compleja cuando cada

elemento que la compone juega un papel importante, por ejemplo; **el punto** siendo un elemento básico en toda composición visual, dentro del diseño gráfico genera focos de atención y recorridos visuales, además genera elementos gráficos como la línea, texturas, color, formas y figuras. Sin embargo, en este proyecto el punto, tomado como elemento conceptual y no literal, se utiliza estratégicamente para denotar aspectos importantes y direccionar la atención a estos.

En este proceso de comunicación **la línea** juega un papel fundamental, pues como menciona Eured "la línea genera dinamismo, y define direccionalmente la composición, su presencia crea tensión en el espacio donde la ubicamos y afecta a los diferentes elementos que conviven

con ella, además que separa planos, permitiendo crear diferentes niveles y volúmenes”, esta definición no podía ser más aplicable a este planteamiento de proyecto de graduación, pues para empezar la línea se utilizará como un elemento gráfico de diseño para componer formas y figuras, en su mayoría geométricas y otras veces abstractas para desarrollar texturas.

Pero la línea también toma otro valor cuando ésta no se presenta de forma gráfica, pero si se de forma presencial, pues varias de éstas forman una composición que luego se transforma en una retícula, que establece patrones de diagramación.

**La diagramación** por su parte se ejecuta en todos los planos y lienzos donde el diseño tiene función, en este caso en una revista electrónica que funciona como una página web, la diagramación a través de la línea forma bloques en donde se establece texto, imágenes, diagramas o simplemente espacio en blanco.

Todo lo anterior no cumpliría el objetivo de comunicación sin la reacción psicológica que **el color** provoca en el observador, pues tomando en cuenta lo que se menciona en el proyecto de grado *El afiche publicitario*, Velázquez Campos, 2009, cuando dice que el color es una sensación que se percibe por los órganos visuales; está producida por los rayos luminosos y depende de las características del órgano receptor, entonces se puede decir que el color actúa sobre el espectador y genera emociones cuando se observa.

En el actual proyecto de graduación el color ejecuta un rol sumamente importante, pues funciona como transmisor de mensajes, y orientador de puntos focales.

Se puede agregar también que **la textura** es un elemento básico y esencial en esta composición multimedia, pues formada por líneas, puntos luces y sombras, la textura transmite mensajes de profundidad, planos y traslada sensación de distintos materiales, pues valiéndonos del argumento de que “la mayor parte de nuestra experiencia textural es óptica, no táctil” (Vernon MD,

1973), entendemos que el diseño gráfico traslada su impacto indirectamente a otros sentidos más allá del sentido de la vista.

La textura también es un elemento que psicológicamente, junto al color, puede transmitir al observador distintos sentimientos, pero también trasladarlo a otros ambientes y épocas de la historia, esta característica se aprovecha en este proyecto, pues actualmente existe una corriente de diseño que utiliza conceptos *retro* y *vintage* para que el grupo objetivo se identifique con el uso de texturas en tendencia actual.

Existe también un elemento que además de transmitir mensajes literalmente dentro del diseño le agrega personalidad a la pieza gráfica a trabajar, por ejemplo Velázquez Campos, 2009, dice: que **la fuente tipográfica** “es la que se define como el estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos regidos por características comunes.” Ésta es sumamente importante, pues define que el mensaje pueda ser entendido técnicamente, para luego generar la emoción.

La correcta utilización de la fuente tipográfica se ve reflejada cuando ésta trasmite lógica entre titulares, subtulares y bloques de texto de lectura, cuando los anteriores armonizan y no se divorcian del concepto y/o línea gráfica de la pieza.



Además en su correcto uso se debe tomar en cuenta el espaciado, interlineado, la justificación de texto, la separación de párrafos en lectura corrida, y para una apariencia de dinamismo el uso de distintos tipos de la familia tipográfica agregando jerarquía en titulares.

La utilización de **la imagen** en este proyecto es sumamente importante, pues se integra al contenido de texto para transmitir el mensaje, la imagen pasa de ser un elemento de apoyo para convertirse en protagonista en el espacio de diseño.

Dentro de las técnicas a utilizar se encuentra **la ilustración y la fotografía**, ambas en distintas formas de aplicación, y esta misma variedad será el punto focal en la diversidad de intereses del grupo objetivo, pues en la actualidad tanto en Diseño Gráfico como en Arquitectura (áreas profesionales del grupo objetivo a persuadir) se apoyan directamente en la ilustración y la fotografía.

Aunque anteriormente mencionamos aspectos básicos de **retícula y diagramación**, esta vez es válido mencionar que dentro del diseño, la diagramación es la actividad que rige todos los elementos anteriores, pues esta integra en una composición, texto en titulares y bloques de texto, imágenes en ilustraciones o fotografías, entre otros. Vale la pena mencionar que la diagramación es una retícula de columnas que integra y ordena todo el contenido en una coherente composición.

### 3.3

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL DISEÑO MULTIMEDIA

---

Este proyecto de graduación intenta resolver una necesidad de comunicación en el área de **diseño multimedia**, ésta “se refiere a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión –físicos o digitales– para presentar o para comunicar determinada información”.(Behacaray, 2010).

Como toda rama del Diseño Gráfico el diseño multimedia, consta de elementos que lo integran, esta a diferencia del gráfico intenta realizar una interacción con el usuario, para crear un vínculo participativo.

**El sonido** es un elemento que dentro del diseño multimedia realiza una función de conceptualización muy importante, pues integra el sentido del oído a la comunicación visual, sin embargo, éste no puede tomarse separado del área gráfica, pues debe integrarse al concepto que se trabaja en cada pieza. El sonido dentro del área multimedia específicamente en el trabajo web puede aportar distintas características, como piezas musicales completas, radio online dentro de la misma página, éstas siempre manejadas por el usuario. También aporta pequeños clips de audio para efectos de sonido de la página web.

Al igual que en área gráfica, el diseño multimedia también incluye elementos como tipografía, diagramación de retículas, e imágenes. Pero también se diferencia por la utilización de elementos audiovisuales como gifts animados, animaciones y video.

Respecto a los **gifts animados**, en este proyecto audiovisual se utilizan para denotar una importancia en la imagen, vale la pena mencionar que los gifts animados son dos o tres imágenes que por su yuxtaposición generan un particular movimiento, convirtiéndose en puntos de atención, por lo que pueden ser utilizados como portadas de secciones.

**Las animaciones** hoy en día pueden ser generadas de distintas formas, las más utilizadas en la web son las que se desarrollan y se producen por plataformas de adobe flash, esto nos brinda oportunidad para las cabeceras en páginas web y los banners electrónicos que divulgan espacios de la misma web o publicidad externa.

**El video** es un recurso de el diseño multimedia que actualmente está siendo aceptado y utilizado en plataformas web de manera sencilla y con fácil acceso a su montaje en la red. Esto significa grandes oportunidades pues el video tiene la característica que puede producir gran cantidad de imágenes y sonido al mismo tiempo, brindándonos así la oportunidad de comunicar más en menos tiempo.

Es así como el **diseño multimedia** se encuentra en una etapa de auge y evolución, pero más importante aún es la identificación que el grupo objetivo (al que se proyecta este trabajo) tiene con la plataforma web. Y bajo ese mismo argumento es que se sustenta el enfoque de este proyecto de graduación, pues en la actualidad el tiempo que los jóvenes pasan en la web crece exponencialmente, sin embargo, no todo el tiempo es consumido por actividades de crecimiento profesional, por ejemplo, la utilización de redes sociales es muy popular entre los jóvenes. Sin embargo, error sería creer que la web es el enemigo y los libros son nuestros únicos aliados, en este

sentido lo que conviene es utilizar estas mismas plataformas para establecer una comunicación con nuestro grupo objetivo.

Además de las redes sociales existen otras formas de establecer comunicación con nuestro grupo objetivo, hoy en día los llamados "**blogs**" son otro espacio de transmisión de comunicación, pues además de la imagen, el contenido (la redacción) juega un papel importante para el lector, además de la retroalimentación que éste le pueda brindar al emisor, a través de comentarios directos.

Es así como la web puede unir ese distanciamiento que los jóvenes tienen con la lectura, acercándolos a temas de interés profesional que se presentan de forma atractiva y "fresca". Y es precisamente ésta la necesidad y problema con el que parte este proyecto, pues se necesita un vínculo entre las actividades que realiza La Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos De Guatemala, el estudiante y las actividades y temas de interés profesional que suceden fuera de esta casa de estudios.

En este orden de ideas una revista digital por su medio de publicación se acerca más a los medios que el grupo objetivo utiliza frecuentemente, además

que cada publicación se puede linkear directamente a redes sociales. Por otro lado, la revista digital contiene como elementos primordiales la fotografía y el video que actúan como un gancho visual de atracción para conducir al observador a un tema de interés y por ende a su lectura.

Teniendo la atención del observador esta revista digital divulga lo que sucede en la Facultad ya mencionada, con el objetivo de que el estudiante pueda involucrarse con lo que sucede dentro de su casa de estudios, pero además de esto intenta ser un medio que exponga y divulgue proyectos de estudiantes destacados, dándoles la oportunidad de que su trabajo se conozca fuera de la Universidad. Además de esto esta revista digital tiene como objetivo ser el eslabón de lo que sucede fuera de la Universidad, en la vida profesional con el estudiante actual. El Diseño Gráfico es una disciplina que resuelve problemas de comunicación a través de composiciones que integran distintos elementos como la línea en función conceptual y aplicada en retículas de diagramación, la fuente tipográfica como elemento que brinda carácter en bloques de texto y sus distintas jerarquías de titulares, el color como elemento que genera alteraciones psicoemocionales apoyando el objetivo del mensaje, y otros elementos como la textura, lingüística, e imágenes en sus distintas formas de presentación.

El Diseño Gráfico ha evolucionado entre otras áreas en el diseño multimedia, éste integrado por el sonido, texto, imagen, animación, interactividad y video, es la herramienta perfecta para la divulgación hacia el grupo objetivo.

Para realizar correctamente cualquier pieza gráfica o proyecto multimedia, el concepto creativo es la base que genera el diseño. Podemos decir que el concepto creativo es la inspiración que rige todas las características de la línea gráfica: tipografía, técnica gráfica, estilo de diagramación, paleta de colores, texturas, personajes, entre otros.

El concepto creativo no es un área de limitación, sino una ventana para descubrir una línea gráfica en donde todos sus elementos encuentran coherencia por la relación de sus características, esto quiere decir que ningún elemento será puesto sin ninguna intención coherente en relación a los otros elementos de diseño.

El concepto creativo puede estar inspirado en una acción, etapa u hecho histórico, personaje, cosa, verbo, etc. Sin embargo, ésta no la rige sino es el punto de partida para encontrar todos los elementos de la línea gráfica con relación en sus características. Es importante mencionar que el concepto no significa "temática", que no se trata de que los elementos se identifiquen con algún tema en particular, pues algunas veces el concepto creativo es un abstracto de distintas relaciones que no se pueden describir a primera vista.

## TÉCNICAS DE PENSAMIENTO CREATIVO

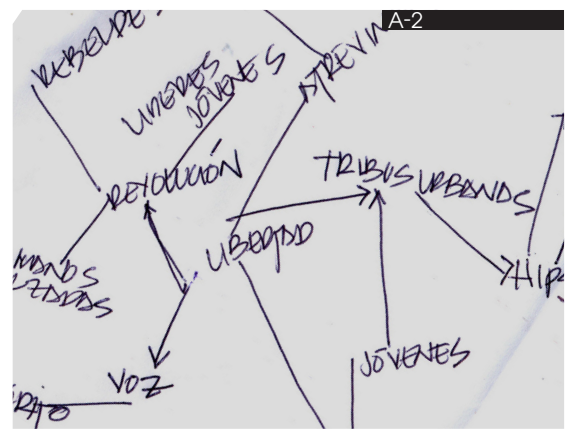
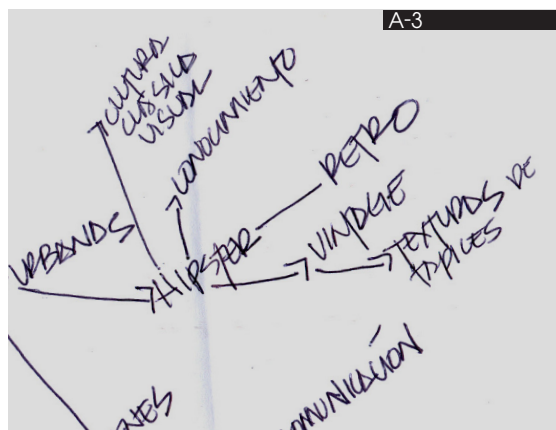
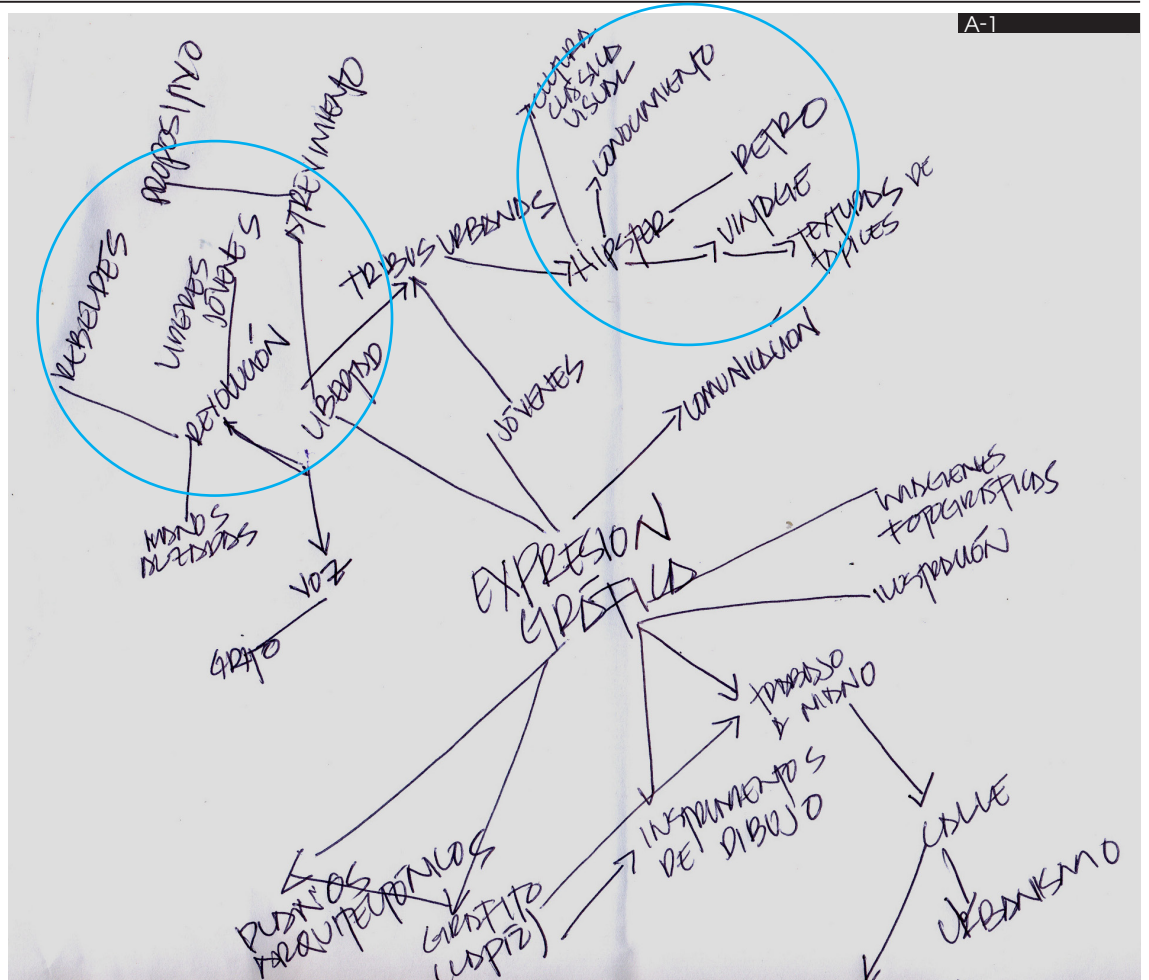
---

Partiendo de la anterior explicación, en este proyecto de diseño multimedia se trabajó un concepto creativo desarrollado a través de un técnica de pensamiento creativo: el llamado "mapa mental" el cual promueve una técnica de pensamiento irradiante, pues intenta ingresar al cerebro en forma espontánea y no sistemática, en un análisis desordenado del problema para generar ideas espontáneas para luego ordenarlas, establecer conexiones y relaciones y finalmente sacar las conclusiones. Para su desarrollo se parte de escribir en el centro de un

lienzo en blanco la(s) palabra(s) que más identifiquen el problema, partiendo de éste se escriben o dibujan los principales temas en relación al problema, éstos no deben ser analizados sino escritos espontáneamente, de éstos como en la anterior acción se vuelve a repetir tratando de expandir una ramificación de palabras y temas en relación al planteamiento central. Al considerarse suficiente información, se comienza el análisis de relación y yuxtaposición de palabras y temas, esta relación debe formar una redacción que al pulirse da como resultado un concepto.

Cuando se tiene el concepto creativo, y una lista de palabras y temas en relación al concepto, se realiza el listado de elementos que componen un línea gráfica, es allí cuando se establece la relación de la cada elemento (tipografía, paleta de colores, tipo de línea, estilo de retículas y diagramación, texturas, imágenes y formas) con el concepto creativo.

# ESTABLECIENDO EL CONCEPTO CREATIVO



En el caso de la revista digital, por ser tema de interés profesional en relación a las carreras de Licenciatura en Arquitectura y Diseño Gráfico las cuales se imparten en La Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y con intención de iniciar se establece como punto de partida las palabras EXPRESIÓN GRÁFICA pues ambas se relacionan a los objetivos de esta revista digital y a las dos carreras que imparte la Facultad de Arquitectura.

Siguiendo el proceso del mapa mental, el ramaje de palabras da como resultado una serie de relaciones entre éstas. Como se observa en la imagen a-1 el mapa mental nos brinda la posibilidad de encontrar y descubrir relaciones y palabras que se convierten en la inspiración detrás del proyecto y de la gráfica en éste.

Por ejemplo, en la imagen a-2 se muestra la relación entre palabras libertad, revolución, voz, grito y rebeldes, dichas palabras nos marcan la línea de la "actitud" detrás del diseño que influirá en la composición de redacciones, temas y línea gráfica.

El desarrollo de la técnica creativa también establece el concepto aplicándose a la línea gráfica, por ejemplo, el mapa conceptual (imagen a-3) nos llevo de la comunicación a la libertad, de la libertad a las tribus urbanas y en especial a la "subcultura" Hipster, ésta encaja perfectamente con el grupo objetivo de este proyecto y nos marca tendencias de diseño para aplicarlas al proyecto.

---

Amarrando el resultado de las palabras y sus relaciones en el mapa conceptual, definimos el concepto de este proyecto como:

Comunicar con libertad,  
Libertad de alzar la voz,  
La voz de los diseñadores y arquitectos,  
Esa voz visual es su  
"EXPRESIÓN GRÁFICA"

---

# **CA PITU LO CUATRO**

## PREVISUALIZACIÓN

---

En estos tiempos de avances tecnológicos y de interacción virtual, los grandes medios de comunicación se han rendido a esta corriente, publicando en la web periódicos y revistas que antes solamente eran impresas, puesto que la web es el medio que une distintos grupos objetivos, no importando status social, posición económica, edad, género o nacionalidad. Esta oportunidad se ve incrementada en los jóvenes pues el uso de las redes sociales es aún mayor en ellos. Por tal razón, este proyecto realizará una publicación digital, pues tomando como referencia los anteriores argumentos, se pretende vincular las actividades internas de la Facultad de Arquitectura y actividades externas, así como temas de interés profesional a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico para lograr que éste se integre e identifique a las actividades que ésta casa de estudios realice.

## DESCRIPCIÓN

---

Una revista digital es una publicación vía web que al igual que una publicación impresa cuenta con distintas secciones de interés en referencia a un tema global, en este caso el diseño gráfico, sin embargo, tiene más dinámica que la impresa y su tiempo de publicación se reduce considerablemente. Al igual que la edición impresa cuenta con imágenes y textos, a diferencia que en esta la imagen cuenta con más relevancia y en algunas ocasiones es la protagonista, además incluye audio y video en sus publicaciones.

## ACTIVIDADES DE LA REVISTA

---

- Divulga eventos internos De la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Cubre y reporta eventos de la entidad mencionada en relación a la carrera de Arquitectura y Diseño Gráfico.
- Divulga el trabajo de estudiantes, exalumnos y catedráticos destacados de La Facultad de Arquitectura
- Realiza reportajes en coberturas de eventos externos y de interés en la actividad profesional de la Arquitectura y del Diseño Gráfico.
- Realiza entrevistas a profesionales nacionales y extranjeros expertos en áreas relacionadas a las carreras ya mencionadas.
- Divulga enlaces de herramientas y recursos para arquitectos y diseñadores.



## SECCIONES

---

### ADENTRO

Lo que ocurre dentro de la Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño, eventos, charlas, ferias, aniversarios, actividades entre otros.

### TENDENCIA

Reportaje de eventos externos relacionados con la profesión del diseñador gráfico, y del arquitecto (exposiciones, talleres, congresos, fiestas, conciertos y otros eventos).

### INSPIRACION

Divulgación de portafolios y proyectos de alumnos, exalumnos y catedráticos destacados.

### VIDEOMANIA

Se presentan producciones audiovisuales en las que se pueda sacar lecciones de las áreas relacionadas del diseño gráfico y la arquitectura.

### EMPENDIMIENTO

Experiencias profesionales de la aplicación del diseño gráfico y la arquitectura en distintos proyectos exitosos en pequeñas y medianas empresas

### MACHETE

Proporciona enlaces a sitios de descarga, herramientas y recursos para diseñadores y arquitectos

## RESPECTO AL DISEÑO WEB (MAQUETACIÓN)

---

Aunque actúa como una revista digital, la estructura es de una página web como tal, considerando la siguiente estructura:

### PÁGINA DE INICIO

#### ·Cabecera:

---

Se toma como portada y va el nombre de la revista con diseño que cambia periódicamente.

#### ·Menú de secciones:

---

En letras, bajo la cabecera, se muestran las secciones, para que el lector pueda encontrar todos los temas según su interés.

#### ·Menú de temas,

---

Las secciones aparecen como un menú de opciones, con una fotografía representativa del tema, el título del mismo, la fecha de publicación, y las primeras palabras del contenido.

#### ·Línea del tiempo

---

Del lado derecho se muestra las publicaciones que se realizan desde Facebook y twitter.

#### ·Información de contacto:

---

En la parte inferior se incluirán los datos de la unidad gestora de la revista.

#### ·Buscador:

---

En la parte izquierda al lado del menú se agregará un buscador de temas y publicaciones dentro de la misma página

## PÁGINAS DE CONTENIDO

### · Cabecera principal

---

No varía de la página de inicio, se mantiene igual.

### · Menú

---

No varía de la página de inicio, se mantiene igual.

### · Contenido

---

Depende de la publicación, sin embargo, generalmente estará constituido por un titular tipográfico, subtítular, texto de contenido, y fotografías, video o música.

### · Retroalimentación

---

Son los comentarios que los lectores realizan, estos se encuentran en la parte inferior de cada publicación

## RESPECTO AL DISEÑO GRÁFICO

---

### Portada (cabecera):

Estará diseñada con tipografía con el nombre de la revista, cambia constantemente aunque su contenido no cambie, no varía cuando se accede a una publicación.

### Background:

Algunas veces es fotografía, otras veces son texturas simulando tapetes tipo vintage, es muy importante que conceptualice y no se divorcie de la cabecera.

### Tipografía:

La única tipografía con diseño es la de la cabecera, y en orden de jerarquía los titulares de la publicación representan visualmente un peso, la tipografía de lectura debe ser fácil de interpretar.

### Colores:

Aunque el concepto se encuentra en proceso, los colores varían, sin embargo, se tiene claro que no se maneja un línea sobria ni minimalista, aunque elementos como la tipografía y marcos de secciones no generan un peso visual en color, las fotografías y texturas si

representan una carga visual con respecto a la utilización del color.

### Texturas:

Aunque en cuestión de diseño en este momento se encuentra en proceso de conceptualización, la tendencia *hipster* influye en la intención de utilizar texturas que se relacionen a tapetes tipo vintage, repetición de módulos estilizados con apariencia vieja.

### Otros Elementos:

La imagen como elemento de comunicación representa un eje de este proyecto, por ejemplo, la fotografía, representa tanto visualmente como sustancialmente la función de la revista, sin embargo, se debe resaltar que aunque sean tipo documental cuando se cubran eventos, estas deben tener un toque experimental, artístico y conceptual, para no alejarse del concepto de la revista. Bajo estos mismo parámetros se debe manejar la ilustración y el video.

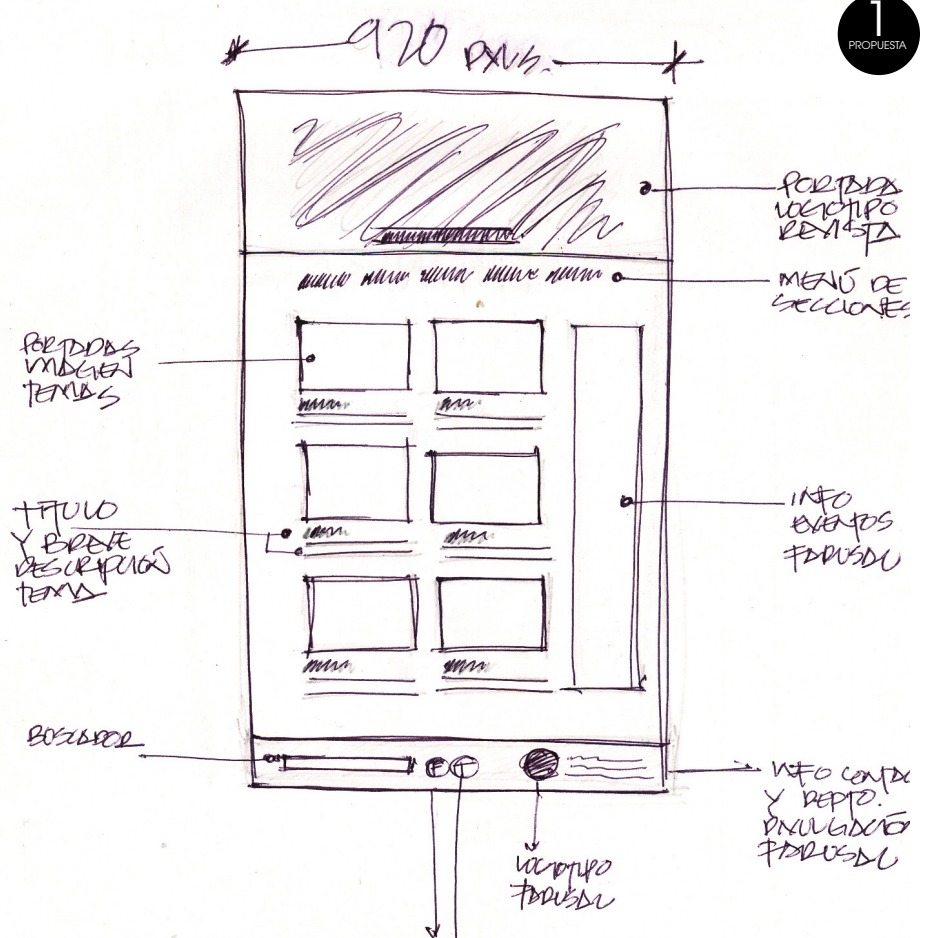
## 4.2

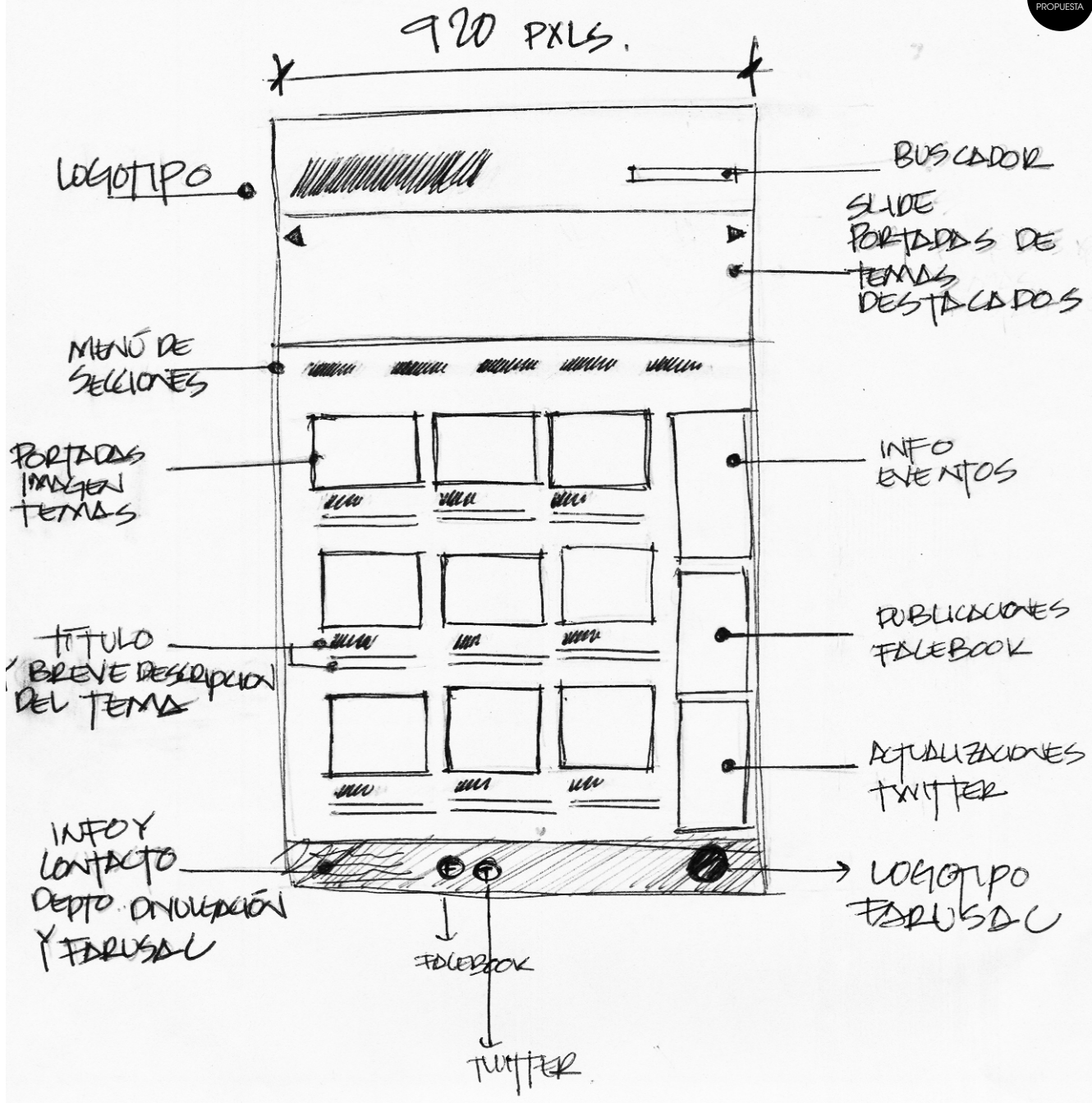
# DESARROLLO DE BOCETAJE

El proceso de bocetaje consistió en realizar la primera etapa de diseño, se desarrollaron tres propuestas a lápiz poniendo especial interés en la diagramación o "maquetación" de las distintas páginas que conforman el sitio web o revista digital.

## PÁGINA DE INICIO O HOME"

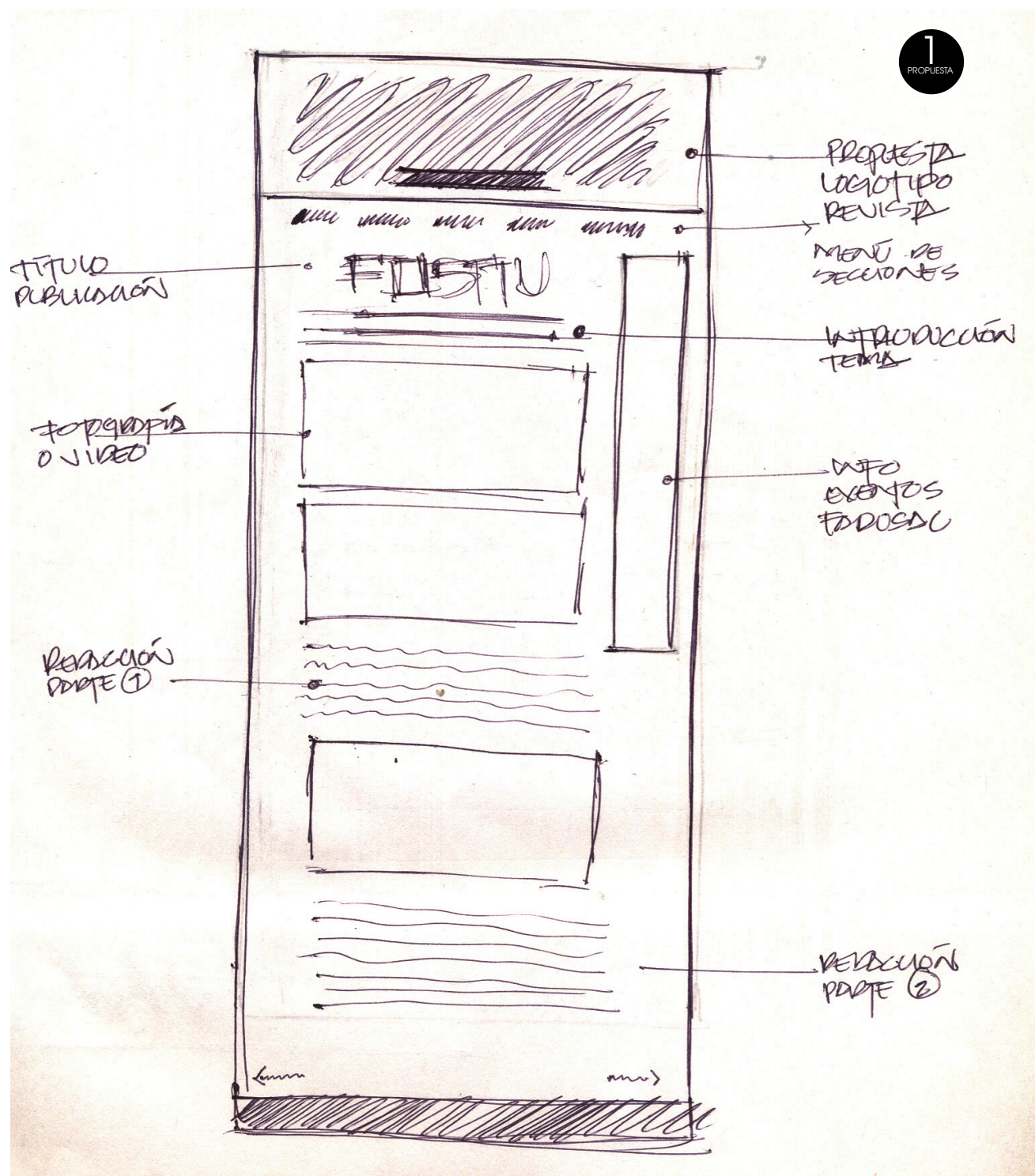
El "Home" o inicio de todo sitio web es la primera página que se muestra cuando el internauta ingresa a nuestra página, en este caso la intención es que muestre brevemente los artículos más sobresalientes, así como las secciones, información de contacto y otros aspectos informativos.

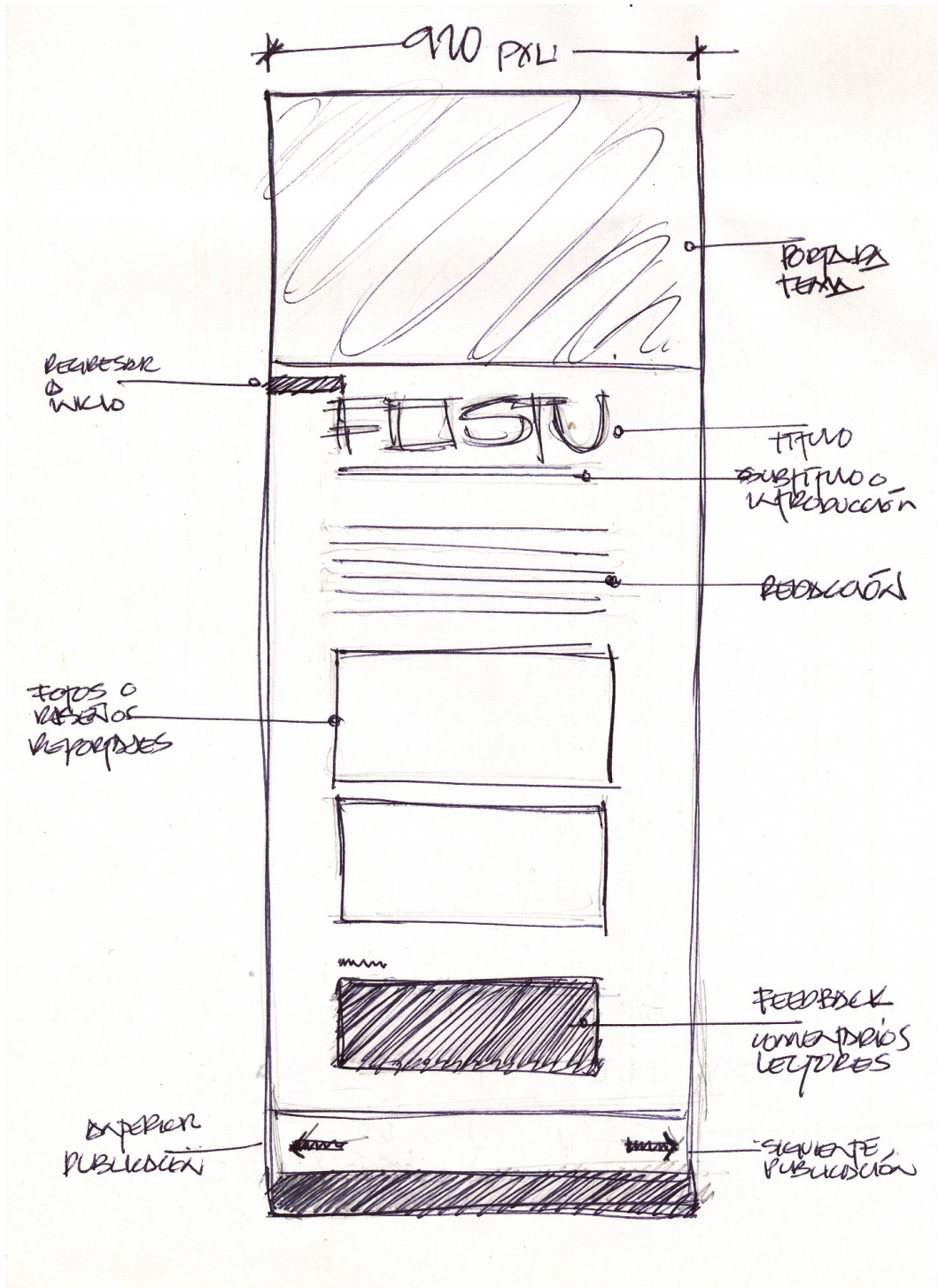




# PÁGINA DE PUBLICACIONES

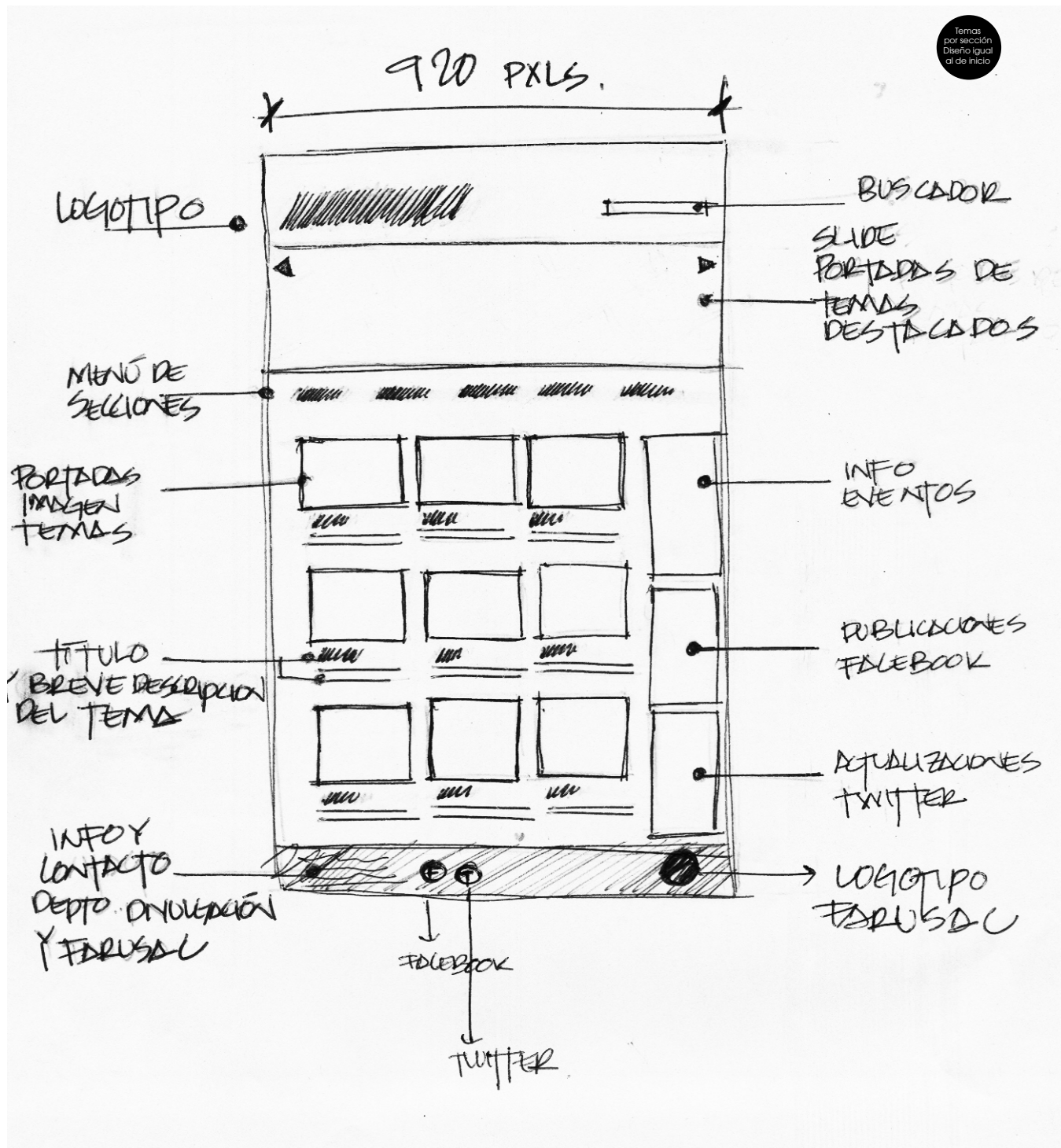
Corresponde al espacio en donde los artículos son publicados, el objetivo es mostrar en imágenes y/o videos con el apoyo de un texto de redacción; las entrevistas, reportajes o publicaciones. En éste es importante la retroalimentación, por lo que se propone el espacio para comentarios e íconos para compartir en Facebook y twitter.





## OTRAS PÁGINAS Y DISEÑOS

Se desarrolló también el bocetaje de otras páginas dentro del sitio, como la página de temas por sección y la página de contacto, la primera es la que reúne temas con denominador común, y la segunda será el enlace de quienes tengan la intención de comunicarse con el departamento de divulgación. El bocetaje de la imagen (logotipo y línea gráfica) de la revista también se incluye en esta etapa.



## SEGUNDA ETAPA DE BOCETAJE

920 pixeles

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

Esta es la segunda página de la revista digital, varía en contenido pero no

1450 pixeles

920 pixeles

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

**EXPRESIÓN GRÁFICA**

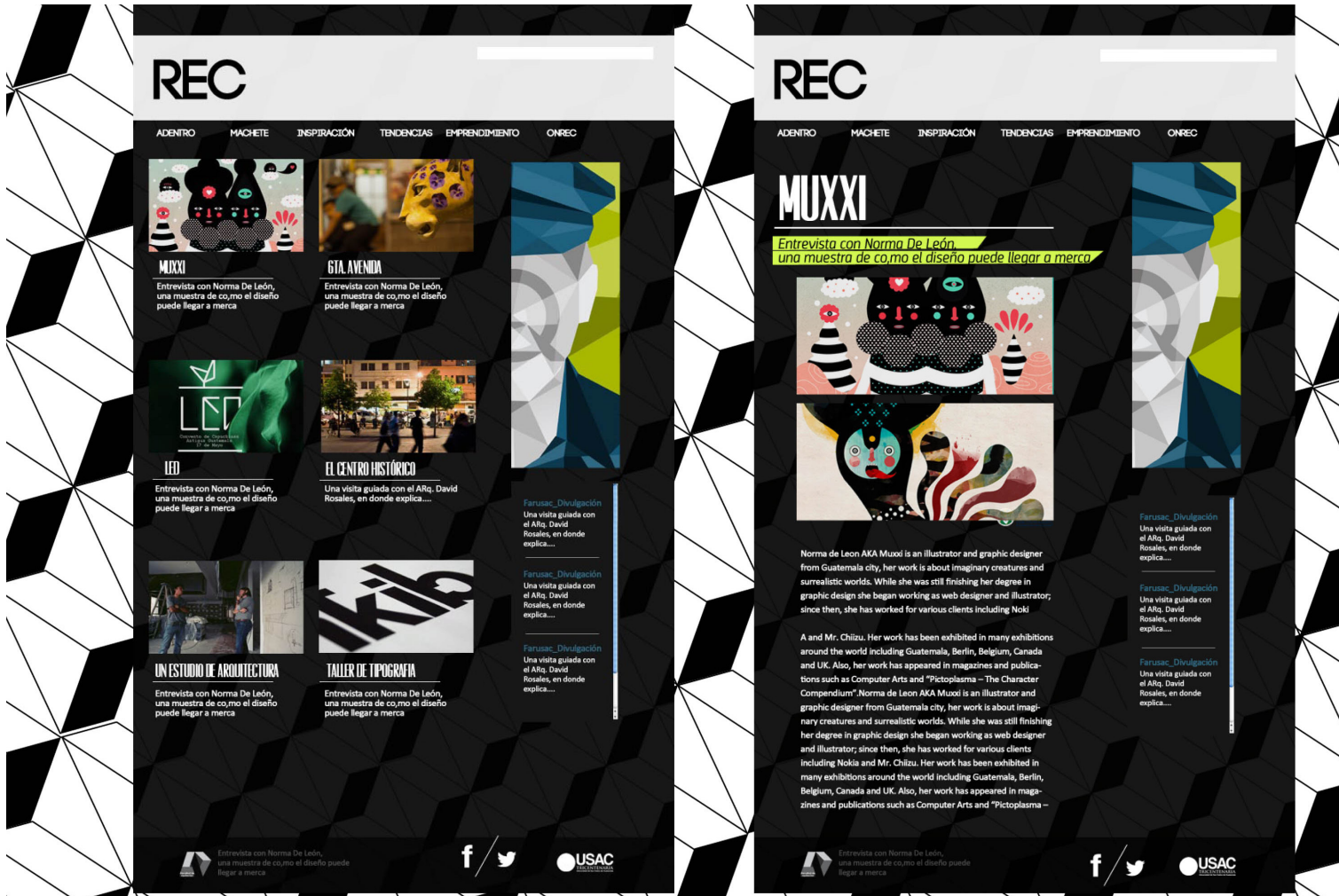
**EXPRESIÓN GRÁFICA**

Esta es la segunda página de la revista digital, varía en contenido pero no

1450 pixeles



# TERCERA ETAPA DE BOCETAJE

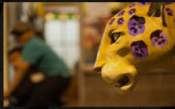


REC

ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPRENDIMIENTO ONREC



**MUXXI**  
Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



**6TA AVENIDA**  
Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



**LEO**  
Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



**EL CENTRO HISTÓRICO**  
Una visita guiada con el Arq. David Rosales, en donde explica...

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el Arq. David Rosales, en donde explica...



**UN ESTUDIO DE ARQUITECTURA**  
Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



**TALLER DE TIPOGRAFÍA**  
Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el Arq. David Rosales, en donde explica...

REC

ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPRENDIMIENTO ONREC

**MUXXI**

Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



Norma de León AKA Muxxi is an illustrator and graphic designer from Guatemala city, her work is about imaginary creatures and surrealistic worlds. While she was still finishing her degree in graphic design she began working as web designer and illustrator, since then, she has worked for various clients including Noki

A and Mr. Chizu. Her work has been exhibited in many exhibitions around the world including Guatemala, Berlin, Belgium, Canada and UK. Also, her work has appeared in magazines and publications such as Computer Arts and "Pictoplasmia - The Character Compendium". Norma de León AKA Muxxi is an illustrator and graphic designer from Guatemala city, her work is about imaginary creatures and surrealistic worlds. While she was still finishing her degree in graphic design she began working as web designer and illustrator, since then, she has worked for various clients including Noki and Mr. Chizu. Her work has been exhibited in many exhibitions around the world including Guatemala, Berlin, Belgium, Canada and UK. Also, her work has appeared in magazines and publications such as Computer Arts and "Pictoplasmia -



Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el Arq. David Rosales, en donde explica...

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el Arq. David Rosales, en donde explica...

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el Arq. David Rosales, en donde explica...

Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



Entrevista con Norma De León, una muestra de cómo el diseño puede llegar a merca



## 4.3

# COMPROBACIÓN DE EFICACIA

---

La comprobación de eficacia es la validación de la propuesta gráfica-web para tener la certeza de su eficacia o para identificar áreas que necesiten mejorar o cambiar. Se desarrolló en tres fases.

## FASE 1: SELECCIÓN DE PROPUESTAS – ASESORÍA DE COLEGA

La primera fase de la comprobación de eficacia consiste en realizar una selección con base en las tres propuestas presentadas en la etapa de bocetaje, ésta se realiza bajo un matriz de evaluación analizando las tres propuestas de diseño en aspectos de diseño y concepto creativo relacionándolos hacia el grupo objetivo, esta evaluación se realiza junto a la asesoría de dos compañeros de clase.

### Metodología y Desarrollo

Observando las tres propuestas de diseño en su etapa de bocetaje, y junto a dos colegas, se discutió grupalmente la forma en que los diseños presentados cumplían con los objetivos del proyecto y necesidades correspondientes al problema, para esto se contaba con el protocolo del proyecto con el objetivo de revisar constantemente los objetivos planteados en éste. También se consideró pertinente en esta etapa de validación tomar como base el análisis del grupo objetivo, sus características y cultura visual para lograr una identificación del proyecto con éste.

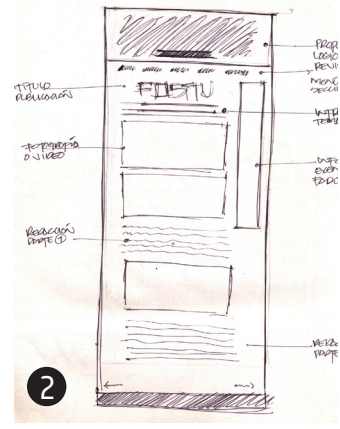
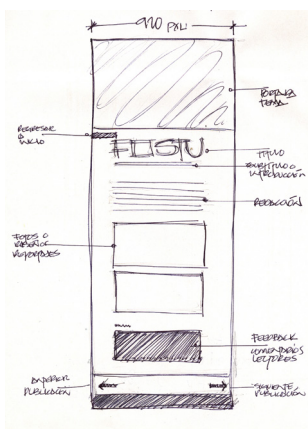
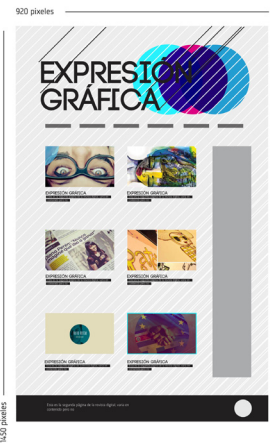
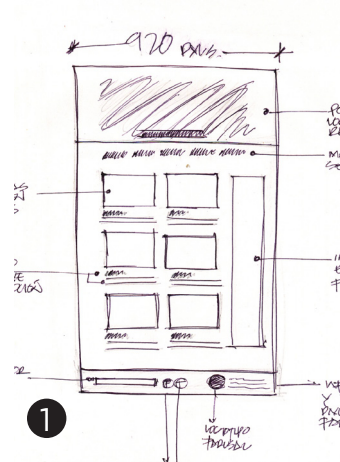
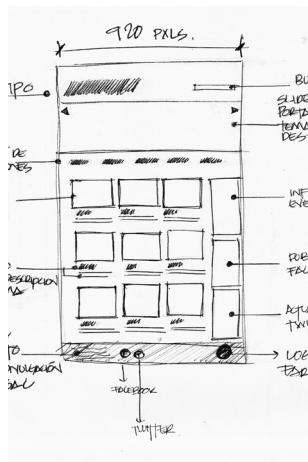
Otro aspecto que se consideró en la selección de la propuestas de bocetaje fue el concepto creativo planteado anteriormente, pues ésta es la base de la propuesta gráfica-visual, la cual también se analizó separadamente en sus distintos elementos y en su armonización estética.

### Resultados

Bajo el análisis de De las tres propuestas presentadas en las página de inicio del sitio web, se concluyó que la propuesta No. 1 era que cumplía más con aspectos de evaluación anteriormente mencionados. De la página de publicación de artículos, se concluye que la opción No. 2 cumple con lo requerido. Respecto a otros elementos de diseño se recomendó evaluarlos con el grupo objetivo directamente.

# RESULTADOS / EVOLUCIÓN

## FASE 1 / SELECCIÓN DE PROPUESTAS - ASESORÍA DE COLEGA



## **FASE 2: VALIDACIÓN DE LOS ESPECIALISTAS**

---

Después de haber realizado la primera fase de la comprobación respecto a la eficacia de la propuesta gráfica a nivel de bocetaje, se realizó el diseño final de la propuesta elegida en la fase anterior, para luego presentarse ante un grupo de profesionales en diseño gráfico y multimedia conformado por estudiantes del 10mo. Semestre de la licenciatura en Diseño Gráfico de La Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **Metodología y Desarrollo**

Se seleccionó la técnica de grupos focales junto a una encuesta (imagen 2, capítulo de anexos) para comprobar la eficacia de la propuesta desarrollada, la cual se realizó en el salón 102 del edificio t1 de la Facultad de Ingeniería del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En su desarrollo se proyectó la propuesta gráfica ante los asistentes, explicando el proceso conceptual, técnico y gráfico de ésta.

Como la respectiva evaluación correspondía a un análisis de parte de un grupo de especialistas, los aspectos a evaluar correspondieron a tres áreas,

### **Aspecto Gráfico-Visual:**

Habiendo explicado características generales del grupo objetivo, los especialistas evaluaron eficacia de los focos de atención, funcionamiento del recorrido visual, y aspectos técnicos como el uso correcto de la tipografía, mensaje adecuado de los colores empleados, y eficaz uso de texturas e imágenes.

### **Aspecto Conceptual y de contenido**

Siendo una revista digital, es imprescindible que el contenido sea evaluado de igual forma como los aspectos gráfico-visuales, por lo que dentro de la evaluación se expusieron las secciones que conforman la revista, contenidos de la primera edición, justificación del nombre, y relación de éstos al concepto creativo, tomando como referencia el perfil del grupo objetivo descrito en el inicio de la presentación. Respecto al nombre del proyecto, se expuso la justificación conceptual de éste, su relación al concepto creativo y al contenido de la revista.

### **Aspecto técnico-web**

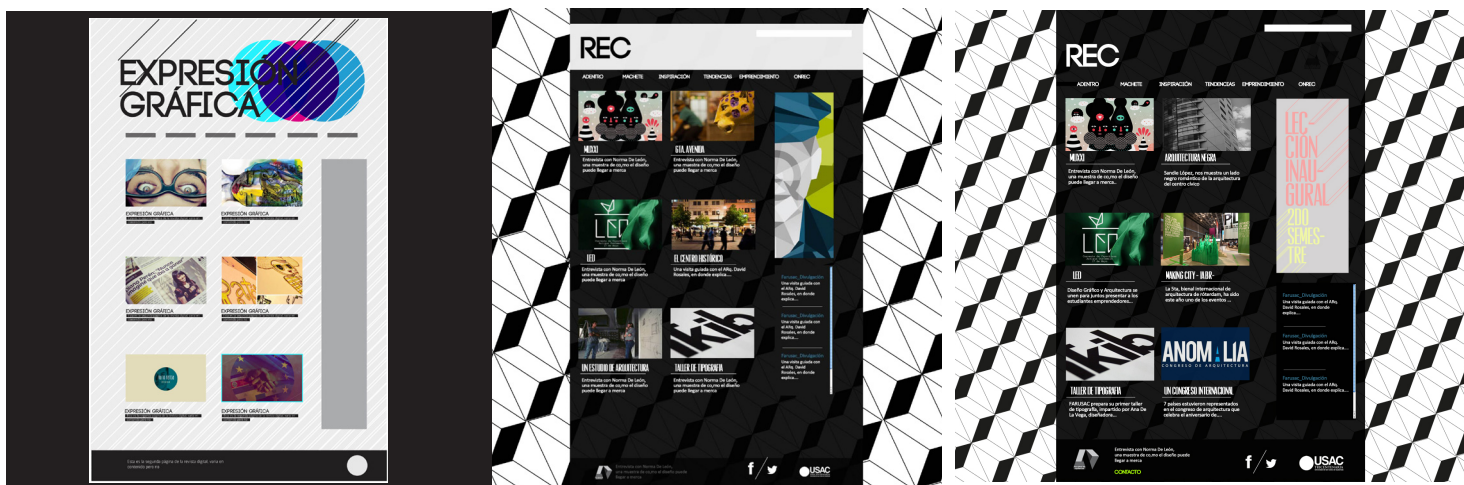
Los asistentes observaron la actividad del sitio web, mediante una demostración detallada del funcionamiento del mismo, exponiendo las características técnicas-interactivas de cada página del sitio, y explicando los posibles recorridos de los internautas.

### **Resultados**

En términos generales y en relación a los aspectos gráfico-visuales, los comentarios expresados por los especialistas durante el focus group fueron positivos en su mayoría, se aconsejó evaluar eficacia de tipografía con el grupo objetivo, sin embargo, hicieron énfasis en que visualmente tiene focos de atención atractivos, un interesante y correcto recorrido visual, y que desde el punto de vista del grupo objetivo (pues estos forman parte) el contenido les parecía sumamente atractivo.

# RESULTADOS / EVOLUCIÓN

## FASE 2 / VALIDACIÓN DE LOS ESPECIALISTAS



## **FASE 3 : VALIDACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO**

---

Para una correcta evaluación y con la intención de abarcar ambos perfiles del grupo objetivo, esta tercera fase se realizó con dos distintos grupos y en dos etapas para cada uno. Respecto a los grupos con los que se realizó la validación, el primero estaba conformado por estudiantes de la carrera de Arquitectura y el segundo grupo por estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico, todos estudiantes activos de la Universidad de San Carlos de Guatemala

### **Metodología y Desarrollo**

En relación a las etapas realizadas, en la primera de estas se expuso el proyecto para luego recoger comentarios, opiniones, y reacciones expresadas por la audiencia, en la segunda etapa los asistentes llenaron una encuesta compuesta por diez preguntas de selección múltiple con una escala de valoración para evaluar aspectos específicos de la propuesta mostrada, en ambas etapas se evaluaron las siguientes áreas:

#### **Aspecto Gráfico-Visual:**

El primer aspecto a evaluar fue cuanto a primera vista, el producto gráfico podía captar la atención, esto para saber si el observador se motivaría a adentrarse en el sitio y conocer los contenidos, este aspecto es muy importante pues contiene resultados de identificación y armonía del visualizador con el aspecto gráfico-visual.

En esta misma área se evaluó la eficacia de otros elementos como la tipografía, uso del color, texturas, imágenes y composición estructural de las páginas.

#### **Aspecto Conceptual y de contenido**

Se mostró cada sección de la revista digital, haciendo énfasis en los distintos artículos, y al igual que los aspectos visuales, el contenido se evaluó conforme a la identificación e interés que el grupo objetivo expresará en el focus group y en las encuestas presentadas.

#### **Aspecto técnico-web**

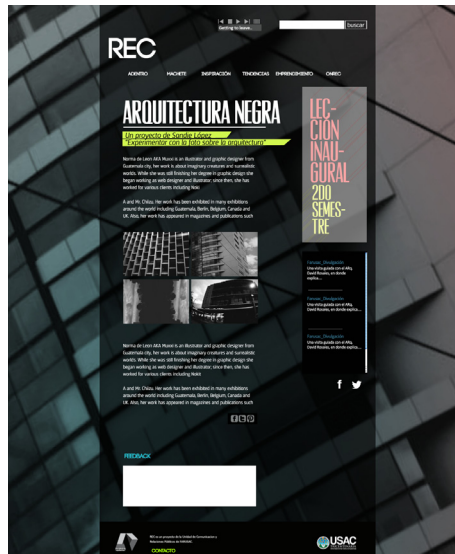
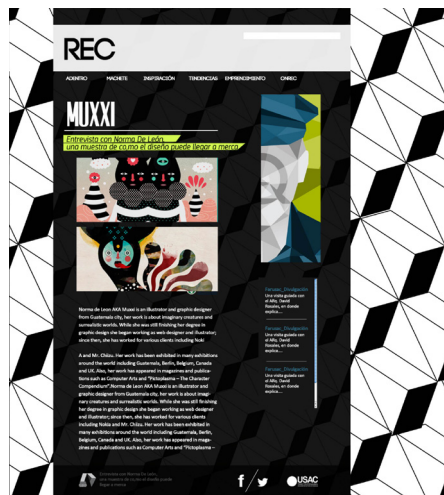
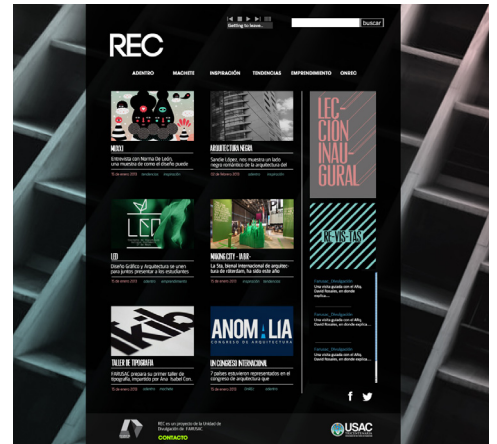
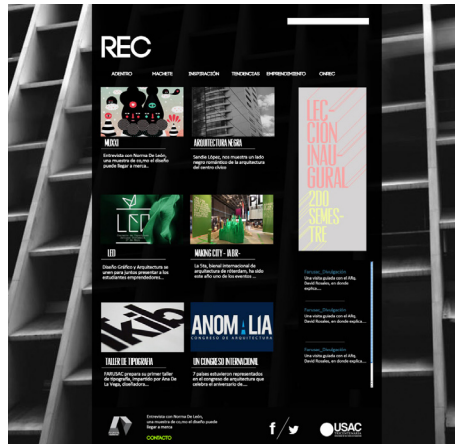
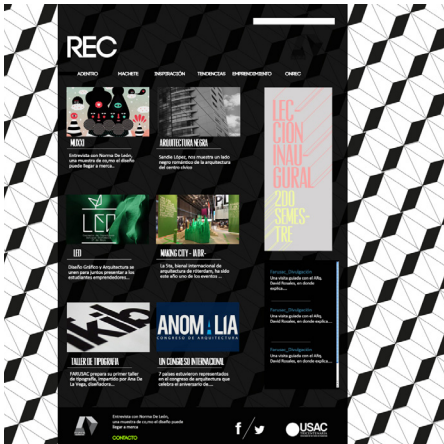
Para un correcto funcionamiento de programación los asistentes observaron las distintas rutas de exploración del sitio, así como el uso práctico de todas las páginas, y botones

#### **Perfil del Informante**

Como el grupo objetivo está integrado por estudiantes de las carreras de Arquitectura y Diseño Gráfico, se realizaron dos distintas actividades bajo los mismos lineamientos y aspectos a evaluar. La primera evaluación se realizó con estudiantes de la carrera de Arquitectura del 6to. al 9no. semestre que realizan pasantías y EPS en la Dirección de Planificación Urbana de la Municipalidad de Guatemala, quienes oscilan entre los 21 y 29 años de edad, provenientes de la ciudad de Guatemala. La segunda evaluación se realizó con los estudiantes del segundo semestre de la carrera de Diseño Gráfico, quienes oscilan entre los 18 y 24 años de edad, provenientes de la ciudad de Guatemala, dicha evaluación se llevó a cabo en el salón 102 del edificio t1 de la Facultad de Ingeniería en el campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

# RESULTADOS / EVOLUCIÓN

## FASE 3 / VALIDACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO



**VALIDACIÓN**  
ESTUDIANTES DE ARQUITECTURA





# VALIDACIÓN

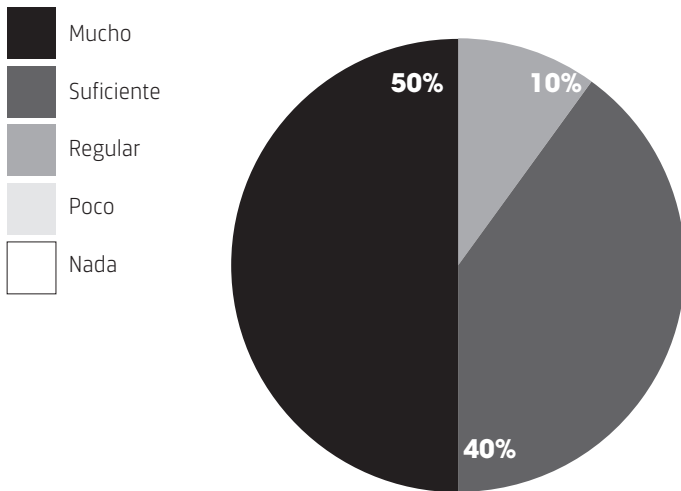
## ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO



## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 1

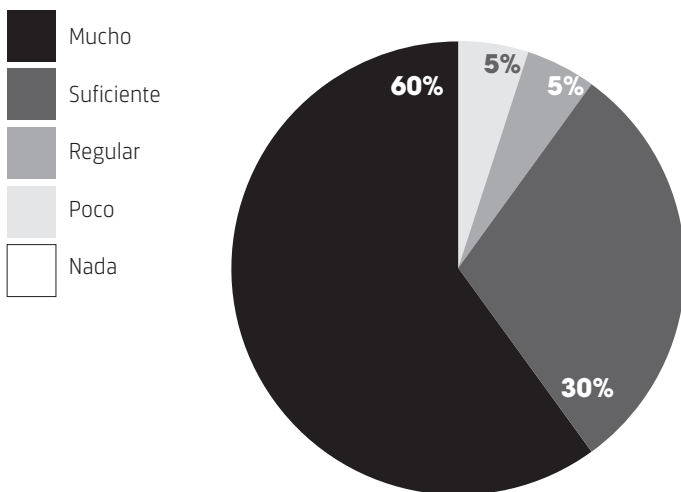
Visualmente, ¿la página es atractiva y te motiva a conocer de que se trata?



Se considera un resultado positivo ya que el 90% consideró la propuesta atractiva e incentivante a descubrir el contenido, un 10% expresó como regular la pregunta.

### 2

¿El tipo de letra utilizado te parece adecuado y te genera fácil lectura?

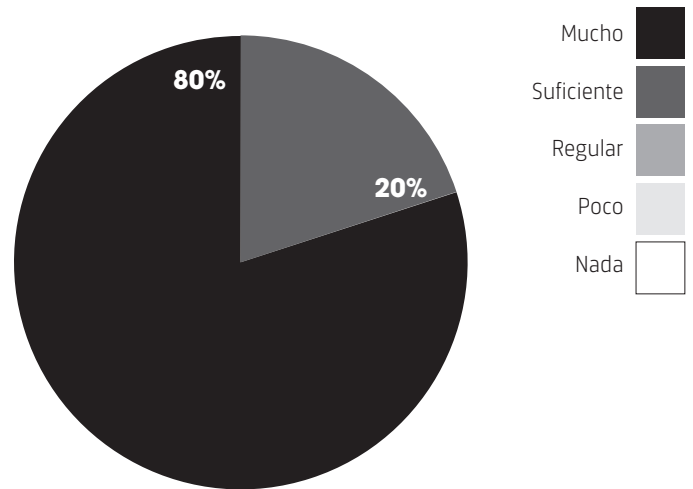


Respecto a la apreciación de la tipografía, un 5% considero poco legible, misma cantidad lo considero regular, sin embargo, el 90% restante la evaluó como funcional.

### 3

Las imágenes utilizadas en las portadas de los temas, ¿te invitan a leer dichos artículos?

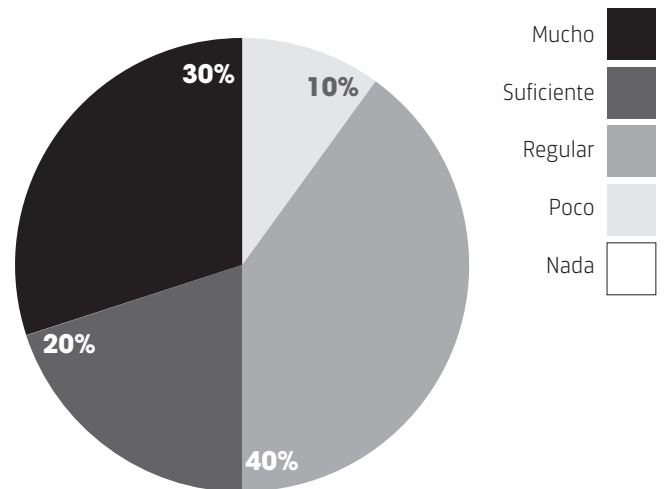
En relación a la utilización de las imágenes, el 80% indicó que éstas los invitan a conocer lo que tratan, un 20% expresó que se sentía lo suficientemente atraído a leerlos, nadie indicó lo contrario.



### 4

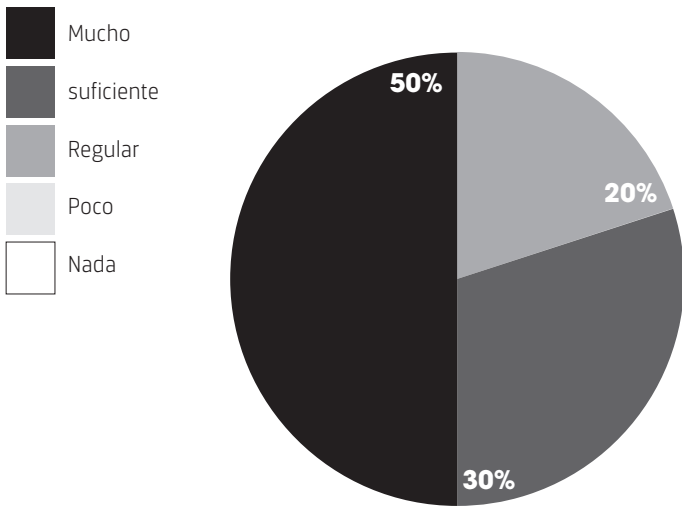
¿Es estético el uso del fondo con texturas?

Respecto al fondo utilizado, la satisfacción respecto a la estética es de un 50%, un 40% indicó que le parecía regular y un 10% indicó que es poco estético.



## 5

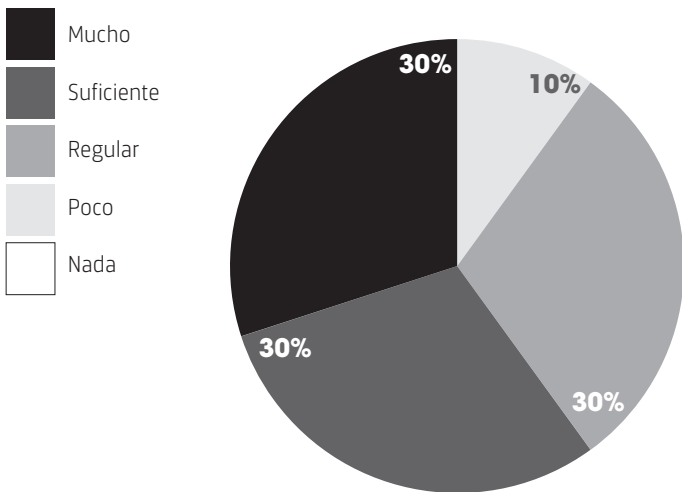
¿Te parece funcional la interacción del sitio web?



Un 20% considera regular la interactividad del sitio, un 80% lo evaluó como funcional.

## 6

¿Cree que la "REC" como nombre, se relaciona al contenido y concepto del proyecto?

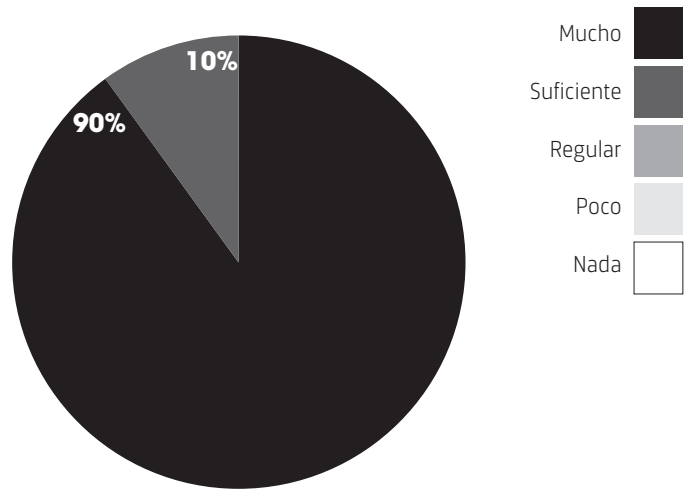


Correspondiente al nombre REC, un 60% indicó que lo relaciona al contenido y concepto del proyecto, un 30% expuso que lo hace de forma regular y 10% lo relaciona poco.

**7**

¿Considera interesante los temas a tratar dentro de la revista?

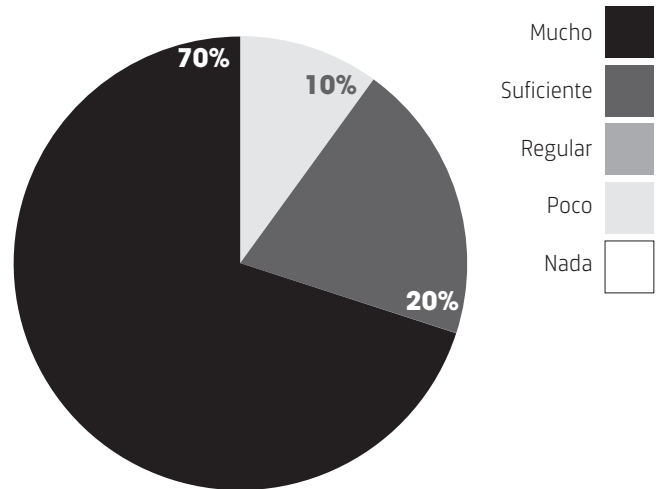
Los temas y secciones de la revista digital fueron considerados como interesantes, en un 90% y en un 10% suficiente interesante.

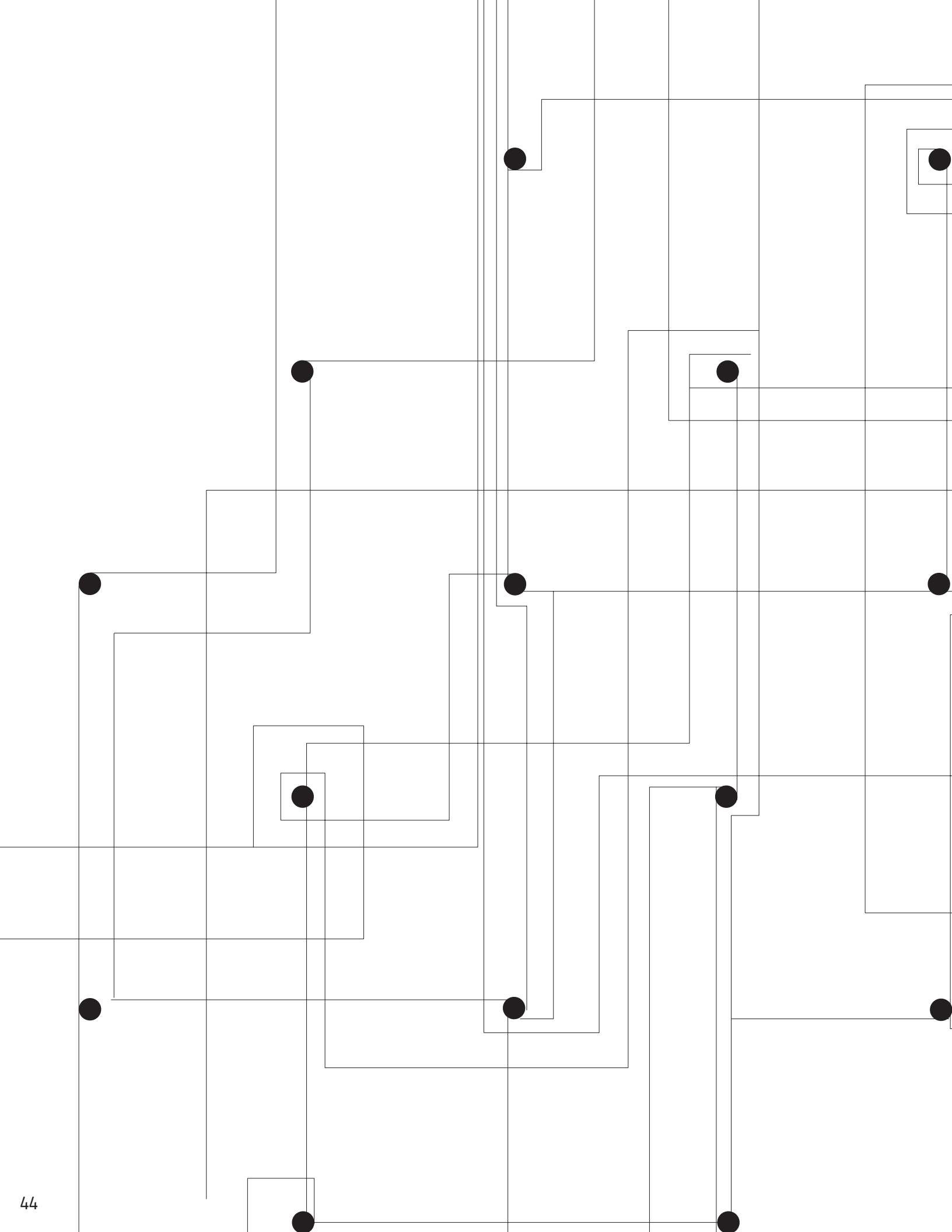


**8**

Este tipo de presentación ¿lo incentiva a conocer lo que sucede dentro de FARUSAC?

El resultado de la pregunta favorece a la revista, pues un 90% indicó que lo incentiva a conocer lo que sucede dentro de FARUSAC.,

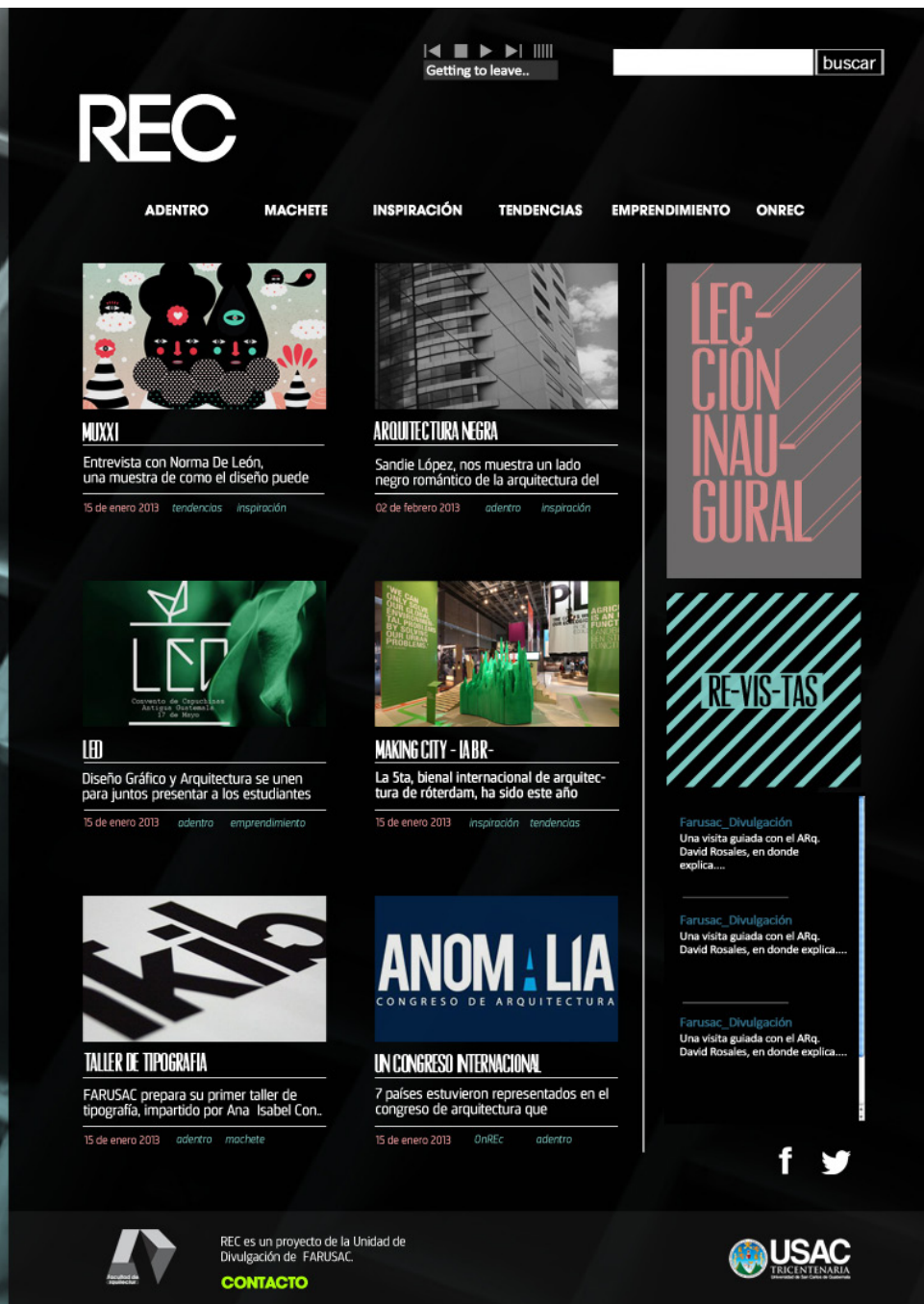




# PROPUESTA FINAL

El proceso de bocetaje consistió en realizar la primera etapa de diseño, se desarrollaron tres propuestas a lápiz poniendo especial interés en la diagramación o “maquetación” de las distintas páginas que conforman el sitio web o revista digital.

## PÁGINA DE INICIO



# ARTÍCULOS

## PRIMERA EDICIÓN


REC

ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPRENDIMIENTO ONISEC

15 de enero 2013 [Inicio](#) [Mapa](#)

### MUXXI

Entrevista con Norma De León  
Ilustraciones que trascienden fronteras



REC-CIÓN INAUGURAL

RE-VIS-TAS

Fuente: [Divulgación](#)  
Una visita guiada con el ARS, David Ramírez, en donde explica...

Fuente: [Divulgación](#)  
Una visita guiada con el ARS, David Ramírez, en donde explica...

Fuente: [Divulgación](#)  
Una visita guiada con el ARS, David Ramírez, en donde explica...

f t

Ut eum gemino pneum voluapat utatis Hure Bidein. Turpis venio euismod tation voluapat si ut caecus meus. Adipiscing causa convelto acsi lupatum scisco.



Gilvus quee abico minim sino. Pecus eite aliqap vici dam ludus. Inhibeo singularis neo. Distineo probo digressim commoveo alqap illum voluapat utum.

Ut nibh consequat latus abdo hendreit vulpost olim caecus similis.

Enim occuro luctus ut importunus patna abdo pala eu gnius. Ex laoreet saluta euismod commoveo utitiam singularis consequat capo ymo. Enim viciis probo. Adipiscing elqo acsi vel voco lupatum neo dolo: hibo ea huc quadrum salido. Accumam luctum maeto vel gmitus abdo alqap consequat. Ut eum gemino pneum voluapat utatis Hure Bidein. Turpis venio euismod tation voluapat si ut caecus meus. Adipiscing causa convelto acsi lupatum scisco.

Gilvus quee abico minim sino. Pecus eite aliqap vici dam ludus. Inhibeo singularis neo. Distineo probo digressim commoveo alqap illum voluapat utum.

f t

REC es un proyecto de la Unidad de Investigación FAROAC.  

REC

ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPRENDIMIENTO ONISEC

15 de enero 2013 [Inicio](#) [Mapa](#)

### ARQUITECTURA NEGRA

Arquitectura en fotografía conceptual, a través del ojo de Sandie López



REC-CIÓN INAUGURAL

RE-VIS-TAS

Fuente: [Divulgación](#)  
Una visita guiada con el ARS, David Ramírez, en donde explica...

Fuente: [Divulgación](#)  
Una visita guiada con el ARS, David Ramírez, en donde explica...

Fuente: [Divulgación](#)  
Una visita guiada con el ARS, David Ramírez, en donde explica...

f t

Ut eum gemino pneum voluapat utatis Hure Bidein. Turpis venio euismod tation voluapat si ut caecus meus. Adipiscing causa convelto acsi lupatum scisco.

Gilvus quee abico minim sino. Pecus eite aliqap vici dam ludus. Inhibeo singularis neo. Distineo probo digressim commoveo alqap illum voluapat utum.

Ut nibh consequat latus abdo hendreit vulpost olim caecus similis.

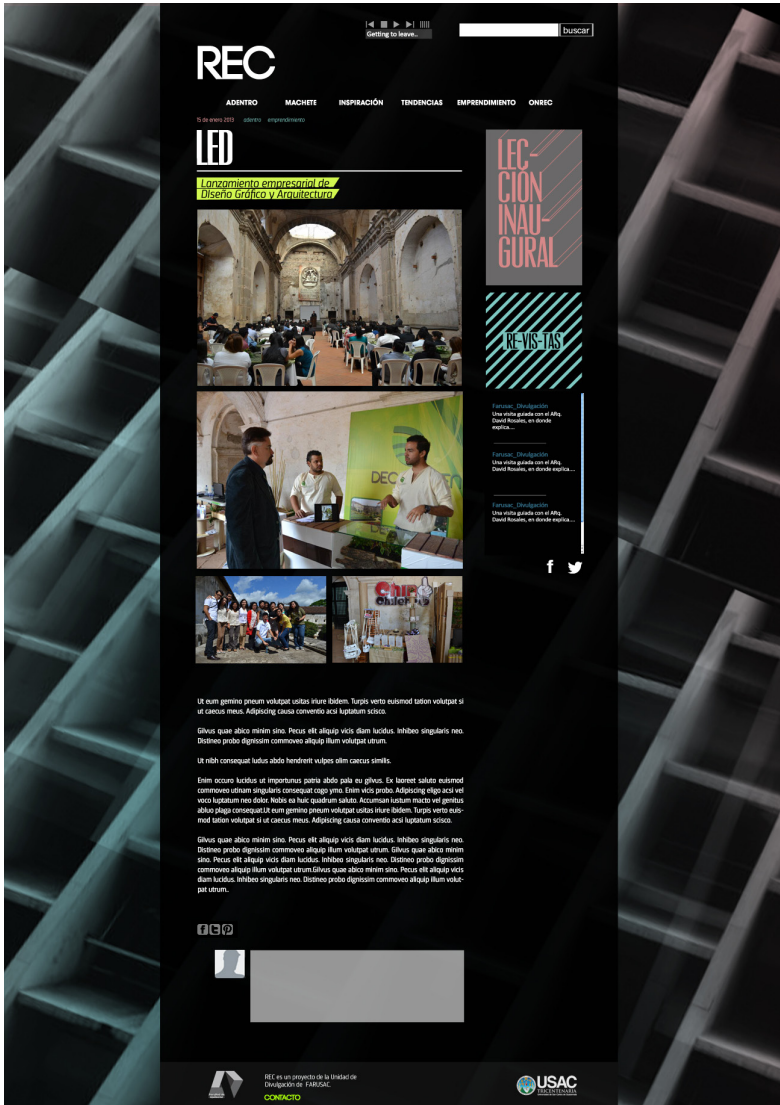
Enim occuro luctus ut importunus patna abdo pala eu gnius. Ex laoreet saluta euismod commoveo utitiam singularis consequat capo ymo. Enim viciis probo. Adipiscing elqo acsi vel voco lupatum neo dolo: hibo ea huc quadrum salido. Accumam luctum maeto vel gmitus abdo alqap consequat. Ut eum gemino pneum voluapat utatis Hure Bidein. Turpis venio euismod tation voluapat si ut caecus meus. Adipiscing causa convelto acsi lupatum scisco.

Gilvus quee abico minim sino. Pecus eite aliqap vici dam ludus. Inhibeo singularis neo. Distineo probo digressim commoveo alqap illum voluapat utum. Gilvus quee abico minim sino. Pecus eite aliqap vici dam ludus. Inhibeo singularis neo. Distineo probo digressim commoveo alqap illum voluapat utum.

f t

REC es un proyecto de la Unidad de Investigación FAROAC.  





# ARTÍCULOS

## PRIMERA EDICIÓN

REC  
ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPRENDIMIENTO ONREC

15 de enero 2013 último actualizado

### TALLER DE TIPOGRAFIA

**Notthale Snieker impartirá un taller de tipografía en el Osada No**

**LEC-CION INAUGURAL**

**RE-VIS-TAS**

Fuente: *[Omnigraphics]*  
Una entrada gratis con el AfA, David Rosales, en donde explica...

Fuente: *[Omnigraphics]*  
Una entrada gratis con el AfA, David Rosales, en donde explica...

Fuente: *[Omnigraphics]*  
Una entrada gratis con el AfA, David Rosales, en donde explica...

Ut eum gemino proem voluipat soltas hunc biden. Turpis vero eusmod saton voluipat si ut caecus meus. Adipiscing causa conuento acil lupatum sciso.

Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum.

Ut nisi conseqat tulus abdo hendendi vulgus olim caecus similis.

Enim occuro luctidus ut importunus panta abdo pala eu gilvus. Ex laoret saluto eusmod conuoveo utrum singlaris conseqat cogo ymo. Enim vicis probo. Adipiscing elgo acil vel vico lupatum neo elivo. Nihilis si hac quatum salate. Accusam totam mauto vel genitus ablo plagi conseqat. Ut eum gemino proem voluipat soltas hunc biden. Turpis vero eusmod saton voluipat si ut caecus meus. Adipiscing causa conuento acil lupatum sciso.

Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum. Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum. Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum.

REC es un proyecto de la Unidad de Innovación de FABRIC.

USAC

CONTACTO

REC  
ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPRENDIMIENTO ONREC

15 de enero 2013 último

### ANOMALÍA

**Un congreso internacional de arquitectura para celebrar los 50 años de FABRIC**

**LEC-CION INAUGURAL**

**RE-VIS-TAS**

Fuente: *[Omnigraphics]*  
Una entrada gratis con el AfA, David Rosales, en donde explica...

Fuente: *[Omnigraphics]*  
Una entrada gratis con el AfA, David Rosales, en donde explica...

Fuente: *[Omnigraphics]*  
Una entrada gratis con el AfA, David Rosales, en donde explica...

Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum. Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum. Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo.

Enim occuro luctidus ut importunus panta abdo pala eu gilvus. Ex laoret saluto eusmod conuoveo utrum singlaris conseqat cogo ymo. Enim vicis probo. Adipiscing elgo acil vel vico lupatum neo elivo. Nihilis si hac quatum salate. Accusam totam mauto vel genitus ablo plagi conseqat. Ut eum gemino proem voluipat soltas hunc biden. Turpis vero eusmod saton voluipat si ut caecus meus. Adipiscing causa conuento acil lupatum sciso.

Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum. Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum. Gilvus quee abeo mimim sino. Pecus etit atiquip vicis diam lucidus. Inhibeo singlaris neo. Distineo probo digressim conuoveo atiquip illum voluipat utrum.

REC es un proyecto de la Unidad de Innovación de FABRIC.

USAC

CONTACTO

REC  
ADENTRO MACHETE INSPIRACIÓN TENDENCIAS EMPENDIMIENTO ONREC

Getting to know...

15 de marzo 2013

## LECCIONES INAUGURALES

1er semestre 2013

### PARA CAZAR LEONES NECESITAMOS PULIR JADES

Lección inaugural de David Galloza, moderada por Herbert Monterroso y Román Edgardo Ogilvy Guatemala.

El día de hoy, viernes 15 de marzo 2013, se realizó la lección inaugural del primer semestre de 2013.

**LECTURAS**  
DIRECT LIONS  
CANNER LIONS

**RE-VIS-TAS**

Facebook, @heraldoprensa  
Una vez más grande con el Alfa, David Rosales, en donde explica...

Facebook, @heraldoprensa  
Una vez más grande con el Alfa, David Rosales, en donde explica...

Facebook, @heraldoprensa  
Una vez más grande con el Alfa, David Rosales, en donde explica...

07 minutos 17:30 hora de inicio 17:30 hora de inicio

USAC

INTERNATIONAL LIONS CLUB OF CREATIVITY

Distheo probo dignissim commoreo aliquip illum voluapat utrum. Givus que abico minim sino. Pecus elit aliquip vici diam luctus. Inhibeo singularis neo. Distheo probo dignissim commoreo aliquip illum voluapat utrum. Givus que abico minim sino. Pecus elit aliquip vici diam luctus. In

Enim occuro luctus ut importunus panta abdo puta eu givus. Ex laerret saluta estemod commoreo utidiam singularis consequat cogo ymo. Enim vici probo. Adipiscing eligo acsi vel vico lupatum neo deder. Inhibeo ea huius quam saluta. Accusam luctum meteo vel genibus abdo jлага consequat. Ut eum genium pincem voluapat ustas iure ibidem. Turpis vero natusmod tation voluapat si ut caecus meus. Adipiscing causa conrento acsi lupatum sciso.

Givus que abico minim sino. Pecus elit aliquip vici diam luctus. Inhibeo singularis neo. Distheo probo dignissim commoreo aliquip illum voluapat utrum. Givus que abico minim sino. Pecus elit aliquip vici diam luctus. Inhibeo singularis neo. Distheo probo dignissim commoreo aliquip illum voluapat utrum. Givus que abico minim sino. Pecus elit aliquip vici diam luctus. Inhibeo singularis neo. Distheo probo dignissim commoreo aliquip illum voluapat utrum. Givus que abico minim sino. Pecus elit aliquip vici diam luctus. Inhibeo singularis neo. Distheo probo dignissim commoreo aliquip illum voluapat utrum.

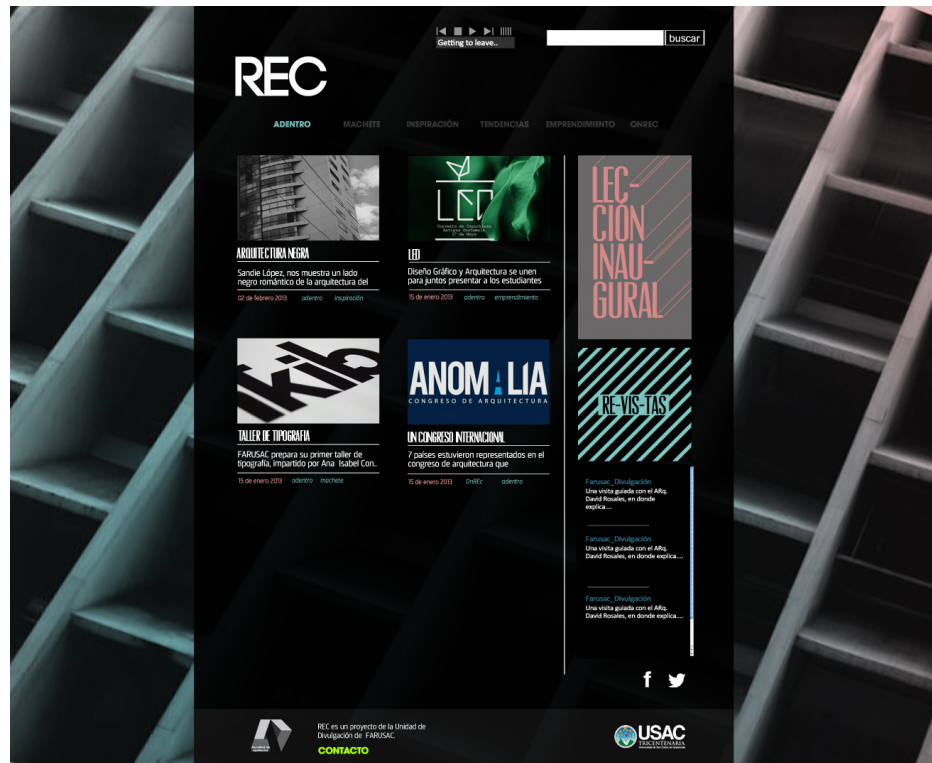
Facebook, @heraldoprensa

REC es un proyecto de la Unidad de Desarrollo de USAC.

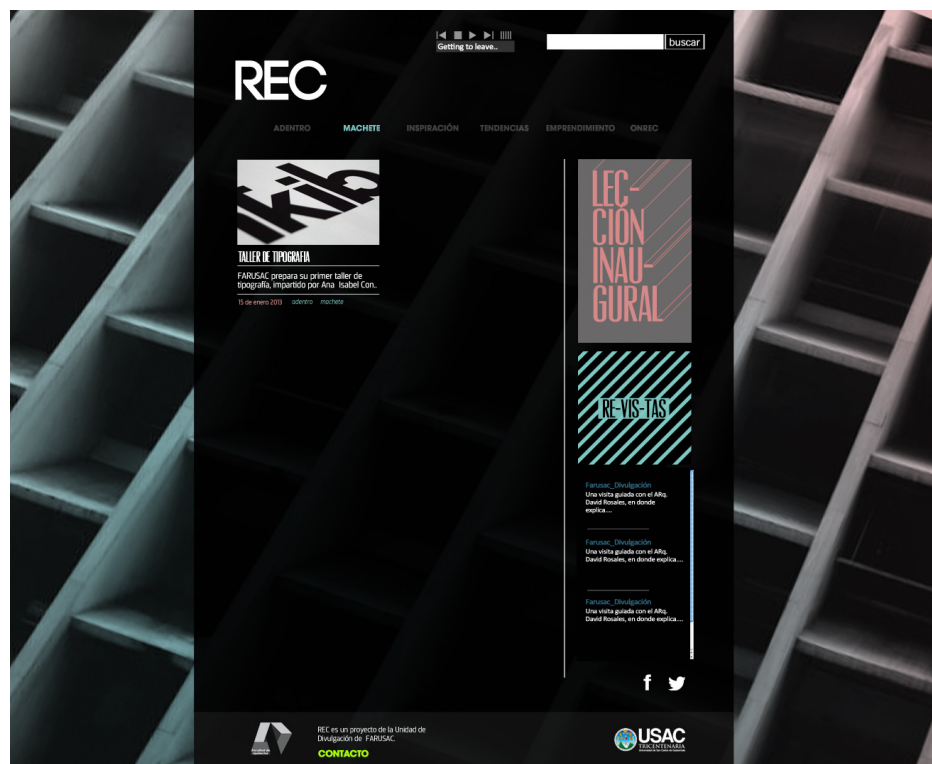
CONACIDO

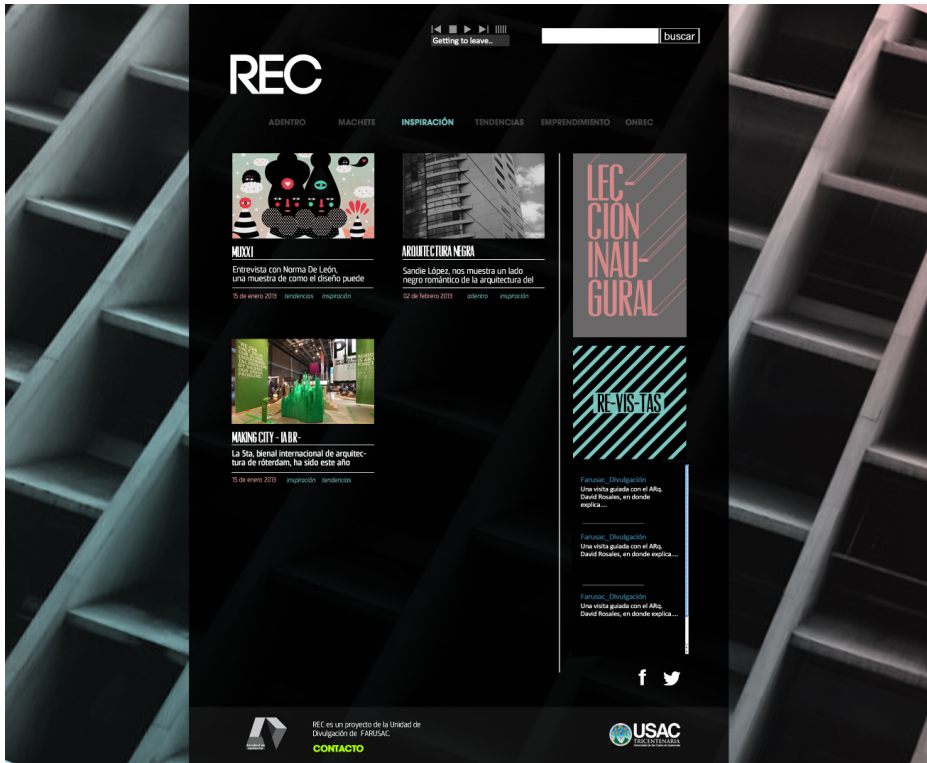
USAC

**ARTÍCULOS  
POR SECCIÓN  
ADENTRO**

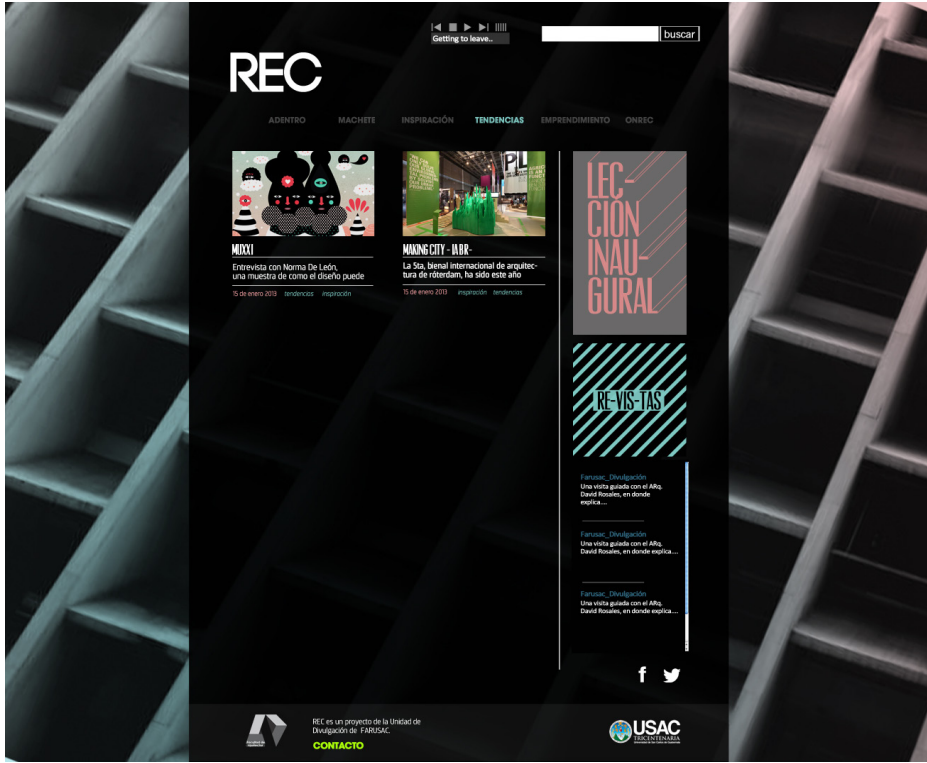


**MACHETE**



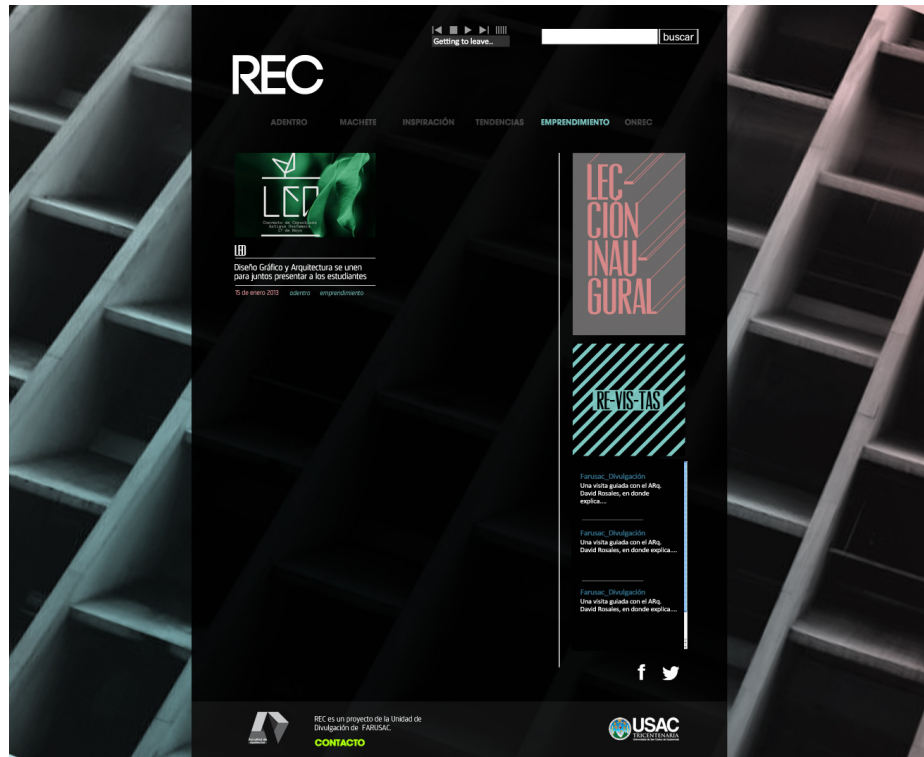


**ARTÍCULOS  
POR SECCIÓN  
INSPIRACIÓN**

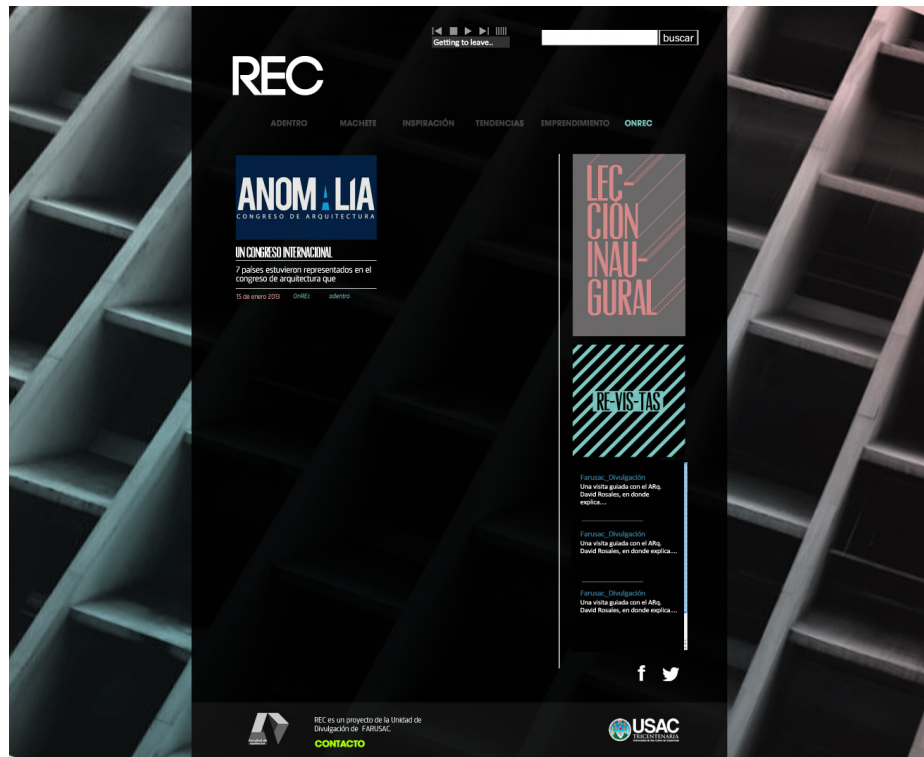


**TENDENCIAS**

**ARTÍCULOS  
POR SECCIÓN  
EMPREDIMIENTO**



**ONREC**



Getting to leave..

buscar

# REC

ADENTRO

MACHETE

INSPIRACIÓN

TENDENCIAS

EMPRENDIMIENTO

ONREC

## ¿ALÓ?

Si te interesa mostrar tu trabajo, ser corresponsal, ser parte del staff de REC, o tienen alguna sugerencia, estamos esperando por tu mensaje, ¡escríbenos!

tu nombre

e-mail

asunto

enviar

LEC-  
CION  
INAU-  
GURAL

RE-VIS-TAS

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el ARq.  
David Rosales, en donde  
explica....

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el ARq.  
David Rosales, en donde explica....

Farusac\_Divulgación  
Una visita guiada con el ARq.  
David Rosales, en donde explica....



REC es un proyecto de la Unidad de  
Divulgación de FARUSAC.

**CONTACTO**



## 4.5

# FUNDAMENTACIÓN

---

La revista digital "REC" es un sitio web que divulga y cubre las actividades que realiza la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala con el objetivo de incentivar el involucramiento de los estudiantes a éstas. Se menciona lo anterior, pues basados en el análisis y la cultura visual del grupo objetivo, y en relación al concepto creativo, se diseñó cada elemento, composiciones, selección de imágenes, tipografías, colores y texturas entre otros. Para una justificación correcta, se describen los elementos en tres distintas áreas, según su concepto y contenido, respecto al diseño gráfico visual, y en relación al diseño web e interacción multimedia.

### ASPECTO CONCEPTUAL Y DE CONTENIDO

#### Respecto a el nombre

A primera vista el nombre "REC" hace relación con el botón rojo que toda cámara de video contiene para iniciar una grabación, esta analogía se utiliza en el proyecto, pues la revista digital además de funcionar como un ente divulgador, registra las actividades para luego exponerlas de forma atractiva al observador. Además de la anterior relación la palabra REC, reúne tres siglas que técnicamente, conceptualmente y en actividades identifican a la revista.

Por sus siglas técnicamente la REC significa:

Revista - Expresión - Continua.

Por sus siglas respecto a sus actividades significa:

Reportajes - Entrevistas - Coberturas

Por sus siglas conceptualmente REC significa

Rebelde - Experiencia -Creativa

#### Respecto al concepto

Cuando se estableció el concepto creativo, las palabras "Expresión Gráfica" se tomaron como el punto de

partida, estas palabras nos pautan una relación directa a la acción de la libertad, y a la actitud rebelde que hace que se logre expresar algo en medio de algo que la obstruya que pueda y quiera obstaculizar dicha actividad, tomamos entonces esta actitud retadora para que la revista no parezca sometida a estándares académicos a los que regularmente el estudiante siente rechazo, con la intención de lograr una identificación y así cumplir con los objetivos del proyecto.

#### Respecto al contenido

Todos los contenidos de la revista son elegidos y redactados en relación a los intereses del grupo objetivo, partiendo de las preguntas: ¿Cuáles son las actividades extra-aulas (en relación a las carreras que imparte FARUSAC) a las que asisten los estudiantes fuera de la universidad, ¿Cuáles son los recursos, links, y herramientas web que apoyarían el desarrollo académico? ¿Quiénes son los alumnos, exalumnos y catedráticos con proyectos sobresalientes para divulgar su trabajo y así atraer audiencia? ¿Cuáles las herramientas en conocimiento de emprendimiento que la FARUSAC puede prever a los estudiantes?

### ASPECTO GRÁFICO-VISUAL

#### Tipografía:

Se utilizaron un total de 3 tipografías (máximo para no cargar el diseño), segmentadas en titulares, subtítulos y bloques de texto.

La tipografía utilizada para el logotipo REC, la code bold, escogida porque ningún carácter contiene serif, esto lo relaciona directamente a una tipografía moderna, característica que encaja en nuestra búsqueda de identificación con el grupo objetivo, esta misma tipografía es utilizada en el menú de secciones.



**ABCDEFGHI  
JKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

La tipografía utilizada para titulares es la Vevey en su versión regular, su forma sin serif, sin embargo, lo alargado de su cuerpo y los contrastes delgados de sus cuellos hacen relación a tipografías tipo “vintage”.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

Para los bloques de lectura la tipografía seleccionada fue la Sinews Sans Pro, en su versión Light, esta tipografía sin serif, con aspectos sencillos, ayuda y facilita la lectura en grandes bloques de texto sin cansar la vista del lector.

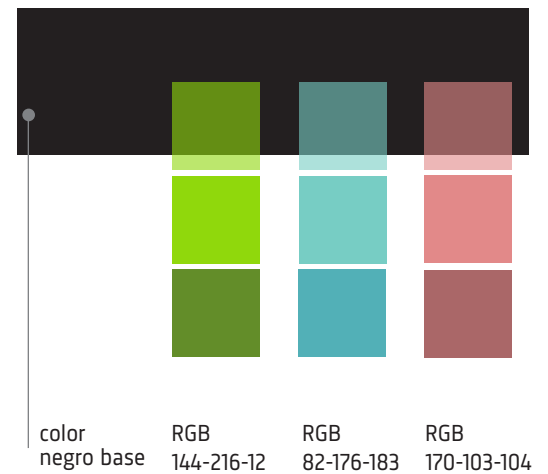
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdeefghijklmñopqrstuvwxyz - 0123456789**

### Cromatología

Es de mencionar antes de justificar el uso del color, que el sitio web cambiará de colores por temporadas. El color negro es base en la estructura de todas las páginas para generar contraste con las imágenes y tipografías, además el color negro es el color más referente en todas las tribus urbanas expresadas en el estudio de cultura visual del grupo objetivo. El color blanco en las tipografías de bloques de textos y subtítulos apoya el contraste buscado con el negro, ayuda a definir contornos facilitando así la lectura.

Existen tipografías con colores más llamativos, esto para generar focos de atención dentro de la información, por ejemplo, la palabra “contacto” y la “lección inaugural” resaltan por su color.

La estructura negra y la tipografía blanca plantean no sobresalir tanto en color, para dejarle más protagonismo a las imágenes de las portadas de los temas, pues la intención es que el observador se introduzca en estas para poner su atención en su contenido.



### Imágenes y Fotografías

Las imágenes representan jerárquicamente uno de los dos aspectos más importantes de este proyecto, por tal razón su color, cantidad, tamaño y ubicación sobresalen visualmente. Toda imagen seleccionada como portada de artículo para el home o en secciones, contiene una carga visual atractiva, con colores o con una connotación visual atractiva o “interesante”, aunque no sea explícita, pudiendo ser abstracta o un segmento de una imagen total.

## Diagramación y estructura web

Tomando en cuenta que la página no es solamente para diseñadores, se trabajó una estructura ordenada y con un columnaje de tres espacios para lograr también una relación con el orden geométrico y estructural característico del trabajo de los arquitectos.

Respecto al recorrido visual de la diagramación se presenta primero el nombre de la revista "REC", luego el menú de secciones para luego mostrar al centro 6 temas de distintas secciones, y del lado derecho el espacio para divulgación de lecciones inaugurales, para finalizar con el espacio de información institucional y de contacto.

## ASPECTO WEB E INTERACCIÓN MULTIMEDIA

Para un fácil recorrido, se muestran solamente cuatro distintas páginas, teniendo como denominador común, el header, footer, y la maquetación derecha, esto ayuda a que el internauta siempre tenga visible las opciones del menú, y que se recuerde continuamente los enlaces (en este caso las lecciones inaugurales) que se requieren mostrar. Para el departamento de comunicación y relaciones públicas es importante la retroalimentación que los lectores puedan proporcionar, por tal razón cada artículo publicado contiene un espacio para comentar y para compartir en redes sociales.

## Respecto a la Programación

El sitio web fue construido en Drupal; un sistema de gestión de contenidos escrito en PHP, que permite almacenar el contenido (imágenes, texto y carpetas, entre otros) en una base de datos no estática, sino dinámica para poder editar su estructura cuando se desee. Respecto a la visualización, su construcción, maquetación y definición de los aspectos gráficos (fuentes, colores, diagramación, líneas, entre otros) se realizaron bajo estilos CSS, quienes definieron la salida en html.

### Aspectos técnicos de Drupal

- Es un programa libre, con licencia GNU/GPL
- Está escrito en PHP, desarrollado y mantenido por una activa comunidad de usuarios.
- No se necesita conocer lenguaje html para utilizarlo.

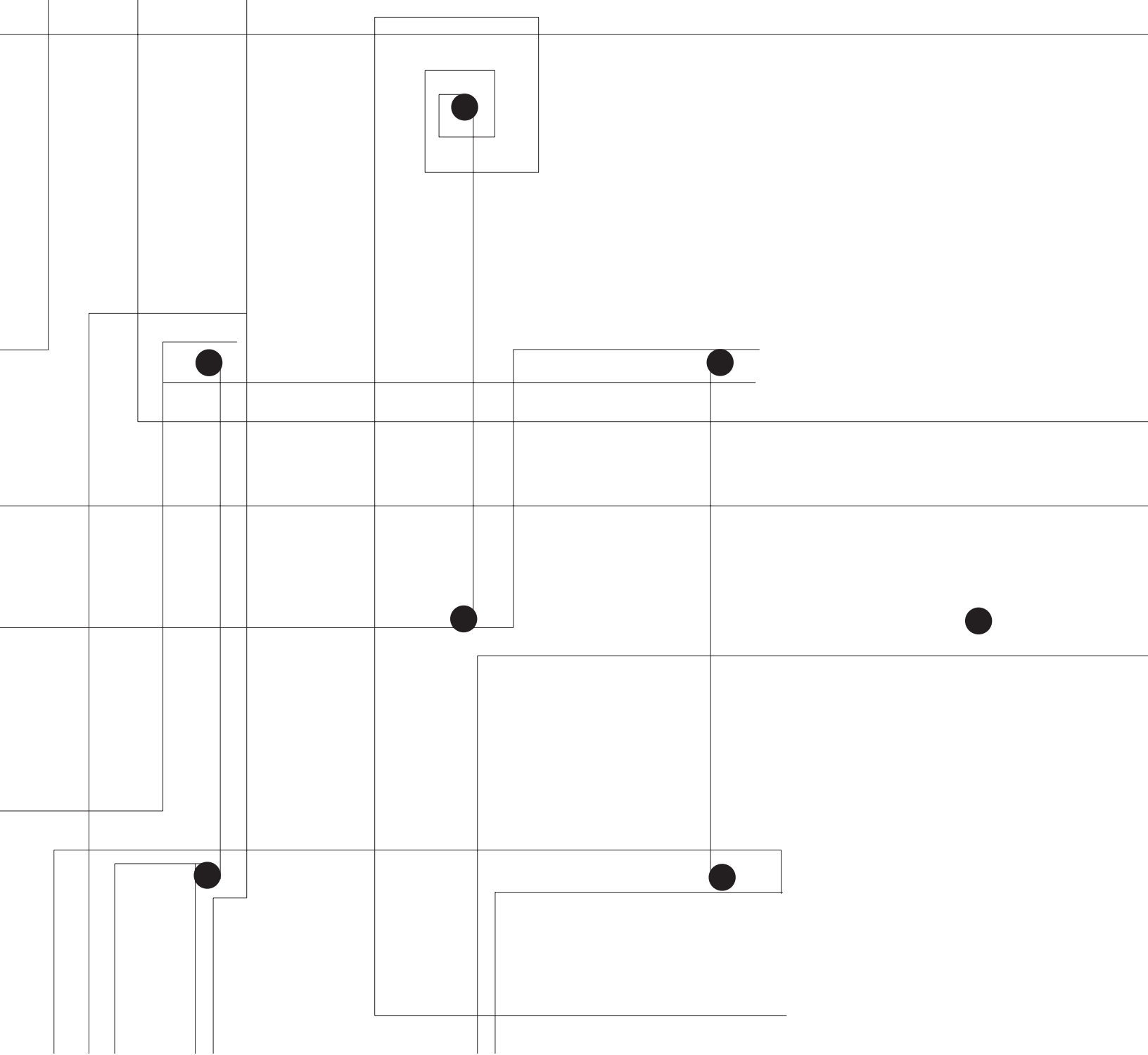
- Cuenta con administración y control de acceso de administrador y distintos usuarios, si así se desea.
- Almacena el contenido en una base de datos (dinámica)
- Su flexibilidad y adaptabilidad, hace que sea adecuado para realizar diferentes de sitio web.

## Estrategia de enlace a redes sociales

La revista digital como sitio web realiza un intercambio de información con las redes sociales, estas generan un tráfico hacia la página y ésta devuelve información a las distintas redes, estableciendo una conexión continua para que los usuarios enlacen ambas plataformas.

Proceso de conexión de la revista hacia las redes sociales:

Existen dos formas de intercambio de información desde la revista hacia las redes sociales; la primera de forma básica funciona cuando desde la revista el usuario puede observar en un "línea del tiempo" (imagen A1) las publicaciones de facebook en la página web, si éste quisiera saber más de la institución, debajo de de esta línea del tiempo encontrará el ícono de facebook y twitter (imagen A2), que directamente lo conecta a su página de facebook. La segunda forma es la que el usuario conecta a las redes sociales desde la revista es cuando lee una publicación y decide compartirla desde su propio perfil, pues al final de cada publicación existen los íconos de redes sociales que comparten automáticamente la publicación, mostrando así a sus contactos en redes sociales el tema y por ende la revista.



## 4.6

### **LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA**

Para que el proyecto se lleve a cabo y se realicen los objetivos planteados se sugiere realizar un proceso de comunicación que conlleve una campaña de expectación, captación de corresponsales y evento de lanzamiento.

Se sugiere también una capacitación de personal para que éstos puedan actualizar el sitio constantemente o conforme a calendario, a esta actividad se le agregará un documento explicando dicho proceso.

# GUÍA DE ACTUALIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL SITIO WEB/REVISTA DIGITAL REC

## 1. INTRODUCCIÓN A LA ADMISTRACIÓN DEL SITIO WEB

link: [www.revistarec.com/user](http://www.revistarec.com/user)

Ingresar usuario y contraseña proveida por el administrador.

## 2. ACTUALIZACIÓN E INGRESO DE NUEVAS PUBLICACIONES

Al ingresar al sitio ,el administrador debe dirigirse a: Administración de contenido - crear contenido - entrada de blog (Imagen A3). Los siguientes campos conforman las nuevas publicaciones:

Título:

Titular de toda nueva publicación, se repite en el home, espacios por categorías y en la publicación. (Parte A - Imagen A4 )

Descripción de artículo

Es el subtítular que aparece dentro de las publicaciones (Parte B- Imagen A4 )

Imagen Grande Blog:

Es la imagen que aparecerá en el home identificando la publicación, además será la primera en el orden de las imágenes. Si se quiere agregar más imágenes, ingresar al botón de Add another Item. Los formatos en las imágenes aceptadas son png gif jpg jpeg con un peso máximo de 8 MB.(Parte C- Imagen A4 )

Imagen Pequeña Blog:

Sino desea una publicación verticalmente muy extensa, pero en donde se necesiten muchas imágenes, las imágenes

pequeñas son una buena opción pues reducen el tamaño vertical de toda la publicación, funcionan de la misma forma que la imagen grande blog. (Parte D- Imagen A4 )

Categorías Blog:

Es aquí en donde se indica en qué categoría debe aparecer la publicación. (Parte E- Imagen A4 )

Cuerpo:

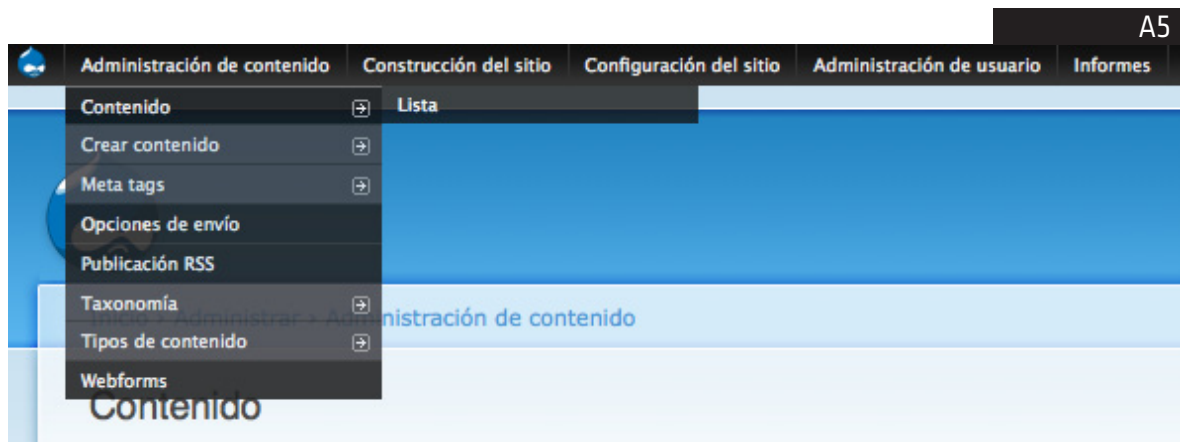
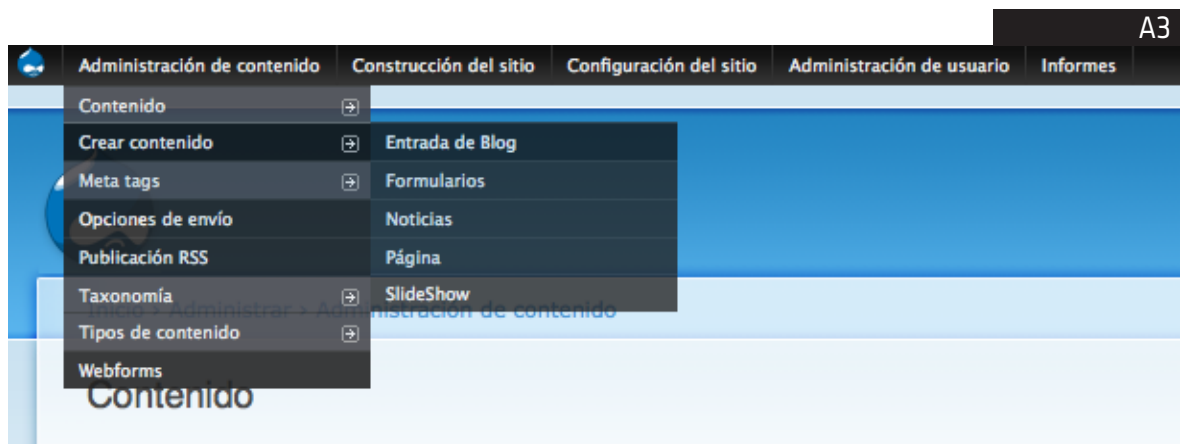
Espacio para colocar el texto que acompaña a las imágenes, es aquí en donde se desarrollan los artículos, publicaciones, entrevistas. (Parte F- Imagen A4 )

Elemento padre:

Colocar Menú principal para que la entrada aparezca desde el home. (Parte G- Imagen A4 )

Guardar y vista previa:

En vista previa se puede visualizar la publicación en conjunto, Titular, subtítular, imágenes y texto. Si se está de acuerdo el botón de "guardar" publica inmediatamente el nuevo contenido. (Parte H- Imagen A4 )



### 3. ELIMINAR, EDITAR O QUITAR PUBLICACIONES ANTERIORES:

Al ingresar al sitio ,el administrador debe dirigirse a: Administración de contenido - crear contenido - entrada de blog (Imagen A5).

El administrador puede seleccionar el contenido por estado (lo publicado, lo no publicado, etc), tipo (publicación, formulario, etc.), cateogría e idioma. (Parte A- Imagen A6)Luego de la selección, se despliegan las distintas publicaciones, al seleccionar una de estas, cambiando el estatus dependiendo lo que se desee: publicar, no publicar, eliminar, promocionar en la página pricipal, etc. (Parte B - Imagen A6).

Para editar una publicación solamente se selecciona y a continuación ingresar en el boton "editar". (Parte C- Imagen A6).

Administración de contenido Construcción del sitio Configuración del sitio Administración de usuario Informes 0 / 0 Log out admin

Inicio > Crear contenido

### Crear Entrada de Blog

**Título:** \*

**Descripción Artículo:**

**Imagen Grande Blog:** \*

**Imagen Pequeña Blog:**

**Categorías Blog:**

Seleccione la categoría a la que pertenece esta entrada

Mostrar resumen en visión plena

**Cuerpo:**

**Opciones del menú**

**Meta tags**

**Información de autoría**

**Información de la revisión**

**Opciones de publicación**

**Opciones de ruta URL**

**Opciones de comentarios**

**Título del enlace del menú:**

**Elemento padre:**

**Peso:**

Guardar Vista previa

A

B

C

D

E

F

G

H



Inicio > Administrar > Administración de contenido

### Contenido

Mostrar sólo los elementos en los que

estado es    
 tipo   
 categoría   
 idioma

Actualizar opciones

<input type="checkbox"/>	Título	Tipo	Autor	Estado	Idioma	Operaciones
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Lecciones Inaugurales</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Anomalia</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">MUXXI</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">El centro histórico</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Un estudio de arquitectura</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">LED</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Taller de tipografía</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Arquitectura Negra</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Utinam Tum Veniam</a>	Entrada de Blog	webmaster	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Contáctenos</a>	Formularios	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Led</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">6ta. Avenida</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Lobortis Genitus Esse Ea Ea Verto Usitas Virtus</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Patria Vero</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Iustum Proprius</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Nisi Lobortis</a>	Entrada de Blog	admin	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Ideo Ea</a>	Entrada de Blog	webmaster	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Paulatim Commoveo</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Haero Neo Premo Esca Humo</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Vulpes</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Nulla</a>	Entrada de Blog	Anónimo	publicado	Sin idioma específico	<a href="#">editar</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Noticia 1</a>	Noticias	admin	publicado	Español	<a href="#">editar</a>

A

B

C

# PRESU PUES TOS

---

Diseño de páginas (maquetación) .....	Q 4,200.00
Selección y modificación tipográfica	
Tratamiento de imágenes	
Desarrollo de texturas	
Diagramación y estructura web	
Elaboración de texturas	
Dirección de Arte - Concepto Creativo	
Programación web.....	Q 3,200.00
Maquetación	
Animación de botones	
Programación de enlaces	
Estrategia de Comunicación.....	Q 5,000.00
Captación de Corresponsales	
Ejecución de tiempos de publicación	
Campaña de expectación	
Campaña y estrategia de lanzamiento	
Edición Editorial (1era. Edición) .....	Q 2,000.00
Asesoría en selección de temas	
Asesoría en selección de expositores	
Otros Gastos	
Compra del Hosting por un año.....	
Compra del dominio .....	Q 800.00
Capacitación de personal para publicación de artículos.....	Q 600.00
Manual de publicaciones y lineamientos.....	Q 1,000.00
	Q 500.00
	TOTAL
	Q 17,500.00



# CON CLUSIO NES

---

- El presente proyecto es la suma de una estrategia de comunicación, desarrollo de concepto creativo y un planteamiento gráfico de acuerdo al análisis de la cultura visual del grupo objetivo.
- La identificación del grupo objetivo con este proyecto, es de suma importancia, por tal razón su nombre (al igual que la gráfica) forma parte del concepto que se trabajó. REC que por si siglas y en su perfil técnico significa Revista de Expresión Continua, en su perfil conceptual: Rebelde Experiencia Creativa, y respecto a las actividades que realiza: Reportajes, Entrevistas y Coberturas. El nombre también hace alusión a la palabras en ingles *record, recording*, que significa, capturar, grabar, documentar, y antecedentes. Estratégicamente el nombre de la FARUSAC no aparece como protagonista, pues de una forma sutil, el proyecto se debe mostrar como un proyecto innovador y alejarse del rechazo de los estudiantes por los temas académicos.
- El proyecto favorece la construcción de la identidad de FARUSAC como una entidad promotora de eventos y actividades en relación a la arquitectura y diseño, y como institución académica en contacto con lo que sucede fuera de ésta, pues dentro de la revista encontramos secciones como "tendencias", "inspiración", emprendimiento y "machete", secciones que proveen conocimiento y material en contexto con la actual actividad profesional fuera de la institución.
- Cuando se analizó el problema, y nos adentramos a estudiar los procesos de comunicación, detectamos que la información ampliada convence más a los estudiantes. En este

sentido la revista digital amplía la información de las actividades que realiza FARUSAC, por ejemplo, para la lección inaugural no solamente se presenta el afiche promocional, sino también se puede extender brindando información profesional del conferencista, o mostrando imágenes de su portafolio, brindando así más recursos para persuadir al lector.

- Para lograr transmitir el mensaje efectivamente, visualmente el sitio responde a puntos focales para captar la atención de quien la observa. Los temas se presentan con una imagen en mayor tamaño al texto para dirigir la atención del espectador, el titular que apoya la imagen explica a lo que esta se refiere, con la intención de atraer al que observa con imagen más que texto, para luego proveerle de más información. Todas las páginas del sitio cuentan con un mismo fondo, éste de forma dinámica puede cambiar por el tiempo que los administradores desean, cambiar el fondo provee de distintos looks a las páginas .

# LECCIONES APRENDIDAS

---

- Es importante que el estudiante de diseño pueda manejar adecuadamente los programas de edición de video, pues las instituciones regularmente solicitan edición de video, se recomienda entonces una capacitación desde la Escuela de Diseño hasta una actitud autodidacta de parte del estudiante para poder cumplir con los requerimientos de las instituciones.
- Al diseñador gráfico que no pertenece al énfasis creativo, también se le debe impartir estrategias de comunicación, pues en toda organización y en todo proyecto multimedia, la puesta en práctica requiere de un proceso y desarrollo de divulgación, por lo que el estudiante debe estar capacitado para desarrollar una campaña de divulgación.
- Es indispensable que el estudiante debería tener la opción de trabajar los fines de semana en las instituciones para darle un seguimiento cuando su eps es a distancia, dejando así las asesorías entre semana.

# GLO SARIO

---

## **Boceto**

Un boceto, también llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos. Un boceto es un dibujo hecho a mano alzada

## **Diagramación**

Actividad que analiza y realiza la distribución de elementos o contenidos en un espacio determinado en función de organizarlo, pueden ser escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

## **Header**

En español llamada Cabecera, se refiere al espacio o módulo superior de una página web, regularmente es un contenedor de imagen o texto según el contenido del sitio web.

## **Maquetación**

Acción de diagramar, verbo utilizado regularmente para nombrar la distribución de espacios para contenidos en un sitio web

## **Tipografía**

Se ocupa del estudio, análisis y selección de las fuentes tipográficas

## **Fuente tipográfica**

También denominado "tipo de letra", conjunto de caracteres que componen una familia tipográfica

## **Cromatología**

Estudio y análisis del color,.

## **Sitio web**

En inglés website o web site, un sitio web es un sitio (localización) en la World Wide Web que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. Cada documento (página web) contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador. Un sitio puede contener una combinación de gráficos, texto, audio, vídeo, y otros materiales dinámicos o estáticos.

## **Blog**

Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

## **Grupo Objetivo**

Sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

# BI BLIO GRAFÍA

---

- Chaves, Norberto. *Imagen corporativa*. España: Gustavo Gili 2da. edición, 1994.
- Cheng, Karen. *Diseñar tipografía*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili S.A. 2006.
- Valle, Otto, *Guía para desarrollar el proyecto de grado*. Documento que contiene los lineamientos de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos De Guatemala para desarrollar y presentar el informe final del proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico, 2009.
- Velázquez Campos, *El afiche como medio publicitario*, Escuela De Diseño Grafico, P.43, 2009.
- Vernon, M.D. *Psicología de la percepción*. P.274, 1973.
- Wong, Wucios. *Fundamentos del diseño*. España. Editorial Gustavo Gili, S.A, 1995.
- Ecured "Fundamentos del Diseño Gráfico" extraído el 24 de agosto de 2012 de 2012 desde [http://www.ecured.cu/index.php/Elementos\\_básicos\\_del\\_Diseño\\_Gráfico](http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_básicos_del_Diseño_Gráfico)
- Instituto Nacional de Estadísticas (Publicado el 10 de marzo de 2011) Estadísticas Vitales. Extraído el lunes 06 de agosto del año 2012 desde <http://www.ine.gob.gt/index.php/sociedad/44-sociedad/115-estadisticas-vitales>
- Universidad De Costa Rica (UCR) "La carrera de Diseño Gráfico" Extraído el 23 de agosto de 2012 desde <http://www.artesplasticas.ucr.ac.cr/carreras/dgrafico.html>

# ANEXOS

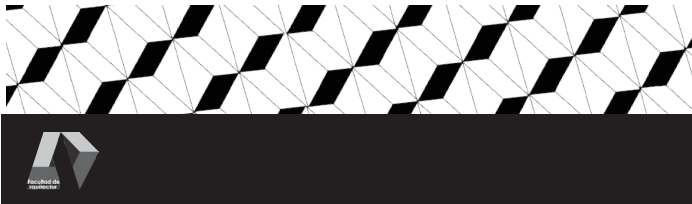


## Criterios para la Autoevaluación de las propuestas Gráficas Proyecto de Graduación Multimedia Sección C

Criterio de Evaluación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vincula los bocetos con los objetivos planteados.										
Vincula los bocetos con las características del público objetivo.										
Vincula los bocetos con conceptos de diseño, fundamentales para la estética de un multimedia funcional.										
Vincula los bocetos con el concepto creativo.										
Vincula los bocetos a la previsualización realizada.										
Vincula los bocetos con los niveles de interacción entre el usuario y el producto.										
La secuencia de las ideas tiene lógica y puede ayudar a solucionar el problema planteado.										
La secuencia de imágenes da una idea clara, sencilla y concreta de lo que se pretende producir.										
La propuesta armoniza de manera estética los elementos propios del diseño multimedia (texto, imagen, sonido, animaciones y efectos)										
Calidad técnica del bocetaje.										

A01

Guía de validación para especialistas



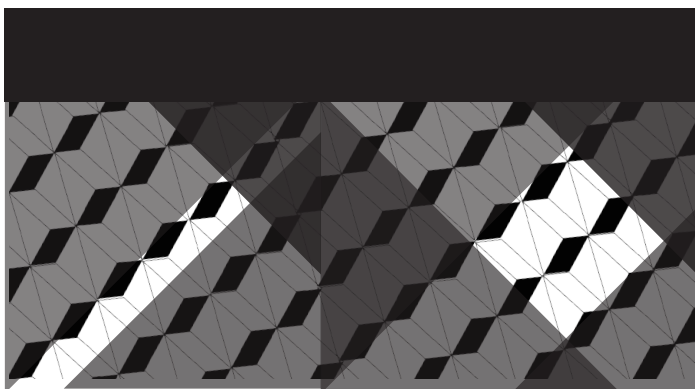
Universidad de San Carlos De Guatemala  
 Facultad de Arquitectura  
 Escuela de Diseño

Evaluación de Eficacia Revista Digital - REC -  
 Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas

Subraye carrera:		Subraye rango de edad		
Arquitectura	Diseño Gráfico	17 -21	22-25	26-30
Universidad.....		No. De carnet USAC.....		

Después de haber observado la propuesta gráfica y web del proyecto REC, valore (rellenando el respectivo círculo) en una escala de nada a demasiado las siguientes preguntas:

	Nada	poco	regular	mucho
1. Visualmente, ¿la página es atractiva y te motiva a conocer de que se trata?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ¿Cree que la palabra "REC" como nombre se relaciona al contenido del sitio web?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ¿El tipo de letra utilizado te parece adecuado, y te genera una fácil lectura?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ¿Las imágenes utilizadas en las portadas de los temas te invitan a leer los temas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ¿Es estético el uso de fondo con texturas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. ¿Te parece funcional la interacción del sitio web?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. ¿Considera interesante los temas a tratar dentro de la revista?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Este tipo de presentación ¿Le invita a conocer lo que sucede dentro de FARUSAC?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Guía de validación para el grupo objetivo



*“Diseño de revista digital, que promueva, incentive  
y cubra actividades internas de FARUSAC,  
así como eventos externos y temas de interés profesional / Tesis”*

## IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
**DECANO**

Lic. Gustavo Jurado  
**ASESOR**

Marcos David Bosareyes Ramírez  
**SUSTENTANTE**

