



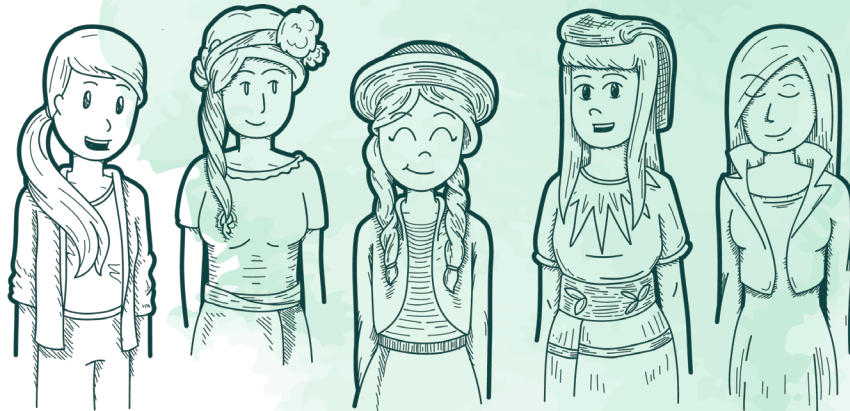
**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

# Proyecto de Graduación



“Diseño de material educativo  
para el mejoramiento del conocimiento y apropiación  
de la política en materia de género, 2015 - 2020,  
dirigido a los colaboradores internos  
del Programa Mundial de Alimentos -PMA -  
de las Naciones Unidas en Guatemala.”

PRESENTADO POR  
**SERGIO FERNANDO ALVARADO FLORES**

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

Guatemala, octubre de 2017.



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



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



“Diseño de material educativo  
para el mejoramiento del conocimiento y apropiación  
de la política en materia de género, 2015 - 2020,  
dirigido a los colaboradores internos  
del Programa Mundial de Alimentos -PMA -  
de las Naciones Unidas en Guatemala.”

Proyecto presentado por:  
**SERGIO FERNANDO ALVARADO FLORES**  
Al conferírsele el título de:  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO.**

**Guatemala, octubre de 2017.**

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 de Guatemala.



# *Nómina de Autoridades*

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**DECANO.**

Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**SECRETARIO ACADÉMICO.**

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

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
**VOCAL II.**

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

Br. María Fernanda Mejía Matías  
**VOCAL IV.**

Br. Lila María Fuentes Figueroa  
**VOCAL V.**

# *Tribunal Examinador*

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**DECANO.**

Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**SECRETARIO ACADÉMICO:**

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada  
**ASESORA METODOLÓGICA.**

Licda. Larisa Caridad Mendóza Alvarado  
**ASESORA GRÁFICA.**

Licda. Leonorilda Coc García  
**TERCERA ASESORA**



# *Agradecimientos*

A MIS PADRES.

A MIS HERMANOS.

A MIS MEJORES AMIGOS,

A MIS CATEDRÁTICOS.

A LA UNIVERSIDAD.

A PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS -PMA -  
DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA.

# Índice

<b>CAPÍTULO 1: Introducción.....</b>	<b>13</b>
Antecedentes.....	15
Definición y delimitación del problema.....	19
Justificación del Proyecto.....	20
Objetivos.....	21
<b>CAPÍTULO 2: Perfiles .....</b>	<b>23</b>
Perfil de la institución.....	24
<b>CAPÍTULO 3: Planeación Operativa .....</b>	<b>29</b>
Flujograma.....	31
Cronograma de trabajo.....	36
<b>CAPÍTULO 4: Marco teórico .....</b>	<b>41</b>
<b>CAPÍTULO 5: Definición Creativa.....</b>	<b>59</b>
Brief Creativo.....	61
Referentes Visuales.....	62
Estrategia de Diseño.....	74
Mapa de Empatía.....	78
Definición del Insight.....	79
Definición del Concepto Creativo.....	80
Concepto Creativo.....	81
<b>CAPÍTULO 6: Producción Gráfica.....</b>	<b>83</b>
Primer Nivel de Bocetaje.....	84
Segundo Nivel de Bocetaje.....	94
Tercer Nivel de Visualización.....	106
Instrumento de Validación.....	117
Fundamentación.....	122
Fundamentación específica.....	126
Lineamientos para puesta en práctica.....	129
Recursos y Costos.....	131
<b>CAPÍTULO 7: Síntesis del Proyecto.....</b>	<b>133</b>
Lecciones Aprendidas.....	134
Conclusiones.....	135
Recomendaciones.....	136
Bibliografía.....	137
Anexos.....	139



## *Presentación*

El Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala es la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en todo el planeta.

Durante las emergencias llevan alimentos a donde más se necesite para salvar las vidas de las víctimas de desastres naturales, de las guerras o conflictos civiles. Una vez que las emergencias han pasado, usan los alimentos para ayudar a las comunidades a reconstruir sus vidas y ser autosuficientes.

El PMA tiene la meta de integrar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en todas sus actividades a fin de cubrir las necesidades en salud alimentaria de mujeres, hombres, niñas y niños.

Para lograr esta meta se ha desarrollado la “Política en Materia de Género 2015 - 2020” tomando en cuenta que, en la última evaluación en materia de género, se evidenció que la problemática para que el PMA avance en este tema es el desconocimiento y la no apropiación de los compromisos del Programa en materia de igualdad de género identificado en el personal de la institución.

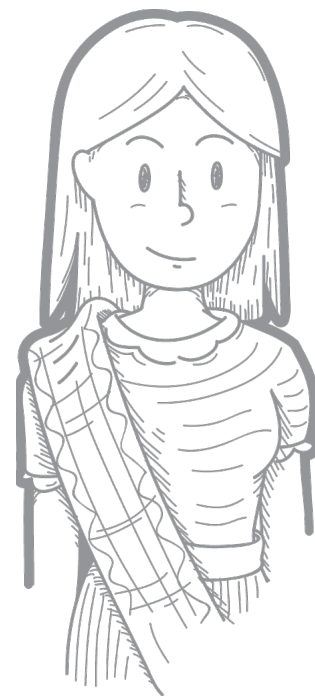
En este proyecto se propone la intervención del diseño gráfico para elaborar una solución visual que facilite el proceso de conocimiento y apropiación de la Política en Materia de Género 2015 - 2020 y así solucionar el problema.

La cantidad de personas afectas por este problema es de alrededor de 90 personas entre hombres y mujeres, comprendidos entre los 20 a 60 años, empleados, dentro y fuera de las instalaciones de PMA Guatemala; ubicados dentro del territorio Nacional es decir tanto la ciudad capital como los departamentos que conforman la República.



“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



# *Introducción*








## *Antecedentes*

Según el informe de la Oficina del Defensor del pueblo, Guatemala tiene el mayor índice de desnutrición infantil en menores de cinco años (54%) entre los países centroamericanos, y es el país de Latinoamérica y El Caribe con el índice más alto de desnutrición crónica (49%), en el documento también se explica que Guatemala duplica el índice de desnutrición que poseen países más pobres como Honduras o Bolivia. Frente a este contexto el SNU decide instaurar El Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala para combatir el hambre y la desnutrición en este país.

PMA presenta en el año 2009 las primeras directrices para que las mujeres tengan un acceso digno a los alimentos, dirigido al personal interno del programa, aportando objetivos y bases para asegurar esto.

Con el tiempo el programa se percata que la política presentada con validez hasta el año 2014 presenta deficiencias en la estructura de estrategias de implementación dentro del mismo personal, es



entonces que en 2015 se produce un cambio en la política y se genera la Nueva Política en materia de género para el año 2015 a 2020, como el documento, Política en Materia de Género para 2015-2020 dice “La Presente política de género es el fruto de muchos éxitos conquistados por el programa” Se entiende entonces que la capacidad del PMA de alcanzar sus objetivos, depende de lograr que todo el personal del programa integre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en toda su labor y todas sus actividades a fin de entender las distintas necesidades en materia de seguridad alimentaria y nutrición de mujeres, hombres, niñas y niños. Sin embargo, los esfuerzos realizados por PMA no motivan de manera eficaz a su personal.

La cantidad de personas afectadas por este problema es de alrededor de 90 personas entre hombres y mujeres que se comprenden entre los 20 a 60 años de edad, empleados, dentro y fuera de las instalaciones del PMA Guatemala; ubicados dentro del territorio Nacional es decir tanto la ciudad capital como los departamentos que conforman la República, siendo este el grupo objetivo principal, pero al mismo tiempo se afecta de manera indirecta a una gran parte de la población guatemalteca con problemas de nutrición, entre ellos hombres, mujeres, niñas y niños en su mayoría del interior de la República.

A partir de 2009 se asigna una persona especialista en género para coordinar e impulsar la perspectiva de género en todas las actividades del PMA, en Guatemala.

Hasta el día de hoy no se cuenta con material gráfico, que responda a las necesidades de comunicación visual que pretende impulsar el PMA, como parte de una estrategia integral para mejorar la apropiación y el conocimiento de la política en materia de género 2015- 2020 en sus colaboradores.

Por lo que se propone contribuir con el Programa en el desarrollo de materiales gráficos y de comunicación visual para impulsar dicha política teniendo como guía para la creación de materiales gráficos se cuenta con la ayuda de un manual de marca que la institución proporciona, en el que se norman aspectos generales como el uso de color corporativo, fuentes corporativas, y algunas diagramaciones básicas. para facilitar el trabajo del diseñador gráfico al momento de elaborar piezas para la institución.

## ANÁLISIS DE PARTICIPANTES

- » Universidad de San Carlos de Guatemala.
- » Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura
- » Asesores de E.P.S.
- » Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.
- » Colaboradores Internos del PMA.
- » Sergio Alvarado (Diseñador Gráfico)

	BENEFIADOS DIRECTOS O INDIRECTOS	OPOSITORES AFECTADOS O EXCLUIDOS	EJECUTORES	DECISORES	FINANCIADORES
ORGANIZACIÓN	Universidad de San Carlos de Guatemala. (INDIRECTO). Programa Mundial de Alimentos P.M.A. (DIRECTO) Colaboradores internos del PMA(INDIRECTO)	Asesores de E.P.S. Colaboradores internos del PMA Programa Mundial de Alimentos -PMA-	-	-	Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
INDIVIDUAL	-	-	Sergio Alvarado (Diseñador Gráfico)	Sergio Alvarado (Diseñador Gráfico)	Sergio Alvarado (Diseñador Gráfico)

Tabla 1.1 - Análisis de participantes  
Elaboración propia.

## UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

CARACTERÍSTICAS	NECESIDADES	POTENCIALIDADES	FUNCIONES
Universidad Nacional	Recursos	Apoyar a la educación nacional	Financiador del proyecto
Dirigida a la Sociedad			

Tabla 1.2 - Análisis USAC  
Elaboración propia.

## ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

CARACTERÍSTICAS	NECESIDADES	POTENCIALIDADES	FUNCIONES
Crea actividades para diseño	Participación de personas	Crear más espacios de participación de los diseñadores.	Publicación de la revista.
Fomenta la participación	Comunicar conocimiento		Incentivar las personas a asistir a las actividades y participar
Crear Identidad	Que las personas se sientan identificadas con la USAC		Informar a las personas

Tabla 1.3 - Análisis Escuela de Diseño Usac  
Elaboración propia.

## ASESORES DE E.P.S.

CARACTERÍSTICAS	NECESIDADES	POTENCIALIDADES	FUNCIONES
Licenciados	Información	Apoyar al estudiante para alcanzar el objetivo del proyecto	Supervisar
Conocedores del tema		Asesorar al estudiant para poder ejecutar de la mejor maner el proyecto A	Asesorar

Tabla 1.4 - Análisis Asesores E.P.S.  
Elaboración propia.

## PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS

CARACTERÍSTICAS	NECESIDADES	POTENCIALIDADES	FUNCIONES
Programa	Material Gráfico	Erradicación del hambre	Crear programas para minimizar el hambre
Sin fines de lucro	Participación de las personas		
	Socios		

Tabla 1.5 - Análisis Programa Mundial de Alimentos  
Elaboración propia.

## SERGIO ALVARADO (D.G.)

CARACTERÍSTICAS	NECESIDADES	POTENCIALIDADES	FUNCIONES
Creativo	Autosuperación	Posicionamiento de marca.	Diseñar material audiovisual.
Vanguardista	Insumos necesarios para la realización del proyecto	Generar piezas gráficas exitosas.	Diseñar Material Editorial.
Generador de soluciones gráficas a problemas orientados al diseño web, editorial y multimedia.	Un brief creativo e informativo de la marca.	Toma de desiciones con base en el análisis de G.O. y competencia.	

Tabla 1.6 - Análisis Sergio Alvarado  
Elaboración propia.



# *Definición y delimitación del problema*

Según el informe presentado por la Oficina del Defensor del pueblo, se identifica que el PMA no ha avanzado en la incorporación de la perspectiva de género en las actividades que realiza, porque el personal, carece de conocimiento, herramientas y compromiso, para aplicar dicha perspectiva.

Este problema se ha presentado desde antes de la iniciativa de política propuesta por la Junta Ejecutiva del PMA en el año 2015 manteniéndose latente hasta ahora.

Las causas que afectan directamente a la problemática que se presenta dentro y fuera de las instalaciones por parte de los colaboradores y colaboradoras de PMA se encuentra en la falta de mecanismos de comunicación más ágiles y estrategias de monitoreo específico afectando el cumplimiento de la política institucional en materia de género 2015 - 2020, provocando el desconocimiento de la relevancia de la política en la realidad actual por las acciones de desarrollo que se realiza dentro de PMA ya que no existe una evolución reflejada en la mejora de los procedimientos para incorporar los criterios de la política en materia de género dentro de la misma institución.

El 90% del personal NO aplica estos conocimientos, mientras que el 10% restante lo intenta, teniendo éxito en esto raras veces.

Al analizar la situación a profundidad, el proceso de conocimiento y apropiación se alarga y requiere de mayor inversión de tiempo y recursos para lograrlo debido a la ausencia de personal especializado en diseño de material gráfico.

Entonces se da la desvalorización de la importancia de la igualdad de género para el cumplimiento de los compromisos globales para el desarrollo inclusivo de las mujeres ya que el personal sigue a la espera de encontrar un agregado a la información que ya se les provee.

# Justificación del Proyecto

## **TRASCENDENCIA**

Los colaboradores de PMA presentan una desinformación marcada en aplicación y apropiación de la Política en materia de género 2015 - 2020, por lo tanto al proporcionar soluciones gráficas enfocadas a la correcta transmisión de esta información, se capacitara al personal y se conseguirá que se apropien y apliquen estos conocimientos de manera natural y efectiva en sus labores diarias, lo que contribuirá directamente en la experiencia y servicios que adquieren las personas beneficiadas por el Programa Mundial de Alimentos, presentando luego mayor desarrollo en el empoderamiento de la mujer.

## **INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO**

El diseño gráfico incide directamente en la creación de guías y materiales informativos dirigidos al personal interno del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.

Se pretende Concentrar la información proporcionada por PMA en piezas que comuniquen de manera efectiva la información al grupo objetivo, apoyándose en temas como el recorrido visual, puntos focales, alfabeto visual, temas de cromatología y tipografía, fotografía, diagramación, y demás temas propios de la carrera de Diseño Gráfico, logrando así la transmisión clara del mensaje que el Programa pretende comunicar.

## **FACTIBILIDAD DEL PROYECTO**

El proyecto es factible porque la institución cuenta con los recursos necesarios para poder desarrollar los diversos proyectos propuestos por el diseñador gráfico, también se cuenta con un periodo de tiempo suficiente para el desarrollo y la aplicación de estas piezas; el personal de PMA se encuentra en plena capacidad para la recepción de la información a través de la aplicación de los diversos materiales que se generen durante este proceso.

# Objetivos

## **OBJETIVO GENERAL:**

Contribuir con el Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala a través del diseño de material gráfico, dirigido a los colaboradores y colaboradoras del programa que laboran dentro de la República de Guatemala, para fortalecer la visión de que toda mujer, hombre, niña o niño tenga acceso en todo momento a una alimentación necesaria para llevar una vida activa y saludable.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

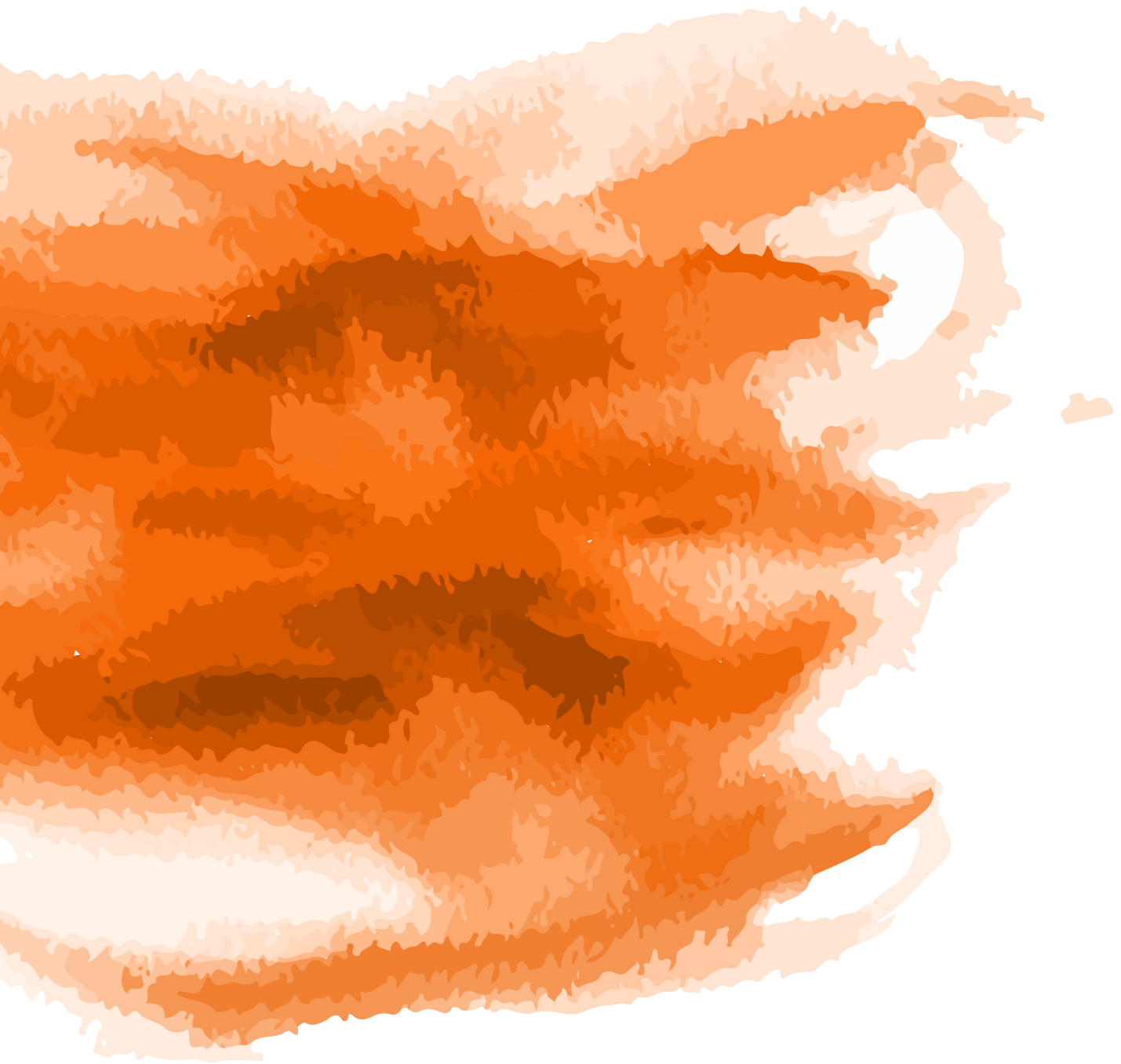
### **OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:**

Facilitar el traslado de información en apoyo a los procesos de capacitación que PMA realiza con su personal a través de material educativo, para que implementen la Política en materia de género 2015 - 2020, dentro de cada una de sus actividades tanto diarias como laborales.

### **OBJETIVO DE DISEÑO:**

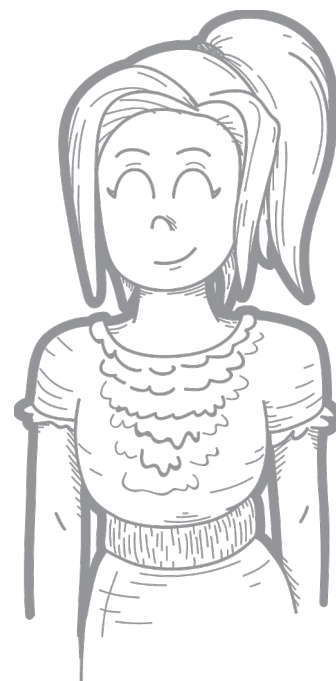
Diseñar el proceso de la aplicación de la política en materia de género 2015 - 2020 en el ambiente de trabajo, sintetizada en piezas gráficas informativas digitales e impresas, analizando las necesidades de la institución, para facilitar el acceso a la información por parte del personal del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.





“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



*Perfiles*

## *Perfil de la institución*

Luchando contra el hambre en el mundo

El Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala. es la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en todo el planeta.

Durante las emergencias llevan alimentos a donde más se necesite para salvar las vidas de las víctimas de desastres naturales, de las guerras o conflictos civiles. Una vez que las emergencias han pasado, usan los alimentos para ayudar a las comunidades a reconstruir sus vidas y ser autosuficientes.

El PMA es parte del Sistema de las Naciones Unidas y es financiado por donaciones voluntarias.

La visión de este organismo, fundado en 1961, es la de un mundo en el cual cada hombre, mujer y niño tenga acceso en todo momento a la alimentación necesaria para llevar una vida activa y saludable. Trabajan en pro de esa visión con nuestras agencias hermanas de las Naciones Unidas en Roma: la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), así como gobiernos, socios de las Naciones Unidas y organizaciones no gubernamentales.

Cada año, el PMA asiste en promedio a 80 millones de personas en más de 75 países. La mayoría de los 11,500 funcionarios que laboran en el PMA lo hacen en zonas remotas en donde sirven directamente a los más pobres que padecen hambre.

## LOS CUATRO OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PMA SON:

- » Salvar vidas y proteger los medios de subsistencia en emergencias.
- » Respaldo o restablecer la seguridad alimentaria y la nutrición y crear o reconstruir los medios de subsistencia en contextos frágiles y después de una emergencia.
- » Reducir los riesgos y poner a las personas, las comunidades y los países en condiciones de satisfacer sus propias necesidades alimentarias y nutricionales.
- » Reducir la desnutrición y romper el ciclo intergeneracional del hambre.

## INFORMACIÓN CORPORATIVA

- » El PMA está dirigido por una Junta Ejecutiva integrada por 36 estados miembros. La organización es encabezada por un Director Ejecutivo, el cual es nombrado conjuntamente por el Secretario General de la ONU y el Director General de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) por un período de cinco años.
- » La Directora Ejecutiva, Ertharin Cousin, quien fue nombrada en 2012, es responsable de la administración del PMA al igual que la implementación de programas, proyectos y otras actividades. Para cumplir con sus tareas, la Directora Ejecutiva cuenta con el apoyo de cuatro subdirectores con instrucciones específicas.
- » En América Latina y el Caribe, el Director Regional es Miguel Barreto quien junto con la Directora Regional Adjunta, Alzira Ferreira, aboga porque los gobiernos y organismos de cooperación internacional fortalezcan los programas y redes de protección social que garanticen una adecuada nutrición para mujeres embarazadas, madres lactantes y niños pequeños.
- » La dirección estratégica de la organización se ha perfilado en su Plan Estratégico, el cual se renueva cada cuatro años. El último plan fue aprobado para el período 2014-2017.
- » El PMA depende enteramente de contribuciones voluntarias para su financiación. Sus principales proveedores de fondos son los gobiernos, pero también recibe donaciones del sector privado y particulares.

**¡LUCHANDO CONTRA EL HAMBRE EN EL MUNDO!**

El Programa Mundial de Alimentos (PMA) es la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en todo el planeta.

Durante las emergencias llevamos alimentos a donde más se necesite para salvar las vidas de las víctimas de desastres naturales, de las guerras o conflictos civiles. Una vez que las emergencias han pasado, usamos los alimentos para ayudar a las comunidades a reconstruir sus vidas y ser autosuficientes.



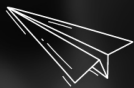
**Programa Mundial de Alimentos**

Ayuda al rededor de 80.9 millones de personas en 75 países del mundo.



**POSEEN:**

5.000 CAMIONES



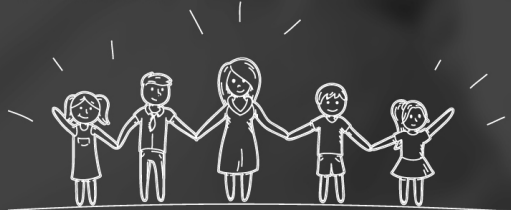
50 AVIONES

30 BARCOS



**Qué hacen entregas en todo el mundo.**

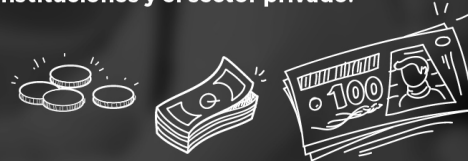
**Distribuye en promedio 3.1 millones de toneladas de alimentos el equivalente a 31 cruceros.**



Si todos los beneficiados por PMA se tomaran de las manos, podrían darle la vuelta al mundo 3 veces.



**El Programa Mundial de Alimentos es financiado gracias a donaciones voluntarias de los gobiernos, las instituciones y el sector privado.**



**PMA cuenta con más de 14,000 empleados al rededor de todo el mundo.**



**en 2013, 18.6 millones de niños fueron apoyados por el PMA.**

Figura 2.1 - Retrato de la institución  
Elaboración propia.



## TÉCNICA SPICE APLICADA A COLABORADORES DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS PMA, GUATEMALA.

### SOCIAL:

Estas personas necesitan sentirse seguras en un ambiente socialmente acelerado, necesitan saber que cuentan con un ingreso fijo mensualmente. Son personas que no necesitan de compañía todo el tiempo, pero si saben que deben de contar con un grupo de trabajo eficiente y eficaz para poder cumplir con las metas que se fijan a corto, mediano y largo plazo.

### FÍSICO:

Son personas activas, generalmente disfrutan de practicar un deporte para poder estar cargados de energía y rendir más en su día a día. Son personas que procuran cuidar de su salud alimentándose adecuadamente.

### IDENTIDAD:

Son personas que se sienten útiles cuando contribuyen a la sociedad, son personas que se sienten orgullosas de sus logros y de las metas que han alcanzado a lo largo de su vida, son personas que disfrutan sentirse parte de un grupo y compartir sus experiencias. C

### COMUNICACIÓN:

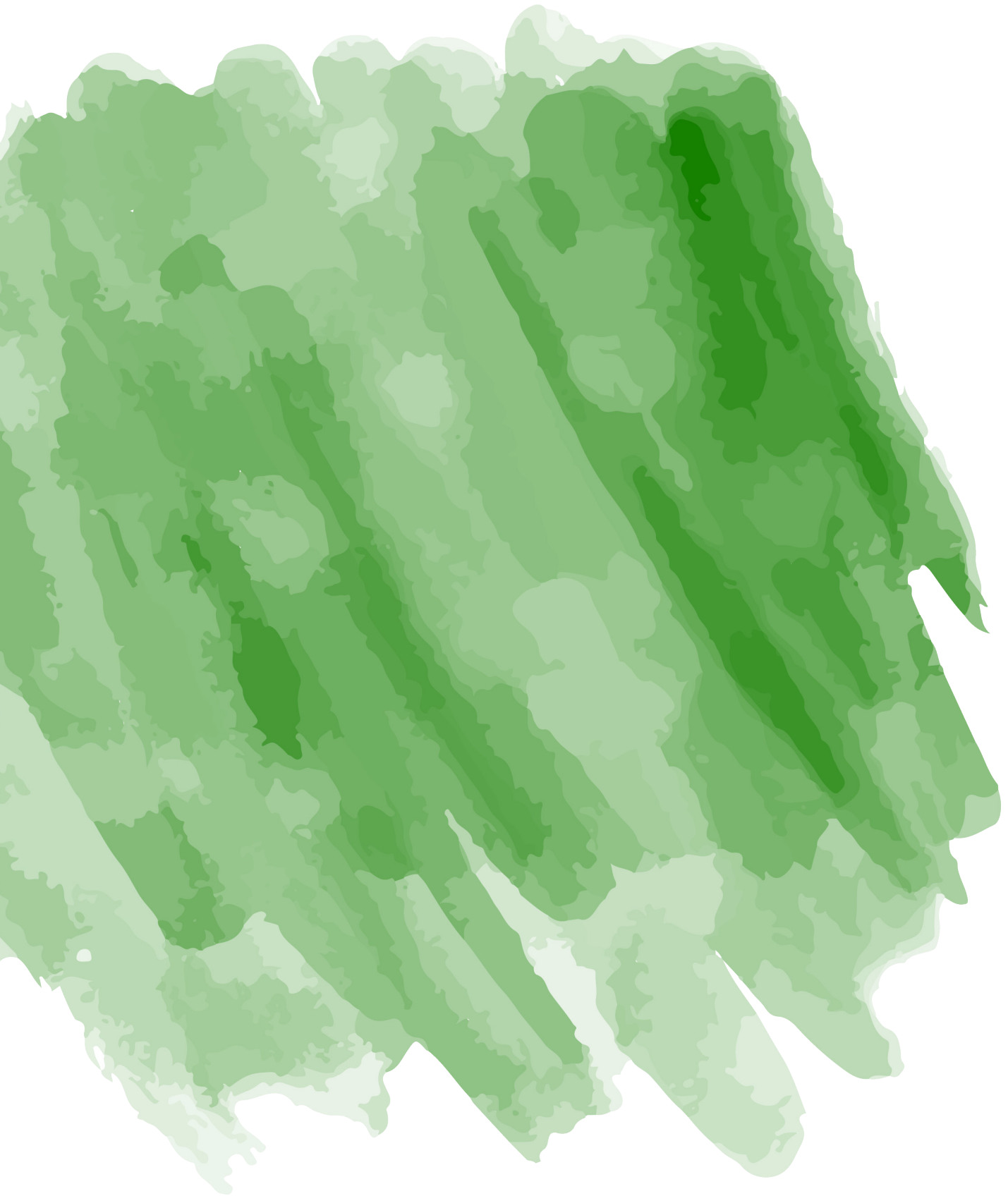
Son personas que están interesadas en conocer que es lo que ocurre fuera de la puerta de su casa, por ello ven noticieros, escuchan la radio, leen los periódicos, opinan de temas políticos y todo aquello que trate de temas actuales, con respecto a la tecnología son personas que están abiertas al cambio y por ende procuran estar actualizados.

### EMOCIONAL:

Estas personas disfrutan de pasar tiempo con su familia, disfrutan tener charlas amenas con sus amigos y personas cercanas, son gente que procura mantener una conexión directa con Dios.



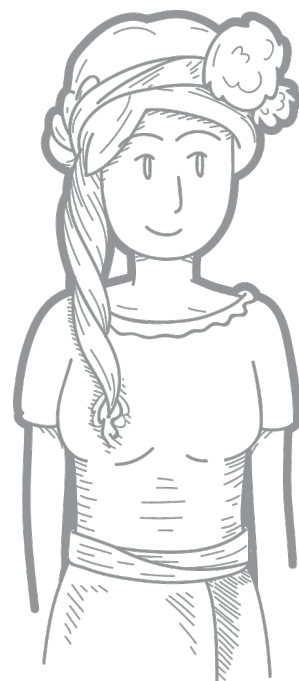
Figura 2.2 - Retrato del grupo objetivo  
Elaboración propia.





“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



# *Planeación Operativa*



# Flujograma



### 1ER. NIVEL DE PROCESO CREATIVO

- » Elaboración de Prebocetos:  
Con lápiz, a mano alzada.
- » Elaboración de Bocetos Finales:  
A mano, pintados con crayones  
y delineados sus contornos  
con rapidógrafo.
- » Fundamentación de primer nivel  
de bocetaje, en base al proceso  
de investigación y diagnóstico.

### 2DO. NIVEL DE PROCESO CREATIVO

- » Elección de 2 opciones de bocetos finales.
- » Digitalización de 2 opciones de bocetaje:
- » Ilustraciones
- » Vectorización  
Contornos  
Integración de Color y brushes  
Ornamentación o decorativos.  
Retoques.  
Montaje de Texto  
Elaboración de Retículas  
Jerarquía de Texto  
Elaboración de Estilos de Texto  
Elaboración de Estilos de Párrafo  
Elaboración de Estilos de Caracter

SI

### CREAR HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN PARA CLIENTE, PROFESIONALES DE DISEÑO Y G.O.

- » Desarrollar una encuesta para evaluar  
funcionalidad del concepto, pieza, ilustraciones,  
etc.
- » Correcciones del Asesor.

### VISITA A INSTITUCIÓN PARA APROBACIÓN Y VALIDACIÓN DE PROPUESTA

- » Desarrollar la Conceptualización del Proyecto.
- » Explicar todo su proceso: mapas conceptuales, conceptualización teórica, línea gráfica e implementación de concepto a la pieza editorial.
- » Aprobación de Conceptualización.
- » Presentación de 2 opciones digitalizadas.
- » Elección de una opción final digitalizada.
- » Evaluar Funcionalidad de opción digitalizada a través de la Encuesta.
- » Tabulación de datos y elaboración de gráficos.
- » Posibles correcciones

NO

SI

### VALIDACIÓN CON PROFESIONALES DE DISEÑO

- » Evaluar funcionalidad de opción digitalizada final a través de la encuesta.
- » Tabulación de datos y elaboración de gráficos.
- » Posibles correcciones de las propuestas.

NO

SI

### 3ER. NIVEL DE PROCESO CREATIVO: CREACIÓN DE ARTE FINAL

- » Correcciones en Ilustraciones o texto.
- » Montaje de texto en toda la pieza.
- » Montaje de master pages en todas las hojas.
- » Revisión de colores, tamaños, etc. para impresión.

### VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

- » Evaluar funcionalidad de opción digitalizada final a través de la encuesta.
- » Tabulación de datos y elaboración de gráficos.
- » Posibles correcciones de las propuestas.

NO

SI

### **VISITA A INSTITUCIÓN PRESENTACIÓN DE PROPUESTA FINAL Y TABULACIÓN DE RESULTADOS**

- » Se presenta la propuesta final de la pieza con todas sus secciones.
- » Se le hace entrega de un CD con una copia del trabajo.
- » Se presentan los datos tabulados de la encuesta dirigida a profesionales de Diseño Gráfico y a Grupo Objetivo.
- » Se presentan los objetivos del proyecto, con el fin de recalcar su cumplimiento y alcance.
- » Fase de Evaluación y redacción de Informe y de Aprendizajes (Conclusiones y Recomendaciones).



#### **Tiempo final estimado:**

- » (aproximado) 4 meses esto dependerá de la aprobación de cada una de las etapas.

Figura 3.1 - Flujograma del proceso del proyecto.  
Elaboración propia.



# Cronograma de trabajo

ACTIVIDAD	01 a 05 de agosto	08 al 12 de agosto	15 al 19 de agosto	22 al 26 de agosto	29 de ago. al 2 de sep.	05 al 09 de septiembre	12 al 16 de septiembre	19 al 23 de septiembre	26 al 30 de septiembre	03 al 07 de octubre	10 al 14 de octubre	17 al 21 de octubre	24 al 28 de octubre	31 de oct. al 04 de nov.	07 al 9 de noviembre
Organización de antecedentes	■														
Bocetaje de instrumentos de investigación	■														
Busqueda de información básica	■														
Primer acercamiento al grupo objetivo	■														
Definición de las piezas a crear en el proyecto		■													
Creación de insight		■													
Creación de concepto creativo		■	■												
Validación de concepto creativo			■												
Creación de mood board			■												
Revisión de información			■												
Creación de guion literario			■												
Creación de story board			■												
PRIMERA ENTREGA			■												
Constura de referencias				■											
Bocetaje de línea gráfica				■											
Digitalización de línea gráfica				■	■										
Animación					■										
Validación de la animación					■										
Grabación de voz						■									
Aplicación de voz						■									
Validación de la animación junto con audio						■									
Cambios en la animación y/o audio						■									

ACTIVIDAD	01 a 05 de agosto	08 al 12 de agosto	15 al 19 de agosto	22 al 26 de agosto	29 de ago. al 2 de sep.	05 al 09 de septiembre	12 al 16 de septiembre	19 al 23 de septiembre	26 al 30 de septiembre	03 al 07 de octubre	10 al 14 de octubre	17 al 21 de octubre	24 al 28 de octubre	31 de oct. al 04 de nov.	07 al 9 de noviembre
Organización de info para infografía															
Bocetaje de infografía															
Digitalización de bocetos															
SEGUNDA ENTREGA															
Validación de bocetos															
Verificación de funcionalidad															
Preparación de artes finales															
Validación de piezas finales															
Cambios en las piezas finales															
Organización de la info para folletos															
Definición de la línea gráfica para folletos															
Creación de bocetos para línea gráfica															
Diagramación de folletos															
Validación de la diagramación															
Validación de piezas finales															
Realización de cambios en piezas finales															
TERCERA ENTREGA															
Ultima validación de todas las piezas															
Ajustes en todas las piezas finales															
Creación y diagramación de informe final															
Verificación de últimos detalles															
CLAUSURA															

Figura 3.2 - Cronograma del Proyecto.  
Elaboración propia.

## Agosto 2016

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16 CREACIÓN Y VALIDACIÓN DE CONCEPTO CREATIVO CREACIÓN DE MOOD BOARD	17 FIRMA DE ACTAS REVISIÓN DE INFORMACIÓN CREACIÓN DE GUIÓN EXAMEN DE SALUD	18 REVISIÓN DE INFORMACIÓN CREACIÓN DE GUIÓN	19 CREACIÓN DE STORY BOARD	20 PRIMERA ENTREGA (Avance del proyecto)	21
22 FIRMA DE ACTAS CONSULTA DE REFERENCIAS BOCETAJE DE LINEA GRÁFICA	23 CONSULTA DE REFERENCIAS BOCETAJE DE LINEA GRÁFICA	24 CONSULTA DE REFERENCIAS BOCETAJE DE LINEA GRÁFICA	25 DIGITALIZACIÓN DE LINEA GRÁFICA	26 DIGITALIZACIÓN DE LINEA GRÁFICA	27	28 PRIMERAS PRUEBAS DE ANIMACIÓN
29 FIRMA DE ACTAS DIGITALIZACIÓN DE LINEA GRÁFICA ANIMACIÓN	30 ANIMACIÓN	31 ANIMACIÓN				

icalendario.net

Figura 3.3 - Calendarización del proyecto (agosto 2016)  
Elaboración propia.

## Septiembre 2016

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1 VALIDACIÓN DE LA ANIMACIÓN	2 CAMBIOS EN LA ANIMACIÓN	3	4
5 FIRMA DE ACTAS GRABACIÓN VOZ EN OFF	6 GRABACIÓN VOZ EN OFF	7 APLICACIÓN DE VOZ EN OFF	8 VALIDACIÓN DE LA ANIMACIÓN CON VOZ EN OFF	9 CAMBIOS EN LA ANIMACIÓN Y/O VOZ EN OFF	10	11
12 FIRMA DE ACTAS ORGANIZACIÓN DE INFO PARA INFOGRAFÍA	13 ORGANIZACIÓN DE INFO PARA INFOGRAFÍA	14 BOCETAJE DE INFOGRAFÍA	15 BOCETAJE DE INFOGRAFÍA	16 DIGITALIZACIÓN DE BOCETOS	17 SEGUNDA ENTREGA (Avance del proyecto)	18
19 FIRMA DE ACTAS VALIDACIÓN DE BOCETOS DIGITALIZACIÓN DE BOCETOS	20 VERIFICACIÓN DE FUNCIONALIDAD	21 PREPARACIÓN DE ARTES FINALES	22 VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS FINALES	23 CAMBIOS EN LAS PIEZAS FINALES	24	25
26 FIRMA DE ACTAS ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA FOLLETOS	27 DEFINICIÓN DE LINEA GRÁFICA PARA FOLLETOS	28 DEFINICIÓN DE LINEA GRÁFICA FOLLETOS. CRACIÓN DE BOCETOS.	29 DIAGRAMACIÓN DE FOLLETOS.	30 DIAGRAMACIÓN DE FOLLETOS		

icalendario.net

Figura 3.4- Calendarización del proyecto (septiembre 2016)  
Elaboración propia.

## Octubre 2016

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3 FIRMA DE ACTAS VALIDACIÓN DE DIAGRAMACIÓN.	4 DIAGRAMACIÓN DE FOLLETOS	5 DIAGRAMACIÓN DE FOLLETOS	6 DIAGRAMACIÓN DE FOLLETOS.	7 DIAGRAMACIÓN DE FOLLETOS	8	9
10 FIRMA DE ACTAS	11 VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	12 VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	13 VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	14 VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	15	16
17 FIRMA DE ACTAS REALIZACIÓN DE CAMBIOS FINALES EN LAS PIEZAS	18 REALIZACIÓN DE CAMBIOS FINALES EN LAS PIEZAS	19 REALIZACIÓN DE CAMBIOS FINALES EN LAS PIEZAS	20 REALIZACIÓN DE CAMBIOS FINALES EN LAS PIEZAS	21 REALIZACIÓN DE CAMBIOS FINALES EN LAS PIEZAS	22 TERCERA ENTREGA (Avance del proyecto)	23
24 FIRMA DE ACTAS ULTIMA VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	25 ULTIMA VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	26 ULTIMA VALIDACIÓN DE TODAS LAS PIEZAS	27 AJUSTES FINALES EN TODAS LAS PIEZAS	28 AJUSTES FINALES EN TODAS LAS PIEZAS	29	30
31 FIRMA DE ACTAS CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.						

icalendario.net

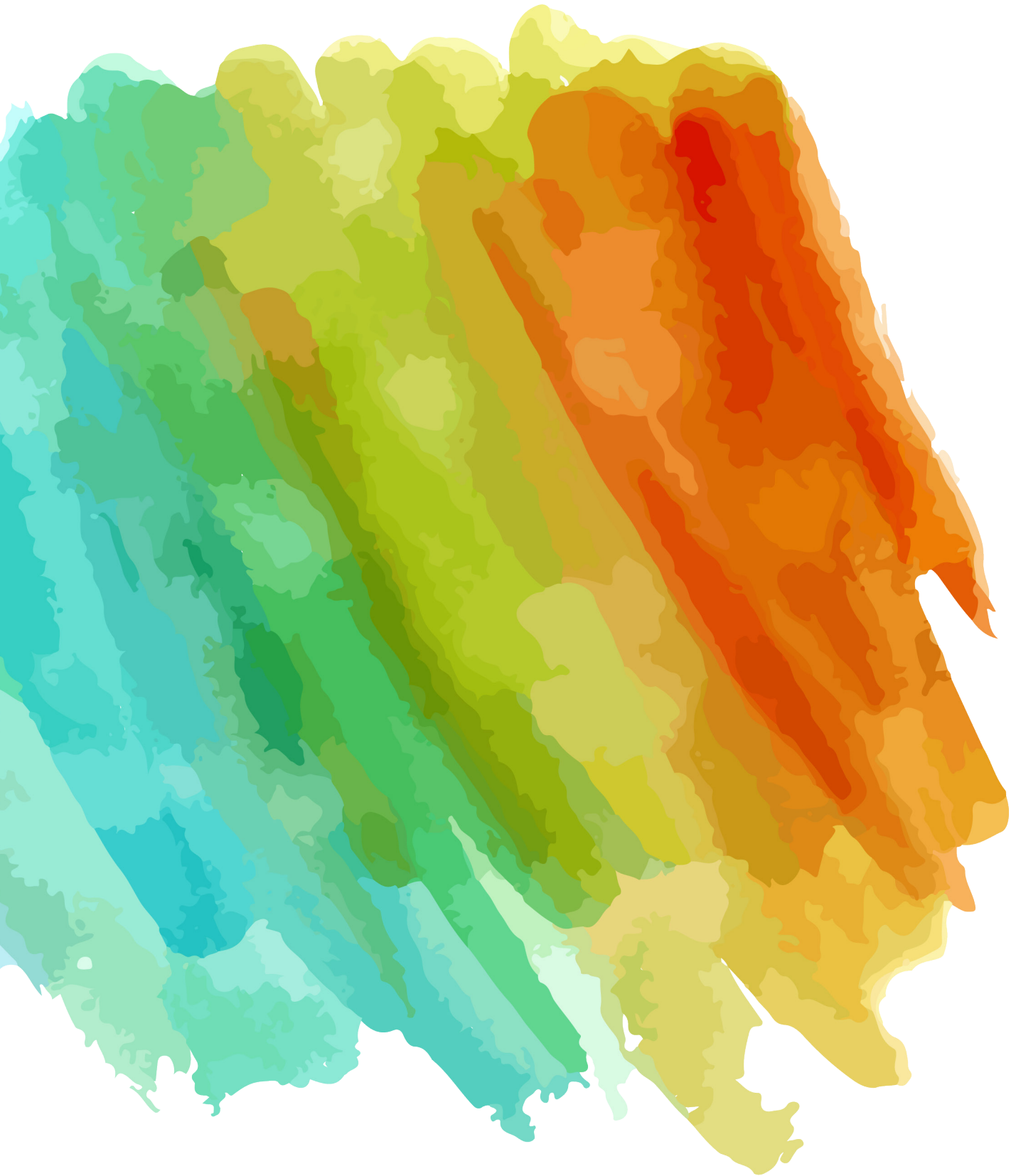
Figura 3.5 - Calendarización del proyecto (octubre 2016)  
Elaboración propia.

## Noviembre 2016

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	1 CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.	2 CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.	3 CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.	4 CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.	5	6
7 FIRMA DE ACTAS CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.	8 CREACIÓN Y DIAGRAMACIÓN DE INFORME FINAL.	9 VERIFICACIÓN DE ÚLTIMOS DETALLES	10 VERIFICACIÓN DE ÚLTIMOS DETALLES	11 VERIFICACIÓN DE ÚLTIMOS DETALLES	12 <b>CLAUSURA</b>	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

icalendario.net

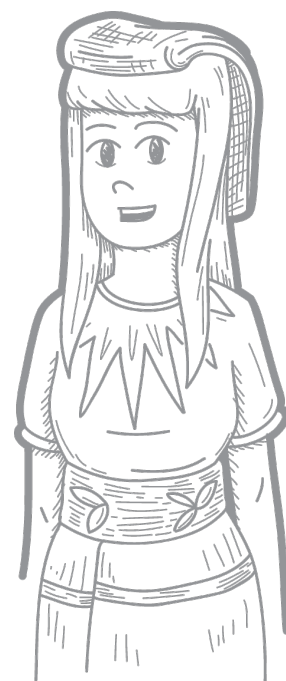
Figura 3.6- Calendarización del proyecto (noviembre 2016)  
Elaboración propia.





“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



*Marco teórico*

# *Tematización para el marco teórico:*

## **DIMENSIÓN SOCIAL Y ÉTICA:**

- » Política de género.
- » Igualdad de género.
- » Violencia de género.
- » PMA Guatemala.
- » Alimentación en Guatemala.
- » Índices de desnutrición en Guatemala.
- » Educación para adultos.

## **DIMENSIÓN FUNCIONAL Y ESTÉTICA:**

- » Diseño.
- » Diseño gráfico.
- » Alfabeto visual.
- » Proceso de comunicación.
- » Diseño editorial.
- » Diseño multimedia.
- » Diseño de infografías.
- » Motion graphics.
- » Mapas Mentales

## *Introducción:*


Para el proyecto a abordar con título "Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala. es pertinente dar inicio, realizando una investigación de los temas que explícita o implícitamente se lleguen a tratar a lo largo del desarrollo del proyecto, subrayando la importancia del conocimiento previo de temas generales o incluso predecibles y ,al mismo tiempo, temas un tanto más profundos para sentar las bases sobre las cuales se construirá el futuro proyecto, dándole así una base teórica sustentable y comprobable.

## *Dimensión social y ética:*

Para poder generar un cambio en la problemática identificada en los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala. es de vital importancia el conocer la política en materia de Género 2015 - 2020, siendo está el tema central de toda el proyecto.

PMA (2015) "La meta de la política PMA en materia de género es mejorar la vida de las mujeres, los hombres, las niñas y los niños a los que se presta asistencia, mediante la integración de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en la labor y las actividades del PMA en su totalidad. "

Dentro del Documento "Política en materia de Genero 2015 - 2020" realizado por el Programa Mundial de Alimentos en Abril de 2015 expone algunas definiciones importantes para poder entenderla y dicen:



**El género** se refiere a los roles, los comportamientos y las expectativas construidos socialmente, mientras que el sexo se basa en las características anatómicas y biológicas que definen a los hombres y las mujeres. La concienciación en esta esfera es importante para la labor del PMA, ya que los roles de género pueden variar entre las distintas culturas y evolucionar con el tiempo, y la asistencia alimentaria del PMA puede favorecer cambios positivos.

**La igualdad de género** es el estado en el que hombres y mujeres disfrutan de iguales derechos y oportunidades. Para el PMA,

promover la igualdad de género significa prestar asistencia alimentaria en formas que atribuyan igual valor a las mujeres y los hombres, en función de sus diferencias, y que no discriminen a ninguno de los dos sexos. El tratamiento dado a las mujeres y los hombres debe ser imparcial y acorde con sus respectivas necesidades.

**El empoderamiento de las mujeres** es el proceso por el cual estas adquieren capacidad de elección, poder, posibilidades, control y autonomía en su propia vida. Constituye una meta en sí mismo. Para conseguirlo, las mujeres deben disponer no solo de iguales capacidades, igualdad de acceso a los recursos e iguales oportunidades que los hombres, sino también de la autonomía necesaria para poder disfrutar de esos derechos y oportunidades a fin de elegir y tomar decisiones en cuanto miembros iguales y de pleno derecho de la sociedad. Para el PMA, esto significa que las políticas y los programas de asistencia alimentaria deben crear unas condiciones que promuevan, y no que reduzcan, las posibilidades de empoderamiento de las mujeres.

El carácter transformador en materia de género se refiere a la modificación de las relaciones de género desiguales con el fin de promover la coparticipación en el poder, el control de los recursos y la toma de decisiones, y de apoyar la igualdad de género

y el empoderamiento de las mujeres. Para el PMA, una asistencia alimentaria de carácter transformador en materia de género consiste en el diseño y la aplicación de políticas y programas que reconozcan la importancia de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres para lograr resultados positivos en materia de desarrollo y promover los derechos humanos universales. (Página 5).

Todo lo anterior planteado por Programa Mundial de Alimentos, Pero, ¿Quiénes son esta institución? PMA es la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en todo el planeta.

En su página Web, PMA (2016) describe su labor como “Durante las emergencias llevamos alimentos a donde más se necesite para salvar las vidas de las víctimas de desastres naturales, de las guerras o conflictos civiles. Una vez que las emergencias han pasado, usamos los alimentos para ayudar a las comunidades a reconstruir sus vidas y ser autosuficientes.” Y luego como institución dicen que su visión “es la de un mundo en el cual cada hombre, mujer y niño tenga acceso en todo momento a la alimentación necesaria para llevar una vida activa y saludable.” Su trabajo es en pro de esta visión y cuentan con el apoyo de diferentes agencias hermanas de las Naciones Unidas, con sede en Roma.

Cada año el Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, ayuda a un promedio de 80 millones de personas en más de 75 países. La mayoría de los 11,500 funcionarios que laboran para el programa lo hacen en zonas remotas en donde aportan directamente a los más pobres que necesitan de su ayuda para no pasar hambre.

Por último PMA describe sus cuatro objetivos estratégicos:

1. Salvar vidas y proteger los medios de subsistencia en emergencias.
2. Respaldar o restablecer la seguridad alimentaria y la nutrición y crear o reconstruir los medios de subsistencia en contextos frágiles y después de una emergencia.
3. Reducir los riesgos y poner a las personas, las comunidades y los países en condiciones de satisfacer sus propias necesidades alimentarias y nutricionales.
4. Reducir la desnutrición y romper el ciclo intergeneracional del hambre.



Por otra parte, es importante mencionar que Según el periódico LA HORA (2014), dice que:

El representante en Guatemala del Fondo de Naciones Unidas para la Niñez (Unicef, por sus siglas en inglés), Christian Skoog, dijo hoy que Guatemala ocupa el quinto lugar a nivel mundial en casos de desnutrición crónica infantil y destacó que el problema genera más preocupación en las áreas rurales del país.

Skoog agregó que la desnutrición afecta a los menores de edad en situación de pobreza, pero también a muchos que no tienen problemas económicos, aunque en esos casos se debe a que no consumen alimentos balanceados y eso repercute en las estadísticas.

El representante de UNICEF reconoció los esfuerzos que el Estado ha hecho para reducir los casos de desnutrición crónica y aguda en el país, aunque recomendó a las futuras autoridades a no desatender los programas que mantiene, ya que los resultados se empezarán a ver en el mediano plazo.

Por su lado el Secretario de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SESAN), German González, expuso los resultados del estudio que se realizó en los departamentos de Sololá, Chimaltenango, Jalapa, Alta Verapaz, Quiché Totonicapán Suchitepéquez, Guatemala y Chiquimula.

El funcionario indicó que en 18 meses hallaron varias situaciones que los han llevado a implementar soluciones. “La población percibe que únicamente se necesitan otorgar alimentos, pero lleva más trabajo debido a que a los afectados se les debe evaluar para saber qué tan perjudicados están y posteriormente crear la cultura para distribuir los alimentos porque un niño no puede comer lo mismo que un adulto”, dijo el funcionario.

La SESAN indica que la tasa de desnutrición crónica en menores de cinco años es del 49.8 por ciento, la más alta del continente y una de las más altas del mundo, y los departamentos del nororiente del país son los más afectados, razón por la cual el gobierno creó el programa Pacto Hambre Cero con el que pretenden reducir en 10 por ciento los casos.

Más de 7 mil casos de desnutrición aguda en menores de cinco años se atendieron a nivel nacional en los diferentes hospitales, de los cuales más de 50 casos lamentablemente fallecieron.

Conociendo estos temas es importante también saber cómo abordarlos para que sean asimilables por nuestro grupo objetivo, es por eso que también es importante conocer la definición de Educación para Adultos, dada por la UNESCO:

designa la totalidad de los procesos organizados de educación, sea cual sea el contenido, el nivel o el método, sean formales o no formales, ya sea que prolonguen o reemplacen la educación inicial dispensada en las escuelas y universidades y en forma de aprendizaje profesional, gracias a las cuales las personas consideradas como adultos por la sociedad a la que pertenecen, desarrollan sus aptitudes, enriquecen sus conocimientos, mejoran sus competencias técnicas o profesionales o les dan una nueva orientación y hacen evolucionar sus actitudes o su comportamiento en la doble perspectiva de un enriquecimiento integral del hombre y una participación en un desarrollo socioeconómico y cultural equilibrado e independiente (Unesco, 1976).

---

## *Dimensión estética y funcional*

En función del proyecto es necesario dar inicio conociendo algunas definiciones que aportaran las bases teóricas al uso justificado de cada uno de los temas dentro de las propuestas gráficas.

### **¿QUÉ ES EL DISEÑO?**

Según Felipe Segundo (2016) en su página web, describe la Etimología de diseño: “tradicionalmente significa la configuración de objetos bi y tridimensionales, fabricados en serie por procesos industriales.”

Dentro de su texto también describe la definición proporcionada por el diccionario de la Real Academia que reza:

1. Traza o delineación de un edificio o de una figura.
2. Proyecto, plan
3. Concepción original de un objeto y obra destinados a la producción en serie.
4. Forma de cada uno de los objetos.
5. Descripción o bosquejo verbal de algo
6. Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Según estas definiciones podemos agruparlas en tres acepciones:

1. Diseño como proceso: planificación
2. Diseño como producto:
3. Materialización de la idea.

En este caso podemos decir que el proyecto cuenta con cada una de estas acepciones, dependiendo de la etapa en la cual, el proyecto, se encuentre.

#### DEFINICIONES DE DISEÑO:

**Reswich (1965)** “El diseño es una actividad creativa que supone la existencia de algo nuevo y útil sin existencia previa”.

**Archer (1965)** “Es una actividad orientada a determinados fines para la solución de problemas”

Albers (1988) “Diseñar es planear y organizar, relacionar y controlar. De forma breve abarca todos los mecanismos opuestos al desorden y al pensamiento y el hacer humano”

**Ricard (1982)** “El diseño interpreta y sirve a aquellas necesidades humanas que pueden ser cubiertas dando ciertas forma a productos, mensajes o servicios. La función de estos productos es la de ayudar al hombre en el mejor disfrute que él mismo crea”

**Frascara (2000)** “El diseño es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimientos, adquisición de nuevos conocimientos, uso de instituciones educadas y toma de decisiones”

El diseño se puede dividir en diferentes ramas:

- » Diseño Industrial: diseño de objetos:
- » Diseño arquitectónico: Proyectos de edificios, casas, oficinas,
- » Diseño de **interiores**: Decoración de proyectos arquitectónicos.
- » Diseño de **moda**: Diseño de indumentaria y prendas de vestir.
- » Diseño Gráfico: Construcción de todo tipo de mensajes gráficos.

También es importante saber la etimología y la definición de gráfico, que según el diccionario de la Real Academia, proviene del vocablo “Grafía”, que deriva del griego “Graphé” que significa escritura. Como sufijo “-grafía” significa descripción, tratado, escritura o representación gráfica.

Felipe Segundo (2016) Continúa describiendo definiciones de “grafico” en su texto:

- » Perteneciente o relativo a la escritura y a la imprenta.
- » Dicho de una descripción, de una operación o de una demostración que se representa por medio de figuras y signos.
- » Dicho de un modo de hablar, que expone las cosas con la misma claridad que si estuviera dibujadas.
- » Representaciones de datos numéricos por medio de líneas que hacen visible la relación que estos datos guardan entre sí.

Conociendo lo anterior, Segundo habla de la definición de diseño gráfico: (Segundo, 2016) “Diseño gráfico es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación.”

Campos de Acción del diseño gráfico:

- » **Identidad corporativa:** Logotipos, manuales de identidad, papelería e impresos, rotulación de vehículos, señalética, rótulos, etc.
- » **Diseño Editorial:** Periódicos, revistas, libros, prospectos, manuales de instrucciones, etc.
- » **Diseño Publicitario:** Anuncios, carteles, vallas, folletos, etc.
- » **Diseño Multimedia:** Grafismos para la televisión, interfaces gráficas, páginas web.
- » **Diseño de Empaque:** Embalajes, cajas, bolsas, Etc.
- » **Diseño Tipográfico:** Fuentes o tipos de letras.

Segundo en su texto habla de una secuencia de pasos que el diseñador gráfico sigue al momento de realizar cualquier proyecto:



DISEÑO GRÁFICO	
FASE PRELIMINAR (etapa analítica)	Identificar necesidades, información, y documentación, contacto.
	Reunión para la guía de trabajo.
	Considerar el mensaje y el receptor, presupuesto del proyecto.
FASE CREATIVA	Bocetos, formato, papel, ilustraciones, fotografía.
	Acotados, bocetos a escala.
	Fase de selección, presentación al cliente.
FASE DE DESARROLLO	Organizar la impresión, fotocomposición, ilustraciones.
	Realizar dummy.
	Impresión de productos.
	Evaluación.

Tabla 4.1 - Fases del Diseño Gráfico  
 Segundo, F, Fases del Diseño Gráfico [tabla], página 4  
 Recuperado de: [http://www.cesfelpesegundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno\\_Grafico\\_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%F1o.pdf](http://www.cesfelpesegundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%F1o.pdf)

Cabe recordar que como dice Bassofia en su blog (Bassofia, 2008) “cada vez que diseñamos algo o elaboramos alguna pieza visual, utilizamos diferentes elementos visuales que constituyen la sustancia básica de todo lo que vemos, lo que algunos conocen como el Alfabeto Visual” conteniendo este:

- » El Punto
- » La Línea
- » El Contorno
- » La Dirección
- » El Tono
- » El Color
- » La Textura
- » La Dimensión
- » La Escala
- » El movimiento

Bassofia continúa explicando que si manejamos estos 10 elementos fluidez, lograremos transmitir poderosos mensajes en cada una de nuestras composiciones.

En este sentido, los principales responsables de lo que actualmente conocemos sobre la interacción y el efecto de la percepción humana a colores e imágenes se debe a los estudios y experimentos realizados por la Gestalt, famosa también entre los alumnos de las escuelas de psicología.



Quizás su principal teoría sea el postulado de que para abordar la comprensión y el análisis de cualquier sistema, se requiere conocer de antemano, cómo este está constituido por sus partes interactuantes, mismas que pueden aislarse y observarse en completa independencia para luego recomponerse en un todo.

En otras palabras, “Que no es posible cambiar una sola unidad del sistema sin modificar el conjunto”.

Utilizar cada uno de estos componentes visuales básicos, tanto para analizar como para elaborar nuestros propios trabajos, es un excelente método y que asegura el éxito en cada una de nuestras empresas.

Por ejemplo: La dimensión es un elemento visual preponderante en la arquitectura y escultura. Permitió el desarrollo de la perspectiva durante el renacimiento en obras visuales como la pintura y el dibujo, siempre en forma implícita.


Pero nunca se manifestó con mayor sutileza y perfección que en el film, ya sea fijo [fotografía] o en movimiento [cine].

Así las cosas, quien determina la elección de énfasis de los elementos visuales, la manipulación de esos elementos para lograr un determinado efecto, está en manos de nosotros mismos, los artistas, el artesano, el diseñador, en fin, los creadores son los primeros visualizadores de cada pieza. (Bassofia, 2008).

Teniendo todo lo anterior en cuenta, debemos conocer y analizar el proceso de comunicación dado entre un emisor y un receptor, interactuando el mensaje, el canal, el código, etc. Y cómo dice David K. Berlo en su página web:

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado. (Berlo. K. 2016).



Teniendo presente la información anterior, y conociendo los distintos temas que abarcan el diseño es importante también hablar sobre algunas de las ramas de Diseño Gráfico. Empezando por el diseño editorial y Cómo menciona FIORI SANTA MARIA en su artículo en línea:

Si hay alguna frase que cae de perillas para el mundo del Diseño Editorial, esa es: “todo entra por los ojos”. En una sociedad donde los seres humanos tienen hasta un 90% de más memoria visual que auditiva o kinestésica, queda claro porque el impacto de las imágenes es tan vital para cuanto medio impreso o virtual existe. Esta característica, naturalmente, obliga a cada libro, revista, periódico u otro similar, a causar una buena impresión de entrada, como el postulante que va a una primera entrevista de trabajo. ¿Por qué el Diseño Editorial es tan importante?

La gente compra un medio -además por su contenido literal-, por el estímulo visual que representan sus páginas (iniciales o finales), por la contundencia del diseño exterior o interior de la publicación y el concepto gráfico condensado en él. El potencial comprador, en poquísimos segundos, examina los detalles visibles y posibles y hace su elección. Y aunque no lo crea, lo ve prácticamente todo. Desde la imagen de la portada, la contraportada, el color, los títulos, la organización de la información, la línea gráfica editorial que supone y todo lo que a su juicio la hace sobresalir de otros textos o páginas web. Si bien es cierto que el contenido (la línea ideológica, informativa u otros) es un factor esencial, se da por descontado que las personas eligen lo que leen empujados por las imágenes que ven, la sensación positiva que les produce y lo que les dicen los paratextos (los titulares de la portada, las llamadas de los periódicos). No importa que no sepan qué hay en el interior o qué tipo de textos hallarán. Si a primera vista el medio les atrae, lo adquirirán. Así de simple.

El diseño por tanto, es la llave de acceso a la popularidad, por lo que se comprende la necesidad de poseer una gráfica que destaque por sobre los demás. Esto se constata a cada momento, en cualquier librería que se recorre, en la biblioteca que se camina, en el puesto de venta de periódico al que acude, en los anaqueles de revistas de los centros comerciales que se frecuentan. Lo primero que elegimos es lo que más nos atrae visualmente. Así ha sido desde que la industria gráfica, potenciada por el perfeccionamiento del software de diseño, alcanzó su madurez. Todas las grandes publicaciones y periódicos que han tenido éxito (desde Rolling Stones, Time, El País de España, El Comercio, Newsweek, Sport Illustrated, Etiqueta Negra, Caretas, etcétera) lo han sabido. La primera impresión cuenta. Y mucho.

## ¿QUÉ ES EL DISEÑO EDITORIAL?

El Diseño Editorial es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos. Decimos especializada porque cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares. Ningún proyecto de línea editorial puede parecerse al de otro salvo en aspectos generales. Hay un tipo de diseño único para cada tipo de publicación, por lo cual se requiere de profesionales capaces de alcanzar un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica.

Por tanto, un excelente diseño editorial radica en lograr una unidad armónica y comunicativa entre el interior, exterior y contenido del texto. ¿Cómo se logra eso? Teniendo en cuenta una variedad de factores. En principio, lograr una coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de una publicación. No se puede armar, por ejemplo, una revista de temas literarios con el aspecto de una publicación deportiva. Ni sugerir variedad de colores para una revista de esencia política. Cada tipo de publicación tiene sus especificaciones desde lo estético hasta el contenido, derivadas de los objetivos editoriales y según a qué tipo de público va dirigida la publicación (aspectos sociales, culturales y de género).

Para lograr el mercadeo exitoso de cualquier publicación, también es importante tener en cuenta la evolución y las tendencias del género

en el que estará. Ya sea negativo o positivo, los diseños editoriales de otras publicaciones deben ser considerados como referentes a la hora de emprender la tarea de crear un nuevo diseño editorial para sacar mejores conclusiones. Es evidente que las tendencias y estilos de diseños de todo tipo cambian y evolucionan a través del tiempo. No es el mismo un diseño de los años 90 a uno actual y no apelan a las necesidades y gustos de la misma manera. El estilo y las tendencias actuales son clave para el mercadeo exitoso de toda publicación.

## ETAPAS DEL DISEÑO EDITORIAL

El proceso para el diseño editorial pasa fundamentalmente por 4 etapas generales: creación, edición, producción y diseño. Visto desde el punto de un departamento o equipo de diseño gráfico, la concepción del estilo de un medio impreso o virtual tiene como objetivo elaborar un proyecto de imagen y diseño de acuerdo a las características del medio. En la creación se evalúa antes de empezar todos los detalles, desde el tipo de producto que se va a publicar (periódico, folleto, revista, libro, catálogo, etcétera) a los elementos que contendrá. Y de acuerdo a sus peculiaridades, se define el contenido y el tipo de lector al que se va a llegar.

Una vez definido el tipo de publicación, ya se puede pensar en el estilo. En él caben el pensamiento de todos los detalles gráficos, qué tipo de letra se usará, tipo de papel, el tamaño del medio, logotipo, nombre, organización del texto, número de titulares, entre otros aspectos. En este proceso de edición el margen de prueba y error son muy altos ya que usualmente, aunque se tenga la idea del producto lista, es probable que hasta encontrar el punto de acabado que se desea, todo pase por más de un experimento. Es la etapa más laboriosa del proceso y la más productiva en términos de creatividad. Si en la creación definíamos una idea, en la edición la puliremos y encontraremos su forma final.

Luego viene la fase del diseño en sí, donde todos los elementos pensados, definidos y planificados, literalmente se hacen realidad. En esta etapa se



determinan los espacios desde el tamaño y proporción de las hojas, hasta el acomodo visual de los elementos (tamaño de las fotos, columnas, espacios blancos, tonalidades, numeraciones, etcétera) para generar una mejor solución estética y funcional. El reparto de los elementos gráficos exige una alta preparación del diseñador gráfico. La combinación de los diferentes elementos debe ir alineada en todo momento con el tipo de publicación, con las ideas y género del mismo, e ir en sintonía con los contenidos. Finalmente, viene la etapa de la producción, donde todo lo anteriormente planificado adquiere su forma final. La parte textual y gráfica se funden y forman un solo cuerpo, y todos aquellos elementos antes puestos en el papel, son plasmados definitivamente. (SANTA MARIA, FIORI 2014).

La página de artículos en línea Wikipedia.com (2016) define al Diseño Multimedia como “El Diseño Multimedia está compuesto por la combinación de diversas ramas, que engloban texto, fotografías, videos, sonido, animación, manipulada y volcada en un soporte digital.”

Otra de las ramas importantes del diseño gráfico es el diseño de infografías, ampliamente usadas en el ámbito gráfico, ya que son fáciles de entender, amigables con el usuario y aportan mucha información al cliente final. Ofifacil.com explica en su página web información sobre el diseño de infografías, ¿Qué son?, sus clasificaciones y algunos otros datos importantes:

La Infografía es una combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión.

Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente.

Aunque los cuadros gráficos tienen una existencia que data de muchísimos años atrás, las infografías (del inglés informational graphics) han revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial. De acuerdo con Richard Curtis, director de fotografía y diseño de dicho diario, “la gente lee los gráficos primeros; algunas veces es la única cosa que leen”.

Las infografías son tremendamente útiles y esenciales para representar la información que es complicada de entender a través del puro texto. Con un simple golpe de vista se puede entender hasta las cosas más complicadas, y además son más fáciles de asimilar y recordar.

Cuando el objetivo es explicar, los infográficos permiten que materias o contenidos muy complicados – que de usar elementos verbales se perderían en un cúmulo de palabras – puedan ser comprendidas de manera rápida y entretenida y sobretodo de forma muy visual que ayuda a la comprensión.

De esta forma, la información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto. Además, sirven de elementos diferentes que permiten otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinadas con textos y fotografías para maximizar la comprensión de lo que es está informando.

Un buen cuadro gráfico debe ser sencillo, completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta. Para ello, hay que realizar previos bocetos que presenten diferentes posibilidades. Posteriormente, hay “que escoger la más apropiada de las ideas, aquella que más ayude al lector y que combine mejor con la información”.

Las infografías pueden dividirse en las categorías de gráficos, mapas, tablas y diagramas.

Las aplicaciones más comunes de la infografía son:

- » **infografía periodística**
- » **infografía online**
- » **infografía arquitectónica**
- » **infografía instructiva**
- » **infografía cartográfica.**

Para el proyecto se creara una infografía de tipo periodística, ya que el contenido será estadístico e informativo acompañado de apoyos visuales, características propias de este tipo infográfico.

Escribir la historia con palabras e ilustrarla con dibujos es lo que debe hacer un buen infografista. Existen niveles para la catalogación de los infografistas y esto depende de sus habilidades para trabajar los gráficos. Actualmente, las computadoras Macintosh, con sus programas Freehand e Illustrator ayudan a organizar en ilustrar un gráfico con mucha mayor facilidad que hacerlo manualmente. Pero requieren de mucha habilidad, creatividad y pensamiento crítico. Igualmente de una capacidad para trabajar en equipo, pues “el artista, editor y computadora deben trabajar en armonía para obtener impactantes, llamativos y elaborados gráficos informativos”. Y pensar muchísimo para desarrollar la creatividad y crear nuevas soluciones. (Ofifacil.com, 2010).

Siguiendo con las ramas o sub-ramas que tiene el diseño gráfico, en función del proyecto a realizar es pertinente hablar sobre el Motion Graphics que Valdivieso, Concepción (2015) (Valdivieso, 2015) textos e imágenes en movimiento acompañados de una buena musicalización transmiten mensajes con dinamismo, son realmente atractivos visualmente y ayudan a capturar la atención del grupo objetivo, por lo tanto su poder de comunicación es bastante potente, su función en la educación es transmitir conceptos de manera más comprensible para el espectador.

Valdivieso, continúa en su texto diciendo que hablar de motion graphics es hablar directamente de diseño gráfico y sus aplicaciones en infografías, y en diseño de animación.

Considerando lo anterior, es pertinente hablar sobre Mapas mentales y su aplicación dentro del proyecto a realizarse. Como dice Queesunmapamental.com (2014) en su página los mapas mentales son uno de los métodos más



eficaces para extraer y memorizar la información. “Son una forma lógica y creativa de tomar notas y expresar ideas que consiste, literalmente, en cartografiar sus reflexiones sobre un tema” (“Mapa Mental - ¿Qué es un mapa mental?”, s/f)

Se dice que la mayoría de los mapas mentales tienen elementos en común, todos tienen una estructura radial y orgánica que parte de un núcleo en el que las líneas, los símbolos, las palabras, los colores y las imágenes sirven para que conceptos sencillos y lógicos puedan ser ilustrados.

Esto nos da la posibilidad de transformar una aburrida y larga lista de información en diagramas llenos de color, fáciles de mantener en la memoria y bastante bien organizados, los cuales funcionan del mismo modo en que el cerebro humano funciona.

Queesunmapamental.com nos dice en su página que un mapa mental cuenta con 5 características básicas:

- » “La idea, el asunto o el enfoque principal se simboliza en una imagen central.
- » Los temas principales irradian de la imagen central como bifurcaciones.
- » Las bifurcaciones incluyen una imagen o palabra clave dibujada o impresa en su línea asociada.
- » Los temas de menor importancia se representan como ramas de la bifurcación oportuna.
- » Las bifurcaciones forman una estructura de nodos conectados.” (“Mapa Mental - ¿Qué es un mapa mental?”, s/f)

Añadido a esto yosoyarual en su presentación en línea explica que el británico Tony Buzan fue el precursor de esta técnica, esto con el objetivo de: “Fortalecer las conexiones sinápticas que tienen lugar entre las neuronas de la corteza cerebral (...) Al utilizar el mapa mental se produce un enlace electro - químico entre los hemisferios cerebrales de tal forma que todas nuestras capacidades Cognitivas se concentran sobre un mismo objeto y trabajan armónicamente” (“MAPAS MENTALES”, 10:20:55 UTC).

## *Conclusiones*

Según la base teórica sustentable y comprobable, entender los conceptos básicos de la teoría sobre Materia de Género proporciona a los futuros materiales, la orientación lingüística y gráfica necesaria para ser comprendidos por el grupo objetivo al que se apunta.

El diseño gráfico como estudio, ayuda a la institución aportando soluciones visualmente funcionales respondiendo a la necesidad de comunicar temas complejos dirigidos al grupo objetivo.

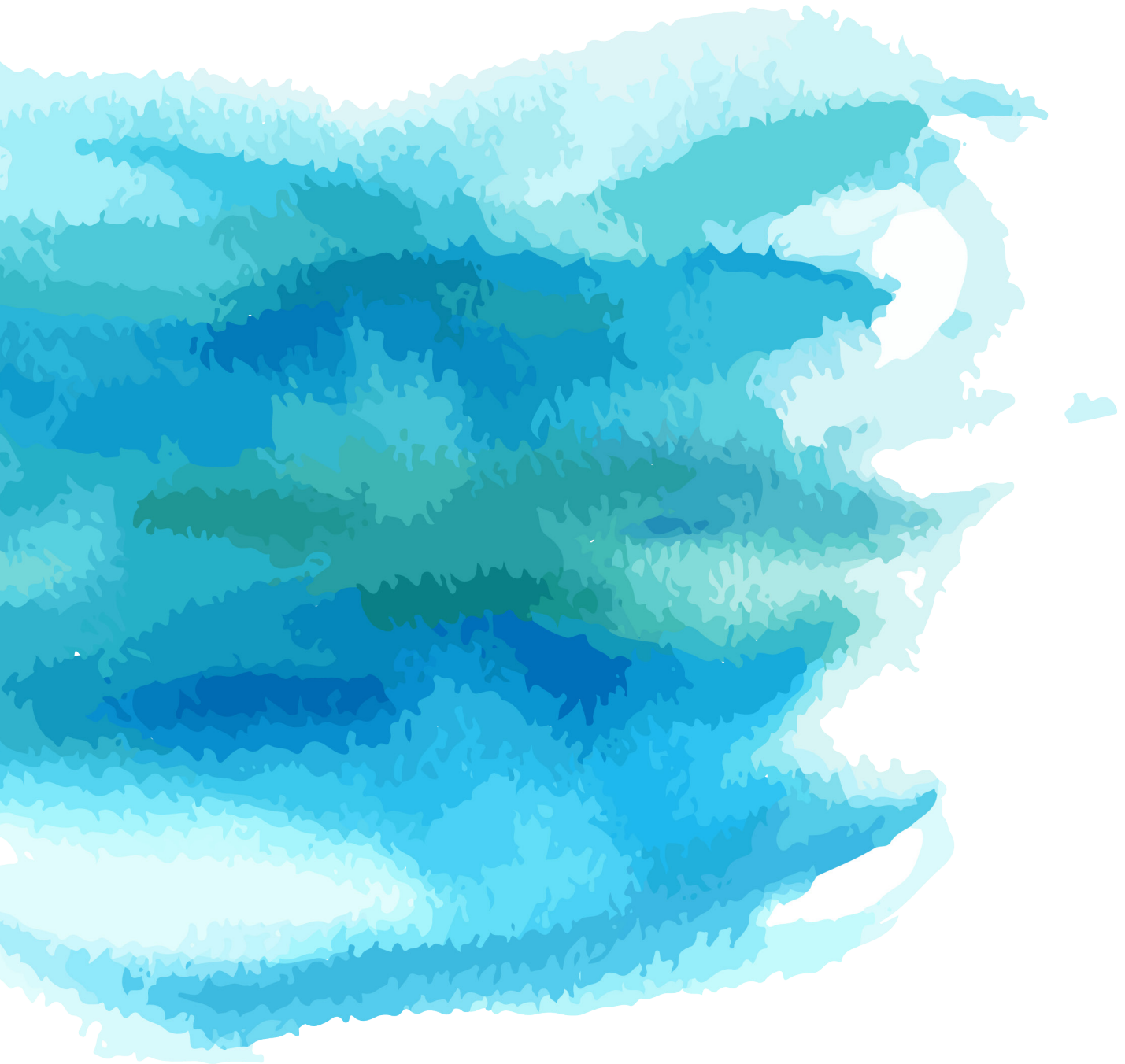
El alfabeto visual como base del diseño será de uso imprescindible al momento de tomar decisiones visuales tales como el punto focal en donde la atención del usuario se verá concentrada, o la utilización de líneas verticales u horizontales para reforzar el concepto creativo.

Es de vital importancia abordar a la Identidad corporativa apegándose rigurosamente al manual de marca provisto por la institución, asegurando de esta manera la correcta relación marca - material, consiguiendo el respaldo necesario para crear alta veracidad de la información contenida.

Se concluye que el uso de la infografía como técnica de comunicación provocara que la atención del grupo objetivo al cual se dirigen los materiales se vea potencializada, gracias a las características propias de la técnica, al igual que la utilización de la técnica Motion Graphics, que será empleada para transmitir la información del tema central de la problemática.

La utilización de un mapa mental dentro de la animación del motion graphics es dada gracias al aporte que la técnica tiene sobre los procesos de aprendizaje, ayudando a que las conexiones sinápticas se fortalezcan al momento de asociar ideas con ilustraciones.

A través del entendimiento del estudio del diseño editorial, se concluye que, el diseño de folletos breves provee facilidad de manipulación de la información contenida en ellos, aparte de ser un medio de difusión que no genera gastos más allá de la creación y elaboración de los mismos, es decir no genera un costo por reproducción o visualización extra.

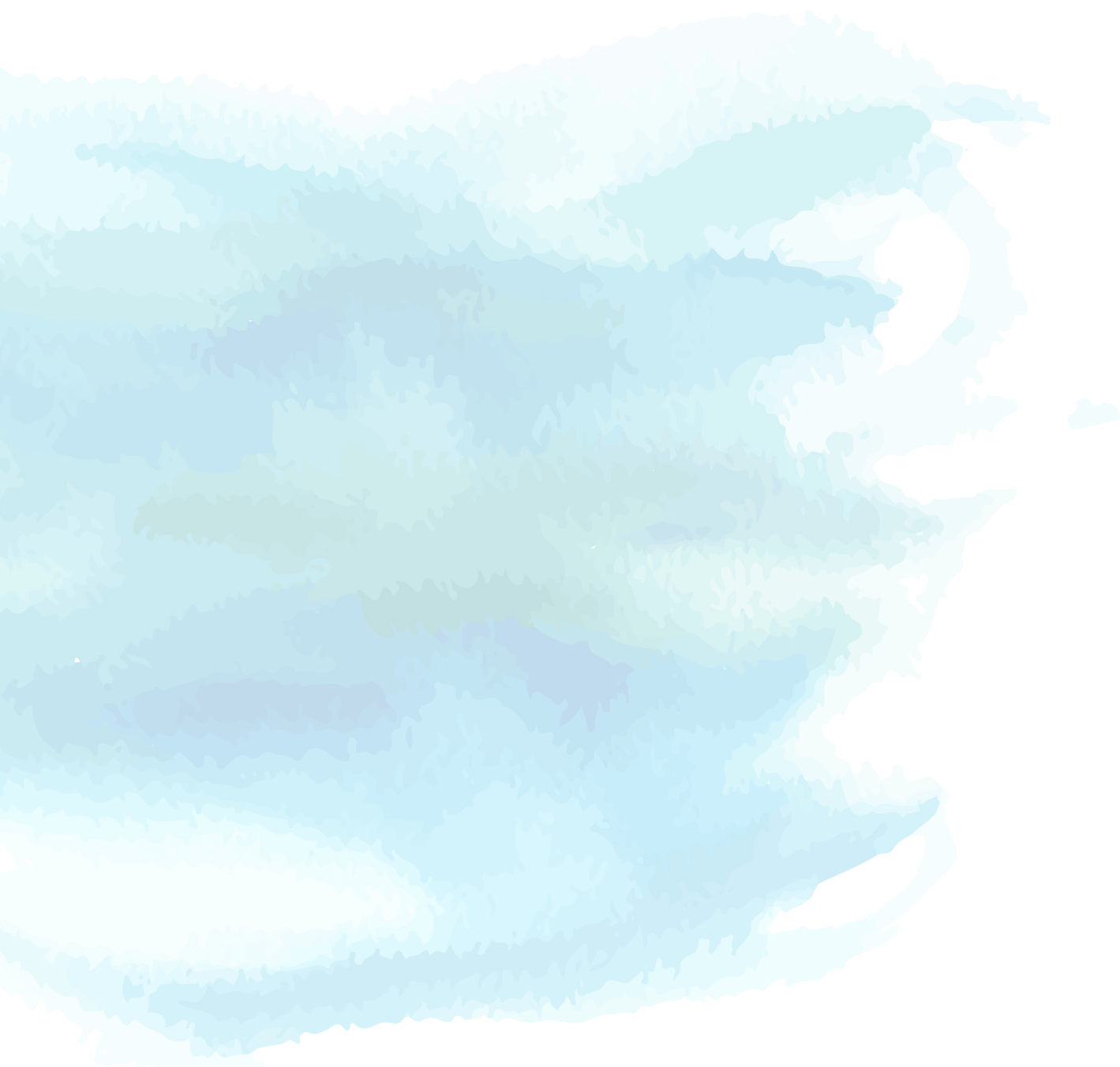


“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



# *Definición Creativa*





# Brief Creativo

## ¿QUIÉN ES LA INSTITUCIÓN?

El Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala. es la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en todo el planeta.

Durante las emergencias llevan alimentos a donde más se necesite para salvar las vidas de las víctimas de desastres naturales, de las guerras o conflictos civiles. Una vez que las emergencias han pasado, usan los alimentos para ayudar a las comunidades a reconstruir sus vidas y ser autosuficientes.

## RETO DE LA INSTITUCIÓN:

Facilitar el traslado de información teórica contenida en La Política en Material de Género 2015 – 2020 y su impacto en la sociedad guatemalteca en apoyo a los procesos de capacitación, a través de diferentes piezas gráficas, el éxito será medido a través del número de visualizaciones que tengan las piezas en las plataformas propias de la institución, también con la mejora de la puesta en práctica de la teoría facilitada en las diferentes pieza.

## PIEZAS SOLICITADAS:

- » Motion Graphics
- » Giganto – infografía
- » Folletería informativa institucional

## MENSAJE:

Política en Materia de Género 2015 – 2020 dirigida al personal interno del programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Guatemala – PMA -.

## PREMISAS INSTITUCIONALES:

- » 3 versiones de logo permitidas únicamente con diferentes variaciones de color.
- » Espacios mínimos de seguridad al colocar el logotipo de la institución.
- » Color azul institucional
- » Tipografía: VERDANA principal y GEORGIA secundaria.
- » Iconografía básica.
- » Ejemplos de uso.
- » Retículas básicas.

# Referentes Visuales

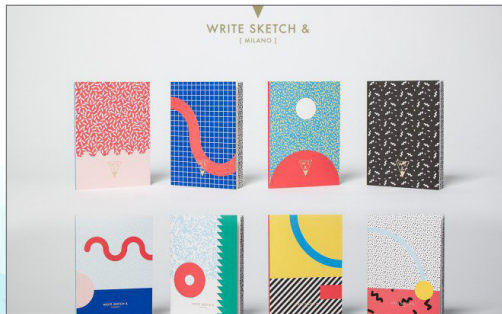


Figura 5.1 - Modern Retro Style  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

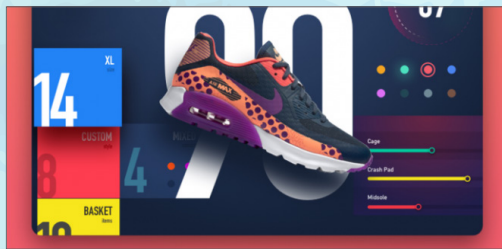


Figura 5.2 - Material design  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>



Figura 5.3 - Bright, bold colors  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

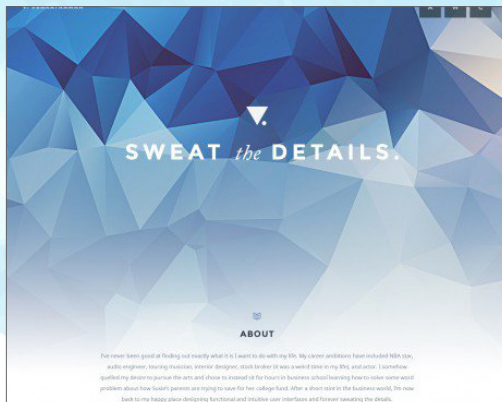


Figura 5.4 - Geometric Shapes  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

## 01. MODERN RETRO STYLE

A diferencia de los "viejos" retro-estilos de época o que dibujan desde principios de 1900 a través de la 60s- "moderna" retro toma sus influencias estilísticas de décadas más recientes, a finales del 1970 a través de los años 90. Piense primeros PCs y video juegos, pixel art, y temas espaciales: nerd es el nuevo fresco.

## 02. MATERIAL DESIGN

El diseño de materiales como "Flat 2.0", ya que, en muchos aspectos, es una actualización de la tendencia de diseño plano, la adición de la luz / sombra, profundidad y movimiento por una sensación más táctil de realismo.

## 03. BRIGHT, BOLD COLORS

Esta tendencia sería un alejamiento de las gamas de colores más apagados, 1960 inspirado en el de favorecer pasteles brillantes, luces de neón y colores más vivos y saturados. Informe Color del resorte 2016 de Pantone cae justo en línea con esta predicción.

## 04. GEOMETRIC SHAPES

Formas y patrones geométricos son un motivo que se alinea con algunas de las tendencias de los años 80.

También mantener un ojo hacia fuera para un estilo conocido como "low poly", que tiene su inicio como una técnica de modelado 3D para videojuegos. Este aspecto angular, facetado continuará a aparecer fuera del mundo de los juegos, en los proyectos web y de impresión.

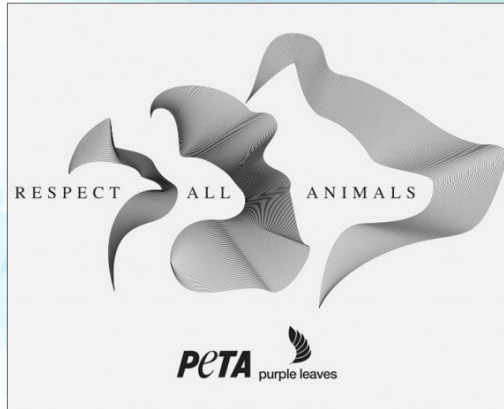


Figura 5.5 - Negative Space  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

## 05. NEGATIVE SPACE

El espacio negativo y / o blanco es una parte esencial de cualquier buen diseño. Sin embargo, se utiliza estratégicamente, espacio negativo puede ser una forma inteligente para añadir significado más profundo o doble a sus diseños, en particular para proyectos logotipo y la marca.

O simplemente puede ayudar a darle a su composición un aspecto más mínimo.

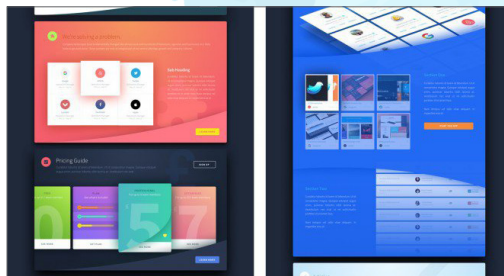


Figura 5.6 - Modular Layouts  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

## 06. MODULAR LAYOUTS

Diseños modulares o basados en tarjetas han sido adoptados por algunas de las marcas más importantes para sus sitios web y aplicaciones móviles. Pero la organización de diseños (de todos los medios) de acuerdo con una cuadrícula no es nada nuevo.



Figura 5.7 - Dramatic Typography  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

## 07. DRAMATIC TYPOGRAPHY

De acuerdo con esta tendencia, la tipografía no es sólo para lectura es para hacer una declaración. Esté atento a los grandes en negrilla que es el centro de atención. Puede crear un drama a través de tamaño, sino también a través del color, la textura o el arreglo.

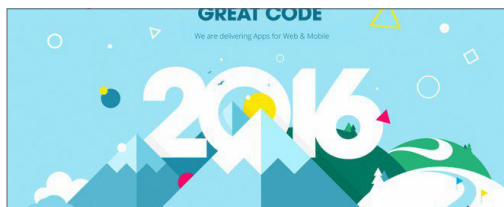


Figura 5.8 - Custom Illustrations  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

## 08. CUSTOM ILLUSTRATIONS

A medida que las marcas siguen abrazando el pensamiento de diseño y otros enfoques de diseño centrada, esta táctica de hacer las imágenes más personalizada y relevante debe seguir creciendo.

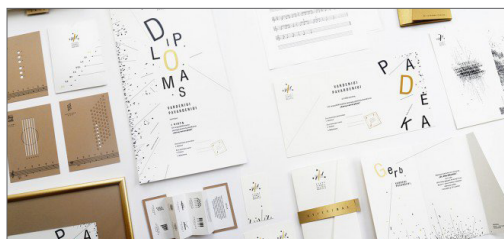


Figura 5.9 - Abstract, minimalist style  
Kliever, J. (2016), ilustración sobre Design Trends 2016 [fotografía]  
Recuperado de: <https://designschool.canva.com/blog/design-trends-2016/>

## 09. ABSTRACT, MINIMALISTIC STYLE

En contraste con los estilos de diseño más extravagantes, 1980 de inspiración que hemos visto hasta ahora, esta tendencia se basa en el minimalismo y la deconstrucción o distorsionar formas reconocibles.





Figura 5.10 - Referencia visual sobre ilustración 1  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152031/>

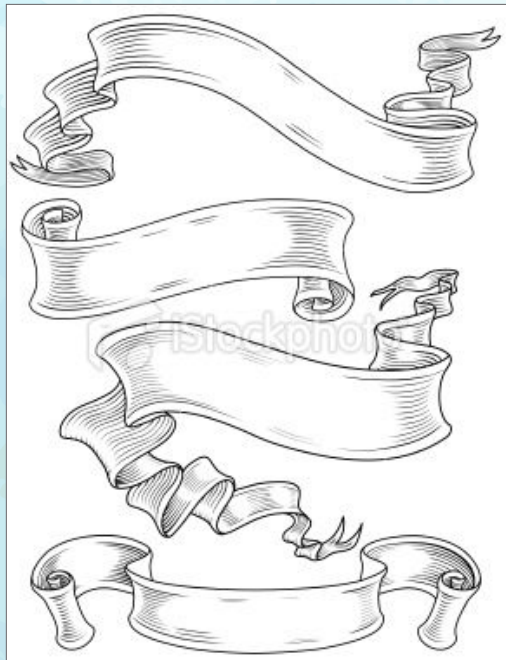


Figura 5.11 - Referencia visual sobre ilustración 2  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152007/>

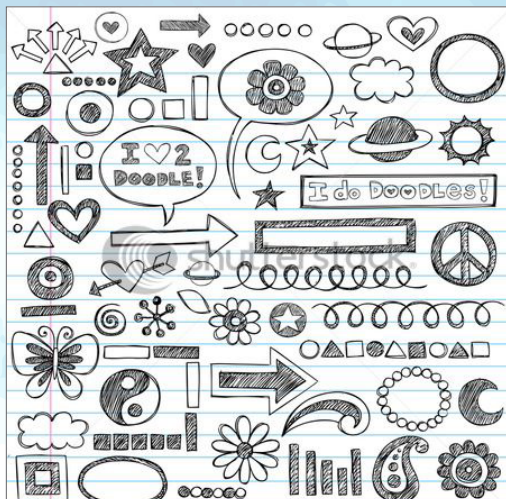


Figura 5.12 - Referencia visual sobre ilustración 3  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152039/>



Figura 5.13 - Referencia visual sobre ilustración 4  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152000/>





Figura 5.14 - Referencia visual sobre ilustración 5  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060151997/>

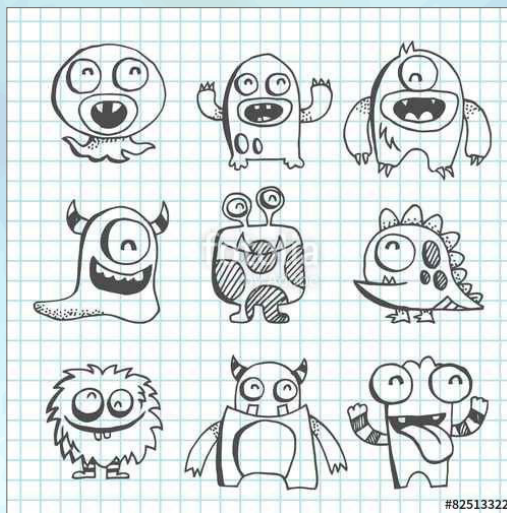


Figura 5.16 - Referencia visual sobre ilustración 7  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060161530/>

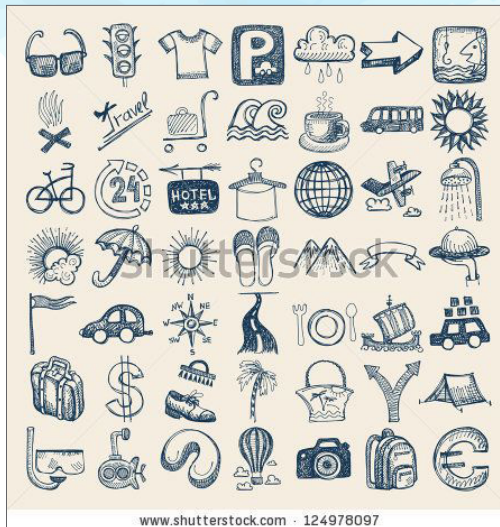


Figura 5.17 - Referencia visual sobre ilustración 8  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152044/>



Figura 5.15 - Referencia visual sobre ilustración 6  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060161502/>



Figura 5.18 - Referencia visual sobre ilustración 9  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152066/>



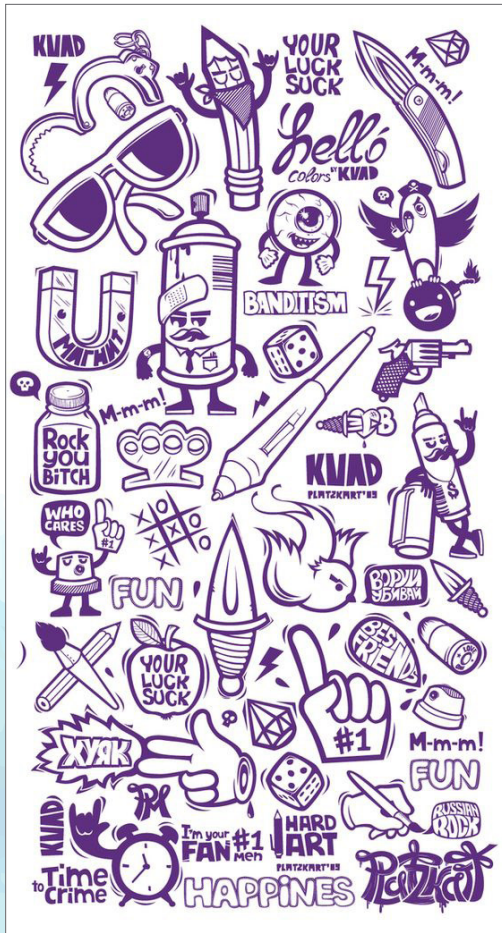


Figura 5.19 - Referencia visual sobre ilustración 10  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060151994/>

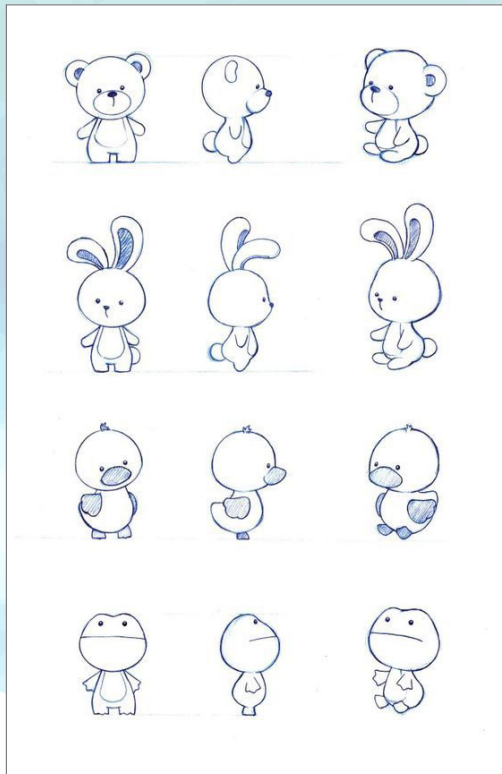


Figura 5.20 - Referencia visual sobre ilustración 11  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060151992/>



[www.dafont.com/es/theme.php?cat=715](http://www.dafont.com/es/theme.php?cat=715)

Figura 5.21 - Referencia visual sobre ilustración 12  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152029/>



Figura 5.22 - Referencia visual sobre ilustración 13  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152004/>



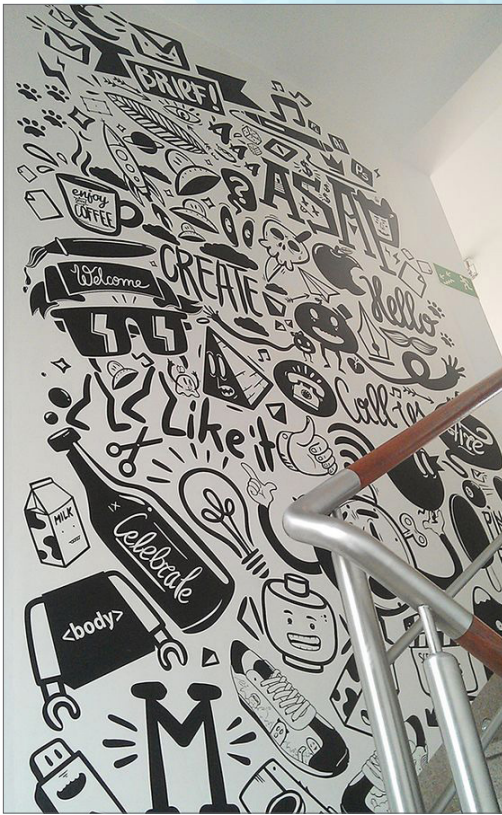


Figura 5.23 - Referencia visual sobre ilustración 14  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060151993/>



Figura 5.24 - Referencia visual sobre ilustración 15  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060162750/>



Figura 5.25 - Referencia visual sobre ilustración 16  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060151999/>



Figura 5.26 - Referencia visual sobre ilustración 17  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029060152049/>





Figura 5.27 - Referencia visual sobre infografía 1  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029058148289/>

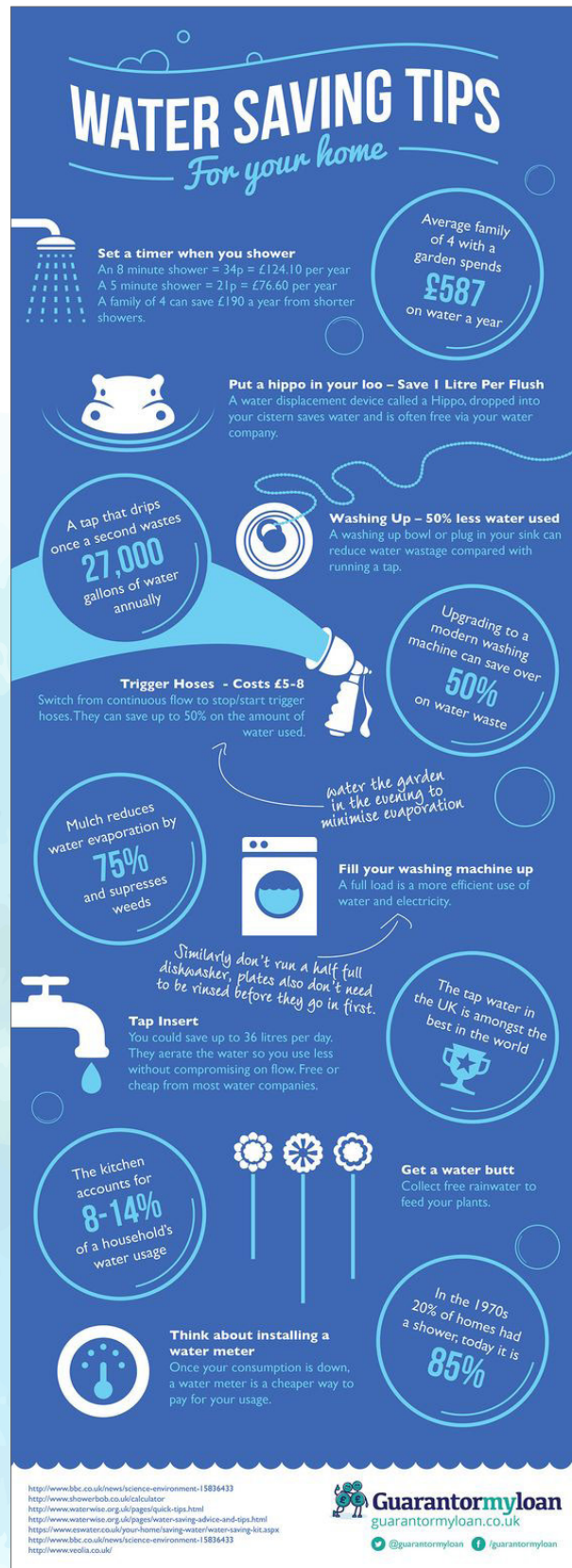


Figura 5.28 - Referencia visual sobre infografía 2  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029058148298/>





Figura 5.29 - Referencia visual sobre infografía 3  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/40398702905821682/>



Figura 5.30 - Referencia visual sobre infografía 4  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029059236314/>



# El camino a la Marca Personal

9 Pasos básicos para crear una estrategia de marca personal.

Infografía traducida por: **ESIMAD**  
Escuela Interactiva de Marketing Digital  
[www.cursos-communitymanager.es](http://www.cursos-communitymanager.es)

## 1 ¿QUIÉN ERES?

**Tus Habilidades:** habilidades, la educación, experiencias profesionales.

**Tus pasiones:** La pasión y la personalidad son las claves para una marca fuerte.

**Tu propuesta única de valor:** la clave del éxito es la especialización: *the richer, the richer!*

## 2 ¿CÓMO ERES PERCIBIDO?

**Relaciones personales:** ¿Qué dicen tus amigos de ti?

**Relaciones profesionales:** ¿Qué dicen tus compañeros y clientes de ti?

**Reputación Online:** ¿Qué dicen tus búsquedas en Google a cerca de ti?

## 3 ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

**Tu Sector:** crear productos o servicios personales en el campo de los negocios.

**Tu Mercado:** identificar el público objetivo adecuado para tu marca.

**Tu Estilo:** planifica que tu comunicación sea clara y consistente.

## 4 ¡CREA TU MARCA!

**Emociones y Palabras:** elegir un nombre y slogan que te caractericen y sean fáciles de recordar.

**Emociones e Imágenes:** elige los colores y logotipo que representen tu identidad corporativa.

**Emociones y Narración:** comprometerse con tu propia historia y biografía.

## 5 ¡CREA TU RED!

**Tu 'Home':** hacer que tu blog sea el centro de tus comunicaciones Online.

**Parques y Plazas:** utilizar las Redes Sociales como lugares para socializar, compartir e interactuar.

**Teatros y Clubs**

Figura 5.31 - Referencia visual sobre infografía 5  
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/563020390900415209/>

# SAVE THE WHALES

AMONG THE MOST SOCIAL AND LOVING ANIMALS ON THE PLANET, THE GENTLE GIANTS OF THE SEA ARE NOW FINDING THEMSELVES ON THE BRINK OF EXTINCTION. HERE'S A CLOSER LOOK AT WHY THAT'S A PROBLEM.

## WHY WHALES? WHY NOW?

MORE THAN EVER BEFORE, COUNTRIES AROUND THE GLOBE ARE OPPOSING LAWS SET BY THE INTERNATIONAL WHALING COMMISSION AND KILLING WHALES FOR COMMERCIAL USE. BUT AS POPULATIONS DWINDLE EXPONENTIALLY, IT'S MORE IMPORTANT THAN EVER TO TAKE A CLOSER LOOK AT THE ANIMALS WE'VE SENTENCED TO EXTINCTION.

## THINKERS & FEELERS

AS EXTREMELY SOCIAL CREATURES, WHALE PODS HAVE THEIR OWN DISTINCT DIALECTS AND GROUPHUNTING TECHNIQUES. THEY ALWAYS SHARE MEALS AND SUPPORT THEIR SICK OR INJURED BY HOLDING THEM AT THE SURFACE SO THEY CAN BREATHE.

## SOME BIG OL' BRAINS

**CETACEA (WHALE)** vs **HOMO SAPIEN (HUMAN)**

WHALE BRAINS HAVE SPINDLE NEURONS

A BRAIN CELL THAT ONLY EXISTS IN TWO OTHER SPECIES OF HIGHER INTELLIGENCE (HUMANS AND APES) WHICH ALLOW THEM TO FEEL LOVE, SUFFERING AND OTHER EMOTIONS

PROPORTIONALLY, WHALES ARE SECOND ONLY TO HUMANS IN BRAIN SIZE

WHALE HEARTS CONTAIN ARTERIES BIG ENOUGH FOR AN ADULT HUMAN TO SWIM THROUGH

OH YEA, AND THEY HAVE **3X** AS MANY AS WE DO

MY BIG HEART IS FOR ALL OF MY BIG FEELINGS

(AND YET)

## SEVEN

OF THE 13 WHALE SPECIES ARE ENDANGERED  
(AND ONE HAS ALREADY GONE EXTINCT)

GREY, RIGHT, HUMPBACK, SPERM, BLUE, SEI, FINBACK

Figura 5.32 - Referencia visual sobre infografía 6  
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029058148237/>



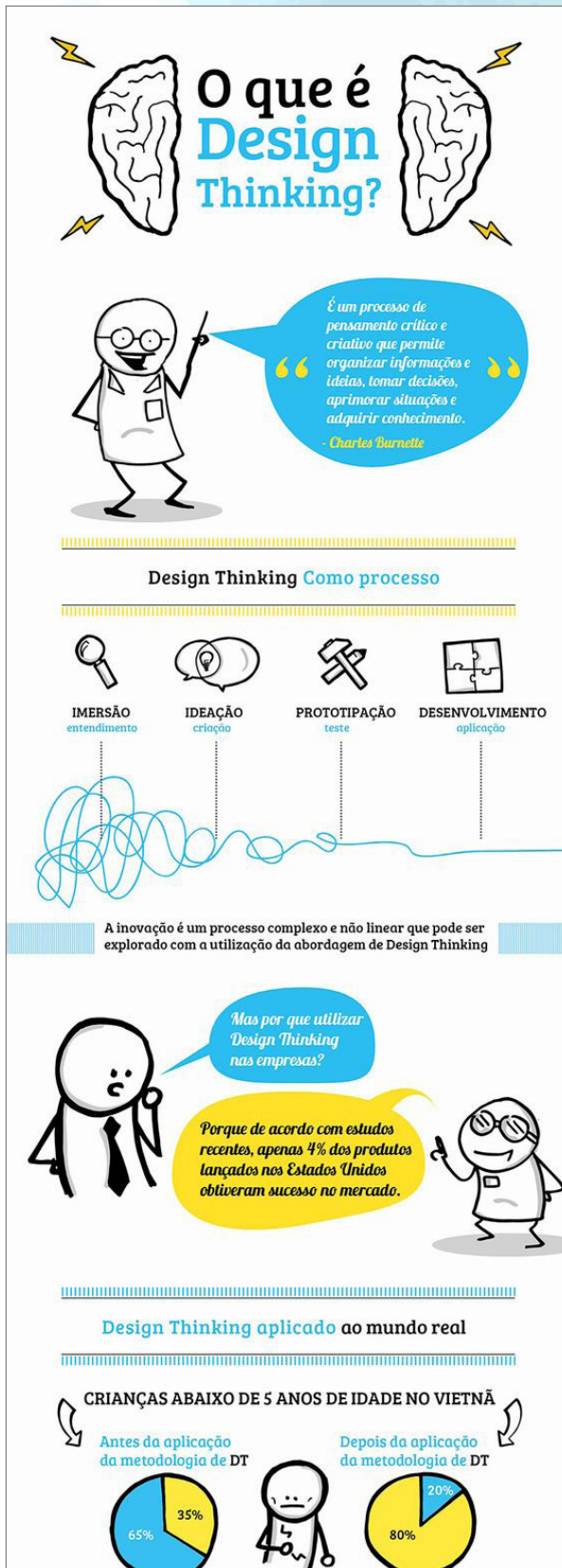


Figura 5.33 - Referência visual sobre infografia 7  
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029058148252/>

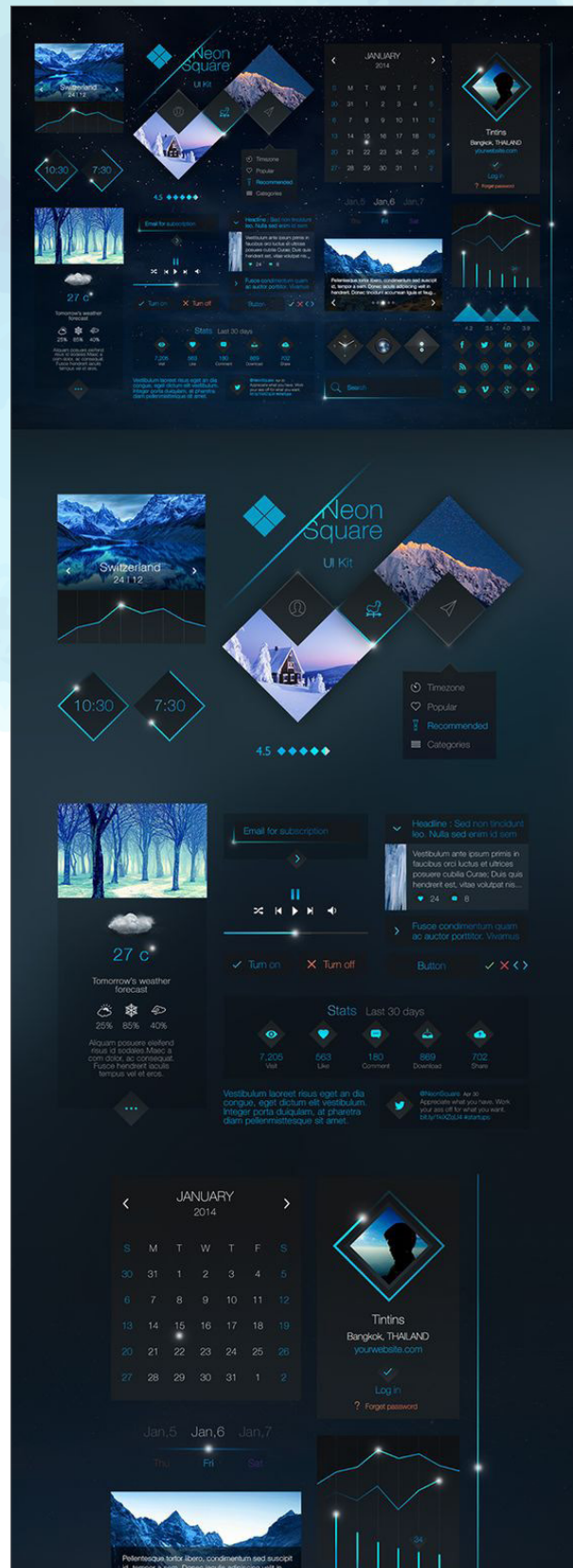


Figura 5.34 - Referência visual sobre infografia 8  
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/403987029058178237/>



Figura 5.35 - Referencia visual sobre infografía 9  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/246431410833679025/>



Figura 5.36 - Referencia visual sobre infografía 10  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/468374429980940271/>



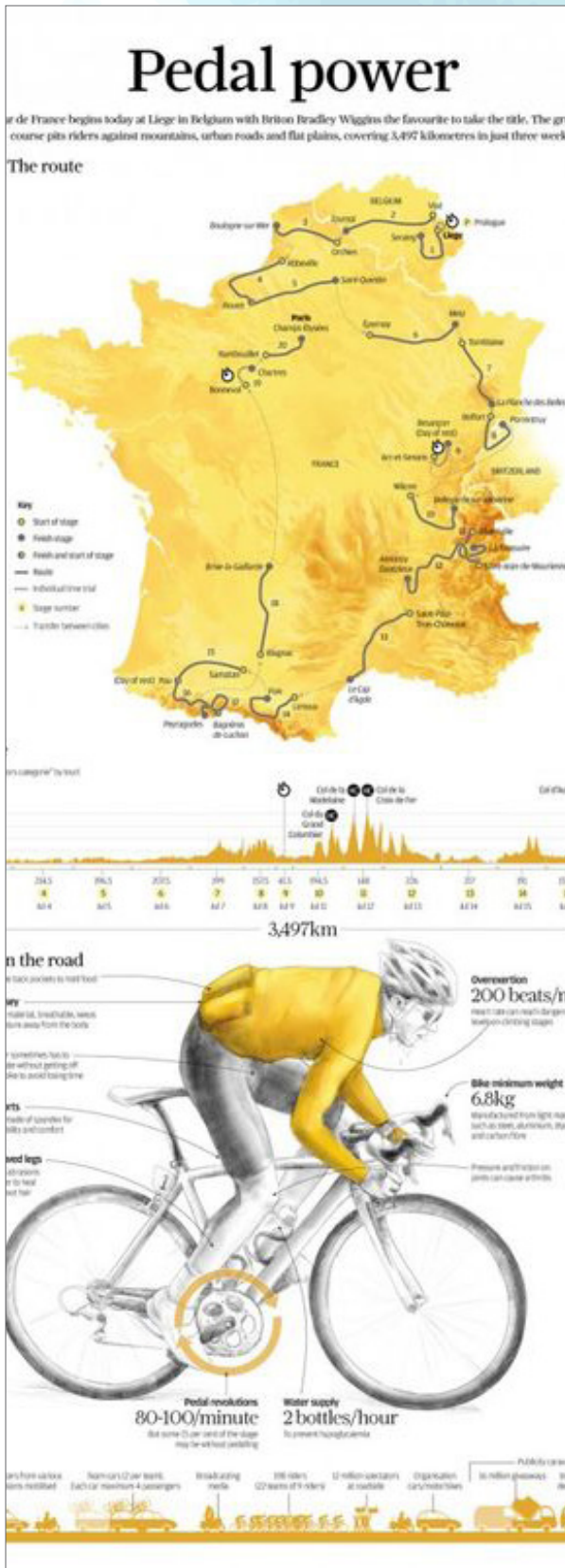


Figura 5.37 - Referencia visual sobre infografía 11  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/465067099004314622/>



Figura 5.38 - Referencia visual sobre infografía 12  
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/170855379592383364/>

# Estrategia de Diseño

**Programa Mundial de Alimentos**  
Luchando contra el hambre en el mundo

**TÍTULO DEL PROYECTO**  
Diseño de material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos, PMA, Guatemala

**OBJETIVO GENERAL**  
Contribuir con el Programa Mundial de Alimentos, PMA Guatemala, a través del diseño de material gráfico editorial para fortalecer la visión de que todo hombre, mujer, niño o niña tenga acceso en todo momento a una alimentación necesaria para llevar una vida activa y saludable, dirigido a los colaboradores del programa que laboran dentro de la República de Guatemala.

**OBJETIVO DE COMUNICACIÓN**  
Facilitar el traslado de información en: video, audio, gráficos de capacitación que PMA realiza con sus colaboradores a través de material educativo para que implementen la Política en materia de género 2015 - 2020 dentro de cada una de sus actividades tanto dentro como laborando.

**OBJETIVO DE DISEÑO**  
Diseñar el proceso de la aplicación de la política en materia de género 2015 - 2020 en el ambiente de trabajo, orientado a través de gráficos informativos digitales e impresos analizando las necesidades de la institución que facilita el acceso a la información a los colaboradores del Programa Mundial de Alimentos, PMA, Guatemala.

**PROYECTO A: Motion Graphics**  
**What?** Explicando fundamentos teóricos de la Política de Género 2015 - 2020 dirigida a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos - PMA, de las Naciones Unidas en Guatemala.  
**Why?** Facilita el aprendizaje. Se mejora la capacidad de atención de la pieza a través del tratamiento audiovisual.  
**How?** Ilustración, Locución, Post-Producción, Animación 2D, Equipo Fotográfico.  
**Where?** El material será publicado y distribuido a través de la página web de la institución, también será alojado en servidores locales.

**PROYECTO B: Infografía Gigante**  
**What?** Apoyando a los colaboradores respecto a los beneficios que obtienen las personas beneficiadas por los diferentes programas de la institución al ser empleadas de mujeres correctas la política en materia de género 2015 - 2020.  
**Why?** Información condensada y de fácil interpretación. Llama la atención del grupo objetivo.  
**How?** Información en bruto, Ilustración, Diseño Editorial.  
**Where?** El material será impreso y expuesto dentro de la instalación de la institución, colocado estratégicamente para garantizar la mayor cantidad de vistas diarias.  
**Why Not?** Necesita de una colocación estratégica dentro de la institución. Poca retroalimentación por parte de las personas que tengan contacto visual con la pieza.

**PROYECTO C: Folletos Informativos**  
**What?** Folletos educativos e informativos sobre cómo aplicar la política de género específicamente en cada área de trabajo dentro de la institución.  
**Why?** Material de fácil acceso. Información resumida. Complemento de un todo.  
**How?** Información en bruto, Diseño editorial, Ilustración, Horas de desarrollo.  
**Where?** El material será publicado y distribuido a través de la página web de la institución, también será alojado en servidores locales.

**GRUPO OBJETIVO:**  
Colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos - PMA, de las Naciones Unidas en Guatemala. Jóvenes adultos entre 22 a 35 años.  
**SOCIAL:** Estas personas necesitan sentirse seguros en un ambiente socialmente adecuado, necesitan saber que cuentan con un ingreso fijo mensualmente. Son personas que no necesitan de compañía todo el tiempo, pero sí saben que deben de contar con un grupo de trabajo eficiente y eficaz para poder cumplir con las metas que se fijen a corto, mediano y largo plazo.  
**FÍSICO:** Sin personas activas, generalmente disfrutan de practicar un deporte para poder estar cargados de energía y sentir más en la vida a día. Son personas que precisan calidad de su salud alimentándose adecuadamente.  
**IDENTIDAD:** Son personas que se sienten útiles, cuando contribuyen a la sociedad. Son personas que se sienten orgullosas de sus logros y de las metas que han alcanzado a lo largo de su vida. Son personas que disfrutan tenerse parte de un grupo y compartir sus experiencias.  
**COMUNICACIÓN:** Son personas que están interesadas en conocer que es lo que ocurre fuera de la puerta de su casa, por eso, ven noticias, escuchan la radio, ven los periódicos, siguen de temas políticos y todo aquello que trae de temas actuales, con respecto a la tecnología son personas que están abiertas al cambio, y por ende precisan estar actualizadas.  
**EMOCIONAL:** Estas personas disfrutan de pasar tiempo con su familia, disfrutan tener charlas amenas con sus amigos y personas cercanas, son gente que procura mantener una conexión directa con Dios.

USAC  
ARQUITECTURA  
SERGIO FERNANDO ALVARADO FLORES  
2011 - 14889 - SECCIÓN G

Figura 5.39- Estrategia de diseño.  
Elaboración propia.

## PROYECTO A MOTION GRAPHICS,

### What?

Explicando fundamentos teóricos de la Política de Género 2015 - 2020 dirigida a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala

### Why?

- » Facilita el aprendizaje.
- » Se mejora la capacidad de atracción de atención de la pieza a través del tratamiento audiovisual.

### Why Not?

- » El tiempo de producción es bastante amplio.
- » No se cuenta con una versión impresa del material.
- » La ubicación del material debe ser estratégica.

### How?

- » Ilustración.
- » Locución.
- » Post- Producción.
- » Animación 2D.
- » Equipo Fotográfico

### Where?

El material será publicado y distribuido a través de la página web de la institución, también será alojado en servidores locales.



## PROYECTO B INFOGRAFÍA GIGANTE

### What?

Aportando datos relevantes respecto a la realidad guatemalteca que enfrentan las mujeres día a día y para lo cuál se ha creado la Política de Género 2015 - 2020.

### Why?

- » Información condensada y de fácil interpretación.
- » Llama la atención del grupo objetivo.

### Why Not?

- » Necesita de una colocación estratégica dentro de la institución.
- » Poca retroalimentación por parte de las personas que tengan contacto visual con la pieza.

### How?

- » Información en bruto.
- » Ilustración
- » Diseño Editorial.

### Where?

El material será impreso y expuesto dentro de las instalaciones de la instalación, colocado estratégicamente para garantizar la mayor cantidad de vistas diarias.

## PROYECTO C FOLLETOS INFORMATIVOS

### What?

3 piezas dedicadas a la transferencia de información complementaria a la Política de Género 2015 - 2020

### Why?

- » Material de fácil acceso.
- » Información resumida.
- » Complemento de un todo

### Why Not?

- » Es deteriorable.
- » Poco uso.
- » Falta de interacción con el G.O.
- » Implica gastos

### .How?

- » Información en bruto.
- » Diseño editorial.
- » Ilustración
- » Horas de desvelo

### Where?

El material será publicado y distribuido a través de la página web de la institución, también será alojado en servidores locales.



# Entrevista Mapa de Empatía

## DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

La técnica utilizada para la recolección de datos sobre la institución y el grupo objetivo es la entrevista verbal, por lo tanto el instrumento está diseñado para ser respondido por una o varias personas a la vez y ser manipulado únicamente por el ente entrevistador mientras el o los entrevistados proporcionan la información necesaria, presenta una apariencia cargada sin embargo, el instrumento debe ser leído con anterioridad por el entrevistador para tomarlo como una guía de conversación y lograr hacer sentir cómodo al entrevistado y al mismo tiempo obtener la información requerida.

## ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO:

La entrevista da inicio conversando acerca de los datos generales de la institución, preguntas básicas como el nombre completo, la dirección física, etc., esto para establecer una base sólida respecto a nuestro cliente.

La segunda parte de la conversación serán datos de contacto directo, esto para tener un enlace fuerte en donde se podrá apoyar el diseñador ante cualquier duda o comentario que se desee hacer al cliente.

Los objetivos del programa, o la institución se trataran en la tercera parte de la entrevista, dando un primer acercamiento al panorama psicológico de lo que la institución desea reflejar a través del diseño de las nuevas piezas.

También se abordará el tema de la competencia como institución, ¿Cuáles otras instituciones hacen lo mismo que el cliente?, esto brindará un punto diferenciador al momento de transmitir el mensaje de la institución.

Es importante conocer acerca de las estrategias de comunicación que el cliente posee actualmente para poder adaptarse a ellas o proponer un cambio, por ello se trata este punto en la quinta parte de la entrevista.

Por ultima parte se conocerá acerca del grupo objetivo al que se dirigirán las piezas gráficas, esto será la teoría contenida en el mapa de empatía en el que se expresa gráficamente la psicología de del usuario final, al que las piezas están destinadas y al cual se debe abrazar, para garantizar el éxito del proyecto.

Al concluir con cada una de las 6 etapas, se dará un tiempo prudencial para hacer un breve resumen de lo que se ha platicado y dejar en claro las posibles dudas que surjan, se despide del cliente y se da inicio a los siguientes procesos.

## BRIEF INSTITUCIONAL

### DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

01. Nombre completo de la institución.
02. Nombre completo del programa.
03. Dirección física de la institución.
04. Teléfono de la institución.
05. Página web de la institución.
06. ¿Quiénes son los líderes de la institución?
07. Historia de la institución.

### DATOS DE CONTACTO DIRECTO

08. Nombre de la persona de contacto directo.
09. Teléfonos de contacto directo.
10. Correo Electrónico de contacto directo.

### OBJETIVOS INSTITUCIONALES Y DEL PROGRAMA

11. Misión.
12. Visión.
13. Valores institucionales.
14. ¿Cuáles son las características del programa?
15. ¿Qué hace diferente al programa de los demás?
16. ¿Cómo funciona el programa? (Desarrollo de campo)
17. ¿Cuáles son los objetivos a corto plazo del programa?
18. ¿Cuáles son los objetivos a mediano plazo del programa?
19. ¿Cuáles son los objetivos a largo plazo del programa?
20. ¿Cuáles son las fortalezas del programa?
21. ¿Cuáles son las debilidades del programa?
22. Logros del programa.
23. ¿Cómo puedo ser voluntario del programa?
24. Premios y reconocimientos del programa.

Figura 5.40- Entrevista para brief 1.  
Elaboración propia.

### COMPETENCIA INSTITUCIONAL

25. ¿Quiénes son sus competidores?
26. ¿Cuáles son sus ventajas contra la competencia?
27. ¿Cuáles son sus desventajas contra la competencia?
28. Existe algún competidor al que admire ¿Cuál es y por qué?

### ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

29. ¿Cuenta con una imagen de marca desarrollada?
30. ¿Qué busca transmitir el nombre y logo de la institución?
31. ¿Cuenta con un manual de marca o manual de identidad gráfica?
32. ¿Se publicitan en algún medio?
33. ¿En qué medio se publicitan?
34. ¿Cuenta con material gráfico desarrollado?
35. ¿Nivel de satisfacción con el material existente?

### GRUPO OBJETIVO

36. ¿Quién es el grupo objetivo al que se dirigen?
37. Área geográfica en donde se ubica el grupo objetivo.
38. Rango de edades del grupo objetivo. (Definir porcentaje)
39. Grado académico del grupo objetivo.
40. Costumbres generales del grupo objetivo.
41. Nivel socio-económico del grupo objetivo.
42. Gustos, inquietudes y necesidades del grupo objetivo.
43. ¿Qué fuente utilizan para informarse?
44. ¿En quién confía el grupo objetivo?
45. Porcentaje de Trabajadores dentro del grupo objetivo.
46. Porcentaje de Estudiantes dentro del grupo objetivo.
47. Porcentaje de Permanencia en el hogar dentro del grupo objetivo.

Figura 5.41- Entrevista para brief 2.  
Elaboración propia.

# Mapa de Empatía



Figura 5.42- Mapa de empatía. Elaboración propia.



## *Definición del Insight*

1. El apoyar y tomar en cuenta a la mujer es facilitarle muchas cosas a lo largo de su vida.
2. La mayoría de personas asocian a la figura femenina a través del color rosado. tienen la idea de que todo lo femenino debería ser de este color.
3. **Cuando me aburro en una reunión de trabajo, dibujo en mi cuaderno de notas, para hacerlas más cortas y efectivas.**
4. Cuando la mujer se siente apoyada a través de la institución, se sienten transformadas.
5. Ver a una mujer empoderada por muy humilde que sea, es como ver a un pavo real abrir sus plumas, realmente se siente mejores seres humanos.



# Definición del Concepto Creativo

## BRAINSTORMING

APOYO	CUENTA	FÁCIL	VIDA	MUJER	TRANSFORMAR
Columnas	Números	Sencillo	Inicio	Historia	Cambio
Cimientos	Orden	Rapido	Amor	Suave	Evolución
Construcción	Secuencia	Bien hecho	Nuevo	Confianza	Tiempo
Balanza	Lógica	Camino	Luz	Inteligencia	Mutar
Vertical	Pasos	Atajo	Alegría	Superación	Crecer
Grupo	Instrucciones	Acceso	Aprendizaje	Multi-tarea	Trascender
Historia	Procesos	Principiante	Complejo	Libertad	Moverse
Realización	Vista	Aprendizaje	Camino	Poder	Desplazamiento
Solidaridad	Confianza	Eficaz	Miedo	Carisma	Aplastar
Amistad	Exacto	Esfuerzo	Conocimiento	Diamantes	Modificar

**Tabla 5.1 - Brainstorming**  
Elaboración propia.

## RELACIONES FORZADAS NIVEL 1

1. Puliendo Carbón.
2. Pasos para crear diamantes.
3. Cuidando Diamantes.
4. Ver la vida a través de los ojos de una mujer
5. Camino de aprendizaje.
6. Acceso a la historia.
7. Haciendo historia.
8. Dejando huella.
9. Seres que dejan huella.
10. En vida, señores.
11. No solo las mujeres.
12. Empecemos a construir.
13. Construyendo historia.
14. Construyendo diamantes.
15. Construyendo un camino.
16. Camino nuevo.
17. Pasos con historia.
18. Camino de diamantes.
19. Transformando la historia.
20. Tiempo de Transformación
21. Tiempo de crecimiento.
22. Hora de cambiar.
23. Incursionando en la vida
24. Transformando aprendizaje
25. Aprendiendo a través la historia.
26. Acceso al conocimiento.
27. Alegría de vivir.
28. Miedo a no crecer.
29. Desglosando el tiempo.
30. Crecimiento histórico.



## RELACIONES FORZADAS NIVEL 2

1. Pasos para crear diamantes.
2. Ver la vida a través de los ojos de una mujer
3. Camino de aprendizaje.
4. Acceso a la historia.
5. Dejando huella.
6. Seres que dejan huella.
7. Construyendo diamantes.
8. Construyendo un camino.
9. Pasos con historia.
10. Crecimiento histórico.

## RELACIONES FORZADAS NIVEL 3

1. Creando diamantes.
2. Seres que dejan huella.
3. Construyendo un camino de éxito.

# *Concepto Creativo*

“SERES QUE DEJAN HUELLA.”

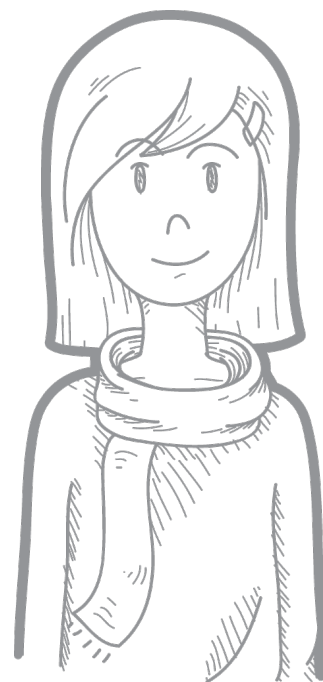
## PREMISAS DE DISEÑO

1. Ilustración vectorial simple, emulando el dibujo a mano alzada que realizan los colaboradores en sus horas libres, ratos de aburrimiento, etc.
2. El concepto creativo se verá reflejado a través de la narración y guión del material.
3. Tratamiento tipográfico SERIF,
4. Uso constante del espacio en blanco como recurso gráfico de descanso visual.
5. Consideración del uso de la acuarela como recurso estético dentro de la animación.



“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



*Producción  
Gráfica*



*Primer Nivel  
de Bocetaje*



# Material Audiovisual

## PRODUCTO:

Material audiovisual para el apoyo de los procesos de capacitación del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Se realiza bocetaje a mano de las 14 escenas básicas que formaran parte del material audiovisual.

1. 1776 Estados Unidos Reconoce el derecho a la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad.
2. 1789 Francia y la declaración de los derechos del hombre y del ciudadano..
3. 1813 Abolición de la esclavitud y privilegios de castas en México
4. 1945 Carta de las Naciones Unidas, nace El Sistema de Naciones Unidas.
5. 1948 Declaración Universal de los derechos humanos.
6. 1948 Creación de la OEA y redacción de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre.
7. 1969 Convención Americana sobre derechos humanos (Pacto de San José).
8. Siglo XVIII y XIX Lucha por el sufragio, la participación política y la seguridad económica
9. 1975 Creación de UNIFEM y Declaración de la década de UN para el adelanto de la Mujer.
10. 1979 Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.
11. 1993 Declaración de las UN para la eliminación de la violencia contra la mujer.
12. 1994 Convención interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer.
13. 1995 Conferencia de Beijing y su Plataforma de Acción
14. 1998 Estatuto de Roma incluye la equidad de género y reconoce la violación sexual como delito grave de la humanidad.

## PERFIL DE INFORMANTES:

**CLIENTE:** Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

**G.O.:** Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.



Figura 6.1 - Boceto 1  
Elaboración propia.



Figura 6.2 - Boceto 2  
Elaboración propia.



Figura 6.3 - Boceto 3  
Elaboración propia.



Figura 6.4 - Boceto 4  
Elaboración propia.



Figura 6.5 - Boceto 5  
Elaboración propia.



Figura 6.6 - Boceto 6  
Elaboración propia.



Figura 6.7 - Boceto 7  
Elaboración propia.



Figura 6.8 - Boceto 8  
Elaboración propia.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Tras reuniones con el cliente, se decide cambiar el enfoque del material audiovisual, por lo tanto el proceso de producción cambia drásticamente, se decide eliminar la parte histórica dentro de la narración y enfocar el 100% de la información en el texto “Política en Materia de Género 2015 - 2020”

Como primer paso, se reestructura el guion literario completamente, junto con la creación de un nuevo Story Board.

Se genera una primera escena como boceto a primer nivel, la diferencia entre cada una de las propuestas es el nivel de detalle que presenta cada una en su acabado.

La idea base para estas nuevas propuestas proviene siempre de las premisas de diseño establecidas en la sistematización del proyecto, en específico “Ilustración vectorial simple, emulando el dibujo a mano alzada que realizan los colaboradores en sus horas libres, ratos de aburrimiento, etc.”

Se decide volver a la idea de un mapa mental animado, respondiendo a peticiones directas del cliente y apoyándose en las teorías del aprendizaje, aplicadas ahora a un material audiovisual.

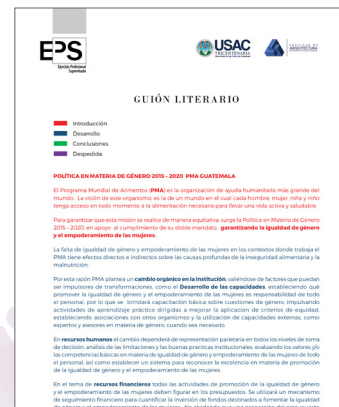


Figura 6.9 - Guion Literario 1  
Elaboración propia.



Figura 6.10 - Guion Literario 2  
Elaboración propia.



Figura 6.11 - Guion Literario 3  
Elaboración propia.



Figura 6.12 - Guion Literario 4  
Elaboración propia.

# Primera parte Story Board

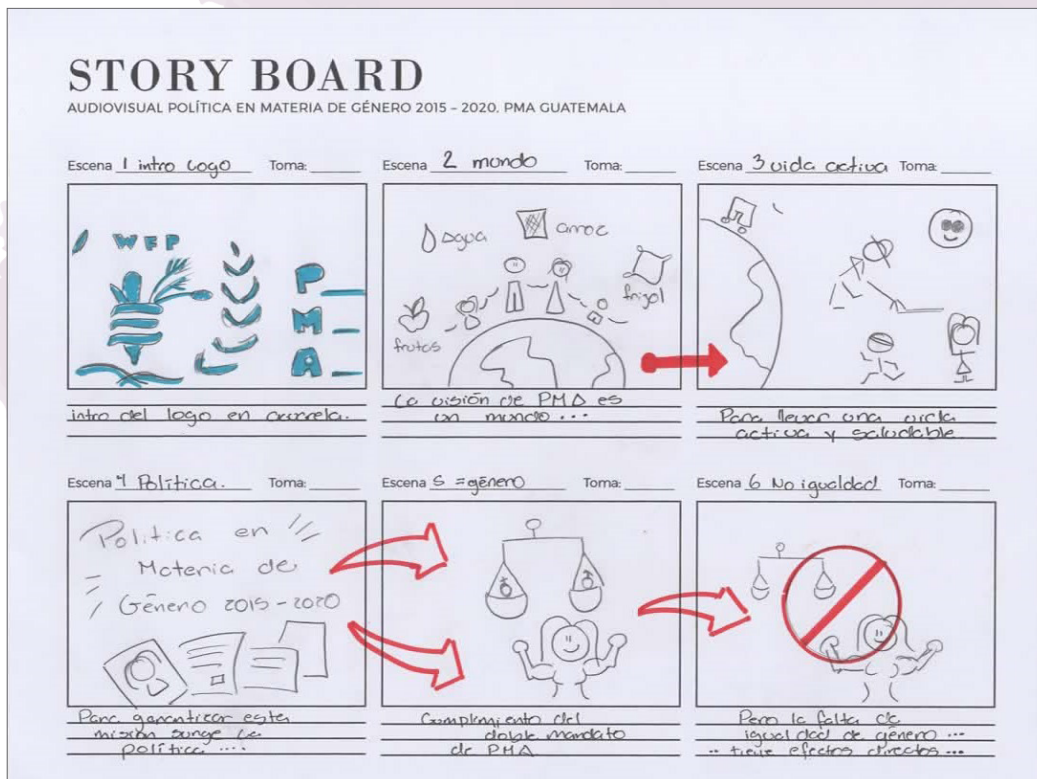


Figura 6.13 - Story board 1  
Elaboración propia.

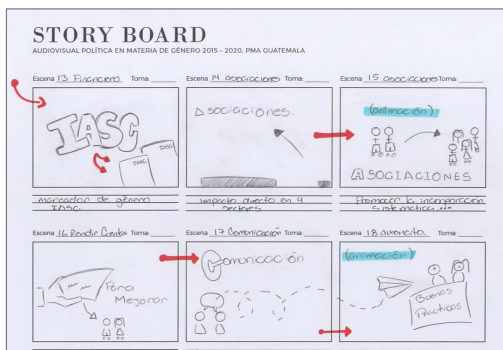


Figura 6.14 - Story board 2  
Elaboración propia.

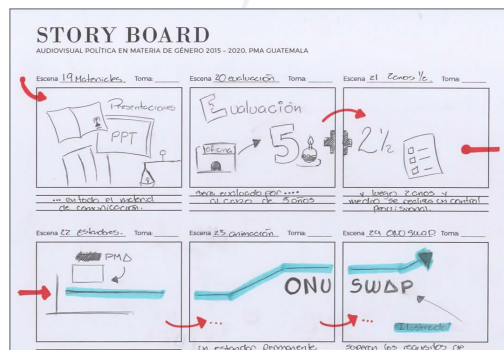


Figura 6.15 - Story board 3  
Elaboración propia.

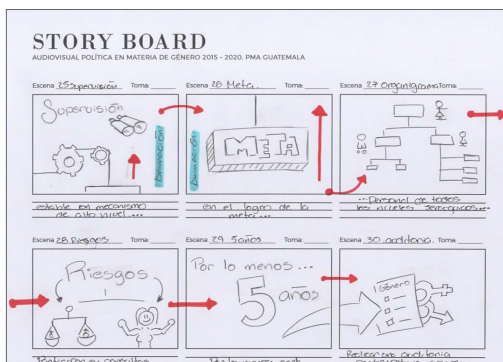


Figura 6.16 - Story board 4  
Elaboración propia.

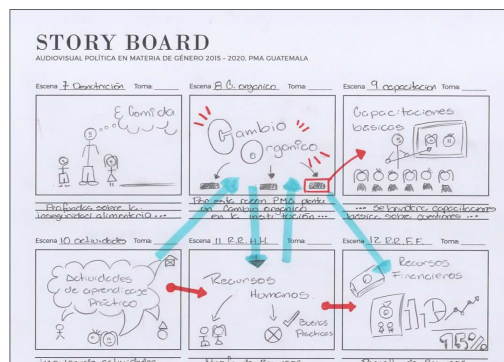


Figura 6.17 - Story board 5  
Elaboración propia.



PRIMER NIVEL DE BOCETAJE V.2

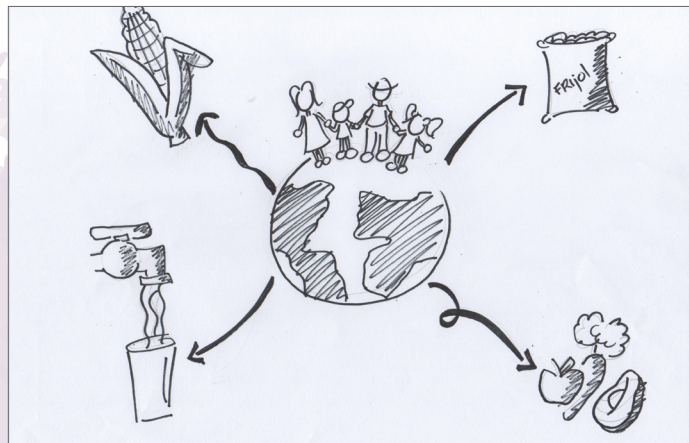


Figura 6.18 - Boceto 9  
Elaboración propia.

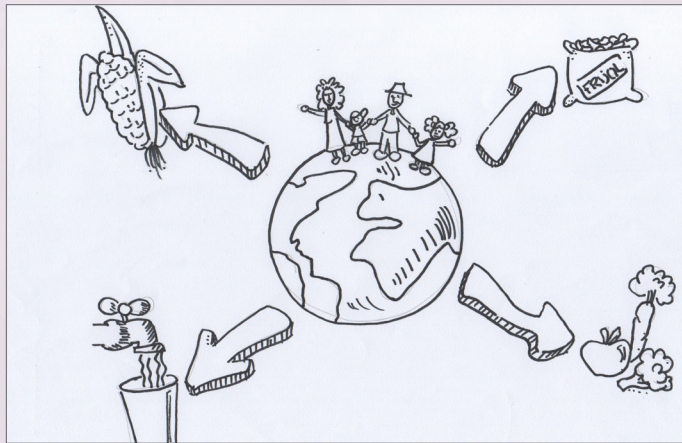


Figura 6.19 - Boceto 10  
Elaboración propia.

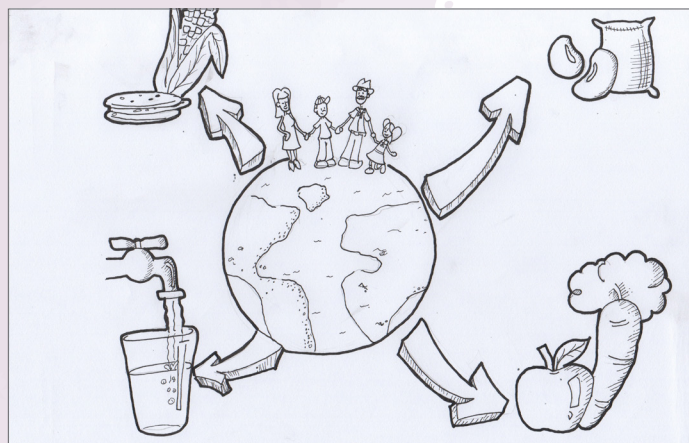




Figura 6.20 - Boceto 11  
Elaboración propia.






**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

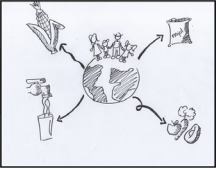
## VALIDACIÓN INSTITUCIÓN

LÍNEA GRÁFICA

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

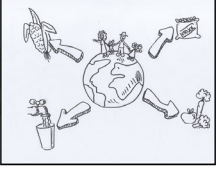
A continuación se le presentan 3 propuestas de línea gráfica, las cuales varían con respecto al nivel de detalle que presenta cada gráfica, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica está orientado, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.

1




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

2



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					


3




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_


Figura 6.21 - Validación 1  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA


## VALIDACIÓN COLEGAS

LÍNEA GRÁFICA

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presentan 3 propuestas de línea gráfica, las cuales varían con respecto al nivel de detalle que presenta cada gráfica, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica está orientado, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.

1




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

2



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					


3



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_


Figura 6.22 - Validación 2  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA


## VALIDACIÓN PROFESIONALES

LÍNEA GRÁFICA

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presentan 3 propuestas de línea gráfica, las cuales varían con respecto al nivel de detalle que presenta cada gráfica, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica está orientado, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.

1




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

2



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

3



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_

Figura 6.23 - Validación 3  
Elaboración propia.



Figura 6.24 - Validación 4  
Elaboración propia.

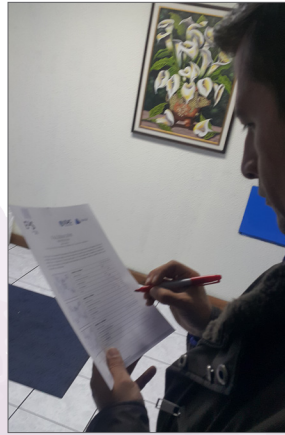


Figura 6.25 - Validación 5  
Elaboración propia.



Figura 6.26 - Validación 6  
Elaboración propia.

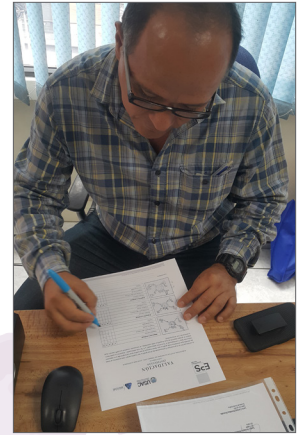


Figura 6.27 - Validación 7  
Elaboración propia.



Figura 6.28 - Validación 8  
Elaboración propia.

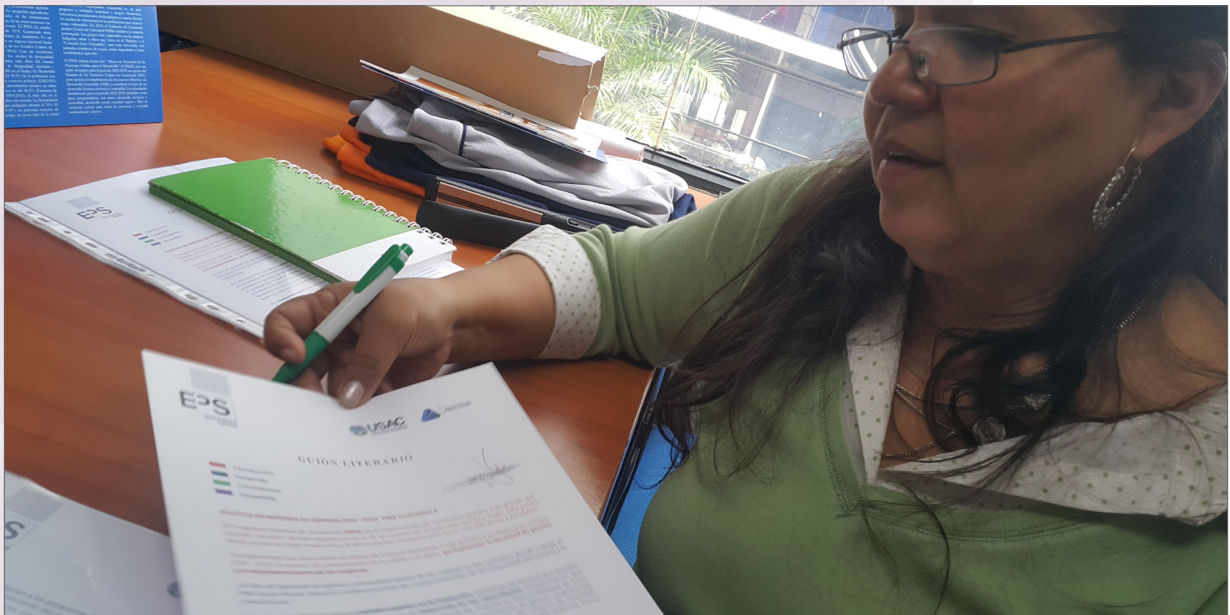


Figura 6.29 - Validación 9  
Elaboración propia.





Figura 6.30 - Validación 10  
Elaboración propia.



Figura 6.31 - Validación 11  
Elaboración propia.



Figura 6.32 - Validación 12  
Elaboración propia.



Figura 6.33 - Validación 13  
Elaboración propia.



Figura 6.34 - Validación 14  
Elaboración propia.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Las tres propuestas gráficas responden a 4 criterios de evaluación:

1. La calidad del detalle del icono
2. Comprensión del icono
3. Impacto visual del icono
4. La funcionalidad del icono.

Los cuales son evaluados por colegas y por la institución para validar qué el uso de alguna de las tres propuestas sea el adecuado para el grupo objetivo al cual está destinada la pieza gráfica.

## CONCLUSIONES A PARTIR DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.

El resultado de la validación de las tres propuestas arrojó que la gráfica debe estar orientada al uso de la tercera propuesta, ya que es ella la que utiliza mayor detalle para su construcción.

El uso de la gráfica seguirá siendo vectorial y lineal basándose en la premisa de diseño anteriormente mencionada.

## EVIDENCIA

Fotografías de las personas encargadas en la sede de la institución y de colegas validando el material gráfico.

# Infografía Gigante

## PRODUCTO:

Infografía gigante de 2 metros de largo por 1 metro de alto, en la que se expone información respecto a la realidad guatemalteca que viven las mujeres.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Se realiza bocetaje a mano de las posibles estructuras para la infografía gigante, se toma en cuenta que existe una ilustración central que ejemplifica a la mujer guatemalteca, de la cual se propone se desprendan los datos expuestos.

La información es proporcionada por la institución.

## PERFIL DE INFORMANTES:

**CLIENTE:** Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

**G.O.:** Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.

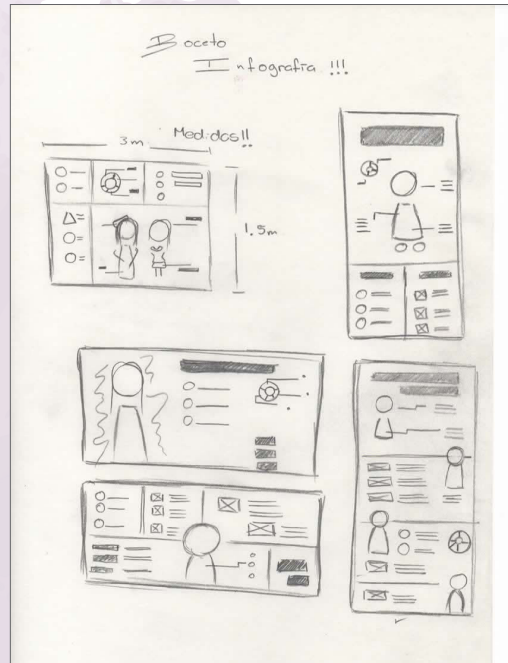


Figura 6.35 - Boceto 12  
Elaboración propia.



Figura 6.36 - Boceto 13  
Elaboración propia.



# Folletos Complementarios

## PRODUCTO:

3 folletos información complementarios a la información expuesta en el material audiovisual y la infografía, respecto a la comisión de empoderamiento, la comisión de género, ambas propias de la institución y un tercer folleto sobre la violencia contra la mujer

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Se revisa el manual de marca de la institución en el cual se norman aspectos básicos para la elaboración de materiales editoriales impresos como por ejemplo la colocación de un cintillo en la portada o los espacios de seguridad que debe presentar el logotipo al ser utilizado.

## PERFIL DE INFORMANTES:

**CLIENTE:** Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

**G.O.:** Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.



Figura 6.37 - Brandbook 1  
Elaboración propia.

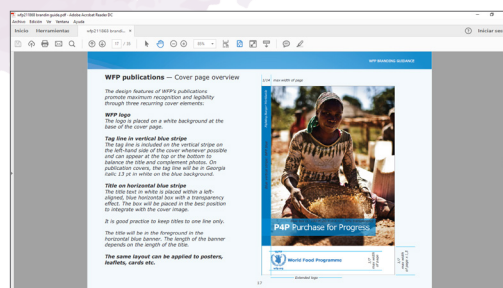


Figura 6.38 - Brandbook 2  
Elaboración propia.



Figura 6.39 - Brandbook 3  
Elaboración propia.



*Segundo Nivel  
de Bocetaje*

# Material Audiovisual

## PRODUCTO:

Material audiovisual para el apoyo de los procesos de capacitación del Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Se realiza bocetaje a mano de las 14 escenas básicas que formaran parte del material audiovisual, estas con mayor detalle.

1. 1776 Estados Unidos Reconoce el derecho a la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad.
2. 1789 Francia y la declaración de los derechos del hombre y del ciudadano..
3. 1813 Abolición de la esclavitud y privilegios de castas en México
4. 1945 Carta de las Naciones Unidas, nace El Sistema de Naciones Unidas.
5. 1948 Declaración Universal de los derechos humanos.
6. 1948 Creación de la OEA y redacción de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre.
7. 1969 Convención Americana sobre derechos humanos (Pacto de San José).
8. Siglo XVIII y XIX Lucha por el sufragio, la participación política y la seguridad económica
9. 1975 Creación de UNIFEM y Declaración de la década de UN para el adelanto de la Mujer.
10. 1979 Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.
11. 1993 Declaración de las UN para la eliminación de la violencia contra la mujer.
12. 1994 Convención interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer.
13. 1995 Conferencia de Beijing y su Plataforma de Acción
14. 1998 Estatuto de Roma incluye la equidad de género y reconoce la violación sexual como delito grave de la humanidad.

## PERFIL DE INFORMANTES:

**CLIENTE:** Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

**G.O.:** Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.



Figura 6.40 - Boceto 14  
Elaboración propia.



Figura 6.41 - Boceto 15  
Elaboración propia.



Figura 6.42 - Boceto 16  
Elaboración propia.



Figura 6.43 - Boceto 17  
Elaboración propia.

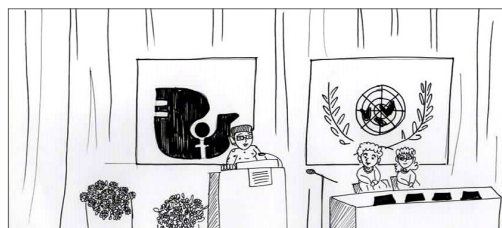


Figura 6.44 - Boceto 18  
Elaboración propia.



## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Tras reuniones con el cliente, se decide cambiar el enfoque del material audiovisual, por lo tanto el proceso de producción cambia drásticamente, se decide eliminar la parte histórica dentro de la narración y enfocar el 100% de la información en el texto “Política en Materia de Género 2015 - 2020”

Tras haber reestructurado el guion literario, haberlo validado y la validación de la línea gráfica.

Se realizan nuevas ilustraciones para el nuevo rumbo de la animación. También se procede a la realizar pruebas de animación.

La idea base para estas nuevas propuestas proviene siempre de las premisas de diseño establecidas en la sistematización del proyecto, en específico “Ilustración vectorial simple, emulando el dibujo a mano alzada que realizan los colaboradores en sus horas libres, ratos de aburrimiento, etc.”

Se decide volver a la idea de un mapa mental animado, respondiendo a peticiones directas del cliente y apoyándose en las teorías del aprendizaje, aplicadas ahora a un material audiovisual.



Figura 6.45 - Boceto 19  
Elaboración propia.



Figura 6.46 - Boceto 20  
Elaboración propia.



Figura 6.47 - Boceto 21  
Elaboración propia.

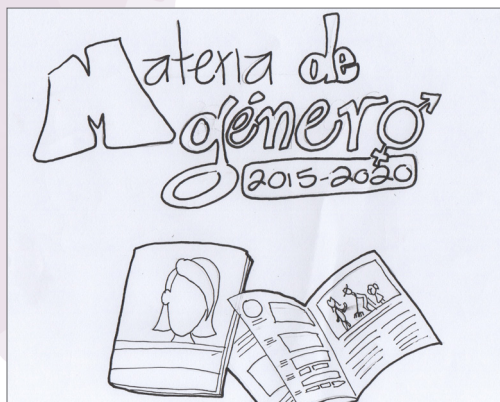


Figura 6.48 - Boceto 22  
Elaboración propia.



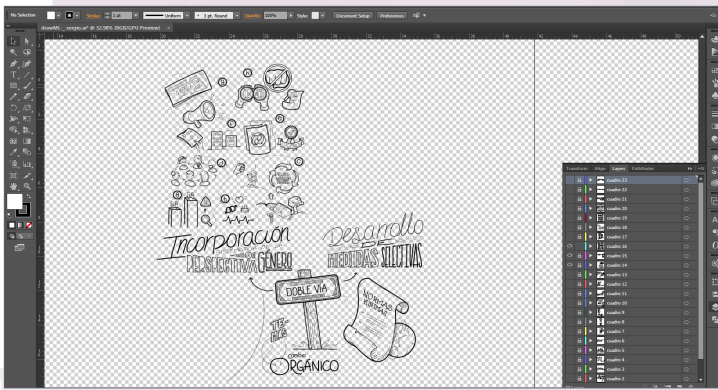


Figura 6.49 - Prueba 1  
Elaboración propia.



Figura 6.50 - Prueba 2  
Elaboración propia.

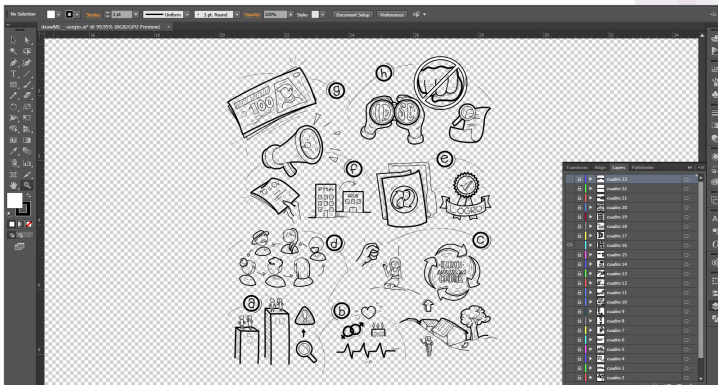


Figura 6.51 - Prueba 3  
Elaboración propia.

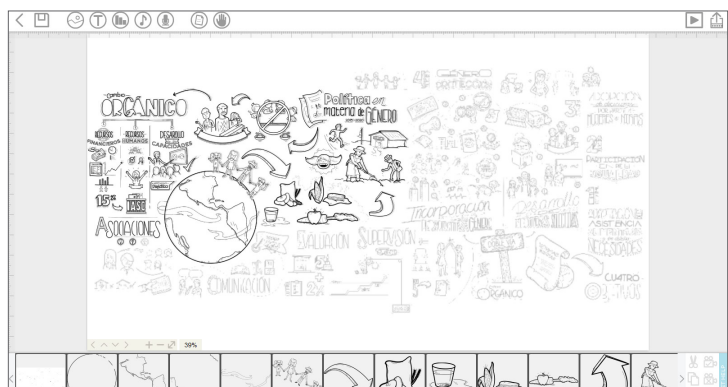




Figura 6.52 - Prueba 4  
Elaboración propia.


# INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN. ANIMACIÓN DE LOGO.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



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

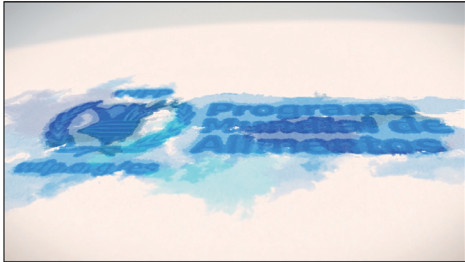


FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL INSTITUCIÓN

ANIMACIÓN  
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presenta la propuesta de animación de la introducción para el logotipo de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
<b>TOTAL</b>					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_


Figura 6.53 - Validación 15  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



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

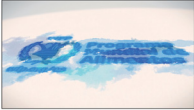


FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL OLEGAS

ANIMACIÓN  
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presenta la propuesta de animación de la introducción para el logotipo de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
<b>TOTAL</b>					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_


Figura 6.54 - Validación 16  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



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

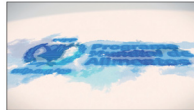


FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL PROFESIONALES

ANIMACIÓN  
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la introducción para el logotipo de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
<b>TOTAL</b>					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Figura 6.55 - Validación 17  
Elaboración propia.

# INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN. PRIMERA PROPUESTA ANIMACIÓN



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL INSTITUCIÓN

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_


Figura 6.56 - Validación 18  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA




FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL COLEGAS

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_


Figura 6.57 - Validación 19  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA




FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL PROFESIONALES

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					


Comentario: \_\_\_\_\_

Figura 6.58 - Validación 20  
Elaboración propia.


# INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN. SEGUNDA PROPUESTA ANIMACIÓN



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
1823-2023




FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL INSTITUCIÓN

ANIMACIÓN  
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del NUEVO guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_


Figura 6.59 - Validación 21  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
1823-2023




FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL COLEGAS

ANIMACIÓN  
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA


A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del NUEVO guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.




Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_


Figura 6.60 - Validación 22  
Elaboración propia.



**EPS**  
Ejercicio Profesional Supervisado



**USAC**  
TRICENTENARIA  
1823-2023




FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

## VALIDACIÓN 2do NIVEL PROFESIONALES

ANIMACIÓN  
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del NUEVO guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico.					
Impacto visual.					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Figura 6.61 - Validación 23  
Elaboración propia.





Figura 6.62 - Validación 24  
Elaboración propia.



Figura 6.63 - Validación 25  
Elaboración propia.

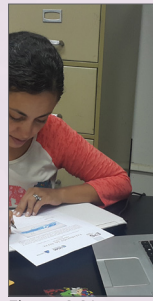


Figura 6.64 - Validación 26  
Elaboración propia.



Figura 6.65 - Validación 27  
Elaboración propia.



Figura 6.66 - Validación 28  
Elaboración propia.



Figura 6.67 - Validación 29  
Elaboración propia.



Figura 6.68 - Validación 30  
Elaboración propia.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Las propuestas de animación responden a 7 criterios de evaluación:

1. La calidad del detalle del icono
2. Comprensión del icono
3. Impacto visual del icono
4. La funcionalidad del icono.
5. Código lingüístico (uso del lenguaje)
6. Código cromático (psicología del color)
7. Código tipográfico

Los cuales son evaluados por profesionales y por el cuarto asesor, experto en diseño multimedia, Axel Barrios, para validar qué el uso las propuestas sea el adecuado para el grupo objetivo al cual está destinado el material audiovisual.

## CONCLUSIONES A PARTIR DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.

El resultado de la validación de las propuestas arrojó que la gráfica debe mejorar en el trazo de los vectores utilizados para la realización de la animación,

intentar el uso de otros estilos gráficos sin alterar el nivel de detalle de la gráfica para lograr los efectos deseados dentro del software.

Combinar el uso de diferentes editores de animación, para lograr diferentes acabados dentro de la misma animación.

El uso de la gráfica seguirá siendo vectorial y lineal basándose en la premisa de diseño anteriormente mencionada.

## EVIDENCIA

Fotografías del cuarto asesor y de expertos en el tema.

# Infografía Gigante

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Como primer paso se decide la retícula a usar como base para el diseño de la infografía, delimitando espacios de 10 cm con separaciones de 4 cm entre ellos, tanto verticales como horizontales.

Se realiza la distribución de la información proporcionada por la institución para la infografía y se decide agrupar en 3 áreas la información obtenida.

La ilustración central es descargada desde el sitio Shutterstock.com, procurando mantener la línea gráfica de los demás productos de diseño.

El uso de las paletas de color es definido con base en la psicología del color de cada uno de ellos, morado, turquesa y azul, los cuales tienen en común el uso frecuente en artes dirigidos a mujeres y programas de empoderamiento.

El tratamiento tipográfico de las piezas es dictado por el manual de marca de la institución.

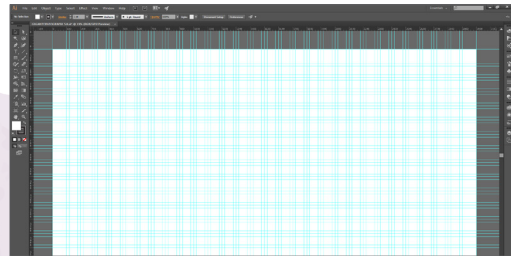


Figura 6.69 - Boceto 23  
Elaboración propia.



Figura 6.70 - Boceto 24  
Elaboración propia.

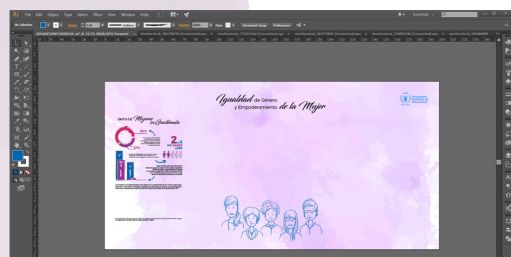


Figura 6.71 - Boceto 25  
Elaboración propia.



Figura 6.72 - Boceto 26  
Elaboración propia.



Figura 6.73 - Boceto 27  
Elaboración propia.

# Folletos Complementarios

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Se decide la retícula básica para la diagramación de los folletos informativos, procurando una composición de textos a dos columnas para facilitar la lectura del usuario.

la información es extraída de los documentos proporcionados por la institución, tratando 3 grandes temas:

1. Comisión de empoderamiento
2. Comisión de género
3. Violencia contra la mujer.

El cintillo para la colocación del título principal es dictado por el manual de marca de la institución, al igual que el tratamiento tipográfico de los mismos.

las decisiones de diseño se ven reflejadas en el uso de color de cada uno de los folletos, la distribución de la información, el uso de fotografías ilustrativas del tema, etc.

el uso de color responde a los mismo criterios que en la infografía, es decir obedece a la psicología del color, morado, azul y turquesa.

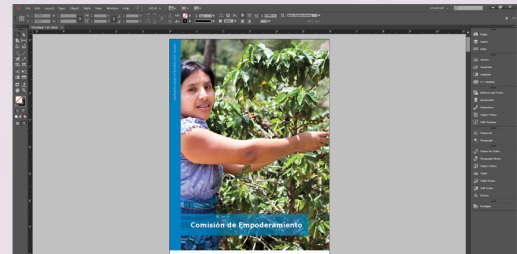


Figura 6.74 - Boceto 28  
Elaboración propia.



Figura 6.75 - Boceto 29  
Elaboración propia.

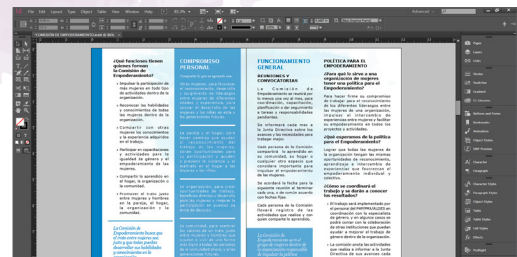


Figura 6.76 - Boceto 30  
Elaboración propia.

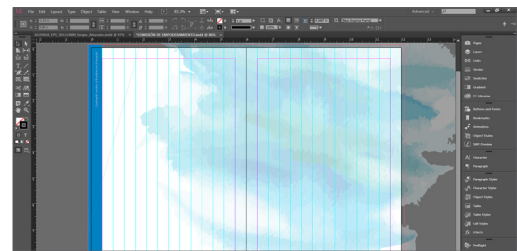


Figura 6.77 - Boceto 31  
Elaboración propia.

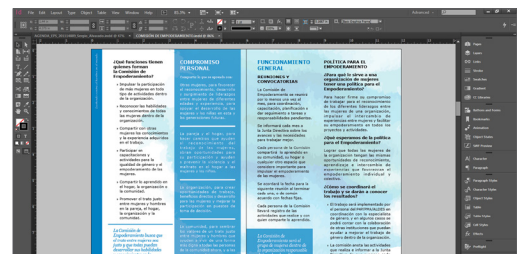


Figura 6.78 - Boceto 32  
Elaboración propia.





Figura 6.79 - Boceto 33  
Elaboración propia.

**ARTÍCULO 18 (PROCESO DE FORMULACIÓN DE POLÍTICA DE GÉNERO)**

**ARTÍCULO 19 (PROCESO DE SEGUIMIENTO, MONITOREO, SOCIALIZACIÓN, EVALUACIÓN Y COMUNICACIÓN DE RESULTADOS)**

**ARTÍCULO 20 (SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PARA COMITATIVO)**

**ARTÍCULO 21 (SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS)**

**ARTÍCULO 22 (COORDINACIÓN)**

**ARTÍCULO 23 (RECONOCIMIENTO)**

**ARTÍCULO 24 (FINALES)**

**ARTÍCULO 25 (SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS)**

Figura 6.80 - Boceto 34  
Elaboración propia.

**ARTÍCULO 18 (PROCESO DE FORMULACIÓN DE POLÍTICA DE GÉNERO)**

**ARTÍCULO 19 (PROCESO DE SEGUIMIENTO, MONITOREO, SOCIALIZACIÓN, EVALUACIÓN Y COMUNICACIÓN DE RESULTADOS)**

**ARTÍCULO 20 (SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PARA COMITATIVO)**

**ARTÍCULO 21 (SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS)**

**ARTÍCULO 22 (COORDINACIÓN)**

**ARTÍCULO 23 (RECONOCIMIENTO)**

**ARTÍCULO 24 (FINALES)**

**ARTÍCULO 25 (SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS)**

Figura 6.81 - Boceto 35  
Elaboración propia.

**RESUMEN**

**ARTÍCULO SUPLEMENTARIO I (DELIBERACIÓN DE FUNCIONES)**

**ARTÍCULO SUPLEMENTARIO II (DELIBERACIÓN DE FUNCIONES)**

**ARTÍCULO SUPLEMENTARIO III (DELIBERACIÓN DE FUNCIONES)**

**ARTÍCULO SUPLEMENTARIO IV (DELIBERACIÓN DE FUNCIONES)**

Figura 6.82 - Boceto 36  
Elaboración propia.

**REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA COMISIÓN DE GÉNERO**

**Resultados Esperados de la Formulación de Políticas de Género**

**ARTÍCULO 1 (OBJETIVO Y BASE DE RECONOCIMIENTO)**

**ARTÍCULO 2 (RECONOCIMIENTO)**

**ARTÍCULO 3 (RECONOCIMIENTO)**

**ARTÍCULO 4 (RECONOCIMIENTO)**

Figura 6.83 - Boceto 37  
Elaboración propia.

**ÍNDICE**

Resumen	5
Comisión de género en la organización	9
Reglamento de funcionamiento de la comisión de género	15

Figura 6.84 - Boceto 38  
Elaboración propia.

**RESUMEN**

**¿Por qué se debe a una Comisión de Género?**

**¿Por qué se debe a una Comisión de Género?**

**¿Por qué se debe a una Comisión de Género?**

**¿Por qué se debe a una Comisión de Género?**

Figura 6.85 - Boceto 39  
Elaboración propia.

**COMPROMISO PERSONAL**

**FUNCIONAMIENTO GENERAL**

**COMITATIVO**

**COMITATIVO**

**COMITATIVO**

**COMITATIVO**

Figura 6.86 - Boceto 40  
Elaboración propia.

**¿Se compartirán las experiencias, avances y aprendizajes con el resto de la organización?**

**¿Cómo se promoverá el empoderamiento de las mujeres en la organización?**

**¿Cómo se promoverá el empoderamiento de las mujeres en la organización?**

**¿Cómo se promoverá el empoderamiento de las mujeres en la organización?**

Figura 6.87 - Boceto 41  
Elaboración propia.

**1. Las Justas Diferencias deben estar reconocidas y aceptadas.**

**2. Participar activamente en la formulación de políticas de género.**

**3. Participar activamente en la formulación de políticas de género.**

**4. Participar activamente en la formulación de políticas de género.**

**5. Participar activamente en la formulación de políticas de género.**

Figura 6.88 - Boceto 42  
Elaboración propia.

**Mecanismos de Seguimiento**

**Proceso de Formulación de Políticas Organizacionales de Género**

**1. Definición de objetivos y acciones de las Políticas Organizacionales de Género.**

**2. Definición de objetivos y acciones de las Políticas Organizacionales de Género.**

**3. Definición de objetivos y acciones de las Políticas Organizacionales de Género.**

Figura 6.89 - Boceto 43  
Elaboración propia.

**WFP**

**wfp.org**

**USAC**

**AMBA**

**San Lorenzo Potosí**

**Endes, Entes, Mujeres, Niños, Niñas**

**Endes, Entes, Mujeres, Niños, Niñas**

Figura 6.90 - Boceto 44  
Elaboración propia.





Figura 6.91 - Boceto 45  
Elaboración propia.



Figura 6.92 - Boceto 46  
Elaboración propia.



Figura 6.93 - Boceto 47  
Elaboración propia.

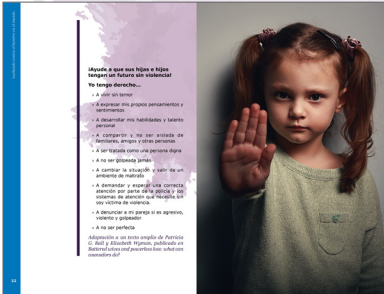


Figura 6.94 - Boceto 48  
Elaboración propia.



Figura 6.95 - Boceto 49  
Elaboración propia.



Figura 6.96 - Boceto 50  
Elaboración propia.



Figura 6.97 - Boceto 51  
Elaboración propia.



Figura 6.98 - Boceto 52  
Elaboración propia.



Figura 6.99 - Boceto 53  
Elaboración propia.

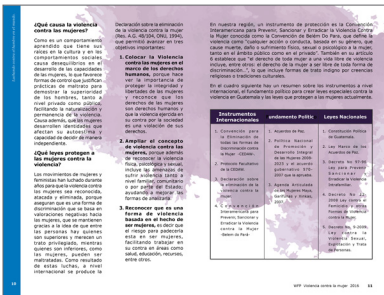


Figura 6.100 - Boceto 54  
Elaboración propia.

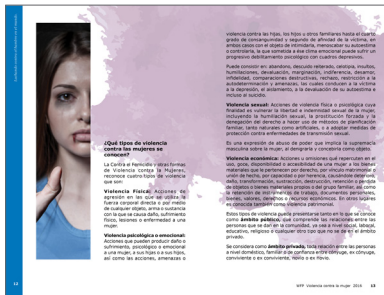


Figura 6.101 - Boceto 55  
Elaboración propia.



Figura 6.102 - Boceto 53  
Elaboración propia.



*Tercer Nivel  
de Visualización*

# Material Audiovisual

## PRODUCTO:

Material audiovisual para el apoyo de los procesos de capacitación del Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Para el tercer nivel de visualización se boceta digital y brevemente a mano, las nuevas ilustraciones que según los niveles anteriores y según la validación con expertos gráficos del segundo nivel de visualización funcionaran para el material audiovisual sobre la Política en Materia de Género 2015 - 2020.

La ilustración se apega a las premisas de diseño siendo bastante básica y lineal para aportar la estética del dibujo a mano alzada que se pretende mostrar en la gráfica.

Al contar con la ilustración final, se procede a exportar vector por vector para luego ser importados al programa VideoScribe y proceder a la animación línea a línea.

El audio que acompaña a la animación se graba en las instalaciones de RADIO USAC, contando con el apoyo del Licenciado Gregorio Chávez en la locución, la Licenciada Venus Espina en la edición y el Licenciado Fernando Palacios en la dirección y controles.

Para finalizar el proceso, se sincroniza la animación con el audio revisando segundo a segundo para asegurar la correcta sincronización.

## PERFIL DE INFORMANTES:

CLIENTE: Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

G.O.: Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.

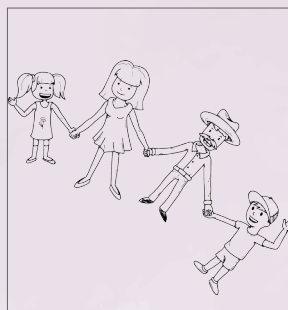


Figura 6.103 - Ilustración 1  
Elaboración propia.



Figura 6.104 - Ilustración 2  
Elaboración propia.



Figura 6.105 - Ilustración 3  
Elaboración propia.



Figura 6.106 - Ilustración 4  
Elaboración propia.



Figura 6.107 - Ilustración 5  
Elaboración propia.

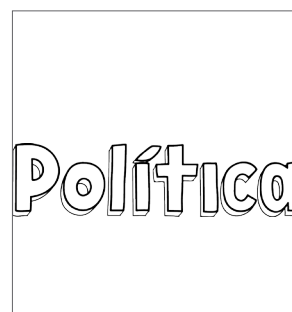


Figura 6.108 - Ilustración 6  
Elaboración propia.

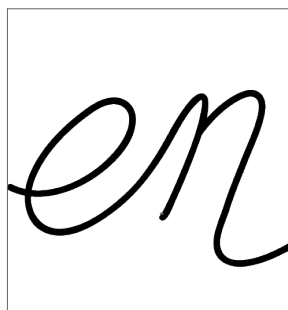


Figura 6.109 - Ilustración 7  
Elaboración propia.



Figura 6.110 - Ilustración 8  
Elaboración propia.





Figura 6.111 - Ilustración 9  
Elaboración propia.



Figura 6.112 - Ilustración 10  
Elaboración propia.



Figura 6.113 - Ilustración 11  
Elaboración propia.



Figura 6.114 - Ilustración 12  
Elaboración propia.



Figura 6.115 - Ilustración 13  
Elaboración propia.



Figura 6.116 - Ilustración 14  
Elaboración propia.

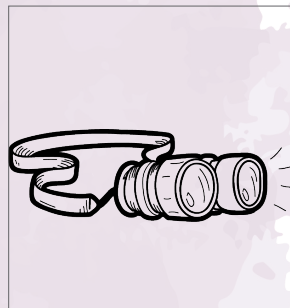


Figura 6.117 - Ilustración 15  
Elaboración propia.



Figura 6.118 - Ilustración 16  
Elaboración propia.



Figura 6.119 - Ilustración 17  
Elaboración propia.



Figura 6.120 - Ilustración 18  
Elaboración propia.



Figura 6.121 - Ilustración 19  
Elaboración propia.

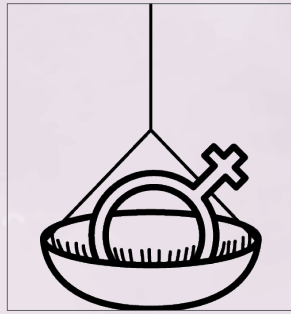


Figura 6.122 - Ilustración 20  
Elaboración propia.



Figura 6.123 - Ilustración 21  
Elaboración propia.



Figura 6.124 - Ilustración 22  
Elaboración propia.



Figura 6.125 - Ilustración 23  
Elaboración propia.

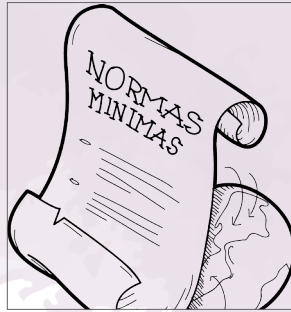


Figura 6.126 - Ilustración 24  
Elaboración propia.



Figura 6.127 - Ilustración 25  
Elaboración propia.



Figura 6.128 - Ilustración 26  
Elaboración propia.



Figura 6.129 - Ilustración 27  
Elaboración propia.



Figura 6.130 - Ilustración 28  
Elaboración propia.

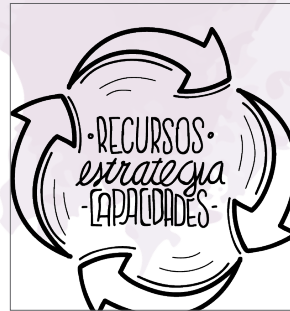


Figura 6.131 - Ilustración 29  
Elaboración propia.

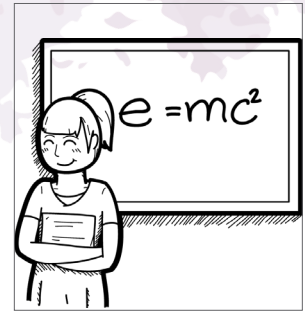


Figura 6.132 - Ilustración 30  
Elaboración propia.

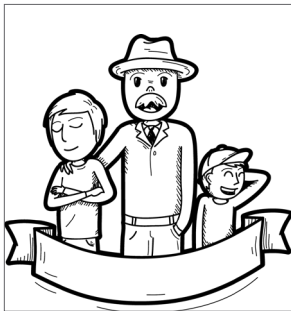


Figura 6.133 - Ilustración 31  
Elaboración propia.



Figura 6.134 - Ilustración 32  
Elaboración propia.



Figura 6.135 - Ilustración 33  
Elaboración propia.



Figura 6.136 - Ilustración 34  
Elaboración propia.



Figura 6.137 - Ilustración 35  
Elaboración propia.

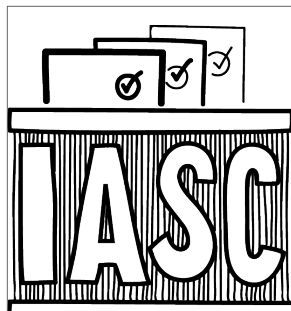


Figura 6.138 - Ilustración 36  
Elaboración propia.

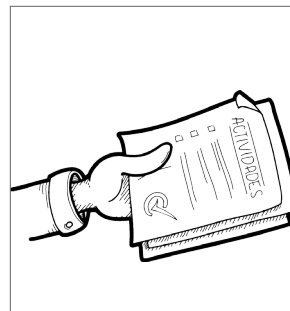


Figura 6.139 - Ilustración 37  
Elaboración propia.

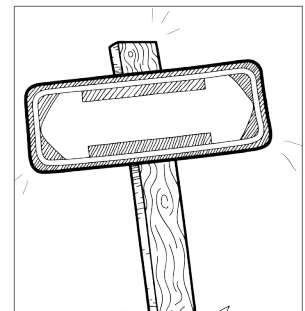


Figura 6.140 - Ilustración 38  
Elaboración propia.

TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

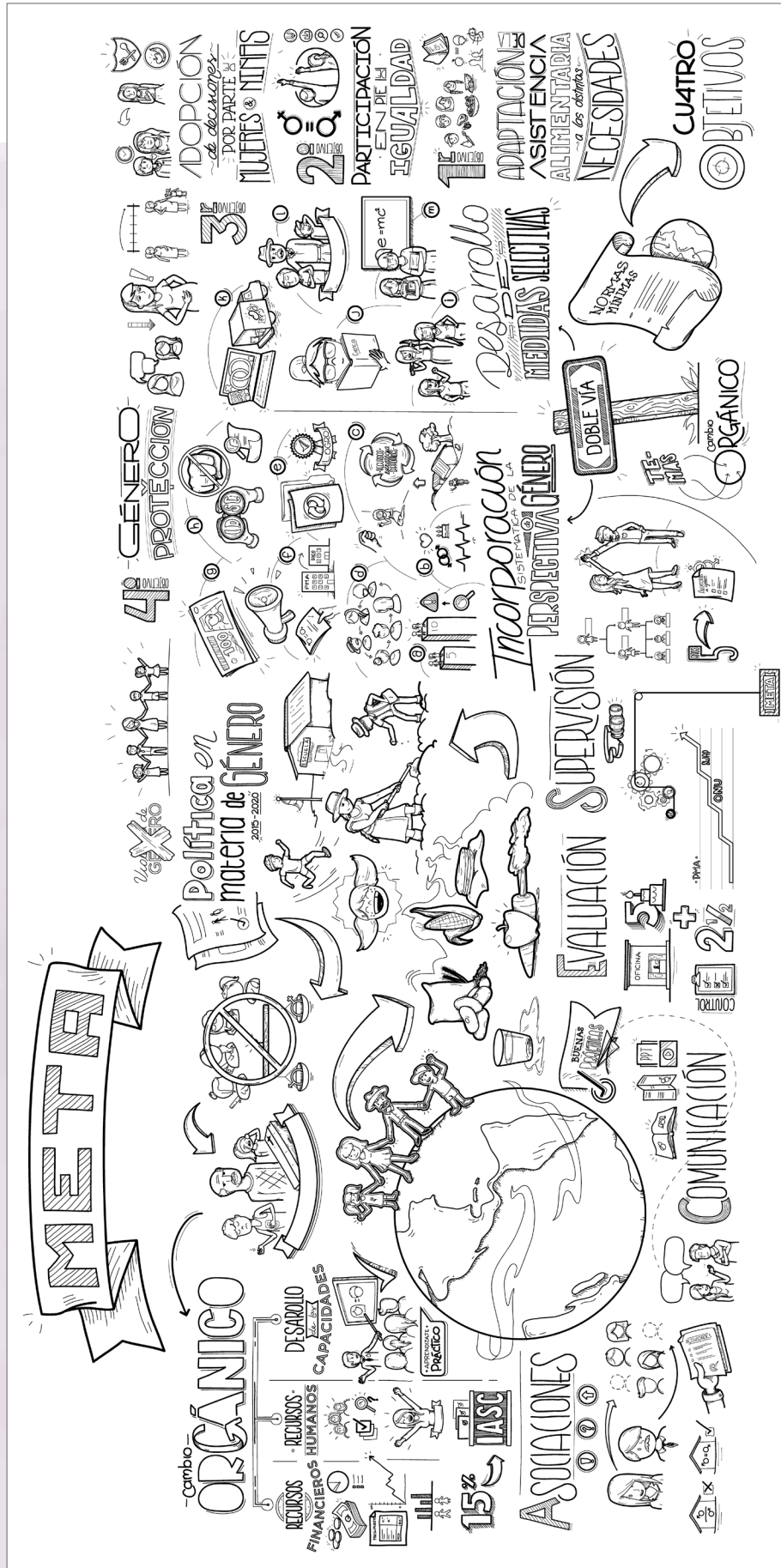


Figura 6.141 - Ilustración audiovisual completa final  
Elaboración propia.



# Infografía Gigante

## PRODUCTO:

Infografía gigante de 2 metros de largo por 1 metro de alto, en la que se expone información respecto a la realidad guatemalteca que viven las mujeres.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Para el tercer nivel de visualización se trabajan los últimos detalles en el tratamiento gráfico de la pieza.

El recorrido visual se mejora gracias al uso de líneas que marcan un inicio y un final de cada una de las 3 secciones de la infografía, junto con la aplicación de flechas dentro de la gráfica.

Las secciones de la pieza son marcadas gracias al uso de color en cada una de ellas, esto permite que la visualización de la gráfica se perciban las 3 grandes secciones.

La ilustración central se modifica con base en los requerimientos del cliente, incluyendo mayor representatividad de mujeres indígenas en ella.

se reemplaza la antigua ilustración por la nueva y se afinan detalles finales, como créditos al pie de la pieza, colocación de logos y revisión ortográfica.

Por último se imprime una versión dommy de prueba a escala en material vinil adhesivo, montado sobre PVC para ser utilizada en la validación de la pieza y mostrada al público.

## PERFIL DE INFORMANTES:

**CLIENTE:** Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

**G.O.:** Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.

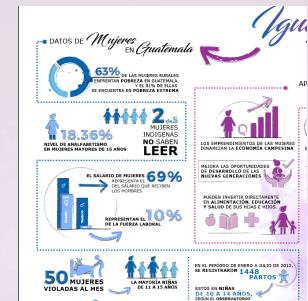


Figura 6.142 - Infografía parcial 1  
Elaboración propia.

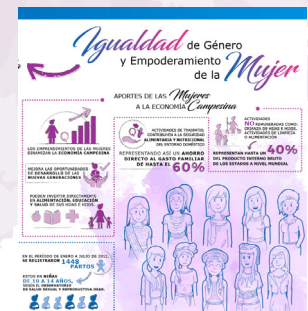


Figura 6.143 - Infografía parcial 2  
Elaboración propia.

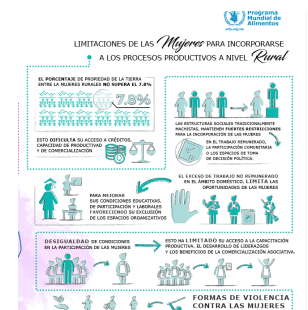


Figura 6.144 - Infografía parcial 3  
Elaboración propia.

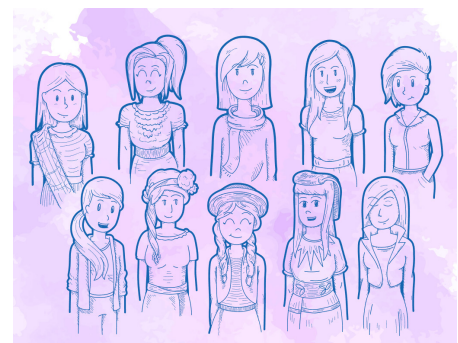


Figura 6.145 - Infografía ilustración central final  
Elaboración propia.

TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

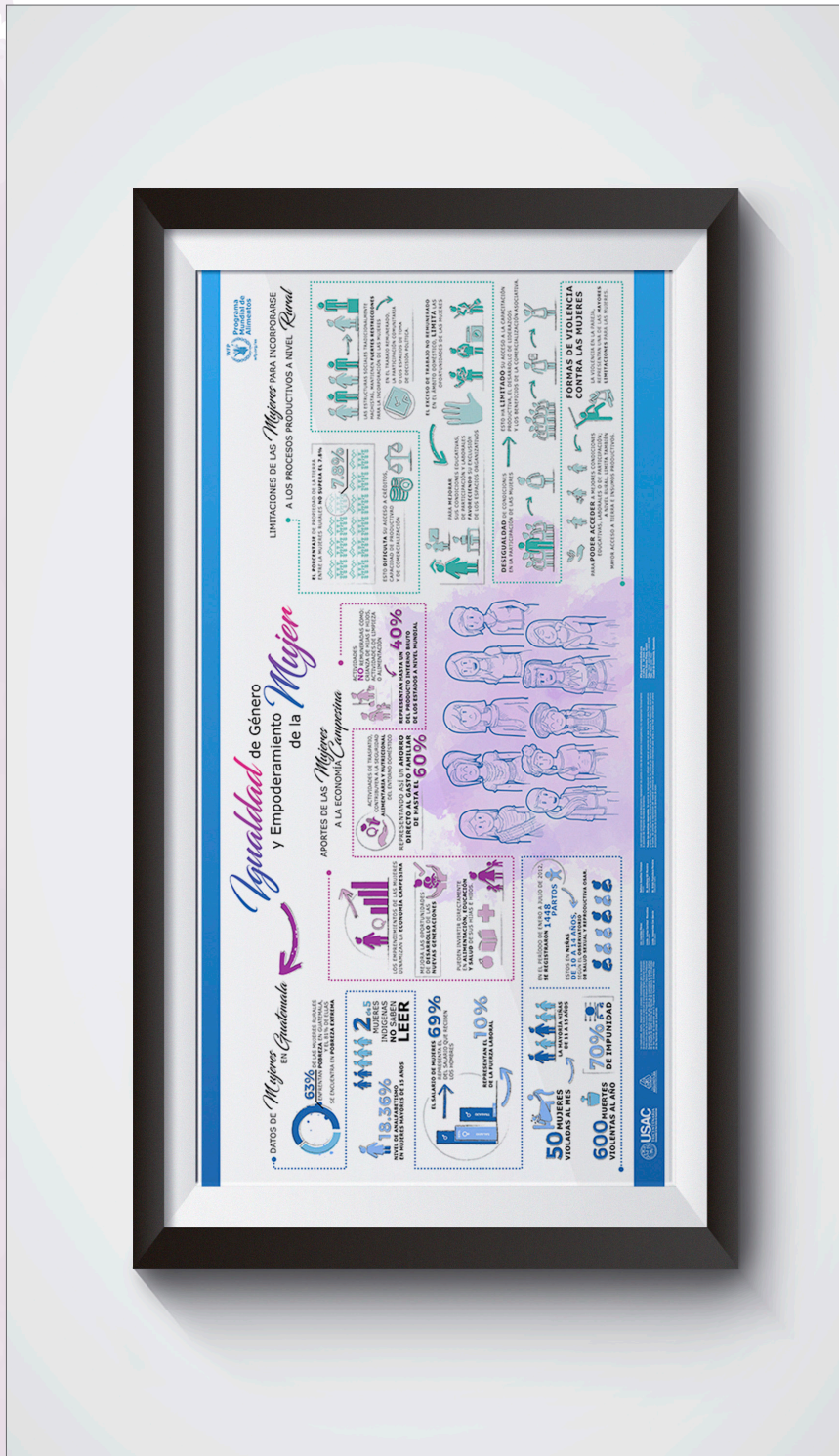


Figura 6.146 - Infografía completa final  
Elaboración propia.

# Folletos Complementarios

## PRODUCTO:

Material audiovisual para el apoyo de los procesos de capacitación del Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Para el tercer nivel de visualización se revisan detalles finales con respecto a la comprensión lectora de los textos a incluir dentro de los materiales.

Se analiza la diagramación y se realizan correcciones en la misma de tal manera que se mantenga la imagen institucional dictada por el manual de normas gráficas y al mismo tiempo se cumpla con las normas básicas del diseño editorial.

Se trabaja en la jerarquización de títulos y subtítulos y en el retoque fotográfico de las imágenes proporcionadas por la institución.

al completar estos procesos se procede a la realización de artes finales para la impresión de las mismas.

## PERFIL DE INFORMANTES:

**CLIENTE:** Programa Mundial de Alimentos -PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

**G.O.:** Personal interno de la institución, personas de entre 20 a 55 años de edad, ambos géneros.



Figura 6,147 - Portada folleto final 1  
Elaboración propia.



Figura 6,148 - Portada folleto final 2  
Elaboración propia.



Figura 6,149 - Portada folleto final 3  
Elaboración propia.



## TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

### Comisión de Empoderamiento

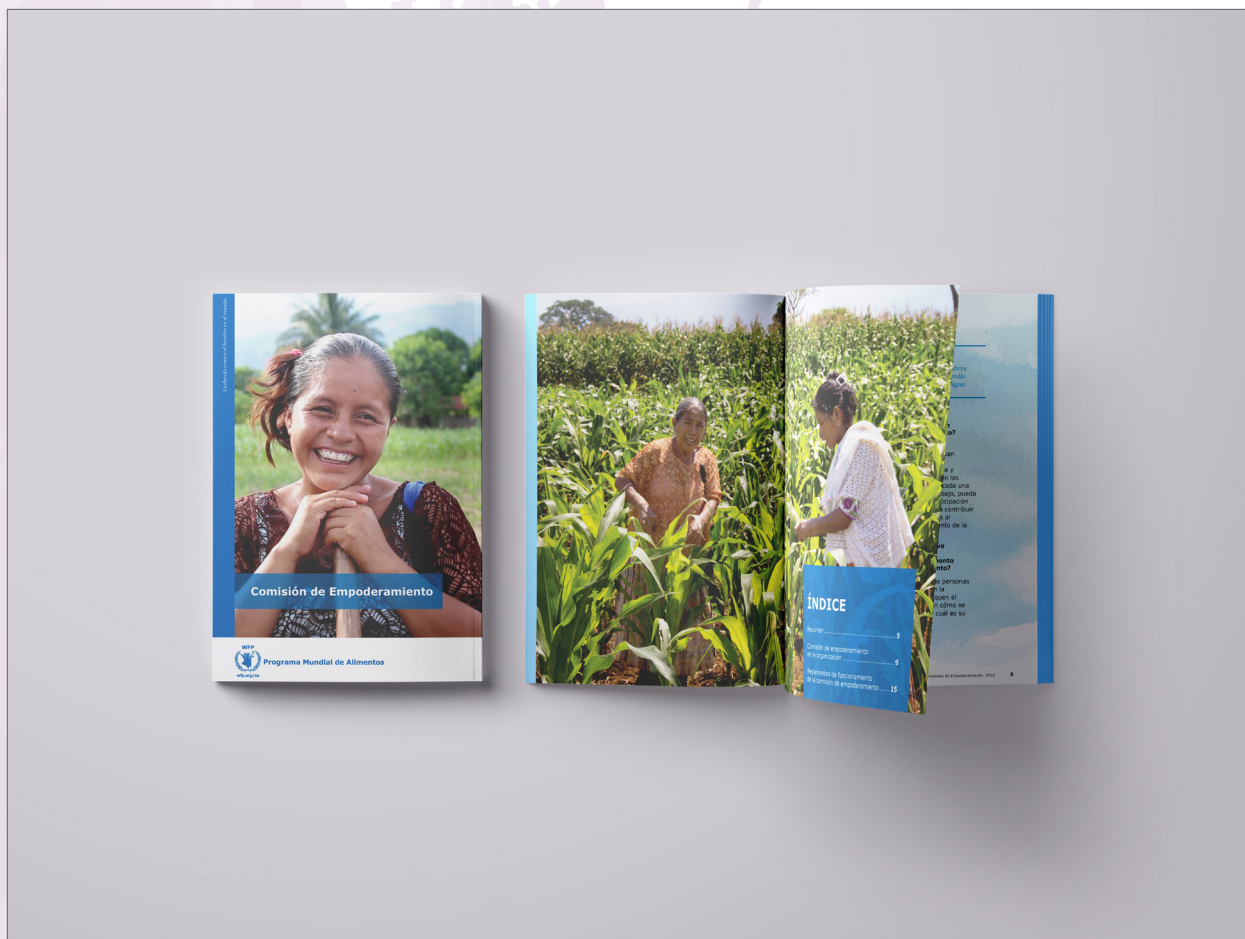


Figura 6.150- Mock-up folleto final 1  
Elaboración propia.

## Comisión de Género

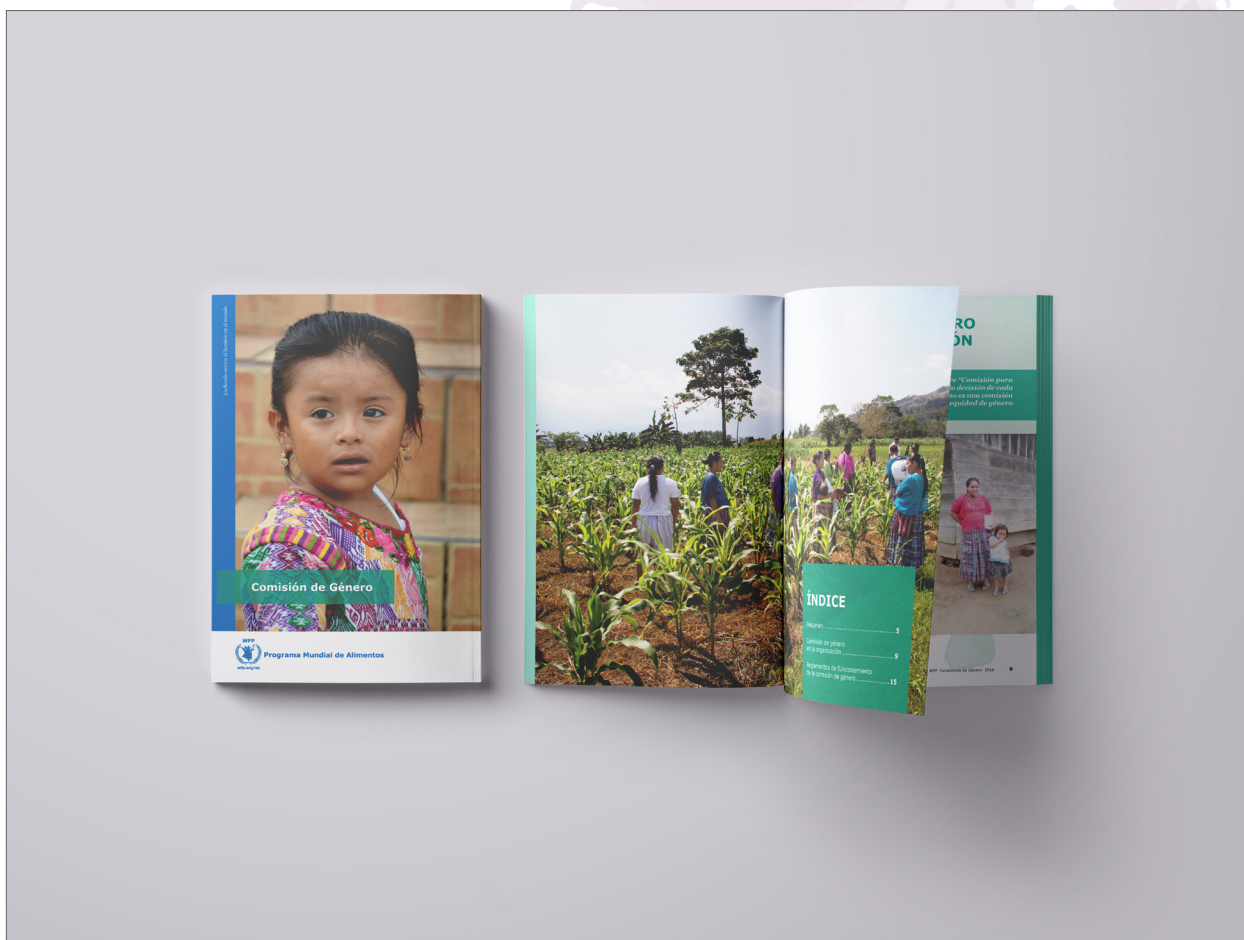


Figura 6.151- Mock-up folleto final 2  
Elaboración propia.

## Violencia en contra de la Mujer




Figura 6.152- Mock-up folleto final 3  
Elaboración propia.



# Instrumento de Validación.





## INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

### GRUPO OBJETIVO

"Diseño de material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en material de género 2015 – 2020 dirigido a los colaboradores internos del programa Mundial de Alimentos –PMA– de las Naciones Unidas en Guatemala."

**INTRUCCIONES:**

1. A continuación se presenta la validación de EPS, la cual tiene como propósito el asegurar que las propuestas gráficas diseñadas cumplen con los objetivos planteados por el proyecto.
2. El método que se utilizara para completar esta validación será la de un grupo de discusión en la que usted será pieza clave en la puesta en común de los criterios a evaluar paso a paso.
3. La actividad estará dividida en 4 etapas. En la que se expondrá una a una cada propuesta gráfica.
4. Al terminar cada etapa se procederá a la crítica objetiva de la misma, siempre acompañados de una serie de preguntas de opción múltiple.
5. Deberá marcar la casilla correspondiente a su opinión con respecto a cada una de las preguntas.

**MATERIAL AUDIOVISUAL  
SOBRE LA POLÍTICA DE GÉNERO 2015 – 2020 PMA GUATEMALA.**

La información presentada en el material, es clara con respecto a:

¿La Política de Género 2015 – 2020?  
SI  NO




¿Cambio orgánico de la institución?  
SI  NO

¿Estrategia de doble vía?  
SI  NO

¿4 objetivos de la Política de Género 2015 – 2020?  
SI  NO

¿Meta del PMA?  
SI  NO

Figura 6.153- Validación final 1  
Elaboración propia.

¿Existe algún dato expuesto en el material que NO sea comprensible? SI NO

Si la respuesta es SI ¿Cuál dato no es comprensible?

¿Considera que la gráfica, complementa a la información de la política de género 2015 - 2020 narrada en el material audiovisual? SI NO

¿El uso de flechas dentro del material audiovisual facilita que el recordo de la temática visual sea? SI NO

Ordenado: Desordenado: Confuso: Claro

Luego de haber visto todo y analizado la información dentro de la infografía, usted se siente: Motivado a actuar en pro de mejorar la realidad equitativa: Aterrorizado por lo que le muestra: Confundido por no saber cómo ayudar: Desinteresado completamente por el tema

ASPECTO	1	2	3	4	5
La Política de Género 2015 - 2020					
Cambio orgánico de la institución					
Estrategia de doble vía					
4 objetivos de la Política de Género 2015 - 2020					
Meta del PMA					
La Política de Género 2015 - 2020					

¿De qué manera considera que la tipografía utilizada dentro del material audiovisual presenta la segmentación de áreas de información? SI NO

Ordenado: Desordenado: Confuso: Claro

**GIGANTOINFOGRAFÍA  
SOBRE LA REALIDAD DE LA MUJER EN GUATEMALA.**

La información presentada en el material, es clara con respecto a:


¿Claro de mujeres en Guatemala? SI NO

¿Apoyes de las mujeres a la economía campesina? SI NO

¿Contribuciones de las mujeres para incorporar a los procesos productivos en el campo? SI NO

Figura 6.154- Validación final 2  
Elaboración propia.





¿Existe algún dato expuesto en el material que NO sea comprensible? SI NO

Si la respuesta es SI ¿Cuál dato no es comprensible?

¿Considera que los datos complementa a la información escrita expuesta en la infografía? SI NO

¿El uso de flechas y líneas facilitan el recordo visual? SI NO

¿Considera que el uso de color dentro de la pizarra gráfica ayuda a agrupar claramente la información presentada? SI NO

Luego de haber visto todo y analizado la información dentro de la infografía, usted se siente: Motivado a actuar en pro de mejorar la realidad equitativa: Aterrorizado por lo que le muestra: Confundido por no saber cómo ayudar: Desinteresado completamente por el tema

**FOLLETOS INFORMATIVOS  
DEL RECLAMAMIENTO DE LAS COMISIONES DENTRO DE LA INSTITUCIÓN**

¿Considera que la información presentada en los folletos brinda un contenido al material audiovisual y a la infografía presentados con anterioridad? SI NO

¿Considera que el tamaño y formato del folleto proporciona es: Muy difícil de leer: Fácil de entender: Complejidad de usar:

¿Qué tan motivado a leer el material se sintió gracias a los siguientes aspectos contenidos en el material gráfico? En escala del 1 a 5, en donde 1 es completamente desmotivado y 5 es completamente motivado.

ASPECTO	1	2	3	4	5
Colorido					
Uso de color					
Tipografía					
Clara participación de títulos y subtítulos					

Figura 6.155- Validación final 3  
Elaboración propia.





Después de haber leído el material, ¿considera que es de vital importancia el integrarlo a su práctica laboral? SI NO

**ASPECTOS GENERALES**

El concepto creativo "Series que dicen mucho" se ve reflejado en: La presencia de la agenda en las pizarras: La presencia de flechas en los materiales gráficos: La verticalidad con que se muestra los datos en el audiovisual: La vía que muestra la información en el material audiovisual:

¿Considera que los 3 propuestas gráficas presentan unidad gráfica respecto a los siguientes elementos: Uso de Color: SI NO; Usos tipográficos: SI NO; Congruencia en la información: SI NO; Concepto creativo: SI NO; Presencia de la agenda: SI NO

Comentarios:

Figura 6.156- Validación final 4  
Elaboración propia.



Figura 6.157- Validación final 5  
Elaboración propia.



Figura 6.158- Validación final 6  
Elaboración propia.

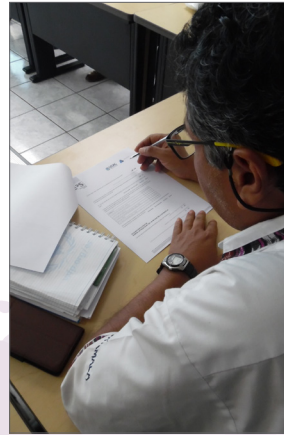


Figura 6.159- Validación final 7  
Elaboración propia.

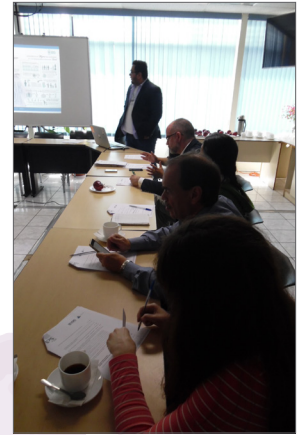


Figura 6.160- Validación final 8  
Elaboración propia.



Figura 6.161- Validación final 9  
Elaboración propia.



Figura 6.162- Validación final 10  
Elaboración propia.



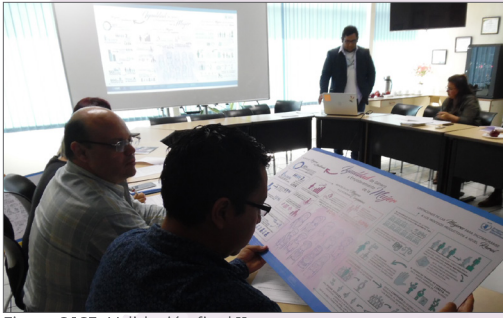


Figura 6.163- Validación final 11  
Elaboración propia.



Figura 6.164- Validación final 12  
Elaboración propia.



Figura 6.165- Validación final 13  
Elaboración propia.



Figura 6.166- Validación final 14  
Elaboración propia.



Figura 6.167- Validación final 15  
Elaboración propia.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Las tres propuestas gráficas responden a un mismo instrumento de validación en el cual se evalúan aspectos cómo:

1. La claridad de la información presentada
2. La memorabilidad de las piezas.
3. La aplicación del concepto creativo.
4. Unidad gráfica en las piezas.
5. Etc.

Los cuales son discutidos por el grupo objetivo para validar qué la aplicación y funcionalidad de las soluciones gráficos sea pertinente y adecuado para quienes es dirigida.

## CONCLUSIONES A PARTIR DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.

Luego de haberse realizado la validación de las piezas gráficas con el grupo objetivo al que los materiales están destinados, se procede a concluir con base al estudio estadístico de los datos arrojados por la misma.

**PRIMERO** el 100% dijo que la información con respecto a Política de Género 2015 - 2020 es clara mientras que solo el 8% dijo que el cambio orgánico y la estrategia de doble vía no era clara con respecto a la información que presenta, el 100% dijo que la estrategia de doble vía era clara y junto con el 92 % que aprueba la información de la Meta del PMA. Por lo tanto se concluye que la información transmitida a través del material audiovisual es lo suficientemente clara para ser comprendida por el grupo objetivo



por lo tanto se concluye que la gráfica no requiere de cambios significativos en la estructura de su información debido a que solamente el 17% de la muestra dijo que existía algún dato poco comprensible dentro de la misma.

Al grupo objetivo le parece que las ilustraciones y el audio de la narración dentro del material audiovisual se complementan perfectamente por lo tanto no se requiere de ninguna acción con respecto a este tema. Ya que el 100% de ellos estaban de acuerdo. En relación a la utilización y adición de flechas como apoyo al recorrido visual facilita a que la información sea presentada de una manera ordenada, según la respuesta del 83% de la muestra.

Según el estudio de la validación con el grupo objetivo, se sabe que dentro del material audiovisual, el área que corresponde a los 4 objetivos de la política son los más memorables, contraponiéndose al apartado de la estrategia de doble vía, sin embargo esta no deja de ser lo suficientemente memorable para el grupo objetivo, por lo tanto se recomienda a la institución reforzar los conocimientos y capacitaciones del personal con respecto al tema de doble vía y sus normas básicas. Por último con respecto al primer punto la validación prueba que el tratamiento tipográfico, aporta orden y claridad en la segmentación de áreas de información ya que el 57% de la muestra dijo que era ordenado y el 36% dijo que era claro.

**SEGUNDO,** Se concluye que la información contenida en la pieza gráfica es clara con respecto a los temas que se tratan dentro de la misma, ya que más del 80% lo confirma en la validación de las propuestas gráficas, aunque también se recomienda a la institución, reforzar la capacitación en temas con respecto a los temas abordados en la infografía. Ya que la tercera parte de la muestra dijo que existe algún dato poco comprensible.

Se concluye que el uso de los iconos dentro de la gráfica es completamente adecuado para complementar la información expuesta, esto reflejan las respuestas del grupo encuestado ya que el 100% de ellos están de acuerdo con esto.

Al igual que en el material audiovisual el uso de flechas, facilita el recorrido visual dentro de la pieza, por lo cual no existe ninguna acción a tomar con respecto a este tema.

La información dentro de la pieza gráfica es presentada de forma ordenada y claramente segmentada por áreas gracias al uso de color que divide la gráfica en 3 grandes áreas.

El público al que la gráfica se dirige dijo haberse sentido motivado a actuar en pro de la mejora de la información presentada luego de haber leído y analizado dichos datos, esto lo confirma el 92% de la muestra. El otro 8% dijo haberse sentido confundido con la información, por lo tanto recomendamos a la institución crear estrategias de comunicación dirigidas a informar a sus colaboradores de como poder apoyar a la institución con respecto a estos temas

**TERCERO:** el 100% de las personas abordadas dijeron que consideran que la información presentada dentro de los folletos fortalece al contenido expuesto dentro del material audiovisual y a la gigantografía, por lo cual el objetivo de los mismos es alcanzado completamente.

En el tema del formato, la validación prueba que los folletos presentan un formato y tamaño completamente manipulable, ya que el 100% estuvo de acuerdo con ello. Por lo tanto se concluye que el un tamaño menor a carta es más cómodo para el grupo objetivo al momento de interactuar con un material impreso.

Se concluye que la fotografía y el uso de color son los elementos que tienen mayor impacto en la motivación del usuario, seguidos por la tipografía y por último y justamente en el 50% el orden y jerarquización de los elementos dentro de la pieza, por lo cual se recomienda a la institución, hacer uso de estos elementos gráficos para cada uno de sus materiales futuros, para provocar la motivación y atención en el grupo objetivo.

El objetivo del proyecto es alcanzado gracias a que el 92% de la muestra dijo haber considerado de vital importancia el integrar la información expuesta en las piezas gráficas dentro de su práctica laboral diaria.

**CUARTO,** la presencia de acuarela dentro de las piezas gráficas refleja el concepto creativo de las piezas claramente, según el 60 % de la muestra, mientras que el otro 40 % no responde correctamente a este estímulo visual, tomando en cuenta criterios estadísticos se concluye que la aplicación del concepto creativo a través del uso de acuarela dentro de las piezas es adecuado y sutil y por último según el estudio de la validación con el grupo objetivo, se concluye que es perceptible la unidad gráfica en las piezas gracias, principalmente a la congruencia de la información entre las piezas y la aplicación del concepto creativo, seguido por el uso de la tipografía y el uso de color aplicado a los materiales, por lo tanto se concluye que las piezas No carecen de unidad gráfica entre ellas.

Por lo anterior y como resumen, se concluye que los tres proyectos presentados son completamente funcionales y responden a cabalidad con los objetivos propuestos para la realización de este proyecto.

## **EVIDENCIA**

Fotografías del personal de la institución (grupo objetivo) validando el material gráfico.

# Fundamentación

## CARACTERÍSTICAS GENERALES:

Wucius Wong dice en su libro, Fundamentos del Diseño (2012), que “El diseño es práctico. El diseñador es un hombre práctico. Pero antes de que esté preparado para enfrentarse con problemas prácticos, debe dominar un lenguaje visual. Este lenguaje visual es la base de la creación del diseño.” Esto hace saber que ciertamente como narra Wong, la base de todo proyecto de diseño será el lenguaje visual o alfabetidad visual como algunos otros la conocen, por lo tanto se han establecido directrices que se rigen a este lenguaje para resolver el reto de comunicación visual que la Institución ha presentado.

En cada uno de los proyectos, se presentan elementos conceptuales, visuales y de relación, sirviéndose de ellos para reforzar el concepto creativo y al mismo tiempo evocar al insight dentro de las soluciones gráficas.

Para el uso de elementos conceptuales, se hace uso de líneas horizontales y verticales, tanto literales (elementos gráficos) como conceptuales (recorrido visual) evitando el uso de líneas en diagonal, para transmitir la sensación de solidez y confianza en el grupo objetivo. La volumetría es dada en la gigante - infografía y los folletos, gracias al uso de capas sobrepuestas, es decir la opacidad del fondo con respecto a los elementos que soporta, da la ilusión de existir en un espacio más profundo lo que facilita tiempos más largos de permanencia visual en las piezas gráficas, se agrega a esto el uso de algunas sombras. En el material audiovisual, la volumetría es apreciada al inicio del material mientras el logo de la institución es animado, reforzando también el concepto creativo en que las piezas se sustentan y generando interés en el consumidor para garantizar que continuara viendo el material gráfico.

Como elementos visuales, se recurre a formas como planos, orgánicas que según Wong (2012) son curvas libres, que aportan fluidez y desarrollo a la pieza gráfica, la medida de cada una de ellas es dada respecto al espacio total de la pieza, el código cromático y tipográfico serán explicado más adelante a detalle.

Los elementos de relación como dirección, espacio y posición son mejor apreciados dentro del material audiovisual, aunque dada su naturaleza también están presentes en las demás piezas gráficas, estos elementos dan sentido y orientan al usuario dentro de las piezas gráficas evitando que se pierdan en la lectura de los elementos visuales.

Por último cabe mencionar que las formas usadas dentro de los materiales gráficos responden a formas representativas y significativas del mundo real, es decir son una aproximación ilustrativa de nuestro entorno empleadas para transmitir un mensaje.



## CÓDIGO CROMÁTICO GENERAL:

Desde el punto de vista psicológico el color azul es asociado a diversos aspectos integrales como la verdad, la sabiduría y la inteligencia, representa paz y tranquilidad, es un color que funciona muy bien para denotar paciencia, tolerancia y protección, valores que es necesario transmitir al grupo objetivo.

### AZUL INSTITUCIONAL



#### **Pantone 3005**

C= 95 M=30.5 Y=0 K=6

R=0 G=136 B=225

HEX web = 0088FF

### AZUL



#### **Pantone 2945 C**

C= 95 M=70 Y=1 K=0

R=0 G=90 B=169

HEX web = 005aa9

### AZUL SECUNDARIO



#### **Pantone 292 C**

C= 48 M=24 Y=0 K=0

R=120 G=173 B=253

HEX web = 78adfd

El color violeta por su parte representa una mente libre de prejuicios y rompe paradigmas ya establecidos, esto ayuda al proyecto transmitiendo este pensamiento a las personas que estén en contacto con las piezas gráficas. Al color violeta también se le atribuyen propiedades mixtas, ya que se deriva de la mezcla del rojo y el azul, representa lo femenino y lo masculino al mismo tiempo, aporta espiritualidad y posee propiedades calmantes, por último se utiliza el color como tributo a el movimiento feminista de 1908 en el que Emmeline Pethick dijo “El violeta, color de los soberanos, simboliza la sangre real, que corre por las venas de cada luchadora por el derecho al voto, simboliza su conciencia de la libertad y la dignidad”.

#### VIOLETA



#### **Pantone 254 C**

C= 50 M=99 Y=1 K=0  
R=146 G=39 B=143  
HEX web = 92278f

#### VIOLETA COMPLEMENTO

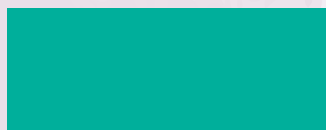


#### **Pantone 257 C**

C= 15 M=41 Y=0 K=0  
R=209 G=161 B=202  
HEX web = d1a1ca

El uso del turquesa aporta un enfoque de introspección y flexibilidad, posee un sentido de orden y cuidado, cuidar de nosotros mismos, estar bien para que los demás estén bien a nuestro alrededor, el color es también relacionado a un sentimiento de independencia, lo que refuerza al concepto del empoderamiento de la mujer.

#### TURQUESA



#### **Pantone 3275 C**

C= 77 M=6 Y=42 K=0  
R=7 G=175 B=165  
HEX web = 07afa5

#### TURQUESA COMPLEMENTO



#### **Pantone 324 C**

C= 35 M=2 Y=16 K=0  
R=163 G=214 B=215  
HEX web = a3d6d7

## CÓDIGO TIPOGRÁFICO:

El uso de la tipografía es dictado por el manual de marca de la institución.  
El uso fue estrictamente regido por esto.

## TIPOGRAFÍA PRINCIPAL:

VERDANA en sus diferentes modalidades

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
123456789

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz*  
*123456789*

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**123456789**

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***  
***Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz***  
***123456789***

## TIPOGRAFÍA SECUNDARIA:

Georgia en sus diferentes modalidades

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
123456789

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz*  
*123456789*

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**123456789**

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***  
***Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz***  
***123456789***



# Fundamentación específica.

## MOTION GRAPHICS

El material audiovisual realizado para la institución Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Guatemala - PMA - tiene como función principal abordar el tema de la Política en Materia de Género 2015 - 2020 dirigida a los colaboradores internos del programa y para que la transmisión de la información sea correcta se han establecido algunas bases específicas para el proyecto sobre las cuales se ha construido todo el diseño.

La técnica utilizada para la elaboración del audiovisual es llamada "Draw my life" y facilita al espectador entender mejor el mensaje; tuvo sus inicios en el año 2013, basada en videos que eran publicados por youtubers famosos y otras personalidades que contaban sus historias a través de divertidas viñetas dibujadas a mano alzada sobre una pizarra, al principio la técnica fue completamente manual y con el paso del tiempo la técnica se perfeccionó hasta llegar a contar con softwares dedicados a este tipo de material audiovisual.

El uso de esta técnica gráfica, puede fácilmente relacionarse con la creación de mapas mentales, los cuales favorecen los procesos cognitivos ya que el cerebro piensa de la misma manera, crea conexiones entre ideas e imágenes para llegar a producir redes inmensas de información, por lo tanto la utilización de mapas mentales, creados de manera similar a la que lo haríamos en una hoja de papel garantiza captar la atención del grupo objetivo y al mismo tiempo favorece a la memorabilidad de la información contenida dentro del material.

La diagramación del material audiovisual responde a una retícula modular cuadrada para facilitar la distribución de los elementos dentro del espacio definido, la composición de estos elementos responde a una espiral ascendente, obteniendo un recorrido visual fluido y claro para facilitar la comprensión de cada uno de los temas tratados a lo largo de la animación; la definición de los supermódulos refuerza la división de esta información contenida dentro del material, lo que visualmente genera un descanso visual, garantizando que la teoría no saturara al espectador.

El uso de color se restringe únicamente al inicio de la animación en la cual se pueden apreciar manchas azules de acuarela transformándose en el logotipo de la institución, tomando en cuenta el azul institucional, Pantone 3005, dictado por el manual de marca provisto por PMA; esta decisión responde a la búsqueda de la simplicidad dentro del material audiovisual para evitar sobrecargar de información visual a la pieza.

La tipografía y su uso es estrictamente ilustrativo, ya que cada una de las palabras o titulares utilizados dentro del material gráfico, fueron ilustrados y no se empleó ningún tipo de fuente tipográfica, esto aporta estética y encanto visual a la pieza final.

## GIGANTO INFOGRAFÍA

El propósito de esta pieza gráfica es el reforzar la información tratada en el material audiovisual, con la intención de provocar la sensibilización del grupo objetivo con respecto a la temática de género y para su elaboración fue necesario tener en cuenta temas fundamentales para la creación desde la estructura básica hasta los acabados finales de la pieza, esto con el fin de que la transmisión de información respecto a datos importantes de la realidad que viven las mujeres en Guatemala y en el mundo, sea funcional hacia el grupo objetivo.

El tamaño se evalúa tomando en consideración a la futura ubicación de la pieza, y la cantidad de información que contendrá esto para garantizar que la legibilidad será óptima para el espectador, a esto se añade la elección de la familia tipográfica VERDANA, ya que no solamente es la tipografía dictada por el manual de marca proporcionado por la institución, sino que su estructura presenta una alta legibilidad en textos cargados.

La jerarquía tipográfica también juega un papel importante en la composición de los elementos, ya que gracias al manejo adecuado de tamaños y modalidades de la fuente se crea una correcta distinción entre títulos, textos y áreas informativas, esto apoya a presentar una distribución de la información estética y funcionalmente correcta.

La diagramación presenta una retícula modular cuadrada para facilitar la distribución de los elementos dentro del espacio definido, la composición de los elementos dentro de la retícula responden a un recorrido visual claro y fluido facilitado por las líneas físicas colocadas en la pieza lo que mejora la lectura respecto a donde debe iniciar y terminar la lectura de cada uno de los ítems expuestos dentro de la pieza. La definición de los supermódulos es creada gracias a la utilización del color como elemento diferenciador de secciones, esto garantiza que el lector de la pieza gráfica no se confunda con la gran cantidad de información contenida en la misma; los espacios en blanco aportan descansos y evitan la saturación visual hacia el espectador,

La técnica de ilustración empleada para la elaboración de la pieza es la misma que se ha utilizado en el diseño del Motion Graphics explicado con anterioridad, son ilustraciones realizadas a mano, evocando los dibujos que el grupo objetivo suele realizar mientras está en una reunión de trabajo o simplemente para pasar el tiempo, este es un link directo hacia el insight, todo esto con el objetivo de crear unidad entre las piezas y mostrarlas como un todo, que se complementa entre sí.

## FOLLETOS INFORMATIVOS

Como etapa final del proyecto, se diseñan 3 folletos con información complementaria a la ya existente, tanto en el material audiovisual como en al gigantografía entorno a la temática de género y sus implicaciones.

El diseño de estos folletos, se ha estructurado predominantemente con base en el manual de marca, que dicta ciertas normas como por ejemplo la diagramación a dos columnas para la distribución de los cuerpos de texto, el uso tipográfico de dos familias, Verdana y Georgia, utilizando la primera para textos en general, apoyándose en las diferentes modalidades de esta fuente para generar jerarquía tipográfica y lograr definir correctamente títulos, subtítulos y cuerpos de texto; cabe destacar que Verdana presenta una alta legibilidad en cuerpos de textos lo cual favorece a la comprensión de la lectura por parte del grupo objetivo, la segunda familia se emplea para destacar textos dentro de la composición de las piezas, creando un alto contraste tipográfico. El manual de marca también norma la correcta aplicación de los cintillos institucionales colocados a los bordes de las páginas y del eslogan que contienen dichos cintillos. La numeración y los pies de página se agregan a estar normas contenidas en el manual de marca.

Sin embargo se toman algunas decisiones creativas para garantizar que el propósito de los materiales sea exitoso, este es el caso del cambio al uso de fotografías en vez de ilustraciones como portada y contenido del material, respondiendo a la intención de captar la atención del grupo objetivo, evitando la monotonía en las piezas gráficas.

Se decide no justificar los textos dentro de los folletos para evitar la generación de ríos y viudas dentro de la diagramación, esto también favorece a la comprensión lectora ya que la variación de las terminaciones de línea permite fácilmente reconocer la ubicación dentro del texto y no perderse en la lectura.

El recorrido visual es vertical y dado por la división del texto en dos columnas, este tipo de diagramación aporta descanso visual y evita la saturación visual de información presentada al grupo objetivo.

La unidad con respecto a los otros materiales se mantiene en la agrupación de la información dada por el uso de color en las piezas, utilizando un color por folleto.



# Lineamientos para puesta en práctica

## MOTHION GRAPHICS

El material audiovisual será puesto en práctica al final el proyecto, a este se habrá añadido el audio final, locutado por licenciados en Ciencias de la Comunicación, en las instalaciones de Radio USAC, zona 1 de la ciudad de Guatemala, y añadido los créditos correspondientes al final de la animación.

El material será exportado a 3 archivos de diferente tamaño pero mismo formato, .Mp4, en calidad Full HD es decir que el aspect ratio será de 16:9 y la medida en pixeles de 1920 de ancho por 1080 de alto, a 72 DPI de resolución, el formato de audio incorporado será .Mp3 estéreo, sin embargo la edición del audio se realizará en mono, por lo tanto las cualidades estéreo no podrán ser apreciadas al final del proceso. Adicional se entregan de dos versiones del material gráfico, en formato .Mp4 para garantizar la reproducción en cualquier dispositivo, una en calidad HD es decir de medida en pixeles 1080 por 720 a 72 DPI de resolución y un último tamaño en pixeles de 720 por 480 siempre a 72 DPI de resolución.

El material gráfico está diseñado para ser reproducido en las plataformas internas de Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Guatemala – PMA – por lo tanto estos 3 tamaños de archivo cubrirán perfectamente las 3 resoluciones más comunes actualmente para su visualización dependiendo del ancho de banda que la institución provea a sus colaboradores internos.

El material gráfico y sus formatos también serán optimizados para poder ser reproducidos desde variedad de dispositivos, sea este almacenado en una computadora de escritorio o portátil, un dispositivo móvil como teléfono celular o Tablet o también almacenado en una memoria externa, USB, un CD, DVD o disco duro externo.

Por último el material será expuesto en reuniones de capacitación, en temática de género, planificadas para el personal interno del programa por lo que la duración del material es óptimo para este tipo de situaciones en la que se debe transmitir la mayor cantidad de información al grupo objetivo sin perder su atención gracias a la animación que presenta la pieza.

## GIGANTOINFOGRAFÍA

El tamaño de la pieza gráfica es de 3 metros de ancho por 1.5 metros de alto y está diseñada para ser expuesta en una de las paredes ubicadas dentro de las instalaciones del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Guatemala - PMA -.

El material será impreso en Vinil adhesivo con calidad HD, es decir que la creación del archivo editable presentará las propiedades necesarias para este tipo de impresión, Medida real (3m. por 1.5m.) a 150 Dpi de resolución y modo de color RGB, exportado a formato PDF de alta resolución para su futura impresión o reproducción.

La pieza gráfica nunca será bloqueada por cualquier tipo de inmobiliario o cualquier otro objeto o persona que pueda comprometer la correcta apreciación de la totalidad de la pieza pensando en esto, el material fue diseñado a media altura de la pared (1.5m) y su colocación deberá iniciar desde la parte superior de la pieza en el punto ubicado a 15 cm de la intersección de la pared con el techo para garantizar que la visualización sea la adecuada con respecto a la horizontal visual del grupo objetivo.

## FOLLETOS COMPLEMENTARIOS.

El diseño y diagramación de los folletos está planeado para ser un material de fácil manipulación por lo cual el tamaño del mismo está diseñado para ser impreso fácilmente en impresoras digitales o bien sea necesario se incluye el archivo editable para su optimización a otro modo de impresión que conlleve separación de color por placas.

El formato en que se exportan los materiales es .PDF de alta resolución, debidamente compaginado para facilitar el proceso de impresión, el modo de color exportado será RGB, pensando en la facilidad que aportan ahora las impresoras digitales para reproducir volúmenes pequeños de tiraje.

Se recomienda imprimir el material en Papel Couche con 18 pulgadas por 12 pulgadas de tamaño en formato horizontal. Los materiales serán guillotizados sobre las marca de corte que los archivos .pdf muestran y posteriormente serán doblados por el medio y engrapados por el lado exterior para dejar la apertura de la grapa por dentro del material garantizando de esta manera un buen acabado final de la pieza. Por último se guillotinará cualquier exceso que las piezas presenten luego de ser dobladas y engrapadas.

Cada uno de los folletos está pensado para ser entregado en cualquier momento a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Guatemala - PMA- por lo que la institución deberá mantener un stock de ejemplares listos para ser distribuidos, tanto en sus prácticas de capacitación como en cualquier otro momento en que el personal lo desee.

# Recursos y Costos

## Gastos de Creatividad y Diseño

Creatividad, proceso metodológico, diseño y diagramación .....	Q.96,000.°°
Ilustración vectorial .....	Q.10,000.°°
Locución .....	Q.48,750.°°
Animación 2d .....	Q.25,000.°°
Render 2d .....	Q.20,000.°°
Postproducción .....	Q.10,000.°°
Total Gastos de Creatividad y Diseño .....	Q.209,750.°°

## Gastos Administrativos

Energía eléctrica .....	Q. 9,000.°°
Internet .....	Q. 6,000.°°
Transporte .....	Q. 20,000.°°
Hardware .....	Q. 50,000.°°
Software .....	Q. 20,000.°°
Inmobiliario .....	Q. 21,000.°°
Mobiliario .....	Q. 10,000.°°
Artículos de Oficina .....	Q. 5,000.°°
Total Gastos Administrativos .....	Q.141,000.°°

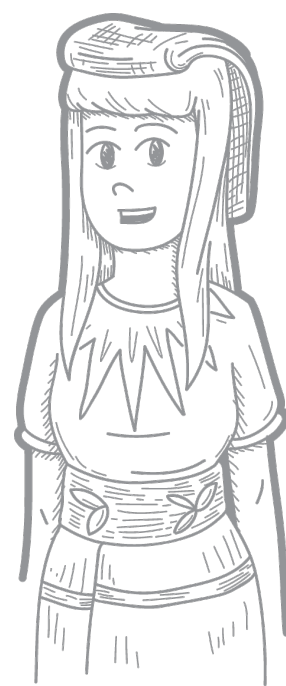
**GRAN TOTAL .....Q. 350,750.°°**





“Diseño de Material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala.”

**Guatemala, octubre de 2017.**



# *Síntesis del Proyecto*

# Lecciones Aprendidas

## ¿QUÉ SABÍA?

- » Sabía gestionar proyectos de diseño basados en un diagnóstico institucional previo, para poder dar solución a la problemática planteada y apoyar los objetivos que se presenten.
- » Sabía crear productos de diseño, basado en mi experiencia y habilidades técnicas.
- » Sabía segmentar grupos objetivos para garantizar en gran parte el éxito del proyecto, evitando desperdiciar recursos en personas a las que el producto difícilmente interesaría.

## ¿QUÉ APRENDÍ?

- » Aprendí a utilizar nuevas herramientas para el desarrollo de mi proyecto.
- » Aprendí sobre políticas en materia de género enfocadas al cumplimiento de objetivos institucionales.
- » Aprendí a trabajar en equipo con otros profesionales del diseño, empleando nuestras diferentes habilidades para el bien de un solo objetivo.
- » Aprendí la importancia de enfocar nuestras habilidades como profesionales a causas sociales y benéficas para el avance y apoyo a nuestro país.

## ¿QUÉ NECESITO MEJORAR?

- » Necesito mejorar la gestión de tiempo y distribución de recursos.
- » Necesito mejorar los procesos de bocetaje, necesarios en todo proyecto gráfico.
- » Necesito mejorar mi conocimiento técnico respecto a otras ramas del diseño gráfico.



## Conclusiones

- » **Se concluye qué** la importancia de las acciones por parte del Programa Mundial de Alimentos – PMA – de las Naciones Unidas en Guatemala se ven reflejadas en el desarrollo social del país debido a que gracias a su labor, los índices de mal nutrición han descendido según estadísticas del programa, así también se ha aumentado el nivel de empoderamiento de la mujer indígena en las áreas en donde el programa tiene acción.
- » **Se concluye qué** a través del diseño de material gráfico para el Programa Mundial de Alimentos – PMA – de las Naciones Unidas en Guatemala dirigido al personal interno del programa que labora dentro de la República de Guatemala, se contribuye al fortalecimiento de la visión de que toda mujer, hombre, niña o niño tenga acceso en todo momento a una alimentación necesaria para llevar una vida activa y saludable.
- » **Se concluye qué** se ha facilitado el traslado de información en apoyo a los procesos de capacitación que el Programa Mundial de Alimentos – PMA – de las Naciones Unidas en Guatemala, realiza con su personal a través de material educativo, para que sea implementada la Política en materia de género 2015 – 2020, dentro de cada una de sus actividades tanto diarias como laborales.
- » **Se concluye qué** el diseño del proceso de la aplicación de la política en materia de género 2015 – 2020 en el ambiente de trabajo, sintetizada en piezas gráficas informativas digitales e impresas, analizando las necesidades de la institución, para facilitar el acceso a la información a las y los colaboradores del Programa Mundial de Alimentos, P.M.A. Guatemala ha sido realizado con éxito, reflejado en cada una de las etapas de validación dentro de la gestión y creación del proyecto elaborado.

## Recomendaciones

- » Recomiendo al Programa Mundial de Alimentos – PMA – de las Naciones Unidas en Guatemala, que procure la divulgación, externa a la institución, de la información tratada en el proyecto “Diseño de material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020 dirigido a los colaboradores internos del programa mundial de alimentos – PMA – de las Naciones Unidas en Guatemala”, ya que el impacto social sería altamente positivo.
- » A los catedráticos de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala se recomienda sugerir proyectos orientados a la temática de género, para promover y generar una actitud de cambio en la sociedad a través de la mediación y divulgación de esta información.
- » A los Epesistas que decidan elaborar un proyecto audiovisual como proyecto de graduación, se recomienda que conozcan las tendencias actuales, las herramientas de uso y términos generales correspondientes a la rama audiovisual, para evitar contratiempos y soluciones técnicas deficientes al problema.
- » Se recomienda a los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, aprovechar al máximo las herramientas y conocimientos dados a través del tiempo en los cursos de la carrera para poder realizar su proyecto de graduación con calidad y excelencia.
- » Se recomienda al público en general informarse sobre las temáticas de género y promover una actitud de cambio con respecto al tema, en su comunidad o área de trabajo.

# Bibliografía

- » BASSOFIA, 2008, El Alfabeto visual, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:06 A.M. de <http://www.editando.cl/2008/11/el-alfabeto-visual.html/>
- » Berlo, K. Elementos del proceso de comunicación, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:00 A.M. de [http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont\\_elementos.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_elementos.htm)
- » Castillo, Alejandro, 2014, Unicef: Guatemala ocupa el quinto lugar de desnutrición a nivel mundial, , Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:15 A.M. de: <http://lahora.gt/unicef-guatemala-ocupa-el-quinto-lugar-de-desnutricion-nivel-mundial/>
- » Expósito, F., & Moya, M. (2005). Violencia de género. Aplicando la psicología social, 201-227.
- » Mapa Mental - ¿Qué es un mapa mental? (s/f). Recuperado el 23 de septiembre de 2016, a partir de <http://www.quesunmapamental.com/>
- » MAPAS MENTALES. (10:20:55 UTC). Recuperado a partir de <http://es.slideshare.net/yosoyarual/mapas-mentales-1759501>
- » Noriega, Aroldo David (2013), LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN DE ADULTOS EN GUATEMALA, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:15 A.M. de: <http://2-learn.net/director/la-calidad-en-la-educacion-de-adultos-en-guatemala/>
- » Ofifacil.com, 2010, Que es una infografía, como se hacen, como se diseña una infografía. Etapas, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:10 A.M. de <http://www.ofifacil.com/ofifacil-infografias-que-es-definicion-como-se-hacen.php>
- » Org, Wikipedia, 2016, Diseño Multimedia, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:00 A.M. de [https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o\\_multimedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_multimedia).
- » Org, Wikipedia, 2016, Motion Graphics, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:00 A.M. de [https://es.wikipedia.org/wiki/Motion\\_Graphics](https://es.wikipedia.org/wiki/Motion_Graphics).
- » Programa Mundial de Alimentos, 2015, POLÍTICA DEL PMA EN MATERIA DE GÉNERO (2015-2020), , Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:00 A.M. de <http://documents.wfp.org/stellent/groups/public/documents/resources/wfp273229.pdf>
- » Quintanilla Miguel A. (2010), Teoría del conocimiento, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:00 A.M. de <http://www.filosofia.org/enc/dfc/conocimi.htm>.
- » Santa María, Fiori, 2014, Diseño editorial, definición y etapas Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:10 A.M. de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>
- » Segundo, Felipe, ¿Qué es el diseño?, Recuperado el Jueves 12 de mayo de 2016 a las 2:00 A.M. de [http://www.cesfelipesegundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno\\_Grafico\\_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%C3%B1o.pdf](http://www.cesfelipesegundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%C3%B1o.pdf)
- » Valdivieso, C. A. (2015). Enseñar con Motion Graphics. RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa, 14(3), 75-84.
- » Wong, W. (2012), Fundamentos del Diseño, 13° edición, España, editorial GG diseño.







# *Anexos*





# Índice de Imágenes

Figura 2.1 - Retrato de la institución .....	26
Figura 2.2 - Retrato del grupo objetivo .....	27
Figura 3.1 - Flujograma del proceso del proyecto. ....	35
Figura 3.2 - Cronograma del Proyecto. ....	37
Figura 3.3 - Calendarización del proyecto (agosto 2016).....	38
Figura 3.4- Calendarización del proyecto (septiembre 2016)	
Figura 3.5 - Calendarización del proyecto (octubre 2016).....	39
Figura 3.6- Calendarización del proyecto (noviembre 2016)	
Figura 5.1 - Modern Retro Style.....	62
Figura 5.2 - Material design	
Figura 5.3 - Bright, bold colors	
Figura 5.4 - Geometric Shapes	
Figura 5.5 - Negative Space .....	63
Figura 5.6 - Modular Layouts	
Figura 5.7 - Dramatic Typography	
Figura 5.8 - Custom Illustrations	
Figura 5.9 - Abstract, minimalistic style	
Figura 5.10 - Referencia visual sobre ilustración 1.....	64
Figura 5.11 - Referencia visual sobre ilustración 2	
Figura 5.12 - Referencia visual sobre ilustración 3	
Figura 5.13 - Referencia visual sobre ilustración 4	
Figura 5.14 - Referencia visual sobre ilustración 5.....	65
Figura 5.15 - Referencia visual sobre ilustración 6	

Figura 5.16 - Referencia visual sobre ilustración 7.....	65
Figura 5.17 - Referencia visual sobre ilustración 8	
Figura 5.18 - Referencia visual sobre ilustración 9	
Figura 5.19 - Referencia visual sobre ilustración 10.....	66
Figura 5.20 - Referencia visual sobre ilustración 11	
Figura 5.21 - Referencia visual sobre ilustración 12	
Figura 5.22 - Referencia visual sobre ilustración 13	
Figura 5.23 - Referencia visual sobre ilustración 14.....	67
Figura 5.24 - Referencia visual sobre ilustración 15	
Figura 5.25 - Referencia visual sobre ilustración 16	
Figura 5.26 - Referencia visual sobre ilustración 17	
Figura 5.27 - Referencia visual sobre infografía 1.....	68
Figura 5.28 - Referencia visual sobre infografía 2	
Figura 5.29 - Referencia visual sobre infografía 3.....	69
Figura 5.30 - Referencia visual sobre infografía 4	
Figura 5.31 - Referencia visual sobre infografía 5.....	70
Figura 5.32 - Referencia visual sobre infografía 6	
Figura 5.33 - Referencia visual sobre infografía 7.....	71
Figura 5.34 - Referencia visual sobre infografía 8	
Figura 5.35 - Referencia visual sobre infografía 9.....	72
Figura 5.36 - Referencia visual sobre infografía 10	
Figura 5.37 - Referencia visual sobre infografía 11.....	73
Figura 5.38 - Referencia visual sobre infografía 12	
Figura 5.39- Estrategia de diseño.....	74
Figura 5.40- Entrevista para brief 1.....	77
Figura 5.41- Entrevista para brief 2.	
Figura 5.42- Mapa de empatía.....	78
Figura 6.1 - Boceto 1 .....	85
Figura 6.2 - Boceto 2	
Figura 6.3 - Boceto 3	
Figura 6.4 - Boceto 4	
Figura 6.5 - Boceto 5	
Figura 6.6 - Boceto 6	
Figura 6.7 - Boceto 7	
Figura 6.8 - Boceto 8	
Figura 6.9 - Guión Literario 1.....	86
Figura 6.10 - Guión Literario 2	
Figura 6.11 - Guión Literario 3	
Figura 6.12 - Guión Literario 4	

Figura 6.13 - Story board 1 .....	87
Figura 6.14 - Story board 2	
Figura 6.15 - Story board 3	
Figura 6.16 - Story board 4	
Figura 6.17 - Story board 5	
Figura 6.18 - Boceto 9 .....	88
Figura 6.19 - Boceto 10	
Figura 6.20 - Boceto 11	
Figura 6.21 - Validación 1 .....	89
Figura 6.22 - Validación 2	
Figura 6.23 - Validación 3	
Figura 6.24 - Validación 4 .....	90
Figura 6.25 - Validación 5	
Figura 6.26 - Validación 6	
Figura 6.27 - Validación 7	
Figura 6.28 - Validación 8	
Figura 6.29 - Validación 9	
Figura 6.30 - Validación 10 .....	91
Figura 6.31 - Validación 11	
Figura 6.32 - Validación 12	
Figura 6.33 - Validación 13	
Figura 6.34 - Validación 14	
Figura 6.35 - Boceto 12 .....	92
Figura 6.36 - Boceto 13	
Figura 6.37 - Brandbook 1 .....	93
Figura 6.38 - Brandbook 2	
Figura 6.39 - Brandbook 3	
Figura 6.40 - Boceto 14 .....	95
Figura 6.41 - Boceto 15	
Figura 6.42 - Boceto 16	
Figura 6.43 - Boceto 17	
Figura 6.44 - Boceto 18	
Figura 6.45 - Boceto 19 .....	96
Figura 6.46 - Boceto 20	
Figura 6.47 - Boceto 21	
Figura 6.48 - Boceto 22	
Figura 6.49 - Prueba 1 .....	97
Figura 6.50 - Prueba 2	
Figura 6.51 - Prueba 3	

Figura 6.52 - Prueba 4.....	97
Figura 6.53 - Validación 15.....	98
Figura 6.54 - Validación 16	
Figura 6.55 - Validación 17	
Figura 6.56 - Validación 18.....	99
Figura 6.57 - Validación 19	
Figura 6.58 - Validación 20.....	99
Figura 6.59 - Validación 21.....	100
Figura 6.60 - Validación 22	
Figura 6.61 - Validación 23	
Figura 6.62 - Validación 24.....	101
Figura 6.63 - Validación 25	
Figura 6.64 - Validación 26	
Figura 6.65 - Validación 27	
Figura 6.66 - Validación 28	
Figura 6.67 - Validación 29	
Figura 6.68 - Validación 30	
Figura 6.69 - Boceto 23.....	102
Figura 6.70 - Boceto 24	
Figura 6.71 - Boceto 25	
Figura 6.72 - Boceto 26	
Figura 6.73 - Boceto 27	
Figura 6.74 - Boceto 28.....	103
Figura 6.75 - Boceto 29	
Figura 6.76 - Boceto 30	
Figura 6.77 - Boceto 31	
Figura 6.78 - Boceto 32	
Figura 6.79 - Boceto 33.....	104
Figura 6.80 - Boceto 34	
Figura 6.81 - Boceto 35	
Figura 6.82 - Boceto 36	
Figura 6.83 - Boceto 37	
Figura 6.84 - Boceto 38	
Figura 6.85 - Boceto 39	
Figura 6.86 - Boceto 40	
Figura 6.87 - Boceto 41	
Figura 6.88 - Boceto 42	
Figura 6.89 - Boceto 43	
Figura 6.90 - Boceto 44	



Figura 6.91 - Boceto 45 .....	105
Figura 6.92 - Boceto 46	
Figura 6.93 - Boceto 47	
Figura 6.94 - Boceto 48	
Figura 6.95 - Boceto 49	
Figura 6.96 - Boceto 50	
Figura 6.97 - Boceto 51	
Figura 6.98 - Boceto 52	
Figura 6.99 - Boceto 53	
Figura 6.100 - Boceto 54	
Figura 6.101 - Boceto 55	
Figura 6.102 - Boceto 53	
Figura 6.103 - Ilustración 1 .....	107
Figura 6.104 - Ilustración 2	
Figura 6.105 - Ilustración 3	
Figura 6.106 - Ilustración 4	
Figura 6.107 - Ilustración 5	
Figura 6.108 - Ilustración 6	
Figura 6.109 - Ilustración 7	
Figura 6.110 - Ilustración 8	
Figura 6.111 - Ilustración 9 .....	108
Figura 6.112 - Ilustración 10	
Figura 6.113 - Ilustración 11	
Figura 6.114 - Ilustración 12	
Figura 6.115 - Ilustración 13	
Figura 6.116 - Ilustración 14	
Figura 6.117 - Ilustración 15	
Figura 6.118 - Ilustración 16	
Figura 6.119 - Ilustración 17	
Figura 6.120 - Ilustración 18	
Figura 6.121 - Ilustración 19 .....	109
Figura 6.122 - Ilustración 20	
Figura 6.123 - Ilustración 21	
Figura 6.124 - Ilustración 22	
Figura 6.125 - Ilustración 23	
Figura 6.126 - Ilustración 24	
Figura 6.127 - Ilustración 25	
Figura 6.128 - Ilustración 26	
Figura 6.129 - Ilustración 27	

Figura 6.130 - Ilustración 28.....	109
Figura 6.131 - Ilustración 29	
Figura 6.132 - Ilustración 30	
Figura 6.133 - Ilustración 31	
Figura 6.134 - Ilustración 32	
Figura 6.135 - Ilustración 33	
Figura 6.136 - Ilustración 34	
Figura 6.137 - Ilustración 35	
Figura 6.138 - Ilustración 36	
Figura 6.139 - Ilustración 37	
Figura 6.140 - Ilustración 38	
Figura 6.141 - Ilustración audiovisual completa final .....	110
Figura 6.142 - Infografía parcial 1.....	111
Figura 6.143 - Infografía parcial 2	
Figura 6.144 - Infografía parcial 3	
Figura 6.145 - Infografía ilustración central final	
Figura 6.146 - Infografía completa final .....	112
Figura 6.147- Portada folleto final 1.....	113
Figura 6.148- Portada folleto final 2	
Figura 6.149- Portada folleto final 3	
Figura 6.150- Mock-up folleto final 1.....	114
Figura 6.151- Mock-up folleto final 2.....	115
Figura 6.152- Mock-up folleto final 3.....	116
Figura 6.153- Validación final 1.....	117
Figura 6.154- Validación final 2	
Figura 6.155- Validación final 3	
Figura 6.156- Validación final 4	
Figura 6.157- Validación final 5.....	118
Figura 6.158- Validación final 6	
Figura 6.159- Validación final 7	
Figura 6.160- Validación final 8	
Figura 6.161- Validación final 9	
Figura 6.162- Validación final 10	
Figura 6.163- Validación final 11.....	119
Figura 6.164- Validación final 12	
Figura 6.165- Validación final 13	
Figura 6.166- Validación final 14	
Figura 6.167- Validación final 15	



## *Índice de Tablas*

Tabla 1.1 - Análisis de participantes .....	17
Tabla 1.2 - Análisis USAC	
Tabla 1.3 - Análisis Escuela de Diseño Usac	
Tabla 1.4 - Análisis Asesores E.P.S. ....	18
Tabla 1.5 - Análisis Programa Mundial de Alimentos	
Tabla 1.6 - Análisis Sergio Alvarado	
Tabla 4.1 - Fases del Diseño Gráfico.....	50
Tabla 5.1 - Brainstorming .....	80

# GRUPO DE DISCUSIÓN

1. ¿Qué situación o elementos internos o externos generan mayor problemática a la institución? (nombrar por los menos 5 problemas)
2. ¿Qué causas poseen los problemas antes planteados?
3. ¿Qué consecuencias obtiene el programa respecto a los problemas antes planteados?
4. ¿Cuáles son los objetivos que el programa pretende alcanzar, con la solución a algunos de los problemas antes planteados?
5. ¿Cuál es el grupo objetivo al que ustedes como institución se dirigen?
6. ¿Qué estrategias han implementado anteriormente para solucionar los problemas mencionados?



# BRIEF INSTITUCIONAL

## DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

01. Nombre completo de la institución.
02. Nombre completo del programa.
03. Dirección física de la institución.
04. Teléfono de la institución.
05. Página web de la institución.
06. ¿Quiénes son los líderes de la institución?
07. Historia de la institución.

## DATOS DE CONTACTO DIRECTO

08. Nombre de la persona de contacto directo.
09. Teléfonos de contacto directo.
10. Correo Electrónico de contacto directo.

## OBJETIVOS INSTITUCIONALES Y DEL PROGRAMA

11. Misión.
12. Visión.
13. Valores institucionales.
14. ¿Cuáles son las características del programa?
15. ¿Qué hace diferente al programa de los demás?
16. ¿Cómo funciona el programa? (Desarrollo de campo)
17. ¿Cuáles son los objetivos a corto plazo del programa?
18. ¿Cuáles son los objetivos a mediano plazo del programa?
19. ¿Cuáles son los objetivos a largo plazo del programa?
20. ¿Cuáles son las fortalezas del programa?
21. ¿Cuáles son las debilidades del programa?
22. Logros del programa.
23. ¿Cómo puedo ser voluntario del programa?
24. Premios y reconocimientos del programa.

## **COMPETENCIA INSTITUCIONAL**

25. ¿Quiénes son sus competidores?
26. ¿Cuáles son sus ventajas contra la competencia?
27. ¿Cuáles son sus desventajas contra la competencia?
28. Existe algún competidor al que admire ¿Cuál es y por qué?

## **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

29. ¿Cuenta con una imagen de marca desarrollada?
30. ¿Qué busca transmitir el nombre y logo de la institución?
31. ¿Cuenta con un manual de marca o manual de identidad gráfica?
32. ¿Se publicitan en algún medio?
33. ¿En qué medio se publicitan?
34. ¿Cuenta con material gráfico desarrollado?
35. ¿Nivel de satisfacción con el material existente?

## **GRUPO OBJETIVO**

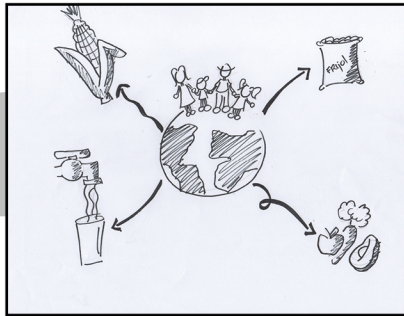
36. ¿Quién es el grupo objetivo al que se dirigen?
37. Área geográfica en donde se ubica el grupo objetivo.
38. Rango de edades del grupo objetivo. (Definir porcentaje)
39. Grado académico del grupo objetivo.
40. Costumbres generales del grupo objetivo.
41. Nivel socio-económico del grupo objetivo.
42. Gustos, inquietudes y necesidades del grupo objetivo.
43. ¿Qué fuente utilizan para informarse?
44. ¿En quién confía el grupo objetivo?
45. Porcentaje de Trabajadores dentro del grupo objetivo.
46. Porcentaje de Estudiantes dentro del grupo objetivo.
47. Porcentaje de Permanencia en el hogar dentro del grupo objetivo.

# VALIDACIÓN INSTITUCIÓN

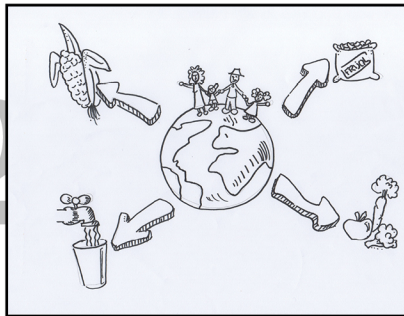
## LÍNEA GRÁFICA

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presentan 3 propuestas de línea gráfica, las cuales varían con respecto al nivel de detalle que presenta cada gráfica, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica está orientado, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					

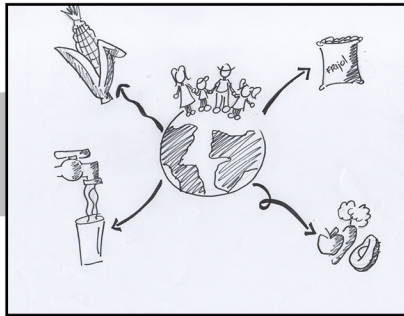
Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# VALIDACIÓN COLEGAS

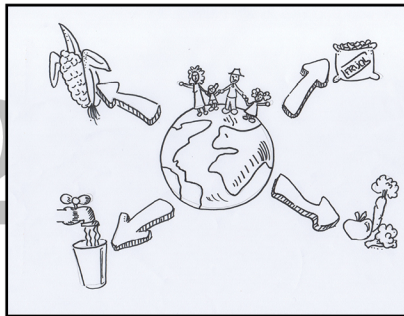
LÍNEA GRÁFICA

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presentan 3 propuestas de línea gráfica, las cuales varían con respecto al nivel de detalle que presenta cada gráfica, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica está orientado, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

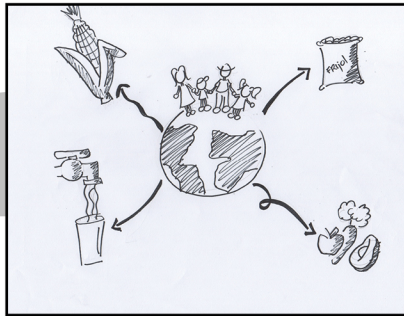


# VALIDACIÓN PROFESIONALES

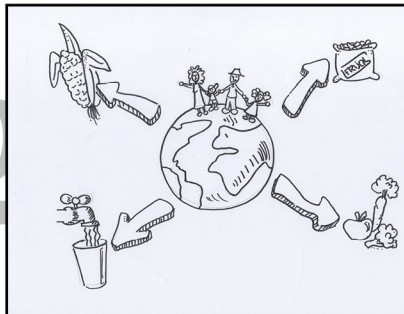
LÍNEA GRÁFICA

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

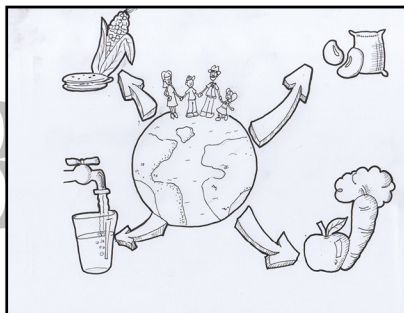
A continuación se le presentan 3 propuestas de línea gráfica, las cuales varían con respecto al nivel de detalle que presenta cada gráfica, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica está orientado, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# VALIDACIÓN 2do NIVEL

## INSTITUCIÓN

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del NUEVO guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# VALIDACIÓN 2do NIVEL

## COLEGAS

### ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del NUEVO guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# VALIDACIÓN 2do NIVEL PROFESIONALES

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la primera parte del NUEVO guion técnico para el material audiovisual de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



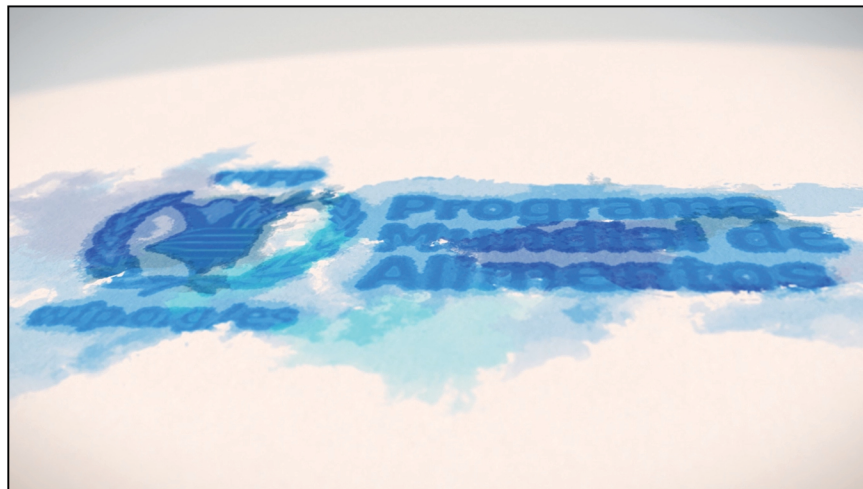
# VALIDACIÓN 2do NIVEL

## INSTITUCIÓN

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la introducción para el logotipo de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

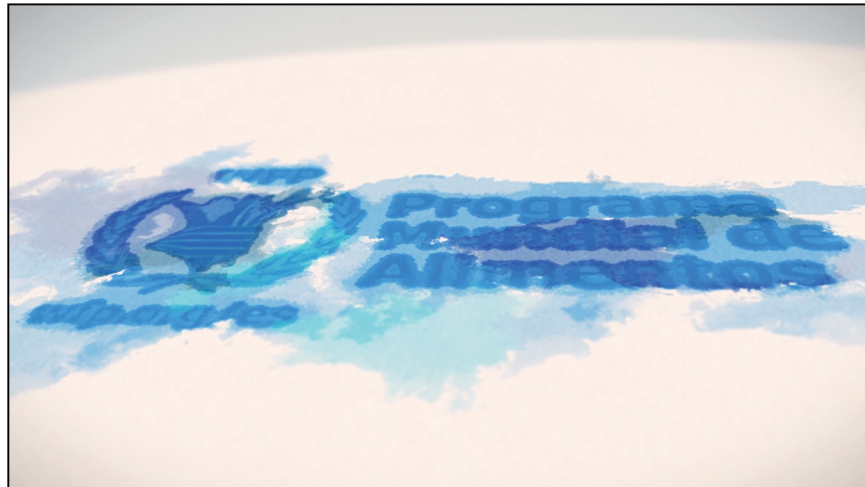
# VALIDACIÓN 2do NIVEL

## COLEGAS

### ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la introducción para el logotipo de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

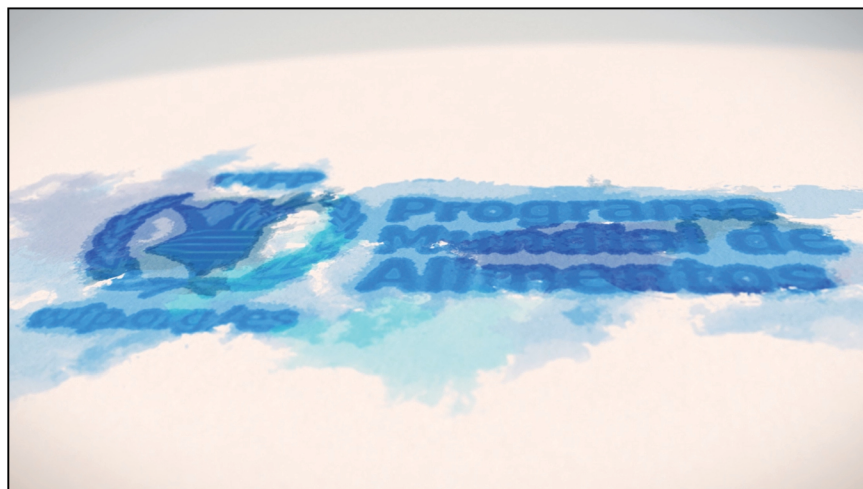
Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# VALIDACIÓN 2do NIVEL PROFESIONALES

ANIMACIÓN

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020 PMA GUATEMALA

A continuación se le presenta la propuesta de animación de la introducción para el logotipo de la institución Programa Mundial de Alimentos - PMA - de las Naciones Unidas en Guatemala, por favor marque el recuadro que corresponda a su opinión, sabiendo que 1 corresponde a "lo menos adecuado" y 5 "lo más adecuado", respecto a cada ítem, según el grupo objetivo al que la gráfica y animación está orientada, el concepto creativo y justificación que se presentó con anterioridad.



Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Detalle icónico					
Comprensión del icónico,					
Impacto visual,					
Funcionalidad					
Código lingüístico ( uso del lenguaje )					
Código cromático ( psicología del color )					
Código tipográfico					
TOTAL					

Comentario: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**AGENCIA:** INDEPENDIENTE  
**FORMATO:** AUDIOVISUAL  
**PROGRAMA:** EXÁMEN PRIVADO, SERGIO ALVARADO, ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO USAC  
**DURACIÓN:** 12:30 MINUTOS  
**DIRECCIÓN:** LIC. FERNANDO PALACIOS  
**CONTROL:** LIC. FERNANDO PALACIOS  
**EDICIÓN:** LICDA. VENUS ESPINA  
**LOCUTORES:** LIC. GREGORIO CHPAVEZ, LICDA. VENUS ESPINA  
**GUIÓN TÉCNICO:** LICDAS. MÓNICA PEREIRA Y VENUS ESPINA  
**TEMA:** PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA.  
**ESTUDIO:** RADIO UNIVERSIDAD, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
**DIRECTOR:** LIC. ANTONIO MELGAR

### GUIÓN TÉCNICO

#### LOCUTOR

- 1 El Programa Mundial de Alimentos (PMA) es la
- 2 organización de ayuda humanitaria más grande del
- 3 mundo.
  
- 4 La visión de este organismo se centra en crear un mundo
- 5 en el que cada hombre, mujer, niña y niño tenga acceso
- 6 en todo momento a la alimentación necesaria para llevar
- 7 una vida activa y saludable.
  
- 8 Y para garantizar esta misión se cumpla de manera
- 9 equitativa, surge la Política en Materia de Género dos mil
- 10 15 – dos mil 20, en apoyo al cumplimiento de su doble
- 11 mandato. Misma que pretende lograr la igualdad de
- 12 género y el empoderamiento de las mujeres en su propia
- 13 estructura organizacional.



**LOCUTORA**

1 La falta de igualdad de género y empoderamiento de las  
2 mujeres en los ambientes donde trabaja el Programa  
3 Mundial de Alimentos tiene efectos directos e indirectos  
4 sobre las causas de inseguridad alimentaria y  
5 malnutrición.

**LOCUTORA**

6 Por esta razón el PMA plantea un cambio orgánico en la  
7 institución impulsando transformaciones trascendentales  
8 por medio del Desarrollo de las capacidades de hombres  
9 y mujeres, también estableciendo que el promover la  
10 igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres  
11 es responsabilidad de todo su personal.

12 Y para lograrlo brindará capacitación básica sobre temas  
13 de género realizando actividades de aprendizaje práctico  
14 que estarán dirigidas a mejorar la aplicación de estos  
15 criterios de equidad.

16 Y También trabajará en crear asociaciones con otros  
17 organismos para fomentar la utilización de asesoramiento  
18 externo con expertos y expertas en materia de género.

**LOCUTOR**

1 En el área de Recursos humanos el cambio dependerá de  
2 representación en paridad, o sea misma cantidad de  
3 hombres y mujeres, en todos los niveles de toma de  
4 decisión también en el análisis de las limitaciones del  
5 programa y por supuesto las buenas prácticas  
6 institucionales.

7 También evaluará los valores y las competencias básicas  
8 en materia de igualdad de género y empoderamiento de  
9 las mujeres de todo el personal para establecer un sistema  
10 que ayude a reconocer la excelencia en materia de  
11 promoción de la igualdad de género y el empoderamiento  
12 de las mujeres.

**LOCUTORA**

13 En cuanto a los recursos financieros, todas las actividades  
14 de promoción de la igualdad de género y el  
15 empoderamiento de las mujeres deben figurar en los  
16 presupuestos.

17 Y para garantizar que así suceda, se utilizará un  
18 mecanismo de seguimiento para medir la cantidad de  
19 fondos destinados a promover la igualdad de género y el  
20 empoderamiento de las mujeres.

**LOCUTORA**

1 Esta inversión debe representar un 15 por ciento su  
2 totalidad y se reservará directamente para realizar  
3 actividades en materia de género con el propósito de  
4 cumplir con el marcador de género del Comité  
5 Permanente entre Organismos –IASC- de la Organización  
6 de las Naciones Unidas –ONU- que debe indicarse en  
7 todos los documentos y las revisiones presupuestarias de  
8 los proyectos a ejecutar.

**LOCUTOR**

9 Tanto el cambio orgánico, como el cambio en las políticas  
10 de recursos humanos y recursos financieros tendrán  
11 impacto directo en varios sectores más, y también en las  
12 asociaciones, donde el PMA llevará a cabo actividades de  
13 promoción, investigación y desarrollo de capacidades para  
14 promover la incorporación sistemática de la perspectiva de  
15 género e igualdad de género y empoderamiento de las  
16 mujeres.

**LOCUTORA**

17 El Programa Mundial de Alimentos de la Organización  
18 para las Naciones Unidas de Guatemala, pide a los otros  
19 miembros de la misma que rindan cuentas de las  
20 actividades que realizan para abordar los problemas de  
21 género y empoderamiento de las mujeres y que indiquen  
22 la manera en que puede mejorarse dicha labor.

**LOCUTOR**

1 Con respecto a la comunicación, conocimiento e  
2 información se difundirá como tener buenas prácticas en  
3 materia de igualdad de género y empoderamiento de las  
4 mujeres, de manera interna y pública y en cuanto a los  
5 planes de comunicación y en todo el material  
6 comunicacional, también debe incluirse, antes de  
7 divulgarse o compartirse.

**LOCUTORA**

8 Debemos recordar que todos los esfuerzos  
9 comunicacionales relacionados con cuestiones de género  
10 ayudan a que el personal y las instituciones asociadas  
11 comprendan mejor los temas de género su relación con la  
12 seguridad alimentaria.

13 La valoración de efectividad de la política en materia de  
14 género de Programa Mundial de alimentos, estará a cargo  
15 de la oficina de evaluación, que al cabo de dos años y  
16 medio de su aprobación realizará un control provisional  
17 de los parámetros de medición definidos para poder  
18 realizar una evaluación completa al cumplir cinco años de  
19 su aprobación.



**LOCUTOR**

1 Estas evaluaciones del PMA permiten mantener de  
2 manera permanente un estándar que supere los requisitos  
3 en materia de evaluación establecidos por el marco para  
4 la igualdad de género unificado -ONU – SWAP- por sus  
5 siglas en inglés.

**LOCUTORA**

6 Y para la supervisión, el PMA establece un mecanismo de  
7 alto nivel para asegurar el seguimiento de los progresos  
8 realizados en el logro de la meta.

**LOCUTOR**

9 Mientras que el personal de todos los niveles jerárquicos,  
10 participan de consultas sobre los riesgos relacionados con  
11 la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres y  
12 por lo menos cada cinco años se realiza una auditoría  
13 participativa sobre cuestiones de género.

**LOCUTORA**

14 Todos estos temas que en conjunto conforman el cambio  
15 orgánico y responden a una estrategia de doble vía:

**LOCUTOR**

16 Primero, a Incorporación Sistemática de la Perspectiva de  
17 Género. Y segundo, el desarrollo de Medidas Selectivas.

**LOCUTOR**

1 Cada una de estas vías, con sus respectivas normas  
2 mínimas, han sido elaboradas con el fin de ayudar a las  
3 oficinas en países como Guatemala, a superar las  
4 diferencias de género.

**LOCUTORA**

5 Con respecto a la Incorporación sistemática de la  
6 perspectiva de género se establece qué:

7 Los datos desagregados por sexo y edad deben ser  
8 recopilados, analizados y utilizados de forma sistemática,  
9 también en las emergencias.

10 El análisis por sexo y edad se deberá realizar en los  
11 análisis amplios de contexto y la situación de la nutrición.

12 El análisis del contexto permitirá conocer mejor las  
13 necesidades, los papeles, los factores de vulnerabilidad y  
14 los riesgos específicos Violencia de género así como la  
15 explotación y el abuso sexual, el acceso a los recursos, las  
16 estrategias de supervivencia y las capacidades de mujeres  
17 y hombres en todo el ciclo de vida.

**LOCUTORA**

1 La participación en todo el ciclo del proyecto o programa  
2 de las personas participantes de forma debe realizarse de  
3 forma equitativa.

4 La actualización de los efectos e indicadores estratégicos  
5 del Programa Mundial de Alimentos deben usarse para  
6 proveer el logro de resultados relacionados con el género  
7 y debe dársele el seguimiento adecuado.

**LOCUTORA**

8 La promoción de la integración y rendición de cuentas en  
9 materia de igualdad de género y empoderamiento de las  
10 mujeres, en el marco estratégico y de las asociaciones es  
11 totalmente necesario y debe ejecutarse.

12 La asignación de presupuesto para las acciones de  
13 igualdad de género y empoderamiento de las mujeres  
14 debe tener seguimiento para analizar su inversión  
progresiva.

15 Y por supuesto, la observancia del marcador de género  
16 del IASC y las normas mínimas relativas a la prevención y  
17 mitigación de la violencia de género no debe dejarse de  
18 lado.

**LOCUTOR**

1 Adicional, es importante resaltar que las medidas  
2 selectivas a usarse en esta incorporación son:

3 Uno: Acciones de empoderamiento dirigidas a las mujeres.

4 Dos: Programas y políticas de asistencia alimentaria del  
5 PMA que faciliten la participación de las mujeres para  
6 fortalecer sus conocimientos, capacidades y la confianza  
7 en sí mismas.

8 Tres: Implementación de tecnologías, servicios e  
9 infraestructura orientada a reducir la carga de trabajo de  
10 las mujeres en relación a la asistencia alimentaria que se  
11 les proporciona.

12 Cuatro: Diseño integral de iniciativas adaptadas para  
13 promover la participación de hombres y niños en  
14 actividades relacionadas a la temática de género.

15 Cinco: Inversión del PMA en estrategias para alentar a los  
16 padres a que no interrumpan la educación escolar de sus  
17 hijas después del ciclo primario.



**LOCUTORA**

1 Estas normas mínimas responden a cuatro objetivos  
2 planteados por el Programa Mundial de Alimentos para  
3 lograr su meta.

**LOCUTOR**

4 Primer Objetivo: Adaptación de la asistencia alimentaria a  
5 las distintas necesidades.

**LOCUTORA**

6 Las mujeres, los hombres, las niñas y los niños se  
7 benefician de programas y actividades de asistencia  
8 alimentaria que son adecuados a sus diferentes  
9 necesidades y capacidades, esto se logra al realizar el  
10 acopio, análisis y uso de datos desglosados por sexo y  
11 edad y estos datos son necesarios para diseñar, aplicar,  
12 supervisar y evaluar programas y políticas de seguridad  
13 alimentaria.

**LOCUTOR**

14 Segundo Objetivo: Participación en pie de igualdad

**LOCUTORA**

15 Las mujeres y los hombres participan en pie de igualdad  
16 en la construcción, la puesta en práctica, el seguimiento y  
17 la evaluación de programas y políticas de seguridad  
18 alimentaria y nutrición que conduzcan a una  
19 transformación de las relaciones de género.

**LOCUTORA**

1 Para poder generar un impacto sostenible con estos  
2 programas y políticas, el PMA los traza, ejecuta, supervisa  
3 y evalúa de forma participativa y tomando en  
4 consideración las ideas de los empleados que trabajan  
5 sobre el terreno, las organizaciones asociadas y las  
6 comunidades locales, incluyendo a mujeres, hombres,  
7 niñas y niños de diferentes edades y procedencias que  
8 radican en el lugar.

**LOCUTOR**

9 Tercer Objetivo: Adopción de decisiones por parte de  
10 mujeres y niñas.

**LOCUTORA**

11 Las mujeres y las niñas tienen mayor poder de decisión en  
12 materia de seguridad alimentaria y nutrición en los  
13 hogares, las comunidades y la sociedad. Por ello pretende  
14 fomentar la continuación de los estudios de las mujeres y  
15 las niñas después de la escuela primaria, porque con esta  
16 acción retrasa la edad del matrimonio y hace que se  
17 comprenda la importancia de espaciar los partos y con ello  
18 reducir el número de embarazos no deseados.

**LOCUTOR Y LOCUTORA**

19 La educación permite a las mujeres y las niñas tener voz  
20 y hacer uso de ella.

**LOCUTOR**

1 Cuarto Objetivo: Género y protección.

**LOCUTORA**

2 La asistencia alimentaria no quebranta la seguridad, la  
3 dignidad ni la integridad de las mujeres, los hombres, las  
4 niñas y los niños que la reciben y se proporciona en formas  
5 que permiten respetar sus derechos.

**LOCUTOR**

6 Esta política de género complementa la política del  
7 Programa Mundial de Alimentos en materia de protección  
8 humanitaria, por lo tanto los programas e intervenciones  
9 del PMA no deben crear o mantener formas de  
10 discriminación o desigualdades de género, y deben mitigar  
11 el riesgo de que se produzca violencia por motivos de  
12 género.

**LOCUTORA**

13 La política está dirigida a todos los empleados del PMA y  
14 su finalidad es que estos comprendan la función y las  
15 responsabilidades que les incumben personalmente para  
16 su aplicación y cuenten con las aptitudes y la confianza  
17 necesaria para abordar los problemas relacionados con la  
18 igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres  
19 en toda la labor del Programa Mundial de Alimentos.

**LOCUTOR**

1 La igualdad de género y el empoderamiento de las  
2 mujeres son condiciones básicas para un desarrollo  
3 efectivo y sostenible, y para el disfrute de los derechos  
4 humanos universales.

5 PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS -PMA- DE LAS  
6 NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA.



## STORY BOARD

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 1 intro Logo Toma: \_\_\_\_\_



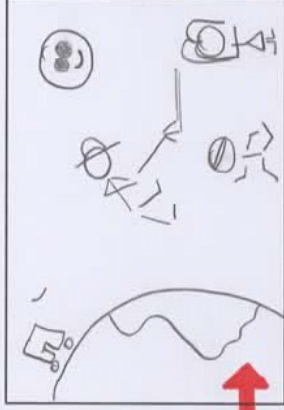
intro del logo en animada.

Escena 2 mundo Toma: \_\_\_\_\_



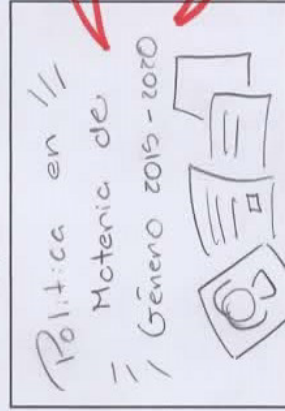
La visión de PMA es un mundo...

Escena 3 vida activa Toma: \_\_\_\_\_



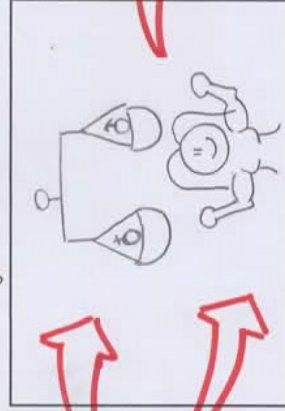
Para llevar una vida activa y saludable

Escena 4 Política. Toma: \_\_\_\_\_



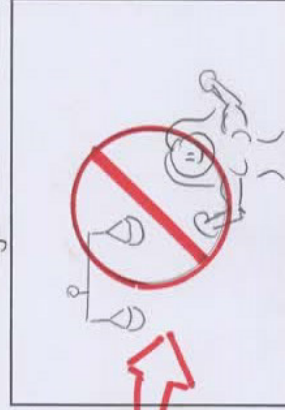
Para garantizar esta mezcla surge la política....

Escena 5 = género Toma: \_\_\_\_\_



Cumplimiento del deber mandato de PMA

Escena 6 No igualdad Toma: \_\_\_\_\_

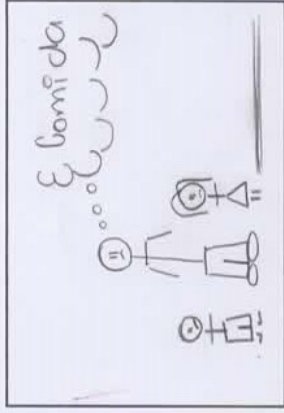


Para la falta de igualdad de género ... tiene efectos directos...

# STORY BOARD

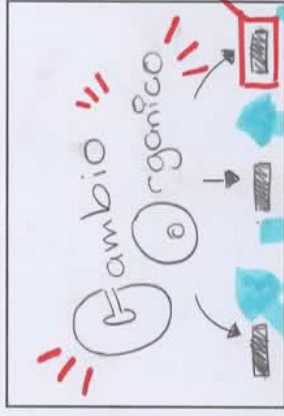
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 7 Destrucción Toma: \_\_\_\_\_



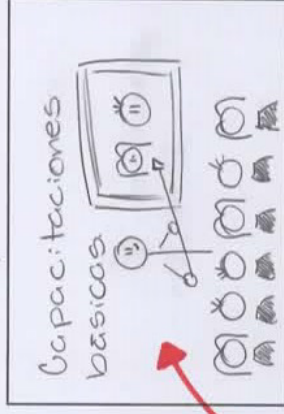
Profesores sobre la inseguridad alimentaria...

Escena 8 C. orgánico Toma: \_\_\_\_\_



Por este razón PMA plantea un Cambio orgánico en la instrucción...

Escena 9 capacitación Toma: \_\_\_\_\_



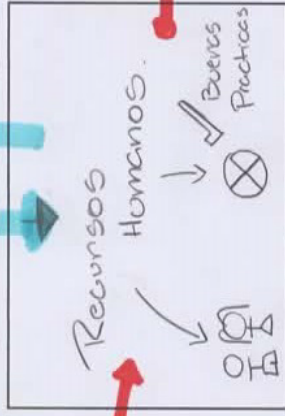
... se brinda capacitación básica sobre gestiones ...

Escena 10 actividades Toma: \_\_\_\_\_



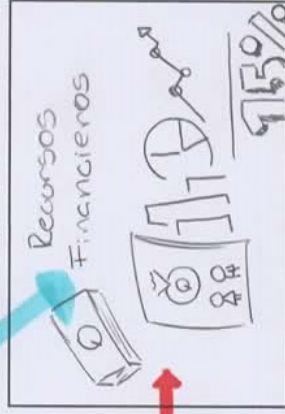
Impulsando actividades de aprendizaje práctico

Escena 11 R.R. H.H. Toma: \_\_\_\_\_



Plan de Recursos Humanos ...

Escena 12 R.R. F.F. Toma: \_\_\_\_\_



Plan de Recursos Financieros ...

# STORY BOARD

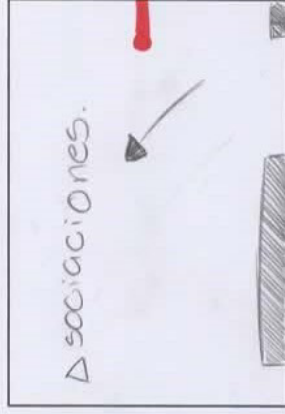
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 13 Financiero Toma: \_\_\_\_\_



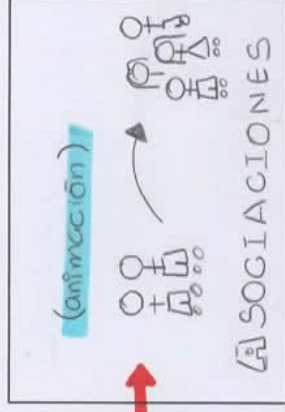
mercader de género  
IASG

Escena 14 asociaciones Toma: \_\_\_\_\_



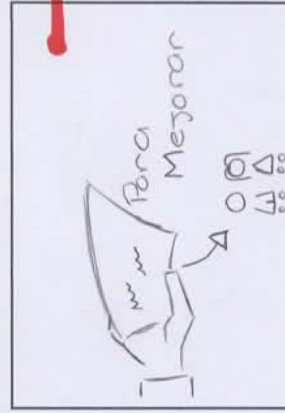
impacto directo en 4  
sectores

Escena 15 asociaciones Toma: \_\_\_\_\_



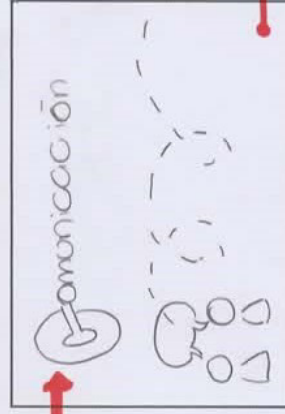
Promover la incorporación  
sistémica...

Escena 16 Rendir Cuentas Toma: \_\_\_\_\_



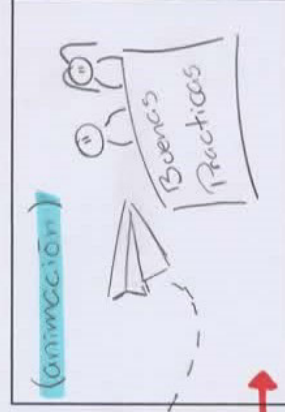
el PHD Poderar  
Cuentas...

Escena 17 Comunicación Toma: \_\_\_\_\_



Con Respeto a la  
Comunicación.

Escena 18 Autoridad Toma: \_\_\_\_\_



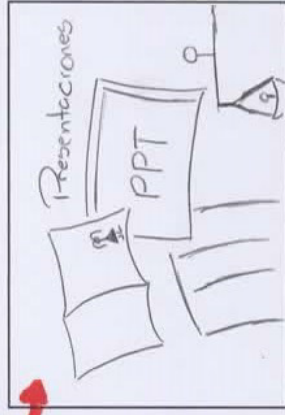
Las buenas prácticas  
se fundamentan... interno...



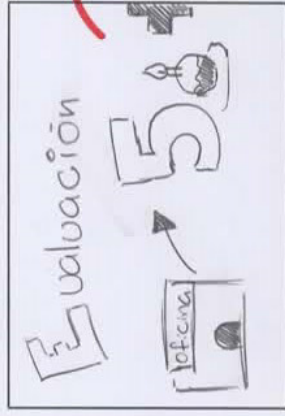
## STORY BOARD

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

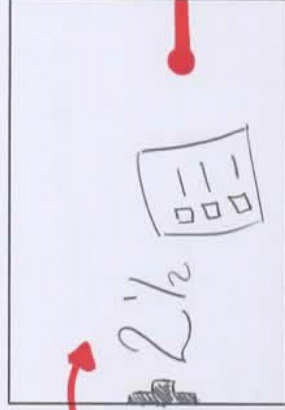
Escena 19 Mantenciones. Toma: \_\_\_\_\_ Escena 20 Evaluación. Toma: \_\_\_\_\_ Escena 21 Zonas 1/2. Toma: \_\_\_\_\_



... en todo el material de comunicación.

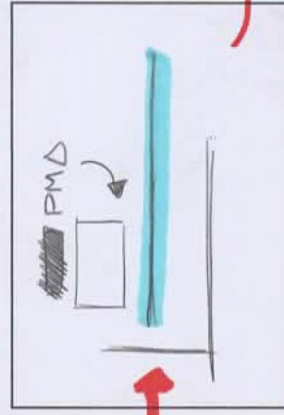


será evaluado por... al cabo de 3 años



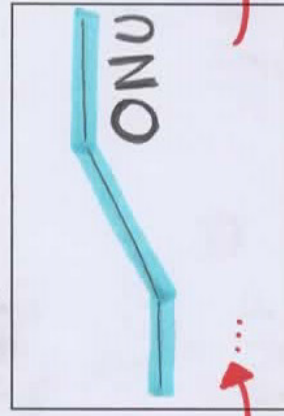
y luego 2 años y medio se realiza un control por: social.

Escena 22 Estados. Toma: \_\_\_\_\_



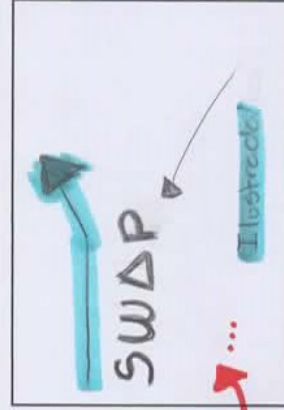
Se demuestran...

Escena 23 Comunicación. Toma: \_\_\_\_\_



en estado permanente en las evaluaciones

Escena 24 ONU SUGP. Toma: \_\_\_\_\_



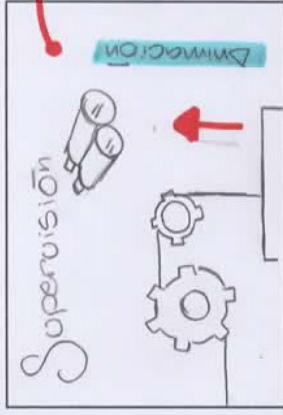
sepan los requisitos de ONU SUGP...



# STORY BOARD

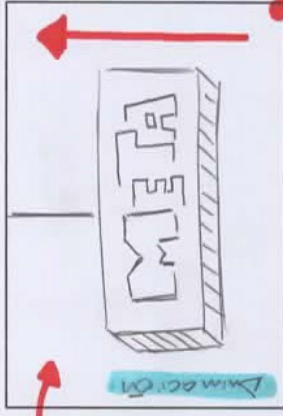
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 25 Supervisión Toma: \_\_\_\_\_



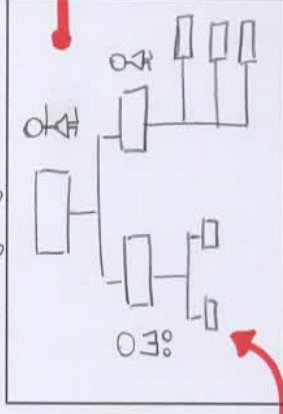
estable en mecanismo de alto nivel...

Escena 26 Meta. Toma: \_\_\_\_\_



en el logro de la meta...

Escena 27 Organización Toma: \_\_\_\_\_



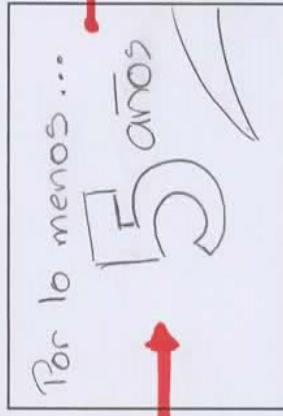
...Personal de todos los niveles jerárquicos...

Escena 28 Riesgos Toma: \_\_\_\_\_



Ponemos en contextos sobre los riesgos.

Escena 29 5 años Toma: \_\_\_\_\_



Por lo menos 5 años

Escena 30 Adicional. Toma: \_\_\_\_\_

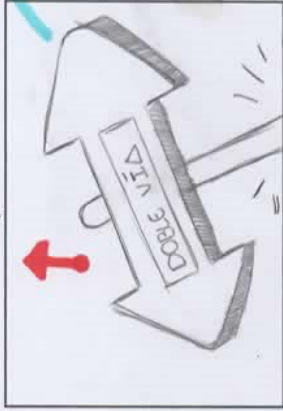


Realizar un análisis para participar sobre cuestiones de género...

## STORY BOARD

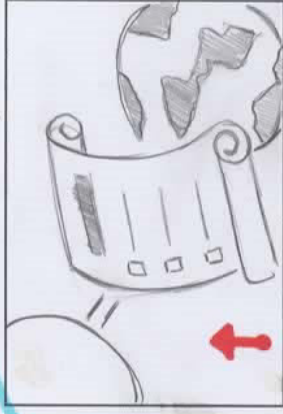
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 31 Estrategia Toma: \_\_\_\_\_



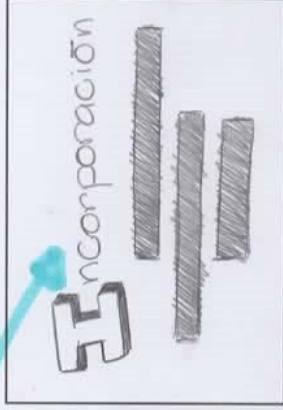
... Responder a una estrategia de doble vía ...

Escena 32 Datos H. Toma: \_\_\_\_\_



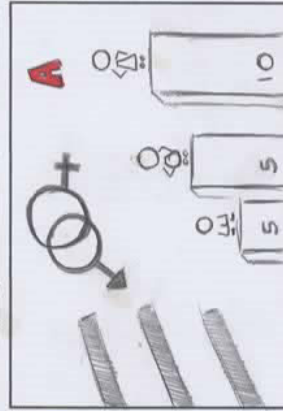
... Cada vez de este tipo con sus respectivas normas mínimas...

Escena 33 T. sistémica. Toma: \_\_\_\_\_



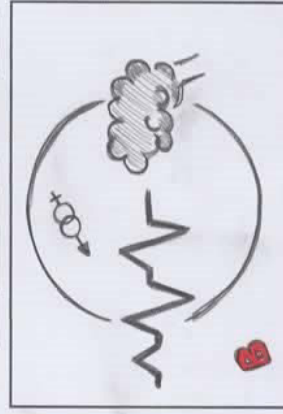
Con respecto a la incorporación sistémica de la perspectiva de género se establece que:

Escena 34 Datos. Toma: \_\_\_\_\_



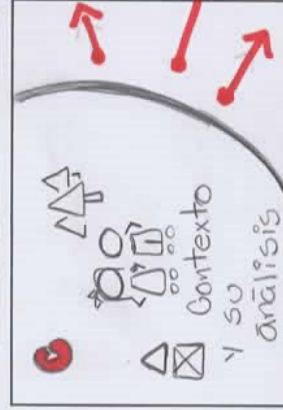
... Datos desglosados por sexo y edad son recopilados... también en las emergencias

Escena 35 Análisis Toma: \_\_\_\_\_



Análisis por sexo y edad...

Escena 36 Contexto. Toma: \_\_\_\_\_




... Análisis del contexto permite conocer mejor las necesidades...

SERGIO ALVARADO 201114889

# STORY BOARD

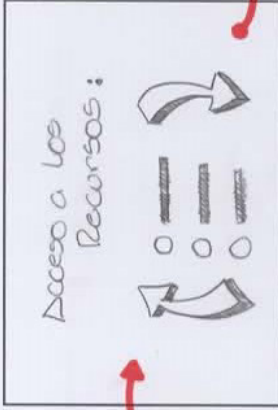
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020, PMA GUATEMALA

Escena 36 Violencia. Toma: 36.1



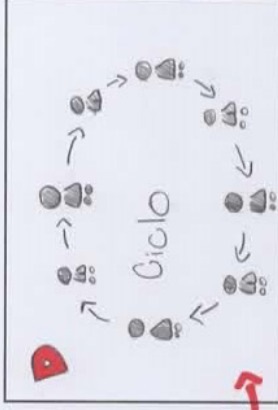
...violencia de género...

Escena 36 Recursos. Toma: 36.2



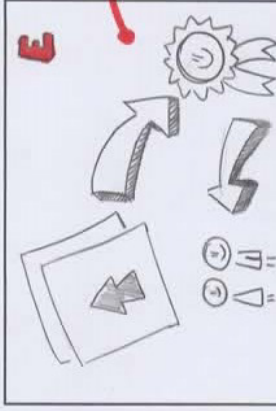
...acceso a los Recursos

Escena 37 Ciclo. Toma:



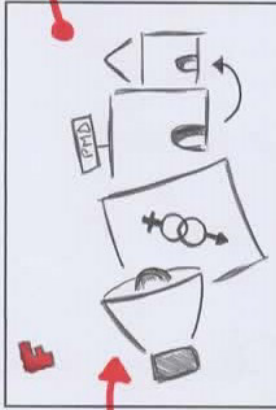
... Participación en todo el ciclo del proyecto a del programa de las personas...

Escena 38 Actualización. Toma:



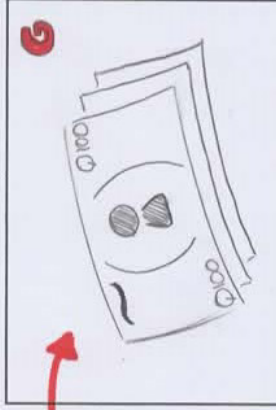
... Actualización de los factores e indicadores... para priorizar el logro de resultados

Escena 39 Promoción. Toma:



... Promoción de la integración y reducción de brechas en materia de igualdad de género.

Escena 40 Presupuesto. Toma:



... Disyunción de presupuesto para las acciones de igualdad de género...

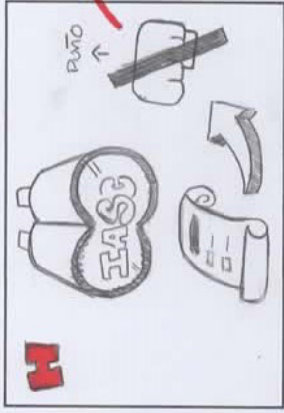
SERGIO ALVARADO 201114889



# STORY BOARD

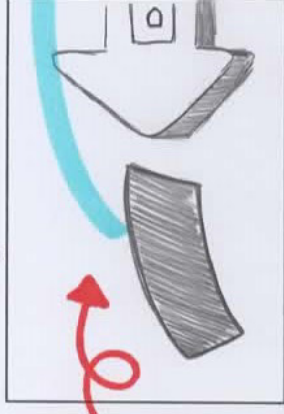
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 4.1 Observancia Toma: \_\_\_\_\_



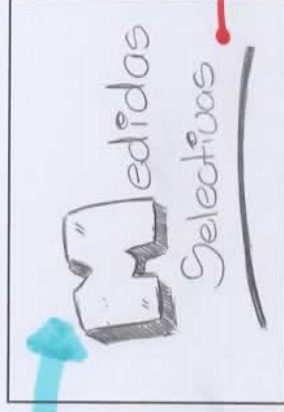
Observancia del momento de las IASG y los nombres mujeres...

Escena 4.2 Registro Toma: \_\_\_\_\_



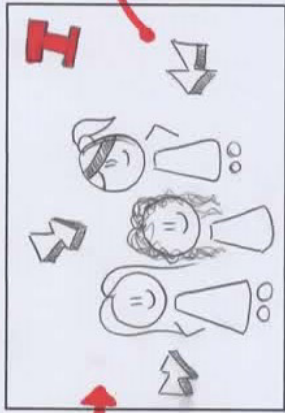
Se registra ab. Ilustración de doble vía.

Escena 4.3 Selectivos Toma: \_\_\_\_\_



Los medidas selectivas son:

Escena 4.4 Decisiones Toma: \_\_\_\_\_



Decisiones de empoderamiento dirigidas a las mujeres

Escena 4.5 Participación Toma: \_\_\_\_\_



Participación de las mujeres para fortalecer los comités...

Escena 4.6 Tecnológicas Toma: \_\_\_\_\_



Implementación de tecnologías orientada a reducir la carga de trabajo...

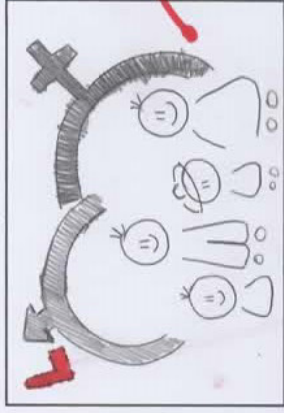
SERGIO ALVARADO 201114889



# STORY BOARD

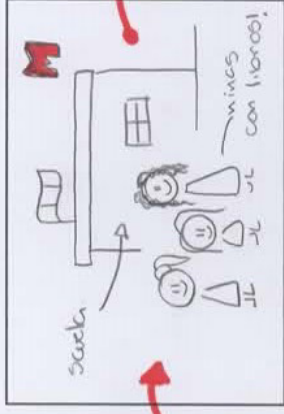
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 47 Participación Toma: \_\_\_\_\_



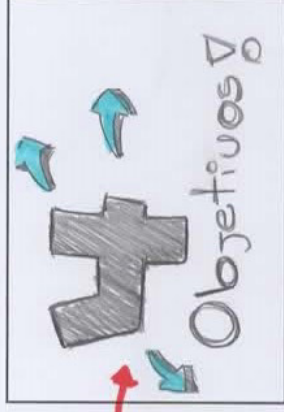
Se diseñan iniciativas adaptadas para promover la participación de hombres y niñas en actividades.

Escena 48 Interrumpir Toma: \_\_\_\_\_



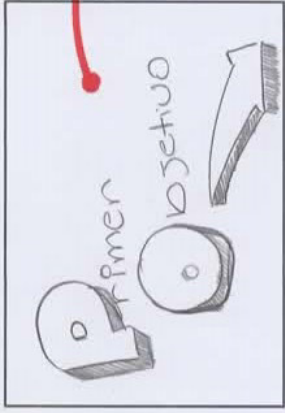
... EL PMD inventó ... a no interrumpir la educación escolar de sus hijos ...

Escena 49 Cuatro 0. Toma: \_\_\_\_\_



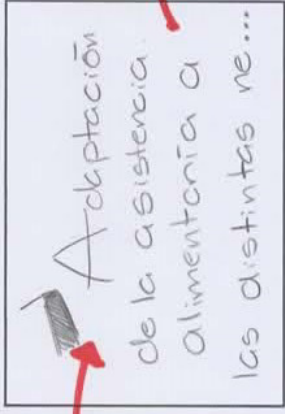
Responder a 4 objetivos planteados por el PMB

Escena 50 Primero. Toma: \_\_\_\_\_



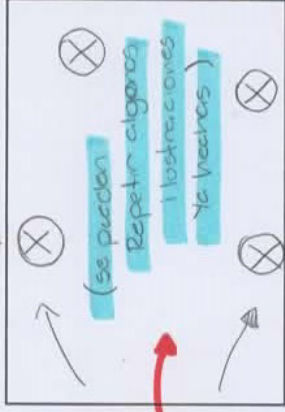
Primer Objetivo ..

Escena 50.1 Título Toma: 50.1



seleccionar de la asistencia alimentaria a las distintas necesidades

Escena 51 repetir Toma: \_\_\_\_\_



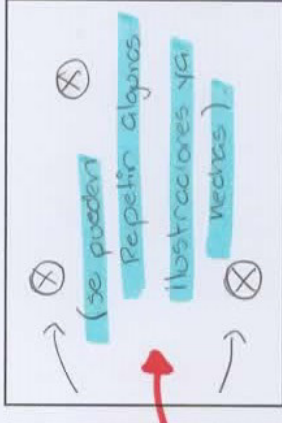
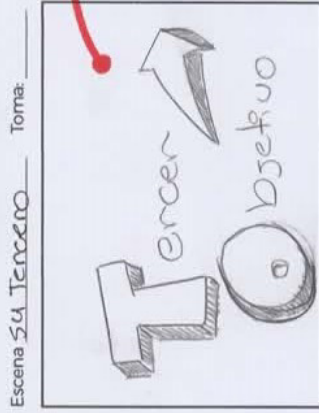
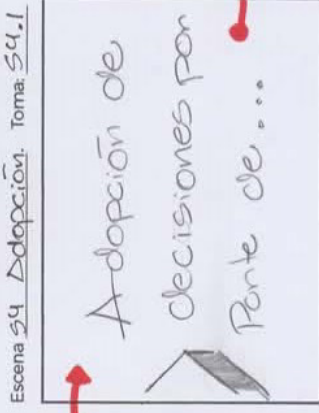
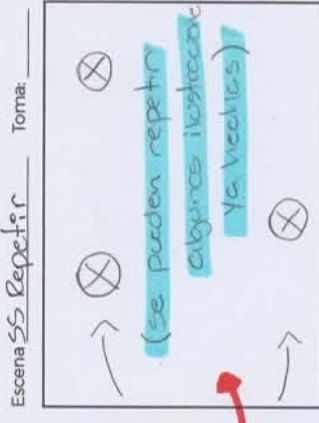


... se lee el objetivo primero !!

SERGIO ALVARADO 201114889

# STORY BOARD

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020, PMA GUATEMALA

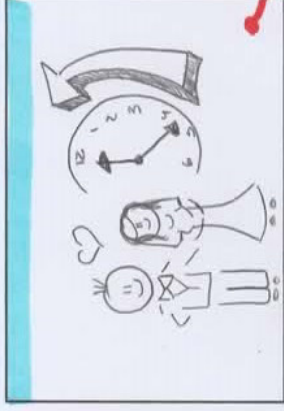
<p>Escena 52 Segundo Toma: _____</p>  <p>Segundo Objetivo</p>	<p>Escena 53 pie de Toma: 52.1</p>  <p>Participación en pie de igual...</p>	<p>Escena 53 Repetir. Toma: _____</p>  <p>Repetir algunas Ilustraciones ya hechas</p> <p>... se lee el segundo Objetivo...</p>
<p>Escena 54 Tercero Toma: _____</p>  <p>Tercer Objetivo</p>	<p>Escena 54 Adopción. Toma: 54.1</p>  <p>Adopción de decisiones por parte de...</p>	<p>Escena 55 Repetir Toma: _____</p>  <p>Repetir algunas ilustraciones ya hechas</p> <p>... se lee el tercer Objetivo</p>

SERGIO ALVARADO 201114889

# STORY BOARD

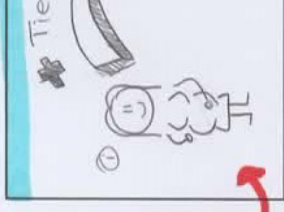
AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020, PMA GUATEMALA

Escena 55.1 Toma: 55.1



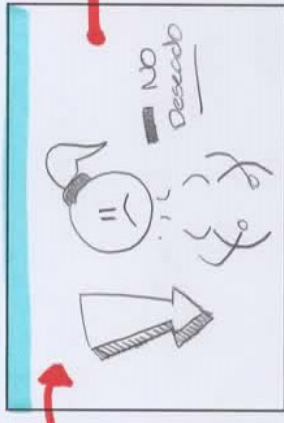
Retrasar la edad de matrimonio ...

Escena Pantos. Toma: 55.2



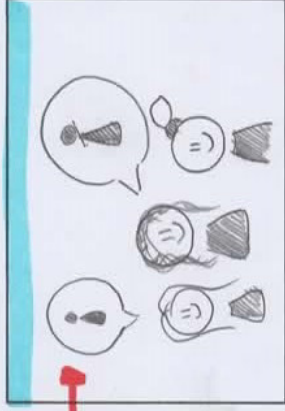
... esperar los pantos ...

Escena NO deseado Toma: 55.3



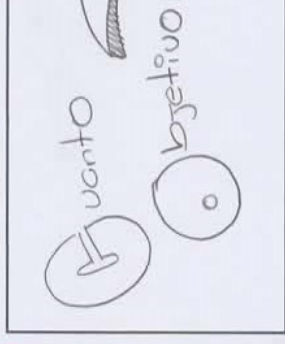
... estar embarazada no de secos ...

Escena Or la voz Toma: 55.4



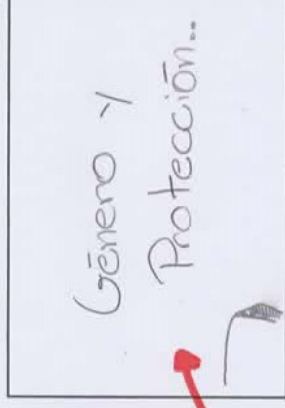
La educación permite ver cosas que no...

Escena 56.1 Toma: 56.1



Cuanto Objetivo

Escena 56.1 Toma: 56.1



Género y protección

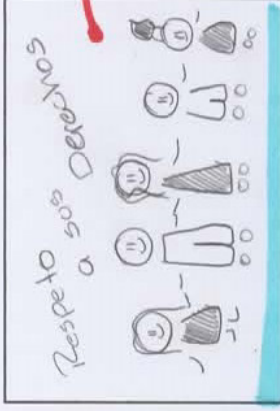
SERGIO ALVARADO 201114889



# STORY BOARD

AUDIOVISUAL POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO 2015 - 2020. PMA GUATEMALA

Escena 57 Derechos Toma:



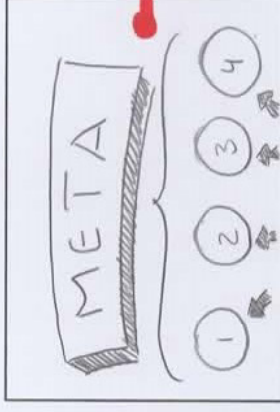
Se prepararon en tomets toks que permitan respetar sus...

Escena 58 Mitigar Toma: 57-1



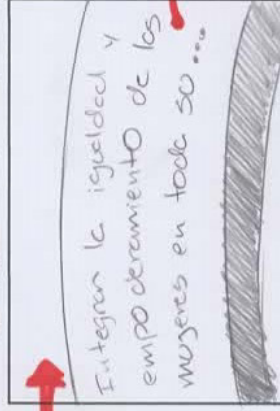
... Debe mitigar el mesaje de que se produce...

Escena 59 Desplazamiento Toma:



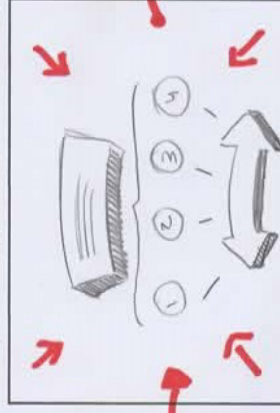
... Se debe mover los 100 y objetivos...

Escena 5A Meta Toma:



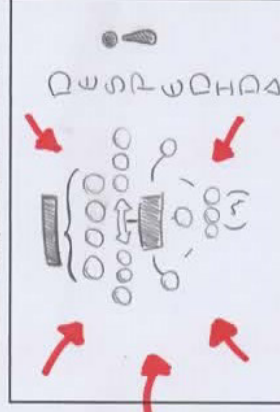
Se escribe la meta de la política en el tope!!

Escena 5A Desplazamiento Toma: 5A.1



Se ven las condiciones y des-pedida...

Escena 60 Despedida Toma:



Programa Mundial de Alimentos PMA

SERGIO ALVARADO 201114889



# INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

## GRUPO OBJETIVO

“Diseño de material educativo para el mejoramiento del conocimiento y apropiación de la política en material de género 2015 – 2020 dirigido a los colaboradores internos del programa Mundial de Alimentos –PMA– de las Naciones Unidas en Guatemala.”

### INTRUCCIONES:

1. A continuación se presenta la validación de EPS, la cual tiene como propósito el asegurar que las propuestas gráficas diseñadas cumplen con los objetivos planteados por el proyecto.
2. El método que se utilizara para completar esta validación será la de un grupo de discusión en la que usted será pieza clave en la puesta en común de los criterios a evaluar paso a paso.
3. La actividad estará dividida en 4 etapas. En la que se expondrá una a una cada propuesta gráfica.
4. Al terminar cada etapa se procederá a la crítica objetiva de la misma, siempre acompañados de una serie de preguntas de opción múltiple.
5. Deberá marcar la casilla correspondiente a su opinión con respecto a cada una de las preguntas.

### MATERIAL AUDIOVISUAL SOBRE LA POLÍTICA DE GÉNERO 2015 – 2020 PMA GUATEMALA.

La información presentada en el material, es clara con respecto a:

¿La Política de Género 2015 – 2020?  
**SI**  **NO**

¿Cambio orgánico de la institución?  
**SI**  **NO**

¿Estrategia de doble vía?  
**SI**  **NO**

¿4 objetivos de la Política de Género 2015 – 2020?  
**SI**  **NO**

¿Meta del PMA?  
**SI**  **NO**

¿Existe algún dato expuesto en el material que NO sea comprensible?

SI  NO

Si la respuesta es Sí, ¿Cuál dato no es comprensible?

---

¿Considera que la gráfica, complementa a la información de la política de género 2015 - 2020 narrada en el material audiovisual?

SI  NO

¿El uso de flechas dentro del material audiovisual facilita que el recorrido de la narrativa visual sea?:

**Ordenado**  **Desordenado**  **Confuso**  **Claro**

Luego de haber visto el material en que porcentaje recuerda la información expuesta con respecto a cada aspecto mencionado en la siguiente tabla, en dónde 1 es igual a no recuerdo nada y 5 es igual a lo recuerdo perfectamente.

ASPECTO	1	2	3	4	5
La Política de Género 2015 - 2020					
Cambio orgánico de la institución					
Estrategia de doble vía					
4 objetivos de la Política de Género 2015 - 2020					
Meta del PMA					
La Política de Género 2015 - 2020					

¿De qué manera considera que la tipografía ilustrada dentro del material audiovisual presenta la segmentación de áreas de información?

**Ordenada**  **Desordenada**  **Confusa**  **Clara**

## **GIGANTOINFOGRAFÍA SOBRE LA REALIDAD DE LA MUJER EN GUATEMALA.**

La información presentada en el material, es clara con respecto a:

¿Datos de mujeres en Guatemala?

SI  NO

¿Aportes de las mujeres a la economía campesina?

SI  NO

¿Limitaciones de las mujeres para incorporarse a los procesos productivos a nivel rural?

SI  NO

¿Existe algún dato expuesto en el material que NO sea comprensible?

SI  NO

Si la respuesta es Sí, ¿Cuál dato no es comprensible?

---

¿Considera que los iconos complementan a la información escrita expuesta en la gigantoinfografía?

SI  NO

¿El uso de flechas y líneas facilitan el recorrido visual?

SI  NO

¿Considera que el uso de color dentro de la pieza gráfica ayuda a agrupar claramente la información presentada?

SI  NO

Luego de haber visto, leído y analizado la información dentro de la infografía, usted se siente:

**Motivado a actuar en pro de mejorar la realidad expuesta**

**Aburrido de siempre leer lo mismo**

**Confundido por no saber cómo ayudar**

**Desinteresado completamente por el tema**

## FOLLETOS INFORMATIVOS DEL REGLAMENTO DE LAS COMISIONES DENTRO DE LA INSITITUCIÓN

¿Considera que la información presentada en los folletos fortaleza en contenido al material audiovisual y a la gigantoinfografía presentados con anterioridad?

SI  NO

Considera que el tamaño y formato del folleto proporciona es:

**Manipulable fácilmente**

**Fácil de extraviar**

**Complicado de usar**

¿Qué tan motivado a leer el material se sintió gracias a los siguientes aspectos contenidos en el material gráfico? En escala de 1 a 5, en donde 1 es completamente desmotivado y 5 es completamente motivado,

ASPECTO	1	2	3	4	5
Fotografía					
Uso de color					
Tipografía					
Orden y jerarquización de títulos y subtítulos					

Después de haber leído el material, ¿considera que es de vital importancia el integrarlo a su práctica laboral?

**SI**  **NO**

### **ASPECTOS GENERALES**

El concepto creativo “Seres que dejan huella” se ve reflejado a través de:

**La presencia de la acuarela en las piezas**

**La presencia de flechas en los materiales gráficos**

**La velocidad con que se mueven las manos en el audiovisual**

**La voz que narra la información en el material audiovisual**

Considera que las 3 propuestas gráficas presentan unidad gráfica respecto a los siguientes elementos:

Uso de Color

**SI**  **NO**

Uso de tipografía

**SI**  **NO**

Congruencia en la información

**SI**  **NO**

Concepto creativo

**SI**  **NO**

Presencia de la acuarela

**SI**  **NO**

Comentario:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN PROYECTO DE GRADUACIÓN

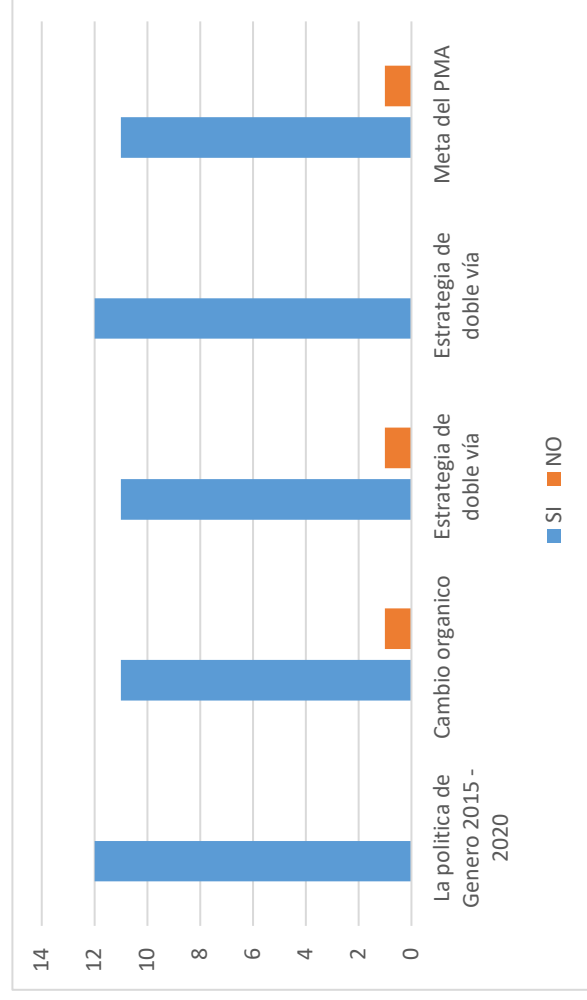
realizada el viernes 11 de noviembre de 2016

Programa Mundial de Alimentos - PMA- de las Naciones Unidas en Guatemala.

## MATERIAL AUDIOVISUAL

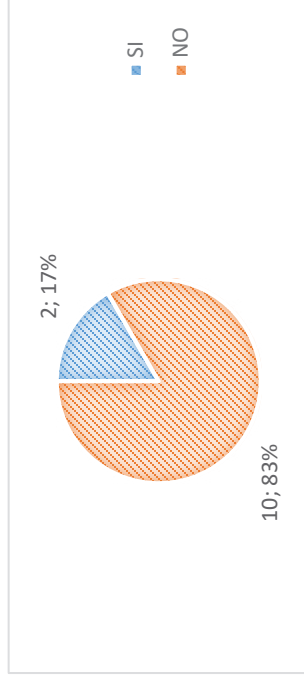
La información presentada en el material es clara con respecto a:

	La política de Genero 2015 - 2020	Cambio organico	Estrategia de doble vía	Estrategia de doble vía	Meta del PMA
SI	12	11	11	12	11
NO	0	1	1	0	1



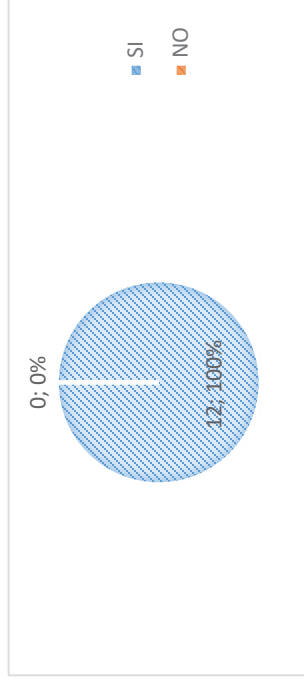
¿Existe algún dato expuesto en el material que NO comprensible

SI 2  
NO 10



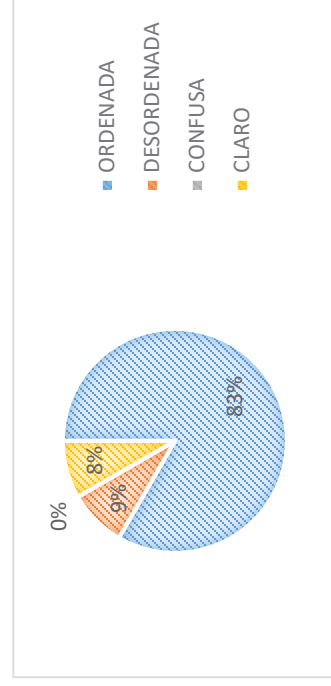
¿Considera que la gráfica complementa a la información de la política de género 2015 - 2020 narrada en el material audiovisual?

SI 12  
NO 0



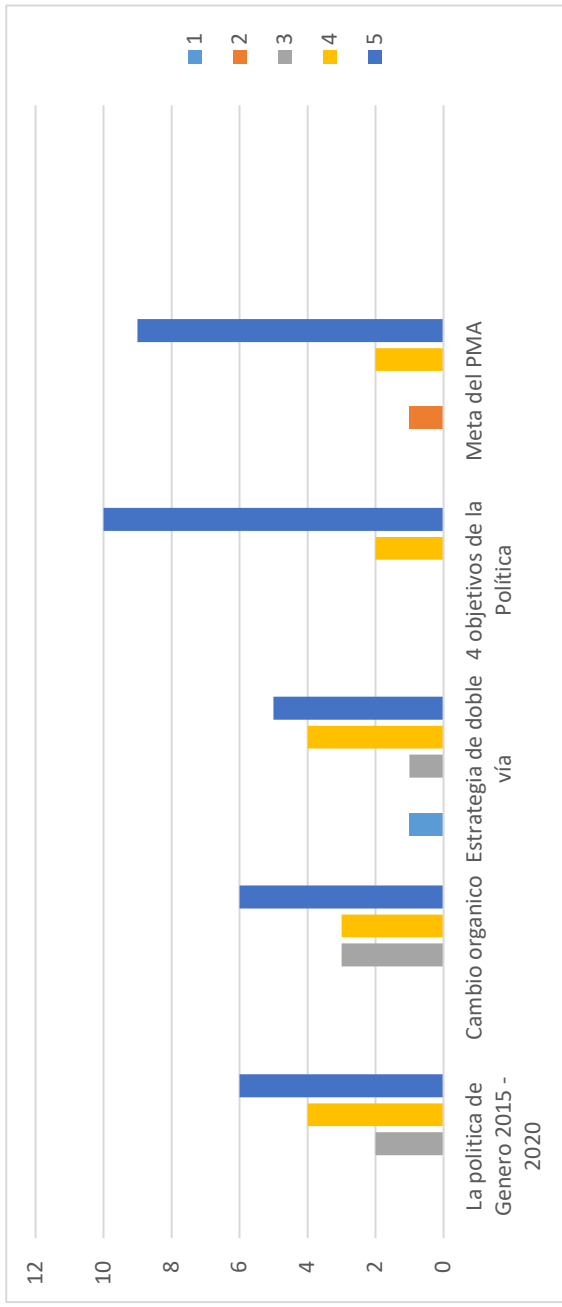
¿El uso de flecha dentro del material audiovisual facilita que el recorrido visual de la narrativa sea?

ORDENADA 10  
DESORDENADA 1  
CONFUSA 0  
CLARO 1



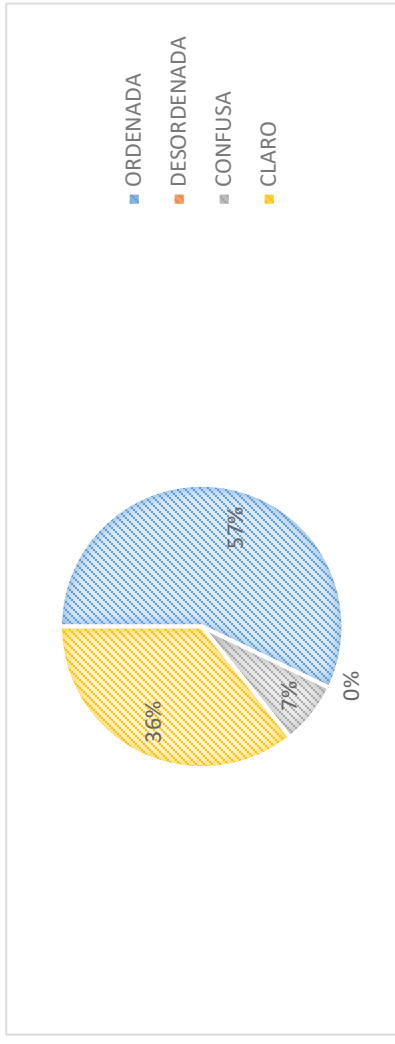
Luego de haber visto el material en que porcentaje recuerda la información expuesta con respecto a cada aspecto mencionado en la siguiente tabla, en dónde 1 es igual a no recuerdo nada y 5 es igual a lo recuerdo perfectamente.

La política de Genero 2015 - 2020	Cambio organico	Estrategia de doble vía	4 objetivos de la Política	Meta del PMA
1	0	1	0	0
2	0	0	0	1
3	3	1	0	0
4	3	4	2	2
5	6	5	10	9



¿De qué manera considera que la tipografía ilustrada dentro del material audiovisual presenta la segmentación de áreas de información?

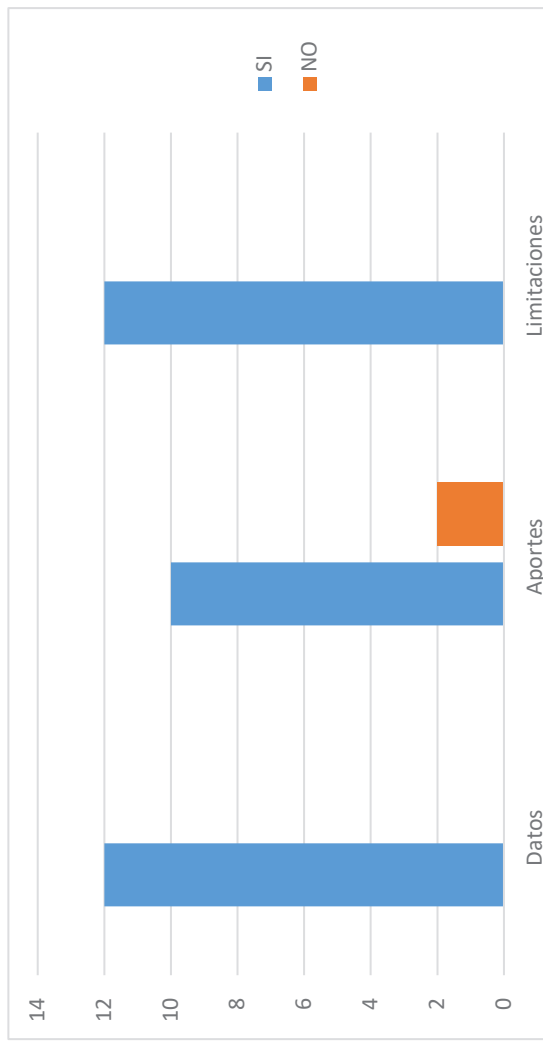
ORDENADA 8  
 DESORDENADA 0  
 CONFUSA 1  
 CLARO 5



## GIGANTOGRAFÍA

La información presentada en el material, es clara con respecto a:

SI 12 0  
 NO 0 2

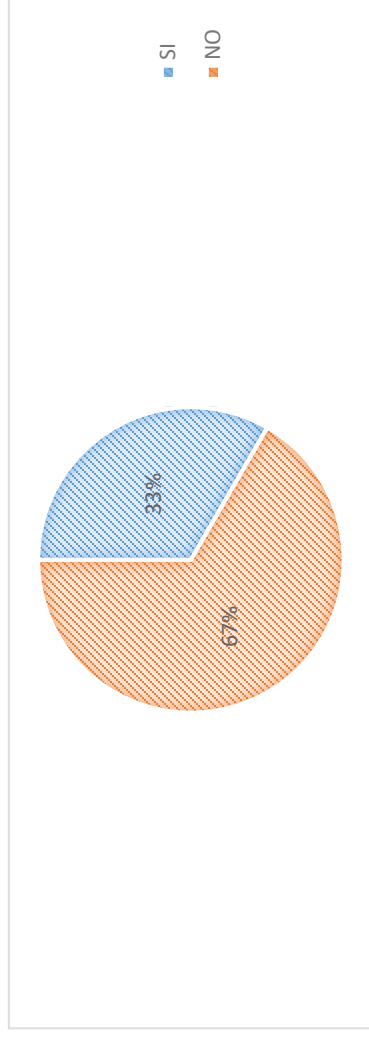




¿Existe algún dato expuesto en el material que NO comprensible

SI 4

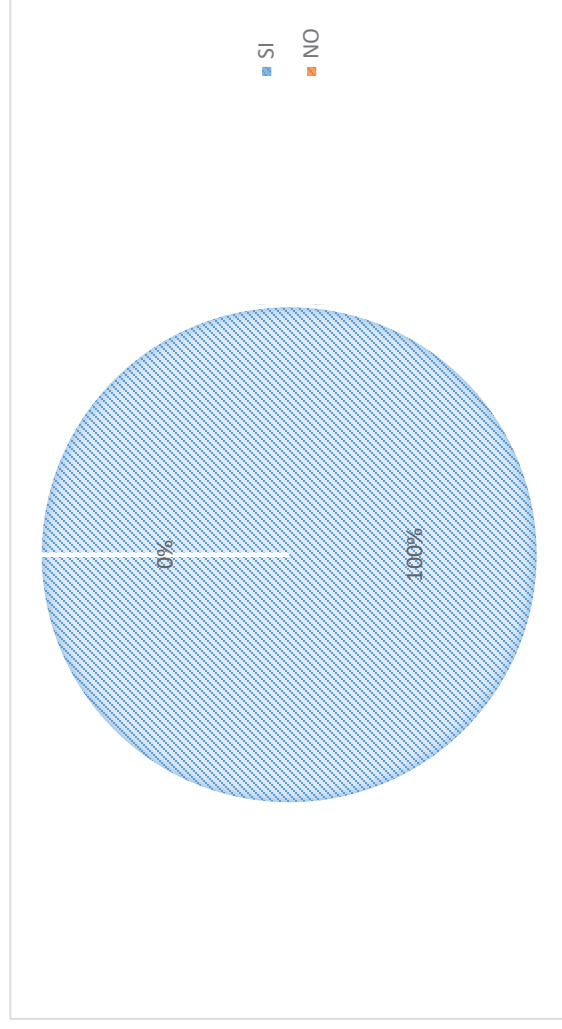
NO 8



¿Considera que los iconos complementan a la información escrita expuesta en la gigantoinfografía?

SI 12

NO 0



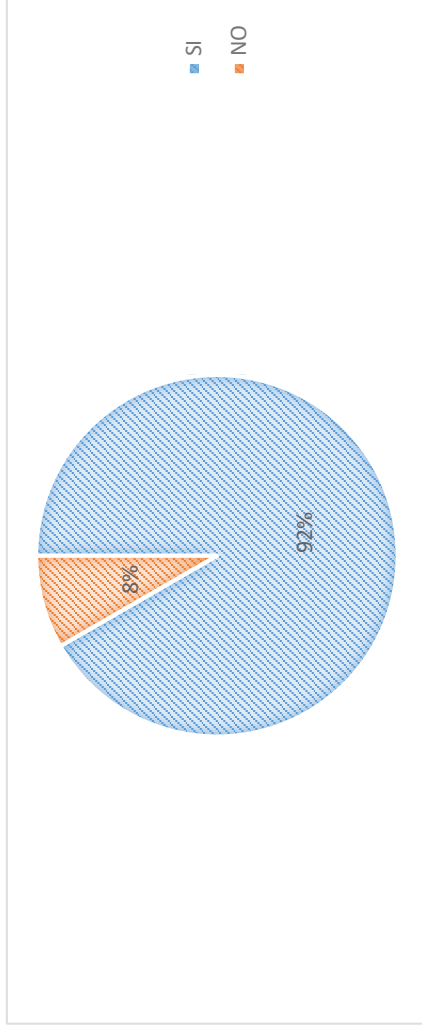
¿El uso de flechas y líneas facilitan el recorrido visual?

SI

11

NO

1



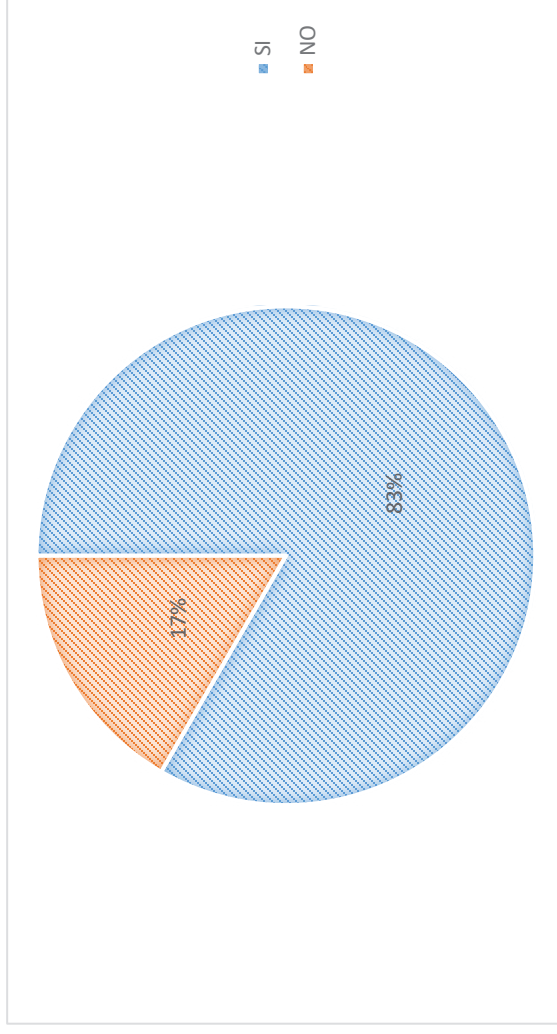
¿Considera que el uso de color dentro de la pieza gráfica ayuda a agrupar claramente la información presentada?

SI

10

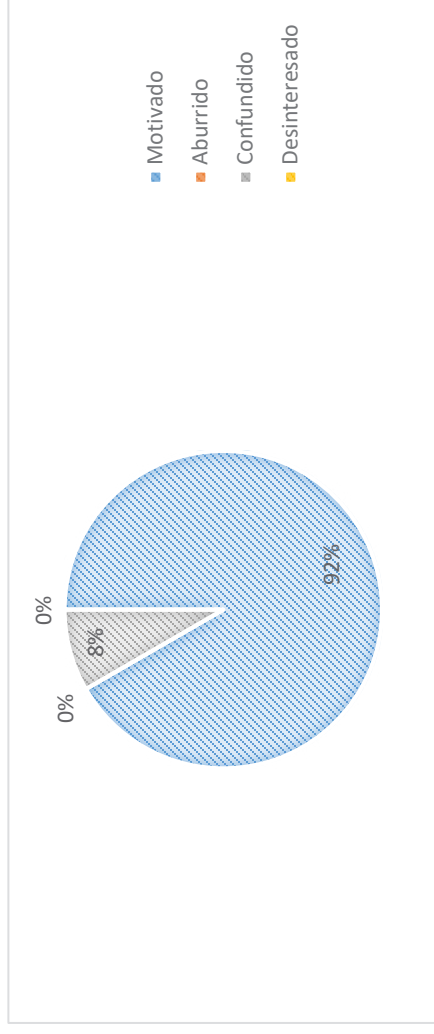
NO

2



Luego de haber visto, leído y analizado la información dentro de la infografía, usted se siente:

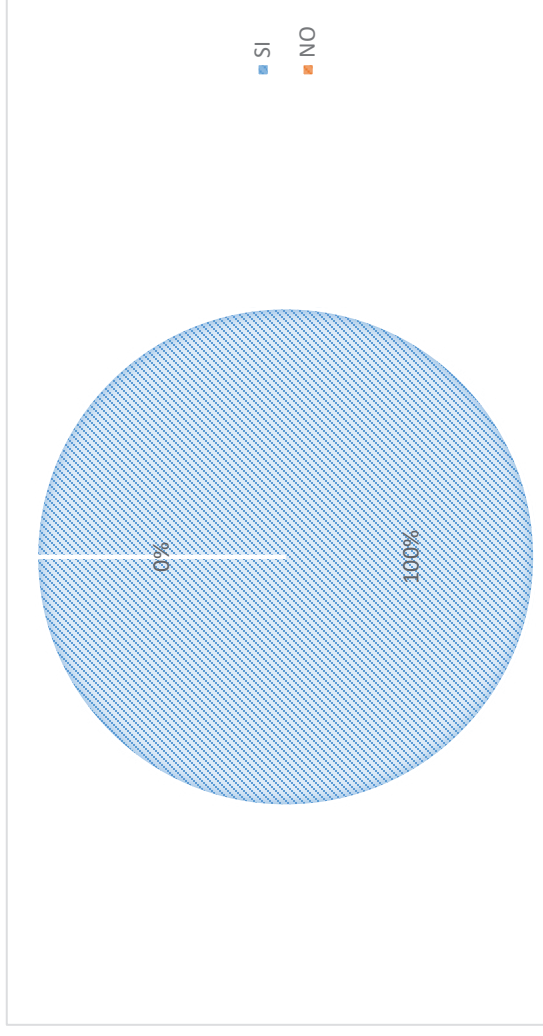
Motivado	11
Aburrido	0
Confundido	1
Desinteresado	0



## FOLLETOS

¿Considera que la información presentada en los folletos fortalece en contenido al material audiovisual y a la gigantografía presentados con anterioridad?

SI	12
NO	0

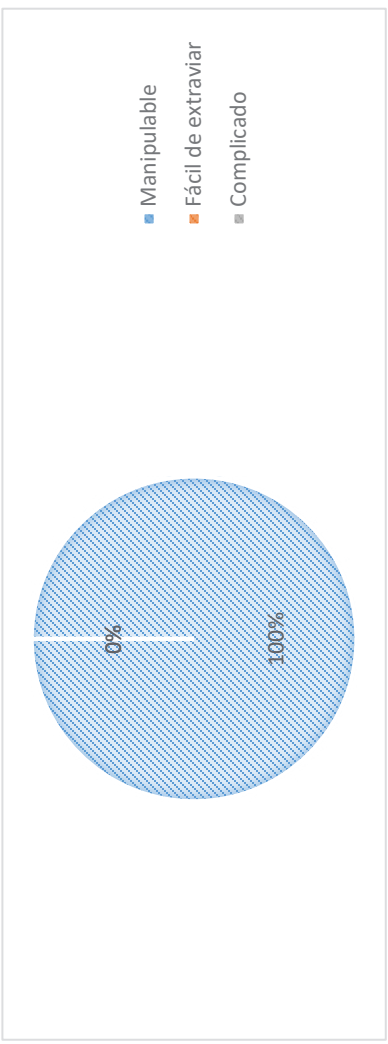


Considera que el tamaño y formato del folleto proporciona es:

Manipulable 12

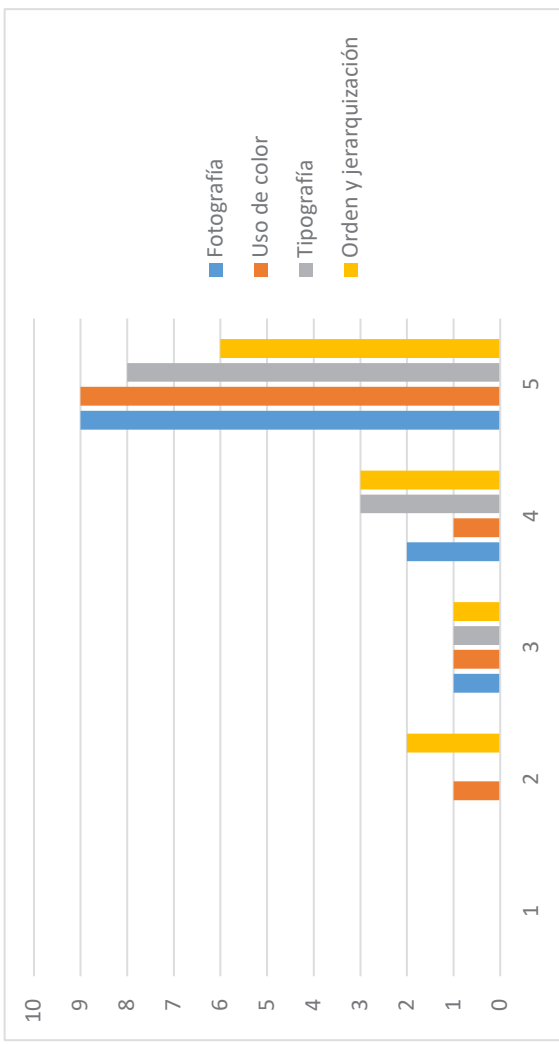
Fácil de extraviar 0

Complicado 0



¿Qué tan motivado a leer el material se sintió gracias a los siguientes aspectos contenidos en el material gráfico? En escala de 1 a 5, en donde 1 es completamente desmotivado y 5 es completamente motivado,

Aspecto	1	2	3	4	5
Fotografía	10	0	0	0	0
Uso de color	20	1	0	2	0
Tipografía	31	1	1	1	0
Orden y jerarquización	42	1	3	3	0
	59	9	8	6	0

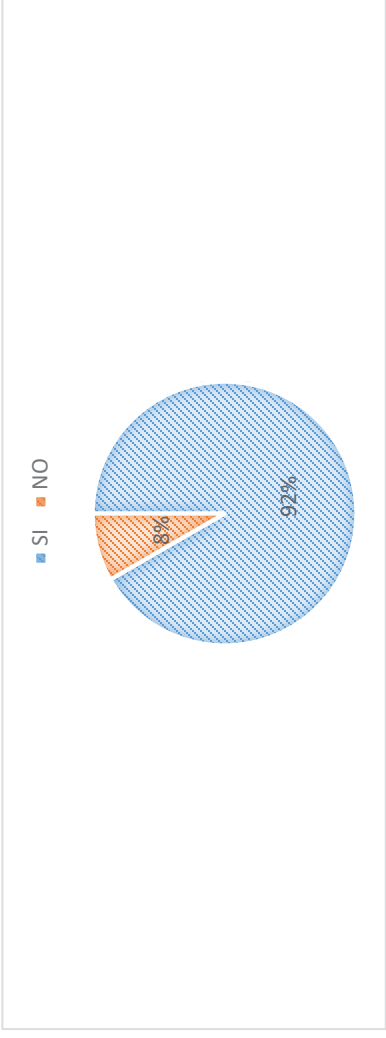




Después de haber leído el material, ¿considera que es de vital importancia el integrarlo a su práctica laboral?

SI 11

NO 1



## ASPECTOS GENERALES

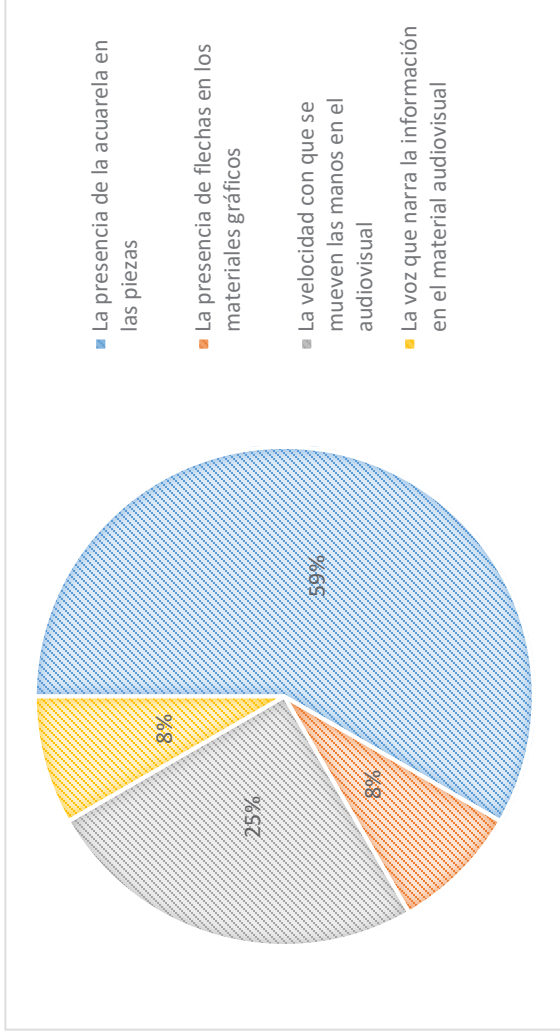
El concepto creativo "Seres que dejan huella" se ve reflejado a través de:

La presencia de la acuarela en las piezas 7

La presencia de flechas en los materiales gráficos 1

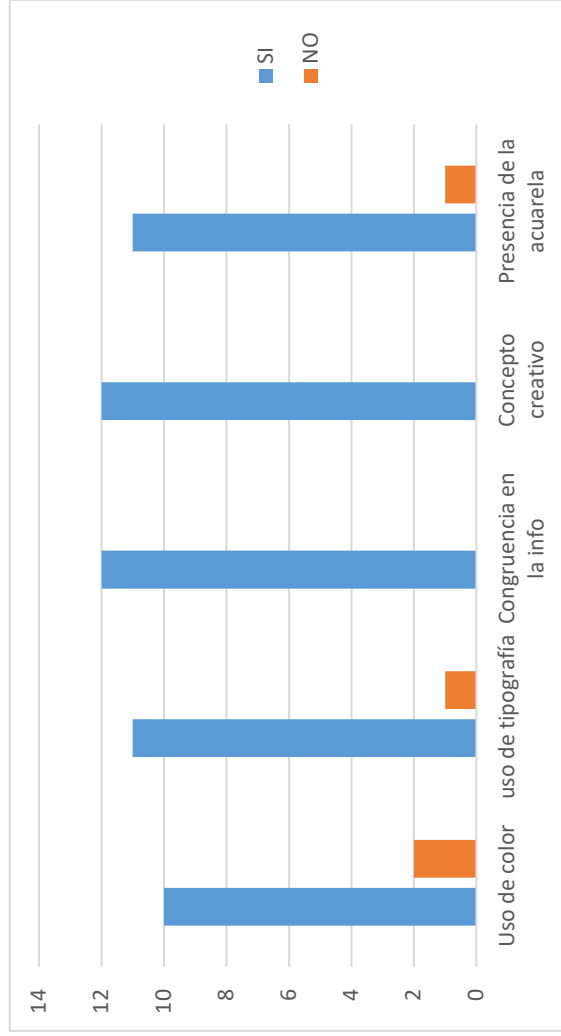
La velocidad con que se mueven las manos en el audiovisual 3

La voz que narra la información en el material audiovisual 1



Considera que las 3 propuestas gráficas presentan unidad gráfica respecto a los siguientes elementos:

	Uso de color	uso de tipografía	Congruencia en la info	Concepto creativo	Presencia de la acuarela
SI	10	11	12	12	11
NO	2	1	0	0	1





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



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“DISEÑO DE MATERIAL EDUCATIVO PARA EL MEJORAMIENTO DEL CONOCIMIENTO Y APROPIACIÓN DE LA POLÍTICA EN MATERIA DE GÉNERO, 2015-2020, DIRIGIDO A LOS COLABORADORES INTERNOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS -PMA- DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA.”**, del estudiante **SERGIO FERNANDO ALVARADO FLORES** perteneciente a la Facultad de Arquitectura, **CUI 2051 99372 0101** y registro académico **201114889**, al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico.

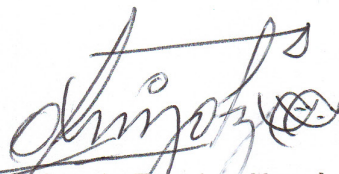
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad requerida.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los dos días de octubre de dos mil diecisiete.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

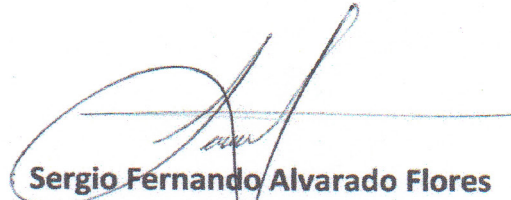
Atentamente,

*Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández*  
COL. No. 4509  
COLEGIO DE HUMANIDADES

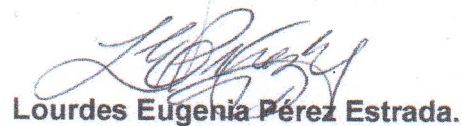
  
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández  
Profesor Titular Facultad de Arquitectura  
CUI 2715 41141 0101  
Colegiado de Humanidades. No. 4509

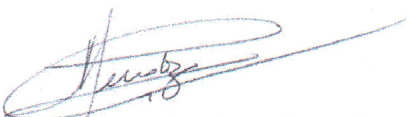
**“Diseño de material educativo para el mejoramiento del conocimiento  
y apropiación de la política en materia de género, 2015 - 2020  
dirigido a los colaboradores internos del Programa Mundial de Alimentos -PMA -  
de las Naciones Unidas en Guatemala”**

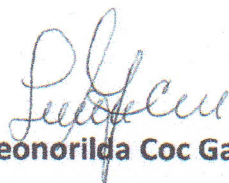
Proyecto de Graduación desarrollado por:

  
**Sergio Fernando Alvarado Flores**

Asesorado por:

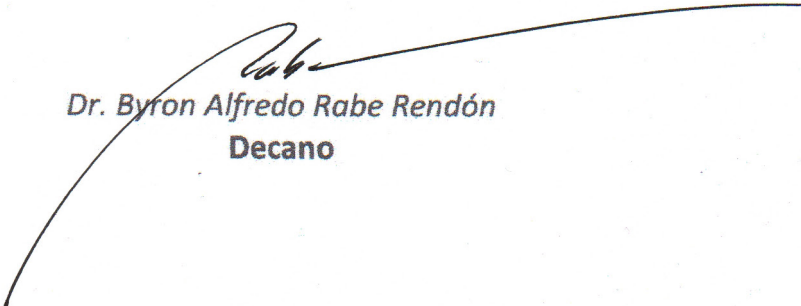
  
**Lourdes Eugenia Pérez Estrada.**

  
**Larisa Caridad Mendóza Alvarado**

  
**Leonorilda Coc García**

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

  
**Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
**Decano**





**SERGIO FERNANDO ALVARADO FLORES**