

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



“Fortalecimiento de Imagen
e Identidad Corporativa
**PARA LA ASOCIACIÓN DE
EDUCACIÓN REPRODUCTIVA
ALAS DE GUATEMALA”**

LA ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA



PRESENTADO POR:

Stephany Andrea Lemus Arriola

PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciada en Diseño Gráfico

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

**“Fortalecimiento de Imagen
e Identidad Corporativa
PARA LA ASOCIACIÓN DE
EDUCACIÓN REPRODUCTIVA
ALAS DE GUATEMALA”**

LA ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA

PROYECTO DESARROLLADO POR:
Stephany Andrea Lemus Arriola

PARA A OPTAR EL TÍTULO DE:
Licenciada en Diseño Gráfico

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos”

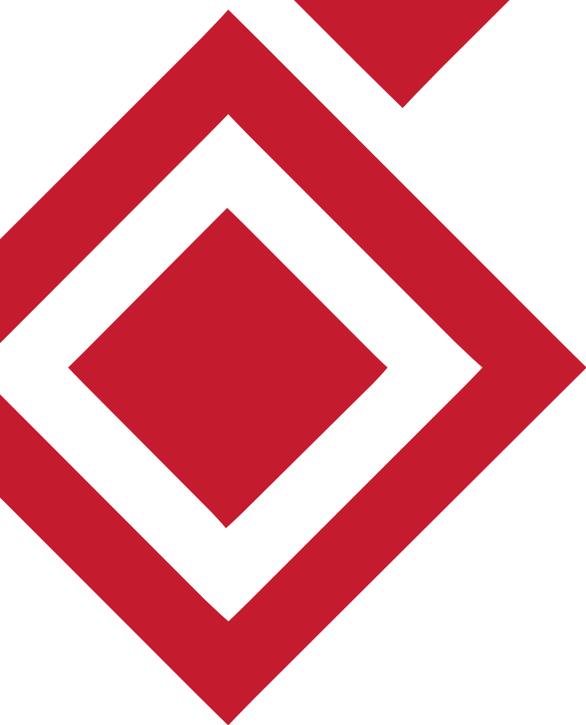
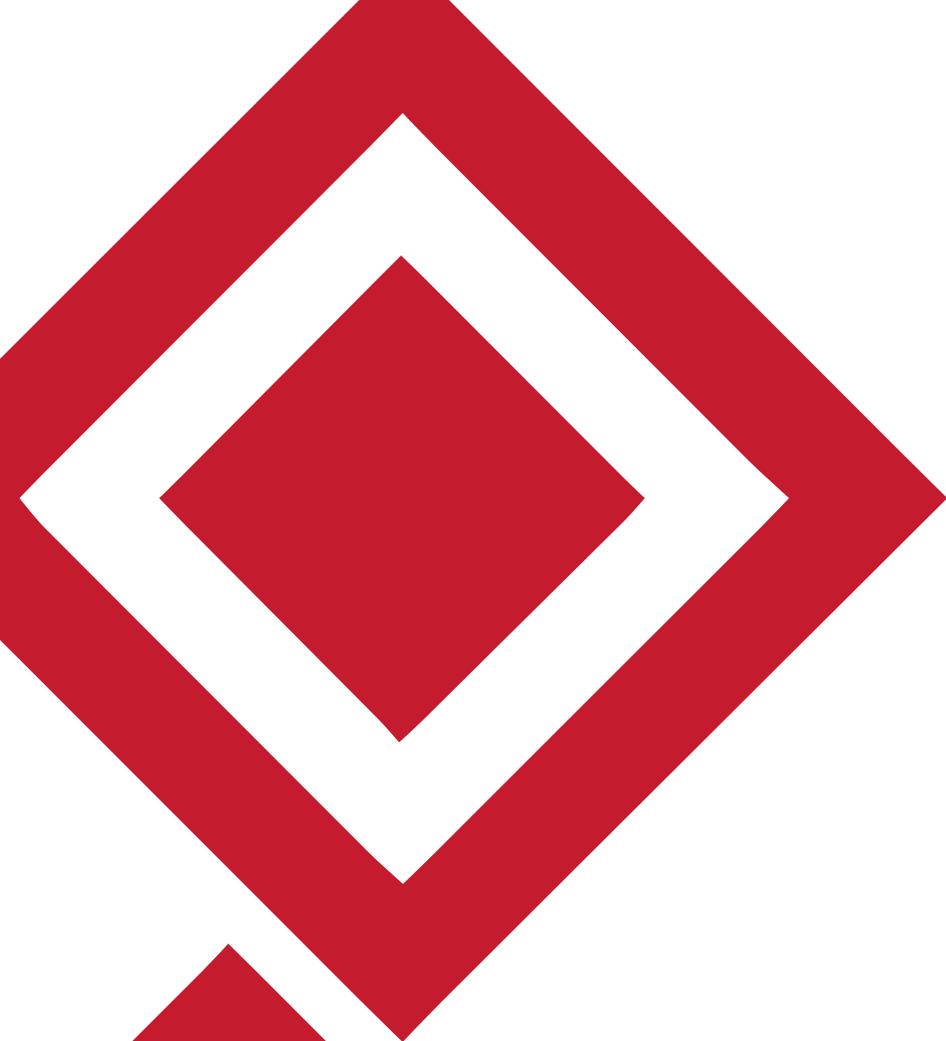
Guatemala, Septiembre, 2016.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**NÓMINA
DE
AUTORIDADES**

JUNTA DIRECTIVA

Decano

Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón

Vocal I

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea

Vocal II

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Vocal III

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV

Br. Gladys Jeanharie Chacón Garcia

Vocal V

Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez

Secretario Académico

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano

Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón

Asesora Metodológica

Licda. Lourdes Pérez

Asesora Gráfica

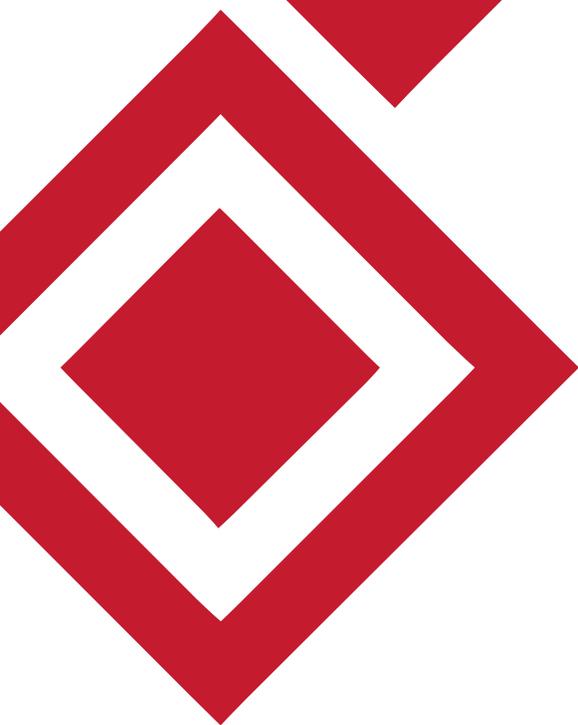
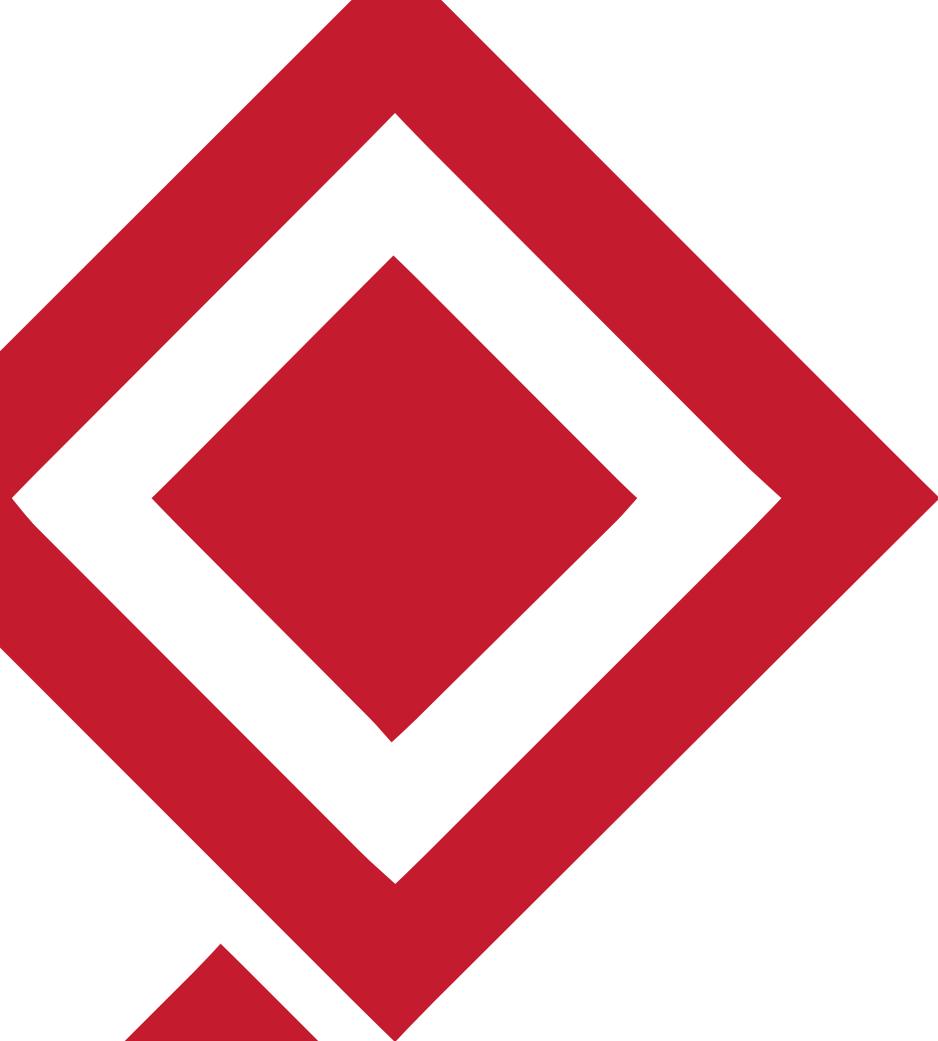
Licda. Carolina Aguilar

Tercera Asesora

Dr. Rodrigo Barillas

Secretario Académico

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos



DEDICATORIA

A Dios, mi pilar, que siempre se ha manifestado de maneras increíbles en mi vida preparándome para ser una mujer íntegra todos los días.

A mi tía, Licenciada María del Carmen Arriola, por ser la persona que desde que tengo memoria ha estado presente en cada etapa de mi vida, a quien considero una madre, quien me ha apoyado en cada locura y sueños que he tenido.

A toda mi familia Arriola, por siempre estar a mi lado en cada momento de mi vida, lejos o cerca, porque son mi alegría y lo más importante que tengo.

A mis amigas Alejandra y Marcela, por ser más que un equipo de trabajo, a quienes considero mis hermanas, que siempre me han motivado y me exigieron sacar lo mejor de mí.

A mis amigos en general, que han sido parte fundamental de mi vida, por estar no solo en los mejores sino en lo peores momentos.

A mis catedráticos de la Escuela de Diseño Gráfico por motivarme cada día con sus enseñanzas y consejos.

A mi escuela de Diseño Gráfico y a mi Universidad de San Carlos, que además del aprendizaje, me ha dado tantas alegrías, personas y momentos especiales a lo largo de estos 5 años.

A la vida... Que ha hecho de mi esencia, la fuerza y el amor.



PRESENTACIÓN

El Presente proyecto de graduación contiene la propuesta de fortalecimiento de imagen e identidad para la Asociación de educación reproductiva ALAS de Guatemala, la cual trabaja en áreas rurales, imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Para la ejecución de este proyecto se realizó un diagnóstico en donde se identificaron diferentes problemas actuales de comunicación visual. Se evidenció la necesidad de la intervención de un diseñador gráfico para reforzar la imagen que desean proyectar como una organización dedicada a la educación reproductiva en Guatemala. Se diseñaron elementos gráficos e icónicos que serán utilizados dentro de la línea gráfica de la institución, el resultado de ello fue plasmado en un manual de normas gráficas para un adecuado manejo de la imagen institucional.

ÍNDICE

13

CAPÍTULO 1

Antecedentes
Identificación del problema.
Justificación
Perfil de G.O.
Objetivos del Proyecto

67

CAPÍTULO 4

Escenario y desarrollo de la sesión
Tema y Objetivos de validación
Interpretación de resultados

29

CAPÍTULO 2

Dimensión social
Dimensión funcional
Dimensión estética

75

CAPÍTULO 5

Aplicación de Concepto
Código icónico
Código tipográfico
Código cromático
Composición visual

45

CAPÍTULO 3

6 W's
Mapas de empatía
Conceptualización
Pre-Producción

95

CAPÍTULO 6

Medios y usos sugeridos
Presupuesto
Manual de Uso

99

CONCLUSIONES

Conclusiones
Recomendaciones
Objetivos
Lecciones Aprendidas

109

GLOSARIO

Glosario de términos.

Índice de imágenes

105

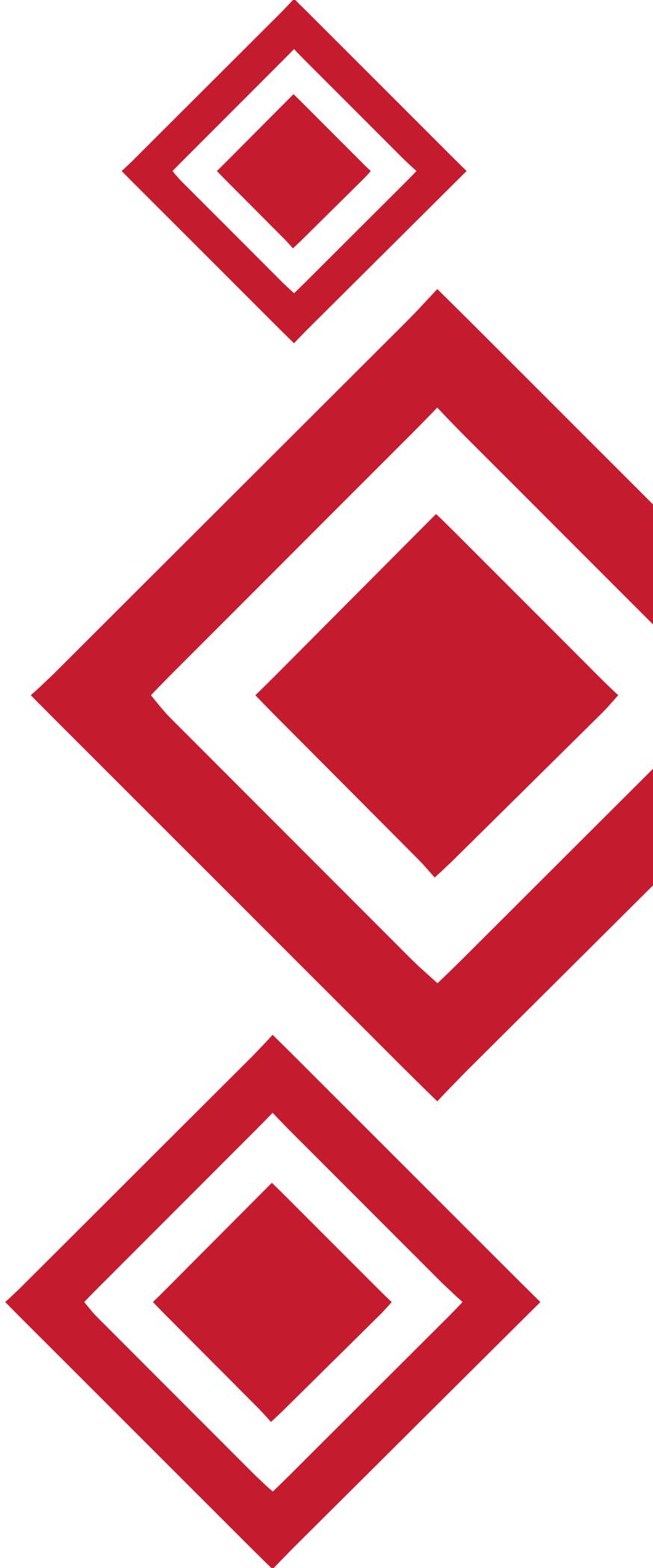
**FUENTES
CONSULTADAS**

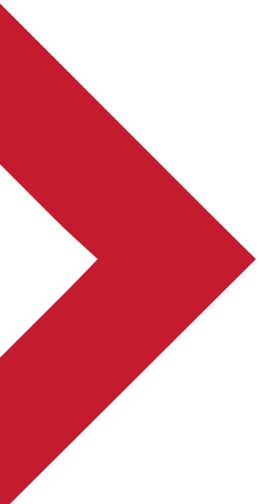
Fuentes consultadas

115

ANEXOS

Anexos





INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Identificación del Problema

Justificación (magnitud, trascendencia, vulnerabilidad
y factibilidad del proyecto.)

Perfil de la institución

Perfil del G.O.

Objetivos del Proyecto

INTRODUCCIÓN

ALAS es una organización no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.



Para la realización del proyecto se elaboró un diagnóstico previo, en donde se identificaron diferentes problemas de comunicación visual:

- ◆ ALAS no cuenta con una línea gráfica específica, ya que no posee un manual de normas gráficas. Debido a esto, tiende a tener diferentes presentaciones en sus publicaciones digitales e impresas.
 - ◆ En cuanto al logotipo, solo han cambiado de tipografía y la ubicación de esta dentro del mismo, siempre conservando los mismos colores y la misma figura de pájaro con estilo de tela típica.
 - ◆ La tipografía no estaba definida totalmente, ya que habían utilizado por mucho tiempo el mismo estilo de “sans serif” y hasta ahora han evolucionando para utilizar tipografías más modernas con estilo palo seco, pero, a la vez, combinando la “sans serif” la cual no tiene ninguna relación.
-

1. ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN

La organización ALAS brinda educación sexual dentro de establecimientos educativos y a nivel comunitario, fortalecimiento de capacidades locales (incluyendo el Ministerio de Salud local, docentes, y técnicos de otras ONGs), y servicios de salud sexual y reproductiva: métodos anticonceptivos de corto y largo plazo, anticoncepción quirúrgica voluntaria, prevención de cáncer de cérvix, y tratamiento de infecciones de transmisión sexual.

Cuentan con sedes en el interior del país, como en Cobán y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos. Están asociados con APROFAM que le brindan diferentes materiales de educación sexual para hacer llegar a las comunidades.

ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN VISUAL:

Poseen página web, “fan page” y blog de noticias. En estas plataformas mantienen al tanto de cada noticia respecto a ALAS con fotografías, videos, post, etc.

Uso de foliares, trifoliares, folletos, “flyers”, etc. Para motivar a los donantes, otros para apoyo de material educativo.

“Como parte de este modelo innovador, ALAS proporciona educación y capacitación en la salud y derechos sexuales y reproductivos a las familias, líderes comunitarios, representantes del gobierno local, proveedores de servicios de salud, profesores y organizaciones sociales, esto para ganar la aceptación comunitaria del programa de salud reproductiva y planificación familiar”.

(WINGS, 2013)

IDENTIDAD VISUAL:

La organización ALAS tuvo algunos aportes de diseño gráfico, profesionales y no profesionales, además de variaciones en su logotipo tanto como en su tipografía.

No existe un manual de normas gráficas que rijan la identidad visual de la organización. Las tipografías principales son palo seco combinadas con “sans serif”, no hay tamaños específicos para textos, títulos o subtítulos. La mayoría de textos se utilizan en blanco y negro, algunos blancos y otros en color rojo.

Los colores que predominan son el rojo y el beige en la línea gráfica, alternando con blanco; el logotipo es rojo y lleva el nombre de la misma en color negro “ALAS”.

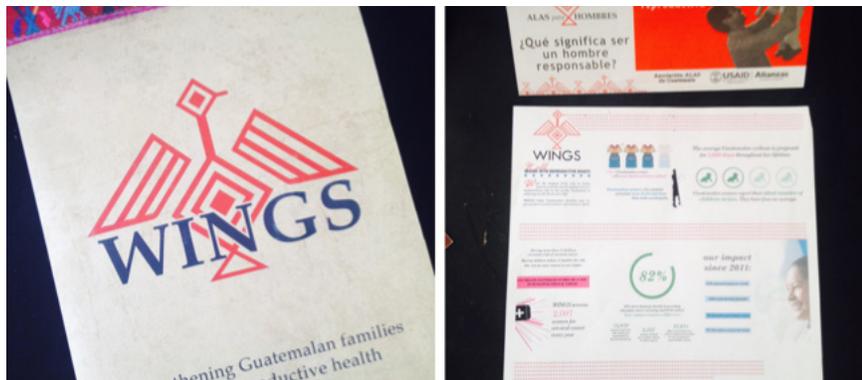


Figura 1. Papelería y material gráfico ALAS. (Lemus, S. 2015)



Figura 2. Papelería y material gráfico ALAS. (Lemus, S. 2015)

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El principal problema de comunicación visual surgió de la necesidad de contar con las herramientas necesarias para realizar los materiales digitales e impresos. No existe un orden jerárquico en la línea gráfica y de este problema se derivan los problemas de imagen e identidad corporativa que afecta la recepción de información, tanto interior como exterior.

Además de lo mencionado anteriormente, carece del reconocimiento del público exterior, lo que dificulta que la institución pueda abarcar un mayor servicio social porque no es identificada como una asociación dedicada a los servicios médicos. Debido a la magnitud de los problemas que atiende, es necesario fortalecer tanto la imagen como la identidad visual para poder generar un mayor impacto y reconocimiento en la sociedad, pero, sobre todo, mejorar la recepción de comunicación dentro y fuera de la misma.

PRONÓSTICO DE NO HACERSE LA INTERVENCIÓN DESDE EL DISEÑO GRÁFICO, ETC.

- ◆ No causar impacto visual y social.
 - ◆ Irregularidad en la comunicación con el grupo objetivo y dentro de la institución.
 - ◆ Desconocimiento total o parcial de la organización.
-

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

MAGNITUD

El problema de comunicación visual que genera el carecer de una línea gráfica definida, abarca no solo al grupo objetivo al que se dirigen sino también a la propia institución y a las personas externas que aún no conocen a la misma. Geográficamente, esta población es la que radica dentro y fuera de la institución, sobre todo, puede observarse en materiales impresos y digitales cómo:

- ◆ Folletos
- ◆ Manuales
- ◆ Fotografías
- ◆ Página Web
- ◆ Noticias
- ◆ Material publicitario

La frecuencia con la que este problema se presenta es casi diaria, ya que la institución se mantiene en constante actividad y movimiento informativo.

TRASCENDENCIA

El continuar sin una línea gráfica definida, seguiría generando problemas en cuanto a la imagen que la institución desea proyectar hacia su grupo objetivo. Continuaría sin proyectar la imagen que desea: una institución en Guatemala dedicada a los servicios médicos y educación reproductiva. Los materiales que difunden seguirían llevar un orden gráfico lo que dificulta la recepción de información, tanto dentro como fuera de la institución y esto conllevaría a la misma a estancarse de manera que no tendría oportunidad de ayudar a las nuevas generaciones.

VULNERABILIDAD

El desarrollo de una línea gráfica funcional y estética podría contribuir al mejoramiento educacional de la población a la que se dirige ya que muchas de estas personas son analfabetas. Además, le daría una mejor imagen a la institución que causaría impacto y a través de esto lograría llegar a más personas, atrayendo donantes y voluntarios.

El hecho de no tener la intervención del diseño gráfico podría ocasionar mala comunicación visual hacia el grupo objetivo y falta de reconocimiento en el país y en otros lugares. Seguiría sin mostrar una identidad que refleje lo que ALAS es y seguiría tendiéndose a confundir con otro tipo de organización. No trascendería ni ampliaría sus funciones.

FACTIBILIDAD

Las facilidades para realizar un proyecto de diseño gráfico con ALAS, radica en la organización porque desean fortalecer su imagen y están abiertos a las propuestas, por lo cual han facilitado la comunicación y la información que se necesitó para realizar el proyecto.

Existen personas realmente interesadas (dentro de la organización) en el diseño gráfico, y le dan la importancia y el lugar que este se merece. Se encuentra recabada la información en un 90% y continuar con la tarea no resulta muy complejo. La comunicación con los profesionales, dentro de la institución, es bastante clara y abierta para la aceptación de nuevas ideas y propuestas.

4. PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

¿QUÉ ES Y QUÉ HACE ALAS GUATEMALA?

Nombre de la Institución: ALAS de Guatemala.
Dirección: 9a Calle Poniente #17, Residenciales El Rosario, Casa #3, La Antigua Guatemala.
Teléfonos: 7832-5130
Página Web: www.wingsguate.org
Fundadora: Sue Patterson.
Director ALAS GT: Dr. Rodrigo Barillas.

ALAS es una organización no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, está dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.



Figura 3. Sue Patterson, fundadora de ALAS. (Archivo WINGS Guate, 2013)

ALAS proporciona educación y capacitación en la salud y derechos sexuales y reproductivos a las familias, líderes comunitarios, representantes del gobierno local, proveedores de servicios de salud, profesores y organizaciones sociales, esto para ganar la aceptación comunitaria del programa de salud reproductiva y planificación familiar.

“ALAS surge en 1999, por Sue Patterson, recibió la llamada de una amiga pidiéndole ayuda financiera para siete mujeres (cada una con al menos ocho hijos) que querían, de manera voluntaria, ligarse las trompas” (WINGS, 2013). Sue, conmovida por el deseo de estas mujeres de tomar el control sobre su vida reproductiva y ofrecerles un mejor cuidado a sus hijos, les pidió a sus amigos que hicieran donaciones. La generosidad que encontró y el darse cuenta de la gran necesidad de salud reproductiva y de servicios de planificación familiar en Guatemala le inspiraron a Sue la idea de fundar ALAS. Ésta se asocia con APROFAM, el más grande proveedor privado de servicios de salud reproductiva en Guatemala, y comienza a subsidiar servicios de planificación familiar.”

“En 2013, se estima que se prestará atención a más de 7.000 mujeres, hombres y jóvenes (edades 10-18), además de alcanzar a 100 grupos locales de desarrollo comunitario y organizaciones gubernamentales en este departamento”.

(WINGS, 2013)

MISIÓN

ALAS brinda a familias guatemaltecas la oportunidad de mejorar la calidad de sus vidas a través de educación y acceso a servicios de planificación familiar y salud reproductiva.

VISIÓN

Una Guatemala donde cada persona, en base a sus derechos reproductivos, decide su futuro y así lograr una sociedad saludable.

OBJETIVOS:

- ◆ Facilitar a la población guatemalteca recursos para mejorar su salud reproductiva.
- ◆ Educar a familias y jóvenes acerca de sus derechos reproductivos, su sexualidad y prevención de enfermedades sexuales.

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR SOCIAL EN EL QUE SE ENCUENTRA INMERSA LA INSTITUCIÓN:

- ◆ Aldeas y lugares con poco acceso a la educación en general.
- ◆ Personas de uno y otro sexo (en especial mujeres), jóvenes y adultos.
- ◆ Personas que pueden desconocer las enfermedades de transmisión sexual.
- ◆ Poco o nulo acceso a la tecnología.
- ◆ Algunas personas pueden ser analfabetas.

SERVICIOS QUE PRESTA A DIVERSOS USUARIOS:

- ◆ Donación
 - ◆ Voluntariado
 - ◆ Oportunidades laborales
 - ◆ Organización de eventos médicos
-

PRODUCCIÓN VISUAL EXISTENTE:

- ◆ **Impresos:** trifoliales, tarjetas postales, anuncios en la prensa
- ◆ **Impresos y en línea:** informes anuales, boletines
- ◆ **En línea:** blog, página web, redes sociales.

ESTRATEGIAS, POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

Tienen una estrategia de recaudación de fondos/ desarrollo institucional y comunicaciones que incluye:

- ◆ Los medios que utilizan, las maneras, y la cantidad de materiales que envían o publican.
 - ◆ Las presentaciones u otros eventos que organizan para dar a conocer ALAS a más personas.
-

PERFIL CLIENTE

ASO. ALAS Y VOLUNTARIOS

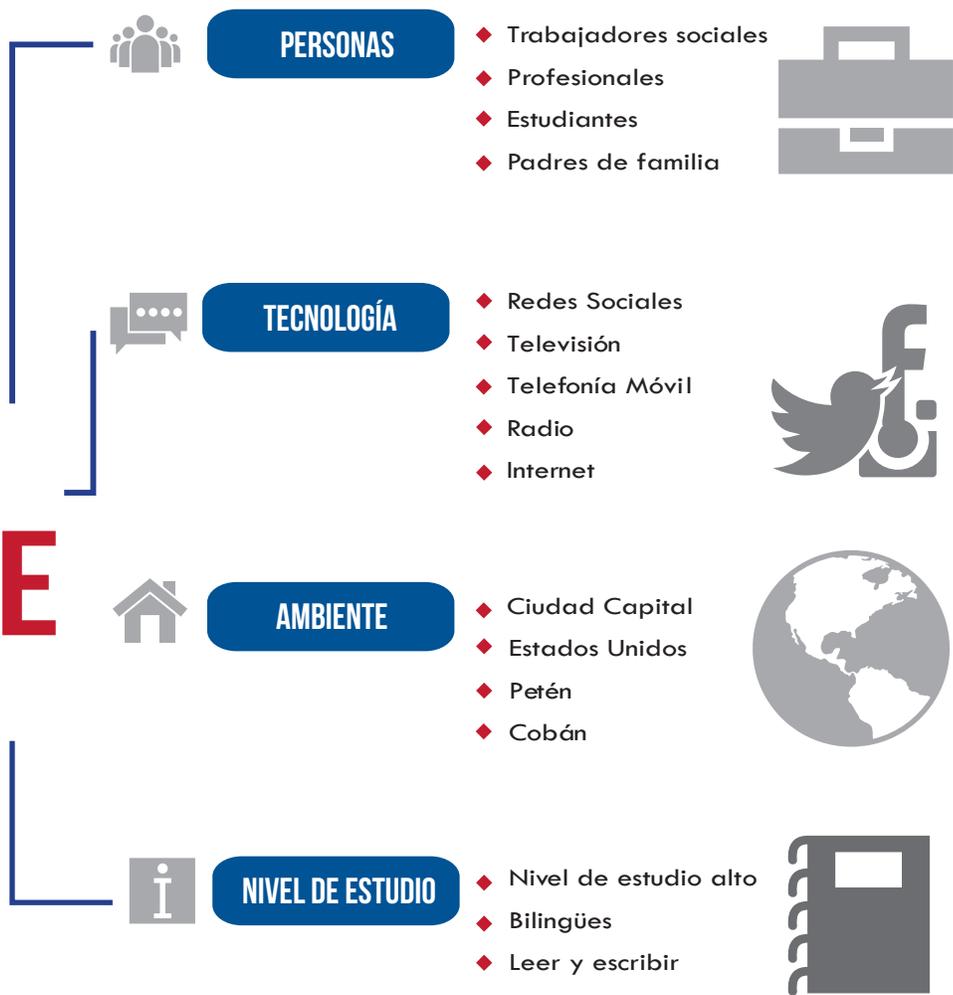


Figura 4. Retrato del Cliente. (Lemus, S. 2015)

5. PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- ◆ Personas del interior del país.
- ◆ Comunidades rurales.
- ◆ Hombres y mujeres en la edad fértil.
- ◆ Jóvenes, adultos y familias.
- ◆ Personas con poca o nula educación general así como sexual.
- ◆ Familias numerosas.

Asociación ALAS de Guatemala (2013)

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

- ◆ Personas de escasos recursos.
- ◆ Algunas sin acceso a la educación escolar.
- ◆ Viviendas pequeñas.
- ◆ Sin acceso a la tecnología.
- ◆ Personas de áreas marginales.

CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

- ◆ Personas con valores morales como el respeto, la solidaridad y el compañerismo.
 - ◆ Estilo de vida sencillo, humilde y con pocas oportunidades de sobresalir.
-



Figura 5. Retrato del Grupo Objetivo. (Lemus, S. 2015)

6. OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL:

Colaborar con WINGS en el fortalecimiento de la identidad e imagen de la organización.

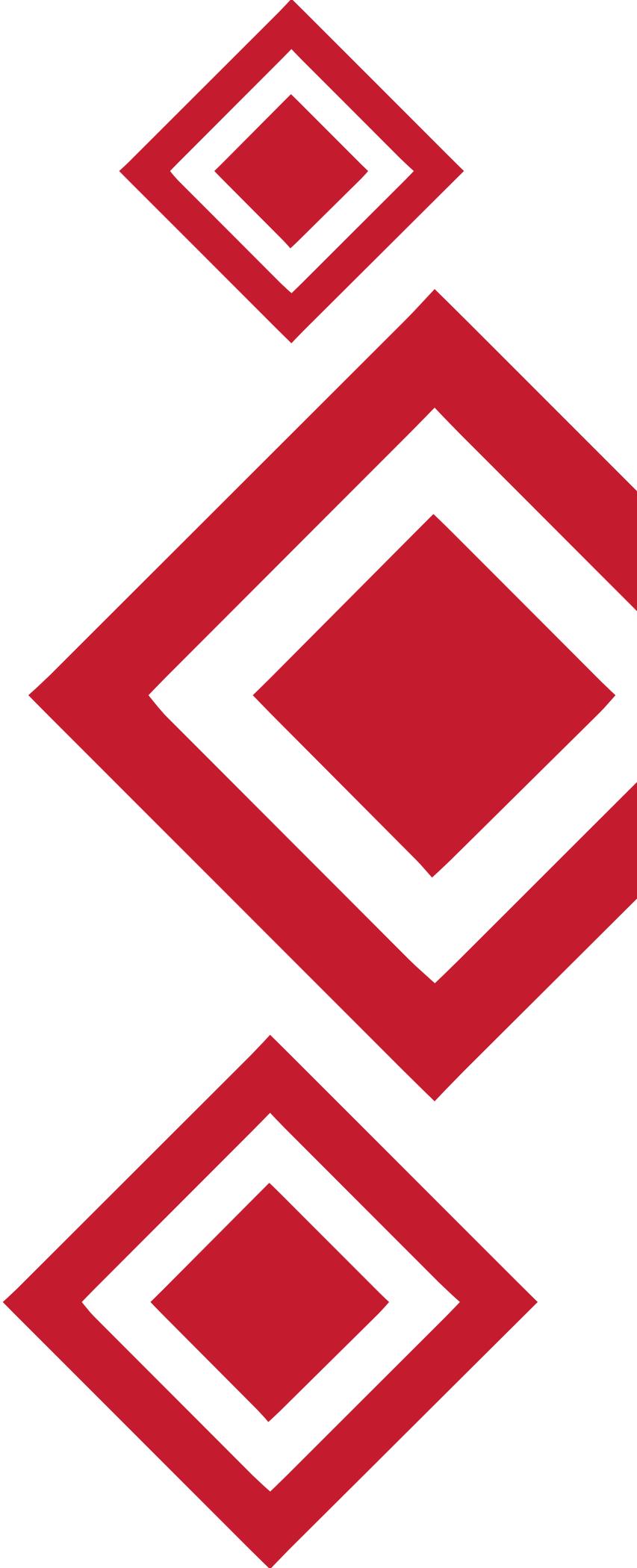
OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y DE DISEÑO:

Generar un manual de normas gráficas y material gráfico: iconografía, sistema gráfico, rediseño de papelería, entre otros.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

Facilitar la recepción de información para la organización como para el grupo objetivo.







MARCO TEÓRICO

Dimensión social

Dimensión estética

Dimensión funcional

Dimensión Ética

EDUCACIÓN REPRODUCTIVA A TRAVÉS DE COMUNICACIÓN VISUAL:

La educación en Guatemala, a nivel general, necesita un reforzamiento para llegar a todos los rincones. Si hablamos de la educación sexual, esta todavía es un tabú en nuestro país, ya que en algunas comunidades, una buena parte de la población aún no conoce los métodos anticonceptivos y mucho menos la presentación para enfermedades de transmisión sexual.

Es importante que esta parte de la población se informe acerca de los temas sexuales ya que esto influye en muchos ámbitos de la supervivencia y cultura, previniendo familias numerosas, madres solteras, mortalidad infantil, abandono, pobreza y muchos otros problemas sociales.

Por medio de la comunicación visual y diseño gráfico, es más fácil poder llegar a este grupo objetivo, porque a través de este podemos proporcionar una comunicación más directa y aceptada por medio de imágenes y gráficas debido al bajo o nulo nivel de escolaridad de esta población. Este documento abarca todas las teorías en cuanto a la educación sexual, comunicación visual y diseño gráfico, además, analizar el problema a nivel nacional y el papel que juega el diseñado en este caso.

LA EDUCACIÓN SEXUAL:

La educación sexual se basa en la enseñanza sobre la sexualidad humana, esta se compone de muchos factores, la reproducción, enfermedades de transmisión sexual, métodos anticonceptivos, sexualidad responsable, entre otros temas derivados. A nivel general y en varios países, la educación sexual ha sido considerada tabú aún en el siglo XXI.

Profamilia (2013) señala que “La educación sexual es una propuesta educativa que debe incluir todos los elementos de la sexualidad humana: el cuerpo, los sentimientos, las emociones, las actitudes y comportamientos, los valores sociales, el placer y los derechos humanos asociados a la sexualidad” Además también hace referencia a que “La educación sexual debe ser universal, es decir, llegar a todas las personas; debe iniciarse en el hogar y la comunidad, continuando en todos los niveles de la enseñanza académica y no académica”.

El problema es que no siempre se cumple lo establecido, la educación sexual no llega a todos, lo que sigue generando problemas tales como las enfermedades de transmisión sexual, el VIH y la Hepatitis B como enfermedades de mayor crecimiento a nivel mundial.

Agregando los embarazos no deseados, abortos y familias numerosas que, a la vez, generan, en algunos casos, más pobreza, desintegración familiar, niños huérfanos, violencia intrafamiliar, violaciones sexuales y muchos otros problemas que se derivan de una falta de educación reproductiva. Los jóvenes de hoy en día empiezan su sexualidad de una manera más liberal, fuera de una relación formal, sin necesidad de afecto o algún compromiso, asumen riesgos sin temor a las consecuencias.

La buena salud reproductiva afianza una sociedad responsable, generando cambios positivos: menos enfermedades, jóvenes responsables sexualmente, planificación familiar, familias íntegras, etc. Hablando lo contrario a los problemas que sin esta se generan, todo esto si hablamos a niveles físicos. Cuando hablamos de niveles psicológicos, la sexualidad responsablemente activa “permite estrechar los vínculos de afecto entre dos personas y disfrutar más al lado del otro” (López, María Elena, 2013). Así bien, la sexualidad en el ámbito psicológico puede generar, tanto sentimientos negativos como positivos. Entre los sentimientos negativos que el mal uso de la sexualidad puede producir por distintas causas físicas podrían estar la ansiedad, frustración, tristeza, depresión etc. Psicológicamente hablando una sexualidad responsable y educada contribuye al bienestar mental y físico, además de prevenir las enfermedades que la mala práctica puede conllevar.

ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL:

Uno de los mayores problemas que genera la falta de educación reproductiva, son las enfermedades de transmisión sexual. United Health Care (2015) define las enfermedades de transmisión sexual como “un grupo de enfermedades causadas por diversos agentes infecciosos que se adquieren por la actividad sexual”. Cada vez que se mantienen relaciones sexuales, se deben utilizar ciertas medidas responsables de prevención como métodos anticonceptivos para evitar el contagio de las mismas, concientizarse acerca del número de parejas sexuales, conocerse y educarse sexualmente.

El problema de las enfermedades sexuales ha crecido con los últimos años, debido a que se empieza la actividad sexual a temprana edad y como resultado de esto, United Health Care (2015) señala “las personas sexualmente activas hoy en día tienen más probabilidad de tener muchas parejas sexuales durante sus vidas y por lo tanto tienen más riesgo de desarrollar enfermedades de transmisión sexual”. Sin embargo, todavía no se hace buen uso de los métodos anticonceptivos o ni siquiera se tiene un buen conocimiento acerca de ellos.

LOS MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS:

Los métodos anticonceptivos son formas de evitar embarazos no deseados. Existen varias opciones de métodos, por ejemplo recetados por vía oral. Uno de los métodos anticonceptivos más utilizados es el preservativo o también llamado condón, que no sólo evita el embarazo sino también es el único método que evita el contagio del VIH. Sin embargo, hoy en día, todavía existen personas que no conocen la utilización del mismo o le dan un uso inadecuado. Existen otros métodos como la T de Cobre, implante subcutáneo, píldora, entre muchos otros. Sin embargo, en Guatemala, aún no se tiene el conocimiento suficiente acerca de estos, de su uso correcto, lo que sigue provocando embarazos no deseados y la propagación de enfermedades de transmisión sexual.

LA EDUCACIÓN SEXUAL EN GUATEMALA:

La educación sexual en Guatemala tiene un déficit de enseñanza, ya que no llega a todas las comunidades y todavía existen áreas desinformadas. La población aún no educa desde el hogar a sus familias y la única vía de aprendizaje que puede tener es por medio de la educación académica. “En cuanto a un grupo vulnerable en Guatemala, como lo son los y las jóvenes, se ha trabajado muy poco, a pesar que por tradición, cultura y falta de educación, la población joven inicia a muy temprana edad su vida sexual activa y no se tiene acceso a información relacionada con los cambios que atraviesa en esta etapa de edad” (Vivamos Mejor, 2012).

La falta de educación reproductiva genera cambios negativos en la sociedad, ya que nuestro país es un país pobre y con falta de empleos, generando más pobreza en la población, explotación infantil, prostitución, desnutrición a causa de familias numerosas con pocas posibilidades de subsistir. Como lo señala Vivamos Mejor (2015) “El 17% de las adolescentes ya son madres y el 4% se encuentran embarazadas del primer hijo. En la población indígena del área rural el promedio de edad para tener el primer hijo es de 15 años”. Es muy común encontrar madres solteras jóvenes y sigue incrementado la taza día con día.

“La implementación de la educación integral en sexualidad en las aulas de las escuelas públicas y privadas del país es una asignatura pendiente para el sistema educativo”

(Urizar, Acisclo, 2014)

En Guatemala, carecer de una buena educación reproductiva afecta tanto a niños como a jóvenes principalmente, ya que su actividad sexual comienza a temprana edad.

Pies de Occidente (2014) señala que “aunque en Guatemala, a nivel nacional se han registrado mejoras en los indicadores relacionados con la salud reproductiva, estos avances no parecen tener efectos sustanciales en las comunidades indígenas”. Un dato totalmente verdadero, las comunidades más afectadas carentes de educación sexual, pertenecen principalmente a las comunidades indígenas, ya sea en la ciudad o en el interior del país, aldeas, pueblos y otros, son las comunidades que siguen sin desinformadas sexualmente, que incluso aún no conocen el uso del preservativo a pesar de ser el método anticonceptivo más común en todo el mundo.

El problema radica en que apenas un porcentaje de las comunidades indígenas tiene acceso a la educación académica y a la tecnología, pero, la mayoría de ellos carecen de estos servicios y existen todavía muchas personas analfabetas o que solo hablan en lengua materna y no el idioma español. El desconocer sus derechos sexuales no les permite utilizar de modo adecuado los servicios de salud que presta el Estado, “la falta de información y orientación oportuna y adecuada, no les ayuda a tomar decisiones responsables y favorables para la salud sexual y reproductiva, principalmente por las las mujeres jóvenes indígenas que están subordinadas a su pareja y la familia, limitando su autonomía para decidir sobre su sexualidad y maternidad” (Pies de Occidente, 2014).

Existe una cifra alarmante, y es que según censos realizados el 40% de las mujeres guatemaltecas ya son madres y el 75% de personas iniciaron su actividad sexual antes de los 18 años. La UNESCO, en 2008 creó un programa para implementar la educación sexual

“con el fin de impartir orientación técnica sobre la manera de mejorar la prevención del VIH entre los jóvenes en los establecimientos de enseñanza”

(UNESCO, 2008)

EL DISEÑO GRÁFICO, EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD:

El impacto que genera la comunicación visual en la sociedad es de suma importancia que puede llegar a masas grandes de población y el trabajo que aquí desempeña el diseñador gráfico es imprescindible. El diseñador cumple el rol como comunicador, no solo como artista gráfico y a lo largo de los años ha evolucionado en sus maneras de expresión y técnicas.

“El diseñador debe, además de crear piezas comerciales y publicitarias, generar opinión y aportar sobre temas que lo cuestionan y cuestionen al público (...)”

(Tipográficamente, 2010)

Un diseñador no solo se dedica a hacer publicidad, su entorno gira en la tarea de comunicar y con ello generar emociones, sentimientos, opiniones, proyecta e impacta al público y lo cual puede hacer por medio de muchas estrategias, la ilustración, el diseño editorial, la fotografía, las herramientas multimedia y muchas formas más. En la actualidad, son muchas maneras en las que el diseñador puede aportar a la sociedad positivamente hasta el punto de crear movimientos o cambios para el bienestar social, específicamente en esta etapa histórica el diseño gráfico está globalizado.

Algunas de las funciones del diseñador en la sociedad que resalta Tipográficamente (2010), son: la función educativa, sensibilizadora, colaborativa e innovadora. Estas funciones al ser aplicadas en las comunidades con el auxilio del diseño gráfico generarían impactos grandes y el diseñador tendría un mejor nivel y puesto en la sociedad, para ello, debe conocer, investigar e incluso convivir para poder estudiar de cerca sus grupos objetivos.

Cada vez más, en los medios y a nivel global, el diseño gráfico ha tomado un mayor impacto social, posicionándose en el ojo de las futuras generaciones. A nivel social, la contribución del diseño gráfico para el bienestar de la sociedad, como se mencionaba anteriormente, puede llegar a crear grandes movimientos y generar grandes impactos.

“La posibilidad de profundizar sobre el rol que el diseñador gráfico pueda cumplir en la gestión de la comunicación en las organizaciones sociales abre un camino importante dentro de los estudios sobre la praxología del diseño y permite revelar las múltiples funciones que el diseño puede cumplir en estos espacios”

(Jiménez, Álvaro X. 2010)

Esto nos da la pauta, como diseñadores gráficos, para aportarle positivamente nuestro conocimiento a la sociedad, porque la comunicación visual que podemos generar nos puede ayudar, como nos puntualiza Jiménez, A.X (2010) “a encontrar caminos alternativos a la crisis social, cultural y medioambiental que vivimos”. Sin embargo, para lograr estos aportes significativos con el diseño gráfico, se debe concientizar y formar a los diseñadores futuros y los de hoy en día a sensibilizarse en el estudio de las masas, para que no solo profesional sino también humanamente contribuyan a la sociedad.

ALAS: CONTRIBUCIÓN CON EDUCACIÓN SEXUAL:

El objetivo principal de la institución ALAS es educar y concientizar a la población acerca de los métodos anticonceptivos, además de las enfermedades de transmisión sexual si no se lleva una vida sexual responsable; promueve la planificación familiar y la protección para evitar embarazos no deseados.

Su principal función la ejercen por medio de jornadas con charlas educativas donde muestran los diferentes métodos utilizando la comunicación visual, ya que a través de imágenes y muestras físicas es más fácil para la población aprender acerca de estos temas debido a su nivel de escolaridad, el cual es muy bajo y nulo en algunos casos. Estas estadísticas provocan que se requiera generar mayor contenido gráfico que textual.

La imagen que ALAS quiere proyectar en la sociedad es el ser una institución profesional, confiable que está al servicio de la salud de la población guatemalteca que necesite educarse sexualmente. Por ello, el uso del diseño gráfico para comunicar a través de su institución sí juega un papel importante en la producción de materiales impresos y digitales, compartidos a sus donantes, voluntarios y personas a las que beneficia.

Para ALAS, hay partes que juegan un papel bastante importante en cuanto al diseño gráfico:

- ◆ Su imagen e identidad
- ◆ Su logotipo
- ◆ Íconos
- ◆ Colores y tipografías

Estos elementos se encierran en un mismo eje, la comunicación visual, que será el punto de partida para educar y ayudar a la sociedad acerca de los temas de salud reproductiva.

COMUNICACIÓN VISUAL:

Munari, Bruno (2014) señala “a través de la comunicación visual, no solo emitimos mensajes de carácter informativo o estético, también creamos cultura, identidad, nos damos a conocer, creamos una imagen de nosotros mismos y de nuestra marca personal”. Un ejemplo, para ejemplificar de una mejor forma lo anterior, es la imagen de una empresa, la cual se diferencia de todas por su logotipo que es su punto de identificación ante la sociedad y lo que su imagen refleje será el mensaje que comunicará ante un público determinado.

Hay elementos que se quedan en nuestra mente sin necesidad de describirnos lo que significan, un claro ejemplo de ello es la “M” de McDonald’s que en cualquier parte del mundo que se encuentre, es un símbolo que todos conocemos, aún estando sin color sabemos que es lo que representa a la cadena de hamburguesas más famosa del mundo. Esto es lo que buscan todas empresas, ser reconocidas al instante y diferenciarse del resto, un trabajo que el diseñador gráfico debe resolver creativamente, basándose en conceptos creativos, psicología del color, un grupo objetivo, tipografía adecuada, insight y otros puntos importantes para generar un logotipo que será la identidad e imagen de su cliente.

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS:

La imagen de una empresa puede variar en las distintas plataformas en las que se presente, cambiando así de lugar logotipo, textos, formato de los documentos, movimientos de los colores y los tamaños tipográficos. Un manual de normas gráficas viene a ser, entonces, una guía sobre la utilización correcta de la imagen de la marca este manual contendrá los tamaños adecuados de las tipografías, paleta cromática, variaciones en los logotipos, cómo sí y cómo no deben usarse los elementos que la imagen contenga, etc.

Martin M. (2015) señala “Las piezas que componen una imagen corporativa están especificadas en un manual de normas gráficas. Normalmente este documento está orientado a los medio impresos, dejando de lado aspectos clave para su correcto uso en plataformas digitales”. Es por esto que un manual de normas gráficas, no solo debe contener las formas de uso de la imagen para plataformas impresas, sino también para su uso digital, en sí, para cada medio en el que se vaya a utilizar la imagen de la empresa.

Cuando se tiene un manual de normas gráficas, se le facilita a la marca, empresa o cualquier cliente con su imagen propia, el saber utilizar los elementos de imagen de una manera correcta y organizada, esta orientación es importante, ya que la presentación de la imagen de la empresa, siempre apuntará a respuestas positivas por parte de los consumidores, proyectando seriedad, orden, elegancia y profesionalidad.

LA IDENTIDAD CORPORATIVA:

Los elementos visuales y aspectos que contiene una marca son los que se diferenciarán del resto y de la competencia, eso viene a ser con lo que ellos se identifican, la identidad de su empresa. La identidad corporativa es entonces,

“un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma”
(Fotonostra, 2014).

Luisan (2015) nos explica mejor qué aspecto abarca una identidad corporativa “La identidad corporativa no trata solo del logotipo de la empresa, la identidad corporativa es la imagen, las sensaciones, las emociones, la filosofía y los valores que la empresa transmite al exterior y por extensión, la representación de todo ese conjunto de elementos que nosotros como espectadores percibimos ella”. Con lo mencionado anteriormente, podemos deducir que la identidad de una marca abarca muchos aspectos, más bien, todos los aspectos de la marca y que esta quiere transmitir a sus consumidores, no puede existir una marca sin identidad e imagen visual, porque no comunicaría y sino comunica, no es funcional para su grupo objetivo.

LA IMAGEN CORPORATIVA:

El poder que genera una imagen puede llegar a abarcar muchas masas, ya sea por lo que representa y/o la confianza que genera entre los consumidores, de igual manera el que la empresa se sienta identificada con su imagen. Hay que tener claro que cada imagen tiene un valor y una percepción distinta. ¿Cómo se puede hablar con imágenes?. Munari, B. (2013) explica “El lenguaje visual es un sistema de comunicación que utiliza las imágenes como medio de expresión, es decir, transmite mensajes visuales”. Si hablamos gráficamente, hablamos de “leer” la imagen, a veces un enunciado para darle mayor fuerza a su mensaje debe acompañarse de un elemento gráfico, o viceversa, pero también puede que baste con solo el elemento gráfico para entender por completo lo que quiere comunicar.

Pero en sí, ¿qué es la imagen corporativa? Duarte C. (2012) explica: “es la forma en que se percibe una compañía, es la imagen de lo que la compañía significa, es un ejercicio en la dirección de percepción del espectador” viene siendo la carta de presentación en la sociedad, esta imagen debe reflejar los valores de la empresa y lo que la empresa significa

Antes de realizar la imagen de una empresa se debe de tomar en cuenta que debe ser coherente y siempre debe ser igual, si se quisieran realizar cambios, estos deben de planificarse y analizarse antes de realizarse. Es importante mantenerse siempre actualizados y renovar cada cierto tiempo la imagen, para que esta no sea olvidada y, además, para que llegue a otros grupos, en el diseño gráfico la palabra “innovar” es una técnica que debe mantenerse activa. Por otra parte, se debe analizar a la competencia para que la imagen generada no se confunda con otra que podría ser similar, en el peor de los casos, que tenga elementos similares a otra marca y se entre en problemas legales sobre el plagio.

La imagen siempre hablará mucho de lo que la marca es y se hará un espacio en el ámbito social en el que se desarrolle, por ello es importante que su reputación siempre se mantenga en alta posición para no perder consumidores.

LA TIPOGRAFÍA:

En el diseño gráfico, no solo a través de la imagen se puede comunicar, sino también a través de las letras. La tipografía es un elemento importantísimo en el diseño gráfico, ya que esta da personalidad a las piezas, puede proyectar diferentes sensaciones, dependiendo del receptor, puede ser utilizada también como imagen, puede ser parte de un logotipo o, incluso, ser un logotipo sin la utilización de elementos gráficos.

“Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas”.

Fotonostra (2014)

Si nos adentramos más en el mundo de la tipografía, podemos expandir las teorías: los tipos, fuente tipográfica y familia tipográfica. Un tipo viene siendo el estilo y formas características de una letra. Una fuente tipográfica es un conjunto de caracteres y números y signos con los mismos elementos, estilos y características. Una familia tipográfica son el conjunto de caracteres pero con distintas variaciones, por ejemplo, la familia tipográfica de la fuente Arial: Bold, semi-bold, itálica, regular, condensada y así extendiéndose a una larga fila de variaciones en sus caracteres.

Si hablamos de los estilos en que se dividen las fuentes tipográficas, podemos mencionar que existen dos: Serif y Sans Serif. Las fuentes Serif, se remontan a épocas pasadas en donde un texto se cincelaba sobre algún bloque en específico, estas contienen bordes, su estilo tipográfico contiene mucho equilibrio, facilitan la lectura rápida. Las fuentes Sans Serif o también conocidas como Palo Seco, son tipografías más modernas, son bastante legibles y limpias.

“No están aconsejadas para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir”

(Ciberaula, 2014)

EL COLOR:

Entre los elementos más importantes en el diseño gráfico, es de suma importancia los aportes que generan la utilización del color.

“Es el medio más valioso para que una pieza gráfica transmita las mismas sensaciones que el diseñador experimentó frente a la escena o encargo original”

(Calvo, I.I. 2015)

Si se tiene un buen conocimiento acerca de la teoría para el color y su psicología, el color puede ser un as bajo la manga para el diseñador gráfico a la hora de querer transmitir, expresar, comunicar y/o concretar su mensaje, esto debido a que cada color tiene un significado y genera distintas sensaciones y emociones, a la vez. Es importante conocer la paleta cromática y conocer también las formas en que la mezcla o intervención de otros colores sobre el diseño pueden comunicar y persuadir aún más diferentes aspectos a la vez.

No sólo es importante saber el uso y significado de los colores sino también, hablando sobre el diseño, conocer su modo de aplicación en las diferentes plataformas en que se utilizará, digital o impreso y para ello existen solo dos formas: RGB para plataformas digitales y CMYK para plataformas impresas.

“Las infografías permiten explicar visualmente procesos complejos en piezas gráficas de fácil comprensión, donde el texto da paso a elementos visuales explicativos”

(Pixel Creativo, 2012).

Estas piezas gráficas nos ayudan a comprender mejor la información con datos más complejos que, textualmente no se pondrían comprender tanto o sería largos textos sin fin.

Una infografía consta de 3 elementos principales: la imagen, íconos y la información. Existen diferentes tipos de infografías, las cuales se pueden adaptar mejor, según sea la información a explicar, por ejemplo: la infografía periodística, infografía secuencial, infografía de proceso, infografía geográfica, infografía característica, infografía estadística y la infografía biográfica. Cada uno de estos tipos de infografías cuentan con una estructura diferente, dependiendo del contenido de las mismas, para explicar de mejor manera su contenido.

Se debe tomar en cuenta que cualquier pieza gráfica debe constar de una jerarquía y composición visual correcta, para no generar confusión en los mensajes.

JERARQUÍA VISUAL:

En el diseño gráfico, el saber colocar cada elemento es un arte y mejora la recepción del mensaje, además de darle sentido a la pieza gráfica que se desarrolla. En la jerarquía visual “se diferencian los elementos en base a la forma en cómo lucen, su apariencia es un indicador de su orden de importancia y su relación con otros elementos” (Aula formativa, 2014).

Para crear jerarquía visual en el diseño, basta con preguntarnos ¿cuál es el elemento que deseo que sobresalga?, este puede ser un punto de partida, el generar más peso sobre un elemento, haciendo que genere más impacto visual sobre los otros y que este sea el punto focal del diseño, atrayendo así, la mirada del consumidor hacia donde queremos.

Hay algunas técnicas para poder crear jerarquía visual, una de ellas es por el tamaño: los elementos de mayor tamaño siempre captaran mayor y rápida atención, “Si todos los elementos fueran del mismo tamaño es complicado para el usuario detectar qué elemento es más importante” (Aula formativa, 2014). Además, esto causaría que la pieza sea monótona y a la vez aburrida, quitando la atención rápidamente del consumidor.

Otra forma de generar jerarquía visual es por contraste: cuando elegimos una paleta de colores, podemos elegir los colores que más impacto visual generen en el espectador. Estas técnicas son las más comunes, pero si queremos optar por otras tenemos la alineación, proximidad y repetición.

COMPOSICIÓN O ESTRUCTURA:

“Casi todos los diseños tienen estructura. La estructura debe gobernar la posición de las formas en un diseño. La estructura, por regla general, impone un orden y predeterminan las relaciones internas de las formas en un diseño”.

(Mi Mente, 2013)

La composición en el diseño gráfico es colocar los elementos gráficos en un espacio visual, previamente seleccionado, en el que cada elemento jugará un papel importante para transmitir el mensaje. “Para los diseñadores, la composición gráfica es primordial, porque permite el desarrollo de una sensibilidad especial al organizar los elementos de diseño sobre el formato”.

(Mi Mente, 2013)

Para generar una buena composición gráfica, se deben de tomar algunos “tips” para la estructura: forma, semiformal, informal, inactiva, activa, invisible, visible, estructura de repetición. Estas formas de generar una buena estructura visual, nos aseguran una mejor forma de hacer llegar el mensaje al consumidor, además generan un orden como de la mano de la jerarquía visual. Una pieza gráfica sin estructura visual y jerarquía, sería confusa y no lograría comunicar.

Estos elementos básicos mencionados, en piezas gráficas de una institución deben contar con un manual de normas gráficas, donde el usuario sabrá colocar los elementos necesarios para comunicar visualmente con éxito. Para ALAS cada uno de estos elementos son importantes ya que por medio de ellos logra generar sus piezas impresas y digitales para compartir con sus grupos objetivos (voluntarios, donantes y personas beneficiadas), todo de acuerdo con su nivel de escolaridad y capacidad para comprender los mensajes y la información que estos documentos presentan.

Notamos la importancia del diseño gráfico en cuanto a comunicación visual para educar se refiere, porque nos proporciona maneras más factibles y útiles para comunicar. En la educación sexual, el diseño gráfico proporciona ideas más dinámicas como las infografías para aprender diferentes temas por medio del uso de la iconografía que en el usuario facilita el memorizar y comprender mejor el mensaje.

El trabajo y papel del diseñador, como bien vemos, es de suma importancia en el momento de educar y rol como ser humano en la sociedad, es contribuir de la mejor manera posible para generar cambios positivos en cualquier ámbito y problema social.

EVALUANDO EL DISEÑO GRÁFICO:

En el momento de diseñar un manual de normas gráficas, el diseñador siempre debe tomar en cuenta diferentes aspectos importantes, como la funcionalidad, sin dejar a un lado la estética. Según Maximiliano Martín (IDA, 2015) “nuestro manual cuenta con secciones que definen las normas básicas para el uso del logo y los componentes de la marca”, lo que brevemente sacamos de en conclusión que un manual de normas tiene como objetivo principal la marca.

Cuando se está diseñando un manual de normas, deben seguirse ciertos lineamientos, para que esté lo más completo y claro posible para quienes va dirigido. Rodríguez Lozano, V. (1986) dice: “esto nos obliga a pensar en todos los actores que intervienen en ellas, es decir, alumnos, profesores y administración”, para ello el diseñador gráfico debe contar con los conocimientos adecuados para desarrollarlos y aplicarlos al manual, tales como la composición de logotipo/isotipo, jerarquía visual, retículas, entre otros conocimientos sobre imagen y editorial.

Además de los aspectos mencionados anteriormente, también deben de tomarse en cuenta aspectos lingüísticos que faciliten el entendimiento del material diseñado, como por ejemplo escoger la tipografía adecuada y un lenguaje poco complejo para poder seguir todas las reglas que el manual impone, reforzándolo con un glosario y bibliografía en caso de ser necesario.

Si se toman en cuenta no solo aspectos funcionales del diseño, sino también aspectos sociales, es cuando el diseñador tendrá la tarea de investigar y formar parte de la institución en pro de la misma, comprometido a que su trabajo haga cambios positivos en la sociedad y no sea solo un negocio lucrativo.

“El diseñador gráfico como comunicador y profesionalista sabe en cuanto a la vida orgánica que debe actuar éticamente, y en cuanto a la vida orgánica sabe que no se debe matar o dañar, sino favorecer la vida y la salud.”

(Diseño Gráfico y Ética, 2007)

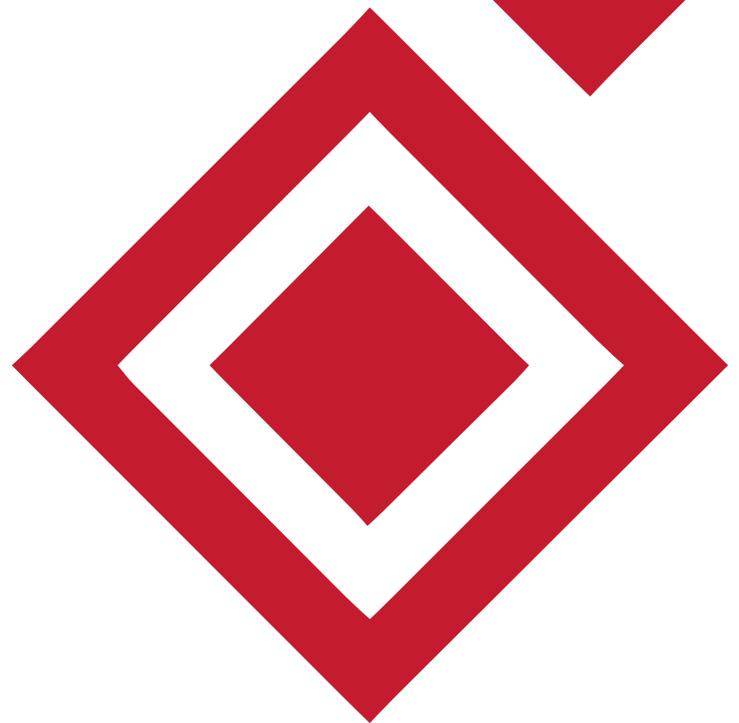
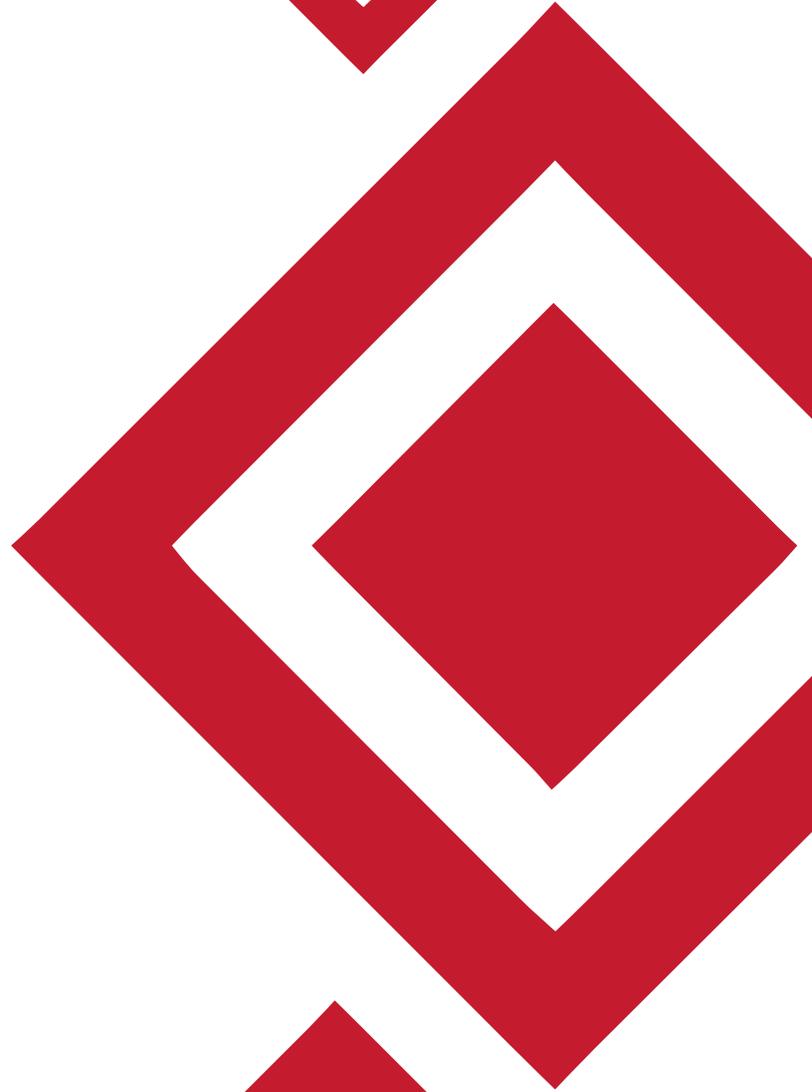
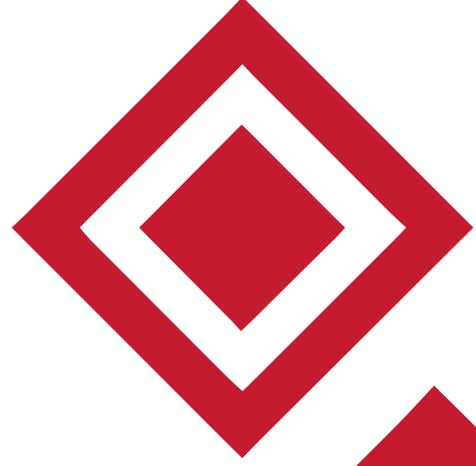
En Guatemala, la educación sexual sigue siendo un tabú en este siglo, las comunidades en el interior del país siguen sobrepoblándose y siguen sin acceso a la educación en general lo que sigue propiciando un desconocimiento acerca del bienestar y la salud.

La tarea, entonces, del diseñador gráfico es aportar medios que faciliten la educación a través de sus conocimientos, para fomentar una sociedad responsable y educada.

“Para la vida psíquica el diseñador gráfico mediante sus mensajes no debe alterar la conciencia, la afectividad y voluntad humana para algún mal o daño, sino procurar la maduración psíquica de la personalidad humana.”

(Diseño Gráfico y Ética, 2007)







3

PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

Las 6 W's (síntesis del brief)

Mapas de empatía (SPICE y POEMS
de la institución y audiencias)

Conceptualización: Insight - Concepto Creativo

Pre Producción: Fase 1, 2 y 3 de visualización

Sistematización

1. CASOS ANÁLOGOS

Los casos análogos son algunos ejemplos de proyectos nacionales e internacionales que destacan puntos similares con el proyecto de graduación a realizar. En estos, se realizaron comentarios positivos, negativos e interesantes.

CASO NACIONAL- APROFAM

Es una institución dedicada a la salud familiar en Guatemala. Tiene programas gratuitos así como privados, además de ello, tienen conexiones con ong's nacionales e internacionales.



Figura 6 y 7. APROFAM, logotipo e iconografía. (Archivo APROFAM 2013)

POSITIVO

Línea gráfica bastante completa, al menos en medios digitales han sabido llevar un orden.

La conjugación del isotipo en el logo, que refleja a lo que la institución se dedica.

NEGATIVO

Las gráficas de los materiales impresos son muy deficientes.

No utilizan correctamente la línea gráfica en sus materiales impresos.

En sus medios digitales hay secciones y publicaciones con contenidos saturados.

INTERESANTE

Ofrecen sus materiales impresos para otras organizaciones con las que se encuentran aliadas.

CASO INTERNACIONAL- POPULATION COUNCIL

Son una organización sin fines de lucro, que se dedica a la educación reproductiva a nivel mundial, pero opera desde los Estados Unidos y tiene diferentes conexiones al rededor del mundo.



Figura 8 y 9. POPULATION COUNCIL. Logotipo y página web. (Archivo PC. 2013)

POSITIVO

Tienen una línea gráfica muy minimalista.

Utilizan las redes sociales.

La imagen de la institución es bastante ordenada.

NEGATIVO

El logotipo no refleja lo que es la institución.

La imagen se asimila a una institución de servicios médicos, como hospital.

No son muy gráficos, utilizan más texto que gráficos.

INTERESANTE

Publican cada año una memoria de labores llamada “Momentum” siempre conservando su línea gráfica.

Publican material llamado “Population Brief”, el cual es semi-anual y contiene noticias y eventos, entre otras cosas. Este está publicado por volúmenes.

2. 6 W

Las 6W son un modelo para obtener información más profunda en el campo de investigación y es una estrategia que nos acerca más a definir los procesos creativos respondiendo las siguientes preguntas traducidas al español: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Quin?.

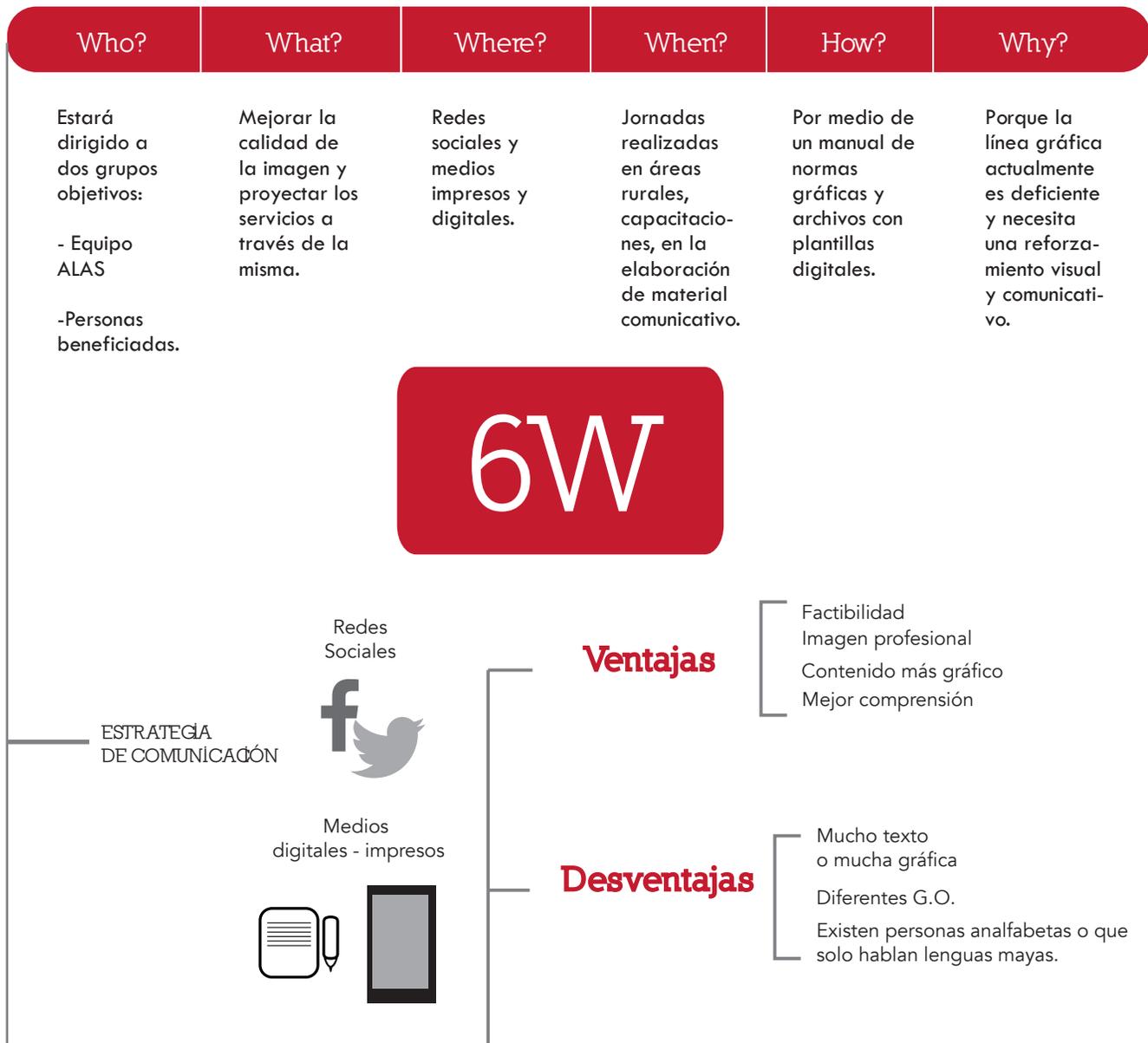


Figura 10. 6 W's. (Lemus, S. 2015)

3. SPICE Y POEMS

Los SPICE & POEMS son métodos de empatía para conocer a fondo al grupo objetivo que contienen características de todo tipo. Entre sus siglas, se encuentran diferentes aspectos a estudiar: **SPICE**= Social, Físico, Identidad, Comunicación, Emocional y **POEMS**= Social, Personas, Objetos, Ambientes, Medios, Servicios.



Figura 11. SPICE Y POEMS de Grupo Objetivo. (Lemus, S. 2015)

CLIENTE

SOCIAL

Son personas que buscan educarse sexualmente para beneficiarse personalmente así como a sus familias.



PEOPLE

Son principalmente parejas jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

PHYSICAL

Comúnmente son amas de casa y algunas personas con trabajos menores. Algunas de ellas analfabetas y/o no saben el idioma español.



OBJECTS

La utilización imágenes y gráficas les gusta mucho porque retienen mejor la información. Utilizan teléfonos celulares de poca tecnología.

IDENTITY

Son personas tímidas, pero bastante interesadas en educarse sexualmente. Tienen a preguntar y hablar poco sobre su vida íntima.



ENVIRONMENT

Su entorno se caracteriza principalmente en el hogar y el campo. Ya que son personas del interior del país, pertenecientes a pequeños pueblos.

COMMUNICATION

Su medio principal de comunicación son los periódicos, televisión, radio y el uso del celular pero no de gran tecnología.



MEDIA

Se podrían realizar folletos con bastantes gráficas fáciles de comprender.

EMOTIONAL

Son personas preocupadas por el bienestar de su familia, en especial cuidan de sus hijos menores.



SERVICES

Mayor interacción y demostración con los métodos anticonceptivos e instar la participación de las personas con juegos y dinámicas.

Figura 12. SPICE Y POEMS de Cliente - ALAS Guatemala. (Lemus, S.) 2015)

4. CONCEPTUALIZACIÓN

Durante el proceso de conceptualización se realizaron diferentes propuestas para poder elegir la más adecuada. Se tomaron en cuenta antecedentes que son parte de la institución para generar insight y concepto creativo. Las tres propuestas fueron las siguientes:



INSIGHT

“Me da pena hablar de eso”

El insight, el cual es una emoción que muchos de los pacientes sienten, se traduce a un estado diferente de lo normal, lo cual en el diseño puede asociarse con la anomalía que es la presencia de irregularidad en el diseño. De la mano del concepto, se realizaría una serie de ilustraciones sobre la sexualidad enmarcando diferentes puntos.



CONCEPTO CREATIVO

Un retrato a la Salud



INSIGHT

“Ya no quiero más hijos”

Con el insight, podemos abarcar varios temas a la vez, pero el principal son las familias numerosas. ALAS trabaja para tener una sociedad guatemalteca consciente y educada sexualmente. En conexión con el concepto, gráficamente podrían desarrollarse elementos repetitivos como ilustraciones lineales, elementos visuales entre otros.



CONCEPTO CREATIVO

Reproducción



INSIGHT

“Nunca me he protegido”

De este insight, un problema por el que trabaja la institución, los métodos anticonceptivos son el punto de arranque. De la mano del concepto creativo “Una paleta de métodos” se podría realizar una serie de gráficas sobre los temas y dar énfasis a los métodos así como también a las enfermedades de transmisión sexual.



CONCEPTO CREATIVO

La Serie de métodos

CONCEPTO FINAL



INSIGHT

“Ya no quiero tener más hijos”



CONCEPTO CREATIVO

“La Reproducción”

La frase del insight, nos proporciona un mensaje con una de las situaciones más ocasionales si se habla de la falta de educación reproductiva; podemos derivar varias temas en relación con la educación sexual que atiende ALAS, como: la planificación familiar, los métodos anticonceptivos, las familias numerosas, embarzos a temprana edad y muchos otros temas.

Con base en diseño gráfico se podría asociar con la repetición el cual sirve para agrupar elementos de una misma manera y así poder identificarlos unos de otros, pero para no generar monotonía, la utilización del contraste podría generar aún más interés en las piezas gráficas. Con base en el concepto creativo, reproducción ligado con la repetición, lo que se busca es generar un ritmo visualmente.

De este modo, tanto “insight” como concepto creativo, se adecuan más a las problemáticas sociales que atiende ALAS Guatemala.

5. 1ERA. FASE DE BOCETAJE

AUTOEVALUACIÓN

Objetivos: El objetivo de esta fase fue depurar las opciones menos atractivas y menos funcionales para el proyecto.

Método: A través de una autoevaluación, se examinaría cada propuesta para elegir las más competentes a elegirse como línea del proyecto de graduación.

Duración de la evaluación: 1:00 Hrs.

Participantes de la evaluación:
Estudiante de diseño a cargo del proyecto.

Desarrollo de evaluación:

Se realizó una autoevaluación con cada una de las propuestas, evaluación tipografía y colores.

Escenario:
Autoevaluación realizada en casa.

Moderadora:
Estudiante a cargo del proyecto.

Instrumentos:

1. Autoevaluación
2. Propuestas.



ALAS
GUATEMALA



	IMPACTO VISUAL	ORIGINALIDAD	MEMORABILIDAD
COLOR	✗	✓	✓
TIPOGRAFÍA	✗	✓	✗
COMPOSICIÓN	✓	✓	✓
COLOR	✗	✗	✓
TIPOGRAFÍA	✓	✓	✓
COMPOSICIÓN	✓	✓	✓

Figura 13 y 14. Primer fase de bocetaje. (Lemus, S. 2015)



	IMPACTO VISUAL	ORIGINALIDAD	MEMORABILIDAD
COLOR	✗	✗	✗
TIPOGRAFÍA	✗	✓	✗
COMPOSICIÓN	✓	✓	✗
COLOR	✓	✓	✗
TIPOGRAFÍA	✓	✓	✓
COMPOSICIÓN	✓	✓	✗
COLOR	✓	✓	✗
TIPOGRAFÍA	✓	✗	✓
COMPOSICIÓN	✓	✓	✓

Figura 15,16 y 17. Primer fase de bocetaje. (Lemus, S. 2015)

6. 2DA. FASE DE BOCETAJE

EVALUACIÓN CON ESPECIALISTAS

Objetivos: El objetivo de esta fase de bocetaje, fue tener una perspectiva más profesional acerca de las líneas gráficas desarrolladas, para mejorar las mismas y elegir la propuesta más adecuada para el proyecto.

Método: Especialista y profesional del diseño gráfico. Evaluación en clase y presentación de propuestas, aplicando conceptos.

Duración de la evaluación: 1:30 Hrs.

Participantes de la evaluación: Asesora de proyecto de de graduación y diseñador gráfico de 4AM Saatchi.

Desarrollo de evaluación:

1. Se presentó cada una de las propuestas de diseño.
2. Se explicó concepto creativo e insights.
3. Se tomaron apuntes de sugerencias por parte de los examinadores.

Escenario:

Clase del t1, proyecto de graduación.

Moderadora: Estudiante a cargo del proyecto.

Instrumentos:

1. Presentación de clase.
2. Propuestas de diseño basadas en un concepto creativo e insight.

PROPUESTA 1

Propuesta basada en la proximidad, utilizando colores pasteles que connotan tranquilidad y representan más a la mujer.

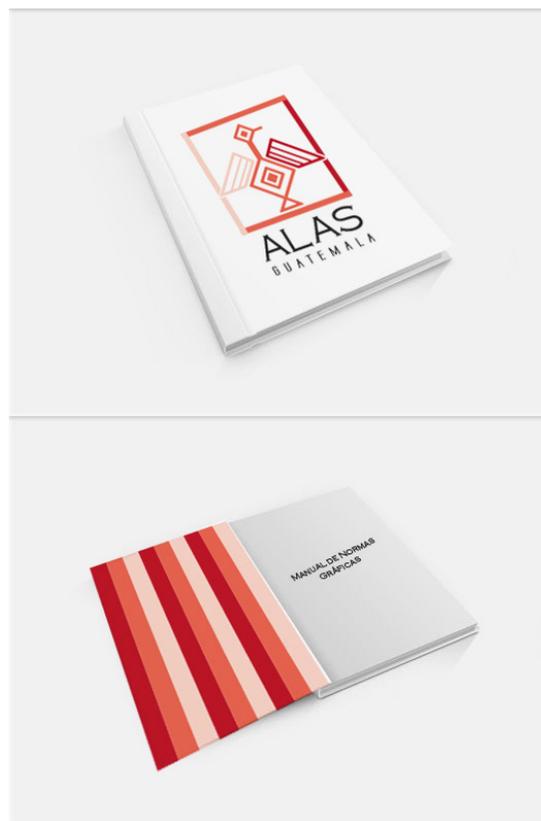


Figura 18. Propuesta 1 de línea gráfica. (Lemus, S. 2015)



Tipografía serif, limpia y de tamaño considerablemente grande, tomando en cuenta el poco nivel educativo del G.O.

Los elementos se agrupan de manera conjunta.



ABCD

PROPUESTA 2

Basado en la repetición, se utiliza el elemento visual principal el cual es el rombo, que le da más estética a la pieza gráfica.

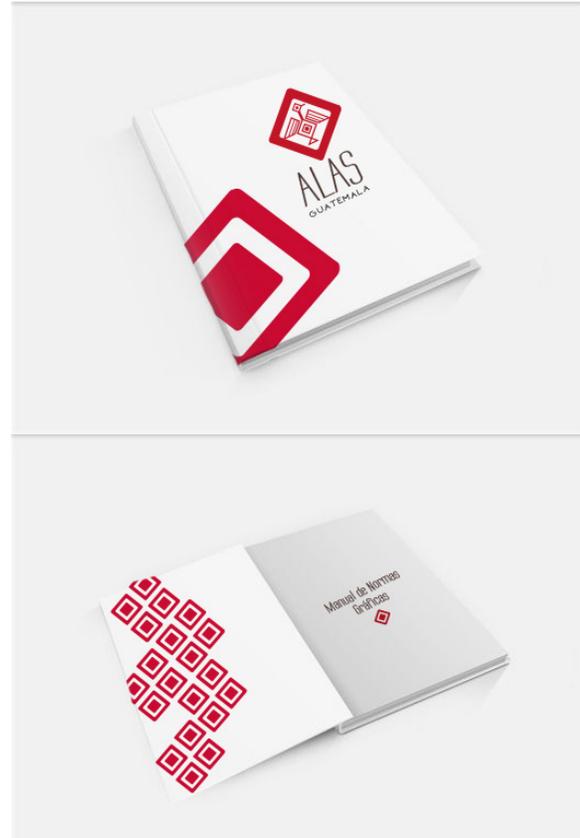
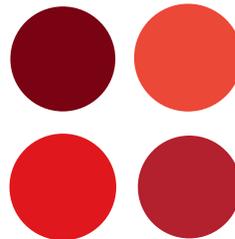


Figura 19. Propuesta 2 de línea gráfica. (Lemus, S. 2015)

Agrupar los elementos de manera modular debido a la estructura del elemento visual.



La paleta cromática se deriva del color institucional, por ende, con tonalidades más profundas y bajas.



La tipografía palo seco, complementa la estructura modular al ser sencilla y evitar la saturación.

ABCD

PROPUESTA 3

Basada en la variedad de formas, esta propuesta, a diferencia de las otras, no lleva un orden, sino ritmo visual y dinamismo, evitando la monotonía.

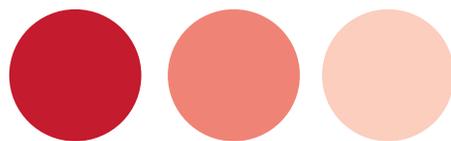


Figura 20. Propuesta 3 de línea gráfica. (Lemus, S. 2015)

Se pueden agrupar sus elementos de varias formas.

La paleta cromática adicional podría variar, para eliminar la monotonía en las piezas, aunque los colores principales le dan el toque de equilibrio.

La tipografía tiene totalmente movimiento, para reforzar la línea.



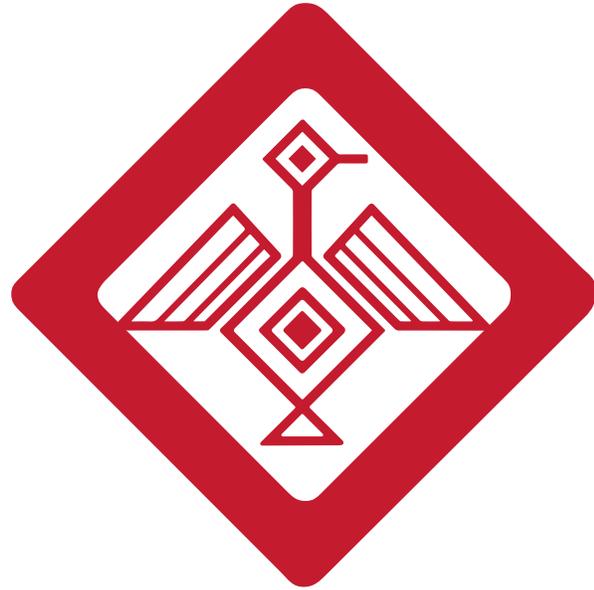
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La línea gráfica destacada, fue la de las 2da propuesta, debido a sus elementos visuales y la forma en que se pueden generar las piezas gráficas. Sin embargo, la aplicación en el logotipo no se realizará por indicaciones del cliente.

El dinamismo y estética de los elementos visuales, causa un gran atractivo visual al espectador.

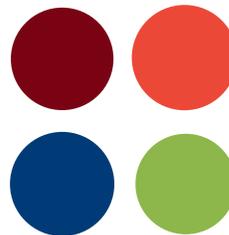
Respecto a la paleta cromática, se podría salir de la monotonía de generar tonalidades cálidas y frías.

La elección de la tipografía es bastante adecuada, sin embargo el cliente prefiere mantener la tipografía actual de la institución.



ALAS
GUATEMALA

Figura 21. Propuesta elegida para línea gráfica. (Lemus, S. 2015)



ABCD

7. 3ERA FASE DE BOCETAJE

PRUEBA PILOTO

Objetivos: El objetivo de esta validación fue con el fin de mostrar y evaluar la calidad del material gráfico relativo al proyecto de Reforzamiento de Imagen e Identidad de la institución ALAS de Guatemala que se basa en informar a la población acerca de la educación reproductiva.

Método: Realización de encuestas y entrevistas en jornada de la asociación.

Duración de la evaluación: 1:30 Hrs.

Participantes de la evaluación: Personal que trabaja en la institución (5 personas) y personas que asistieron a la jornada (10 personas.)

Desarrollo de evaluación:

Trifoliar: Se presentó la propuesta gráfica y se solicitó leer y visualizar el material para posteriormente responder la evaluación escrita.

Se presentó el concepto creativo aplicado al reforzamiento visual de la marca: colores, tipografía, sistema gráfico y logotipo reforzado.

Escenario: Sede de ALAS Guatemala y Jornada ALAS Chimaltenango.

Moderadora: Estudiante a cargo del proyecto.

Instrumentos:

1. Evaluación escrita.
2. 1 trifoliar acerca de los métodos anticonceptivos (va como uno de los documentos dentro el manual de normas).
3. Propuesta gráfica de línea gráfica: logotipo, tipografía y colores.

Ver ANEXO 1. Pág. 115

PARÁMETROS PARA LA EVALUACIÓN

Para el cuestionario y entrevista, se realizaron varias preguntas basadas principalmente en diferentes criterios, basados en **colores, facilidad de lectura, comprensión de lectura e imágenes y recorrido visual**.

Se formularon algunas de las preguntas con la libertad de respuesta y otras de opción múltiple para ser más precisos en los criterios en los que se basaron las preguntas.

PREGUNTAS DE LA EVALUACIÓN:

1. *¿De qué se trata el tema de este material?*
2. *¿Identifica qué es cada imagen?*
3. *¿Le gustan los colores del material?*
Sí___ No___ Mas o menos___
4. *La lectura me parece:*
Interesante___ Buena___ Aburrida___
No entiendo el tema___
5. *¿El texto es fácil de leer?*
6. *¿Qué figura o qué elemento fue el primero que vio al recibir el material?*
7. *¿De qué lugar empezó a leer el documento?*
IZQUIERDA___ DERECHA___
8. *¿Existe algún elemento que no haya entendido?*

Ver ANEXO 1. Pág. 115

MÉTODOS DEFINITIVOS

LA VASECTOMIA
Procedimiento quirúrgico permanente y seguro que evita el embarazo.

LA LIGADURA DE TUBOS
Operación que evita los embarazos para toda la vida.

MÉTODOS QUE NO FUNCIONAN

EL COITO INTERMEDIO
Evitar el coito intermedio puede ser el mejor método de control de la fertilidad, pero no garantiza la prevención del embarazo.

COYUNTOS CON ARIA
Aplicar el método de la coita con la mujer sin ponerle un método de control de la fertilidad puede resultar en un embarazo.

ESTAR ME HE
No usar ningún método de control de la fertilidad puede resultar en un embarazo.

¿PREGUNTAS?

Para más información, llame a un asesor de ALAS. Ofrecemos voluntariado para algunos métodos anticonceptivos a muy bajo costo.

ALAS GUATEMALA

MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS MODERNOS

MÉTODOS HORMONALES

LA PASTILLA
Tome una pastilla cada día, durante el ciclo menstrual, a la hora que usted elija.

LA INYECCIÓN
El medicamento es inyectado en el brazo o en el abdomen.

MÉTODOS DE LARGO PLAZO

EL DIAPHRAGMA
Se coloca en la parte superior del útero y evita el embarazo.

LA ANILLA VAGINAL HORMONAL
Se coloca en la vagina y libera hormonas para evitar el embarazo.

MÉTODOS DE BARRERA

CONDÓN MASCULINO
Debe usarse correctamente para evitar el embarazo.

CONDÓN FEMENINO
Debe usarse correctamente para evitar el embarazo.

REMEMORA: Los métodos hormonales y de largo plazo no ofrecen protección contra las infecciones de transmisión sexual.

¿CÓMO SER UN HOMBRE RESPONSABLE?

- Participar y ayudar en el hogar.
- Informarse sobre temas de salud sexual y reproductiva.
- Respetar la autonomía sexual de su pareja.
- Asistir a servicios de salud.
- Plantearse metas y aliviar el estrés.
- Evitar el uso de drogas, alcohol y fumar.
- Respetar a su pareja en su vida íntima.
- Apoyar a otros hombres para lograr lo mismo.

COMUNICACIÓN Y TOMA DE DECISIONES EN PAREJA

Existen diferentes tipos de comunicación y por ello podemos decidir el tipo de comunicación que queremos tener con otras personas.

COMUNICACIÓN POSITIVA

- Toma en cuenta las opiniones y los derechos de los otros.
- Se respeta a sí mismo y a los demás.
- Sabe cuándo escuchar y hablar.
- Tiene confianza en sí mismo sin ser arrogante.
- Expresa sus emociones positivas y negativas de forma adecuada.

COMUNICACIÓN AGRESIVA

- Considera a una persona como su oponente y decide qué hacer con ella.
- Presiona sobre el otro.
- Donde a los demás.
- Quiere lograr sus metas a costa de otros.

COMUNICACIÓN PASIVA

- Cuando una persona no dice lo que realmente siente.
- Siempre dice "sí" y se disculpa.
- Guarda sus dudas y preocupaciones para sí mismo.
- Se deja llevar por las opiniones de otros.

TRFOLIARES

Se realizaron tres piezas que son parte del manual de normas.

Figura 22, 23 y 24. Trifoliales de métodos anticonceptivos, el cáncer de cérvix y el hombre responsable. (Lemus, S. 2015)

PAPELERÍA

Se presentó al personal de la institución parte de la papelería y parte del manual de normas gráficas para esta evaluación.

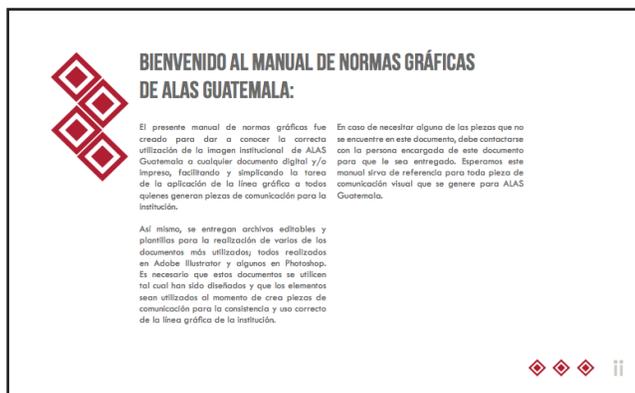


Figura 25, 26 y 27. Portada de Manual de Normas Gráficas ALAS, hojas del manual con papelería diseñada.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Se presentó la propuesta conceptualizada de la línea gráfica mejorada ante el director de la institución y ante la encargada de supervisar el proyecto y sus observaciones fueron:

1. No hacerle modificaciones al logotipo, sin embargo, se deja como posible opción de cambio en el futuro.
2. Aceptación del concepto y nuevo sistema gráfico integrado al reforzamiento de la línea gráfica de la institución.
3. Se realizó la evaluación con el primer documento, el cual es un trifoliar sobre los métodos anticonceptivos con la línea gráfica reforzada en donde se concluyó:
 4. Buena aceptación de iconografía, solo se debe cambiar el ícono de los métodos a largo plazo.
 5. El elemento con mayor distinción atracción fue el rombo abstraído del logotipo como elemento focal principal.
 6. Cambiar la tipografía “light” de los títulos.
 7. Cambiar el tamaño de la tipografía en cuerpos de texto.



Figura 28. Persona leyendo folleto a evaluar durante prueba piloto. (Lemus, S. 2015)



Figura 29. Persona leyendo folleto a evaluar durante prueba piloto. (Lemus, S. 2015)





4

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA Y PROPUESTA FINAL

Sistematización final de validación

1. VALIDACIÓN

En esta etapa se realizaron los últimos cambios sugeridos por los grupos objetivos y la asesora gráfica, con el proyecto concluido.

Objetivos: El objetivo de esta validación final fue con el fin de reevaluar la calidad del material gráfico relativo al proyecto de Reformamiento de Imagen e Identidad de la institución ALAS de Guatemala que se basa en informar a la población acerca de la educación reproductiva, realizar los cambios finales y concluir con el proyecto.

Método: A través de una encuesta y entrevista con los grupos objetivos.

Duración de la evaluación: 2:00 Hrs.

Participantes de la evaluación:

Personal que trabaja en las jornadas médicas. (6 personas).

Personas beneficiadas que asistieron a la jornada (10 personas).

Instrumentos:

1. Evaluación-entrevista escrita para trifoliales. y evaluación escrita para el manual.
2. 3 trifoliales acerca de los métodos anticonceptivos, responsabilidad paternal y cáncer de cérvix.
3. Manual de Normas impreso.
4. Infografías.

Ver ANEXOS 2 y 3. Págs. 117 y 119

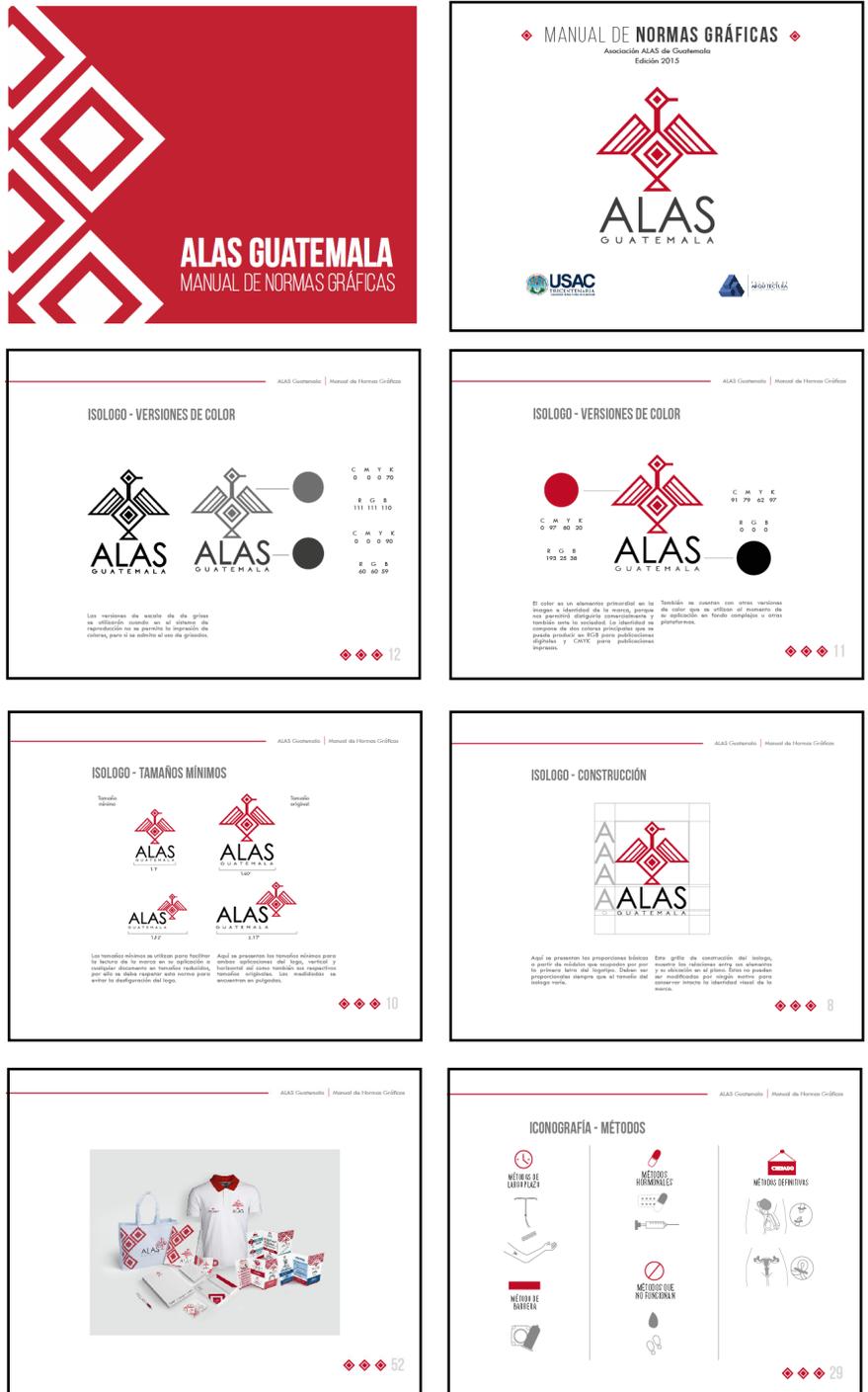
Escenario: Todos los materiales fueron en evaluados en la Sede ALAS Guatemala en Antigua Guatemala.

Moderador: Estudiante a cargo del proyecto.

Desarrollo de evaluación:

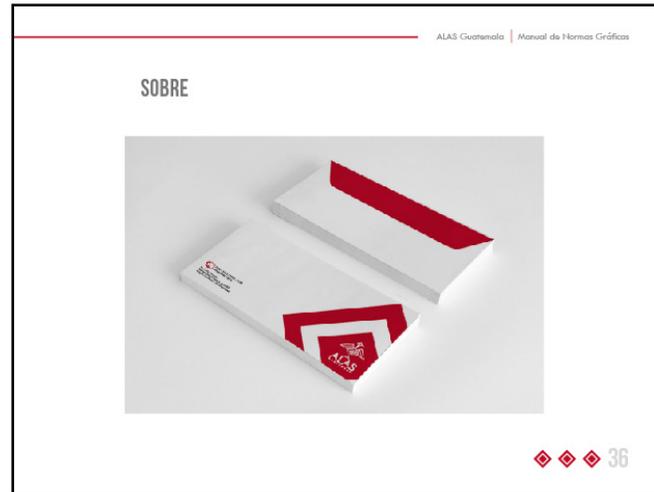
1. Trifoliales: Se entregaron los trifoliales a las personas que asistieron a la jornada para posteriormente realizar una entrevista a cada uno de ellos en relación al material, donde se evaluó comprensión del tema, recepción de la información y atracción visual.
2. Manual de Normas: Se presentó el manual impreso para que pudieran leerlo y observarlo y posteriormente se realizó una evaluación escrita con preguntas en relación a comprensión, concepto, etc.

DENTRO DEL MANUAL:



ALGUNAS PARTES INTERIORES DEL MANUAL

Figura 30. Piezas a evaluar del interior del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S.2015)



PARTE DE LA PAPELERÍA DENTRO DEL MANUAL

Figura 31. Piezas a evaluar del interior del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015)



TRIFOLIARES

Figura 32. Folletos a evaluar para validación. (Lemus, S. 2015)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Sobre el Manual:

1. Se evaluó la composición del mismo y fue bastante aceptada.
2. Los tamaños de tipografía son entendibles y fáciles de leer.
3. El manejo y el tamaño del manual es accesible y manipulable.
4. Cada tema que contiene el manual es comprensible y si hay términos que no se entienden, se pueden encontrar en el glosario.
5. El rediseño de toda la papelería fue totalmente aceptado. Solo se debe rediseñar el “flyer” comunitario y el jordanadas.

Figura 33 y 34. Personal ALAS evaluando material presentados durante la validación. (Lemus, S. 2015)

Sobre los trifoliales:

1. La composición y jerarquía de los trifoliales dio los resultados esperados. Se comprenden de principio a fin cada uno de los temas.
2. Los colores y la iconografía fueron totalmente del agrado de la audiencia.
3. En cuanto al lenguaje, debió agregársele a CÉRVIX entre paréntesis como dato aclaratorio “MATRIZ” ya que algunas personas con poca educación no comprenden el lenguaje científico.
4. Debieron arreglarse algunos tamaños en algunos textos que en el momento de impresión cambiaron su estructura.

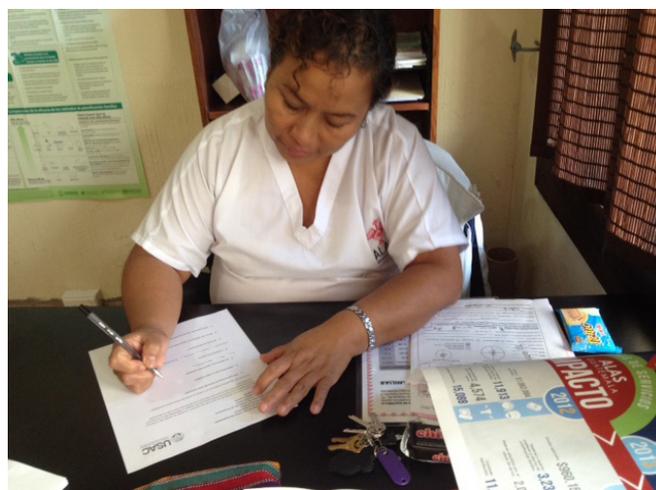


Figura 35 y 36. Personal que asistió a la jornada ALAS, durante el proceso de validación. (Lemus, S. 2015)





5

PROPUESTA GRÁFICA FINAL FUNDAMENTADA

Aplicación del concepto creativo

Código Icónico

Código Tipográfico

Código Cromático

Composición Visual

FUNDAMENTACIÓN DE CONCEPTO CREATIVO

El manual de normas gráficas de ALAS Guatemala se caracteriza por poseer nuevos elementos en la línea gráfica, limpios y poco complejos para mayor comprensión de la información, tanto exterior como interior.

El insight “Ya no quiero tener más hijos” refleja la necesidad de la sociedad guatemalteca por adquirir conocimientos de prevención en embarazos no deseados, un patrón repetitivo según las estadísticas estudiadas por ALAS. De ello, generamos el concepto creativo “LA REPRODUCCIÓN” que representa el tema principal de la institución y es el punto de partida de la gráfica: un elemento visual significativo el cual es un rombo que es una abstracción del logotipo actual de la institución, este representa un punto visual que estará presente en cada uno de los materiales *repetidamente* reforzando así la imagen de la institución.

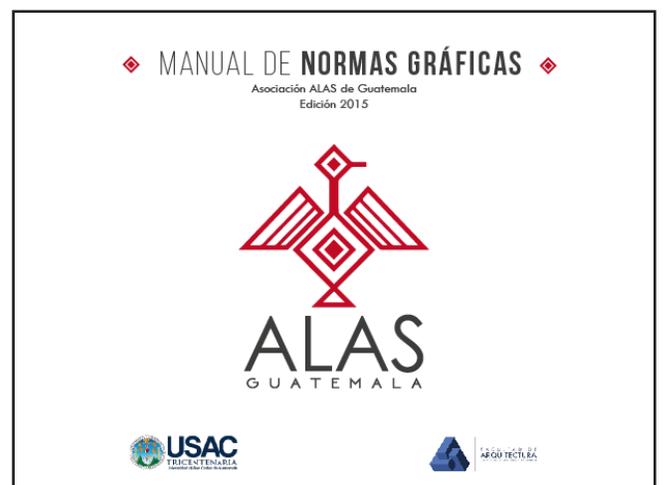
La aplicación del concepto creativo consiste en generar bases gráficas de las cuales se puedan reproducir elementos. Esto se encuentra aplicado a la iconografía, utilizando los mismos patrones para personas, dibujo vectorial poco complejo para iconografía de carácter médico. Las paletas tipográficas, divididas en dos grupos; el primero representa la feminidad extraído del color principal: rojo. El segundo grupo representa la masculinidad. En este capítulo se fundamenta cada uno de los elementos utilizados para realizar este proyecto.

1. APLICACIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO.

PORTADA DE MANUAL



PORTADILLA



ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - TAMAÑOS MÍNIMOS

Las versiones mínimas se utilizan para facilitar la lectura de la marca en su aplicación de cualquier dimensión en formatos digitales, para ello se debe respetar este espacio para evitar la distorsión del logo.

Así se presentan los tamaños mínimos para ambas orientaciones del logo, vertical y horizontal así como también, sus respectivas variaciones, orgánicas. Los estándares se encuentran en páginas 10.

10

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - VERSIONES DE COLOR

El color es un elemento primordial en la marca de identidad de la marca, porque de esa manera distinguimos conceptualmente y también entre los usuarios. La claridad de los colores es primordial para que pueda presentarse en ECR para publicaciones digitales y CMYK para publicaciones impresas.

También se cuentan con otras versiones de color que se utilizan al momento de aplicar el logo en tarjetas o en otros formatos.

11

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - VERSIONES DE COLOR

Las versiones de escala de grises son utilizadas cuando se elige una reproducción en su pantalla la impresión de color, para el uso de gráficas.

12

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - USOS INCORRECTOS DE COLOR

Es importante según fondo para el reconocimiento de la marca, para asegurar que el logo se vea en su mayor medida en diferentes variaciones incorrectas y se evite cualquier error.

13

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

FONDOS COMPLEJOS

En algunos casos, será necesario reproducir la marca sobre fondos complejos por lo que es muy importante que el diseño sea puntual y poder reconocer el fondo. Para ello, se puede mejorar contrastando de color completamente el logo, respetando los colores permitidos.

14

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - USOS CORRECTOS

Es importante tener conocimiento de los usos y variaciones que puede tener el logo de la marca. Así se presentan como variaciones del logo, que se ven en el momento de la página web incorrecta.

15

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - OTROS USOS

Se puede utilizar otras variaciones del logo de ALAS, puede ser representado por el símbolo "WINGS" o por el símbolo "WINGSGUATE.ORG".

Otros ejemplos, para casos especiales con:

1. Utilizar únicamente el logo. Puede colocarse directamente con los colores institucionales y sus variaciones en blanco y negro.
2. Utilizar únicamente el símbolo la variación siempre manteniendo "ALAS GUATEMALA" con estos ítems.

16

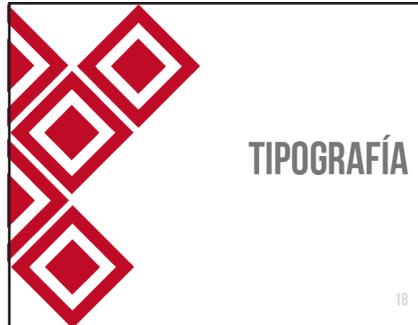
ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

ISOLOGO - USOS INCORRECTOS

Se debe respetar los únicos variaciones y formatos del logo presentados anteriormente. Así se presentan los usos y variaciones incorrectas prohibidas.

Las proporciones no deben variarse, no se debe utilizar, recrear o cambiar de posición cualquier de los elementos que lo conforman.

17



18

ALAS Guatemala | Manual de Marca Gráfica

TIPOGRAFÍA

Bebas Neue Regular
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 1234567890!@#%&'()*+,-./:;|

Bebas Neue Light
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 1234567890!@#%&'()*+,-./:;|

La tipografía principal para los hitlines siempre será Bebas Neue y no podrá ser de sus dos variantes pueda ser reproducida.

19

ALAS Guatemala | Manual de Marca Gráfica

TIPOGRAFÍA

Tu Can. All Regular
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 1234567890!@#%&'()*+,-./:;|

Tu Can. All Italic
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 1234567890!@#%&'()*+,-./:;|

Tu Can. All Bold
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 1234567890!@#%&'()*+,-./:;|

Tu Can. All Bold Italic
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 1234567890!@#%&'()*+,-./:;|

La tipografía única para siempre de marca siempre será Tu Can. All y jamás ser reproducida en cualquier de sus variantes al replicar en cualquier documento.

20

ALAS Guatemala | Manual de Marca Gráfica

TIPOGRAFÍA - TITULARES

REPRODUCTIVE RIGHTS
 REPRODUCTIVE RIGHTS
 REPRODUCTIVE RIGHTS
 REPRODUCTIVE RIGHTS

Alc se presentan algunas repeticiones de la tipografía utilizada para hitlines de manera regular en todas las aplicaciones de sus variaciones y también repeticiones, todo ello para evitar la monotonía en las reproducciones de hitlines o que sea tipografía más acorde con sus variaciones tipográficas.

21



22

ALAS Guatemala | Manual de Marca Gráfica

SISTEMA GRÁFICO

Hay que evitar que una línea gráfica se mezcle con elementos visuales que puedan servir como distractores representativos de la marca.

En este caso se deben evitar que los puntos del hitline y que distorcionen los utilizados en todas las áreas gráficas. Así se garantiza su utilización correcta, ya sea en modular, individual o en conjunto.

23

ALAS Guatemala | Manual de Marca Gráfica

SISTEMA GRÁFICO - USOS INCORRECTOS

Es importante que cada uno de los elementos de marca sea en sus formas originales y variaciones, para no generar confusión en la línea gráfica de la marca.

Alc se presentan las formas geométricas que se debe del concepto de la gráfica. No se deben modificar, replicar y combinar al mismo tiempo a cualquier punto.

24

ALAS Guatemala | Manual de Marca Gráfica

PALETA CROMÁTICA ADICIONAL

	C M Y K 0 99 75 65		C M Y K 65 0 32 3	
	R G B 120 12 22		R G B 87 191 176	
	C M Y K 0 77 43 4		C M Y K 100 36 0 17	
	R G B 224 96 101		R G B 0 83 150	
	C M Y K 1 87 83 0		C M Y K 40 0 50 24	
	R G B 229 65 46		R G B 143 167 46	

Es importante que dentro de la marca exista una paleta cromática adicional que será utilizada en la reproducción de materiales. No se deben utilizar colores primarios de la Base Gráfica.

En los colores se puede utilizar en hitlines y gráficos visuales, no se pueden utilizar individualmente. Con respecto a los grises se pueden utilizar diversas tonalidades de hitlines.

25

ALAS Guatemala | Manual de Herramientas Gráficas

RETICULAS

Retícula de 2 columnas.

La retícula es un elemento importante dentro del alfabeto de herramientas visuales, ya que ayuda a organizar el contenido gráfico de manera ordenada y a la vez genera que el contenido se mantenga organizado en el medio digital.

dependiendo del tipo de material a reproducir. Desde de los refectorios, los hospitales y hasta en grandes espacios de reunión que se deben hacer siempre observando las reglas de las columnas.

◆◆◆ 26

ICONOGRAFÍA

27

ALAS Guatemala | Manual de Herramientas Gráficas

ICONOGRAFÍA - BÁSICA

NEWSLETTER FOLLOW US BLOG CONTACT US DONATE

◆◆◆ 28

ALAS Guatemala | Manual de Herramientas Gráficas

ICONOGRAFÍA - MÉTODOS

MÉTODOS LABORAL MÉTODOS HORMONALES MÉTODOS DEFINITIVOS MÉTODOS BARRETERO MÉTODOS QUE NO FUNCIONAN

◆◆◆ 29

ALAS Guatemala | Manual de Herramientas Gráficas

ICONOGRAFÍA - PERSONAS

◆◆◆ 30

ALAS Guatemala | Manual de Herramientas Gráficas

ICONOGRAFÍA - ADICIONAL

◆◆◆ 30

FOTOGRAFÍA

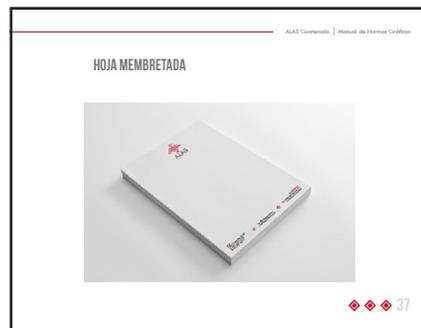
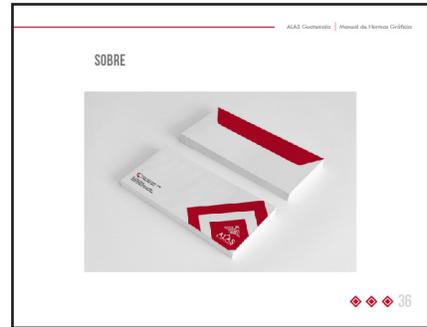
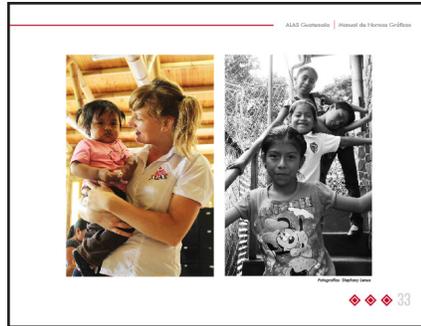
31

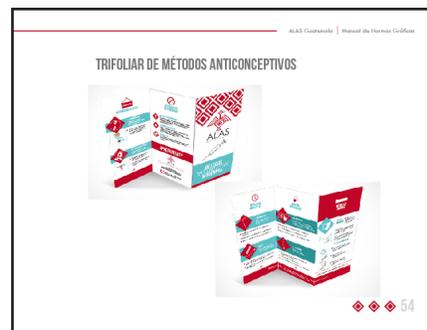
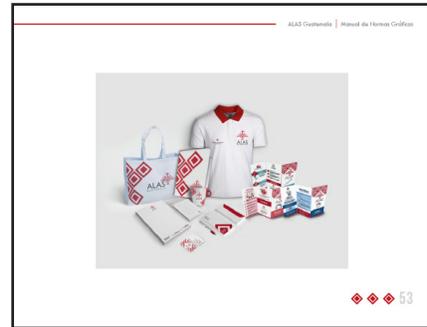
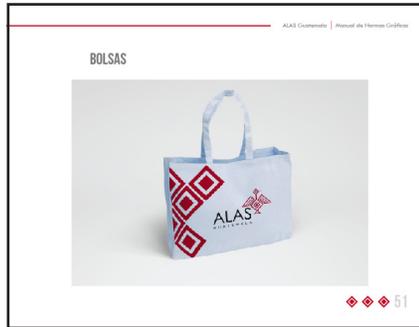
ALAS Guatemala | Manual de Herramientas Gráficas

ESTILO CORRECTO

ALAS es una institución que busca el bienestar de la salud en los familiares, por ello, todas las fotografías deben mostrar un sentimiento de alegría, transparencia y confianza.

◆◆◆ 32





ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas



GLOSARIO

FYER:
Es un documento visual que sirve de publicidad o para dar a conocer información importante de alguna entidad.

ISODOROMÍA:
Viene de los nombres de indígenas mayas relacionados a un tema específico.

ISOLADO:
Es un identificador visual y gráfico de una entidad, que se conforma de la unión de un símbolo gráfico y un elemento textual.

ISOTIPE:
Correspondiente a la parte icónica o más sobresaliente y representativa en el diseño de una marca.

◆ ◆ ◆ 67

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas



PALETA CROMÁTICA:

Es el conjunto de colores y/o tonalidades de los mismos, elegidos para diseñar.

SISTEMA GRÁFICO:

Es un set o conjunto de piezas gráficas que funcionan como un conjunto como individualmente para comunicar visualmente.

TRIFOLIO:

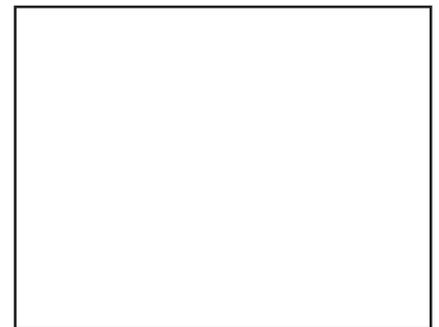
Es un documento visual dividido en 3 partes con contenido gráfico y textual sobre cualquier tema.

◆ ◆ ◆ 58

ALAS Guatemala | Manual de Normas Gráficas

Arte y Diseño: Shephary Lemus,
Universidad San Carlos de Guatemala.
Tercer Edición: Noviembre 2015.
ALAS Guatemala
La Antigua Guatemala, Sacatepéquez.

◆ ◆ ◆ 59



TITULARES

REPRODUCTIVE RIGHTS

REPRODUCTIVE RIGHTS

REPRODUCTIVE RIGHTS

REPRODUCTIVE RIGHTS

TIPOGRAFÍA

Tw Cen MT Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@. \$%& /()=?&:!

Tw Cen MT Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@. \$%& /()=?&:!

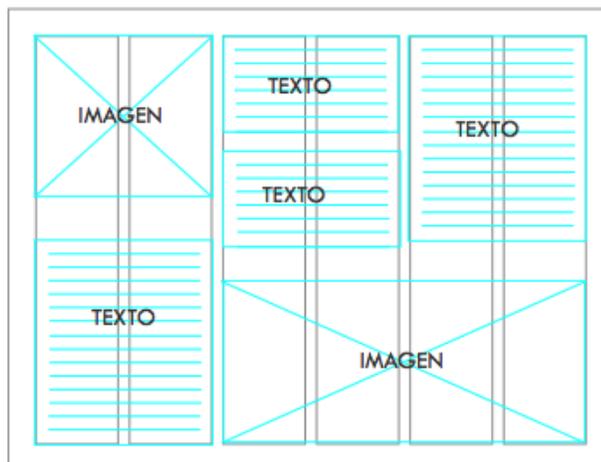
Tw Cen MT Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@. \$%& /()=?&:!

Tw Cen MT Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@. \$%& /()=?&:!

RETÍCULA



Retícula de
6 columnas.

PALETA CROMATICA ADICIONAL

	C M Y K 0 99 73 60 R G B 120 13 22		C M Y K 63 0 25 0 R G B 89 191 198	
	C M Y K 0 77 45 6 R G B 224 86 101		C M Y K 100 58 0 17 R G B 0 83 150	
	C M Y K 1 87 83 0 R G B 229 60 46		C M Y K 40 0 90 24 R G B 143 167 46	

Ejemplo de tonalidades de grises.

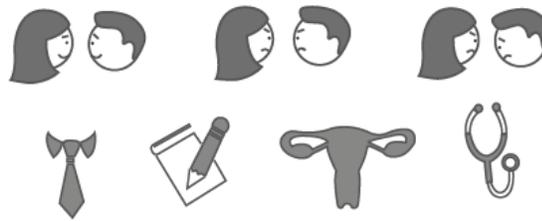
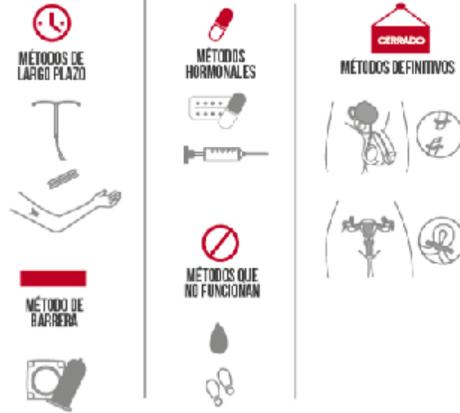
SISTEMA GRÁFICO



COLORES INSTITUCIONALES

		C M Y K 91 79 62 97
C M Y K 0 97 80 20 R G B 193 25 38	ALAS GUATEMALA	R G B 0 0 0
		

ICONOGRAFÍA DE MÉTODOS



ICONOGRAFÍA DE PERSONAS



ICONOGRAFÍA DE REDES SOCIALES





PAPELERÍA Y MERCHANDISING

CÓDIGO ICÓNICO

Formado por figuras básicas, todas con bordes redondos para darle el toque armonioso a la pieza, evitando lo tétrico. Algunas de estas representan la identidad guatemalteca.

La técnica utilizada para la ilustración icónica es vectorial, debido a que facilita la comprensión gráfica del grupo objetivo. Se caracteriza por ser limpia y poco compleja.

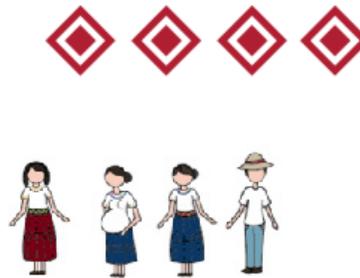


Figura 37. Parte de iconografía diseñada para nuevo Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015)

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Se utilizarán únicamente dos tipografías, para el titular BEBAS NEUE en sus versiones Regular y Light. Es una tipografía que se caracteriza por ser totalmente en mayúsculas, teniendo más impacto visual en el momento de leer. Es una tipografía palo seco, no contiene elementos muy diferenciales de cada letra, sino que es totalmente plana, por lo que complementa al concepto creativo *REPRODUCIENDO* cada uno de los tipos con la misma composición.

Para los cuerpos de texto se utilizará la familia tipográfica Tw Cen MT, en sus versiones Regular, Bold, Italic y Bold Italic. Es una tipografía palo seco que complementa la tipografía de los títulos, limpia y legible para el grupo objetivo.

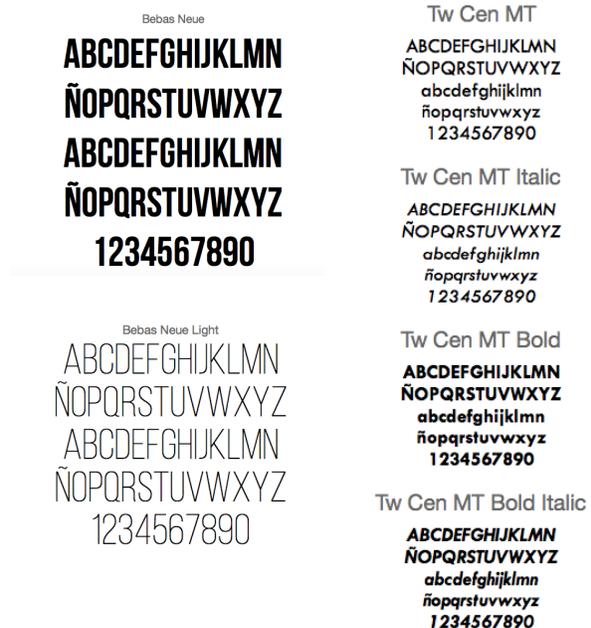
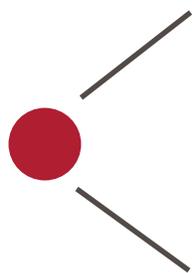


Figura 38. Elementos que componen las tipografías elegidas. (Lemus, S. 2015)

CÓDIGO CROMÁTICO

Se caracteriza por dos paletas cromáticas, la primera de los colores oficiales de la institución y la segunda es la paleta adicional para otras publicaciones y piezas gráficas.

La paleta secundaria se divide en 2 grupos, el primero nace directamente del color principal, el rojo. Representando así la feminidad; rosado, naranja y borgoña. El segundo grupo representa la masculinidad; celeste, azul y verde.





C	M	Y	K
0	99	73	60
R	G	B	
190	13	92	

 El color marrón representa la fiabilidad, la constancia y el trabajo.



C	M	Y	K
0	77	45	0
R	G	B	
224	86	101	

 El color rosa representa la sensibilidad y el encanto. Todas sus cualidades se consideran meramente femeninas.



C	M	Y	K
1	87	83	0
R	G	B	
229	60	45	

 El color anaranjado produce sensación de alegría, entusiasmo y éxito.



C	M	Y	K
63	0	25	0
R	G	B	
89	191	198	

 El celeste representa la generosidad y el bienestar.



C	M	Y	K
100	58	0	17
R	G	B	
0	83	150	

 El color azul representa la profundidad, sabiduría y genera calma. Por ello, se utiliza considerablemente en el ámbito médico.



C	M	Y	K
40	0	90	24
R	G	B	
143	167	46	

 El verde representa la fertilidad y la naturaleza, asociado con la salud produce calma y equilibrio en el sistema nervioso.



El color negro decretado como color institucional principal puede tener variaciones de tonalidades de grises permitidas. Esto genera el patrón de repetición que genera el concepto creativo.

COMPOSICIÓN VISUAL

Se utilizó una retícula de 6 columnas debido a que es una retícula dinámica en la cual se pueden utilizar diferentes espacios y así darle más dinamismo al diseño. La mayoría de piezas gráficas contará un elemento gráfico principal que es el rombo tomado del logotipo y que a su vez refuerza el concepto creativo.

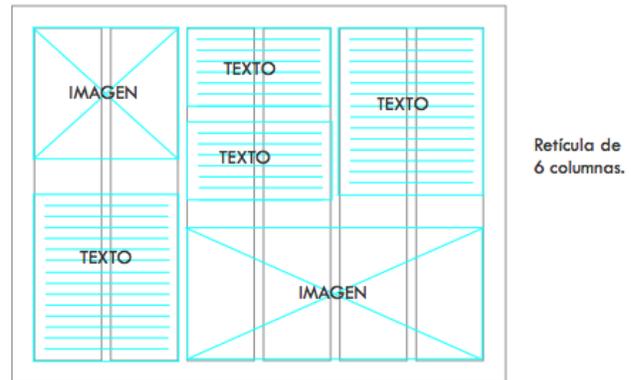


Figura 39. Muestra de diseño de retícula de las páginas del Manual de Normas Gráficas (Lemus, S. 2015)

CARACTERÍSTICAS DEL FORMATO

El formato utilizado para la realización del Manual es tamaño carta debido a que es un tamaño convencional y flexible tanto para su manipulación como reproducción con orientación horizontal, que proporciona un espacio más armonioso al momento de colocar los elementos y teniendo un mayor recorrido visual de izquierda a derecha.

8.5 pulgadas

11 pulgadas

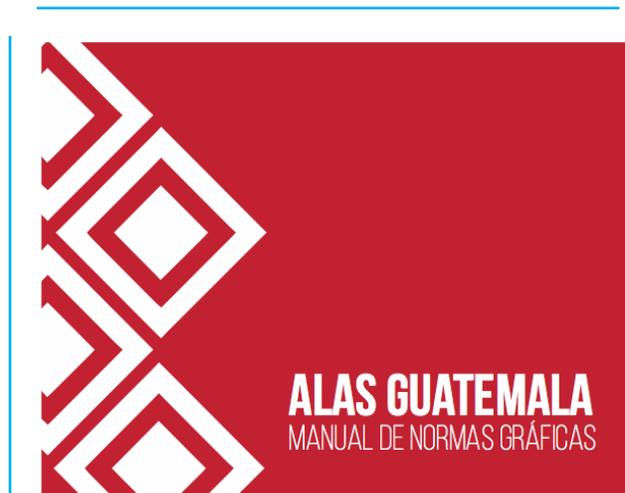


Figura 40. Muestra de las dimensiones del formato del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015)

CÓDIGO LINGÜÍSTICO

El código lingüístico que caracteriza al proyecto es únicamente escrito, ya que no hay ningún elemento auditivo desarrollado. Se recomienda utilizar un lenguaje que facilite la comprensión de lectura y, si se utilizara lenguaje científico, siempre deberá llevar entre paréntesis el nombre común con el que se denomina o, en un glosario, se debe especificar qué significa el término utilizado.

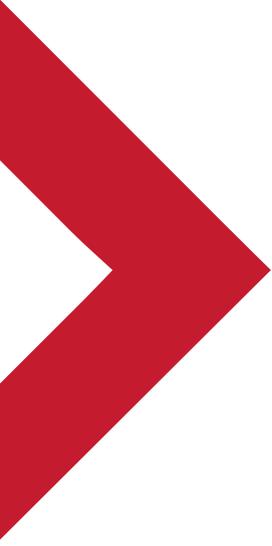
Para el uso del logotipo, se recomienda que siempre lleve "GUATEMALA" en conjunto con el nombre de la Institución que va en español, para fortalecer la imagen de la misma con el público exterior.

En el logotipo en inglés, siempre deberá llevar la dirección de la página web ya que el uso exclusivo de este logotipo es de carácter internacional lo que facilita a voluntarios y donadores, que están fuera del país, enterarse de los servicios que presta ALAS a la comunidad guatemalteca.



Figura 41. Uso correcto del logotipo. (Lemus, S. 2015)





6

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y LINEAMIENTOS

Medios y usos sugeridos

Presupuesto

MANUAL DE USO

Para el uso de los materiales del manual de normas gráficas, se entregarán archivos editables y plantillas para el correcto uso de la línea gráfica en la papelería y otros archivos. La persona encargada de editar, debe tener el conocimiento de Adobe Illustrator para poder modificarlos.

Deben respetarse los tamaños establecidos de logotipos, textos, papelería que se indica en el manual así como los de los archivos editables. La reproducción del manual debe hacerse en hojas bond de 60 grs. o mayor a esta, del mismo modo para la papelería. Todos los archivos, en el momento de imprimir deben estar en alta resolución. Los digitales en modo RGB y los documentos impresos en CMYK para no tener inconvenientes con los colores en el momento de utilizarlos.

El modo de impresión puede ser inyección de tinta o láser, pero, para una mejor resolución y colores más brillantes se recomienda la segunda mencionada.



Figura 42. Material diseñado para ALAS Guatemala (Lemus, S. 2015)

PRESUPUESTO

El presente proyecto fue gestionado con un enfoque social y académico, en el que se investigó y desarrolló soluciones creativas donde el estudiante realiza una labor de retribución a la sociedad guatemalteca, mediante el Ejercicio Profesional Supervisado y el Proyecto de Graduación como parte de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Los costos detallados del proyecto se basan en cotizaciones a empresas dedicadas a la reproducción de medios impresos, sin embargo, los costos de desarrollo del proyecto por parte del diseñador se basan en el Tarifario Modelo (CDCV, 2015) de la Cámara de Diseñadores de Comunicación Visual. Por lo tanto, estos precios pueden variar a criterio del diseñador ya que no existen costos definidos con exactitud para los proyectos que realiza.

NOTA: La institución no absorbió absolutamente ningún costo por el desarrollo y gestión del proyecto, ya que este forma parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

DISEÑO DE MATERIALES

Reforzamiento de Línea Gráfica	Q. 13,000.00
Manual de Normas	Q. 4,000.00
Papelería	Q. 2,640.00
Ilustración/iconografía	Q. 3,300.00
Infografías	Q. 18,000.00
Rediseño de Libro para Jóvenes	Q. 4,500.00
Trifoliales	Q. 3,000.00
	<hr/>
	Q. 48,440.00

COSTOS DE REPRODUCCIÓN

Manual de Normas	Q. 490.00
Libro para Jóvenes	Q. 320.00
3 Infografías	Q. 500.00
	<hr/>
	Q. 1,255.00

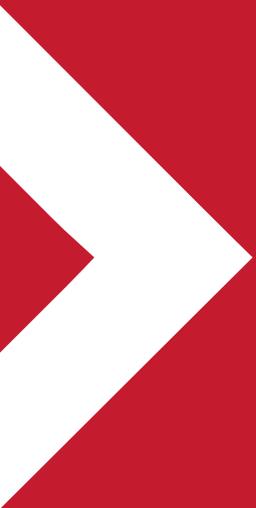
Ver ANEXOS del 4 al 7.
Págs. 121 a 129.

VIÁTICOS Y OTROS GASTOS

Luz	Q. 750.00
Agua	Q. 250.00
Comestibles	Q. 1,000.00
Internet	Q. 550.00
Teléfono	Q. 200.00
Gasolina	Q. 1,200.00
	<hr/>
	Q. 4,150.00

COSTO TOTAL: Q. 55,155.00





CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Objetivos

Lecciones Aprendidas

CONCLUSIONES Y

OBJETIVOS	CONCLUSIONES
<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Colaborar con ALAS de Guatemala en el fortalecimiento de la identidad e imagen de la organización.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y DISEÑO:</p> <p>Generar un manual de normas gráficas y material gráfico: iconografía, sistema gráfico, rediseño de papelería, entre otros.</p> <p>OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:</p> <p>Facilitar la recepción de información para la organización para el grupo objetivo.</p>	<p>Para contribuir al fortalecimiento de la imagen institucional se desarrolló un sistema gráfico que contiene elementos visuales como símbolos, iconografía, estilo tipográfico y cromático, así como el rediseño de documentos propios de la institución. Para la diferenciación de temas se desarrolló una paleta cromática extra que está basada en la psicología del color, así como en aspectos que se tomaron del grupo objetivo de la institución. Parte de la iconografía se diseñó pensando en que esta representará a las personas guatemaltecas del área rural a quienes atiende ALAS.</p> <p>Con el manual de normas gráficas diseñado para la asociación ALAS de Guatemala, esta podrá guiarse para hacer buen uso de todos sus elementos gráficos en piezas de comunicación visual, papelería corporativa, entre otros que encierran publicaciones digitales e impresas.</p> <p>Por medio del nuevo sistema gráfico, será más fácil poder identificar y recordar la imagen de ALAS Guatemala, qué es y a qué se dedica.</p>

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

A la Asociación ALAS de Guatemala:

Se le recomienda siempre hacer un uso correcto de los elementos gráficos así como se presentan en el manual de normas gráficas, para mantener intacta su imagen institucional.

Es recomendable que en un futuro, si la asociación desea renovar parte de su imagen institucional, se le de uso a la propuesta reforzada de logotipo que se realizó en este proyecto para que pueda causar más impacto visual y haya una mejor unión gráfica con el nuevo sistema gráfico que se desarrolló en el proyecto de fortalecimiento de imagen institucional.

Se le recomienda a la asociación también, el retirar el material impreso antiguo para no seguir obstruyendo el reconocimiento del nuevo sistema gráfico ante el público que forma parte de ALAS, tanto interior como exteriormente.

A los estudiantes de Diseño Gráfico:

Se le recomienda, a los estudiantes, calendarizar cada una de sus actividades, durante los procesos de proyecto de graduación y EPS, para poder llevar un mejor orden y no retrasarse en el desarrollo de estos. Además, presentar sus propuestas gráficas con ALTO nivel de diseño gráfico, que reflejen los conocimientos aprendidos durante los años de estudio. Por último, saber argumentar y defender sus propuestas gráficas ante sus asesores o jefes inmediatos.

A la Escuela de Diseño Gráfico:

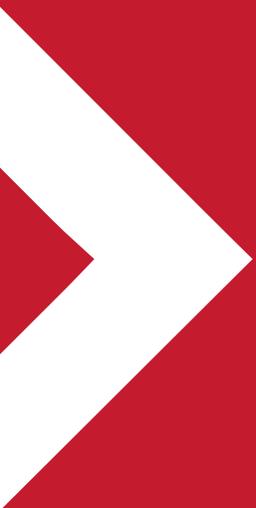
A la Esc. De D.G. se le recomienda siempre seguir los requerimientos para proyecto de graduación y EPS en el tiempo establecido, para no afectar el desarrollo y tiempo de trabajo de los proyectos del estudiante.



LECCIONES APRENDIDAS

<p>¿QUÉ SABÍA?</p>	<p>CONOCIMIENTOS: El proceso para desarrollar un proyecto Las diversas formas de investigación.</p> <p>El desarrollo de etapas de bocetajes digitales del nivel de diseño que se posee. El desarrollo de una infografía y sus elementos.</p> <p>La correcta diagramación de un libro Conocimientos básicos de parte que conforman un manual de identidad visual.</p>	<p>HABILIDADES: Planificación de cada proceso creativo.</p> <p>El desarrollo de una autoevaluación.</p> <p>Saber entablar ideas innovadoras a los proyectos.</p>	<p>ACTITUDES: El aceptar las críticas constructivas para poder darle solución a los problemas gráficos.</p> <p>El asumir las consecuencias de la falta de compromiso que se puedan dar a lo largo de los procesos de aprendizaje y trabajo.</p>
<p>¿QUÉ APRENDÍ?</p>	<p>CONOCIMIENTOS: La correcta creación del insight y el mejor desarrollo del concepto creativo de la mano de este.</p> <p>La correcta estructura y jerarquía que debe llevar una infografía.</p> <p>El mejor uso de la retícula al integrar elementos visuales.</p>	<p>HABILIDADES: Efectuar métodos de evaluación en cuanto a propuestas gráficas.</p> <p>Entablar nexos de comunicación hacia el grupo objetivo.</p> <p>Saber comunicarme hacia personas que son ajenas a los temas de diseño gráfico.</p>	<p>ACTITUDES: Solucionar con paciencia los cambios que surjan durante los procesos de trabajo.</p>
<p>¿QUÉ NECESITO MEJORAR?</p>	<p>CONOCIMIENTOS: La estructura y desarrollo de las infografías, en cuanto a espacio, jerarquía y elementos visuales que conllevan.</p> <p>El uso del lenguaje técnico al momento de fundamentar las propuestas gráficas y teóricas.</p>	<p>HABILIDADES: La jerarquía visual en propuestas gráficas de carácter editorial.</p> <p>Resolver los problemas en cuanto a armonización cromatológica en piezas gráficas.</p>	<p>ACTITUDES: Autovalorar el trabajo gráfico que se realiza, aplicando conocimientos propios y adquiridos.</p> <p>Ser tolerante antes los cambios que surjan de imprevisto y contra el tiempo.</p>





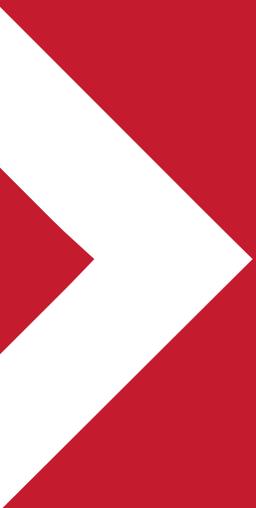
FUENTES
CONSULTADAS

FUENTES CONSULTADAS

1. Asociación ALAS de Guatemala (2013) ¿Quiénes Somos?, ¿Qué hacemos?. Recuperado el 8 de abril de 2015, de <http://www.wingsguate.org/es/>
 2. Asociación Pies de Occidente (2014). Acciones para la mejora de la salud sexual y reproductiva. Recuperado el 16 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/ZjRfHu>
 3. Aula Informativa (2014) Fundamentos del diseño: ¿Cómo crear jerarquía visual? Recuperado el 19 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/i6On0m>
 4. Bibi Design (2009) El ícono, como elemento gráfico. Recuperado el 18 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/xNmKSY>
 5. Cáseres Carrasco, José. (2001) La Sexualidad Humana - Diagnóstico Psicofisiológico.
 6. Centro Joven de Anticoncepción y Sexualidad (2010) Métodos Anticonceptivos. Recuperado el 16 de agosto de 2015 de, <http://goo.gl/6KaKOH>
 7. CEPAL (2004). Aspecto Sociales del Embarazo y la Fecundidad Adolescente en América Latina. Recuperado el 24 de marzo, de <http://bit.ly/1SOLmGV>
 8. Duarte, Catalina. (2012) La Imagen Corporativa. Recuperado el 18 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/GtcJ55>
 9. El Tiempo (2013) Sexualidad activa, fundamental para bienestar de la relación de pareja. Recuperado el 16 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/J33VHi>
-

10. Fotonostra (2014) Concepto de Tipografía, familias tipográficas y fuentes tipográficas. Recuperado el 19 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/WGJbgi>
 11. Ida (2015) ¿Para qué sirve un manual de normas gráficas digitales? Recuperado el 17 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/tfvnfa>
 12. Listas 20 Minutos.(2011) El significado de los Colores. Recuperado el 19 de febrero de 2016, de <http://bit.ly/1QEHI3s>
 13. Luisannet Arte y Tecnología Identidad corporativa (2015) Diseño de imagen de empresa, Creación de marcas, Branding, Logos de empresas. Recuperado el 17 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/cc18hP>
 14. Mi Mente (2009) La estructura o composición. Recuperado el 19 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/aoEawT>
 15. Psicología del Color. (2012) Psicología del Color Rosado, Azul y Verde. Recuperado el 5 de enero de 2016, de <http://bit.ly/1VXosAB>
 16. Scielo. El Impacto del Embarazo no Deseado. Recuperado el 20 de marzo de 2016, de <http://bit.ly/1rn3Rt8>
 17. Sobre Colores. (2008). Color Marrón. Recuperado el 13 de marzo, de <http://bit.ly/1r1u0gx>
 18. United Health Care (2015) Enfermedades de Transmisión Sexual. Recuperado el 16 de agosto de 2015, de <https://goo.gl/cMVQs7>
 19. Vivamos Mejor (2012) Salud Reproductiva. Recuperado el 17 de agosto de 2015, de <http://goo.gl/IOS3pG>
 20. Zegarra, Tula. (2011) Mitos y Métodos Anticonceptivos.
-





GLOSARIO
E ÍNDICE
DE IMÁGENES



GLOSARIO

FLYER:

Es un documento visual que sirve de publicidad o para dar a conocer información importante de alguna entidad.

ICONOGRAFÍA:

Viene siendo un conjunto de imágenes simples relacionadas con un tema específico.

ISOLOGO:

Es un identificador visual y gráfico de una entidad; este se conforma de la unión de un símbolo gráfico y de un elemento textual.

ISOTIPO:

Generalmente, es la parte icónica o más sobresaliente y representativa en el diseño de una marca.

PALETA CROMÁTICA:

Es el conjunto de colores y/o tonalidades de los mismos, elegidas para diseñar.

SISTEMA GRÁFICO:

Es un set o colección de piezas gráficas que funcionan tanto en conjunto como individualmente para comunicar visualmente.

TRIFOLIAR:

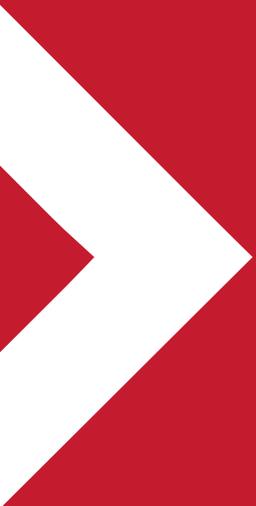
Es un documento visual dividido en 3 partes con contenido gráfico y textual acerca de un tema determinado.

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1.	Papejería y material gráfico ALAS. (Lemus, S. 2015)	16
Figura 2.	Papejería y material gráfico ALAS. (Lemus, S. 2015)	16
Figura 3.	Sue Patterson, fundadora de ALAS. (Archivo WINGS Guate, 2013).	20
Figura 4.	Retrato del Cliente. (Lemus, S. 2015)	23
Figura 5.	Retrato del Grupo Objetivo. (Lemus, S. 2015)	25
Figura 6 y 7.	APROFAM, logotipo e iconografía. (Archivo APROFAM 2013).	44
Figura 8 y 9.	POPULATION COUNCIL. Logotipo y página web. (Archivo PC. 2013)	45
Figura 10.	6 W's. (Lemus, S. 2015)	46
Figura 11.	SPICE Y POEMS de Grupo Objetivo. (Lemus, S. 2015)	47
Figura 13-14.	Primer fase de bocetaje. (Lemus, S. 2015)	52
Figura 15-17.	Primer fase de bocetaje. (Lemus, S. 2015)	53
Figura 18.	Propuesta 1 de línea gráfica. (Lemus, S. 2015)	55
Figura 19.	Propuesta 2 de línea gráfica. (Lemus, S. 2015)	56
Figura 20.	Propuesta 3 de línea gráfica. (Lemus, S. 2015)	57

Figura 22-24.	Trifoliales de métodos anticonceptivos, el cáncer de cérvix y el hombre responsable.(Lemus, S. 2015).....	61
Figura 25-27.	Portada de Manual de Normas Gráficas ALAS, hojas del manual con papeledía diseñada.	62
Figura 28-29.	Persona leyendo folleto a evaluar durante prueba piloto. (Lemus, S. 2015)	63
Figura 30.	Piezas a evaluar del interior del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015).....	67
Figura 31.	Piezas a evaluar del interior del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015).....	68
Figura 32.	Folleto a evaluar para validación. (Lemus, S. 2015)	69
Figura 33-34.	Personal ALAS evaluando material presentado durante la validación. (Lemus, S. 2015).....	70
Figura 35-36.	Personal que asistió a la jornada ALAS, durante el proceso de validación. (Lemus, S. 2015).....	71
Figura 37.	Parte de iconografía diseñada para nuevo Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015).....	88
Figura 38.	Elementos que componen las tipografías elegidas. (Lemus, S. 2015).....	88
Figura 39.	Muestra de diseño de retícula de las páginas del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015).....	90
Figura 40.	Muestra de las dimensiones del formato del Manual de Normas Gráficas. (Lemus, S. 2015).....	90
Figura 41.	Uso correcto del logotipo. (Lemus, S. 2015)	91
Figura 42.	Material diseñado para ALAS Guatemala. (Lemus, S. 2015)	94





ANEXOS



ANEXO 1

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Esc. Diseño Gráfico
Encuesta de validación de Proyecto A
Licda. Lourdes Pérez
Est. Stephany Lemus
Prueba Piloto



El objetivo de esta prueba piloto es con el fin de mostrar y evaluar la calidad del material gráfico relativo al proyecto de Reforzamiento de Imagen e Identidad de la institución ALAS de Guatemala que se basa en informar a la población acerca de la educación reproductiva.

Conteste las siguientes preguntas en cuanto al material informativo entregado.

1. ¿De qué se trata el tema de este material?

2. ¿Identifica qué es cada imagen?

3. ¿Le gustan los colores del material?

Sí___ No___ Más o menos___

4. La lectura me parece:

Interesante___ Buena___ Aburrida___

No entiendo el tema___

5. ¿El texto es fácil de leer?

6. ¿Qué figura o qué elemento fue el primero que vio al recibir el material?

7. ¿De qué lugar empezó a leer el documento?

IZQUIERDA___ DERECHA___

8. ¿Existe algún elemento que no haya entendido?



ANEXO 2

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Esc. Diseño Gráfico
Encuesta de validación de Proyecto A
Licda. Lourdes Pérez
Est. Stephany Lemus
Validación



EVALUACIÓN ESCRITA:

El objetivo de esta validación es con el fin de mostrar los cambios realizados con anterioridad y evaluar su efectividad respecto a recepción de información y comprensión de la gráfica relativo al proyecto de Reforzamiento de Imagen e Identidad de la institución ALAS de Guatemala que se basa en informar a la población acerca de la educación reproductiva.

Conteste las siguientes preguntas en cuanto al material informativo entregado.

1. ¿De qué se trata el tema de este material?

2. ¿Identifica qué es cada imagen?

3. ¿Le gustan los colores del material?

Sí___ No___ Más o menos___

4. La lectura me parece:

Interesante___ Buena___ Aburrida___

No entiendo el tema___

5. ¿El texto es fácil de leer?

6. ¿Qué figura o qué elemento fue el primero que vio al recibir el material?

7. ¿De qué lugar empezó a leer el documento?

IZQUIERDA___ DERECHA___

8. De 1 a 10, califique si comprendió el la información del material.

9. ¿Existe algún elemento que no haya entendido?

10. ¿Qué aprendió del documento dado?



ANEXO 3

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Esc. Diseño Gráfico
Encuesta de validación de Proyecto A
Licda. Lourdes Pérez
Est. Stephany Lemus
Validación



ENTREVISTA:

El objetivo de esta validación es con el fin de mostrar los cambios realizados con anterioridad y evaluar su efectividad respecto a manipulación y tamaño del material, relativo al proyecto de Reforzamiento de Imagen e Identidad de la institución ALAS de Guatemala que se basa en informar a la población acerca de la educación reproductiva.

Preguntas a realizar:

1. ¿Le parece adecuado el tamaño del material?

Si _____ No _____ ¿Por qué?

2. ¿Le es fácil manipular el material?

Si _____ No _____ ¿Por qué?

3. ¿Le parece adecuado el material del que están hechos los proyectos?

Sí _____ No _____ ¿Por qué?

4. ¿Le agrada la composición del material: colores, tamaño de letra, ilustraciones?

5. ¿Tiene algunas observaciones adicionales?



ANEXO 4



Negocios y Servicios Profesionales, S. A.

COT2016-04-0050

Guatemala, 20 de abril de 2016

Atención a: Stephany Lemus

Estimada señorita:

Atentamente remito a usted la cotización que nos solicitaran, agradeciendo su preferencia por nuestro servicio.

Cantidad	Descripción	Valor
1	<p>Libro 1: Portada y Contraportada: Impreso en textcote calibre 16, tamaño abierto 17.5 x 11.0 plgs., 4 colores tiro, plastico matte 1.5mm tiro , impresion tiro, engrapado, corte, barniz tiro.</p> <p>Interior: Impreso en COUCHE 100, tamaño abierto 8.5 x 11.0 plgs., full color, 61 páginas, sólo tiro.</p>	Q490.00.
1	<p>Libro 2: Portada y Contraportada: Impreso en textcote calibre 16, tamaño abierto 17.5 x 11.0 plgs., 4 colores tiro, plastico matte 1.5mm tiro , impresion tiro, engrapado, corte, barniz tiro.</p> <p>Interior: Impreso en bond, tamaño abierto 8.5 x 11.0 plgs. full color. 52 páginas tiro y retiro.</p>	Q320.00.
3	<p>Infografías: Impreso en textcote calibre 16, 24.00 x 16.0 plgs. full color.</p>	Q500.00.

ESTOS PRECIOS TIENEN 15 DIAS DE VALIDEZ

FORMA DE PAGO: 70% Anticipo y 30% Contra entrega, (Puede realizar su depósito a nombre de **Negocios y Servicios Profesionales S.A.**, No. de cuenta **000-140167-8** del **Banco Industrial**. En caso de ser así, favor enviarnos la boleta escaneada o por vía fax **2251-9971**.)



2a. calle 11-04 zona 1
 ☎ 2251-6480 • 📠 2251-9971
 Guatemala Ciudad 01001
 www.nisfessa.com • info @nisfessa.com



ANEXO 5



Cotización No. **63213**
Guatemala, 20 abril 2016

Señores
Stephany Lemus
Atención **Stephany Lemus**
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

Libro 1

Portada y Contraportada: Impreso en TEXCOTE 16, tamaño abierto 17.5 x 11.0 plgs., 4 colores tiro, plastico matte 1.5mm tiro , impresion tiro, engrapado, compaginado lomo cuadrado, sisa (1), corte, barniz tiro.

Interior: Impreso en COUCHE 100, tamaño abierto 8.5 x 11.0 plgs., 4 colores tiro, 61 signaturas, impresion tiro, entrega de material, corte.

1 Q 610.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.

Vigencia de la cotización: 10 días.

Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Maco Sam
Ejecutivo de Ventas



ANEXO 6



Cotización No. **63213**
Guatemala 24 de abril d 2016

Señores
Stephany Lemus
Atención **Stephany Lemus**
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

Libro:

Portada y Contraportada:

Impreso en texcote calibre 16, full color 8.5 x 11 plgs. Lomo cuadrado, engrapado.

Interior: Impreso en bond tamaño 8.5 x 11 plgs. full color, tiro y retiro compaginado. 52 hojas.

1..... Q. 350.00

Infografías:

Impreso en texcote calibre 16, full color 24 x 16 plgs. Barniz mate.

1..... Q. 540.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.

Vigencia de la cotización: 10 días.

Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Maco Sam
Ejecutivo de Ventas



Guatemala, 12 de septiembre de 2016

Arquitecto
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **“Fortalecimiento de Imagen e Identidad Corporativa para la Asociación de Educación Reproductiva ALAS de Guatemala”**, de la estudiante **Stephany Andrea Lemus Arriola** de la Facultad de Arquitectura; carne universitario **201122359**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciada.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



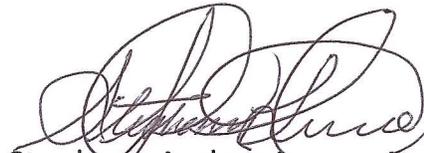
Gladys Tobar Aguilar
Licda. en Letras y Dra. en Educación
Colegiada No. 1450



Gladys Tobar Aguilar
Colegiada 1,450

**“Fortalecimiento de Imagen e Identidad Corporativa
para la Asociación de Educación Reproductiva Alas de Guatemala”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Stephany Andrea Lemus Arriola

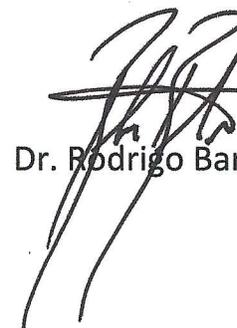
Asesorado por:



Licda. Carolina Aguilar



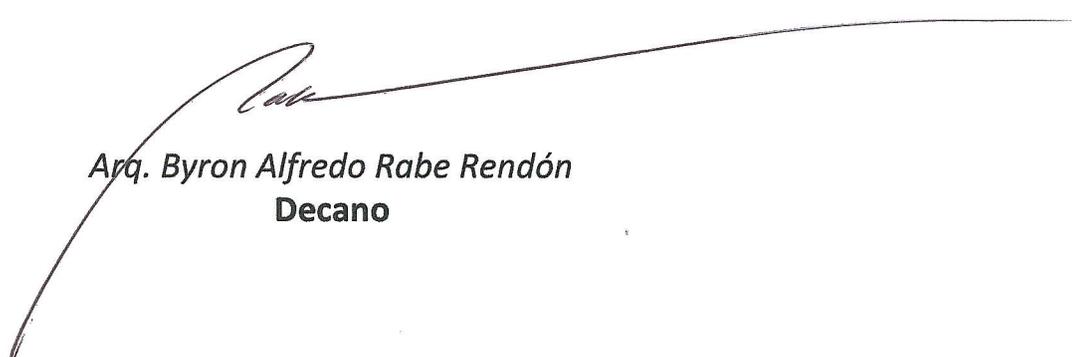
Licda. Lourdes Pérez



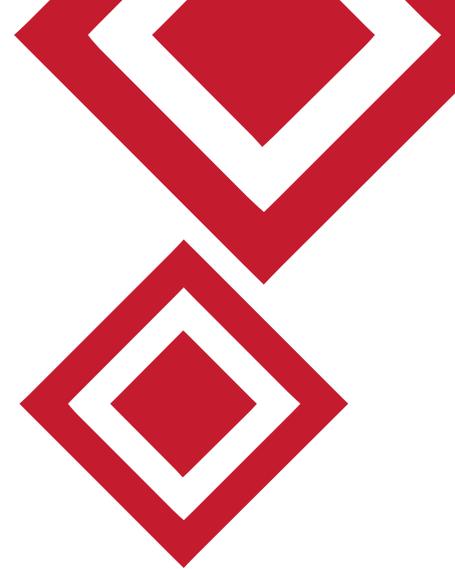
Dr. Rodrigo Barillas M.
Médico y Cirujano
Col. 11,996
Dr. Rodrigo Barillas

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



Universidad de San Carlos de Guatemala
Guatemala de la Asunción, 2016