



**Diseño de Campaña de Comunicación Interna  
de Bien Social y Guía Didáctica para Educar, Prevenir  
y Erradicar el Bullying en los Niños y Adolescentes  
que Estudian en el Centro Cultural Municipal  
de la Ciudad de Guatemala**



**Diseño de Campaña de Comunicación Interna  
de Bien Social y Guía Didáctica para Educar, Prevenir  
y Erradicar el Bullying en los Niños y Adolescentes  
que Estudian en el Centro Cultural Municipal  
de la Ciudad de Guatemala**

Proyecto desarrollado por:  
**Giovani Giancarlo Robelo Urizar**

Al conferírsele el Título de:  
**Licenciado en Diseño Gráfico**

**Guatemala, marzo del 2019**

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



# JUNTA DIRECTIVA

# TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
*Decano*

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

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
*Vocal II*

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García  
*Vocal III*

Br. Kevin Christian Carrillo Segura  
*Vocal IV*

Br. Ixchel Maldonado Enríquez  
*Vocal V*

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
*Secretario Académico*

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Licda. Nadia Michelle Barahona Garrido  
*Asesora Metodológica*

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte  
*Segundo Asesor*

Licda. Margarita Hernández Mejía  
*Tercer Asesora*

Arq. Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos



# AGRADECIMIENTOS

## *A mis Padres*

Por inculcarme las herramientas para dar lo mejor de mi mismo en todo lo que me proponga y emprenda por más difícil que sea.

## *Al Supremo*

Por darme el aliento, talento, la paciencia y la energía necesaria para cumplir con mis objetivos en la vida y este proyecto.

## *A mis Abuelos*

Por que gracias a ellos puedo estar culminando mis estudios, a su sabiduría, bondad, seguridad y respeto que siempre me inculcaron.

## *A mis Hermanas*

Por apoyarme incondicionalmente y darme la seguridad que no importando el momento puedo contar con ellas y viceversa.

## *A mis Amigos*

Por su luz, buena energía y reconocimiento, mismo que brinda balance en los momentos más difíciles y refuerza tales vínculos.

## *A la Universidad de San Carlos*

Por ser mi casa de estudios, donde he podido aprender a utilizar sabiamente mi conocimiento, para aplicarlo como profesional.

## *A mis Docentes*

Por brindar, compartir y exponer sus conocimientos a manera de potencializar nuestra forma de pensar, actuar y solucionar.

## *A la Municipalidad de Guatemala*

Por la oportunidad de aportar una semilla a la promoción de valores y una propuesta de solución a problemáticas como el bullying.

# CONTENIDO

## **PRESENTACIÓN p.11**

## **1. INTRODUCCIÓN p.13**

### **1.1 Antecedentes p.15**

1.2 Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual **p.18**

### **1.3 Justificación p.19**

1.3.1 Trascendencia **p.19**

1.3.2 Incidencia **p.20**

1.3.3 Factibilidad **p.21**

### **1.4 Objetivos p.23**

1.4.1 Objetivo General **p.23**

1.4.2 Objetivos Especificos **p.23**

## **2. PERFILES p.25**

### **2.1 Perfil y servicios que brinda**

#### **la Institución p.26**

2.1.1 Características del Sector Social en el que se encuentra Inmersa la Institución **p.26**

2.1.2 Historial de la Institución **p.27**

2.1.3 Filosofía **p.28**

2.1.4 Servicios que presta **p.29**

2.1.5 Identidad y Comunicación Visual **p.30**

### **2.2. Caracterización del G.O. p.32**

2.2.1 Características geográficas **p.32**

2.2.2 Características sociodemográficas **p.33**

2.2.3 Características socioeconómicas **p.34**

2.2.4 Características psicográficas **p.35**

2.2.5 Características psicopedagógicas **p.38**

**2.3 Relación entre el grupo objetivo y la institución p.38**

## **3. PLANEACIÓN OPERATIVA p.41**

**3.1 Flujograma del Proceso p.42**

**3.2 Cronograma de Trabajo p.44**

**3.3 Previsión de Recursos y Costos p.45**

## **4. MARCO TEÓRICO p.49**

### **4.1 Ensayo 01 p.50**

4.1.1 Prevención, Educación y Solución del Acoso Escolar por medio del Arte **p.50**

### **4.2 Ensayo 02 p.58**

4.2.1 El Impacto del Diseño Gráfico en la Educación de Valores Anti Bullying **p.58**

## **5. DEFINICIÓN CREATIVA p.67**

### **5.1 Elaboración del Brief de Diseño p.68**

5.1.1 Aspectos Generales **p.68**

5.1.2 Acerca de la Institución **p.68**

5.1.3 Acerca de la Competencia **p.71**

5.1.4 Acerca del G.O. **p.71**

5.1.5 Acerca del Proyecto **p.72**

### **5.2 Recopilación de Referencias p.74**

5.2.1 Referentes Nacionales **p.74**

5.2.2 Referentes Internacionales **p.75**

### **5.3 Descripción de la Estrategia de las Piezas de Diseño p.76**

5.3.1 Cuadro Comparativo de Piezas **p.77**

## **5.4 Definición del Concepto Creativo p.78**

5.4.1 Técnicas Creativas **p.78**

5.4.2 Proceso Concepto 01 **p.79**

5.4.3 Proceso Concepto 02 **p.82**

5.4.3.1 Relaciones Forzadas **p.82**

5.4.4 Proceso Concepto 03 **p.85**

5.4.5 Concepto Creativo Elegido **p.88**

## **5.5 Previsualización:**

### **Premisas de Diseño p.90**

5.5.1 Código Tipográfico **p.78**

5.5.2 Código Cromático **p.92**

5.5.3 Código Icónico Visual **p.93**

## **6. PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN DE ALTERNATIVAS p.95**

### **6.1 Nivel 01 de Visualización p.96**

6.1.1 Proceso de Bocetaje **p.96**

### **6.2 Nivel 02 de Visualización p.104**

6.2.1 Propuesta Digitalizada **p.13**

6.2.2 Validación con Profesionales

de Diseño Gráfico **p.112**

6.2.3 Validación con Expertos

en el Tema del Proyecto **p.116**

### **6.3 Nivel 03 de Visualización p.120**

6.3.1 Propuesta Digitalizada **p.120**

6.3.2 Validación con Grupo Objetivo **p.127**

### **6.4 Fundamentación de Propuesta de Diseño y Presentación Final p.131**

6.4.1 Concepto Creativo **p.131**

## **6.5 Lineamientos de Puesta en Práctica p.152**

**6.6 Presupuesto p.154**

**6.7 Cotización p.157**

## **7. LECCIONES APRENDIDAS p.159**

**7.1 Lecciones al Iniciar el Proceso p.160**

**7.2 Lecciones Durante el Proceso p.161**

**7.3 Lecciones al Finalizar el Proceso p.162**

## **8. CONCLUSIONES p.165**

## **9. RECOMENDACIONES p.169**

**9.1 A la Institución Cliente p.170**

**9.2 A futuros Estudiantes del Curso  
de Proyecto de Graduación p.171**

**9.3 A la Escuela de Diseño Gráfico p.172**

## **FUENTES CONSULTADAS p.174**

## **GLOSARIO p. 179**

## **ÍNDICE DE FIGURAS p.180**

## **ÍNDICE DE TABLAS p.181**

## **ANEXOS p.182**



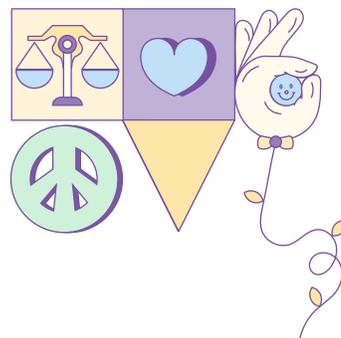
El ámbito educativo es el lugar en el que la mayoría de costumbres o gustos comienzan a marcarse, incluso los malos hábitos suelen originarse en esta etapa.

Los niños y adolescentes especialmente se exponen fuertemente a la problemática del bullying, y a veces parece no haber otra salida cuando el problema es muy grande, que incluso se puede considerar en quitar la vida misma.

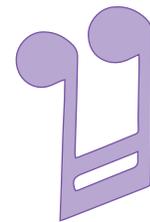
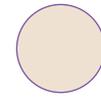
# PRESENTACIÓN

Es por esto que es necesario que las entidades educativas cuenten con planes de acción para saber cómo escalar dichas situaciones sin perder el control. Una de estas entidades es la Dirección de Educación y Cultura -DEC- de la Municipalidad de Guatemala, cuyo departamento de relaciones estudiantiles ha logrado generar un material lo suficientemente completo como para enseñar las posibles soluciones sobre la problemática y con esto dar las bases para respaldar actividades como seminarios, charlas, talleres, campañas, etc. La -DEC- vela por el sano desarrollo del arte y educación en las Escuelas Municipales de Arte, mismas que se dividen en Artes Visuales, Danza Clásica, Música y Escultura. Es por esto que es importante contar con un material que beneficie al conocimiento de la sociedad estudiantil y más en este caso que son niños y adolescentes quienes sufren las consecuencias de no estar informados.

Este proyecto tiene la intención de proponer como solución ante dicha problemática el diseño de un manual disciplinario cuyo contenido ya existe como se menciona anteriormente y que será para uso específico de los docentes y directores, esto junto con una campaña de concientización interna que busca educar, informar y hacer un llamado a dar el paso extra que nos puede proveer una cultura de paz y una sociedad de utopía en la cual desarrollarnos de una buena manera sea algo realista y posible en nuestro país. El proceso del mismo se detalla en este documento etapa por etapa, desde su forma investigativa como fundamento hasta el diseño final.







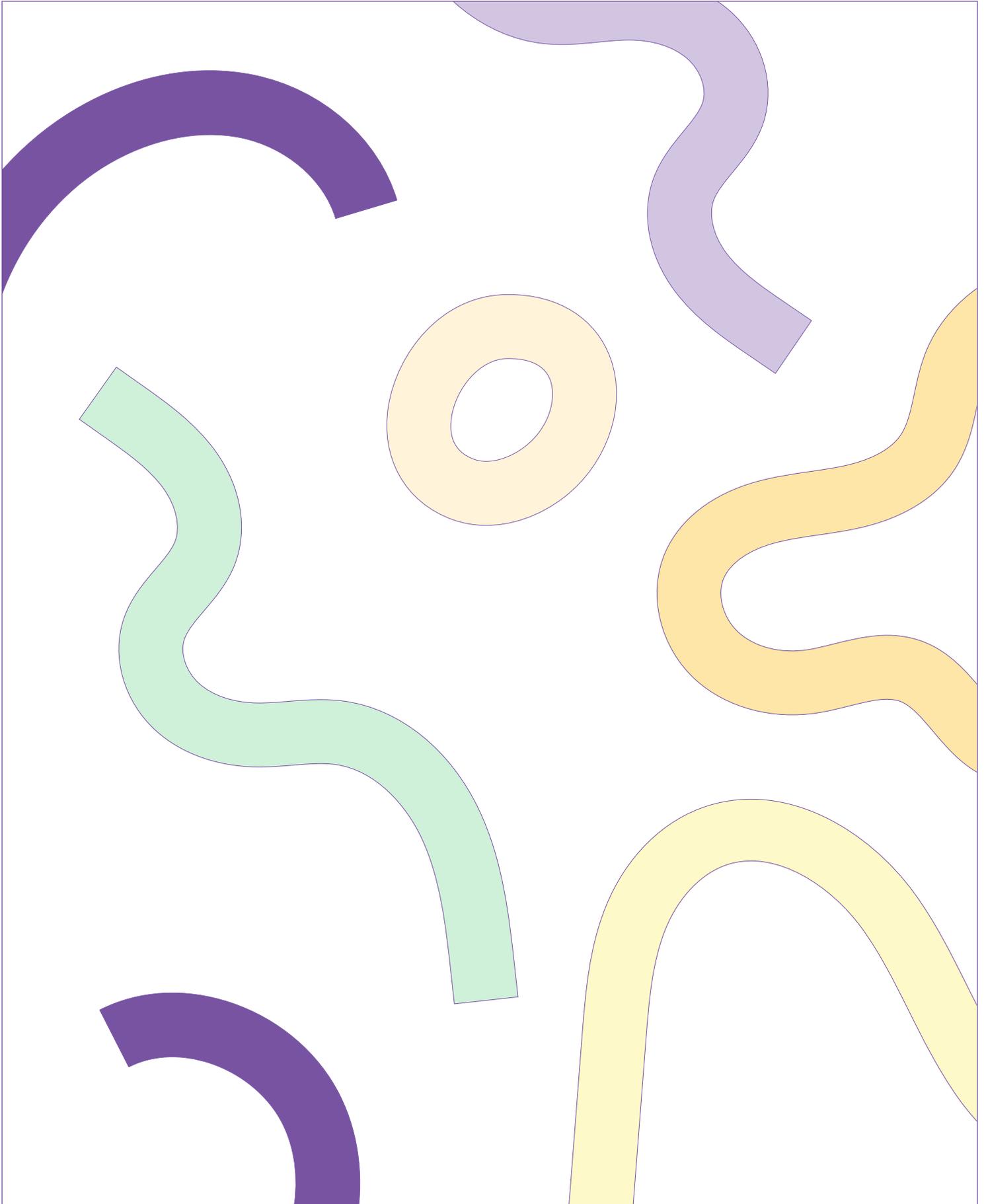
# INTRODUCCIÓN

**1.1 Antecedentes**

**1.2 Definición y Delimitación del Problema.**

**1.3 Justificación del Proyecto**

**1.4 Objetivos**



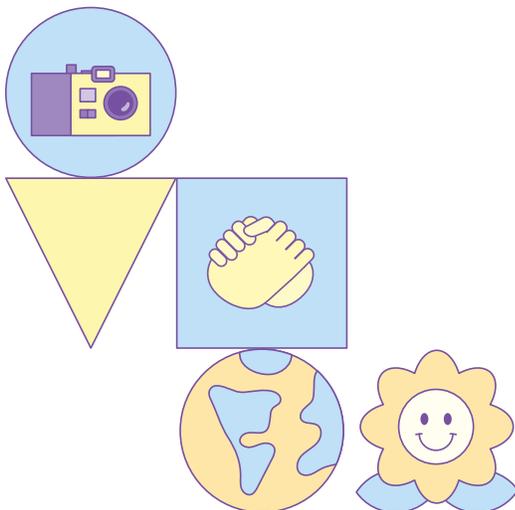
# 1. Introducción:

## 1.1 Antecedentes

Gálvez-Sobral, J.A. (2010) describe que en Guatemala el 77% de los niños y jóvenes sufren de acoso estudiantil. En la investigación de la Dirección General de Evaluación e Investigación Educativa (DIGEDUCA) del Ministerio de Educación se define que esta problemática afecta a estudiantes de centros tanto públicos como privados. Este tipo de hostigamiento tiene como consecuencia padecimientos tempranos de ansiedad, depresión o baja autoestima a través de la satisfacción de una necesidad de dominio o sometimiento intimidando y atemorizando emocional e intelectualmente a los sujetos afectados.

Investigaciones a través del sitio Psyc INFO, reflejaron la existencia de tres artículos relacionados al bullying en los años setenta, 10 en los ochenta, 84 en los noventa, 443 en los dos mil y según una búsqueda en la plataforma Google Scholar en el 2011 se manifiestan más de 1 millón de artículos que se vinculan con la violencia escolar y más de 150,000 con el acoso estudiantil *-bullying-*.

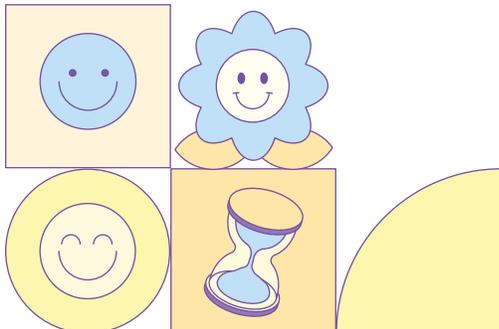
**Como se Cita en Gálvez-Sobral, J.A., 2011, p. 6**



En el 2004 Olweus D., un psicólogo noruego explica que *"un estudiante se convierte en víctima de acoso estudiantil cuando está expuesto, de forma reiterada y a lo largo de un tiempo, a acciones negativas llevadas a cabo por otro u otros estudiantes."*

Entonces entendemos que el acoso estudiantil es una forma de acoso psicológico por parte de un menor que en base a su condición actual en determinado momento puede presumir de superioridad ante otro u otros compañeros. Este tipo de acoso puede llevarse a cabo por grupos de estudiantes o individualmente, dedicándose a la persecución, agresión y hostigamiento de alguien.

Varios estudios (Aldaz A., 2017; Ruiz J., 2014; Takizawa, S.F.; Velsid, 2017) demuestran que las víctimas afectadas se encuentran entre los 9 y 16 años de edad, incluyendo ataques de acoso cibernético o ciberbullying, en otras palabras. Esta variante del bullying consiste en acoso, intimidación y agresión psicológica donde a través de cualquier medio de mensajería electrónica se puede difundir información o contenido que atenta contra la intimidad del agredido. Regresando al bullying en general, esta problemática afecta más a las niñas demostrando una incidencia de suicidio a largo plazo a comparación de los niños. Sin embargo, una persona que haya sido víctima extrema tendrá efectos visibles casi cuatro décadas más tarde, con un impacto persistente y generalizado, en la salud, actividad social y situación económica.

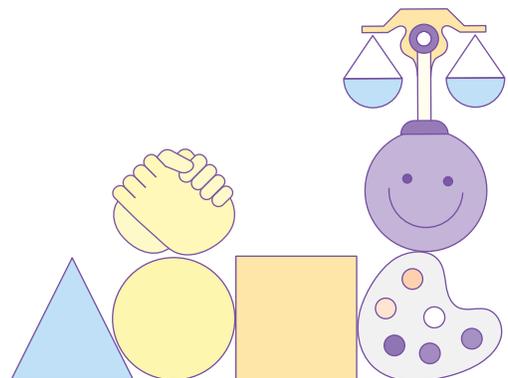


Actualmente en centros educativos del país como el Colegio Capouilliez se han establecido programas de prevención al acoso escolar a través de charlas, talleres, seminarios y foros para autoridades, maestros, estudiantes y padres, incluyendo a los monitores de buses y personal operativo; la Universidad del Istmo también ha impartido seminarios sobre estrategias para mejorar la convivencia escolar. Existen por otro lado, instituciones como la Boston Clinical Consulting que informan en colegios sobre el tema a través de charlas. También contamos con la Bullyproof Guatemala, un programa único de la Consenza Martial Arts que busca fomentar la confianza y seguridad de niños y adolescentes en las instituciones educativas, programa que es avalado por la Grace Academy de Estados Unidos. (Imeri V., 2015)

Siendo este un factor común en todos los centros educativos del país, no importando el nivel socio económico del centro, es importante hacer el intento por prevenir el bullying y la violencia en el contexto educativo en pro del desarrollo a futuro de todos las jóvenes mentes, por medio de la

educación y de las relaciones entre el centro educativo y la familia, puesto que hay casos donde las causas del acoso se resguardan en estos entornos, por ende es coherente darle una solución desde estos lugares.

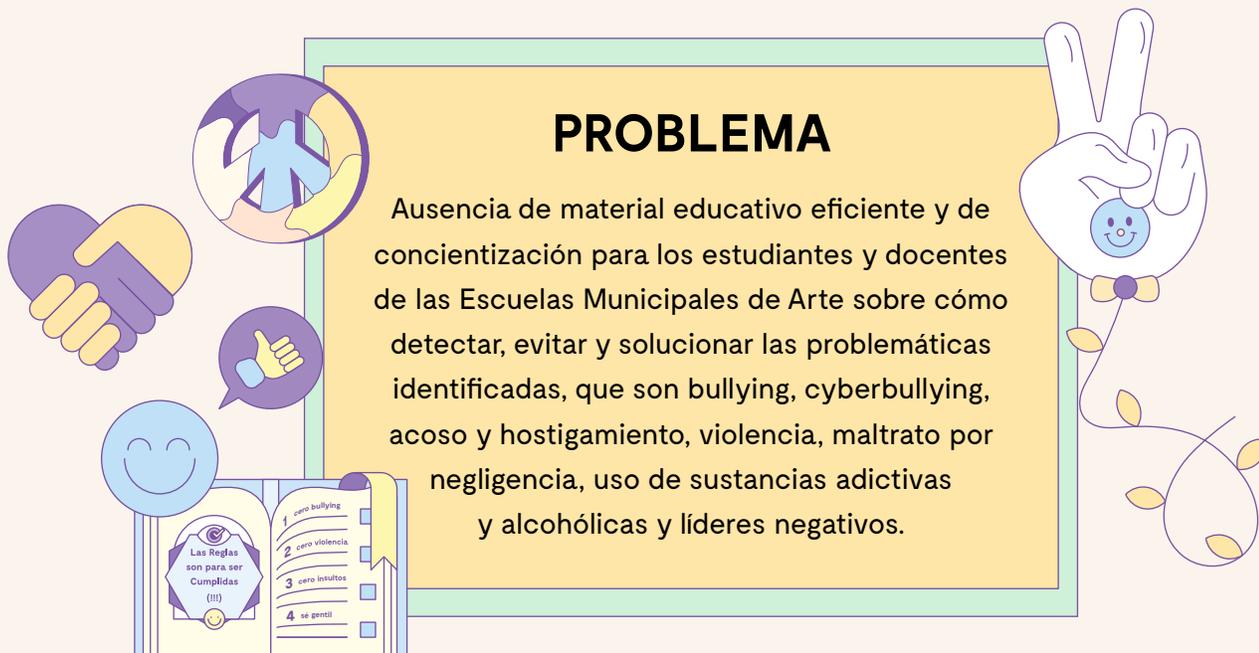
En este caso a través del uso de un lenguaje apto para niños trabajado en el entorno del Centro Municipal de Arte y Cultura de la Municipalidad de Guatemala, ámbito que dedica su labor a la elección alterna de cursos enfocados en arte, danza, música y escultura; entre otras actividades que realizan para fomentar el bien cultural y educativo del desarrollo de los niños y jóvenes del municipio.



## 1.2 Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual

### PROBLEMA

Ausencia de material educativo eficiente y de concientización para los estudiantes y docentes de las Escuelas Municipales de Arte sobre cómo detectar, evitar y solucionar las problemáticas identificadas, que son bullying, cyberbullying, acoso y hostigamiento, violencia, maltrato por negligencia, uso de sustancias adictivas y alcohólicas y líderes negativos.



La falta de una estrategia de acción, comunicación y línea gráfica en el material existe a causa de que el personal no consta con el tiempo, los medios, ni con la técnica adecuada para enfocarse en el área ilustrativa y en la generación de un lenguaje visual apto para niños, esto provocaría un impedimento al momento de querer lograr comunicar efectivamente el material por ser un grupo objetivo el cual debe ser cuidadosamente estudiado para ser correctamente comprendido.

Una vez se genere el material ilustrado y con un alto nivel de diseño adecuado para el receptor se debe proceder con el diseño de la estrategia y desarrollo de una campaña que comunique la temática de dicho material, promueva valores acorde al tema a través de la línea gráfica del proyecto y cumpla con su objetivo de comunicación provocando un espacio estudiantil donde todos tengan conocimiento de lo que es el bullying, qué consecuencias tiene y que cada vez existan más espacios libres de esta temática.

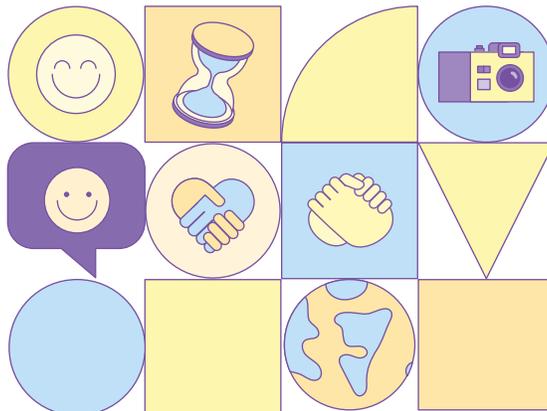
## 1.3 Justificación del Proyecto:

### 1.3.1 Trascendencia

El proyecto tiene la intención de guiar y auxiliar a la Dirección Municipal de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala, al mismo tiempo que se quiere hacer un aporte a la educación y formación de los niños, padres y docentes de la Escuela Municipal de Arte: Música, Escultura, Danza y Artes Visuales en cuanto al tema del bullying, mismo que se trata con discreción y sin darle mayor relevancia, a menos que lo casos sean demasiado severos. Con esto, estaríamos dando inicio a la resolución de una problemática bastante dada en el país, siendo el proyecto una especie de prueba piloto, para luego poder implementar

la misma estrategia a través de la campaña basada en el manual a producir.

En base a la información recopilada en la institución se puede lograr generar a través del diseño una línea gráfica lo suficientemente sólida y comprensible para el grupo objetivo, que se espera logre informar y esclarecer cualquier duda sobre el tema en el manual y en las piezas que lo divulgarán, por otro lado se puede incitar a querer darle solución al tema desde otras perspectivas por medio de conocimientos de personas que se presenten interesadas en darle solución al tema.



A través del desarrollo y efectividad del proyecto a larga escala se espera poder auxiliar al 21% de la población estudiantil en el país que sufre bullying, lo que indica que uno de cada cinco niños sufre de acoso severo. Aldana K. (2012). Este 21% representa a 867,084 niños de 4,128,972 que es la cantidad total de alumnos inscritos por año. (Como se Cita en Empresarios por la Educación, 2016, p. 2)

Al tomar esta iniciativa de crear un plan que funcione en pro del desarrollo de los valores de los niños se pueden esperar resultados más positivos en cuanto a las futuras decisiones que las jóvenes mentes tomarán y los retos que estarán dispuestos a enfrentar. Por ser un tema muy presente en todos los centros educativos, se ha llegado a considerar normal pero si damos una propuesta de cambio se pueden esperar resultados prometedores. De no ser así, la problemática a larga escala sigue dando indicios de incluso suicidio en casos muy severos como sucede actualmente en otros países.

## 1.3.2 Incidencia



Teniendo un manual que eduque sobre lo que es el acoso escolar, y en este caso una campaña que promoció dicho manual pueden ser el inicio a la solución del problema si se logra crear un vínculo de confianza entre la propuesta visual y el grupo objetivo. Esto se puede lograr a través de la creación de un lenguaje visual con el que los niños se sientan identificados e inspirados. Demostrando los resultados de los estudios en las propuestas finales se puede lograr también concientizar. Lo más importante es que exista un lenguaje en común para comprender la problemática y sus consecuencias, tanto desde la perspectiva de los niños, padres, maestros y autoridades del centro.

Siempre y cuando se le de un buen uso al material, se espera lograr un ambiente educativo donde los niños se sientan en confianza de ir, sin la

angustia o miedo de tener que ir a afrontar momentos incómodos donde se conviertan en víctimas. Los códigos visuales emplearán un papel importante para convencer y empapar de la temática de una manera positiva y estratégica. El objetivo principal de esto es el de lograr que a menos de un año de tener el material y en parte, dando un espacio correspondiente en cada clase para el comprendimiento del mismo y con esto, al momento de ser espectadores o víctimas de un caso de acoso se podrá tomar la decisión más apropiada y no incitar a empeorar la situación ni reprimirse por el tema. La idea es la de educar jóvenes más conscientes y con un impulso de actuación y apoyo ante cualquier clase de problema sin solución de este tipo.

### 1.3.3 Factibilidad



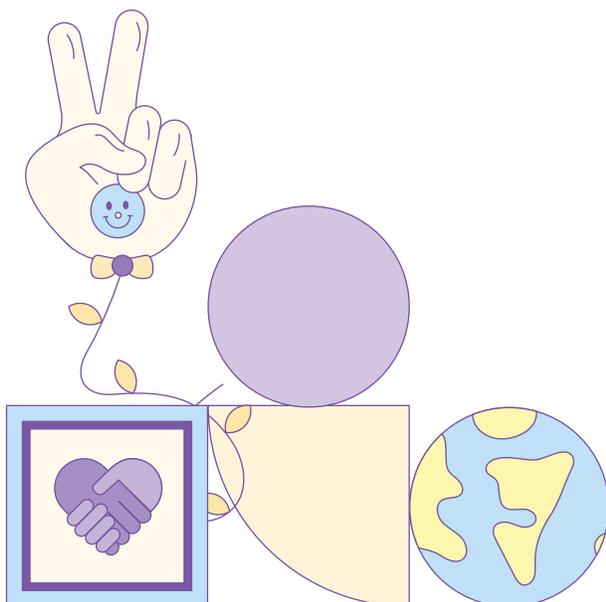
La Dirección de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala presenta actualmente una serie de archivos en un cartapacio con toda la información necesaria para el manual y su aplicación, entonces se requiere de adecuar el contenido a un lenguaje para niños, donde se incluyen series de ilustraciones, adaptación de códigos visuales y sus efectos psicológicos en el receptor, entre otros elementos. La guía existente contiene información sobre temas como violencia, acoso psicológico, maltrato intrafamiliar, uso de sustancias, etc.; esta guía también contiene una serie de ilustraciones pero de baja calidad estética, lo que podría ser no del todo convincente

para crear un vínculo que los niños comprendan con ímpetu. Se debe estudiar el uso de elementos llamativos para lograr un balance, incluso con el uso de actividades a realizar, donde se le propongan competencias que propicien el trabajo en equipo y liderazgo por ejemplo.

Se cuenta con el apoyo del equipo de diseño gráfico del centro, liderado por la Licda. Elizabeth Rodas, el equipo del departamento de Relaciones Estudiantiles e incluso catedráticos o directores de las distintas escuelas facilitaron recursos y guiaron el desarrollo del material, para hacer en parte un

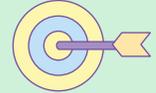
uso correcto de la línea gráfica institucional que maneja la Municipalidad de Guatemala, además de facilitar la parte de crítica y gestión. En general, se cuenta con el apoyo de la Municipalidad de Guatemala en cuanto a los fondos para llevar a cabo el proceso de impresión del material para el manual y las piezas de la campaña; se cuenta también con la Escuela de Arte, Danza, Escultura y Música, como centro de validación y aplicación del proyecto para el lanzamiento de la prueba piloto del material con el grupo objetivo.

El espacio que presenta la institución para el desarrollo de la campaña es limitado, sin embargo por estar Centro Cultural Municipal ubicado en el Antiguo Edificio de Correos de la zona 1 se cuenta con un espacio ciertamente único y amplio incluyendo espacios con bastante luz, jardines y una terraza donde se puede ejecutar parte del proyecto. El edificio anexo también es utilizado para clases de Música, por lo que también se le dará uso en las carteleras y paneles disponibles en el edificio.



## 1.4 Objetivos:

### 1.4.1 Objetivo General



**Desarrollar la estrategia de una campaña de divulgación para posicionar el manual educativo sobre el bullying en autoridades, profesores, estudiantes y padres de familia del Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala.**

### 1.4.2 Objetivos Específicos

#### ♦ De Comunicación



Promocionar el material educativo para dar a conocer la problemática del bullying y sus soluciones inmediatas con la participación de los integrantes y asistentes del Centro Municipal de Arte y Cultura.

Reducir el bullying en los niños educando impulsos de acción anti bullying para promover ambientes de empatía y cooperación en el Centro Municipal de Arte y Cultura.

#### ♦ De Diseño Gráfico



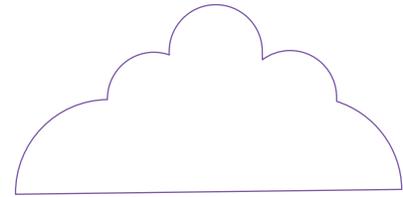
Diseñar una campaña que divulgue el contenido y línea gráfica del material educativo sobre el bullying mediante recursos visuales (líneas, vectores, superficies o símbolos) adecuados al grupo objetivo.





CAPÍTULO

#02/



# PERFILES

**2.1 Perfil y Servicio que Brinda la Institución**

**2.2 Caracterización del Grupo Objetivo**

**2.3 Relación del Grupo Objetivo y la Institución**

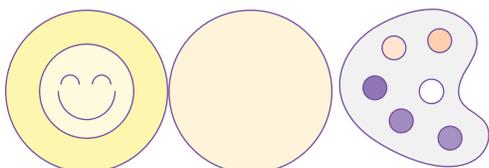
## 2.1 Perfil y Servicio que Brinda la Institución:

### 2.1.1 Características del Sector Social en el que se encuentra inmersa la Institución

El bullying es una problemática que afecta más al sector educativo en el caso de la Escuela, los estudiantes han presentado quejas o los profesores reportan el mal comportamiento en casos cada vez más seguidos, comenta Rodas E., 2018. Esto representa un problema porque a larga escala los niños pueden reaccionar con miedo y evitar llevar estos cursos como apoyo a su desarrollo creativo.

Uno de cada diez estudiantes entre los 12 y 16 años ha sufrido acoso escolar, de estos, un 3 % es catalogada en el ciberbullying. (Aldaz A., 2017) La problemática afecta más a las niñas, según lo demuestra un artículo basado en un estudio realizado en un período de 8 años, Estudio Epidemiológico y Multicéntrico de Psiquiatría Infantil en Finlandia. (Velsid, 2017). Los datos demuestran que es más probable que haya más casos de intentos de suicidio por parte de las niñas como respuesta al acoso que los niños, aunque sean más niños los que reciben acoso.

La dirección de la escuela ha optado por recopilar información sobre el tema lo suficientemente extensa para crear un manual que sirva de guía para todo aquel que sea testigo, víctima o victimario del bullying; con el fin de promover ambientes libres de acoso, estrés y miedo por parte incluso de los padres y autoridades de la escuela. Sin embargo el material existente es deficiente en el sentido de comprensión para los niños, carece de recursos visuales y es muy extenso por lo que no lo han logrado aplicar hasta hoy en día.



## 2.1.2 Historial de la Institución



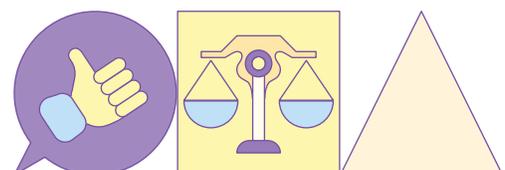
La actual Ciudad de Guatemala goza de un patrimonio que está en su pleno auge de desarrollo, agregando valor a la herencia que se ha ido marcado en actividades de interés educativo y cultural. Para resguardar el desarrollo de este ámbito en la ciudad, la administración edil creó la Dirección de Educación y Cultural de la Municipalidad (Muniguate, S.F.) con el propósito de potencializar diversas manifestaciones artísticas como recurso de desarrollo y crecimiento cultural.

Gracias a esto en 2001 se crean espacios a la disposición del ciudadano con el compromiso de promover el desarrollo creativo en los más jóvenes, desde principiantes hasta quienes quieran perfeccionar sus técnicas. Iniciando con la Escuela Municipal de Pintura bajo la dirección de Lucrecia Cofiño de Prera. (Muniguate, 2008) En 2006, nace el Sistema de Orquestas

y Coros de la Ciudad de Guatemala, bajo la iniciativa del Alcalde Álvaro Arzú. (Muniguate, 2010) decidiendo luego multiplicar la Escuela Municipal de Música por su éxito y concurrencia creando diferentes núcleos distritales en zonas 7, 18 y 21. Además tiene a su cargo la Escuela Municipal de Danza Clásica y la Escuela Municipal de Escultura.

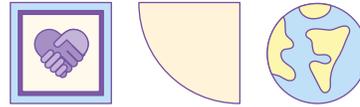
Estas escuelas buscan propiciar una estructura académica que permita que los niños y jóvenes se desarrollen según su capacidad individual a través de programas específicos que cada escuela ha ido desarrollando.

Actualmente el Centro Cultural Municipal Álvaro Arzú Irigoyen es liderado la Directora de Educación y Cultura Aida Bocock, en el área de diseño gráfico lidera el equipo la Licda. Elizabeth Rodas más otro auxiliar de diseño.



## 2.1.3 Filosofía:

### ♦ Misión



Proveer las condiciones necesarias para generar un impulso de oportunidades y potencializar la calidad de vida a través de actividades y proyectos que infieran la prestación de servicios públicos en el municipio.

### ♦ Visión



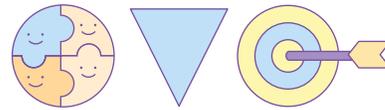
Edificar y mantener una ciudad a la vanguardia en cuanto a las condiciones para vivir.

### ♦ Valores



- Solidaridad - Confianza - Transparencia -  
- Eficacia - Equidad - Lealtad -

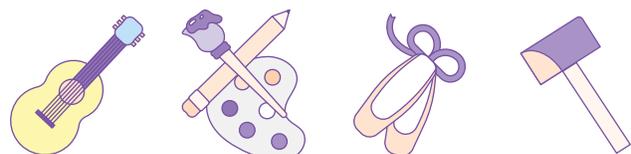
## ♦ Objetivos



- ♦ Reconocer nuestro compromiso social y el aporte del arte al desarrollo humano.
- ♦ Potenciar la creatividad.
- ♦ Fortalecer la sensibilización por los lenguajes del arte a partir de vivencias.
- ♦ Estimular capacidades y habilidades psicomotrices, intelectuales, cognitivas y afectivas.
- ♦ Provocar reflexión y análisis, facilitar los elementos para formar criterio.

## 2.1.4 Servicios que Presta

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| ♦ Escuela Municipal de Artes Visuales | ♦ Programa Municipal de Danza Creativa   |
| ♦ Escuela Municipal de Danza Clásica  | ♦ Festival Cultural, Agenda Cultural, Galería Urbana, Departamento de Turismo, Galería de Arte, Mapa en Relieve, Ilumina |
| ♦ Escuela Municipal de Escultura      |  |
| ♦ Escuela Municipal de Música         |  |
| ♦ Orquesta Juvenil Municipal          | ♦ Velar por el mantenimiento del palacio de correos de la Municipalidad  |



## 2.1.5 Identidad y Comunicación Visual

Cada sede municipal guarda una unidad de elementos que conforman una línea gráfica. La municipalidad se define por utilizar como logotipo actual la representación gráfica en vectores del escudo otorgado a la Ciudad de Guatemala en 1532, ahora en una versión minimalista y más estética.



Figura 1 y Figura 2

*Escudo original y actual de la Municipalidad de Guatemala Tomado de [www.muniguate.com](http://www.muniguate.com)*

El escudo representa a un guerrero en armadura sobre un caballo blanco como símbolo de guerra y en la parte inferior se representan 3 volcanes característicos del paisaje de la ciudad, dos con cruces en señal de esfuerzo y victoria. 8 veneras de oro rodean una orla sobre el escudo.



Figura 3

*Logotipo aplicado con tipografía  
Tomado de [www.muniguate.com](http://www.muniguate.com)*

El logotipo de la Municipalidad se toma como el emblema principal para cualquier actividad o proyecto que nazca de la institución, la aplicación tipográfica es casi siempre palo seco, y el mismo debe ser aplicado en

la esquina superior derecha en cualquier aplicación; la paleta cromática puede variar en caso se requiera o por motivos de beneficio en la legibilidad del mismo.

Figura 4, 5 y 6

Ejemplos de aplicación de la línea gráfica: Imágenes tomadas de facebook /LaAgendaGuatemala/ y /MuniGuate/



La libertad de producción es amplia media vez se cumpla con los parámetros del uso de marca de la municipalidad. La dirección en si no cuenta con una página web, ni con un fanpage en redes sociales específicos, cada escuela cuenta sin embargo, con una fanpage y

como portal principal se toma el de muni guate o su sitio web, lo cual representa un problema pero actualmente no cuentan con el equipo informático ni los recursos para generar una propia.



Figura 7 y 8

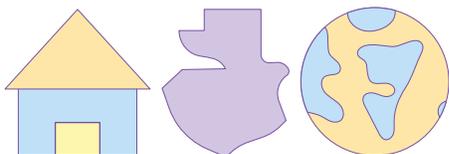
arriba: facebook.com/muniguate/ alapar: portal web  
<http://cultura.muniguate.com/>

## 2.2 Caracterización del Grupo Objetivo:

### 2.2.1 Características Geográficas

Se enfoca principalmente en la sociedad interna del Centro Cultural Municipal de Guatemala, es decir autoridades, estudiantes, maestras y maestros, madres y padres de familia de los estudiantes de los cursos que ofrece el Centro, principalmente las Escuelas de Artes Visuales, Danza Clásica, Escultura y Música, ubicado en el antiguo Edificio de Correos en la zona 1 de la Ciudad Capital, conocida por ser urbe de la sociedad actual. La ciudad es conocida también como Nueva Guatemala de la Asunción, en honor a la Virgen de la Asunción y está localizada en el Valle de la Ermita, en el área centro-sur del país y goza de una gran cantidad de áreas verdes; tiene una extensión de 996 km.

El grupo objetivo habita en zonas dentro de la Ciudad de Guatemala (1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 18), aledañas al Edificio de Correos en la histórica zona 1, habitan la región central del departamento de Guatemala, aunque también pueden residir en diferentes municipios o departamentos del país. La ciudad tiende a tener un clima subtropical de tierras altas, esto sucede gracias a la elevación que tiene sobre el nivel del mar (1500-1700 msnm). Se podría decir que es un clima suave y casi primaveral a lo largo del año. Según un estudio reciente la población total dentro de la metrópolis guatemalteca es de 4.703.865, lo cual supera la de cualquier otra aglomeración dentro del territorio de América Central. (Escobar, Estrada, Narciso y Reyes, 2015)



## 2.2.2 Características Sociodemográficas

El Centro Cultural Municipal atiende niños de 0 años en adelante, incluso cuentan con programas para el adulto mayor. En el caso del proyecto se centra principalmente en niños y adolescentes de 9 a 15 años como grupo principal, incluyendo casos de acoso en el centro educativo en un 7% y acoso cibernético o cyberbullying en un 3% (a través de dispositivos móviles, redes sociales, etc). (Aldaz A., 2017)

Cuentan con una educación desde el nivel pre-primario hasta el nivel superior, con la capacidad de estudiar en un centro privado o público. Estudian por las mañanas y asisten a un curso impartido por el Centro Cultural Municipal por las tardes; esto por el deseo de los padres de desarrollar talento y nuevas actitudes en sus hijos que conlleven responsabilidad y dedicación. Asistir a dichos cursos implica el hecho de tener que compartir una

clase con otros estudiantes y es en estos grupos donde suceden los primeros indicios de bullying o acoso estudiantil, por cualquiera que sea el motivo, esto puede ir evolucionando poco a poco al no darle el debido respaldo o acciones a las situaciones acontecidas. El núcleo familiar de estos niños se caracteriza por tener a los dos padres o sólo a uno, tienden a tener uno o dos hermanos o pueden ser hijos únicos si no es que son los menores siempre.

Los padres se influyen del buen gusto y la cultura y consideran al Centro Cultural como un lugar accesible e ideal para estudiar arte dentro de la ciudad. Viven en casa de los padres o alquilan, esto puede ser dentro o fuera del Municipio. Pueden ser creyentes religiosos pero no en su mayoría, involucrados en eventos culturales que ofrece en parte la Municipalidad a lo largo del año y el sector en el que residen.



## 2.2.3 Características Socioeconómicas

Según el equipo de Trabajo Social del Centro Cultural Municipal, liderado por la Licenciada Kenia Montes (2018), pertenecen a la clase media, media baja y baja es decir, se encuentran dentro de los grupos socioeconómicos C1, C2 y C3. El 35.4% de la población en general pertenece a la clase media con ingresos promedios entre Q11.000 y Q25.000. Este grupo genera el 56% del dinero y un monto aproximado de Q9.400 millones al mes. (Hahmann C., 2015).

Los padres son los pilares de ingresos en la familia, puede que sólo uno de los padres asista a un trabajo. Sus hábitos de consumo se acomodan al margen de sus ingresos, invirtiendo principalmente los padres en la educación y manutención de sus hijos como enfoque principal y como enfoque secundario pueden gozar de servicios como internet, teléfono, cable, ropa variada, salidas cada fin de semana o cada 15 días.

Otros servicios que se utilizan son los del tipo cultural y educativo, asisten a eventos patrocinados por centros culturales, municipales o sociales. Les interesa la riqueza cultural y gozan de ver a sus hijos involucrados en este tipo de actividades.



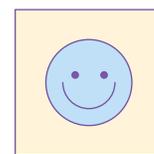
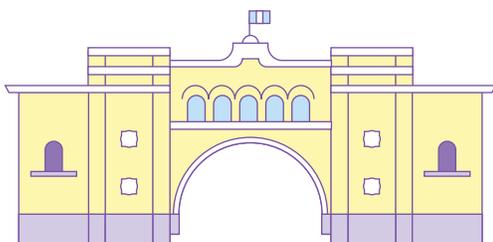
## 2.2.4 Características Psicográficas

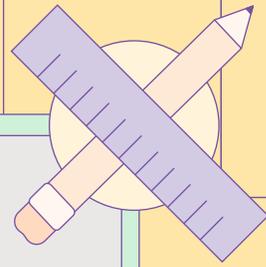
El estilo de vida es saludable, gracias al esfuerzo de los padres para que sus hijos puedan desarrollarse en entornos sanos, donde puedan cambiar y desarrollar su ideología hacia con su contexto. Se encuentran en constante búsqueda por nuevos conocimientos y experiencias debido a la corta edad. Esto lleva a los niños y adolescentes a ubicarse dentro de pequeños grupos sociales en la comunidad educativa lo que les da un sentido de seguridad, pertenencia y adaptación.

Tienen un interés, ya sea por influencia de los padres, amigos o propia, por temas enfocados en el arte y la cultura de la danza, artes visuales, música y escultura. Esto los lleva a tener una cultura visual alta por los medios en los que se desenvuelven, incluyendo el Centro Cultural mismo, que a los largo del año promueve muchos eventos culturales.

El carácter simbólico de la cultura visual se refleja en la conducta del grupo objetivo, en el caso de lo que ven en televisión o medios digitales por ejemplo; ya sea por cuenta propia o por amigos y familiares, están al tanto de las noticias más actuales o relevantes para ellos. Por otro lado, los elementos de la cultura se descifran gracias al significado que maneja cada uno en su contexto personal. Aprenden comprender valores y cualidades como solidaridad, cooperación, determinación, responsabilidad, etc. Se transportan en medios como transmetro, buses urbanos o en vehículo propio.

Según Trejo A., los guatemaltecos poseen una multiplicidad de formas de exteriorizar un pensamiento o idea, incluso abstracta y cotidianamente hacen uso de los signos gestuales. (2011)





# MODELO S-P-I-C-E

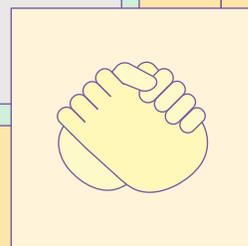
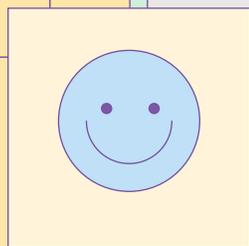
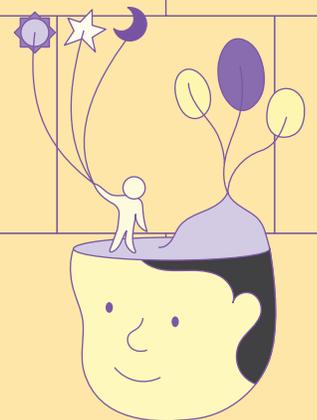
**Niños y Adolescentes**

**Edad: 9 a 15 años**

Estudiantes de los cursos  
que ofrece el Centro Cultural Municipal.

**Viven en el municipio de Guatemala  
o en municipios cercanos como  
Mixco o Villa Nueva.**

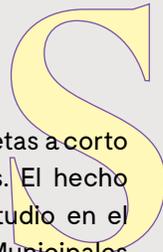
**Clase media, media baja  
y baja.**





**Social — *social:***

Soñadores, bromistas pero con metas a corto y largo plazo a nivel de estudios. El hecho de tener una oportunidad de estudio en el ámbito artístico de las Escuelas Municipales los impulsa a tener disciplina y visión, además de un conocimiento y aprecio a la cultura desde jóvenes. Valoran su círculo de amigos y les preocupa la aceptación de estos.



**Físico — *physycal:***

Energéticos, pueden enfocar su tiempo aprendiendo una rama artística. Les interesa lo interactivo y buscan descargar su energía por medio de sus pasatiempos, ya sea jugar con amigos u otros cursos..



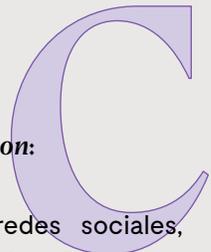
**Identidad — *identity:***

La curiosidad despierta sus ganas de aprender y experimentar. Se influncian por sus padres dependiendo el género. Aprenden a tener una búsqueda por salir de la zona de confort, de lo contrario pueden ser muy inseguros de sí mismos.



**Comunicación — *communication:***

Pasan mucho tiempo en redes sociales, juegos o aplicaciones digitales. Requieren de la tecnología para facilitar su aprendizaje, El arte en las formas que ofrece el Centro Cultural Municipal es una forma de comunicar que comienzan a explorar o van en nivel avanzado.



**Emocional — *emotional:***

Disfrutan ayudar a sus compañeros y sentirse líderes, tienen buen corazón y las artes rellenan parte del mismo, ya sea música, pintura, danza o escultura. Buscan superarse a sí mismos y proponerse retos aptos a sus capacidades.



## 2.2.5 Características Psicopedagógicas

Aprenden del día a día, más allá de los conocimientos que reciben en el colegio, aprenden a desenvolverse conforme a la edad y sus entornos. En este caso al tener entornos culturales les da una facilidad, en caso asistan por gusto propio, de recabar cualquier tipo de información. Se habla de los más jóvenes, entonces están fuertemente ligados a la tecnología y a los recursos que el internet promueve como tutoriales de youtube, blogs o portales de juegos interactivos, entre otros. Esto los hace ser personas que se comunican y comprenden más visualmente.

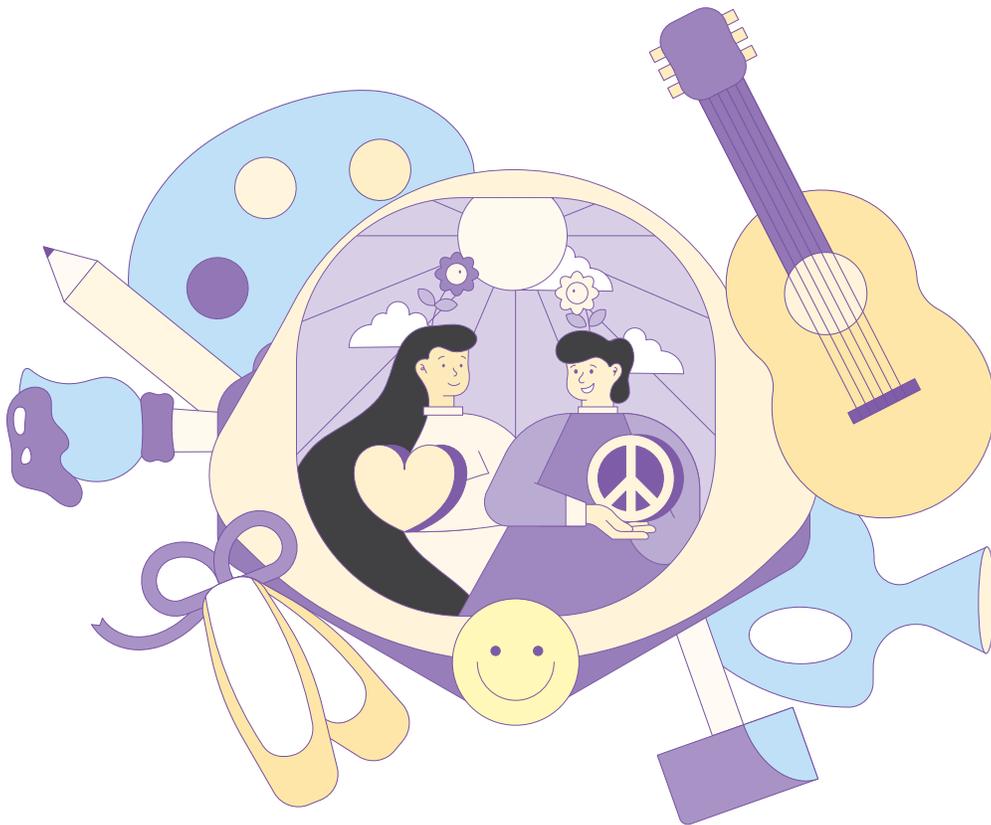
También aprenden por medio del arte, aunque en el Centro las metodologías de cada área son variadas, la técnica se basa en la implementación de valores como disciplina, responsabilidad, lectura, constancia y entrega. Gracias a la búsqueda de una estructura académica que permitiese el desarrollo de los niños y jóvenes en base a sus aptitudes individuales a través de programas específicos que cada escuela ha ido desarrollando.

## 2.3 Relación del Grupo Objetivo y la Institución

La relación entre el Centro Cultural Municipal y los estudiantes de las escuelas artísticas surge tras la necesidad de inculcar y educar a los jóvenes talentos a través de nuevos métodos de enseñanza a precios bastante accesibles y con una trayectoria impecable que hace sentir bienvenido a cualquier nuevo estudiante. El Centro en sí se encarga de gestionar los eventos de cada escuela en particular, los horarios y cronogramas para cada uno de los cursos, además de servir de guía ante cualquier circunstancia en que los niños necesiten de algún tipo de ayuda.

El hecho de que el Centro haya tomado el compromiso de levantar esta oportunidad de estudio extracurricular en la vida de un niño o un joven ayuda a fortalecer la sensibilización por los lenguajes del arte, en base a experiencias propias desde temprana edad. Es así como se pueden estimular y fomentar capacidades y habilidades psicomotrices, intelectuales, cognitivas y afectivas; además de adquirir un criterio nato en base a la reflexión y análisis.

Poco a poco las Escuelas han ido creciendo individualmente convirtiéndose en plataformas divididas en otros puntos de la ciudad, siendo esto un punto positivo ya que personas con experiencia en el ámbito se tornan interesadas en invertir en ideas y proyectos cada vez mayores; a la vez, se van desarrollando personas con cultura y esto sólo significa una interminable evolución, el cual creo fue el objetivo de la misma al abrir sus puertas.





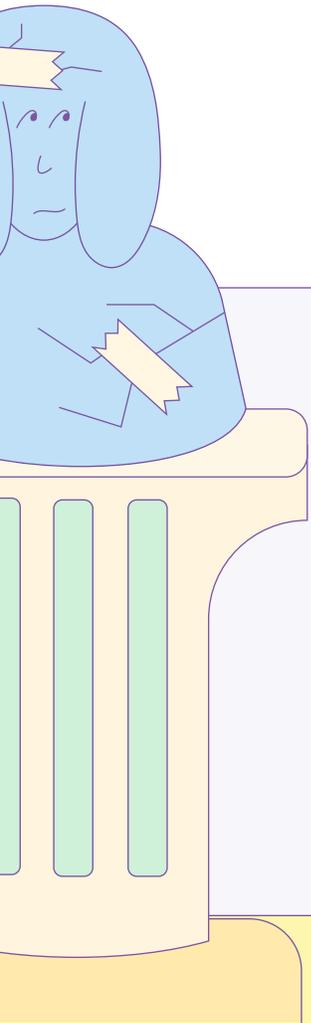


# PLANEACIÓN OPERATIVA

**3.1 Flujograma del Proceso**

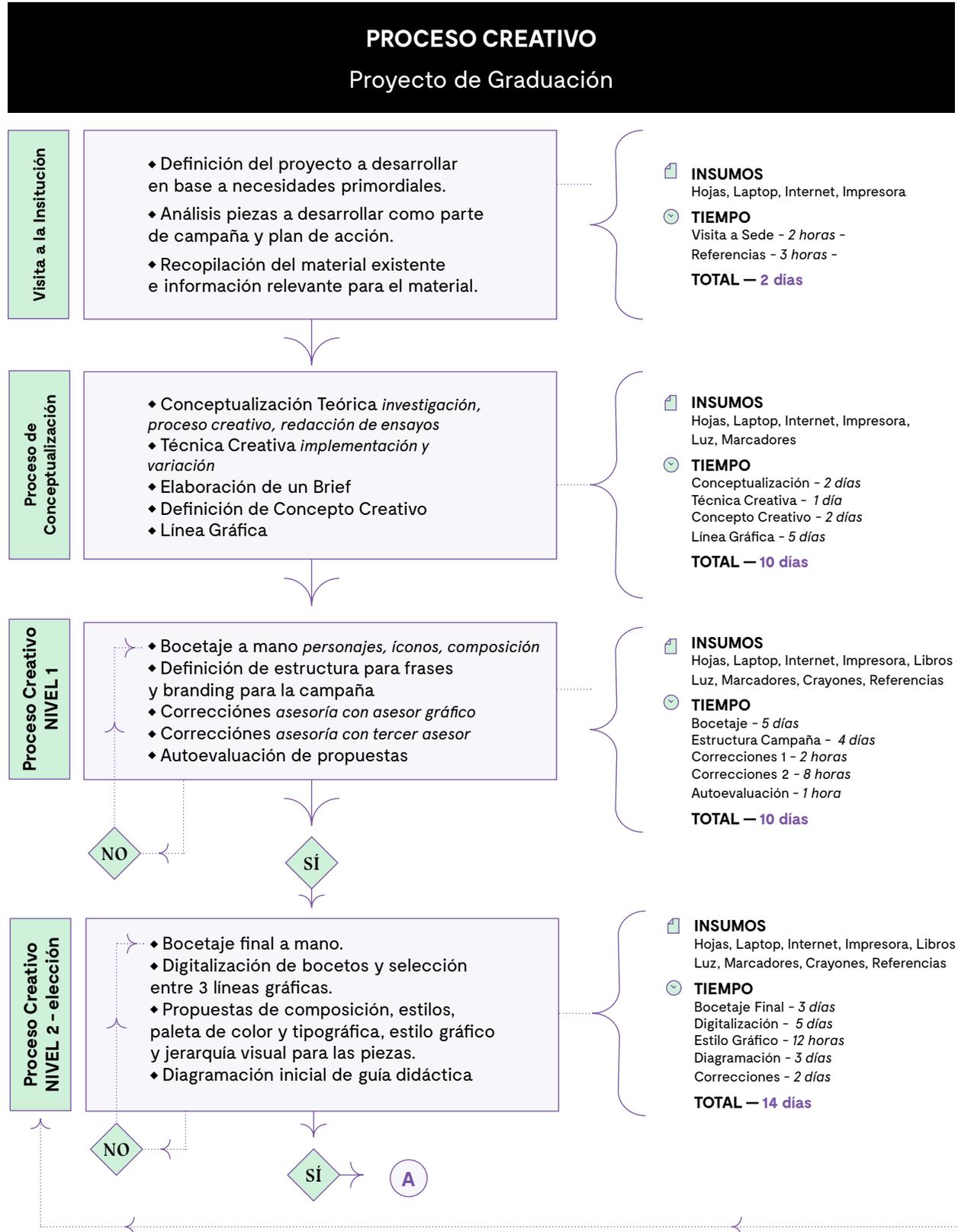
**3.2 Cronograma de Trabajo**

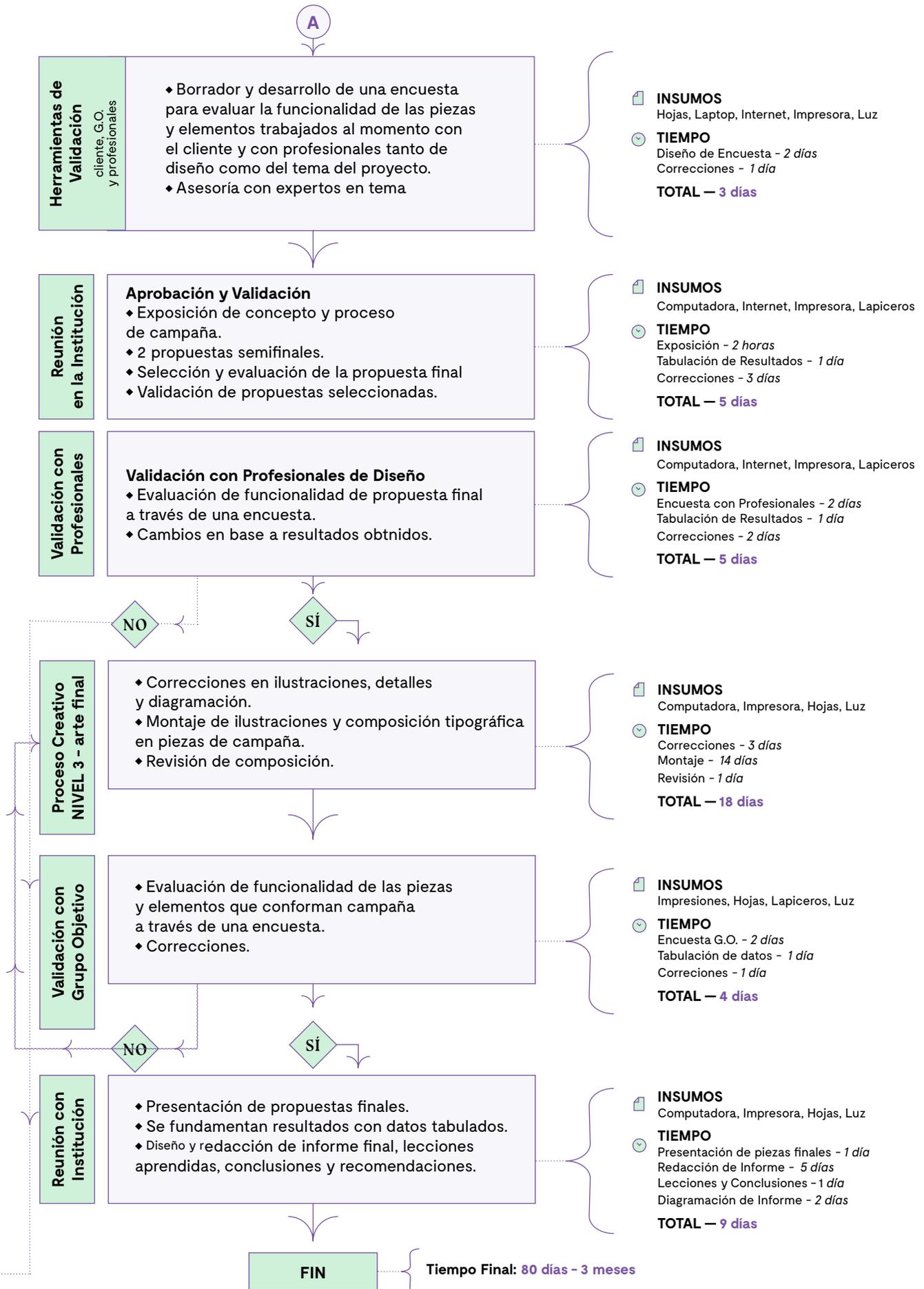
**3.3 Previsión de Recursos y Costos**



# 3.1 Flujograma del Proceso

Figura 9





## 3.2 Cronograma de Trabajo

	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	1	13	20	27	1	10	17	24	1	8	15	22	1	5	12	19
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	12	19	26	31	9	16	23	30	7	14	21	31	4	11	18	30
<b>FASE 1: Investigación</b>																
Reunión con la institución	█															
Definición de Piezas Gráficas	█	█														
Marco Teórico		█	█													
<b>FASE 2: Planeación Operativa</b>																
Previsión de Recursos y Costos	█															
Cronograma		█														
<b>FASE 3: Definición Creativa</b>																
Briefing de Diseño			█	█												
Recopilación de Referencias		█	█													
Estrategia de Campaña Piezas de Diseño			█	█												
Implementación de Técnicas Creativas				█	█											
Definición de Concepto Creativo				█	█											
Previsualización de Línea Gráfica					█											
<b>FASE 4: Producción Gráfica</b>																
<b>NIVEL I – Visualización</b>																
Bocetaje Inicial, a mano					█	█										
Propuestas de Diagramación					█	█										
Autoevaluación						█										
Feedback						█										
<b>NIVEL II – Proceso Creativo</b>																
Bocetaje Digital								█	█							
Implementación de Elementos								█	█							
Validación con Expertos									█							
Feedback									█							
<b>NIVEL III – Producción Final</b>																
Diagramación de Manual							█	█	█							
Ilustraciones							█	█	█							
Piezas de Campaña							█	█	█							
Validación con Grupo Objetivo									█							
Feedback									█							
Cambios Finales										█						
<b>FASE 5: Síntesis</b>																
Lecciones Aprendidas										█						
Conclusiones y Recomendaciones										█						
Redacción de Informe Final																
Entrega Final del Proyecto													█			
Presentación Final a -DEC- en USAC														█		

Tabla 1

## 3.3 Previsión de Recursos y Costos

### INFORME ANUAL 2018: Programas Y Proyectos

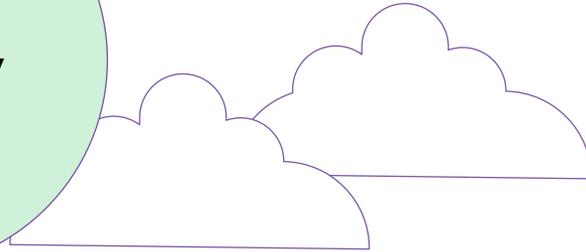
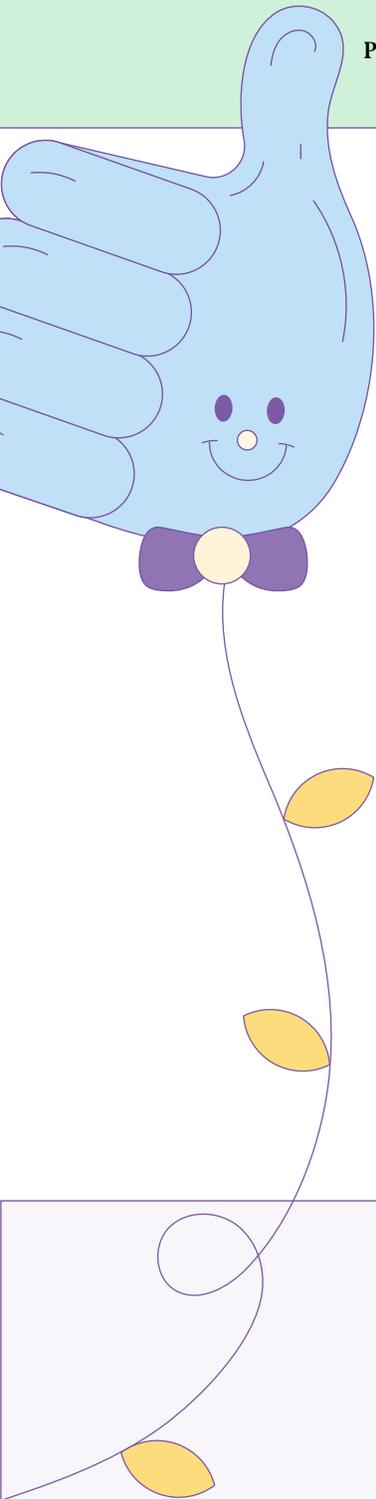
ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
<b>FASE 01 — Investigación</b>		
01 — Antecedentes	07 Horas	Q 210.—
02 — Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual	03 Horas	Q 90.—
03 — Justificación del Proyecto	05 Horas	Q 150.—
04 — Objetivos	03 Horas	Q 90.—
05 — Perfil de la Institución	06 Horas	Q 180.—
06 — Perfil del Grupo Objetivo	12 Horas	Q 360.—
07 — Marco Teórico	24 Horas	Q 720.—
<b>TOTAL</b>	<b>60 Horas</b>	<b>Q 1,800.—</b>
<b>FASE 02 — Planeación Operativa</b>		
01 — Ruta Crítica o Flujograma	10 Horas	Q 300.—
02 — Cronograma de Trabajo	08 Horas	Q 240.—
<b>TOTAL</b>	<b>18 Horas</b>	<b>Q 540.—</b>
<b>FASE 03 — Briefing</b>		
01 — Entrevista	05 Horas	Q 150.—
02 — Recopilación de Información	05 Horas	Q 150.—
<b>TOTAL</b>	<b>10 Horas</b>	<b>Q 300.—</b>
<b>FASE 04 — Recopilación de Referencias</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>10 Horas</b>	<b>Q 300.—</b>
<b>FASE 05 — Diseño de Estrategia Creativa de las Piezas de Diseño</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>48 Horas</b>	<b>Q 1440.—</b>
<b>FASE 06 — Definición de Concepto Creativo</b>		
01 — Técnica Creativa	08 Horas	Q 240.—
02 — Concepto Teórico	24 Horas	Q 192.—
<b>TOTAL</b>	<b>28 Horas</b>	<b>Q 840.—</b>

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
<b>FASE 07 — Producción Gráfica y Validación</b>		
<i>Visualización / Nivel I</i>		
01 — Bocetaje Rough <i>a mano</i>	40 Horas	Q 1200.—
02 — Fundamentación Teórica	08 Horas	Q 240.—
<b>Total Nivel I</b>	<b>48 Horas</b>	<b>Q 1,440.—</b>
<i>Visualización / Nivel II</i>		
01 — Bocetaje Digital y Acabados de Pieza	48 Horas	Q 1440.—
02 — Fundamentación Teórica	04 Horas	Q 120.—
03 — Validación con Expertos	08 Horas	Q 240.—
04 — Modificaciones	24 Horas	Q 720.—
<b>Total Nivel II</b>	<b>84 Horas</b>	<b>Q 2,520.—</b>
<b>TOTAL</b>	<b>157 Horas</b>	<b>Q 3,960.—</b>
<b>FASE 08 — Producción Gráfica Final</b>		
01 — Diseño - <i>Códigos Visuales: Tipografía, Color e Imagen</i>	08 Horas	Q 240.—
02 — Diagramación de Manual - <i>Retícula, Jerarquía, Formato, Págs Interiores, Portada y Contraportada</i>	72 Horas	Q 2,160.—
03 — Diagramación Piezas de Campaña - <i>Afiche, Cartelera, Manta, Panel, Separador...</i>	72 Horas	Q 2,160.—
04 — Ilustraciones - <i>Aprox. 25</i>	40 Horas	Q 1,200.—
05 — Iconografía	05 Horas	Q 150.—
06 — Infografía en base al Manual	16 Horas	Q 480.—
07 — Trifoliar en base al Manual	24 Horas	Q 720.—
<b>TOTAL</b>	<b>237 Horas</b>	<b>Q 7,110.—</b>

**RESUMEN ANUAL 2018:  
Programas Y Proyectos**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>HORAS ESTIMADAS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Fase 01	60 Horas	Q 1,800.—
Fase 02	18 Horas	Q 540.—
Fase 03	10 Horas	Q 300.—
Fase 04	10 Horas	Q 300.—
Fase 05	48 Horas	Q 1,440.—
Fase 06	28 Horas	Q 840.—
Fase 07	157 Horas	Q 3,960.—
Fase 08	237 Horas	Q 7,110.—
<b>SUBTOTAL ESTIMADO</b>	<b>568 Horas</b>	<b>Q 16,290.—</b>
<b>(+) INSUMOS ESTIMADOS</b>		
Luz		Q 600.—
Teléfono		Q 300.—
Transporte		Q 300.—
Depreciación del Equipo	3 Meses	Q 800.—
Internet		Q 300.—
Comida		Q 200.—
Impresiones		Q 350.—
<b>TOTAL INSUMOS ESTIMADO</b>		<b>Q 2,850.—</b>
<b>COSTO TOTAL DE ACTIVIDADES</b>		<b>Q 16,290.—</b>
<b>COSTO TOTAL DE INSUMOS</b>		<b>Q 2,850.—</b>
<b>TOTAL ESTIMADO DEL PROYECTO</b>		<b>Q 19,140.—</b>





# MARCO TEÓRICO

**4.1 Ensayo 01** — Dimensión Social y Ética

**4.2 Ensayo 02** — Estética y Funcionalidad

## 4.1 Ensayo 01 — *Dimensión Social y Ética:*

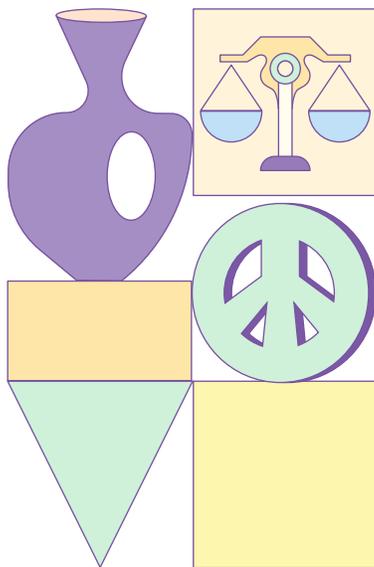
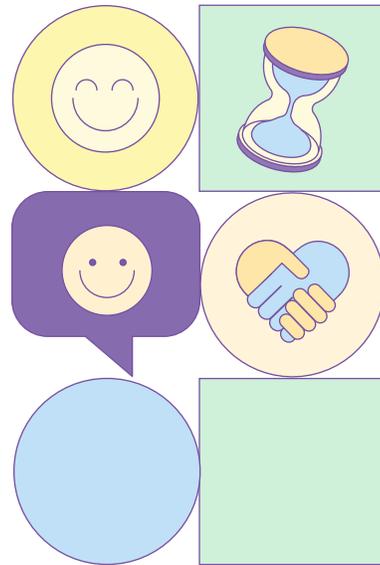
### 4.1.1 Prevención, Educación y Solución del Acoso Escolar por medio del Arte

El ámbito educativo se enfoca en las mentes más jóvenes y siempre ha dado espacio a que sucedan diferentes tipos de problemas en general, se debe en parte al poco conocimiento de las consecuencias a larga escala que pueden derivar de incidentes marcados causados en la infancia o adolescencia. Esta problemática sucede tanto en el ámbito educativo como en el ámbito familiar y en el contexto cotidiano en el que se desenvuelven los niños, y adolescentes. Cada vez se cuenta con mayor información respecto a este fenómeno, lo cual beneficia el proceso para evitar dichas consecuencias. Cabe mencionar que la violencia a nivel general en Guatemala es un tema bastante delicado por el estándar de peligrosidad, *“es el segundo país del mundo donde mueren jóvenes por violencia”*. Villatoro, D., 2014

El objetivo del presente ensayo es el de hacer notar, desglosar y revelar las causantes del acoso escolar o bullying como se le conoce en inglés. Dado que es el tema central del presente proyecto de graduación cuyo objetivo es el de prevenir, educar y reducir el mismo en el Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala.

A nivel global el Informe del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -Unicef- (2014) presenta datos estadísticos más recientes sobre la violencia *“En el año 2012 el número de niños y adolescentes menores de 20 años que fueron víctimas de homicidio llegó a 95 mil, lo que convirtió a ese delito en la principal causa prevenible de lesiones, heridas y muerte de menores. En su inmensa mayoría, esas víctimas (85 mil) vivían en países de ingresos bajos y medios”*.

La prevención se basa en una lucha por crear una cultura de transparencia con situaciones que motiven la solución de problemas y lograr así ambientes de empatía y acciones que propicien una cultura de paz. Considero que unade las soluciones debe comenzar por definir y plasmar conceptos muy esenciales en el desarrollo de cualquier persona en la sociedad guatemalteca no importando su etnia, género, condición o cultura; estos conceptos deben quedar claros desde la niñez para dar un fruto positivo en la forma de vivir de cada persona, un claro ejemplo de estos conceptos es el de la dignidad humana.

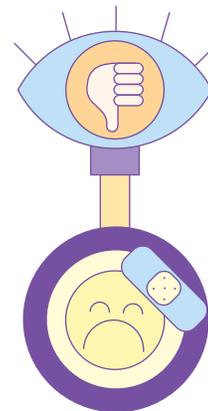


En un folleto enfocado en el tema de la Oficina del Procurador de los Derechos Humanos -PDH- [1] (2017) se define la dignidad como un valor que tienen todos los seres humanos por el sólo hecho de ser personas. Con este valor se nace y por ende se debe aprender respetar a lo largo de toda la vida. Vivir de forma digna se expresa en tres dimensiones diferentes que todos los niños y niñas tienen derecho a gozar: 1) vivir bien, en el sentido de tener las condiciones necesarias para subsistir, como vivienda, ropa, educación y alimentación; 2) vivir como se quiere, refiriéndose a que los padres o encargados a momento les permitan expresarse libremente, tomando en cuenta su opinión; 3) vivir libre de humillación, donde se pueda ser tratado con respeto y libre de opresión. Oficina del Procurador de los Derechos Humanos -PDH-, 2017

## EL ACOSO INICIA CON VIOLENCIA

Sabemos que es una problemática constante de la conducta que sucede entre dos individuos y que esta puede ser verbal o física, en la que existe un agresor y un agredido. Esto en casos extremos se puede tornar fatal llegando al homicidio, y todo lo que esto repercute en el contexto social actual. Cabe mencionar que esta puede ser de carácter defensivo u ofensivo y que existen métodos de defensa personal para estar preparado en cualquier tipo de caso al que nos podamos enfrentar en el día a día.

“Es una constante en las vidas de los niños del mundo de los más diversos orígenes y las más variadas circunstancias. La violencia interpersonal se manifiesta en muchas formas distintas, física, sexual y emocional, que tienen lugar en los entornos más variados, como el hogar, la escuela, la comunidad e Internet. De manera similar, la violencia contra los niños proviene de una amplia gama de personas, entre ellas los integrantes de sus familias, parejas íntimas, maestros y vecinos, así como extraños y otros niños. Esa violencia no sólo les provoca a los niños daño, dolor y humillación sino que puede causarles la muerte.” *Informe del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -Unicef-, 2014*



La problemática constituye una violación a los Derechos Humanos y se refiere a cualquier acción u omisión que de manera directa o indirecta puede provocar daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico tanto en el ámbito público como en el privado. Esto se declara en la ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia intrafamiliar, Artículo 1. (Decreto N° 97, 1996) La violencia se manifiesta en diferentes tipos que son la física, la psicológica o conductual y la sexual.

La violencia física es todo tipo de agresión contra la integridad personal que se puede manifestar por medio de lesiones temporales o permanentes. El Ministerio Nacional de Educación -MINEDUC- (2012) describe algunos signos y síntomas que pueden sufrir los menores son moretones, heridas o cortaduras, quemaduras, desgarramientos, fracturas o quebraduras, inflamaciones o hinchazón en algunos órganos, dificultad para caminar o sentarse, ropa manchada con sangre, ausencia reiterada de clases o descuido en salud o aseo personal.

La violencia psicológica se puede originar con mensajes negativos hacia alguien, donde se le culpe por causar irrazonables, se le haga burla, ridiculice o humille frente a otros, en esto se incluye el aislamiento por parte de padres o responsables, ejerciendo un control sobre sus acciones como a quién se ve, con quién se habla o a dónde se va. Esta puede repercutir con cambios conductuales o síntomas emocionales tales como el aislamiento, apatía, temor o irritabilidad.

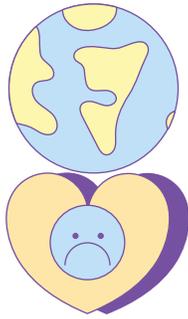
*Ministerio Nacional de Educación -MINEDUC-, 2012*

El protocolo del MINEDUC explica que la violencia sexual es un comportamiento originado en una relación de poder que lesiona los derechos de un niño, niña o adolescente utilizando la diferencia de edad, fuerza, conocimiento o autoridad que involucre al menor en una actividad encaminada al sometimiento o victimización para proporcionar placer sexual.

Como método de intervención ante estas problemáticas en las escuelas municipales de arte la Dirección de Educación y Cultura -DEC- plantea un protocolo de intervención, esta es una guía que indica cómo las autoridades correspondientes deben regirse para aplicar las acciones o sanciones necesarias. Un caso de violencia puede apoyarse de una ficha diagnóstica que permite documentar la información y datos del estudiante para brindar el seguimiento de la situación con el profesional correspondiente.



## UN FENÓMENO DE GRAN MAGNITUD



El acoso estudiantil o bullying es considerado un fenómeno que puede volverse un tormento silencioso en sus víctimas, una de las tantas causantes es por no tener claros los valores y derechos que le corresponden a cada ser humano. El término bullying proviene del vocablo en inglés -bull- que significa toro, animal que se distingue por arremeter contra los débiles y más pequeños. Se le da entonces a la palabra -bully- la traducción de intimidador, abusón, matón o chulo.

*Ortega, R., 2011*

Un folleto de la Oficina del Procurador de los Derechos Humanos -PDH- [folleto 2] (2017) describe que el bullying es cuando uno o más niños, niñas o jóvenes utilizan la violencia para hacer daño a otros, con tratos crueles e inhumanos como la intimidación o humillación durante un tiempo prolongado. En un caso de acoso escolar intervienen tres tipos de personas: el acosador o bully, la víctima o acosado y el observador o testigo. Quien ejerce el bullying cree tener el derecho de dominar a la otra persona e imponer su poder, pensando que con su conducta recibirán admiración y aceptación por otros niños y jóvenes. La víctimas tienden a callar lo que le sucede la mayoría de las veces y los observadores tienden a temer defender a las víctimas para no pasar por lo mismo, acción que está completamente en contra de cómo debería tratarse la situación.

La violencia escolar puede darse de muchas formas que poco a poco se fundamentan de mejor manera gracias a los estudios realizados al respecto, los más conocidos tipos de acoso son: el cibernético, el social, el psicológico, el verbal y el físico. La Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala -ODHAG- (2016) define cada una de ellas:

Cyberbullying es el maltrato hacia una persona haciendo uso de tecnologías que sirven para comunicarse, como los smartphones a través de plataformas de comunicación por medio de internet, este tipo de acoso repercute socialmente en la imagen de una persona causando traumas o problemas más graves.

El acoso del tipo social busca bloquear a una víctima en un aislamiento social y de marginación; por otro lado el del tipo psicológico se manifiesta en agresiones directas y verbales como el uso de palabras soeces, amenazas o gritos con el fin de amedrentar al niño, niña o adolescente. Se diferencia del acoso verbal por manifestarse en el desprecio, falta de respeto y desconsideración hacia alguien; otros indicadores de este tipo de acoso son la ridiculización, odio, crueldad, el menosprecio o la imitación burlesca. El último tipo de acoso descrito por la -ODHAG- es el físico, donde se es víctima de golpes en algunas ocasiones graves, sus pertenencias pueden ser dañadas, robar su comida o algún tipo de daño notorio en las víctimas.

La catedrática en psicología Rosario Ortega (2011), hace una búsqueda sobre el acoso escolar en factores determinantes como el contexto familiar, escolar y social, siendo estos pilares de impacto en el origen de la violencia escolar. Si existen valores negativos en estos entornos, los jóvenes tenderán a repetir dichos valores, manifestando actitudes violentas o discriminatorias frente a otros.

El protocolo del Ministerio Nacional de Educación -MINEDUC- (2012) establece que la negligencia no necesariamente puede parecer un tipo de maltrato, pero lo es al dejar desprotegido o sin riendas a un niño, niña o adolescente y corre el riesgo de que le pase cualquier cosa que dañe su integridad física y/o psicológica. Una excepción a esto se da cuando por razones externas se debe abandonar a los hijos todo el día por factores como el trabajo, o al brindar una mala alimentación por no tener la solvencia económica para hacerlo. Otro tipo de maltrato por negligencia sería cuando los padres sufren de algún tipo de adicción o trastorno compulsivo.

Según la Organización Mundial de la Salud -OMS- (2010) una adicción es una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia. Tomando como base las tres causas más comunes: las drogas, el alcohol y el tabaco. Una droga es toda sustancia que introducida en el organismo puede alterar los sentidos, emociones, pensamientos, conductas o funciones cognitivas a modo de generar mecanismos de tolerancia y dependencia. El alcohol es el líquido legal de más alto consumo en el mundo pero que afecta el sistema nervioso central y cuenta con un mayor número de adictos debido a que se encuentra muy arraigado en nuestra cultura; la embriaguez sucede por el proceso de fermentación que sufren los azúcares por las levaduras, generando así

el alcohol etílico. El tabaco es la forma más común de adicción, considerado un estimulante cuyo principio activo es la nicotina y el alquitrán que se encuentra en su humo.

Es necesario evitar que la violencia escolar siga sucediendo de manera despreocupada y desmedida, causando trastornos en las víctimas a temprana edad e impidiendo un desarrollo más productivo. Para esto se sugiere realizar actividades a nivel institucional en el Centro Cultural Municipal con el fin de generar estrategias que permitan prevenir, combatir y erradicar el bullying.

El factor de protección nació como necesidad al momento en el que las autoridades fueron capaces de concientizar sobre la gravedad de los actos de acoso y las consecuencias que éstos tienen en los involucrados. La Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala -ODHAG- (2016) sugiere tres diferentes niveles de prevención: El primario, donde la comunidad educativa está preparada para evitar que suceda cualquier tipo de situación de violencia. El secundario que busca formar a los estudiantes sobre el acoso escolar, fomentando una cultura de denuncia. Y el terciario donde los protagonistas de un caso de acoso son evaluados con las medidas correspondientes con el fin de minimizar sus efectos. La guía recalca que es un derecho humano fundamental para un niño el hecho de sentirse seguro dentro del entorno escolar, en el cual se ha de evitar la opresión y la humillación repetitiva que implica el acoso escolar.

La -ODHAG- menciona en la guía antes mencionada varias pautas de conducta que se deben mantener siempre como principios básicos y fundamentales para la creación de factores de protección ante el acoso escolar:

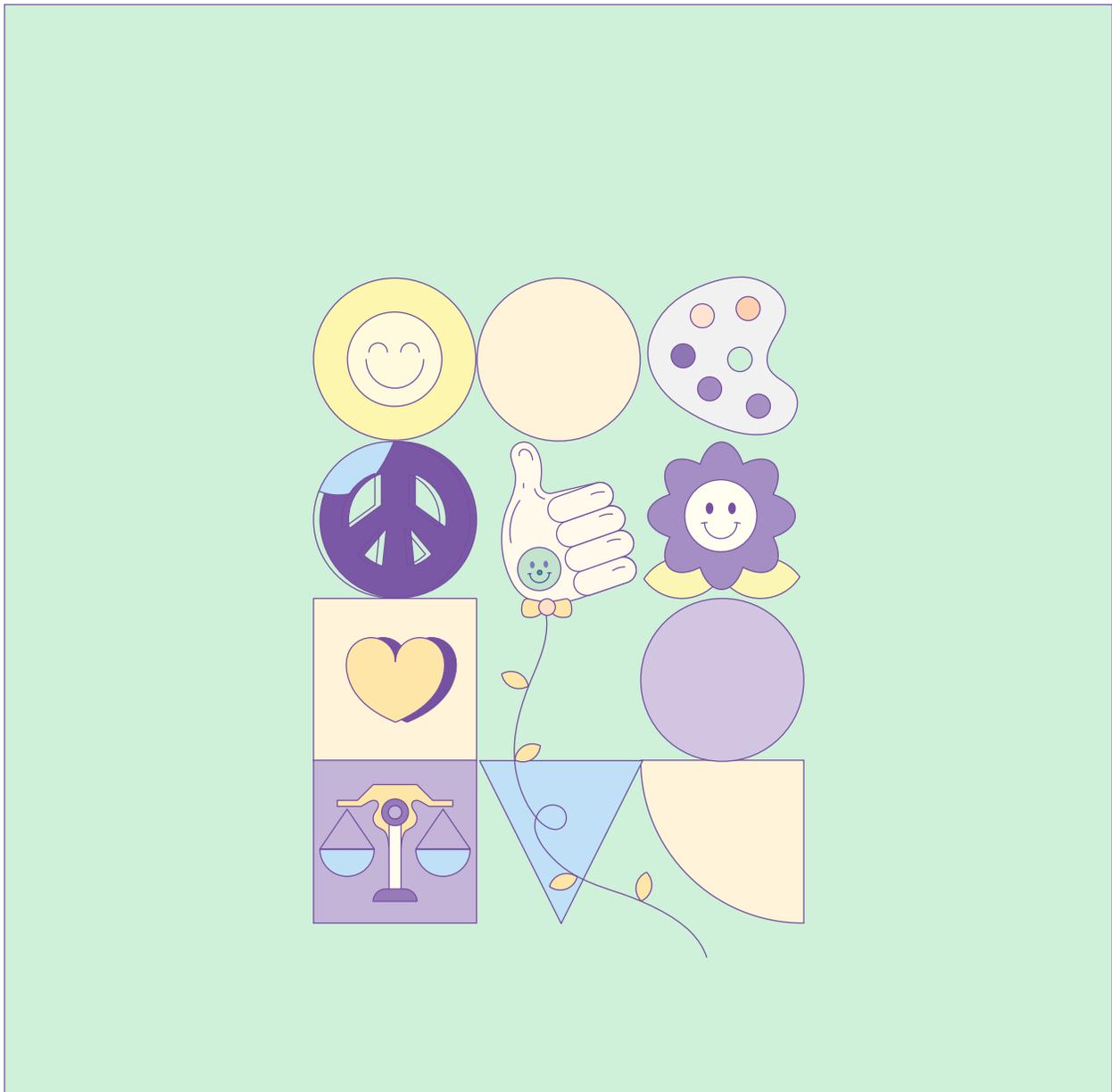
**1) cordialidad**, interés positivo e implicación por parte de los adultos;

**2) límites** firmes ante un comportamiento inaceptable;

**3) una aplicación** consistente de sanciones no punitivas y no físicas por comportamientos inaceptables o violaciones de las reglas :

**4) adultos** que actúen con autoridad y como modelos positivos.

La formación de las mentes más jóvenes es de gran relevancia para el país, y si se inculcan desde ahora este tipo de culturas pacíficas a larga escala se podrá lograr un alto impacto en la reducción, educación y prevención del acoso explotando de mejor manera las capacidades de cada uno y con un enfoque más positivo, contribuyendo a una Guatemala libre de violencia y así lograr que el estudiante logre su objetivo y tenga una voz en la sociedad y en su entorno diario.



## 4.2 Ensayo 02 — *Estética y Funcionalidad:*



### 4.2.1 El Impacto del Diseño Gráfico en la Educación de Valores Anti Bullying

Para llevar a cabo una eficiente comunicación o educación que en el caso de este proyecto se trata de algo tan específico, común y de hecho, un tabú en nuestra sociedad como lo es el bullying, en especial cuando se quiere crear un enlace o causar una iniciativa e incluso motivar acciones de cambio en estudiantes de las escuelas municipales de arte (pintura, danza clásica, escultura y música), maestros, directores y padres de familia, es necesario beneficiarse del uso de herramientas o técnicas creativas que realmente impacten, interactúen y salgan de lo cotidiano para lograr cierta memorabilidad y que posteriormente resurja en una acción que se contagie, en el sentido de difundir e incentivar una idea, sentimiento o actitud positiva mediante la percepción visual.

En este caso es a través del diseño gráfico publicitario como enfoque principal y editorial como secundario que se plantea lograr educar efectivamente las soluciones a la problemática. El objetivo de la educación surge con base a la comunicación, y es aquí donde se amplía la interacción, apropiación cultural y formación social. Según Hernández C. (2017) en la revista universitaria *Nómada* 5, la educación y la comunicación son inseparables.

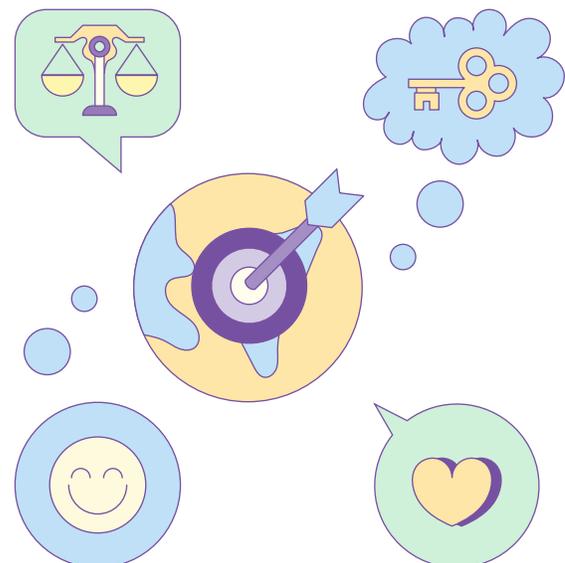
La Dirección de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala busca proyectar un conjunto de mensajes que impulsen acciones positivas a sus estudiantes, poderes públicos o personas en general que visiten el lugar y frente a su personal; y con esto obtener un apoyo moral que haga efectiva la continuidad de la iniciativa posterior al tiempo de vida de una campaña publicitaria.

La publicidad es una comunicación de masas, unilateral, emanada de un anunciador presentado como tal y concebida para apoyar directa o indirectamente, las actividades de la empresa. Las relaciones exteriores pueden ayudar a establecer, a través de un esfuerzo deliberado, planificado y sostenido, un clima psicológico de comprensión y de confianza mutua entre la institución y su público. Lambin, J.J., 1995 [1]

El diseño gráfico publicitario involucra un proceso de comunicación cuyo objetivo es el de definir el público objetivo al que se quiere llegar y el tipo de respuesta que se espera lograr. Para esto se deben crear mensajes basados en el tipo de descodificación al que el usuario esté más acostumbrado. Lambin, J.J. asegura que es importante conocer las reacciones del público-objetivo ante dichos mensajes, es decir, evaluar los efectos de retroalimentación de la comunicación 1995, [2].

El publicista entonces es el encargado de crear y/o mantener la imagen para un proyecto, marca o identidad, generar publicidad y difundir la información al público específico al que se quiere llegar; trabajar en conjunto con otros profesionales en el tema para definir una estrategia de comunicación. La neuvooPedia (2017) define entre las cualidades del perfil la creatividad, confianza, persuasión, afrontación y manejo de crítica, decisión, análisis, responsabilidad y discreción al momento de manejar información confidencial o sensible.

Este proceso debe contar con varios elementos descritos de nuevo por Lambin, J.J como: 1) el emisor, quien origina la comunicación, que en este caso es la Dirección de Educación y Cultura -DEC- 2) la codificación, de ideas en símbolos, imágenes, lenguaje, formas, etc.; 3) el mensaje o copy, que refiere al conjunto de símbolos transmitidos por el emisor; 4) los medios, mediante los cuales el mensaje será comunicado al receptor; 5) la descodificación, que es el proceso donde el receptor le da un significado a los símbolos transmitidos por el emisor; 6) el receptor de la comunicación, u objetivo del mensaje; 7) la respuesta, como conjunto de reacciones por parte del receptor al estar expuesto a dicho mensaje y 8) el efecto de retroalimentación, es decir, la parte de la respuesta del receptor que es comunicada al emisor. 1995, [3].



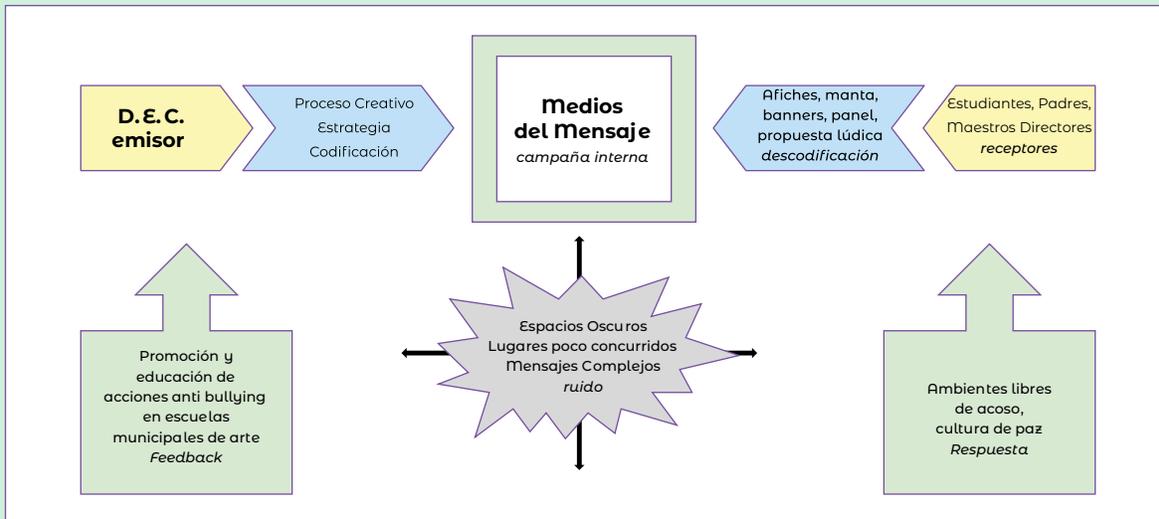


Figura 10

La figura 10. explica el proceso de comunicación con factores clave con el objetivo de determinar las condiciones para una comunicación y una planeación estratégica eficiente, esta última se define como el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo. Goodstein L., Nolan T., Pfeiffer W.; 1998

La publicidad requiere de un enfoque u objetivo primordial, este puede ser informativo, persuasivo, comparativo o de recordatorio. Para el proyecto se hace uso de la publicidad con objetivo informativo, social y de recordatorio. La informativa es definida como la publicidad que tiene el objetivo de crear un interés o alto impacto. La publicidad de recordatorio beneficia a que los receptores logren seguir pensando en la iniciativa Kotler, P., Armstrong, G., 2001. La publicidad social busca revelar las realidades que le preocupan al público objetivo, manifestar las causas, transmitir las razones por las que considera que hay que abordarlas, y poder realizar las propuestas de cambio. Como se cita en Guerrero, S., Orozco, D., 2012. La clave de una campaña publicitaria exitosa recae en crear mensajes publicitarios y seleccionar medios de difusión publicitarios, generando algo conocido como estrategia publicitaria. Costa, J. (2009) hace notar que la elaboración de estrategias parte de tres premisas fundamentales: *¿Qué se desea comunicar?, ¿A quién se dirige? ¿Cómo se va a comunicar?*



El análisis de la situación es el primer paso para desarrollar una campaña.

Russell T., Lane R., 2001

Entiéndase por campaña publicitaria una estrategia diseñada y desarrollada en varios medios para lograr notoriedad y comunicación a través de la publicidad. La Real Academia Española –RAE– (2018) define campaña como un conjunto de actos o esfuerzos con índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado. Los puntos claves para una buena campaña se basan en tener un objetivo claro, definir el público al que irá dirigido y segmentarlo, definir el medio o medios, comunicar efectivamente con mensajes claros, breves y directos, diseñar de manera eficiente con base a las necesidades primordiales del público objetivo. Esto dependerá de qué se dice y cómo se dice, buscando el tono, estilo, palabras y formato más adecuado.

Para seleccionar los medios de comunicación más eficientes se debe delimitar el impacto y alcance que se desea, escoger entre los medios de difusión más funcionales, seleccionar vehículos de comunicación específicos y decidir en qué tiempo se desarrolla la comunicación. Kotler, P. y Armstrong, G. (2001) recalcan que los diferentes tipos de mensajes requieren de diferentes medios. Existen medios alternativos y medios convencionales, los medios convencionales son que logran llegar a 5 personas de un sólo impacto (Ulloa & Olmedo, 2011). Los medios alternativos emiten la información, y se caracterizan por ser más independientes a la información y a los medios masivos (Larousse, 2006).

Una pieza gráfica publicitaria se refiere a un componente que conforma un conjunto de piezas enlazadas por un concepto o personalidad, similitud visual, verbal y una lógica entre sí. El portal del grupo JMC, To Be CEO (2014) lo define como el producto publicitario terminado, la adaptación de un mensaje en un espacio, tiempo, formato y circunstancia específica. Es tangible y es ubicada en los medios predeterminados. En este caso las piezas más adecuadas puede ser afiche, que es un medio impreso de gran tamaño con el fin de informar o comunicar en espacios públicos (Ambrose, G., 2010), infografía, se refiere a un proceso o representación de conceptos visualmente (Ambrose, G., 2010), desplegable, es una hoja plegada de manera adecuada a un concepto o contenido (Ambrose, G., 2010), volante, hoja de papel en la que se manda, recomienda, pide, pregunta o hace constar algo en términos precisos (Ambrose, G., 2010), marcapáginas, objeto de grosor fino con el objetivo de determinar un punto exacto en el que queda detenida la lectura de algún texto en un libro, estos pueden ser decorados llamativamente y apoyados con mensajes publicitarios, cartelera, armazón donde se fijan carteles

o anuncios publicitarios (Ambrose, G., 2010), paneles, espacios verticales de gran tamaño y en blanco con los que cuenta la sede, o incluso un spot enfocado a los intereses de cada tipo de rama artística, técnica también conocida como publicidad BTL, que significa en inglés Below The Line (por debajo de la línea) nombre que hace referencia a la publicidad poco convencional buscando generar nuevos canales de comunicación. (Red Gráfica Latinoamérica, 2011)

Según lo planteado por Russell T., Lane R. (2001), la publicidad motiva a las personas porque aborda sus problemas, deseos y metas. No es creativa si no vende.

Por otro lado el diseño editorial, que complementa el presente proyecto, se enfoca en una guía básica para la prevención del acoso escolar, misma de donde se deriva el contenido para ser traducido en la campaña. Esta área del diseño hace referencia a las publicaciones impresas o digitales, que se resumen como una combinación ingeniosa de texto e imágenes, transmitiendo una forma de comunicar, educar, formar e informar. (Reyes C., 2015) Se pueden transmitir ideas fuertes y su función principal es la de dotar de expresión y personalidad, de esta manera se busca atraer la atención de los lectores.

En cuanto a la ilustración en el diseño gráfico, el portal Coco School (2016) explica que es una herramienta para enriquecer un texto o complementarlo generando una comunicación más sencilla para el público objetivo. Existen varios tipos de ilustración, la publicitaria que acompaña y da forma a un anuncio que logra la eficacia visual y aumenta el impacto esperado; la ilustración conceptual por otro lado no se obliga a un texto específico sino que propone ideas personales del diseñador por sobre el tema propuesto y la ilustración editorial busca unificar y simplificar la interpretación de textos impresos en libros, periódicos, revistas, manuales, etc.

Para tener una mejor idea de las decisiones en cuanto a la línea gráfica se debe plantear a profundidad el público objetivo Pérez, J. y Gardey, A. (2015) lo definen como un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

Tanto el diseño publicitario como el diseño editorial se complementan con ciertos elementos visuales tales como el texto, imagen, formato, aire, color.

El Texto es el conjunto tipográfico de una publicación y debe formar parte de una familia tipográfica, el uso de estas va más allá del gusto personal. Cada una de las formas de la tipografía expresa conceptos específicos. Por otro lado se tiene que analizar si es legible y funcional (Revista ARQHYS, 2012).

Las Imágenes conforman la elección y el diseño de cada una, está en función de lo que se quiere comunicar y del acompañamiento del texto para darle peso y balance. (Revista ARQHYS, 2012).

Los Márgenes y Cuadrícula determinan la posición en la que una imagen o texto estarán situados de una manera consecutiva y armoniosa. (Revista ARQHYS, 2012).

El Formato implica el tamaño, la posición del papel, ya que superficies más grandes permitirán mayor información y menos páginas, o a la inversa, superficies más pequeñas contendrán menos información pero permitirán tener más páginas, esto depende la necesidad de cada cliente. (Revista ARQHYS, 2012).

Aire se refiere a espacios vacíos que provocan una sensación de alivio, de respiro, haciendo una composición más agradable a la vista. (Revista ARQHYS, 2012).

El Concepto o Contexto es una parte principal que propone con ciertas

características de una manera innovadora el mensaje principal que se quiere abordar. (Revista ARQHYS, 2012).

El Color será interpretado como la gama de colores que acompañan al concepto como parte de la personalidad del proyecto y esta elección se hace en base al concepto establecido. (Revista ARQHYS, 2012).

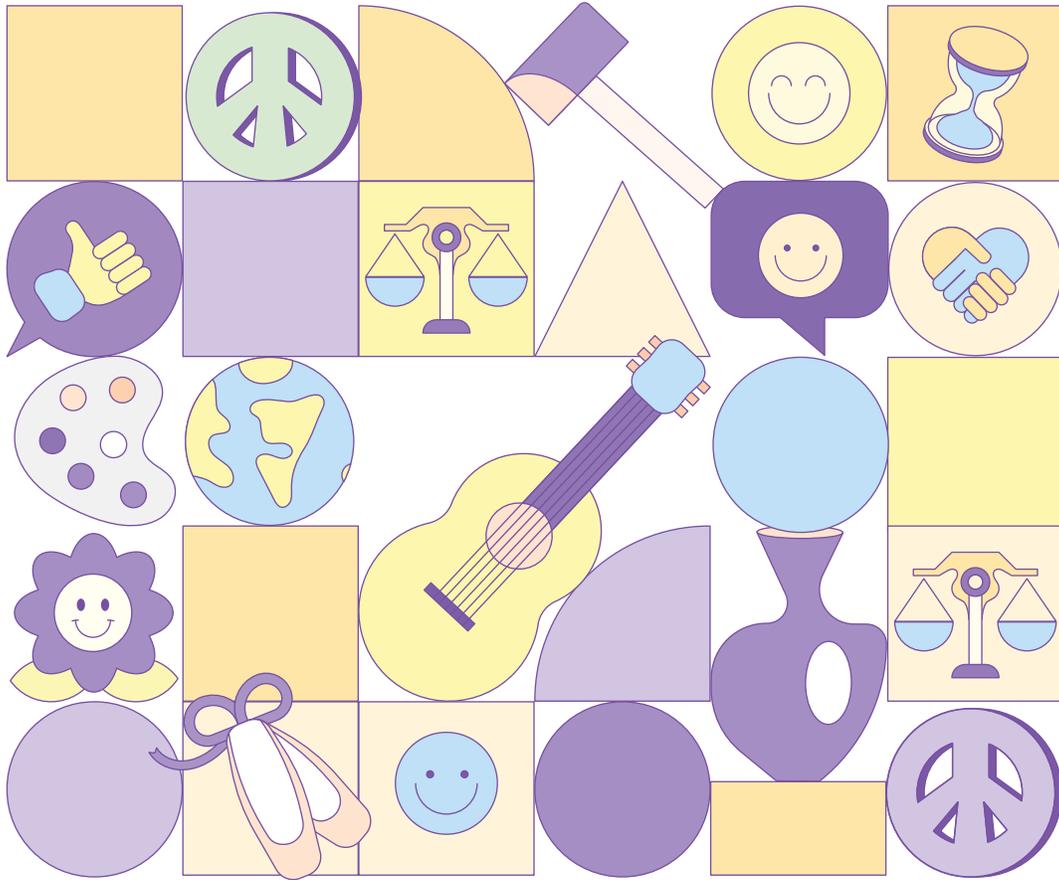
Equilibrio y Armonía, todos los elementos o piezas deben de ser analizados a detalle en conjunto y ver si se guarda una armonía en su totalidad. (Revista ARQHYS, 2012).

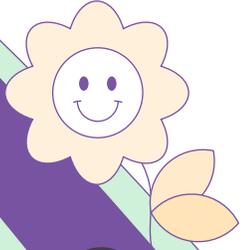
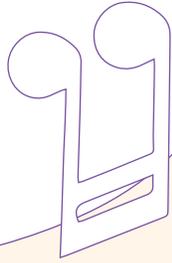
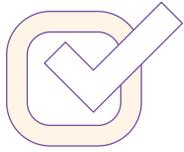
**Retícula:** se utiliza para estructurar y organizar información en diferentes formatos. Las retículas alternativas pueden conducir las propuestas de diseño a un camino más experimental, permitiendo explorar nuevas formas de maquetar el contenido (Lupton, E., 2012).

Educar a través de la publicidad resulta una tarea ardua pero no imposible, que implica un profundo análisis y búsqueda de la solución más viable, enfocada en este caso en niños y adolescentes como una forma eficiente de lograr los objetivos del proyecto. La publicidad con enfoque pedagógico y social puede promover más fácilmente la comunicación de valores en los más jóvenes a través de soluciones de diseño con un nivel de complejidad apto para todos, haciendo uso de todos los elementos mencionados (González, A., 2016).

Como parte de apoyo al aprendizaje mediante el uso de los conocimientos en las áreas del diseño explicadas se encuentran ciertas habilidades propias de la percepción visual y la integración sensorial que pueden ayudar en la toma de decisiones. Desde el punto de vista psicológico Cuadras, M. (2012) describe conceptos como el de la memoria visual y secuencial, que es la capacidad para reconocer y recordar una secuencia de letras, palabras o símbolos en diferentes contextos; o las del cierre visual, una habilidad para determinar la percepción final sin necesidad de tener todos los detalles presentes; la constancia de forma es la capacidad de reconocer un mismo símbolo independientemente de su orientación, forma y/o tamaño; o la discriminación visual que básicamente es la capacidad de apreciar y conocer los rasgos distintivos de diferentes figuras (Cuadras, M., 2012).

La comunicación visual es entonces un elemento clave para comunicar eficientemente mensajes cuyo objetivo sea el de concientizar, si contiene una buena estrategia y el contenido es comprensible sin obstrucciones será incluso más fácil captar algo a diferencia de un modo normal donde uno pasa desapercibidas muchas cosas como distracciones, pensamientos, ruido, etc. Un buen mensaje visual puede incluso provocar un cambio en la conducta de alguien, que en este caso es el de un cambio positivo en el desarrollo de estos estudiantes cuyas aspiraciones sobresalen de buenas y se espera reforzar dichos valores para mejorar su formación.





  
**Las Reglas  
son para ser  
Cumplidas  
(!!!)**  


- 1** *cero bullying*
- 2** *cero violencia*
- 3** *cero insultos*
- 4** *sé gentil*



# DEFINICIÓN CREATIVA

**5.1 Elaboración del Briefing de Diseño**

**5.2 Recopilación de Referentes Visuales**

**5.3 Descripción de la Estrategia de las Piezas de Diseño**

**5.4 Definición del Concepto Creativo**

**5.5 Previsualización: Premisas de Diseño**

## 5.1 Elaboración del Briefing de Diseño:

### 5.1.1 Aspectos Generales

**Cliente** Dirección de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala –DEC–

**Dirección** 7 Avenida, 11-07, Zona 1 Of. 102. Antiguo Edificio de Correos.

**Producto** Guía y Campaña para la prevención del acoso escolar *(dirigida a docentes)*

**Nombre del Producto** Diseño de Campaña Interna para Prevenir, Reducir y Educar sobre el Acoso Estudiantil y Diseño de Manual Disciplinario *(de donde se extrae la campaña)*

### 5.1.2 Acerca de la Institución

#### ♦ Historia o Antecedentes:

La Ciudad de Guatemala cuenta con una gran herencia representada en su patrimonio arquitectónico, urbanístico y plástico. Con el fin preservar esta herencia e incrementar su valor, tanto en el aspecto tangible como el intangible, la administración edil ha creado la Dirección de Educación y Cultura, con el objetivo de organizar y promover diversas manifestaciones artísticas y culturales que permitan el crecimiento y el desarrollo de los vecinos de la ciudad.

La dirección tiene a su cargo las cuatro Escuelas Municipales de Arte: Música, Escultura, Danza y Artes Visuales.

## ♦ Servicios que Presta:

El Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala cuenta principalmente con las Escuelas Municipales de Artes, que incluyen las ramas de Artes Visuales, Danza Clásica, Escultura y Música. También cuentan con sedes externas como la Orquesta Juvenil Municipal o como el Programa Municipal de Danza Creativa. Son los encargados de gestionar a lo largo de año el Festival Cultural, Agenda Cultural, Galería Urbana, Departamento de Turismo, Galería de Arte, Mapa en Relieve, Ilumina y en Velar por el mantenimiento del palacio de correos de la Municipalidad.

## ♦ Problemas de Diseño Gráfico

El equipo de Diseño de la Dirección de Educación y Cultura es pequeño, un inconveniente es el poco presupuesto que se le da a los proyectos internos. El material a trabajar está basado en un protocolo de actuación efectuado en años anteriores por el equipo de trabajadoras sociales de la Dirección de Educación y Cultura –DEC– pero nunca se llevó a cabo de manera impactante como se quería.

## ♦ Medios que Utiliza

Publicidad Impresa Interna como campañas informativas o de concientización social respecto a problemáticas internas o ambiental, Redes Sociales, su portal principal como página web se manifiesta a través del de la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala.

## ◆ Productos de Diseño Gráfico Elaborados hasta el Momento

### *Logros, Alcances y Errores*

Cada año la -DEC- se encarga de efectuar varios Festivales culturales en la zona 1 de la ciudad capital como centro cultural, las plataformas de exposición son por medio de redes, campañas internas y una agenda cultural semanal y mensual del Centro Cultural Municipal. Son pocas las exigencias de diseño, por lo que cualquier campaña surge en base a las necesidades más próximas del Centro.



Figura 11, 12 y 13 <https://www.guatemala.com/noticias/entretenimiento/talleres-gratuitos-festival-internacional-coros-2018-ciudad-guatemala.html>



Figura 14 <https://www.facebook.com/muniguate/photos/a.431577044661/10156571137564662/?type=3&theater>

Figura 15 <https://www.guatemala.com/fotos/201703/invitacion-expo.jpg>

## 5.1.3 Acerca de la Competencia

El Centro Cultural Municipal no cuenta con una competencia directa ya que no se trata de un producto, sin embargo entidades como el Ministerio de Cultura y Deportes lleva a cabo programas con fines artísticos para la población al igual que el Centro, sin embargo, varían mucho por los grupos objetivos específicos de cada área. El mismo maneja una identidad basada en la de la Municipalidad como tal.

## 5.1.4 Acerca del Grupo Objetivo



**Género:** femenino y masculino

**Edad:** 9 - 15 años

**Nivel Socioeconómico:**  
Medio, Medio Bajo y Bajo

**Ocupación:** Estudiante de una de las Escuelas de Arte que promueve la Municipalidad de Guatemala

**Motivaciones:** Arte, Padres, Amigos, Maestros, Proyectos de las Escuelas, buenas notas, celebraciones donde ellos sean protagonistas.

**Conducta:** Depende de la Escuela Artística a la que pertenezca, es decir, una bailarina no tendrá la misma conducta que un pintor. En general inquietos, curiosos, determinados, soñadores, talentosos.

**Cultura Visual:** Proyectos artísticos presentados en el Centro de las diferentes ramas artísticas, muestras fotográficas, etc. Se influyen de lo que escuchan que es bueno por amigos o lo que les llama la atención,

## 5.1.4 Acerca del Proyecto

### RECURSOS DISPONIBLES — *humanos, materiales y financieros:*

Se contó con el contenido de la Guía Disciplinaria en base a un estudio elaborado en la institución de parte del departamento de relaciones estudiantiles, este ya estaba concluido desde el 2017. Se cuenta con paneles y cartelera para uso informativo en los diferentes niveles del edificio, el equipo de trabajadoras sociales a disposición del proyecto facilita la comunicación, el amplio espacio en el Centro Cultural Municipal (*corredores, terraza, aulas, baños*) ofrece opciones diferentes para idear campañas y se cuenta con un presupuesto beneficiado en parte por la Municipalidad.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

#### GENERAL:

- Desarrollar la estrategia de una campaña de divulgación para posicionar el manual educativo sobre el bullying en autoridades, profesores, estudiantes y padres de familia del Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala.

#### ESPECÍFICOS

##### de Comunicación:

- Promocionar el material educativo para dar a conocer la problemática del bullying y sus soluciones inmediatas con la participación de los integrantes y asistentes del Centro Municipal de Arte y Cultura.

- Reducir el bullying en los niños educando impulsos de acción anti bullying para promover ambientes de empatía y cooperación en el Centro Municipal de Arte y Cultura.

##### de Diseño Gráfico:

- Diseñar una campaña que divulgue el contenido y línea gráfica del material educativo sobre el bullying mediante recursos visuales (líneas, vectores, superficies o símbolos) adecuados al grupo objetivo.



## METAS QUE SE DESEAN ALCANZAR CON EL PROYECTO

- ◆ **Educar**, Concientizar, Informar, Ayudar, Sanar e Inspirar acciones antibullying.
- ◆ **Erradicar** problemáticas actuales.
- ◆ **Iniciativa** para futuros proyectos (*talleres, charlas, foros, etc. enfocados en bullying*).
- ◆ **Sensibilizar** por medio de los Lenguajes del Arte.
- ◆ **Provocar** reflexión y análisis.
- ◆ **Facilitar** contenido a estudiantes, docentes, directores y padres.
- ◆ **Educación** de Valores en Niños y Jóvenes.
- ◆ **Propiciar** una cultura de paz.

## MEDIO PARA SU REALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN

A través de una campaña de concientización impresa e Interna para prevenir, solucionar y educar sobre el acoso escolar a niños, niñas y adolescentes en base a la guía elaborada para docentes.

### Ventajas:

Contenido final, apoyo del personal, áreas educativas aptas, problemática atemporal.

### Desventajas:

Poco presupuesto  
Grupo objetivo difícil

## 5.2 Recopilación de Referentes Visuales:

### 5.2.1 Referentes Nacionales

#### 1 — Campaña: No más Bullying



por el Ministerio de Educación del Gobierno de Guatemala -MINEDUC- , ilustraciones por María Tovar (Guatemala, 2014)

Campaña realizada para sensibilizar a los niños y niñas de la ciudad capital de Guatemala, contra el bullying. La complejidad de las ilustraciones y el diseño es medio, más cumple con su objetivo de comunicar y concientizar el mensaje objetivo.

Figura 16 y 17 <https://www.behance.net/gallery/21140419/Campana-contra-el-Bullying-No-mas-Bullying>

#### 2 — Infografía: Cuando las Bromas no son “Cosa de Niños”



por Prensa Libre (Guatemala, 2016)

La infografía acompaña un texto que informa ampliamente sobre el tema, las ilustraciones tipo cómic ayudan a graficar el contenido de una manera documental e infantil como tipo sketch de cuaderno por ser un tema referente al ámbito escolar.

Figura 18 <https://www.prensalibre.com/vida/salud-y-familia/cuando-las-bromas-no-son-cosa-de-nios>

## 5.2.1 Referentes Internacionales

### 1 — Campaña: Nuestros Valores



por ANAS Marketing Dept. Ilustraciones por Marco Goran Romano (Italia, 2016) Campaña enfocada en transmitir los valores de la empresa del gobierno italiano ANAS, enfocada en el mantenimiento de infraestructura y transporte del estado. Esta se enfoca en motivar tales valores a través de ilustraciones de alto nivel de complejidad gráfica y estética, complementadas con frases motivacionales.

Figura 19 <https://www.behance.net/gallery/44039763/ANAS-Our-Values-Campaign>

### 2 — Campaña: Detente, Habla y Apoya - cuando veas cyberbullying



por la alianza anti-bullying, NSPCC y The Diana Award (Inglaterra, 2017) Campaña enfocada en el bullying cibernético implementada en escuelas de Cambridge, Inglaterra. La escuela puede optar por descargar el paquete de la campaña para aplicarlo. Las ilustraciones y propuesta en sí son de buena calidad y modernas, aptas para un público joven.

Figura 20 <https://www.stopspeaksupport.com/>

### 3 — Campaña: Elijo ser Testigo



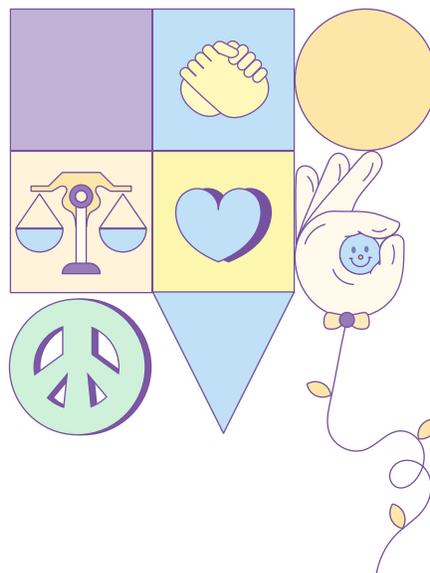
por la Ripley y Fundación Volando en V (Chile, 2018) Campaña enfocada en redes y complementada con eventos escolares sobre el tema apoyados de talleres y actividades. La línea gráfica es joven y agradable a la vista y se logra percibir en cualquier entorno, la estrategia apoyada de whatsapp hace uso de un ícono a nivel mundial en apoyo a los testigos oculares.

Figura 21 <https://simple.ripley.cl/minisitios/estatico/elijo-ser-testigo/>

## 5.3 Descripción de la Estrategia de las Piezas de Diseño

¿QUÉ?	¿PARA QUÉ?	¿CON QUÉ?
<p>Proporcionar herramientas, planes de acción y conocimiento sobre el acoso estudiantil, sus raíces, protocolos de actuación y marco legal.</p>	<p>Propiciar una cultura de paz en niños, niñas y adolescentes.</p> <p>Reducir, prevenir y educar sobre el bullying.</p> <p>Saber cómo actuar ante una situación de acoso estudiantil.</p>	<p>Campaña publicitaria interna.</p> <p>Guía para la prevención del acoso escolar (sólo para docentes)</p>
¿CON QUIÉNES?	¿CUÁNDO?	¿DÓNDE?
<p>Niños, niñas y adolescentes.</p> <p>Docentes y directivos del Centro Cultural Municipal.</p> <p>Padres y personas que asistan a eventos o al lugar.</p>	<p>El proceso de producción de la campaña y la guía dura 3 meses.</p> <p>La campaña tomará lugar en enero del ciclo de actividades 2019</p>	<p><b>Centro Cultural Municipal, Antiguo Edificio de Correos</b></p>

Tabla 3



## 5.3.1 Cuadro Comparativo de Ventajas y Desventajas de la Pieza a Diseñar

PIEZAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Guía para la prevención del acoso escolar <i>(dirigido a docentes)</i></p>	<p>Facilidad de elaboración. Se puede jugar con las ilustraciones. Contenido de fácil acceso Fácil de utilizar.</p>	<p>Diseño simple. Cantidad de páginas sesgadas a presupuesto. Se puede romper o mojar y dañar.</p>
<p>Afiches</p>	<p>Fácil colocación. Variedad de soportes. Variedad de formatos. Atracción inmediata. Contenido extraído de Guía..</p>	<p>Puede pasar desapercibido. Lo pueden rayar o romper</p>
<p>Banners</p>	<p>Ubicación estratégica. Se puede jugar con series de dos banners, uno con ilustración y otro con frase complementaria. Atracción por simplicidad.</p>	<p>Material se puede deteriorar. Calidad de impresión depende del material.</p>
<p>Anuncio para Aulas</p>	<p>Síntesis del contenido en Afiches. Comprensión Rápida Memorabilidad Contacto más cercano.</p>	<p>Ubicación delicada. Material puede ser manchado.</p>
<p>Manta Vinílica</p>	<p>Tamaño más grande para mensaje. Mayor memorabilidad. Se puede jugar con línea gráfica.</p>	<p>Material se puede deteriorar rápido.</p>

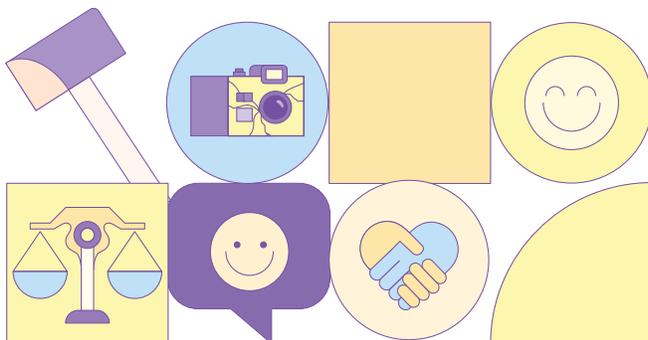
Tabla 4

## 5.4 Definición del Concepto Creativo:

### 5.4.1 Técnicas Creativas

La capacidad del ser humano para generar ideas es infinita en cuanto a posibilidades dentro de nuestra mente, de esto ya es algo muy diferente llevar a cabo tales pensamientos, que de hecho, todo lo existente tiene su nacimiento en una idea, o combinación de estas. Con el tiempo, personas que han estudiado esta actividad de buscar métodos que permitieran promover y sistematizar la intuición, la incentivo, la capacidad de improvisar y los procedimientos de solución de problemas de diseño; tal es el caso de Robert Crawford (1931).

Una técnica o método puede ser entendido como una serie de pasos o procesos para llevar a cabo una actividad en específico, y es de esta manera que se han logrado plantear formas muy variadas de generar ideas. Según Marín A. (2010) usar una técnica creativa significa entonces utilizar una herramienta que aporta a todo diseñador la oportunidad de ejercitar su capacidad inventiva combinando conocimientos, habilidades y su mente resultando en la innovación; como es el caso del diseñador gráfico al implementar estas técnicas se tiene la probabilidad de obtener resultados que causen más curiosidad, memorabilidad e impacto, cumpliendo entonces la labor de comunicadores visuales.



## 5.4.2 Proceso de Concepto — 01

### ♦ Técnica Utilizada: *Los 6 Sombreros del Pensamiento*

Es una técnica basada en el hecho de tener empatía, como cuando se utiliza la frase “ponerse en los zapatos del otro” sólo que en este caso son sombreros con características de una emoción o pensamiento diferente cada uno. Este método para la toma de decisiones fue propuesto por primera vez en el libro del mismo nombre *Los 6 Sombreros para Pensar* por el psicólogo Edward de Bono en 1985.

Cada uno de los sombreros representan las seis direcciones del pensamiento necesarias a la hora de enfrentar la resolución de un problema, estos pueden ser imaginarios o físicos. Se trata de hacer el pensamiento más flexible al retornos a intercambiar nuestra perspectiva ante una problemática en específico en función de las necesidades.

De Bono, utiliza colores para identificar cada una de estas direcciones. El Sombrero Blanco es el color de la neutralidad o del frío, por ende se refiere a la información más pura o sustancial, el pensamientos sustancial y los datos objetivos. El Sombrero Rojo se opone al blanco y busca interpretar los sentimientos, la pasión y las emociones del corazón; quien tenga este sombrero puede expresar sus sentimientos respecto al tema sin tener que justificarlos. El Sombrero Negro viene representando lo que es el pensamiento negativo a través de críticas pesimistas y con el peor punto de vista con la intención de ser precavidos. El Sombrero Amarillo es el opuesto del negro, representando los aspectos y pensamientos positivos, permite soñar con lo que puede suceder de forma beneficiosa. El Sombrero Verde representa la inventiva natural y busca plasmar el pensamiento creativo sin límites hasta siendo provocativo sin necesidad de justificarse, incluso con propuestas ilógicas. El Sombrero Azul gestiona el proceso de control y quien lo porta define los propósitos y temas a abordar como moderador durante la ejecución del método. (Pico, I., 2017)

## ◆ Concepto Creativo

A través de este método se lograron generar varias frases que pueden funcionar como concepto principal y nombre de campaña. Fue necesario separar las frases en cuanto a la relevancia, significado y conexión que se le puede dar a cada una siempre guardando un vínculo en común con la frase principal. A continuación se detallan los resultados que originaron la primer propuesta de concepto.



### Moderador

Temas a tratar:

Bullying:  
Causas, efectos,  
soluciones,  
idealizaciones,  
y formas  
de interpretarse.



### Información Objetiva

Posibles causas:  
violencia en el hogar  
en cualquiera de sus  
formas, negligencia,  
uso de sustancias,  
acoso sexual, etc.

Puede ser:  
psicológico,  
verbal o físico.

Formas:  
cyberbullying  
(por redes sociales)  
mobbing  
(área laboral adulta)



### Sentimientos /Emociones

Afecta en cualquier  
etapa de la niñez,  
juventud, adultez.

Afecta psicológicamente  
a punto de poder sufrir  
un trauma, o incluso  
la muerte.

Causa estrés emocional.

Provoca aislamiento  
social, en forma  
de miedo.

Estanca pensamientos



### Aspectos Negativos

Provoca egocentrismo  
y acciones abusivas,  
intimidantes, controlado-  
ras y hostigantes.

Se genera en grupos de  
personas con los mismos  
problemas o intereses.

Se ha vuelto una  
mala costumbre.

El silencio propio.

Causa odio en víctimas.



### Aspectos Positivos

El proyecto puede causar  
consciencia social, educar,  
prevenir y reducir  
los efectos.

Contribuye a la salud  
mental de los estudiantes  
el capacitarlos ante  
cualquier situación.

Representa una Cultura  
de Paz.

Manifiesta la identidad de  
género y enseña el  
respeto de la misma.



### Creatividad /Inventiva

Espacios BTL con  
adhesivos de pares y pizo  
representativos de cada  
escuela artística para  
lograr un vínculo más  
personal con frases en  
dichos stickers como  
pasos de baile, notas  
musicales, texturas, etc.

Lograr utilizar las  
herramientas o capaci-  
dades personales  
existentes para ayudar  
a otros.

**Frases resultantes:**

No sigas el juego. El arte no tiene barreras ni etiquetas. Expresémonos a través del arte, no de insultos. Unidos podemos parar el abuso. Sanemos/Curemos con Arte. Arte-Sano. No te calles las burlas, nadie está sólo.

**Insight:**

“Me gusta identificarme con el arte de otros y expresarme sin sentirme juzgado.”

**Concepto:****“Arte Sin Etiquetas”****Ejemplos de frases complementarias:**

- Bailar la alegría.
- Pintar la buena amistad.
- Esculpir el respeto y la confianza.
- Cantar la partitura de la paz.
- Sanar con Arte.

## ♦ Fundamentación

El concepto de Arte Sin Etiquetas busca reflejar un estilo de vida y pensamiento en el que el artista estudiante tiene la posibilidad de interactuar con cualquier rama del arte, es decir un pintor puede apreciar la música de otro compañero así como una bailarina puede y debe respetar la obra de un escultor y especialmente en su ámbito personal del arte sin miedo de expresar lo que realmente siente o piensa y que otros juzguen dicha posición o perspectiva y en todo caso marginen, sesguen o etiqueten su arte de alguna manera negativa provocando un bloqueo creativo.

## 5.4.3 Proceso de Concepto — 02

### ♦ Técnica Utilizada: *Relaciones Forzadas*

Es un método para incentivar ideas poco convencionales a través de la unión forzada de dos términos, uno es al azar y el otro se basa en el objetivo general. Originalmente desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Según el portal web de la Fundación Neuronilla para la Creatividad y la Innovación (S.F.) describe la utilidad de la técnica como una combinación entre lo desconocido y lo conocido para forzar una nueva situación, desde donde se supone que surjan ideas innovadoras u originales.

“Cualquier cosa puede relacionarse con otra, pues el espíritu humano puede llegar tan lejos como su perspicacia y valor le permitan.” (Como se cita en Pardo, A. y Lasuen A.; S.F.)

La técnica consiste en relacionar un tema de proyecto o problemática con algo que no tenga nada en común y a consecuencia de esto producir y analizar nuevas posibilidades e ideas. Pardo, A. y Lasuen A. (S.F.) describen el proceso comenzando por analizar e identificar la situación que se quiere abordar o resolver, luego de esto en base a un término, imagen u objeto al azar se prosigue a crear la relación, este puede provenir de la lista de Kent y Rozanoff. Luego descomponemos la palabra en lo que se nos venga en mente al interactuar con la palabra seleccionada y escribimos todo lo que nos sugiere tal elemento. Fruto de la relación entre los aspectos de ambos elementos serán las ideas innovadoras.

Mesa - Deseo - Tallo - Amargo - Sombrío - Río - Lámpara - Martillo - Música Blanco - Soñar - Sediento - Náusea - Bello - Amarillo - Blanco - Hombre Ventana - Pan - Plaza - Profundo - Áspero - Justicia - Mantequilla - Blanco Ciudadano - Muchacho - Doctor - Montaña - Araña - Salud - Ciruela - Ladrón Casa - Alfiler - Biblia - León - Verde - Sal - Tijeras - Negro - Rojo - Recuerdo Alegría - Cordero - Dormir - Rebaño - Cama

Lista de Kent y Rozanoff. (GalaxiaUp, 2017)

## ◆ Concepto Creativo

A través de esta técnica se eligió una palabra de la lista propuesta por Kent y Rozanoff y en base a dicha selección se elaboró una lluvia de ideas con todas las opciones resultantes ocurrientes de investigación y conocimiento empírico, este mismo paso se hizo con otras dos palabras que enfocan el objetivo del proyecto. Luego se realizó el ejercicio de relacionar forzosamente los términos determinados dando como resultado otras propuestas para utilizar en la campaña.

ALEGRÍA	PREVENCIÓN	ESTUDIANTES DE ARTE
Amarillo Carita Feliz Aceptación Niños jugando en parque. Tolerar Pizza Tener buenas herramientas. Ganar el examen. Azul Volar Soñar despierto Comer Paz Sonrisa Fiesta Juegos de mesa	Cruz roja Doctor Ancla Cinturón Salvavidas Evitar Advertencia Alerta Alarma Seguridad Evitar Abrir puertas A salvo Árbitro Frenar Liberar	Práctica Esfuerzo Expresión Reto Creador Virtuoso Talento Autor Pensador Estrella Deseos Sueños Voz interna Disciplina Dedicación Amor

**Frases resultantes:**

Soñar a salvo despierto. Alarma de paz. La aceptación abre las puertas de los deseos. Festeja tus sueños en paz.

**Insight:**

“Me encanta confiar en mí mismo para expresarme mejor.”

**Concepto:**

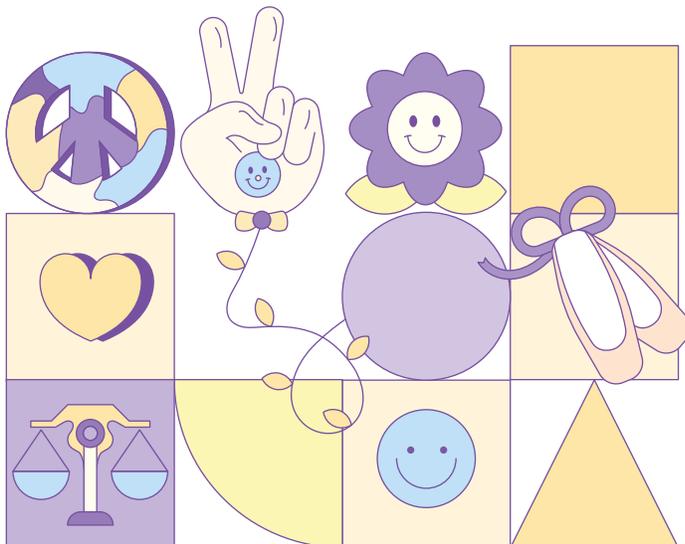
“Tolera, Evita, Libera”

**Ejemplos de frases complementarias:**

- Libera tu artista interior sin miedo.
- Vence tus miedos, expresate como quieras.
- Eres genial en lo que haces, lúctete con confianza.
- Ignora lo exterior y escucha tu arte interior.

## ♦ Fundamentación

El concepto Tolera, Evita, Libera busca comunicar y reflejar una lucha por la cual pasan la mayoría de niños involucrados en la problemática de acoso escolar, siendo su origen la mayoría de veces la violencia en el hogar de cualquier forma: verbal, física o psicológica. Y muchos al no demostrar tales condiciones sólo provocan un estrés emocional que los limita en su proceso creativo. Entonces la frase incentiva al niño o adolescente estudiante a lidiar con una situación y aprender el significado de tolerancia, respeto e inteligencia emocional.



## 5.4.4 Proceso de Concepto — 03

### ♦ Técnica Utilizada: *Mapa Mental*

Esta herramienta nos permite potenciar nuestra creatividad a través del procesamiento ordenado de nuestros pensamientos, conociendo la forma más adecuada de organizar en los grupos correctos la información beneficiada el procesamiento de ideas o conceptos poco convencionales.

La técnica nace gracias a Tony Buzan en 1972. Se define como la expresión del pensamiento irradiante y, por tanto, una función natural de la mente humana. Es ahora una poderosa técnica gráfica que nos provee una llave maestra para acceder al potencial del cerebro. Se puede aplicar a cualquier aspecto de la vida, a manera de que el desarrollo del aprendizaje y una mejor claridad de pensamiento pueden potenciar el trabajo del hombre y consta de varias características esenciales. El asunto o tema principal, de esto se genera una imagen central de forma ramificada. Surgen los temas principales y cada rama determina una imagen o palabra clave que asocia a otra palabra. Las ramas forman una estructura nodal.

(Fantappie L., 2008)

El proceso de un mapa mental inicia por definir el concepto principal o el propósito del mapa, este es el tema fundamental de nuestro diafragma desde donde comenzarán a fluir las ideas. Lucid Software Inc. (2018) es una empresa que se dedica a generar mapas mentales en línea hace notar que el uso de ramas ayuda a organizar la información, no ser muy detallado, más tener las palabras clave y las frases breves serán suficientes. A partir de esto se pueden explorar los temas que vayan surgiendo y a esto se le agrega imagen o color para diferenciar los niveles de pensamiento y a memorizar de mejor manera las diferentes partes del mapa.

## ♦ Concepto Creativo

Se elaboró un mapa mental tomando como punto base la educación de valores para prevenir el bullying y en base a esto definiendo las ramas de diferentes puntos de vista con el objetivo de contemplar un tercer punto de vista a la hora de decidir el concepto creativo para el seguimiento del presente proyecto.

### La Educación de Valores para Prevenir el Bullying En Niños y Adolescentes Estudiantes de una de las Escuelas Municipales de Arte de la Ciudad de Guatemala

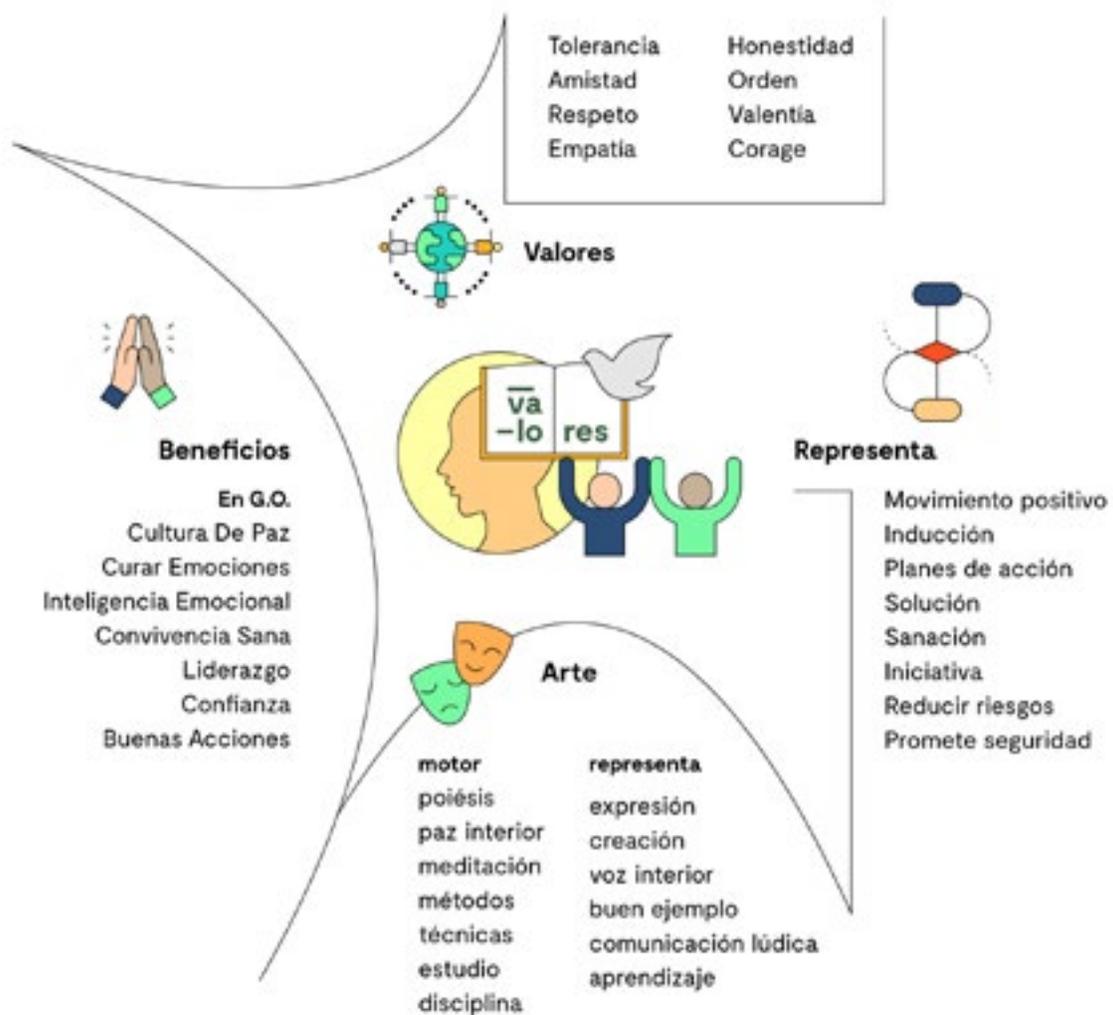


Figura 22

**Insight:**

“Me gusta sentir que expreso mi arte por amor y no por obligación, esto transmite buenas acciones y sentimientos en los demás.”

**Concepto:**

**“Poiésis, una forma lúdica de expresión.”**

*El arte. la causa que convierte cualquier cosa que consideremos de no-ser a ser*

Platón, *El Banquete*, 385–370 a. C.

**Ejemplos de frases complementarias:**

- Acciones positivas, arte positivo.
- Mejora tu arte con buenas acciones.
- Confía en la libertad de tu arte, se positivo.
- Que los malos ratos no afecten el amor a tu arte.
- Comparte tu arte como algo positivo.

## ♦ Fundamentación

Este concepto busca la manera de comprobar por medio de métodos no convencionales donde lidera la expresión y la inteligencia emocional, el objetivo es el de impulsar buenas acciones ya que el cambio comienza en uno mismo, y es con estos pequeños cambios que se puede aportar una semilla para mejorar la sociedad actual que sufre de muchas problemáticas. Es un llamado a los estudiantes por cumplir con su necesidad artística por vocación y no por obligación, impulsando al apoyo mutuo.

## 5.4.5 Concepto Creativo Elegido

### ♦ Toma de Decisiones

Se realizó un proceso de validación con las propuestas resultantes para definir el concepto creativo que mejor se adecuara al proyecto cuya decisión se tomó incluyendo la crítica y perspectiva de 3 diseñadores gráficos y una psicóloga. Durante el proceso se evaluó la conveniencia de cada propuesta conforme a la estrategia de campaña planteada y en cómo se podría ejecutar tanto gráfica como verbalmente. Se consideró el punto de vista en base a las validaciones donde se sugirió un giro en las frases o mejor vinculación en las mismas, reforzando así los resultados.

### ♦ Concepto Creativo

**Insight:**

“Siembro mi arte para hacer un mundo mejor.”

**Concepto:**

**“VALORES QUE CULTIVAN ARTE POSITIVO”**

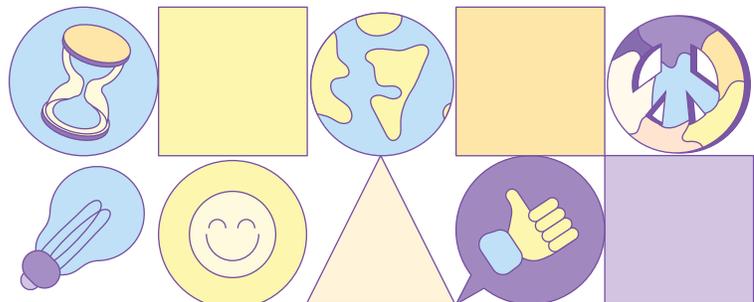


## ♦ Fundamentación

En una sociedad tan inmersa en el mundo en línea y comunicativo se vuelve difícil ser fiel a una individualidad que nos diferencie del resto, a sabiendas que es por miedo a no encajar en los medios en los que nos desenvolvemos. Es necesario hacer un buen uso de nuestros valores y aplicarlos como herramientas en nuestra vida, y siendo menores la información es manejada de una manera más fácil.

A través de la enseñanza de valores se puede prevenir el bullying o acoso escolar reforzando la inteligencia emocional como una semilla por cultivar. Un valor es una cualidad que aplicamos a nuestra vida para ser mejores, maximizar nuestro bienestar y el de los demás y es de hecho una herramienta fundamental del autoestima.

Se impulsa una cultura de tolerancia y paz a través del mensaje principal y se vuelven las frases más fáciles de ilustrar o interpretar gráficamente, en el caso de ser niños, estos requieren de un impulso que no exceda lo abstracto e intérprete objetos, que sumerja en su contenido y provoque la reflexión esperada.



## 5.5 Previsualización: *Premisas de Diseño*

### 5.5.1 Código Tipográfico

Para la realización de un impreso o una composición digital es necesario seguir un conjunto de normas que permitan identificar elementos de importancia para lograr el mejor resultado posible conocidas como el código tipográfico; estos elementos pueden ser conocidos como manuales de estilo. (Chipara S., 2014)

#### ♦ Titulares

Para los titulares de las piezas de planea hacer el uso de tipografías únicas para hacer una variación en las piezas y siguiendo el concepto de liberarse de etiquetas. Estas tipografías buscan ser atractivas, de aspecto de cuento y claras en cuanto a su facilidad de lectura. Las variaciones serán como en los ejemplos, con referencias romanas, o caligráficas dando un aire manual y jugando con las opciones de visualización digital para darle más vida y movimiento.

**Roy Hanes**  
*Ken Darby*  
**Gold Coast**  
*Jazz Track*

*Epic!*



Figura 23

## ♦ Subtítulos



Figura 24

Los subtítulos de las piezas que conformarán la campaña serán aplicados con la tipografía palo seco Apercu, que es moderna y bastante legible, además de dar un aire un poco juvenil por sus detalles redondos y gruesos.

## ♦ Cuerpo de Texto

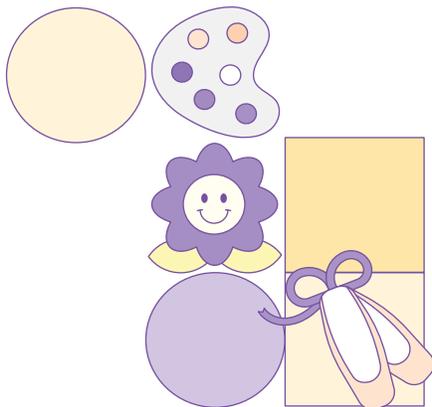
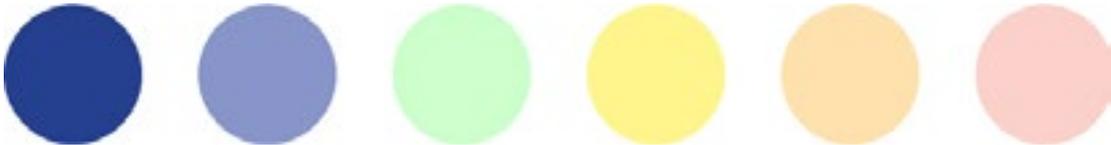


La tipografía de textos en general tanto para la guía para docentes como para la campaña será la Monsterrat, una tipografía palo seco cuyas variantes resultan en buenas combinaciones para párrafos. Además de ser la tipografía utilizada internamente en la línea gráfica de la municipalidad, esta se presta para diseñar material legible y adecuado a casi cualquier entorno.

## 5.5.2 Código Cromático

Es el que permite validar y verificar como únicos los aspectos visuales relacionados al color, en este caso nos referimos a los colores que identificarán la campaña y los materiales que le acompañarán.

Se plantea el uso de colores pasteles, sobre fondos de colores sólidos como blanco y grises o negro para resaltar dichos colores contenidos en las ilustraciones. Estos buscan combinarse para transmitir un mensaje positivo, sincero y emotivo. A la vez, las combinaciones provocan contrastes de aspecto interesante y educativo.



## 5.5.3 Código Icónico Visual

Este se refiere al conjunto de elementos de aspecto visual que conformarán la campaña vinculando el concepto a modo repetitivo en aspectos como el estilo visual. Este será dominado por el estilo line-art, donde todos los elementos tienen un contorno definido para diferenciar los elementos. En este caso se opta por dicho estilo por ser de preferencia en mi aplicación personal de ilustración, mismo con el cual me identifico y considero que puedo explorar más posibilidades de esa manera. El estilo no influye en la forma de interpretar de los niños, siempre que no sea demasiada abstracta la propuesta y de la oportunidad de vincular y explorar conceptos con objetos que den un sentido de valor para su desarrollo artístico. El estilo a utilizar permite relacionar las gráficas con algo caricaturesco, beneficiando el uso de metáforas visuales.



Figura 25

Ilustraciones personales elaboradas con anterioridad en otros proyectos en el año 2018.



A stylized illustration of a person with dark hair, wearing a yellow long-sleeved shirt and purple pants, holding a large green circular sign. The sign contains the text 'CAPÍTULO #06/'. In the background, there are various colorful elements: a purple speech bubble with a yellow smiley face, a green flower with a yellow smiley face, and a purple square frame containing a purple hand holding a purple heart. The person is also holding a purple object in their right hand.

CAPÍTULO

#06/

# PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN DE ALTERNATIVAS

**6.1 Nivel I de Visualización**

**6.2 Nivel II de Visualización**

**6.3 Nivel III de Visualización**

**6.4 Fundamentación de la Propuesta  
de Diseño y Presentación Final**

**6.5 Lineamientos de la puesta  
en práctica**

**6.6 Presupuesto**

## 6.1 Nivel I de Visualización:

### 6.1.1 Proceso de Bocetaje

Para la primera etapa de visualización del proyecto se identificaron dos propuestas para comunicar los valores más representativos resultantes de un análisis que parte del concepto de valores que cultivan arte y que también han sido extraídos de la guía para prevenir el bullying, misma que forma parte del presente proyecto. Las propuestas gráficas son evaluadas desde una parte investigativa para comenzar, y para desarrollarse se ha aplicado la técnica del bocetaje a mano.

Herrero L. (2008) define el boceto como una técnica que corresponde a los orígenes del arte, misma que antes no era valorada y de hecho muchos artistas se rehusaban a demostrar tal proceso, siendo considerado como un proceso muy íntimo, pero que con el tiempo ha llegado a ser un elemento de valor filosófico, positivo y significativo para comprender, fundamentar y apreciar de mejor manera el resultado en este caso de comunicación gráfica y que a su vez verifica la originalidad del trabajo. Según una entrevista del año 2011 con el motivador y jugador de fútbol americano Inky Johnson, el proceso es más importante que el producto. (Como se cita en Samuels D., 2016) y es a través de estos niveles de visualización que se le puede ir dando vida por así decirlo a un proyecto, siendo esta una etapa sujeta a cambios, y que es parte importante del método evaluativo ante cualquier aspecto previo al desarrollo final del proyecto.

Las propuestas se enraizan en el concepto mencionado valores que cultivan arte, y este está inspirado y representado por medio de un método de enseñanza / coaching de valores para una vida mejor conocido como Dirección por Valores -DpV-, este se enseña mediante un Modelo Triaxial de Equilibrio de Valores -MTV- definido en 1997 por los profesores Simon Dolan y Salvador García. Dolan define que el estrés es el resultado de la incongruencia en el sistema de valores. (Alonso, D.; 2015) Es por esto que se hace énfasis en dar a conocer valores como parte de la campaña de expectativa para educar, prevenir y erradicar el bullying o acoso estudiantil.

Alonso (2015), describe que el Modelo Triaxial de Equilibrio de Valores -MTV- ordena los valores desde tres aspectos esenciales: ético, pragmático y poético (*emocional*). Los ético-sociales tienen que ver con valores como la integridad, las relaciones familiares,

la honestidad, la transparencia, la amistad, etc... Este tipo de valores ayuda a definir entre lo que está bien y lo que está mal, y dan pautas de comportamiento de cara al exterior. Los económico-pragmáticos tratan sobre los valores que permiten conseguir metas para vivir más tranquilamente, como por ejemplo la colaboración, comunicación, constancia, eficacia, eficiencia, entre otros. Los valores poéticos-emocionales tratan sobre la parte interior de las personas, es decir los que nos conectan con nuestras emociones; es decir, valores como alegría, salud-bienestar, calma, autocontrol, paciencia, etc...

De esta manera, el concepto puede ser transmitido de una manera positiva donde se pueda sacar un aprendizaje o recordatorio de valores a los niños y adolescentes en el Centro Cultural Municipal, a diferencia de otras campañas de concientización que se enfocan en causar una identificación en el público objetivo con lo malo de la problemática, es decir, los antivalores, experiencias de violencia, etc.

## PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

### CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN INTERNA

Concepto — Valores que Cultivan Arte

	Objetivo	Medio	Actividad	Responsable	Inicia	Finaliza	
01	Concientizar, prevenir y solucionar el bullying.	Manual Disciplinario para Docentes <i>Carta, 8.5"x11"</i>	Diagramación, maquetación e iconografía <i>60-70 págs.</i>	<i>Epesista en Diseño Gráfico</i> Giancarlo Robelo	Inicio Ciclo de Actividades 2019	Uso permanente hasta que el material se deteriore.	
02	Promocionar valores por medio técnicas ilustrativas para menores como metáforas visuales o acrósticos como campaña de expectativa.	Afiches <i>12" x 18"</i>	Propuestas de diagramación con integración de ilustraciones, iconos y frases. <i>12 variaciones</i>		<i>Encargada de Diseño Gráfico y Comunicación</i> Licda. Elizabeth Rodas	Inicio Ciclo de Actividades, enero 2019. <i>Se publicará uno por mes durante un año.</i>	Fin de cada mes, y se procede a aplicar otro valor.
03	Crear memorabilidad de valores.	Anuncio para clase <i>8.5" x 11"</i>	Síntesis de contenido en afiches. <i>12 variaciones</i>	<i>Tercer Asesora</i> Licda. en Trabajo Social Mónica Hernández		01 de Mayo 2019 por el día mundial contra el bullying, 2 de Mayo. *	01 de Junio 2019
04	Promocionar mes contra el bullying con mensajes positivos a través del uso de valores.	Banners <i>24" x 46"</i>	Propuesta de diagramación con ilustraciones y frases. <i>4 variaciones</i>				
05	Promocionar los valores a trabajar.	Manta vinílica mate <i>33" x 46"</i>	Propuesta de diagramación con ilustraciones. <i>1 variación</i>				
06	Crear y promover una línea gráfica al manual y campaña para aportar memorabilidad.	Branding de Campaña	3 Propuestas de logo y variaciones		junto con lanzamiento de campaña	este puede reutilizarse luego de la campaña en otras actividades.	

\* <https://www.conectate.com.do/articulo/dia-internacional-contra-el-acoso-escolar-2-de-mayo/>

Tabla 5. Planeación Estratégica de Medios

## MEDIOS IMPRESOS / PUBLICIDAD INTERIOR

### ♦ Branding de Campaña

**Propuesta A** - En base al concepto que es el nombre mismo de la campaña, se plantea una situación de convivencia positiva y pacífica. Viendo el bullying desde el punto de vista que da una solución al problema.



**Propuesta B** - Comunicar valores, o los más importantes como un apretón de manos, un acto tan noble y pequeño pero que es una semilla para compartir el resto de valores de la campaña. Es una propuesta más orgánica.

### ♦ Ilustración

**Propuesta A** - Para las ilustraciones a utilizar se propone la metáfora visual, en cuanto a la ilustración infantil, Furer, I.; Kriger C.; Saud, Y.; Vásquez, A. (S.F) definen en un documento didáctico sobre la psicología infantil ilustrada que el estilo no influye, siempre que este no sea muy abstracto y que permita identificar objetos. Esta debe invitar a adentrarse en la imagen, lo que hace de ella un juego, de esta manera es más fácil abordar el tema. A través de la metáfora se habla de una manera más sutil y el contenido se vuelve más comprensible. En el niño y adolescente, la comprensión dominante es visual, de esta manera se logra una comunicación lúdica y así se puede trabajar de una mejor manera y reforzar su inteligencia emocional.



**Propuesta B** - Para la segunda propuesta de ilustraciones se plantean visualizaciones de mayor complejidad gráfica, siendo estas más simples y basadas en figuras geométricas. Se emplea un estilo similar al de la gráfica anterior donde todos los elementos o la mayoría de ellos cuentan con un trazo delgado para ayudar a distinguirlos entre sí, el estilo es un tanto caricaturesco para beneficiar la estética de la línea gráfica y permitir al espectador interactuar con la imagen impresa, como en un comic.



## ♦ Afiches

**Propuesta A** - Esta propuesta de diseño representa el valor asignado a través de un acróstico, se refiere a una composición poética en la que las letras iniciales, medias o finales de los versos, leídas en sentido vertical, forman una palabra o una frase. (Arenas, F.; 2010)

La composición de cada valor varía para darle más singularidad.



**Propuesta B** - La segunda propuesta busca enfatizar el mensaje del valor a través de la metáfora visual para enriquecer el significado y uso de elementos gráficos, la ilustración juega con el margen haciendo una superposición de elementos. Se cuenta con una diagramación más formal.

## ♦ Banners

**Propuesta A** - Esta propuesta es más tradicional y busca comunicar la esencia de la campaña en gran tamaño. En este caso es más relevante el uso del espacio y se aprovecha mejor para utilizar las ilustraciones.





**Propuesta B** - Los banners verticales se planean utilizar para la campaña de lanzamiento, específicamente el día internacional del bullying, 2 de Mayo. La idea es promover los metavalores, que enraizan el resto de valores y el nombre/slogan de la campaña. Estos se sugiere que estén sujetos a los muros o colgando del techo, no con araña para aprovechar mejor el espacio.

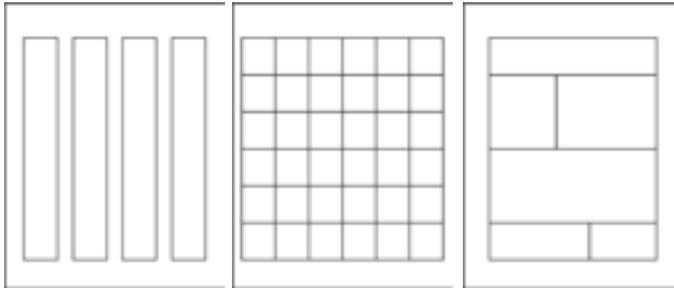
## ♦ Portada - *Guía Disciplinaria*

**Propuesta A** - La portada de esta propuesta busca dar una idea directa con el uso de una ilustración que hable sobre valores. Parte del estilo y simplicidad se aportan al estilo gráfico que se maneja en los documentos del Centro Cultural Municipal. El titular se ubica gracias a la retícula modular en un punto ideal calculado con la proporción áurea.



**Propuesta B** - El estilo gráfico se inspira en el Art Deco, mismo que se hace notar en las composiciones simétricas, formas fraccionadas y formas geometrizadas. El uso de tipografía es en negrita para resaltarlo de la ilustración. Esta línea gráfica será una adaptación al material existente.

## ♦ Reticula - *Guía Disciplinaria*

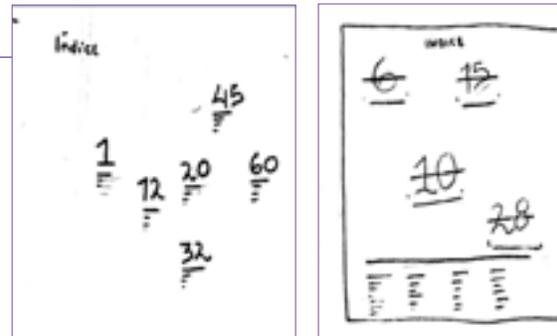


Las reticulas ideadas al momento son de columnas, modular y jerárquica, estas se adaptan a cualquier necesidad de diagramación.

## ♦ Índice - *Guía Disciplinaria*

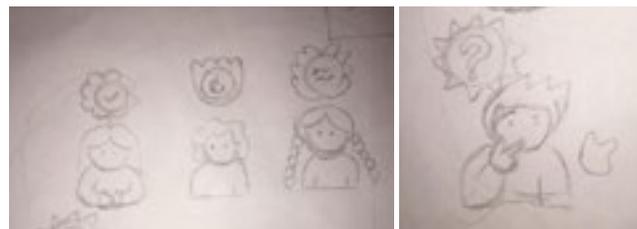
**Propuesta A** - El índice se adapta a la reticula de columnas provocando un orden coherente y sutil para lectura.

**Propuesta B** - Esta propuesta de índice se basa en la reticula jerárquica, los números de página son más grandes para no perder ningún aspecto y buscar más fácil.



## ♦ Iconografía

La iconografía busca reflejar y reforzar en un lenguaje visual simple y claro para ayudar a comprender mejor cada valor o tema propuesto en las piezas a diseñar.



## 6.1.2 Autoevaluación

Para la toma de decisiones ante las propuestas planteadas se tomó como base una autoevaluación, donde se hace una crítica objetiva y analítica del trabajo propio. Este método permite tener conciencia y manejo de criterio ante las consecuencias que esto consigue.

La tabla descrita conlleva una ponderación basada en ciertos aspectos que se pueden evaluar de 0 a 5 como mejor nota. La sumatoria total permitirá diferenciar qué propuesta es más propensa a tener éxito en su ejecución.

	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad Visual	Uso de Color	Resultado
PROPUESTA 1	5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
PROPUESTA 2	4	3	4	5	5	3	5	5	4	39

Tabla 6. Autoevaluación

Una vez evaluados los aspectos anteriores se ha establecido que la propuesta ganadora fue la que se enfoca en el uso de metáforas visuales, este es un medio muy certero para comunicar temas complejos de una forma sutil y directa. La facilidad de asimilación entre conceptos ya establecidos beneficia el uso de valores para erradicar el bullying. Esto conlleva a poder desarrollar de mejor manera la inteligencia emocional de los niños y adolescentes. El concepto además se puede nutrir de maneras más diversas para poder ser comprendido más a fondo. A partir de estas decisiones se complementará y retroalimentará el proceso del proyecto con la siguiente fase de visualización.

## 6.2 Nivel II de Visualización:

### 6.2.1 Propuesta Digitalizada

Luego de haber elaborado la primer etapa de visualización del proyecto se ha logrado un avance significativo en la calidad y funcionalidad de las propuestas. En este nivel de visualización se muestran las propuestas elegidas según la autoevaluación del primer nivel ya digitalizadas y aterrizadas al objetivo planteado desde un principio. De esta manera se puede apreciar mejor una unidad visual ya teniendo definidos los códigos cromáticos, tipográficos e iconográficos más apropiados para el proyecto y público objetivo. La campaña y el manual serán únicamente impresos y servirán para un uso interno en el Centro Cultural Municipal.

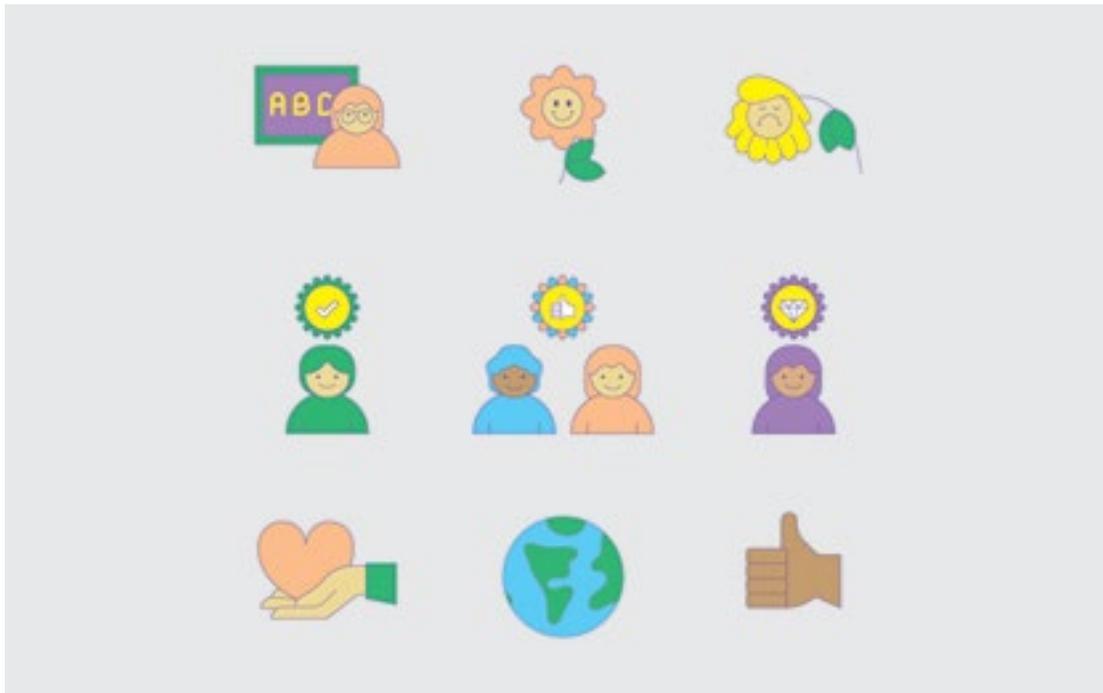
#### ♦ Branding de Campaña

**LOGO** - Se elaboraron dos variaciones digitales para definir el logotipo en base a las propuestas anteriormente analizadas. Estas reflejan el uso de elementos gráficos en unidad como el color aplicando contrastes, la tipografía denotando la forma de uso y variación e iconografía reflejando el estilo de ilustración; esto sirve como punto de salida para identificar la campaña en cualquier medio o pieza en que este se piense utilizar.



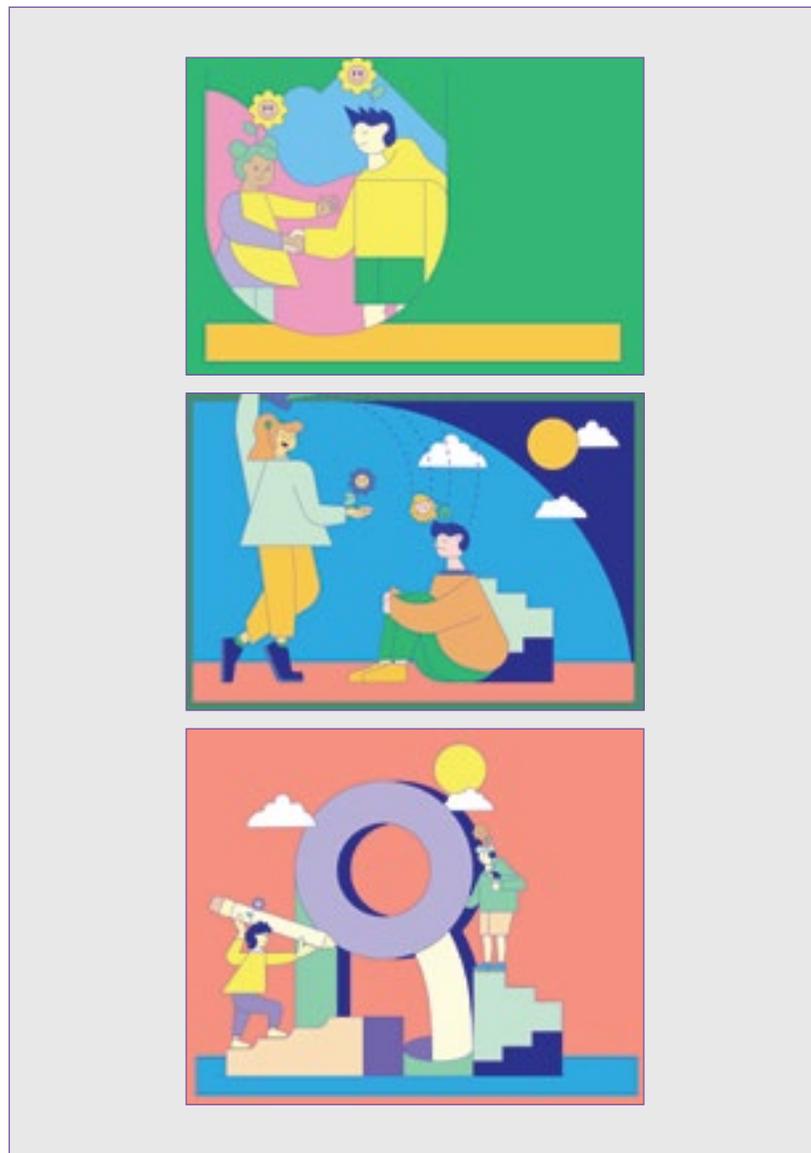
## ♦ Íconografía

Se propone utilizar iconos y pictogramas que muestran o expresan una acción que servirá de referencia para reforzar gráficamente el contenido tratado y crear una memorabilidad de identificación hacia con la campaña. Estos se generan desde la necesidad de ser comprendidos principalmente por los niños y adolescentes que visualicen la campaña por ende dominan características bastante inocentes, descriptivas, simplificadas y representativas.



## ♦ Ilustraciones

En esta segunda etapa de visualización se optó por hacer cambios en la línea gráfica de los personajes, a manera de hacerlos mucho más geométricos y facilitando de esta manera la comprensión total de cada pieza. También se definió la combinación de tonos y contrastes siempre con el color principal que es el morado, estos irán variando conforme el fondo en que sean utilizados.



## ♦ Afiches

Para lograr una promoción social preventiva eficiente se modificaron los afiches informativos a manera de definir dos opciones, en la primera los colores del fondo son el punto de atracción, esto conlleva a generar interés y luego visualizar la información e ilustraciones, además de conservar una línea de color cada uno.

La segunda propuesta de afiches busca atraer la atención directamente sobre la ilustración que es lo más importante y no el fondo. Sin embargo esto funciona más que nada en personas un poco más observadoras de lo común.

Cada afiche representa un valor principal que se identifica con un color, frase y serie de acciones que lo representan y refuerzan para comprenderlo en su totalidad, además de reforzarse con la ilustración.



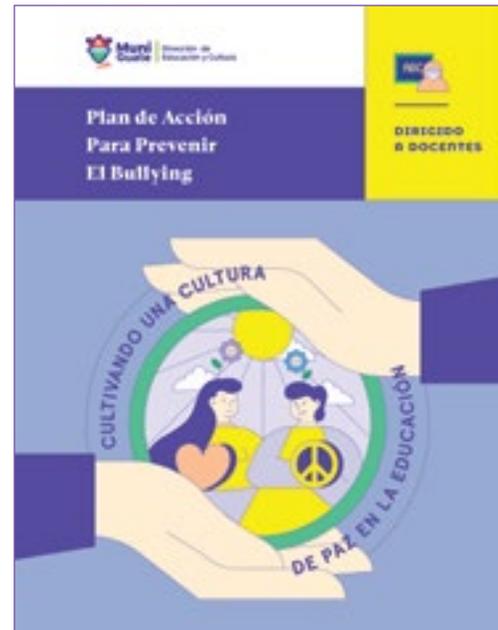
## ♦ Banners

Los banners contienen información gráfica que complementa como apoyo para comprender el concepto de mejor manera. Estos podrán ir jugando con el uso de colores en el fondo, se piensa utilizarlos en pares por ubicación jugando con los contrastes de color y elementos gráficos y colgados de la pared, sin la araña para evitar un mal uso del espacio y el deterioro del material prontamente.



## ♦ Portada - *Guía Disciplinaria*

El diseño de la portada se torna más formal ya que esta va dirigida a los docentes de cada escuela municipal de arte y a los directores del lugar. Los colores son más sobrios y no tan llamativos a comparación de los afiches por ejemplo. La retícula utilizada es jerárquica, lo que permite jugar con el espacio propuesto y los elementos gráficos como la ilustración, titulares e íconos empleados. La línea gráfica actúa como una guía para el manual que servirá para identificar riesgos y problemáticas en los niños y adolescentes, es por esto que la ilustración trata de mostrar un ambiente positivo y de convivencia saludable.



## ♦ Índice - *Guía Disciplinaria*

ÍNDICE			
01	Capítulo I	31	Capítulo VI
02	Capítulo I	35	Capítulo VII
06	Capítulo I	45	Capítulo VIII
14	Capítulo II	52	Capítulo IX
25	Capítulo II	60	Capítulo X
29	Capítulo II		

El índice se diseñó en base a una retícula modular, donde se puede variar el posicionamiento de los elementos a manera de darle un orden coherente a los números de página. El título de cada tema está en menor tamaño para coincidir con el número de página.

## ♦ Portada Interior - *Guía Disciplinaria*



La portada interior se trabajó en un retícula de 3 columnas, en esta la ilustración de la portada principal exterior se utiliza a una tinta para hacerlo ver más institucional y formal. La información de la sede es descrita y se proponen varias frases para utilizar en ella.

## ♦ Portadilla y Páginas Interiores - *Guía Disciplinaria*

Las portadillas sirven para hacer énfasis al cambio de tema en el recorrido del manual disciplinario. Se aprovecha el espacio para utilizar las diferentes ilustraciones como insumos descriptivos acompañadas del titular para cada capítulo.

Las páginas interiores del plan de acción buscan comunicar la información de una manera limpia, simple y atractiva. La retícula juega siendo tipo manuscrito y modular, en el caso de las páginas que serán acompañadas de ilustraciones para reforzar un tema en específico. El uso de frases acompaña algunos textos, estos resaltados en un fondo de color pálido para hacer énfasis sin ser muy llamativo, los títulos también se acompañarán con un fondo de color.



## ◆ Anuncios Internos



Estos son una síntesis visual del contenido de los afiches. La idea es que puedan estar más de cerca con los niños para generar más memorabilidad e identificación con la campaña.

## ◆ Manta



El diseño de la manta es bastante infantil y llamativo, el objetivo es el de comunicar todos los valores a trabajar en la campaña. La ilustración se inspira en una fotografía de la Municipalidad.

## 6.2.2 Validación con Profesionales de Diseño Gráfico

Con el objetivo de evaluar la calidad tanto gráfica como conceptual del proyecto se realizó una encuesta para validar los resultados alcanzados al momento con varios profesionales en el ámbito del diseño gráfico.

Se plantearon 14 preguntas y estas se adaptaron al público al que se presentó la encuesta, de esta manera se propone obtener mejoras en los resultados actuales de cada propuesta. Las variables a considerar para las preguntas fueron ilustración, composición, diagramación, tipografía, paleta de color, iconografía y estrategia de campaña.

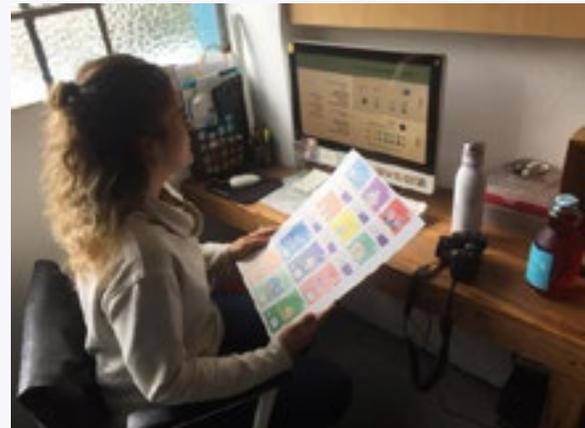
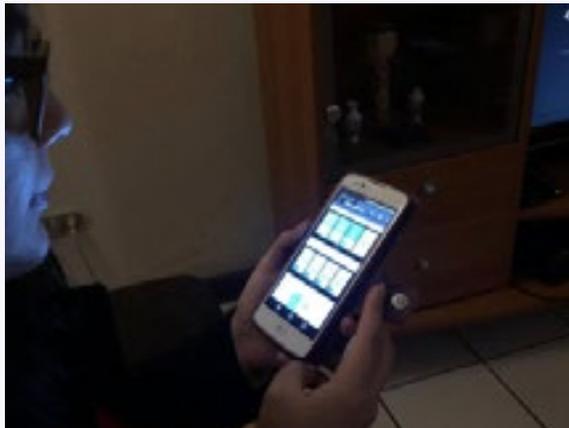


Departamento de Diseño  
del Centro Cultural Municipal,  
Licda. Elizabeth Rodas

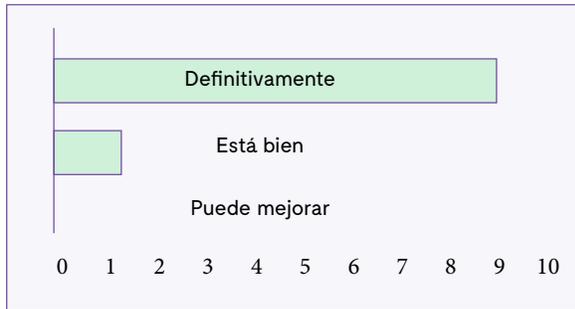
Licda. en Diseño Gráfico  
María Inés Reiche

Licda. en Diseño Gráfico  
Andrea López

Licda. Bárbara Castañeda,  
Diseñadora y fundadora de  
Workaholic D.S. y Revista Plomo



**1 – ¿Consideras que el concepto descrito se evidencia en las piezas y elementos de diseño propuestos para la campaña y guía didáctica?**



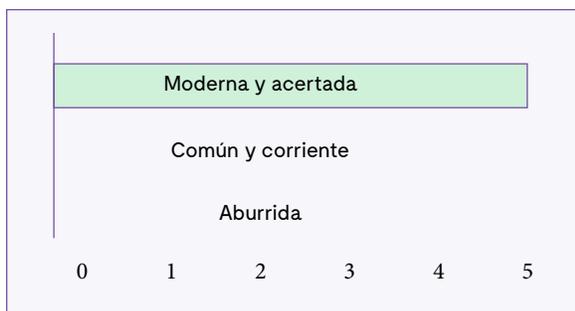
De acuerdo a la encuesta el 90% de las profesionales en diseño gráfico consideran que el concepto su está bien aterrizado y se evidencia en las propuesta realizadas, al ser un tema para niños, es fácil jugar con las metáforas y visualización de elementos.

**2 – ¿Consideras que el concepto , línea gráfica y nombre propuestos son adecuados para prevenir el bullying en niños y adolescentes de 9 a 16 años?**



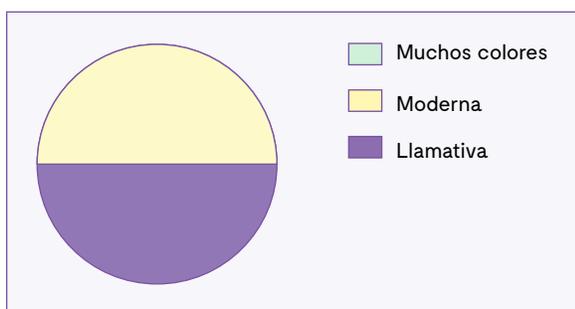
El 80% de los encuestados consideran apropiado el material para niños y adolescentes para prevenir el bullying, el uso de colores e ilustraciones hace más eficiente el proceso de conceptualización.

**3 – Las tipografías utilizadas te parecen:**



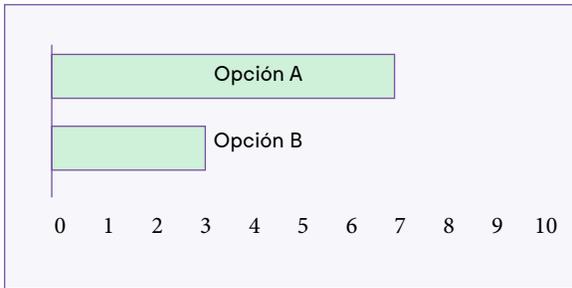
La respuesta al uso de tipografías en general está muy bien adecuado según los profesionales de diseño encuestados, la combinación de tipografías se considera moderna y acertada para el público objetivo.

**4 – La paleta de colores te parece**



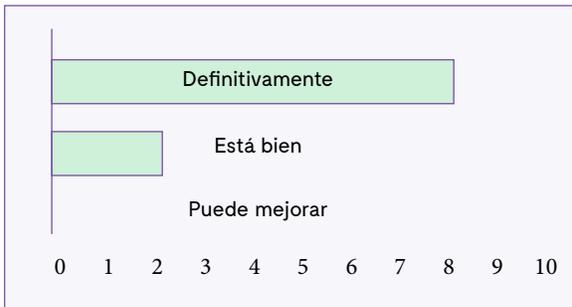
El 100% de los encuestados da buenas críticas en cuanto a la paleta de color utilizada, habiendo un 50% que la considera llamativa y bien pensada y el otro 50% considera que es moderna y adecuada. De este modo se descartan observaciones o cambios para la misma a menos que sea necesario.

**5 – De las dos opciones de logo propuestas, ¿cuál te parece más adecuada para una campaña para prevenir el bullying?**



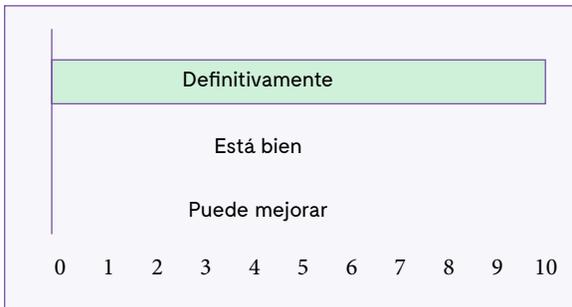
En cuanto a las opciones para logotipo propuestas para definir la identidad de la campaña el 70% considera más adecuada la opción B y un 30% considera adecuada la opción A. Los resultados demuestran que la segunda opción es más agradable y mejor diseñada en todo sentido, sin ser muy ostentosa es la preferida.

**6 – Las ilustraciones propuestas para comunicar valores son comprensibles y apropiadas para tratar el bullying en niños y adolescentes (9-16 años)**



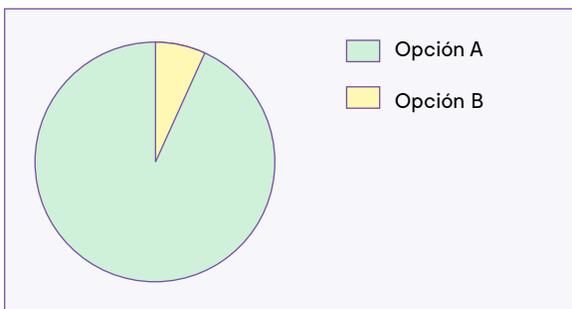
Un 80% de las personas encuestadas considera que las ilustraciones están bien dirigidas a los niños, el diseño resulta ser bastante moderno y simplificado lo que es una ventaja al tratar con niños.

**7 – ¿Consideras que la guía dirigida a docentes de las Escuelas Municipales de Arte tiene un diseño apropiado para detectar y solucionar problemas como el bullying?**



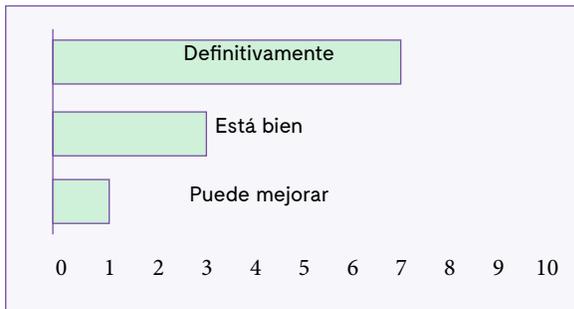
El 100% de los encuestados consideran efectiva la diagramación y diseño del material que estará dirigido a los docentes de las Escuelas Municipales de Arte. A pesar del cambio en colores, sigue viéndose como parte del proyecto.

**8 – De las opciones de afiche planteadas, ¿cuál te parece mejor para inculcar valores?**



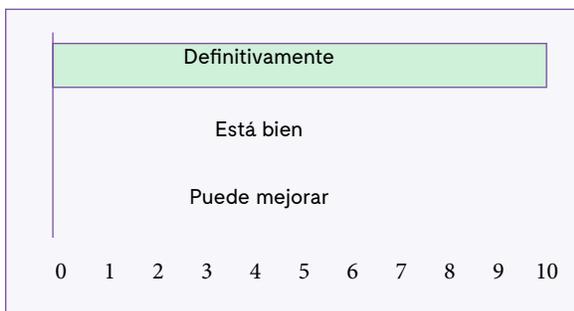
El 80% de los encuestados experto en diseño prefiere la opción de afiches A como la más adecuada para transmitir el mensaje a niños y adolescentes. La paleta de colores y el uso de elementos se consideran como más llamativos.

**9 – ¿Consideras adecuado el diseño de los banners y que sean ubicados en pares?**

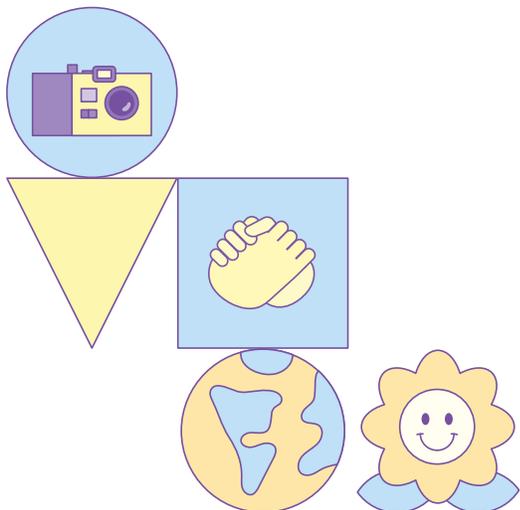


El 70% de los profesionales en diseño gráfico considera que el uso de banners es correcto y están bien diseñados, sin embargo un 30% lo considera de calidad media y un 1% sugiere evaluar un cambio en la imagen de estos.

**10 – ¿Consideras que existe una unidad visual al ver todas las piezas del proyecto?**



El 100% de los encuestados considera que la propuesta de proyecto cuenta con una unidad visual en las diferentes piezas y se le da un buen uso a los elementos de diseño aplicados.



## 6.2.3 Validación con Expertos en el Tema

Para eficientar los resultados logrados se requirió hacer una validación con personas expertas en el tema del proyecto, de esta manera se logró evaluar la calidad de las piezas trabajadas. En este caso ya que el tema está enfocado en problemáticas que afectan a los estudiantes de las Escuelas Municipales de Arte se encuestó a varias trabajadoras sociales del departamento de relaciones estudiantiles de la Dirección de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala. También se encuestó a varios psicólogos especializados en niños y adolescentes y a la directora de un colegio ubicado en Mixco.

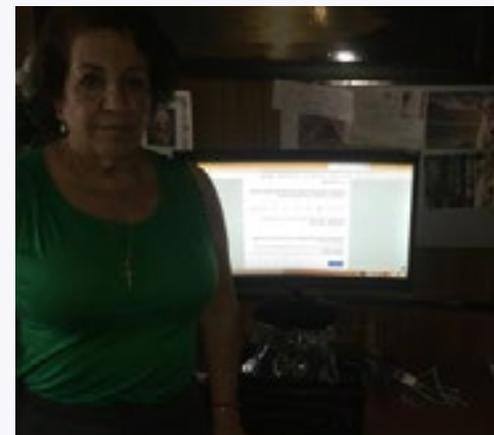
Para la encuesta utilizada se plantearon 10 preguntas, adaptadas al público al que se presentó a manera de obtener la mejor respuesta por parte de los mismos. Las variables en las cuales se basaron las preguntas fueron ilustración, composición, diagramación, tipografía, paleta de color, iconografía y coherencia en los mensajes utilizados para comunicar el concepto.



Licda. en Psicología / Arte Terapia  
Denisse Bouscayrol



Licda. en Psicología  
Génesis Valdez



Licda. en Psicología y  
Directora de Colegio Brooklyn  
/ Elida de Urrutia



Licdas. Mónica y Kenia Hernández,  
del Depto. de Relaciones Estudiantiles  
Centro Cultural Municipal

**1 – ¿Consideras que el concepto descrito se evidencia en las piezas y elementos de diseño propuestos para la campaña y guía didáctica?**



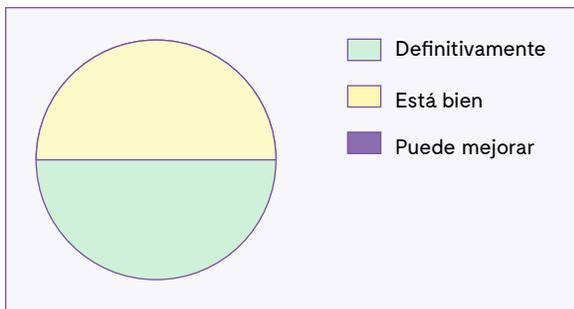
En cuanto a los expertos en el tema, el 100% considera que el concepto descrito está bien utilizado y que tiene coherencia con el tema para ser abordado en la campaña.

**2 – ¿Consideras que el concepto , línea gráfica y nombre propuestos son adecuados para prevenir el bullying en niños y adolescentes de 9 a 16 años?**



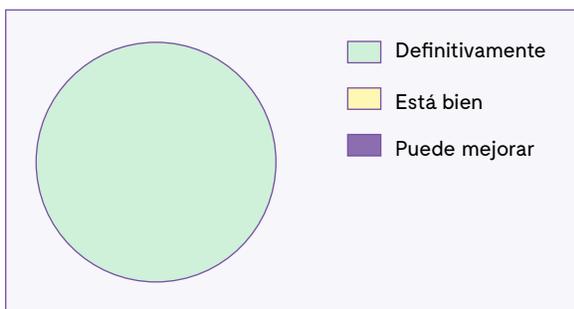
De los encuestados en cuanto al tema se considera que un 83,3% está de acuerdo con que el material se adapta al contexto actual en el que viven los niños y adolescentes en el país.

**3 – Las frases y palabras planteadas son eficientes para comunicar valores**



El 50% de los encuestados está de acuerdo con las frases empleadas hasta el momento, sin embargo se sugiere un replanteamiento en las mismas para reforzar el concepto aplicado.

**4 – Las ilustraciones son eficientes para enseñar valores a los niños**



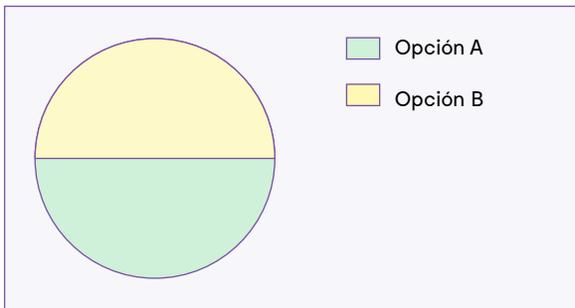
Los resultados demuestran que el 100% de las personas con especialización en el tema del proyecto consideran que las ilustraciones son apropiadas para el público objetivo y que cumplen con el deber de comunicar valores.

**5 – Considero que a través de la enseñanza de valores se puede hacer un aporte para educar, erradicar y prevenir el bullying.**



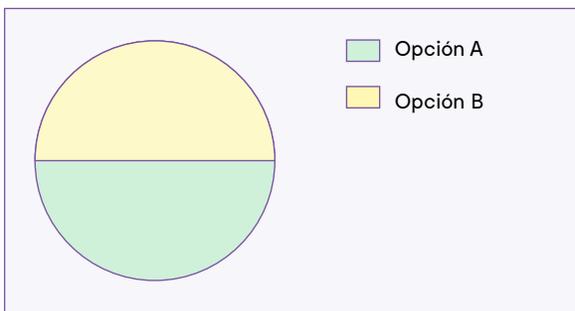
El 100% de los encuestados considera que uso del concepto de valores puede beneficiar la solución a la problemática planteada en el proyecto.

**6 – Paleta de Colores**



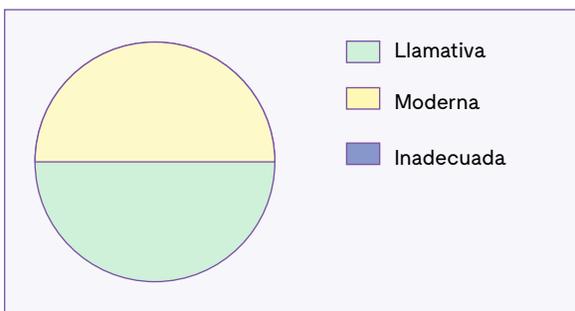
La paleta de colores propuesta ha sido aceptada en un 50% en cuanto a la opción A, el otro 50% se va por la propuesta cromática B. Según el estudio realizado se conservará la paleta de colores A debido a que llaman más la atención de las personas a primera instancia, la opción B centra la atención en la ilustración pero esto funcionará sólo con personas detallistas.

**7 – Diagramación**



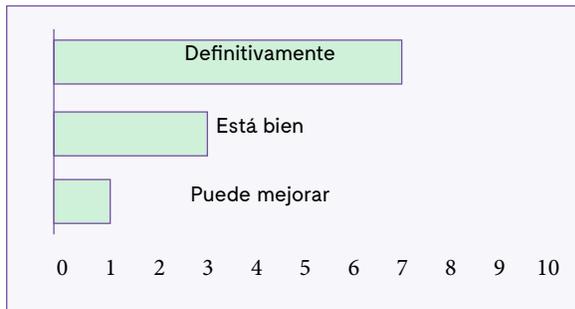
En cuanto a la propuesta de diagramación de afiches, existe un empate igualmente donde ambas propuestas son bien aceptadas. En base a lo platicado en la institución la opción A denota un orden mejor aplicado.

**8 – La paleta de colores elegida me parece**



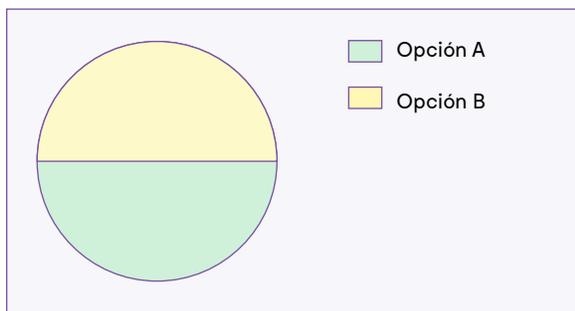
En cuanto a la paleta de colores, de nuevo se demuestra una igualdad en cuanto a las opiniones; los resultados son positivos por lo que se opta por no hacer cambios en la paleta de colores elegida. Los expertos sugieren que si se haga uso de colores poco convencionales por el contexto en el que los niños se encuentran.

**9 – El uso de promocionales es una herramienta funcional en una campaña para niños.**

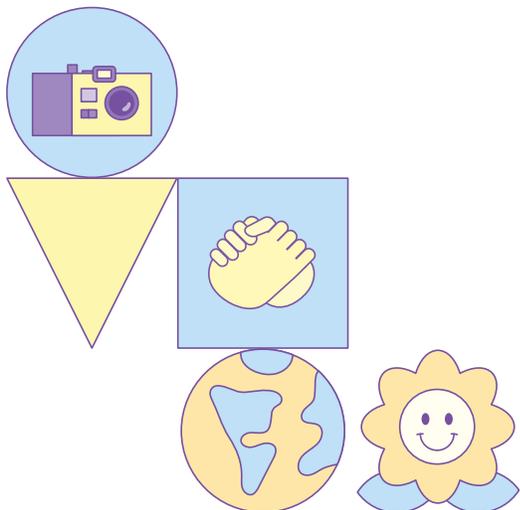


El uso de promocionales beneficia la conexión que se puede dar entre el proyecto y el público objetivo. Se considera efectivo y regularmente efectivo según los resultados de los encuestados, en su mayoría las respuestas son positivas.

**10 – Los tipos de letra utilizados son fáciles de leer y adecuados para niños.**



El 66,7% de los encuestados profesionales considera que los tipos de letra utilizados en el proyecto son entendibles y adecuados, en su totalidad es más la aceptación a los códigos tipográficos por lo que no es necesario reevaluar otra opción para este tema.



## 6.3 Nivel III de Visualización:

### 6.3.1 Propuesta Digitalizada

En esta etapa del proyecto se pueden apreciar los resultados obtenidos hasta el momento, estas propuestas se acercan más a lo que será el diseño final de la campaña y guía didáctica. Las piezas presentan los cambios aplicados en base a la validación con expertos de diseño gráfico y en el tema, sin embargo todavía deben pasar por un proceso de validación directamente con el grupo objetivo, (niños y adolescentes de 9 a 16 años). Las propuestas son las siguientes:

#### ♦ Branding de Campaña

El logotipo de campaña fue tratado luego de la validación con expertos y diseñadores. El texto se re acomoda para no perder ningún aspecto de visibilidad. Se limpia también el fondo para que se interprete mejor una situación de convivencia positiva entre los niños y se delimitan los colores, junto con el slogan que refuerza el objetivo de la campaña que refleja la lucha contra el acoso escolar.



## ♦ Ilustraciones

Los resultados de la validación con diseñadores y expertos en el tema sugieren que haya una unicidad entre las propuestas que contienen una letra al fondo de la misma, la letra representa la inicia del valor que se está tratando en las piezas de la campaña. Estos se complementan con aspectos de estudiantes de las escuelas municipales de arte (danza clásica, artes visuales, música, escultura).



## ♦ Afiches

Los afiches representan a un valor cada uno, estos describen el valor por medio de una oración que invita a cumplir con acciones positivas que complementan el valor, por último se plantea una frase que termina de identificar la razón o importancia del valor. La manera de describir al valor se torna bastante ilustrativa y obtiene más vida y personalidad con los cambios elaborados hasta el momento. La idea por la cual se cambió la estructura fue para darle el seguimiento de implementar un valor por mes, entonces son 12 valores a trabajar. Se eligió la propuesta más colorida de afiches. Gracias a la validación se pudo observar la diferente percepción de las personas y es más atractiva la propuesta con fondos de color vivo, se centralizan las frases con una textura colorida para enfatizarlas.



## ♦ Patrones



En base a las ilustraciones se elaboraron varios patrones para ser utilizados en el resto de piezas o en el manual disciplinario. Estos se proponen entre ser bastante coloridos o ser aplicados a una sola tinta, donde aún se conserva una buena estética.

## ♦ Anuncios Internos

Se proponen otras formas de sintetizar la información para el interior de las aulas, ya que estos estarán más a la vista de los estudiantes se trata de hacerlo lo más interesante posible.



## ◆ Banners

Los banners buscan implementar mensajes positivos, estos se refuerzan con el uso de ilustración e iconografía, las texturas también aportan vida a las piezas. Estas son bastante simples de leer, diferenciando cada sección con un color, los cambios ayudaron a darle más coherencia a los mensajes y se enfocan en lograr una plenitud en cuanto a aceptación personal por ejemplo.



## ◆ Manta Vinílica



La manta tiene una medida de 46 x 33 pulgadas. Esta pieza servirá como comunicador del mensaje principal de la campaña. Por el tamaño, se puede jugar con la variedad de elementos que se utilizan en la campaña. Se elabora una ilustración en general, que representa a cada una de las escuelas municipales de arte que se imparten actualmente en el Centro Cultural Municipal. Se cambian elementos gráficos y se especifican tamaños.

## ♦ Portada - *Guía Disciplinaria*



Ya que este material está dirigido únicamente a docentes se trabajó otra propuesta bastante más sobria pero atractiva. Busca representar ideales positivos por la manera en que se ilustra gráficamente el contenido del material. Las tipografías varían por ser un material más serio y la composición juega entre simétrico y asimétrico. La paleta de color personaliza el contenido y lo amarra con la línea gráfica de la campaña. Se complementa con la frase “Cultivando una cultura de paz para la educación.” La otra propuesta solo se adapta a los nuevos colores.

## ♦ Índice - *Guía Disciplinaria*

ÍNDICE			
01		31	
02	14	35	52
06	25	45	60
	29		

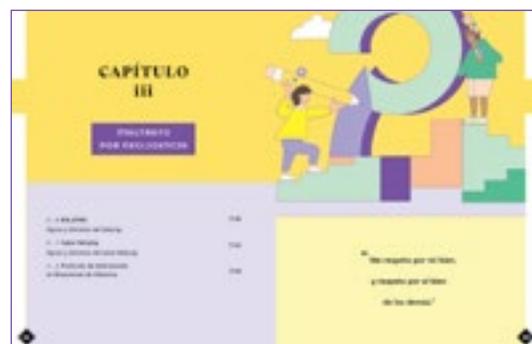
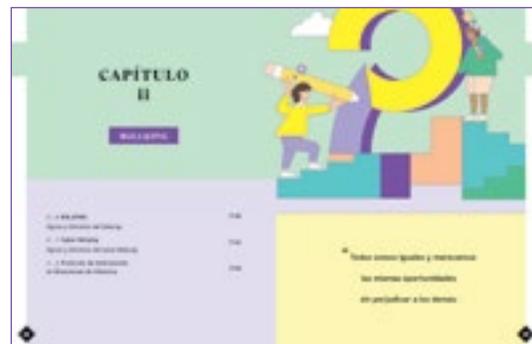
El índice representa un recorrido visual simple que se formó en base a una retícula jerárquica, se facilita la lectura del mismo con la implementación de una iconografía que representa a cada capítulo, se cambian a una sola tinta por ser dirigido a personas más serias, es decir los docentes.

## ♦ Portadillas - *Guía Disciplinaria*

Cada portadilla representa a un capítulo con un breve subíndice, una frase que tenga que ver con el tema a tratar y una ilustración, tomadas de los insumos para el proyecto.

Cada capítulo es representado con un color, para poder diferenciarlos y crear un efecto de consecutividad donde es más fácil identificar cada capítulo al cerrar el material. La diagramación es bastante limpia para darle relevancia al texto.

En base a la validación se dedujo que las portadillas deberían ser más limpias para poder dar un descanso visual y liberar de elementos.



## 6.3.2 Validación con Grupo Objetivo

Ante este último nivel de validación se plantea una serie de preguntas en una encuesta para los estudiantes de las diferentes escuelas Municipales de Arte en el Centro Cultural Municipal de la zona 1 de Guatemala. También se contó con la participación de varios docentes y el Depto. de Relaciones Estudiantiles del Centro Cultural Municipal.

Se valúan las variables más importantes para el diseño que son diagramación, tipografía, paleta de color y composición. Los resultados obtenidos por medio de la encuesta se presentan a continuación.



*Estudiantes del Centro Cultural Municipal*



*Dirección del Centro Cultural Municipal*



*Depto. de Relaciones Estudiantiles*



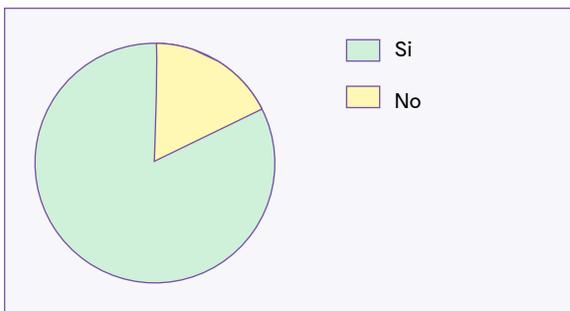
*Estudiantes del Centro Cultural Municipal*

### 1 – ¿Te llaman la atención los dibujos y entiendes lo que quieren decir?



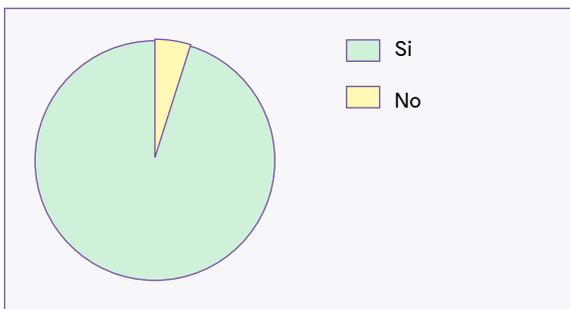
El 90% de los niños encuestados demuestra un claro entendimiento y atracción por los dibujos, estos permiten adentrarse a la imagen por el nivel de complejidad gráfica que lo simplifica.

### 2 – ¿Te identificas con los personajes de los dibujos?



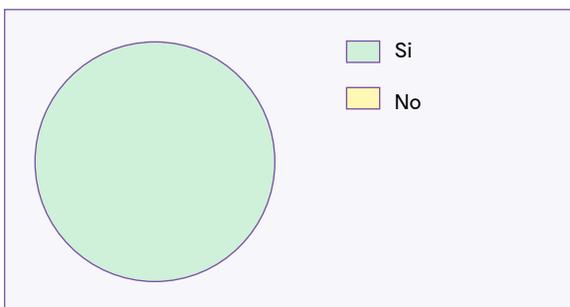
Un 70% se identifica con la caracterización de los personajes, estos requieren mayor variación y detalle para mostrarlos más guatemaltecos. El estilo y el color tuvieron buena aceptación.

### 3 – ¿Puedes leer fácilmente los textos?



La mayoría de los niños tuvo facilidad para leer los textos a distancia y les pareció atractiva y dinámica en el caso de los títulos. Ciertos caracteres son algo complejos.

### 4 – ¿Te gustan los colores del material?



El 100% de los encuestados acordaron en que la paleta de color aunque es variada refuerza las ilustraciones y el diseño en general, se considera que está bien pensada y balanceada.

**5 – ¿Te llaman la atención los diseños en general?**



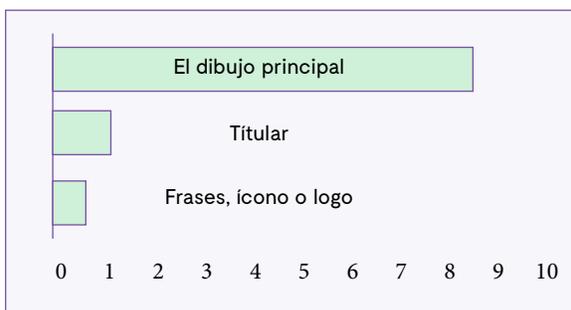
El 100% de niños se sintieron muy interesados en el material desde que lo vieron, lo consideran bien hecho y les da curiosidad leerlo y verlo por completo.

**6 – De los anuncios síntesis, ¿que opción consideras más atractiva para que esté dentro de las clases?**



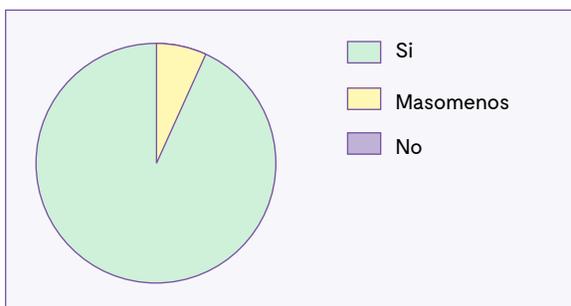
Un 70% prefirió el anuncio que parece letrero medieval por su forma más dinámica y el uso de ilustraciones, además el texto se vuelve más interesante y comprensible, sienten más confianza si lo ven dentro de las clases.

**7 – ¿Qué es lo primero que ves en las piezas al observar el material?**



El 85% de los niños sintió una atracción clave con las ilustraciones como se proponía en un principio, otro 10% sintió una atracción más fuerte por el título y otro 5% en las frases, íconos o logo.

**8 – ¿Comprendes las frases planteadas y entiendes el valor del que se habla en las piezas?**



El 90% de los niños encuestados comprendió bien las frases y palabras, se considera que al no tener un conocimiento esto los reforzará e incitará a preguntar o investigar por su significado.

**9 – ¿Cómo te parecen los personajes?**

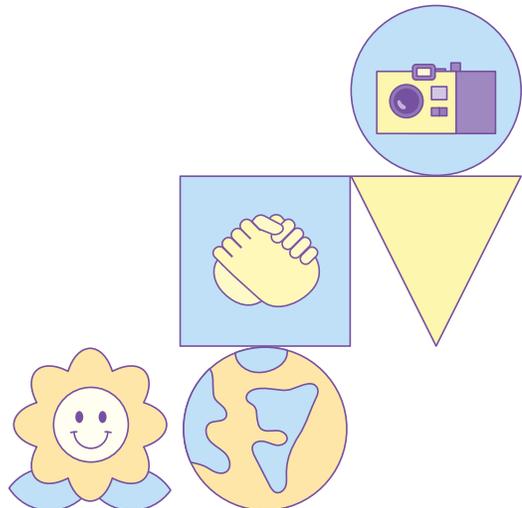


Los personajes se consideran en un 95% amigables, se identifican por los códigos icónicos utilizados con expresiones que asemejan emojis de sentimientos positivos, mismos con los que los niños se identifican más fácilmente.

**10 – ¿Crees que con este material podrías considerar actuar correctamente cuando veas un caso de acoso escolar o bullying?**



El 100% de los niños considera que el material transmite un aire positivo y propicia acciones correctas, parte del interés que provoca el material por el estilo gráfico incita a cumplir con lo visualizado.



## 6.4 Fundamentación de la Propuesta de Diseño y Presentación Final:

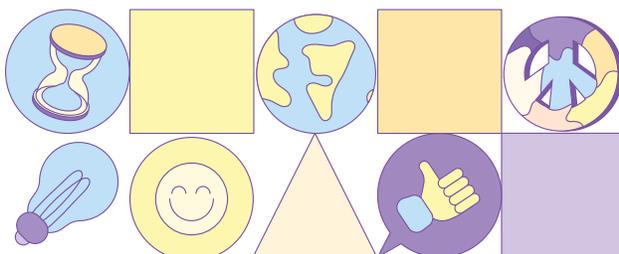
### 6.4.1 Concepto Creativo

#### VALORES QUE CULTIVAN ARTE

El concepto hace referencia al hecho de cultivar conocimiento, y en este caso de peso positivo para los niños y adolescentes. El concepto es aplicado a través de la enseñanza básica de valores de una manera dinámica y simple. El mismo surge como iniciativa para abrirle las puertas a muchas posibilidades a partir de esto. La implementación inteligente de un valor puede proseguir a resultados positivos y de beneficio tanto personal como comunal, más aún porque en las mentes pequeñas es más fácil fomentar nuevos conocimientos. A través de este proceso de autoconocimiento se busca darle una solución a la problemática del bullying actual de la institución.

Para beneficiar el entendimiento de cada valor se estudiaron específicamente valores que tuvieran que ver con el acoso escolar, y que por ende, ayuden a solucionar tal problemática. Cada frase y palabra que refuerza dichos valores busca promover la cultura de paz que se desea alcanzar a través del lenguaje visual y los elementos que complementan cada diseño.

Con el fin de darle mayor unicidad a cada pieza se trabajó una ilustración diferente por cada valor que busca interpretar al mismo de una manera metafórica.



Las frases que se derivan del concepto fueron planteadas con la ayuda de varias psicólogas infantiles de colegios para orientar la campaña netamente en la interpretación de valores que previenen el bullying y los resultados son:

**1 — Recordemos El: RESPETO**

Considera, reflexiona y sé digno.

Aprender a vivir en armonía es:

“Tratarnos a todos por igual y con dignidad.”

**2 — Actuemos con: RESPONSABILIDAD**

Aprecia, reconoce, sé justo y dale valor

a los demás.

Aprender a vivir en armonía es:

“Saber aceptar las consecuencias de nuestras decisiones, por eso es importante siempre pensar antes de actuar.”

**3 — Fortalezcamos La: AMABILIDAD**

Agradece, colabora, sé acomedido y afectivo.

Aprender a vivir en armonía es:

“Actuar con agradecimiento, educación y demostrar importancia por los demás en todo momento.”

**4 — Reforcemos La: HONESTIDAD**

Comparte, exprésate con la verdad, sé auténtico y razonable.

Aprender a vivir en armonía es:

“Tener la capacidad de ser siempre sinceros para formar una amistad más fuerte y unida.”

**5 — Practiquemos La: EMPATÍA**

Comprende, ayuda, haz conciencia y sé sensible.

Aprender a vivir en armonía es:

“Ser sensibles a la realidad de otros para sanar juntos.”

**6 — Fomentemos La: TOLERANCIA**

Convive, respeta, sé paciente y considerado.

Aprender a vivir en armonía es:

“Ser paciente con otras formas de pensar, ser y actuar sin permitir que nos hagan daño.”

**7 — Impulsemos La: INCLUSIÓN**

Comparte, incluye, valora a otros y sé comprensivo.

Aprender a vivir en armonía es:

“Aprendamos a integrarnos todos en equipo sin importar su condición, raza, origen, religión o género.”

**8 — Potenciemos La: SOLIDARIDAD**

Contribuye, colabora, sé servicial y humanitario.

Aprender a vivir en armonía es:

“Servir a otros con buenas acciones sin esperar algo a cambio.”

**9 — Valoremos La: HUMILDAD**

Admira, reconoce, respeta y sé considerado.

Aprender a vivir en armonía es:

“Reconocer lo positivo de los demás, aprender de ello y apoyarnos mutuamente.”

**10 — Apliquemos La: HONRADEZ**

Actúa con rectitud, sé justo y honesto.

Aprender a vivir en armonía es:

“Ser respetuosos y valorar a los demás siendo honestos con la verdad para ser respetados y valorados.”

**11 — Respetemos La: OBEDIENCIA**

Convive, respeta y sigue las reglas.

Aprender a vivir en armonía es:

“La conexión que tengamos con nuestros compañeros para tener un resultado positivo depende de que cumplamos con las reglas.”

**12 — Permitamos El: PERDÓN**

Comprende, sé justo y prudente.

Aprender a vivir en armonía es:

“Perdonar a los demás para sanar juntos.”

# ◆ Afiches - Campaña



## ♦ Branding - Campaña

**Logo:** La propuesta de logo final simplifica las propuestas anteriores, el grupo objetivo hace conocer que menos elementos les atraen más por la viveza de los colores. El slogan que le acompaña cambió al de “Por una Cultura de Paz en la Educación” haciendo más énfasis en un convivencia sana.



POR UNA  
CULTURA DE PAZ  
EN LA EDUCACIÓN

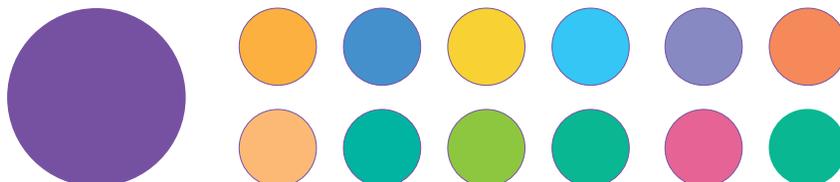
Se propone un slogan secundario que invita y hace una aclaración a solucionar el problema, que es el de dar a conocer cualquier problema con la persona indicada y a no quedarse callados si se es víctima o testigo de un caso de acoso.

**¡BASTA YA DE BULLYING!**

Denunciemos con un maestro o autoridad cualquier acto que nos impida ser felices.

## ♦ Código Cromático

Se hicieron cambios en el código cromático. El color principal será el morado por ser el color que representa al día mundial contra el bullying, además de identificarse con la magia, creatividad, infancia y dignidad. Se complementa con otras tonalidades de morado. El resto hace referencia a un valor cada uno y se identifica con aspectos positivos, a pesar de ser muchos colores se busca un balance. Se agregó el color magenta para resaltar elementos en las ilustraciones.



## ♦ Código Tipográfico

**TÍTULARES:** La tipografía elegida es palo seco, bastante moderna, juvenil y juguetona. Sus aspectos redondos y limpios realzan el dinamismo en los diseños en que se implementa. Esta tipografía es propiedad de Velvetyne Type Foundry y cuenta con derechos libres de reproducción y edición comercial.

**GULAX** Diseñada por Norman Gilbert

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!"#%&/()=?

**SUBTITULARES:** La tipografía Montserrat de por sí es bastante limpia y comprensible, la versión de alternates cumple el papel perfecto para comunicar algo a niños ya que los trazos redondos la hacen mucho más amigable e interactiva.

**MONTSERRAT ALTERNATES**

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!"#%&/()=?

### **CUERPOS DE TEXTO:**

La tipografía Montserrat en su aspecto normal funciona bien para comunicar el contenido ya que su fineza hace que sea estética y funcional. La legibilidad también beneficia su uso, además de ser la tipografía institucional de la Municipalidad.

**MONTSERRAT**

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

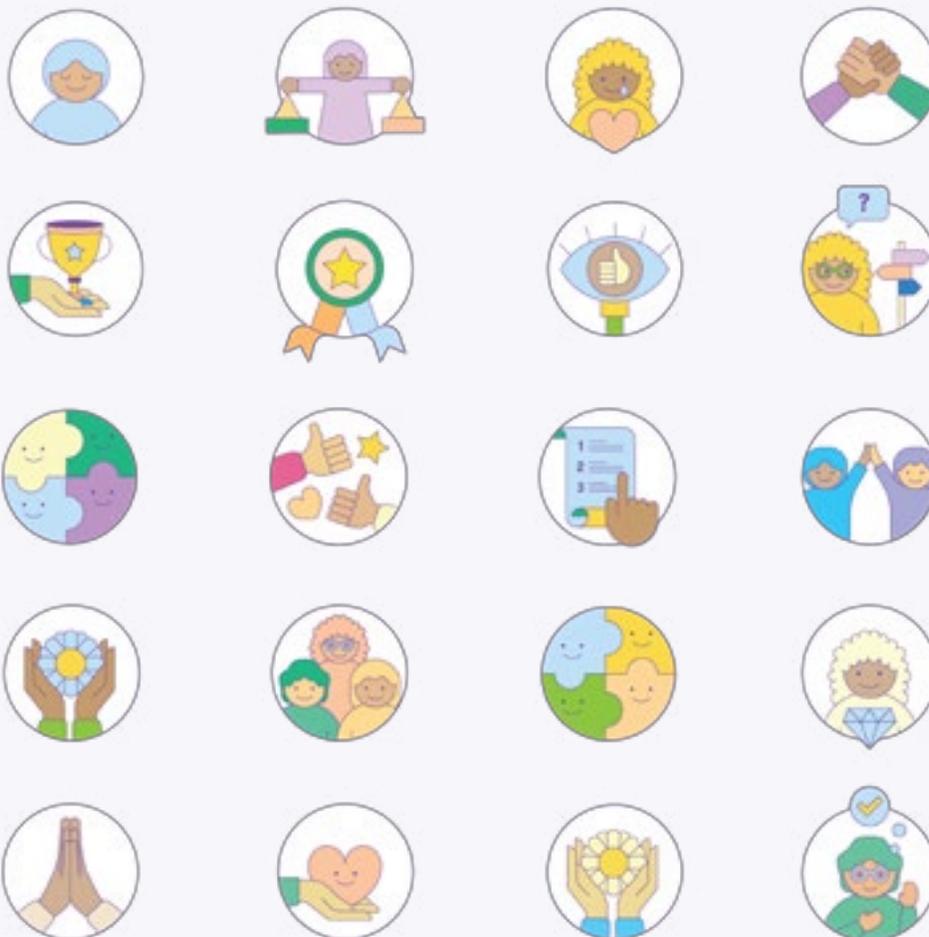
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!"#%&/()=?

## ◆ Código Icónico



Se busca interpretar de la manera más simple cada palabra que complementa el significado de los valores, estos además buscan interpretar niños de colores, esto porque son estudiantes de arte y se enfocan también en el valor del que se está hablando. Esto provoca que haya una mejor retentiva a la línea gráfica y en todo caso puede ayudar a recordar las palabras de las que se habla.

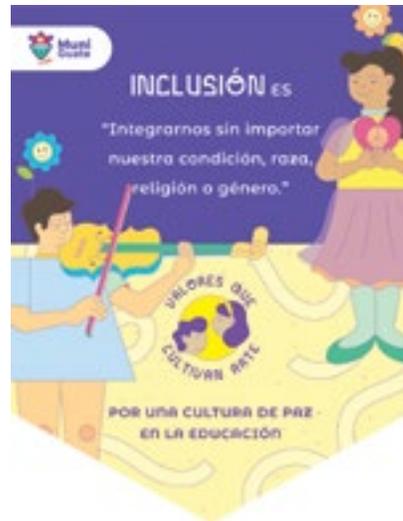


## ♦ Anuncios

Estos son un extracto de el contenido de los afiches, buscan acercarse más al grupo objetivo desde las aulas en un menor tamaño y con la información de los afiches más sintetizada.

Se organizó mejor el escudo de la municipalidad y el texto del slogan hasta arriba, también se trabajaron los errores de color sobre fondo oscuro.





## ♦ Manta

Se realizaron cambios en la composición de los textos que rodean la manta, el fondo, el título y la información contenida al pie de la pieza. Los elementos que componen la ilustración fueron reorganizados para obtener una mayor facilidad de lectura y orden visual.



# ◆ Banners

Los banners finales responden a frases más directas, los cambios fueron solo en las frases inferiores para no distraer del logotipo principal de la campaña, se mejoró la ubicación del texto y contrastes de color. Miden 24 pulgadas x 46 pulgadas.



♦ Guía Disciplinaria





**Índice**

<p><b>01</b> <b>Introducción</b> P. 11</p>	<p><b>04</b> <b>Experiencias Educativas</b> P. 24</p>	<p><b>07</b> <b>Procedimiento de Intervención</b> P. 47</p>	<p><b>10</b> <b>Lista de Referencias</b> P. 114</p>
<p><b>02</b> <b>Bullying</b> P. 17</p>	<p><b>05</b> <b>Cultura Negativa</b> P. 34</p>	<p><b>08</b> <b>Marco Legal</b> P. 56</p>	
<p><b>03</b> <b>Mediación para Resolución de Conflictos</b> P. 22</p>	<p><b>06</b> <b>Acceso y Participación Estudiantil</b> P. 44</p>	<p><b>09</b> <b>Referencias</b> P. 111</p>	





## ¿QUÉ ES BULLYING?



Es una forma de violencia que sucede dentro y fuera del establecimiento educativo, se manifiesta en comportamientos o conductas repetidas y abusivas con la intención de infringir daño por parte de uno o varias personas. Puede ser por fuerza, vulnerabilidad, mediante la discriminación utilizando la evidencia verbal, física, psicológica, de índole sexual, material o electrónica, el cual puede ser presenciado por observadores e testigos.

Oferta toda la comunidad educativa porque sabemos la importancia, cuando conseguimos logros en el desarrollo, desarrollo y el ejercicio de los derechos del estudiante.

### Signos y Síntomas

- **Cambios conductivos:** de estado de ánimo, tristeza, nervios e irritabilidad. Resaca, alteraciones en el sueño y la alimentación en general.
- **Deterioro conductivo:** calificaciones bajas y faltas.
- **Flaquea:** o se abstiene de participar en actividades de recreo/ocio.
- **Apatía:** con pocas respuestas o respuestas.
- **Algunas:** que falta frecuentemente a las actividades.
- **No acude:** voluntariamente.

### Síntomas que los Educadores Deben Detectar

- **La reducción de los alumnos:** del interés, de las ganas, de la asistencia, de la participación en actividades de clase o de la participación en actividades de clase.
- **Resaca:** conductiva en los cambios de conducta, de la asistencia, de la participación en actividades de clase.
- **La no participación:** voluntaria en actividades de clase.
- **Estado:** de ánimo de los alumnos, de la conducta, de la asistencia, de la participación en actividades de clase.
- **Nota:** de atención: los alumnos que están interesados, por la forma de ser y la forma de ser.
- **Apatía:** de los alumnos que están interesados, por la forma de ser y la forma de ser.
- **Reactivos:** conductivos.
- **Problemas de comportamiento:** de los alumnos que están interesados, por la forma de ser y la forma de ser.
- **El estado:** de los alumnos que están interesados, por la forma de ser y la forma de ser.
- **El estado:** de los alumnos que están interesados, por la forma de ser y la forma de ser.

## CIBER BULLYING

El uso frecuente de dispositivos móviles y redes sociales por parte de los estudiantes, ha permitido que el bullying se desarrolle en entornos virtuales, dando lugar al ciberbullying. Este tipo de bullying se caracteriza por el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para enviar mensajes de odio, amenazas, insultos, etc., a través de correo electrónico, redes sociales, mensajería instantánea, etc.

### Signos y Síntomas

#### EL PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO DEBE IDENTIFICAR

- **El estudiante:** en clase, que se muestra triste o irritable, que se muestra irritable.
- **Exposición:** voluntaria de los datos personales o información personal.
- **Revelación:** de datos personales que son confidenciales, por parte de los alumnos de otros cursos de la institución educativa.
- **Prestar atención:** a los alumnos que informan sobre la conducta o falta de asistencia y otros signos de un estudiante. Los cuales pueden haber sido recibidos por los docentes.
- **Observar:** un comportamiento de los estudiantes en el aula.
- **Un impacto significativo:** sobre el grado de asistencia de los estudiantes, de la participación en actividades de clase y de la participación en actividades de clase.
- **Cambios conductivos:** en los niveles de asistencia.
- **El estudiante:** que muestra síntomas de tristeza, depresión, falta de asistencia, falta de participación en actividades de clase.

### Protocolo de Intervención

Para Docentes de Bullying

1. Evaluar el caso de bullying y determinar el nivel de riesgo de los estudiantes involucrados. Puede utilizarse el formulario adjunto.
2. Se debe tener en cuenta la gravedad del caso y la necesidad de involucrar a otros docentes, personal administrativo y de apoyo.
3. Implementar el protocolo de intervención de bullying.
4. Si la problemática persiste, informar al área de apoyo.
5. Aplicación de medidas disciplinarias a los estudiantes involucrados.
6. Se debe brindar el apoyo emocional a los estudiantes involucrados en el caso de bullying.

## CAPÍTULO 3

### MALTRATO POR NEGLIGENCIA



¿QUÉ ES MALTRATO POR NEGLIGENCIA? Signos y Síntomas del Maltrato por Negligencia. Protocolo de Intervención en Situaciones de Maltrato por Negligencia.

Vivir en armonía es:  
"Ser pacientes con otras formas de pensar, ser y actuar sin permitir que nos hagan daño."



## SUSTANCIAS ADICTIVAS

### Consumo de Alcohol y Tabaco



Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), "es una enfermedad física y psicosocial que genera dependencia a sustancias psicoactivas."

- **DIROGAS**

Toda sustancia que interfiere en el organismo que puede modificar uno o varios de sus funciones alterando los pensamientos, acciones, percepciones y conductas de una manera que pueda hacer sentir mejor la experiencia, provocando momentos de felicidad y bienestar."

---

- **TABACO**

Es la forma más común de abuso de drogas psicoactivas por su clasificación en las adictivas, se produce antes de la nicotina y el alquitrán que se encuentran en el humo del cigarrillo.

---

- **ALCOHOL**

Es un líquido legal de mal olor y color, que afecta al sistema nervioso central y cuenta con un mayor número de efectos, desde el que los bebidas que se venden para que sean saludables y se consumen en exceso. Por su efecto en el cuerpo humano.

El alcohol afecta que contiene los bebidas, en promedio durante la fermentación de las bebidas con los azúcares de la fruta y la levadura.

Illustration: Shutterstock - Y. P. P. P. P.

### Signos y Síntomas de las SAs (de sustancias adictivas)

Es una enfermedad progresiva y fatal, caracterizada por episódicos cambios de bienestar, alteraciones del pensamiento y regulación ante la enfermedad, desde trastornos físicos biológicos, genéticos, psicológicos y sociales, representados por un conjunto de características generales:

FINICAS	EMOCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminución de peso</li> <li>- Aumento de la presión sanguínea</li> <li>- Disminución del sueño</li> <li>- Trastornos de memoria</li> <li>- Reducción de actividad y disminución de la capacidad para responder conductualmente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ansiedad</li> <li>- Depresión o baja ánimo</li> <li>- Cambios constantes en el estado de ánimo</li> <li>- Sensación de urgencia y descontrol</li> <li>- Adormecimiento</li> <li>- Angustia</li> </ul>

### Protocolo de Intervención

Para el consumo de sustancias adictivas y riesgo de alcohol

Las sustancias psicoactivas alteran el funcionamiento del sistema nervioso central y afectan al sistema de pensamiento, percepción y conducta. Por lo tanto, el consumo de drogas psicoactivas puede ser perjudicial para la salud y el bienestar de las personas.

El objetivo de la intervención es proporcionar apoyo y recursos para que las personas puedan superar sus problemas de consumo de drogas psicoactivas y mejorar su calidad de vida.

El protocolo de intervención debe ser desarrollado por un equipo multidisciplinario que incluya a profesionales de la salud, educadores, familiares y la comunidad.

El protocolo de intervención debe ser desarrollado por un equipo multidisciplinario que incluya a profesionales de la salud, educadores, familiares y la comunidad.

### Signos y Síntomas de la MIA (de la MIA de alcohol)

FINICAS	EMOCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de coordinación muscular</li> <li>- Vómito</li> <li>- Falta de equilibrio</li> <li>- Dificultad con la pronunciación</li> <li>- Somnolencia</li> <li>- Ausencia de reflejos de respuesta normal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desorientación</li> <li>- Irritabilidad</li> <li>- Tristeza</li> <li>- Cambios repentinos en el estado emocional</li> <li>- Activa de manera incoherente conductas que ponen en riesgo la salud individual</li> </ul>

## CAPÍTULO 5

### LÍDERES NEGATIVOS



¿QUÉ ES UN LÍDER?

Tipos de Líderes  
Líderes Positivos  
Líderes Negativos

Signos y Síntomas del Cyber Bullying

Protocolo de Intervención en Situaciones de Liderazgo Negativo

Vivir en armonía es:

**"Integramos todos en equipo sin importar su condición, raza, origen, religión o género."**



### ¿QUÉ ES ACOSO ESTUDIANTIL?



El acoso escolar es un maltrato por parte de un compañero o grupo de compañeros, dirigido hacia una persona, con la intención de humillar, intimidar o aislarla.

**Algunas de estas se pueden identificar como:**

- **Violencia:** agresiones, amenazas, aislamiento, confusión, vergüenza, celos y bromas humillantes.
- **La discriminación de género puede darse por comentarios ofensivos sobre "ser hombre por una forma de vestir o hablar" o por algún comentario como denigrante, humillante o agresivo.**
- **El acoso:**
- **Los gestos de comportamiento agresivo en contextos de seguridad (amenazas, intimidación, agresiones, etc.)**
- **Discriminación en base al género:** por usar los peinados culturalmente o factor biológico (hombres o mujeres).
- **Propuesta de relaciones sexuales o intentos de obtener un permiso, un acuerdo de amistad, etc.**
- **Una conducta que no se detiene por la persona que lo recibe, sino por una acción negativa.**
- **Tanto los hombres como las mujeres pueden percibir acoso sexual en contextos de otros espacios: centros docentes, actividades con colegas, compañeros, familiares o otros.**
- **Los comentarios despectivos también afectan a personas con otras de manera indirecta.**

### Signos y Síntomas

Existen manifestaciones físicas, verbales y no verbales por medio de las cuales se puede reconocer el acoso y hostigamiento sexual. Ejemplos:

VERBAL	NO VERBAL	FÍSICA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presión constante.</li> <li>• Intimidaciones sexuales.</li> <li>• Comentarios negativos sobre el cuerpo sexual, que incluyen insultos, propósitos u amenazas sobre quién se gusta.</li> <li>• Críticas al cuerpo de la víctima sexual.</li> <li>• Insultos.</li> <li>• Amenazas explícitas o implícitas, físicas o psicológicas de hacer o no hacer.</li> <li>• Propuestas sexuales.</li> <li>• Insultaciones relacionadas a sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miradas hostiles, sugeridas o implícitas o desviadas sobre el cuerpo.</li> <li>• Críticas o señalamientos.</li> <li>• Intimidación al mirar, ofensas y comentarios despectivos.</li> <li>• Interacción con conductas sexuales que se dirigen que "habla" sobre el cuerpo o intención de estar en contacto.</li> <li>• Negación de las manifestaciones sexuales que se dirigen a la víctima sexual o a la víctima.</li> <li>• Conductas de control sobre el cuerpo, desprecio o aislamiento de la víctima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intimidaciones físicas y otras conductas físicas de naturaleza sexual, incluyendo, pero no limitado a, tocar.</li> <li>• Forzados.</li> <li>• Acoso sexualizado.</li> <li>• Besos.</li> <li>• Agresiones.</li> <li>• Menstruación forzada o controlada, así como cualquier otro tipo de agresión sexual que implique contacto físico.</li> </ul>

#### Protocolo DE INTERVENCIÓN

Para Situaciones de Acoso y Hostigamiento

Los docentes correspondientes deben seguir en todo el momento el protocolo establecido en el manual de convivencia de la escuela, el que les servirá de guía para aplicar las acciones pertinentes.

**ES IMPORTANTE QUE LA AUTORIDAD DE LA ESCUELA DE APT, REALICE LA INVESTIGACIÓN.**

**Si la conducta persiste:** un trabajador en caso de la Dirección de Educación y Cultura para verificar las conductas correspondientes y verificar si se necesitan la aplicación de acciones según de manera efectiva y a su vez.

**Reunión con el alumno:** proporcionar al alumno apoyo correspondiente, según correspondiente, sobre la conducta inusual y los procedimientos de control, como la integridad de los involucrados y de manera legal.

### Protocolo DE INTERVENCIÓN a situaciones de acoso

Los docentes correspondientes deben seguir en todo el momento el protocolo establecido en el manual de convivencia de la escuela, el que les servirá de guía para aplicar las acciones pertinentes.

### CONDUCTAS INUSUALES

**Indicadores no diagnósticos:**

- En caso que el alumno no hubiera a la escuela comunicado o no contara de su enfermedad.
- **Si la persona se encuentra:**
- **Indicador:** preguntar al centro de su pediatría o clínica médica cercana, los días con los que se encuentra bajo tratamiento médico, confirmar si desea atención médica o trasladar a un familiar.
- **Indicador:** tomar a las autoridades correspondientes (Barridos Municipales).

En ambos casos revisar la base de datos "Seguimiento y traslado al centro de emergencia para informar de la situación. Mantener acompañamiento hasta que se retire de las instalaciones.

- La persona que identifica la situación debe comunicarlo inmediatamente a la dirección, personal administrativo, docente o autoridad facultada.
- Cuando se presenta o media la situación debe mantenerse la calma, proteger seguridad propia y los compañeros del lugar para resguardar su integridad física. Esperar un tiempo prudente, hasta que la persona manifieste signos de estabilidad.
- Revisar la base de datos "Seguimiento y traslado al centro de emergencia" e informar de la situación. Según sea el caso se debe referir al profesional correspondiente.



### RUTA DE DERIVACIÓN

Según la Ley 1766-Art. 26, 44 y 45 toda persona particular o que trabaje en instituciones públicas / privadas que sufran de alguna situación en donde se vean los derechos de la niñez, deberá tener la obligación de derivar y contar ante las autoridades correspondientes.

**Puede realizarlo de manera personal, por escrito o anónima, en base al protocolo que se muestra a continuación:**

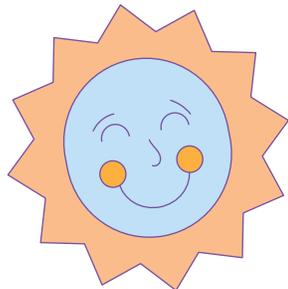
**Si la persona afectada es menor de edad:**

- En preferencia debe ser acompañado por los progenitores o tutores legales, o por un representante autorizado (abogado, defensor, etc.), o por un representante del menor de edad.
  - Si no es posible, presentar los antecedentes que respalden la representación de los hechos.
    - Procesos judiciales, documentos etc.
    - Acreditaciones profesionales, fotografías etc.
- El caso de las Actas de Declaración Presunta de la Agresión:
  - Declaración escrita.
  - Declaración respaldada.
    - Declaración respaldada por otros (familiares, vecinos, etc.).
    - Declaración respaldada por otros (profesionales, etc.).
- Si la persona afectada es sujeta con el apoyo de los progenitores, tutores legales es necesario:
  - Algunas personas con deterioro cognitivo o sensorial o con discapacidad que requiera apoyo legal o social para poder ejercer los derechos del menor de edad.

**Si la persona afectada es mayor de edad:**

- Formar documento único de identificación (DUI)
  - Si es imprescindible que la persona vulnerable se presente a recibir el apoyo.
    - Identificar hechos.
- Si es posible, presentar los antecedentes que respalden la representación de los hechos.
  - Procesos judiciales, documentos, etc.
  - Acreditaciones profesionales, fotografías, mensajes etc.

Instancia	Dirección y Teléfono	Horario de Atención
1. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC)	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
2. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
3. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
4. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
5. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
6. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
7. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
8. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
9. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
10. Oficina de Atención al Ciudadano (OAC) - Sede Regional	Calle 10 de Agosto s/n, Edificio de la Alcaldía, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica. Teléfono: (506) 2222-1111	De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

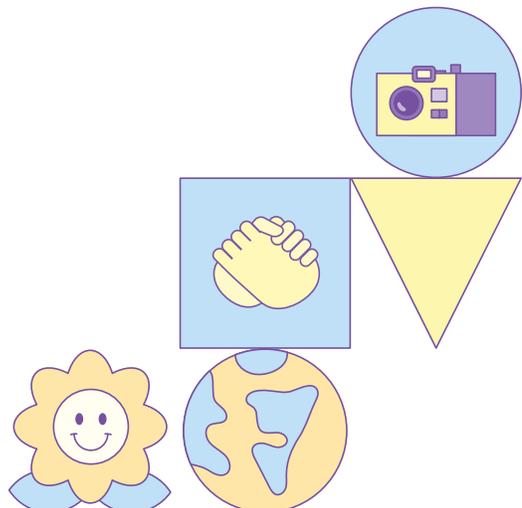


## 6.5 Lineamientos de la puesta en práctica

El material editorial se conforma por el manual descriptivo que explica las diversas problemáticas que se han vivido últimamente, este mismo busca cumplir la función de una propuesta como acción preventiva para lograr una promoción social positiva de valores dentro de las instalaciones de la institución. Este mismo será utilizado por los docentes de cada una de las escuelas municipales de arte (artes visuales, danza clásica, música y escultura).

El material impreso que conforma la campaña será propuesto al grupo objetivo durante un período más corto de tiempo, con la excepción de las piezas a trabajar durante cada mes del año. Con esto se busca tener un ambiente seguido donde se inculcan conocimientos como herramientas para un mejor presente y futuro.

El material podrá ser utilizado en el día mundial contra el bullying, talleres y charlas, asambleas, eventos sobre la prevención del bullying.



PIEZA	Medio de Publicación o Reproducción	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	DISTRIBUCIÓN
<p><b>Mnual Descriptivo</b></p> <p>Nivel 1, 2 y 3 del Centro Cultural Municipal.</p>	<b>impreso</b>	<p>Litografía</p> <p>17 " x 11 " abierto 8.5 " x 11 " cerrado</p> <p>Páginas interiores, papel couché mate. Portada y Ctpd. Texcote, tipo revista</p> <p>Full color engrapado al centro</p>	<p>Docentes del Centro Cultural Municipal.</p> <p>1 manual por escuela municipal artística, es decir 4 + 2 copias extra = 7 copias del manual.</p> <p>A partir del inicio del ciclo 2019 (enero)</p>
<p><b>Afiches</b></p> <p>Nivel 1, 2 y 3 del Centro Cultural Municipal. Edificio anexo al Antiguo Palacio de Correos</p>		<p>17 " x 11 "</p> <p>Texcote, gramaje 120 Barnizado Mate</p> <p>Full color</p>	<p>Pasillos del Centro Cultural Municipal.</p> <p>A partir del ciclo 2019 se inicia con el primer valor, son 12 valores, 1 por mes.</p> <p>15 afiches por mes por valor.</p> <p>180 afiches al año.</p>
<p><b>Anuncios Circulares</b></p> <p>Nivel 1, 2 y 3 del Centro Cultural Municipal. Edificio anexo al Antiguo Palacio de Correos</p>		<p>8 " x 8 "</p> <p>Texcote, gramaje 120 Barnizado Mate</p> <p>Full color</p>	<p>Interior de las aulas</p> <p>A partir del ciclo 2019 se inicia con el primer valor, son 12 valores, 1 por mes.</p> <p>7 piezas por mes por valor.</p> <p>84 anuncios al año.</p>
<p><b>Banners</b></p> <p>Nivel 1, Centro Cultural Municipal.</p>		<p>24 " x 46 "</p> <p>Lona mate con ojete y suspensores de cable.</p> <p>Full color</p>	<p>Patio general del Centro, espacio de concurrencia</p> <p>En el mes de mayo, conmemorando el día mundial contra el bullying.</p> <p>4 banners colgantes.</p>
<p><b>Manta Vinilica</b></p> <p>Nivel 1 del Centro Cultural Municipal.</p>		<p>46 " x 33 "</p> <p>Lona mate con ojete para colocar en pared</p> <p>Full color</p>	<p>Corredor principal de la institución.</p> <p>En el mes de mayo, conmemorando el día mundial contra el bullying.</p> <p>1 pieza</p>

Tabla 7

## 6.6 Presupuesto

### INFORME ANUAL 2018: Programas Y Proyectos

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
<b>FASE 01 — Investigación</b>		
01 — Antecedentes	07 Horas	Q 350.—
02 — Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual	08 Horas	Q 400.—
03 — Justificación del Proyecto	05 Horas	Q 250.—
04 — Objetivos	05 Horas	Q 250.—
05 — Perfil de la Institución	07 Horas	Q 350.—
06 — Perfil del Grupo Objetivo	20 Horas	Q 1,000.—
07 — Marco Teórico	48 Horas	Q 2,400.—
<b>TOTAL</b>	<b>100 Horas</b>	<b>Q 5,000.—</b>
<b>FASE 02 — Planeación Operativa</b>		
01 — Ruta Crítica o Flujograma	10 Horas	Q 500.—
02 — Cronograma de Trabajo	10 Horas	Q 500.—
<b>TOTAL</b>	<b>20 Horas</b>	<b>Q 1,000.—</b>
<b>FASE 03 — Briefing</b>		
01 — Entrevista	05 Horas	Q 250.—
02 — Recopilación de Información	05 Horas	Q 250.—
<b>TOTAL</b>	<b>10 Horas</b>	<b>Q 500.—</b>
<b>FASE 04 — Recopilación de Referencias</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>12 Horas</b>	<b>Q 600.—</b>
<b>FASE 05 — Diseño de Estrategia Creativa de las Piezas de Diseño</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>48 Horas</b>	<b>Q 2,400.—</b>
<b>FASE 06 — Definición de Concepto Creativo</b>		
01 — Técnica Creativa	24 Horas	Q 1,200.—
02 — Concepto Teórico	48 Horas	Q 2,400.—
<b>TOTAL</b>	<b>72 Horas</b>	<b>Q 3,600.—</b>

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
<b>FASE 07 — Producción Gráfica y Validación</b>		
<i>Visualización / Nivel I</i>		
01 — Bocetaje Rough <i>a mano</i>	50 Horas	Q 2,500.—
02 — Fundamentación Teórica	10 Horas	Q 500.—
<b>Total Nivel I</b>	<b>60 Horas</b>	<b>Q 3,000.—</b>
<i>Visualización / Nivel II</i>		
01 — Bocetaje Digital y Acabados de Pieza	75 Horas	Q 3,750.—
02 — Fundamentación Teórica	10 Horas	Q 500.—
03 — Validación con Expertos	10 Horas	Q 500.—
04 — Modificaciones	24 Horas	Q 1,200.—
<b>Total Nivel II</b>	<b>119 Horas</b>	<b>Q 5,950.—</b>
<b>TOTAL</b>	<b>179 Horas</b>	<b>Q 8,950.—</b>
<b>FASE 08 — Producción Gráfica Final</b>		
01 — Diseño - <i>Códigos Visuales: Tipografía, Color e Imagen</i>	20 Horas	Q 1,000.—
02 — Diagramación de Manual - <i>Retrícula, Jerarquía, Formato, Págs Interiores, Portada y Contraportada</i>	100 Horas	Q 5,000.—
03 — Diagramación Piezas de Campaña - <i>Afiche (12x18), Adaptación Síntesis (8.5x11)...</i>	100 Horas	Q 5,000.—
04 — Ilustraciones - <i>Aprox. 25</i>	100 Horas	Q 5,000.—
05 — Iconografía	15 Horas	Q 750.—
06 — Banners	10 Horas	Q 500.—
07 — Manta Vinílica	5 Horas	Q 250.—
<b>TOTAL</b>	<b>350 Horas</b>	<b>Q 17,500.—</b>

Tabla 8

## RESUMEN ANUAL 2018: Programas Y Proyectos

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
Fase 01	100 Horas	Q 5,000.—
Fase 02	20 Horas	Q 1,000.—
Fase 03	10 Horas	Q 500.—
Fase 04	12 Horas	Q 600.—
Fase 05	48 Horas	Q 2,400.—
Fase 06	72 Horas	Q 3,600.—
Fase 07	179 Horas	Q 8,950.—
Fase 08	350 Horas	Q 17,500.—
<b>SUBTOTAL ESTIMADO</b>	<b>780 Horas</b>	<b>Q 39,550.—</b>
<b>(+) INSUMOS ESTIMADOS</b>		
Luz		Q 600.—
Teléfono		Q 300.—
Transporte		Q 300.—
Depreciación del Equipo	3 Meses	Q 1,000.—
Internet		Q 300.—
Comida		Q 200.—
Impresiones		Q 700.—
<b>TOTAL INSUMOS ESTIMADO</b>		<b>Q 3,400.—</b>
<b>COSTO TOTAL DE ACTIVIDADES</b>		<b>Q 39,550.—</b>
<b>COSTO TOTAL DE INSUMOS</b>		<b>Q 3,400.—</b>
<b>TOTAL ESTIMADO DEL PROYECTO</b>		<b>Q 42,950.—</b>

## 6.7 Cotización



CONTÁCTENOS, S.A.  
NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. **15,250**

FECHA: **23/10/2018**

CLIENTE: **Giancarlo Robelo**

ATENCIÓN A:

DIRECCIÓN:

NIT:

EMAIL:

COTIZACIÓN VÁLIDA: **Por 15 días hábiles**

TIEMPO DE ENTREGA: **05** DÍAS HÁBILES

FORMA DE PAGO **Efectivo / Crédito**

PREPARADA POR **Pablo Villela**

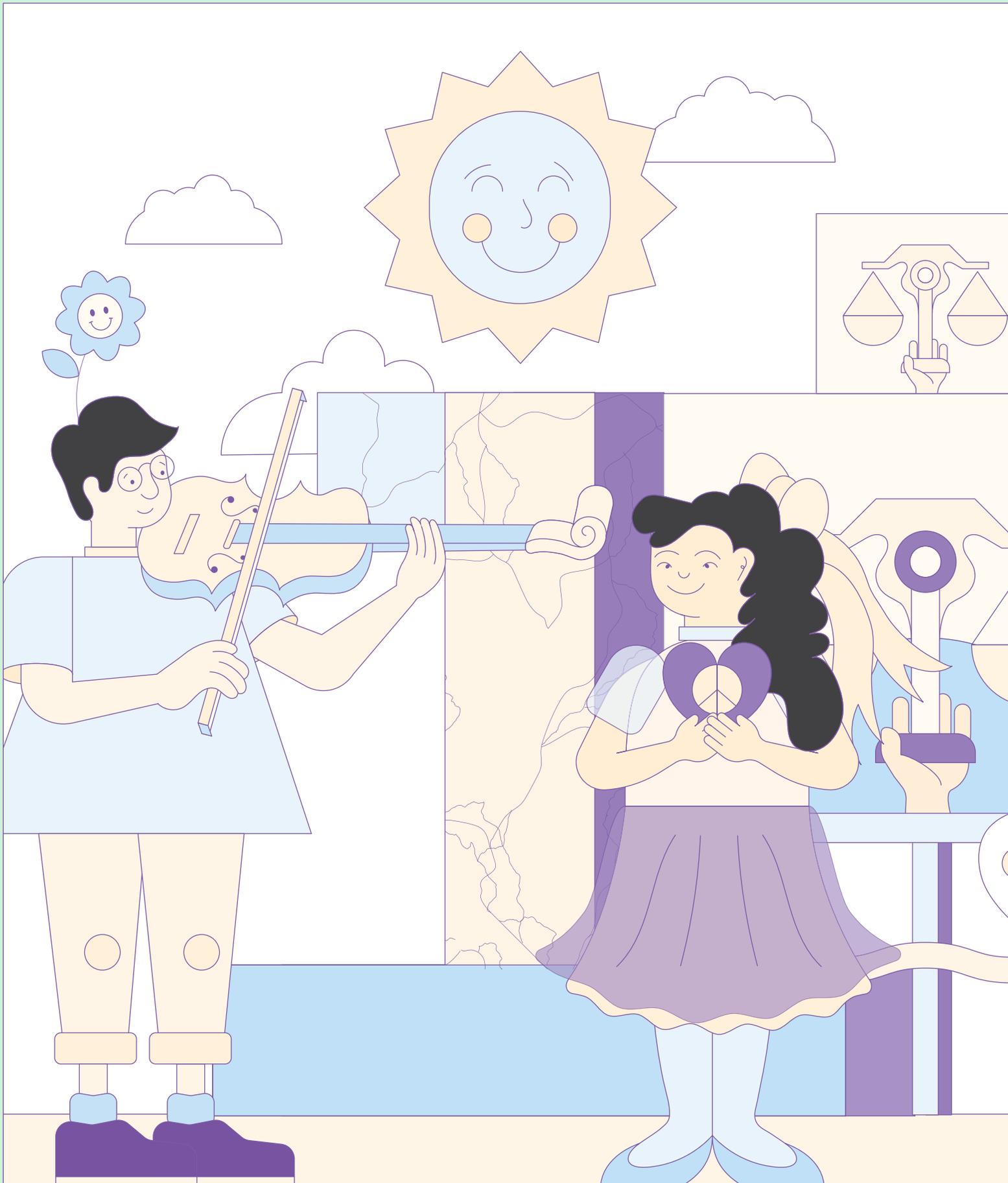
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
180	Afiches impresión digital full color solo tiro tamaño 12x18" en textcote.	Q 5.50	Q 990.00
84	Anuncios impresión digital full color solo tiro tamaño 8x8" en textcote troquelados.	Q 15.50	Q 1,302.00
07	Piezas informativas vinil adhesivo matte o brillante instalado sobre pvc de 2mm de tamaño 18x24"	Q 60.00	Q 420.00
01	Lona vinilica impresión estandar mate o brillante de tamaño 33x46"	Q 55.00	Q 55.00
04	Lona vinilica impresión estandar mate o brillante de tamaño 24x46"	Q 41.25	Q 165.00
02	Infografías vinil adhesivo matte o brillante instalado sobre pvc de 2mm de tamaño 18x24"	Q 100.00	Q 200.00
2,000	Pines de 6cm incluye la impresión.	Q 2.25	Q 4,500.00
2,000	Separadores impresión digital full color duplex tamaño 5.5x14cm en husky	Q 0.60	Q 1,200.00
10	Piezas editoriales impresión digital full color tamaño carta cerrada en papel bond 120grs con empastado suave de 72 páginas	Q 228.00	Q 2,280.00
			<b>Q 11,112.00</b>

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% — Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega  
Una vez firmada la cotización, ésta puede ser tomada como orden de compra y el Cliente acepta los diseños como artes finales

**NOTA:** Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión

Firma de Aceptado

Fecha Aceptado



CAPÍTULO

#07/

# LECCIONES APRENDIDAS

**7.1 Lecciones Aprendidas al Iniciar el Proceso**

**7.2 Lecciones Aprendidas Durante el Proceso**

**7.3 Lecciones Aprendidas al Finalizar el Proceso**

## 7.1 Lecciones al Iniciar el Proceso:

### SER CONSCIENTES

Es importante tener claro el proceso que se debe de llevar a cabo antes de comenzar a realizarlo, es decir, incluso con la terminología. Esto nos facilita saber hacia dónde dar los pasos correctos y no darlos en vano a ciegas para luego atrasarnos. Para esto es necesario estar al tanto de todos los aspectos de valor como tiempo, requerimientos y datos relevantes que puedan ser de ayuda desde diferentes fuentes para lograr el mejor resultado posible.

---

### ELEGIR EL PROYECTO

Se debe ser cuidadoso al escoger qué proyecto llevar a cabo, esto porque considero que uno puede dar más de sí mismo si se elige un tema de interés ya que por naturaleza nos sentimos mejor con algo que comprendemos más a totalidad. Y me refiero al tipo de proyecto y no al tema del mismo, ya que este puede variar mucho dependiendo del lugar. Es diferente tener el ideal de hacer o mejorar algo que me guste a hacer algo por hacerlo sin saber mucho del tema, esto solo evita pasión y hace el tramo más lento. Para lograr esto se debe tener paciencia en buscar la mayor cantidad de opciones posibles, priorizando por categorías.

---

### YA SOMOS PROFESIONALES

Hay que tener en cuenta que así como nos posicionamos frente a instituciones de prestigio debemos mostrarnos a nosotros mismos como profesionales, es decir, hacernos a la idea y serlo en caso no sea ya una costumbre. Esto para saber delimitar lo que es necesario recalcar o solicitar, en el caso de la información o contenido del proyecto una vez definido, de otra manera las personas pueden creer que no es relevante o urgente cuando sí que lo es. Al final el proyecto es propio y requiere de un interés completo para sacarlo con éxito.

## 7.2 Lecciones Durante el Proceso:

### INSPIRACIÓN

Nuestro mayor punto de inspiración puede surgir del lugar en el que estamos realizando el proyecto, pues esto nos puede dar una mayor capacidad de análisis en cuanto al entorno, y no solamente físico sino en cuanto a historia e información relevante, medios en los que se desenvuelven e incluso eventos. El ser muy observadores nos puede hacer ver detalles que no se ven a simple vista o que otras personas podrían considerar relevantes.

---

### PLANIFICACIÓN A DETALLE

Saber organizar nuestra forma de trabajar es crucial para poder cobrar justamente nuestro trabajo. Hay que saber administrar nuestros recursos y encontrar un balance entre algo que sea bueno, funcional y que no exceda nuestra energía y tiempo. Es importante saber analizar bien lo que se quiere hacer con anticipación, es decir, dedicarle un buen tiempo a todos los aspectos que nos serán requeridos dar la atención necesaria ya que una vez que comencemos a diseñar tenemos ya delimitada una dirección y esta debería ser la mejor opción resultado de una evaluación detallada. Además, el hecho de que estemos trabajando por este período de tiempo para esta institución indica que todo debe llevar un orden y un proceso con el personal adecuado para obtener mejores resultados en menor tiempo.

---

### ES BUENO VARIAR

Es importante reconocer que el diseño hoy en día puede caer el riesgo de resultar en lo cotidiano y esto arriesga la atención que el público objetivo le preste al proyecto. Siempre que se pueda innovar o cambiar adecuadamente la forma de interpretar algo hay que arriesgarse a hacerlo, puesto que entonces tomamos el papel de influenciar nuevas formas de comunicar visualmente algo. Con esto se debe tener en cuenta que lo diferente no siempre es lo mejor ni lo más común, siempre es una mezcla de estos aspectos para lograr un balance adecuado entre lo interesante y lo normal.

## 7.3 Lecciones al Finalizar el Proceso:

### ESTUDIAR LOS IMPREVISTOS

Hay que reconocer que muchas veces el resultado obtenido puede variar bastante de nuestros primeros bocetos y hay que saber que a veces los cambios son buenos puesto que nos pueden hacer ver cosas que pasamos desapercibidas, o en otros casos nos pueden dar ese algo que el proyecto necesitaba para ser mejor, aunque a veces las cosas se compliquen debemos confiar en nuestro instinto y tomar decisiones que valgan.

---

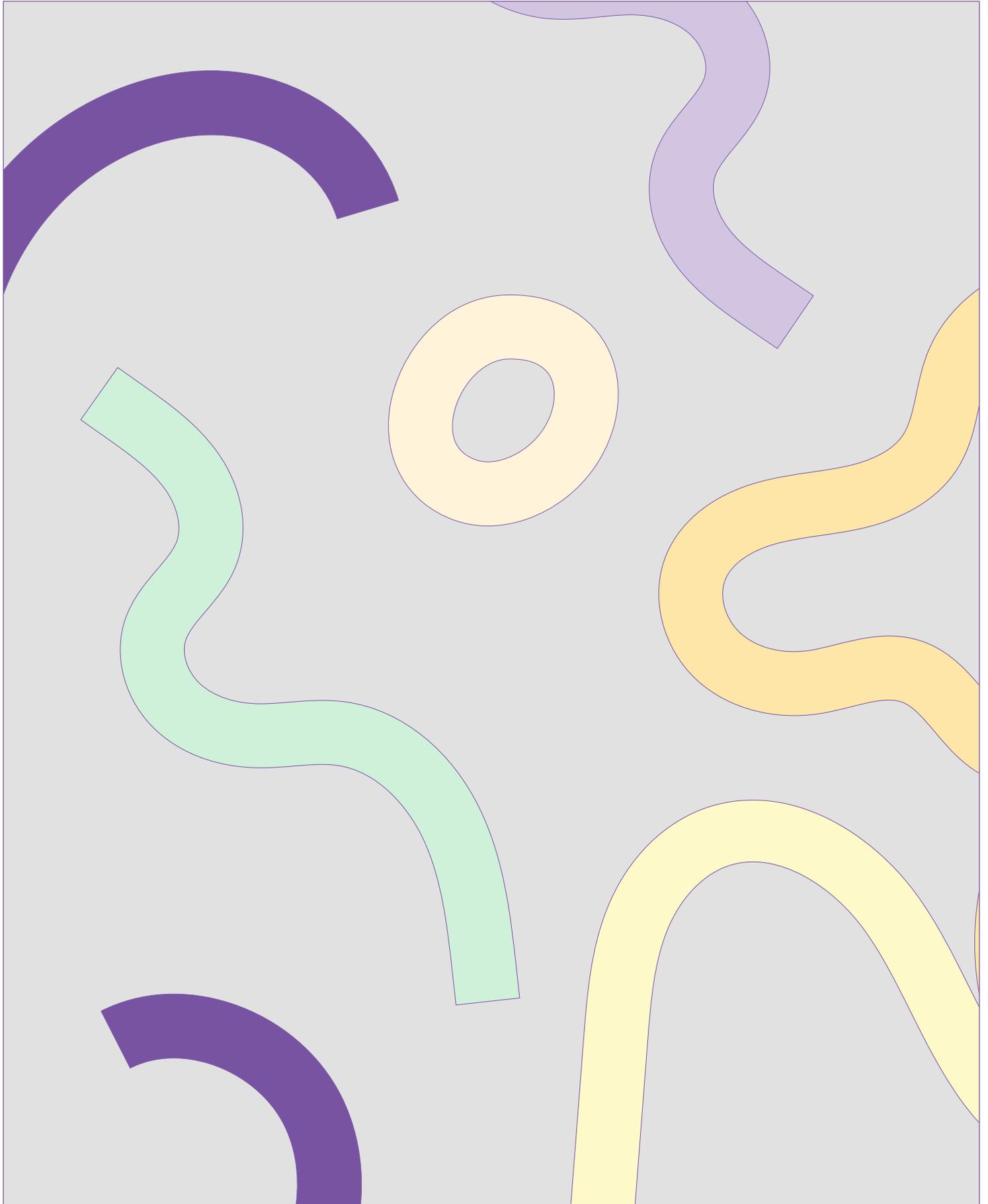
### EL TIEMPO ES VALIOSO

Como diseñadores tenemos la capacidad de crear infinitas variaciones o detalles que pueden mejorar nuestro diseño, pero como profesionales debemos saber delimitar qué tanto vale la pena explorar nuevas posibilidades una vez algo nos convenza de que es bueno. Más allá de lo que dicten los resultados de las validaciones creo que es muy necesario formar un criterio propio que nos facilite el proceso de toma de decisión; claro que con la práctica esto se vuelve una tarea común y por ende se tiene mayor fundamento, capacidad de crítica y estética.

---

### SIEMPRE HAY ALGO NUEVO QUE APRENDER

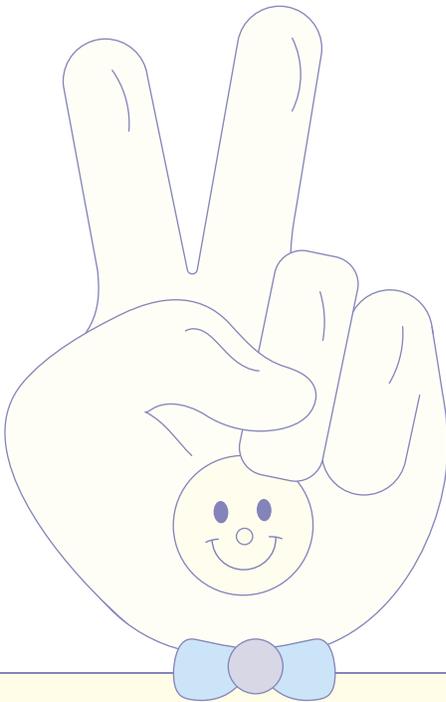
El buen desarrollo de un proyecto dependerá mucho de que tanto se pueda nutrir cada parte, puesto que el proceso es tan importante como el resultado, se debe ser cauto en cada fase, como en una construcción, donde cada pieza o elemento material es esencial para el buen funcionamiento del mismo. Así como soy bueno en ilustración, me fue de beneficio el aprender a formar frases que comuniquen correctamente el concepto o información deseada. Todos los aspectos nos pueden beneficiar para aprender algo bueno, hasta para comunicar nuestras ideas con el cliente.





CAPÍTULO  
**#08/**

# CONCLUSIONES

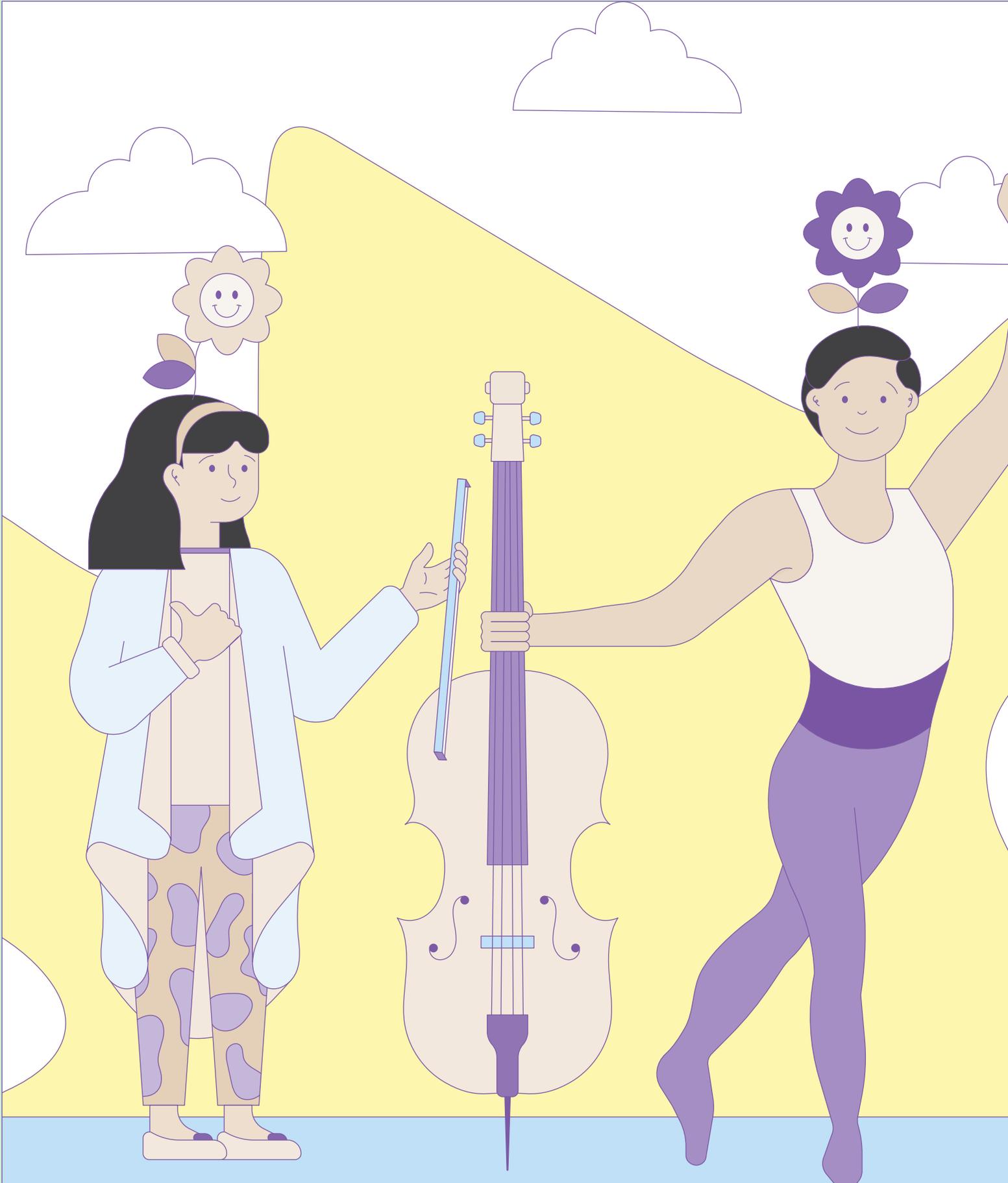


El desarrollo de la campaña logra cumplir con el objetivo de concientizar y sensibilizar a los estudiantes de las Escuelas Municipales de Arte a través del planteamiento de frases, ilustraciones e iconos para reforzar el mensaje que busca prevenir y solucionar las diferentes problemáticas encontradas. Siendo niños y adolescentes se tuvo que evaluar a detalle cada aspecto relacionado a la comunicación visual en niños, tema que puede resultar un tanto delicado debido al tema que se está trabajando.

El hecho de ser una institución educativa y contar con un plan que prevenga la problemática del bullying no debería de ser novedad debido a la incidencia que se tiene como factor en común. Esto significa una herramienta que beneficia tanto a los estudiantes como a los docentes puesto que se tiene presente una forma de anticiparse a las consecuencias que pueden afectar el desarrollo de los niños y adolescentes. Darles ese incentivo de preocupación y hacerlos conscientes del problema puede significar más opciones para salvarlos de cualquier cosa que pueda perjudicar su formación presente y por ende futura.

El diseño gráfico puede facilitar de muchas maneras el entendimiento de algo, es más, es el diseño el que dicta a veces el interés por algo. Ya sea que se relacione al gusto personal de alguien o que simplemente esté bien hecho, nos alienta a preservar y a tratar de comprender de mejor manera las cosas. Los recursos visuales en el caso de los estudiantes más niños son el aspecto más relevante para poder lograr una comunicación funcional.

Resolver un problema creativamente puede ayudar mucho más que desde la educación normal con la que uno cuenta. Es por esto que este tipo de proyectos cumple una función de gran valor como una semilla que puede cosechar iniciativas o movimientos completos a través de plataformas como lo es la Municipalidad de la Ciudad Capital. La responsabilidad social que recae sobre nosotros como diseñadores es relevante de tomar en cuenta para poder siempre aportar mucho más de lo que se pide, pues no se sabe cuando una historia, frase, logo, dibujo puede cambiar la perspectiva de alguien sobre algo negativo o simplemente despertar el interés necesario para lograr algo más.





CAPÍTULO

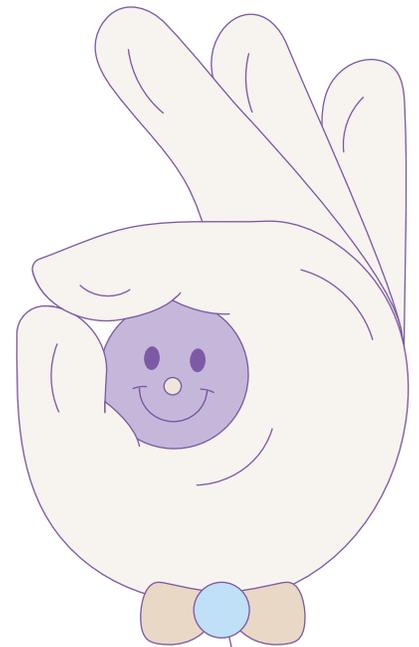
#09/

# RECOMENDACIONES

**9.1 A la Institución**

**9.2 A Futuros Estudiantes del Curso Proyecto de Graduación**

**9.3 A la Escuela de Diseño Gráfico**



## 9.1 A la Institución

El buen manejo del material dependerá de que se le haga un correcto seguimiento a la planificación determinada, este puede ser reutilizado en varias ocasiones para el fin que se requiera. Incluso tomando como idea base lo propuesto para cosas más grandes como seminarios, talleres, foros o actividades que engloben la temática de prevención al acoso estudiantil, puesto que las posibilidades son infinitas, se cuenta ahora con material de calidad para adaptarse al fin que se desee.

---

Al momento de decidirse por un lugar para reproducir todo el material, se recomienda evaluar con precisión la calidad obtenida, siempre el precio puede variar en cuanto a una mejor calidad, pero se pueden conseguir lugares que adecuan de mejor manera los precios dando resultados igual de buenos.

---

Se recomienda poder darle un seguimiento más detallado a proyectos externos en cuanto a asesoría, de una manera más objetiva y a profundidad, aunque esto siempre depende de la disponibilidad por ser algo que no está incluido en la calendarización de sus actividades. Esto se puede lograr también a través de la sinceridad de un punto de vista, puesto que si es un estudiante que quiere ser profesional se le debe tratar como tal y dar una crítica correcta a preferencia de una que evite hacer sentir mal al estudiante.

## 9.2 A Futuros Estudiantes del Curso Proyecto de Graduación

### COMUNICACIÓN FLUIDA

Una buena comunicación facilita cualquier proceso y beneficia al proyecto en general. Ya sea con nuestros catedráticos, asesores o jefe inmediato, se recomienda resolver cualquier duda que se tenga respecto al proyecto en sí o el proceso que conllevan los requerimientos de la universidad. El estar al tanto de todo nos puede dar un mejor panorama para dar paso agrandados en nuestro proyecto.

---

### AYUDA EXTERNA

Saber pedir ayuda, asesoría o crítica es esencial para lograr proyectos de éxito puesto que la perspectiva personal puede variar mucho hasta el punto de no tomar en cuenta pequeños detalles que puedan afectar la correcta comprensión del diseño. En mi caso, me fue de ayuda solicitar la ayuda de varias psicólogas, fuera de la validación, para saber comunicar correctamente valores a niños y adolescentes, donde el lenguaje puede que a veces resulte incomprensible para ellos.

---

### HUIR DE LAS LAGUNAS MENTALES

Como diseñadores es nuestro deber no encajonar nuestra creatividad y por esto bloquear nuestro proceso de diseño. Hay que aprender a disfrutar del proceso, vivirlo, amarlo y empaparnos de todo lo que sea necesario para sacar lo máximo de nuestra mente y obtener mejores resultados sin redundar en propuestas que desde un principio se sabe que no son funcionales. Comenzando por incluirnos dentro de nuestro grupo objetivo a manera de sentirnos identificados y tener más empatía con ellos, creo que de esta manera se pueden obtener resultados más sinceros y que no costará descifrar o que no estarán encaminados a otras perspectivas.

## 9.1 A la Escuela de Diseño Gráfico

Se recomienda instruir de manera amplia una preparación para el proyecto, puesto que la costumbre de tener todo planeado por parte de los catedráticos nos puede hacer perder un poco la orientación para saber cómo proceder ante diferentes circunstancias. Quizá reforzando la parte de Desarrollo y Gestión de Proyectos como una preparación más amplia, o tal vez comenzando a ver aspectos que serán relevantes de conocer previo a iniciar el proceso de gestión de diseño.

---

El proceso de asesoría con los catedráticos siempre depende de cuestiones como tiempo, paciencia y el saber manejar la crítica. En el caso de mi proyecto esta fue siempre muy objetiva y buena, que de hecho me ayudó a mejorar la calidad de mis propuestas de diseño. Sin embargo, a veces el proceso de espera para poder recibirla puede ser algo desordenado y por cuestiones de transporte uno puede perder esta oportunidad de crítica para orientar mejor los resultados.

---

Es importante que como estudiantes tengamos a la mano un manual o guía impresa sobre el proceso del proyecto, hasta cierto punto debería de ser requisito el contar con un manual que guíe todo el proceso y aspectos a evaluar para no perderse de nada en caso no se pueda asistir. Este material debería estar a una disponibilidad breve donde no se tenga que esperar mucho y nosotros mismos podamos resolver las dudas más comunes resultado de estudiantes que anteriormente pasaron por dicho proceso.



# FUENTES CONSULTADAS

## ENTREVISTAS

Samuels D. (2016) This motivational talk from former Vol Inky Johnson is worth sharing with your staff and players. Entrevista con el Motivador y Futbolista. Consultado en: <http://footballscoop.com/news/this-motivational-talk-from-former-vol-inky-johnson-is-the-ultimate-motivation/>

## LIBROS

Ambrose, G. (2010) Metodología del Diseño. España: Parramón.

Costa, J. (2009) El Dircom Hoy. Barcelona, España: Granollers.

Gálvez-Sobral, J. (2010) Bullying, Percepción de los futuros docentes en Guatemala. Ministerio de Educación, Dirección de Evaluación e Investigación del Ministerio de Educación, Guatemala

Goodstein, L., Nolan, T., Pfeiffer W., (1998) Planeación Estratégica Aplicada: Cómo Desarrollar un Plan que Realmente Funcione. Bogotá:Colombia, Editorial McGraw Hill

Kotler, P., Armstrong, G. (2001) Marketing. Naucalpan de Juárez, México: Editorial Pearson Educación.

[1][2][3] Lambin, J.J. (1995) Marketing Estratégico. Madrid: España. Editorial McGraw Hill.

Lupton, E. (2012) Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking. Editorial Gustavo Gili

Ministerio de Educación -MINEDUC- (2012) Protocolo de Identificación, atención y referencia de casos de violencia dentro del sistema educativo nacional. Ministerio de Educación -MINEDUC- Guatemala, Guatemala.

Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala -ODHAG- (2016) Guía sobre el Acoso Escolar. Guatemala, Guatemala.

Procurador de los Derechos Humanos -PDH- (2017) Vivir con Dignidad es un Derecho. [Folleto 1]. Oficina del Procurador de los Derechos Humanos de Guatemala -PDH-

Procurador de los Derechos Humanos -PDH- (2017) El Derecho a una Escuela Libre de Violencia. [Folleto 2]. Oficina del Procurador de los Derechos Humanos de Guatemala -PDH-

Russell T., Lane R. (2001) Kleppner Publicidad. Nauacalpán de Juárez, México: Editorial Prentice Hall.

**SITIOS WEB**

Alonso, D. (2015) El Modelo Triaxial de los Valores de Simon Dolan. Artículo del Portal Web Coaching X(Por) Valores. España. Recuperado en: 12/09/2018 de: <https://coachingxvalores.com/el-modelo-triaxial-de-los-valores/>

Arenas, F. (2010) Acrósticos y Abecedarios. Universidad de Valencia, España. Disponible en: <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-AcrosticosYAbecedariosDeLaRetoricaYPoeticaSHebreaS-3643211.pdf>

Chipara S. (2014) Terminología en torno al ámbito tipográfico y la parametría. España. Disponible en: <https://graffica.info/terminologia-tipografica-y-parametria/>

Cuadras, M. (2012) Influencia de la Percepción Visual y su Tratamiento en el Aprendizaje. Barcelona. España. Obtenido en: 18/09/2018 de: <http://psicopedagogias.blogspot.com/2007/12/influencia-de-la-percepcin-visual-y-su.html>

Cyberclick (S.F.) Campaña Publicitaria. España. Cyberclick Web. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria>

Decreto N° 97 (1996) Ley para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Intrafamiliar. Compilación de Leyes Penales de Guatemala. Congreso de la República de Guatemala. Disponible en: [http://www.oj.gob.gt/es/QueEsOJ/EstructuraOJ/UnidadesAdministrativas/CentroAnalisisDocumentacionJudicial/cds/CDs%20compilaciones/Compilacion%20Leyes%20Penales/expedientes/12\\_LeyAntiViolenciaFamiliar.pdf](http://www.oj.gob.gt/es/QueEsOJ/EstructuraOJ/UnidadesAdministrativas/CentroAnalisisDocumentacionJudicial/cds/CDs%20compilaciones/Compilacion%20Leyes%20Penales/expedientes/12_LeyAntiViolenciaFamiliar.pdf)

Escobar P., Estrada D., Narciso R., Reyes M. (2013) Caracterización estadística. República de Guatemala. Recuperado de: <https://web.archive.org/web/20140625231224/http://ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/5eTCcFIHernaNVeUmm3iabXHAKgXtw0C.pdf>

Empresarios por la Educación (2016) Indicadores Educativos de Guatemala. Recuperado de [http://www.empresariosporlaeducacion.org/sites/default/files/Contenido/Recursos/Documentos/Documentos%20Guatemala/indicadores\\_educativos\\_de\\_guatemala\\_2016\\_0.pdf](http://www.empresariosporlaeducacion.org/sites/default/files/Contenido/Recursos/Documentos/Documentos%20Guatemala/indicadores_educativos_de_guatemala_2016_0.pdf)

Fantappie L. (2008) Seminario Taller: Mapas Mentales de Tony Buzan. Lima, Perú. Disponible en: [https://www.orientacionandujar.es/wp-content/uploads/2013/07/MAPAS-MENTALES\\_HERRAMIENTAS-PARA-POTENCIAS-NUUESTRA-CREATIVIDAD.pdf](https://www.orientacionandujar.es/wp-content/uploads/2013/07/MAPAS-MENTALES_HERRAMIENTAS-PARA-POTENCIAS-NUUESTRA-CREATIVIDAD.pdf)

Furer, I.; Kriger C.; Saud, Y.; Vásquez, A. (S.F.) Psicología Infantil Ilustrada. Presentación Didáctica de la Universidad de Palermo, Argentina. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/31764\\_109748.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/31764_109748.pdf)

Gálvez-Sobral, J.A. (2011). El fenómeno del acoso escolar (bullying) en Guatemala: resultados de una muestra nacional de sexto grado del Nivel Primario. Dirección General de Evaluación e Investigación del Ministerio de Educación, Guatemala. Recuperado de: <http://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/EI%20fenomeno%20del%20acoso%20escolar.pdf>

Guerrero, S., Orozco, D. (2012) La publicidad social: una herramienta persuasiva de contribución social. Ensayo Tejido Creativo, Publicidad con sentido social. Cali, Colombia. Disponible en: <http://tejidocrea.com/wp-content/uploads/2012/12/La-publicidad-social.pdf>

Hahmann C. (2015) Guatemala: presentan estudio sobre niveles socioeconómicos. Consultado en: 12/04/2018 de: <http://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/562566-330/guatemala-presentan-estudio-sobre-niveles-socioeconomicos>

Herrero L. (2008) El Boceto: Transgrediendo la Intimidad de Cuadernos de Notas y Diarios. Recuperado en: 12/09/2018 de: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/38968/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/38968/Documento_completo.pdf?sequence=1)

Hernández C. (2017) Pedagogía y Cambio Cultural. Revista Nómada 5 del Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos – IESCO. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1051/105118998005.pdf>

Informe del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -Unicef- (2014) Ocultos a Plena Luz. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -Unicef-. Consultado en: 12/08/2018 de: <https://www.unicef.org/ecuador/ocultos-a-plena-luz.pdf>

Imeri V. (2015) Bullying en Guatemala. Recuperado en 23/02/2018 de: <http://www.deguate.com/art-man/publish/ninos-familia/bullying-en-guatemala.shtml>

Lucid Software Inc. (2018) Cómo se Elabora un Mapa Mental. Portal Web Lucid Chart. Disponible en: <https://www.lucidchart.com/pages/es/como-se-elabora-un-mapa-mental>

Marín, A. (2010) Técnicas y métodos creativos aplicados a la conceptualización del diseño. Ensayo de la Universidad Autónoma de Nuevo León -UANL-. México. Consultado en: 07/09/2018 de: <http://eprints.uanl.mx/8997/1/Tecnicas%20y%20metodos%20creativos.pdf>

Ministerio de Educación -MINEDUC- (2011) Guía para la prevención del acoso escolar, (bullying). Ministerio de Educación de Guatemala -MINEDUC-. Consultado en: 12/08/2018 de: [http://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/Guia\\_Preencion\\_Acoso\\_Escolar.pdf](http://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/Guia_Preencion_Acoso_Escolar.pdf)

Muniguat, S.F. Educación y Cultura. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Recuperado de: <http://www.muniguat.com/muni/direcciones/educacion-y-cultura/>

Muniguat, (2008). Escuela Municipal de Pintura. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Recuperado de: <http://cultura.muniguat.com/index.php/section-blog/30/51-desarrollodecreatividad>

- Muniguat, (2010). Escuela Municipal de Música. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Recuperado de: <http://cultura.muniguat.com/index.php/component/content/article/20>
- Neuronilla (S.F.) Relaciones forzadas (palabra al azar). Fundación Neuronilla para la Creatividad y la Innovación. Consultado en: <https://www.neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>
- NeuvooPedia (2017) ¿Qué hace un publicista? México. Obtenido en: 18/09/2018 de: <https://neuvoo.com.mx/neuvooPedia/es/publicista/>
- Ortega, R. (2011) Bullying. Plataforma Monite. Gipuzkoa, España. Consultado en: 18/09/2018 de: <https://monite.org/bullying/>
- Pardo, A. y Lasuen A. (S.F.) Técnicas de Creatividad para la Resolución de Problemas. Ensayo por la Atención Integral al Desarrollo de la Persona Gizakiaren Hazkunderako Laguntza Osoa. Larrabastera, España. Recuperado el: 07/09/2018 de: <http://sorkari.com/pdf/TecnicasCreatividad.pdf>
- Pérez, J., Gardey, A. (2015) Público Objetivo. Portal Web: Definicion.de, Disponible en: <https://definicion.de/publico-objetivo/>
- Pico, I. (2017) Los Seis Sombreros para Pensar. Artículo del portal en línea PsicoPico. Valencia, España. Disponible: <https://psicopico.com/los-seis-sombreros-pensar-edward-bono/>
- Real Academia Española. (2018). Campaña. En Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=63ouyQe>
- Red Gráfica Latinoamérica (2011) El concepto Publicidad BTL: Creatividad + Impacto Sorpresa. Recuperado en: 18/09/2018 de: <http://redgrafica.com/El-concepto-BTL>
- Revista ARQHYS (2012) Elementos visuales. Equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS.com. Obtenido en: 17/09/2018, de: <https://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html>
- Ruiz J. (2014) Cyberbullying ¿Un Problema o un Reto Social? Departamento de Consejería Escolar Liceo Guatemala. Recuperado de: <http://liceoguatemala.edu.gt/portal/phocadownload/Publicaciones/cyberbullying%20presentacion%201.pdf>
- Villatoro, D., (2014) Guatemala y Violencia. Artículo del Espacio Periodístico Plaza Pública. Guatemala: Guatemala. Consultado en: <http://www.plazapublica.com.gt/content/guatemala-el-segundo-pais-del-mundo-donde-mueren-mas-jovenes-por-violencia>

**REVISTAS**

Trejo A. (2011) *Diversidad Étnico Cultural en la Ciudad de Guatemala*. Revista Albedrio de Propuesta Social. Recuperado el: 12/04/2018 de: <http://www.albedrio.org/htm/articulos/a/actj-001.html>

**TÉSIS**

Acosta R. (2014) *Necesidad que Entre en Vigencia la Iniciativa 4445 del Congreso de la República, que Regula la Ley Contra el Bullying o Acoso Escolar*. Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala. [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04\\_12124.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_12124.pdf)

Aldana K. (2012) *Programa de Apoyo a la Autoestima para Niños y Niñas Víctimas de Bullying*. Tesis para el título de psicología clínica. Universidad Rafael Landívar. Consultado en: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/42/Aldana-Karla.pdf>

Hernández E. (2015) *Consecuencias, Prevención y Erradicación del Acoso Escolar (Bullying) en los Centros Educativos Guatemaltecos, en Cumplimiento del Artículo 43 de la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia Decreto 27-2003*. Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Recuperado de: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04\\_12525.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_12525.pdf)

Roldán J. (2010) *Acoso escolar o efecto Bullying en Escuelas Normales*. Tesis de Maestría Regional de Formación de Formadores de Docentes de Educación Primaria. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Recuperado de: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29\\_0020.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29_0020.pdf)

# GLOSARIO

**Acoso** — Perseguir con empeño. Vejar, molestar. Este puede ser psicológico, verbal, físico, sexual, y cibernético.

**Branding** — Se refiere a la acción de gestionar la identidad de una marca comercial o independiente a través de un conjunto de elementos que benefician la comunicación de aspectos esenciales como valores, visión, misión, etc. Esto puede incluir desde el nombre de una marca, hasta su representación gráfica en logotipo, personalidad y tono de comunicación.

**Bullying** — Proviene de la palabra bully en inglés, que se traduce como toro. La modalidad que adquiere actualmente se traduce como acoso estudiantil, lo cual incluye maltrato físico y/o psicológico de una forma excesiva causando traumas o actitudes poco comunes en el desarrollo.

**Cognitivo** — Se relaciona al proceso de adquisición de conocimiento o cuando se refiere a este.

**Comunicación Visual** — Se refiere al proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes que se comunican de una manera visual. En tal proceso existe un emisor, un receptor, un mensaje, un código, un medio y un referente. La construcción de mensajes se basa en el uso de imágenes.

**Copyright** — Es una frase publicitaria pero que en el medio actual representa un vínculo con su público general, además de comunicar breve y claramente el mensaje logrando un balance entre los elementos nuevos y la esencia de la marca.

**Dignidad** — Entiéndase como una cualidad propia de alguien que siempre se da su valor como persona, siendo responsable y respetuoso para con todos.

**Divulgación** — Acción y efecto de divulgar, es decir, difundir, promover o hacer una publicación de algo, ponerlo al alcance del público.

**Empatía** — Situación en la que una persona puede tener una participación afectiva ante una realidad que le es ajena, más que nada en los sentimientos de otros. O como dicen, ponerse en los zapatos del otro para reflexionar sobre algo.

**Homicidio** — Delito que consiste en quitarle la vida a una persona sin que exista premeditación u otra circunstancia de gravedad.

**Inteligencia Emocional** — Entiéndase como la capacidad de controlar a voluntad de cómo puede llegarse a manejar una situación en particular. Siendo consciente de lo que se siente en el interior y sabiendo reflejar lo mismo de una manera prudente y premeditada.

**Prevención** — Medida que se toma de manera anticipada ante una situación negativa que se pueda evitar.

**Promover** — Favorecer el desarrollo de algo, iniciándose o activándose a través de procesos que pueden variar dependiendo el contexto y situación.

**Tipografía** — Actualmente se refiere al estudio y análisis de los diferentes caracteres que conforman un texto, cuyas características le destacan.

**Victimario** — Es quien a causa de una acción, convierte a otro ser vivo en víctima. Por así decirlo, es lo opuesto al significado de la palabra víctima.

# ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.30**
- Figura 2.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.30**
- Figura 3.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.30**
- Figura 4.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.31**
- Figura 5.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.31**
- Figura 6.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.31**
- Figura 7.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.31**
- Figura 8.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.31**
- Figura 9.** Giancarlo Robelo (2018) Flujograma [Gráfico] **p.42**
- Figura 10.** Giancarlo Robelo (2018) El Proceso de Comunicación [Diagrama] **p.60**
- Figura 11.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.70**
- Figura 12.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.70**
- Figura 13.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.70**
- Figura 14.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.70**
- Figura 15.** [Municipalidad de Guatemala] (Guatemala. 2018) **p.70**
- Figura 16.** [MINEDUC] (Guatemala. 2014) **p.74**
- Figura 17.** [MINEDUC] (Guatemala. 2014) **p.74**
- Figura 18.** [Prensa Libre] (Guatemala. 2016) **p.74**
- Figura 19.** [ANAS Marketing] (Italia. 2016) **p.75**
- Figura 20.** [NSPCC y The Diana Award] (Inglaterra. 2017) **p.75**
- Figura 21.** [RIPLEY y Fundación Volando en V] (**Chile. 2018**) **p.75**
- Figura 22.** Giancarlo Robelo (2018) Educación de Valores [Mapa Mental] **p.86**
- Figura 23.** [Just Another Foundry] (Alemania. 2014) **p.90**
- Figura 24.** [Colophon Foundry] (Londres. 2010) **p.91**
- Figura 25.** Giancarlo Robelo (2018) Ilustraciones personales **p.86**

# ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1.** Giancarlo Robelo (2018) Cronograma de Trabajo. [Tabla] **p.44**

**Tabla 2.** Giancarlo Robelo (2018) Previsión de recursos y costos. [Tabla] **p.45**

**Tabla 3.** Giancarlo Robelo (2018) Estrategia de Diseño. [Tabla] **p.76**

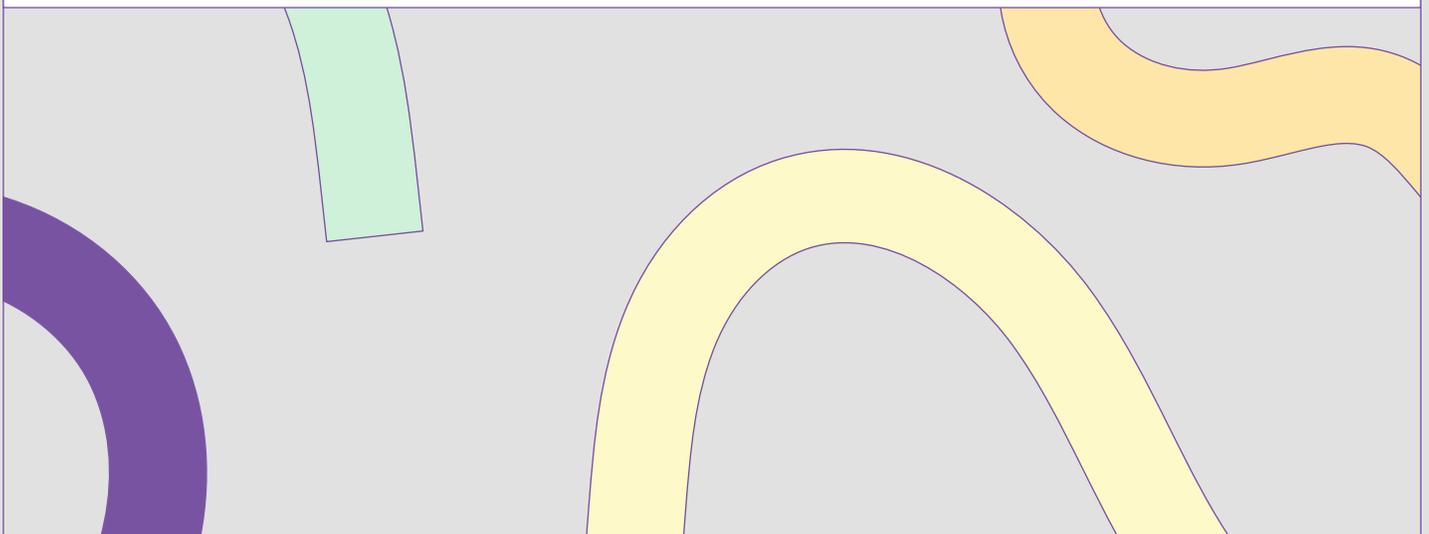
**Tabla 4.** Giancarlo Robelo (2018) Ventajas y Desventajas de las Piezas a Diseñar.  
[Cuadro Comparativo] **p.77**

**Tabla 5.** Giancarlo Robelo (2018) Planeación Estratégica de Medios. [Tabla] **p.97**

**Tabla 6.** Giancarlo Robelo (2018) Autoevaluación. [Tabla] **p.103**

**Tabla 7.** Giancarlo Robelo (2018) Lineamientos de la Puesta en Práctica. [Tabla] **p.153**

**Tabla 8.** Giancarlo Robelo (2018) Presupuesto. [Tabla] **p.155**



# ANEXOS



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Guatemala, Septiembre del 2018

## Encuesta de Validación con Expertos

La presente encuesta servirá para validar la funcionalidad alcanzada hasta el momento del proyecto de diseño gráfico titulado Campaña de Comunicación Interna de Bien Social (dirigida a niños y adolescentes) y Plan de Acción (dirigido a docentes) para Educar, Prevenir y Erradicar el Bullying en el Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala.

**Concepto / Nombre de Campaña — "Valores que Cultivan Arte Positivo"**

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

Cargo: \_\_\_\_\_

**Instrucciones** — Luego de haber visualizado el contenido de las propuesta diseño para la campaña contra el bullying Valores que Cultivan Arte, guía didáctica y sus elementos (ilustraciones, paleta de color, tipografía, diagramación y composición), por favor, responde a los siguientes enunciados marcando con una X o llenando el rombo de la respuesta que más se acerque a tu opinión respecto al tema tratado.

**1** — Considero que el concepto descrito se evidencia en las piezas y elementos de diseño propuestas para la campaña y guía didáctica.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**2** — El concepto, nombre y línea gráfica planteados para la campaña son adecuados para prevenir el bullying en niños y adolescentes de 9 a 16 años.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**3** — Las frases y palabras planteadas son eficientes para comunicar valores en la campaña.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**4** — Las ilustraciones planteadas son eficientes para comunicar valores a niños y adolescentes.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**5** — Considero que a través de la enseñanza de valores se puede hacer un aporte para educar, erradicar y prevenir el bullying.

definitivamente       puede mejorar



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Guatemala, Septiembre del 2008

6 — De las dos opciones de afiches indica la que consideres más apropiada respecto al tema:

paleta de colores:  propuesta A       propuesta B  
diagramación:  propuesta A       propuesta B

7 — La paleta de colores elegida me parece: *\*puedes marcar más de una respuesta*

adecuada       moderna       dinámica       aburrida

8 — La diagramación elegida me parece: *\*puedes marcar más de una respuesta*

adecuada       moderna       dinámica       aburrida

9 — El uso de pines, separadores de libro y pulseras son funcionales para reforzar la campaña.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

10 — La propuesta de desplegable informativo para niños y adolescentes es:

dinámica y funcional       regular       aburrido y complejo

11 — El tipo de letra utilizado es adecuado para niños y adolescentes por que es fácil de leer y bastante llamativa.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

12 — Si pudieras mejorar algo de lo propuesto para lograr erradicar el bullying o acoso escolar, ¿qué sería?

---

---

13 — Si pudieras erradicar el bullying o acoso escolar en su totalidad, ¿cómo lo harías?

---

---

¡Gracias por tu ayuda!





Universidad de San Carlos de Guatemala  
 Facultad de Arquitectura  
 Escuela de Diseño Gráfico  
 Guatemala, Septiembre del 2008

### Encuesta de Validación Gráfica

La presente encuesta servirá para evaluar la funcionalidad alcanzada hasta el momento del proyecto de graduación titulado Campaña de Comunicación Interna de Bien Social (dirigida a niños y adolescentes) y Plan de Acción (dirigido a docentes) para Educar, Prevenir y Erradicar el Bullying en el Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala.

**Concepto / Nombre de Campaña – "Valores que Cultivan Arte Positivo"**

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

Cargo: \_\_\_\_\_

**Instrucciones** — Luego de haber visualizado la propuesta diseño para la campaña contra el bullying Valores que Cultivan Arte, guía didáctica y sus elementos (ilustraciones, paleta de color, tipografía, diagramación y composición), por favor, responde a los siguientes enunciados marcando con una X o llenando el rombo de la respuesta que más se acerque a tu opinión respecto al tema tratado.

**1** — Considero que el concepto descrito se evidencia en las piezas y elementos de diseño propuestas para la campaña y guía didáctica.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**2** — El concepto, nombre y línea gráfica planteados para la campaña son adecuados para prevenir el bullying en niños y adolescentes de 9 a 16 años.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**3** — Considero que el diseño total del proyecto (campaña, guía didáctica e insumos) reflejan una solución a la problemática del acoso estudiantil o bullying.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**4** — Las ilustraciones propuestas para comunicar valores son comprensibles y tienen una unidad visual.

definitivamente       está bien       regular       puede mejorar

**5** — De las dos opciones de afiches indica la que consideres más apropiada respecto al tema:

paleta de colores:  propuesta A       propuesta B

diagramación:  propuesta A       propuesta B



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Guatemala, Septiembre del 2018

- 6 — La paleta de colores elegida me parece: *\*puedes marcar más de una respuesta*
- adecuada       moderna       dinámica       aburrido
- 7 — La diagramación elegida me parece: *\*puedes marcar más de una respuesta*
- adecuada       moderna       dinámica       aburrido
- 8 — De las propuestas de afiche elegidas, considero que existe una jerarquía visual adecuada.
- definitivamente       está bien       regular       puede mejorar
- 9 — Existe una unidad gráfica entre las piezas de la campaña, su identidad y la guía didáctica.
- definitivamente       está bien       regular       puede mejorar
- 10 — El uso de pines, separadores de libro y pulseras son funcionales para reforzar la campaña.
- definitivamente       está bien       regular       puede mejorar
- 11 — La propuesta de desplegable informativo para niños y adolescentes es:
- dinámica y funcional       regular       aburrido y complejo
- 12 — Considero que el proyecto en su totalidad representa un aporte para educar, prevenir y erradicar el bullying en el ámbito escolar.
- definitivamente       está bien       regular       puede mejorar
- 13 — Si pudieras mejorar algo de lo propuesto a nivel gráfico, ¿qué sería?

---

---

- 13 — Si pudieras erradicar el bullying o acoso escolar en su totalidad, ¿cómo lo harías?

---

---

¡Gracias por tu ayuda!



Guatemala, marzo 13 de 2019.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: GIOVANI GIANCARLO ROBELO URIZAR, Carné universitario: 201213990, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: DISEÑO DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE BIEN SOCIAL Y GUÍA DIDÁCTICA PARA EDUCAR, PREVENIR Y ERRADICAR EL BULLYING EN LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES QUE ESTUDIAN EN EL CENTRO CULTURAL MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE GUATEMALA, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

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

  
Lic. Maricela Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricela Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricelasaravia@hotmail.com



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

**Diseño de Campaña de Comunicación Interna de Bien Social y Guía Didáctica  
para Educar, Prevenir y Erradicar el Bullying en los Niños y Adolescentes  
que estudian en el Centro Cultural Municipal de la Ciudad de Guatemala**  
Proyecto de Graduación desarrollado por:

*Giovani Giancarlo Robelo Urizar*

Asesorado por:

*Licda. Mónica Margarita Hernández Mejía*

*Licda. Nadia Michelle Barahona Garrido*

*MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte*

Imprimase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

*MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos*  
**Decano**



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA