



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

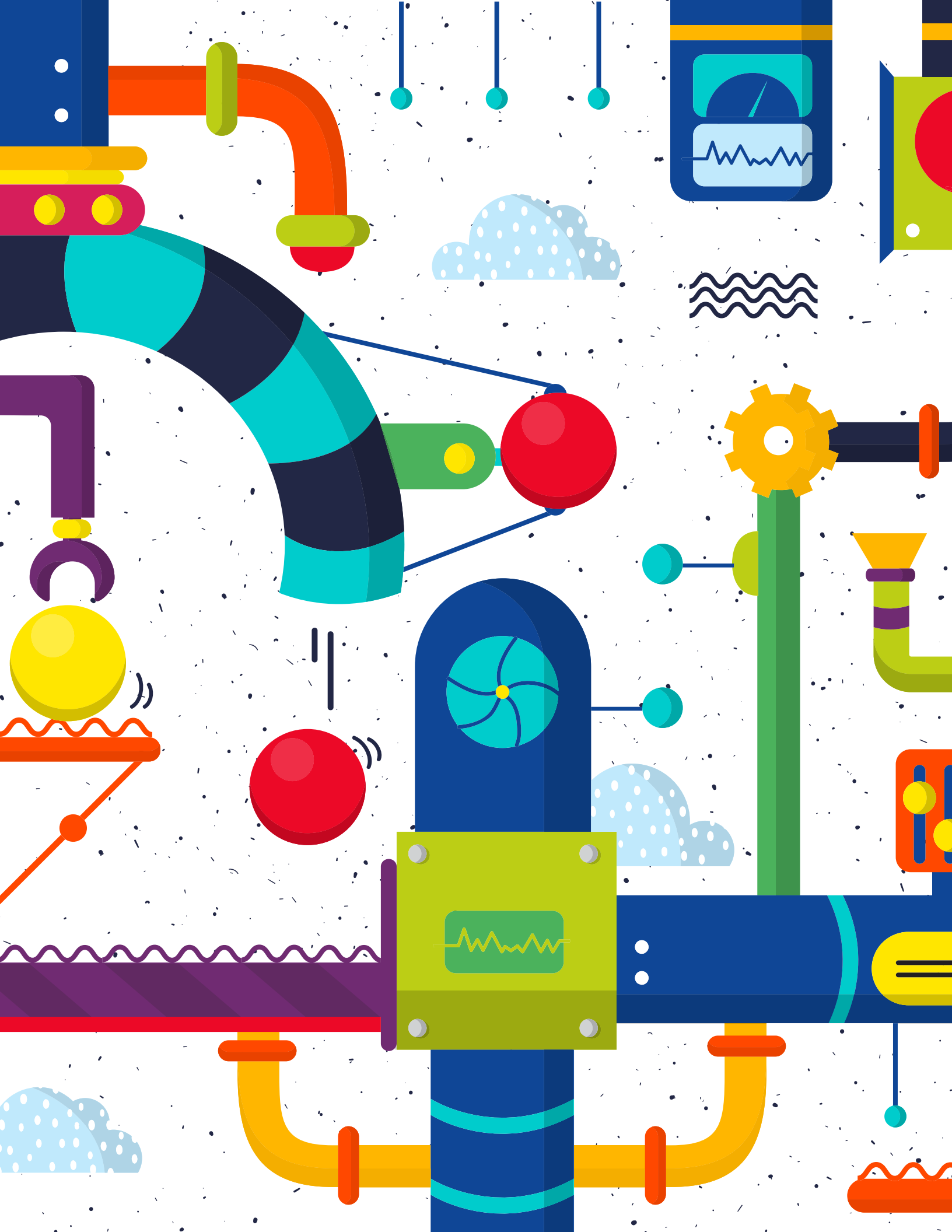
FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

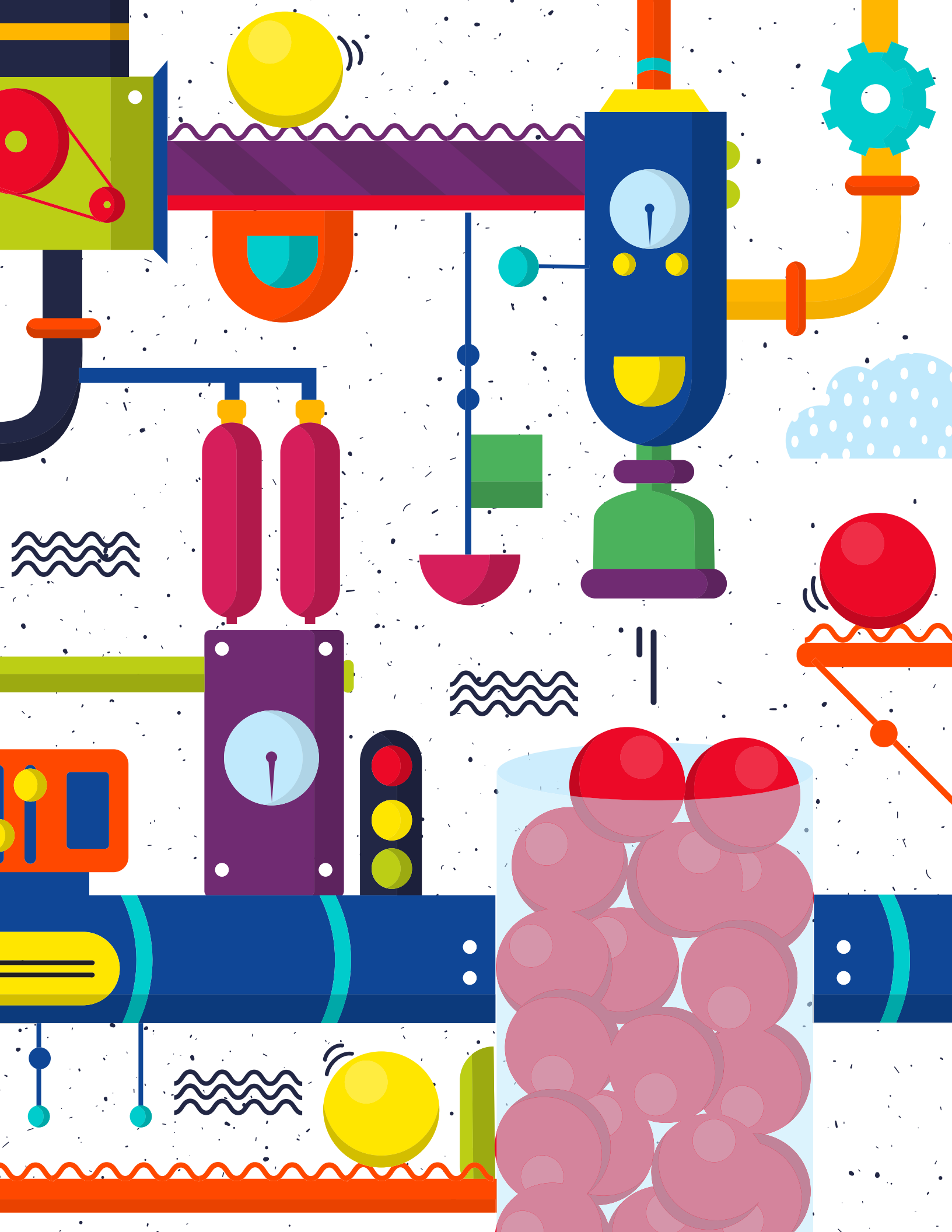
Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

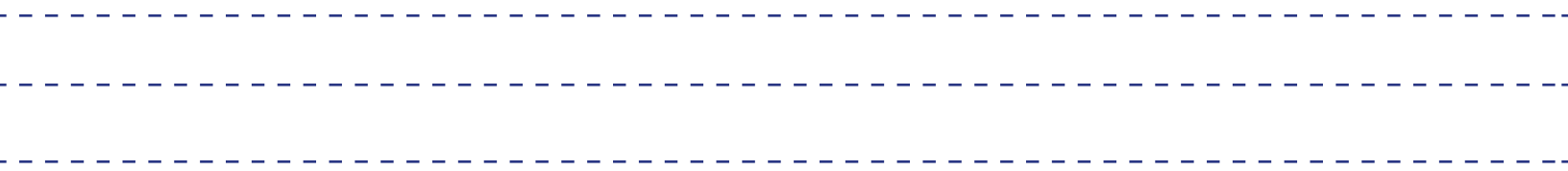
**Coconstrucción y diseño de material editorial  
normativo e informativo, con soporte impreso y  
digital, acerca de los métodos de enseñanza y  
reglamentos que deben aplicar los voluntarios de  
Fábrica de Sonrisas**

Ciudad Guatemala, Guatemala

Anaí Chew Castillo









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

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

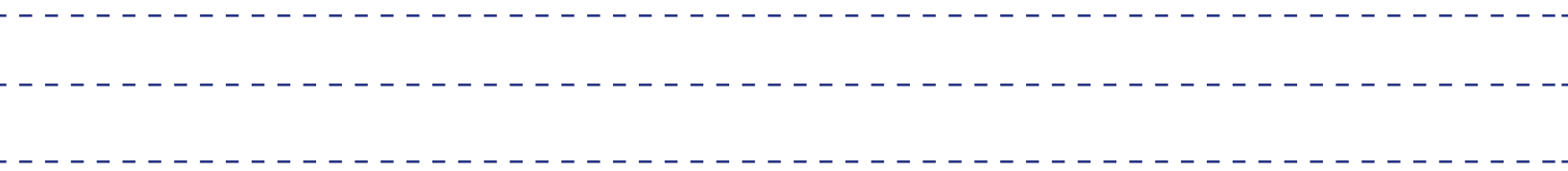
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

**Coonstrucción y diseño de material editorial  
normativo e informativo, con soporte impreso y  
digital, acerca de los métodos de enseñanza y  
reglamentos que deben aplicar los voluntarios de  
Fábrica de Sonrisas  
Ciudad Guatemala, Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por:  
Anaí Chew Castillo  
**Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico**

**Guatemala, octubre 2020**

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

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
*Decano*

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
*Vocal I*

Licda. Ilma Judith Prado Duque  
*Vocal II*

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

Br. Andrés Cáceres Velazco  
*Vocal IV*

Br. Andrea María Calderón Castillo  
*Vocal V*

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
*Secretario Académico*

## Terna Examinadora

MCS. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón

MCS. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

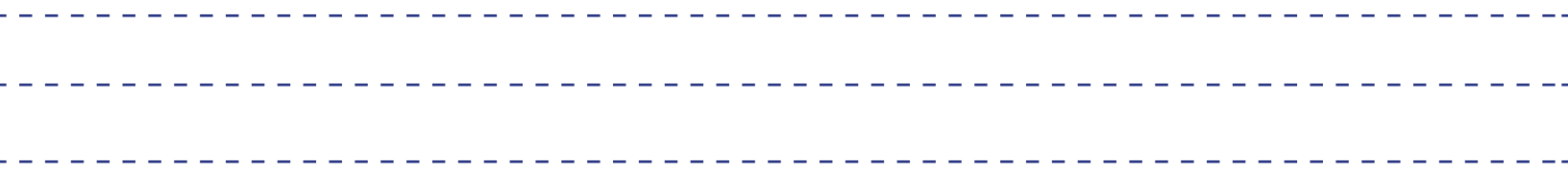
Licda. Erika Grajeda Godínez  
*Asesora Metodológica*

Lic. Gustavo Alfredo Álvarez  
*Segundo Asesor*

---

---

---





---

---

---

# Índice

## **Presentación**

### **Capítulo uno: Introducción**

Antecedentes  
Identificación del problema  
Justificación

#### **Objetivos**

### **Capítulo dos: Perfiles**

Perfil de la institución  
Grupo objetivo

### **Capítulo tres: Definición Creativa**

Brief  
Análisis y selección de pieza  
Insight & concepto creativo  
Premisas: códigos visuales

### **Capítulo cuatro: Planeación Operativa**

Flujograma  
Cronograma

### **Capítulo cinco: Marco teórico**

El voluntariado: un fenómeno social  
Diseño editorial: publicaciones e impresos  
Diseño editorial y el voluntariado

### **Capítulo cinco: Proceso de producción gráfica**

Nivel 1 de visualización  
Nivel 2 de visualización  
Nivel 3 de visualización  
Fundamentación de la propuesta

## **Conclusiones**

## **Recomendaciones**

## **Lecciones aprendidas**

## **Anexos**

---

---

---

“A veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el mar, pero el mar sería menos si le faltara esa gota.”

Madre Teresa de Calcuta.

Fotografía: Archivo Fabrica de Sonrisas, Guatemala





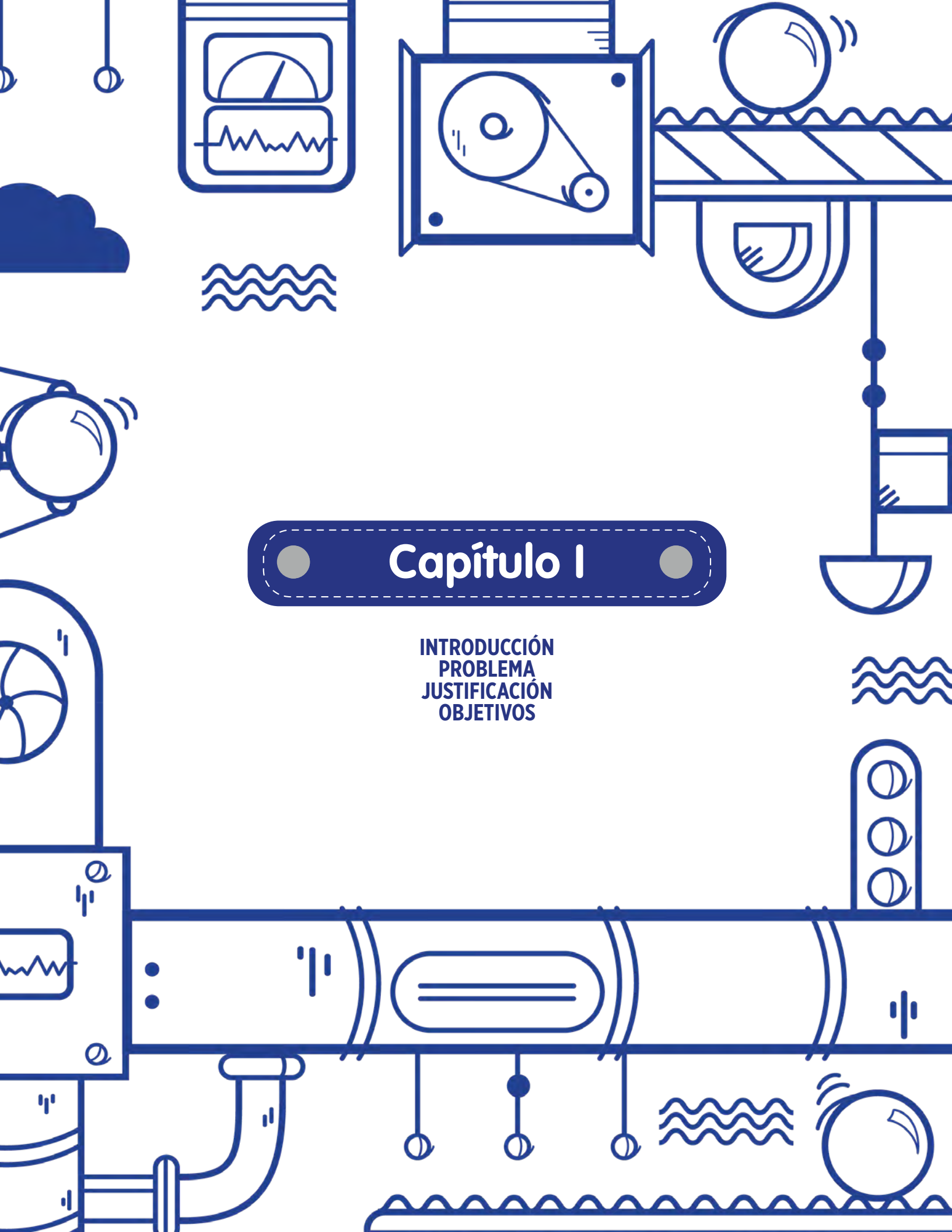
## Presentación

El voluntariado juega un papel significativo en el bienestar y progreso de los países en desarrollo ya que es un canal importante de participación ciudadana y trae consigo un impacto social expresado a través de iniciativas, actividades y programas en beneficio de la sociedad.

Fábrica de Sonrisas es una asociación no gubernamental de voluntariado que en los últimos años ha tenido un crecimiento significativo en la participación de los jóvenes guatemaltecos que tienen el interés de ayudar y ser solidarios con su misma sociedad. Con este incremento en la participación, a nacido la necesidad de construir y diseñar materiales gráficos adecuados para la capacitación y formación, tanto de voluntarios activos, como de voluntarios nuevos.

Por medio de un manual normativo y de métodos de enseñanza la asociación podrá mejorar sus procesos de comunicación, lo cual contribuirá a que los voluntarios creen un mayor sentido de identidad y se afiance la viabilidad del proyecto. Este material deberá ser adaptado a distintos medios para que la información contenida llegue correctamente al grupo objetivo y estos sean capaces de desarrollarse de mejor forma dentro de su voluntariado y por ende mejorara la calidad de vida de los pacientes a los que visitan.





# Capítulo I

INTRODUCCIÓN  
PROBLEMA  
JUSTIFICACIÓN  
OBJETIVOS



## Introducción

Según La Asamblea General de Naciones Unidas (AGNU, 2002) el voluntariado se define como “una amplia gama de actividades, incluidas las formas corrientes de apoyo mutuo, y autoayuda, la prestación oficial de servicios y otras formas de participación cívica, realizadas voluntariamente, en beneficio de la sociedad en su conjunto y sin que la retribución económica sea el principal factor de motivación.”

El voluntariado se da en su mayoría a través de personas que sirven de manera informal a sus comunidades. La ayuda mutua, el servicio, la participación ciudadana y el activismo son distintas expresiones del voluntariado que varían en sus formas y motivaciones, pero que se caracterizan siempre por la búsqueda del bien común ya sea: reducción de la pobreza, construcción de paz, acción humanitaria, servicio comunitario, defensa de los derechos humanos, lucha por la igualdad de oportunidades, entre otros. Estos ejemplos de voluntariado se dan alrededor del mundo y son protagonizados por personas de realidades diferentes.

Según el programa de Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU, 2011), existen tres aspectos que son comunes a todas las formas de voluntariado:

- La acción se desarrolla de forma voluntaria (Voluntad libre)
- El principal objetivo no es la recompensa económica (Motivación no pecuniaria)
- Persigue el bien común o beneficia a terceras personas (Beneficio para otros)

**El voluntariado juega un papel significativo en el bienestar y progreso de los países en desarrollo ya que es un canal importante de participación ciudadana y trae consigo un impacto social expresado a través de iniciativas, actividades y programas de beneficio de la sociedad.**

En Guatemala no es nada nuevo, pues se ha practicado desde épocas prehispánicas. En las comunidades indígenas, desde la filosofía de la Cosmovisión Maya, el voluntariado se conoce como solidaridad comunitaria y en la población Ladina, Garífuna y Xinca, practican esta actividad de forma distinta, con bastante seriedad, pero no visibilizada. Actualmente en Guatemala, la mayor parte del trabajo voluntario tiene lugar en pequeñas comunidades; algunos actúan a través de organizaciones de la sociedad civil tales como Organizaciones No Gubernamentales, Organizaciones Comunitarias de Base — OCB—, Alianzas Organizadas o estructuras sociales existentes, así como en las universidades del país.

**Fábrica de Sonrisas es una asociación sin fines de lucro, sin orientación religiosa ni política, que busca, por medio de la risoterapia, mejorar la calidad de vida de los pacientes a los que visitan en hospitales, orfanatos, centros psiquiátricos, neurológicos, hospicios, entre otros.**

Es una de las asociaciones de voluntariado más grande a nivel nacional y con mayor poder de convocatoria. Desde hace nueve años, han reclutado dos mil voluntarios nacionales y extranjeros de los cuales la gran mayoría son jóvenes que tienen aproximadamente entre veinte y treinta años de edad.

El objetivo principal de este voluntariado es llevar alegría, amor y tiempo a las personas que lo necesitan y los voluntarios lo logran vestidos con nariz roja de payaso y bata blanca de doctor.

## El Problema

El reclutamiento, capacitación y permanencia de los voluntarios de Fábrica de Sonrisas se ha visto afectada desde hace tres años, debido al crecimiento significativo que ha presentado la asociación y a los distintos cambios relacionados con su organización y administración. Muchos voluntarios no actúan según los valores y filosofía establecida y ponen en riesgo el carisma del voluntariado, dando como resultado que los lugares de visita les cierren las puertas, debido a la desconfianza que esta situación les genera; asimismo las personas interesadas en involucrarse en este voluntariado pierden el interés. El principal problema es que la mayoría de voluntarios no conocen las reglas que deben cumplir dentro y fuera del voluntariado y a la vez no ponen en práctica lo aprendido durante su “payaescuela” pues han olvidado los contenidos de los distintos talleres.



# Justificación del Proyecto

## Trascendencia

Las asociaciones de voluntariado en Guatemala contribuyen al desarrollo integral de la sociedad. Dado que Fábrica de Sonrisas es el voluntariado con mayor poder de convocatoria y cantidad de voluntarios activos a nivel nacional es importante que se diseñe un material editorial normativo que no sólo ayude a capacitar a sus voluntarios, sino que los motive a permanecer, practicar los valores y enseñanzas y contagiar a más personas con su filosofía.

Al contar con voluntarios capacitados y motivados, Fábrica de Sonrisas podrá tener mayor presencia tanto en la capital como en el interior del país, así como en el extranjero. Sus voluntarios no sólo se van a involucrar en las visitas y a desarrollarlas de mejor forma, sino que cada uno de ellos podrá capacitar a los nuevos integrantes. Lo anterior beneficiará directamente a la población, ya que se podrán abarcar más lugares de visita sin restricción de horario, distancia y lenguas.

Algo importante de mencionar es que, al contar con material editorial normativo, Fábrica de Sonrisas se convertirá en un referente mayor para otros voluntariados que podrían adoptarlo y adaptarlo para su propio crecimiento.

## Incidencia del Diseño Gráfico

El diseño de un material editorial normativo permitirá a la asociación mejorar el proceso de comunicación con sus voluntarios y esto contribuirá a que ellos creen un mayor sentido de identidad y se afiance la viabilidad del proyecto, logrando su objetivo y su visión. Con la información contenida, los voluntarios serán capaces de desarrollar sus propias destrezas bajo el mismo parámetro, el cual resalta los valores de Fábrica de Sonrisas.

El material editorial se divulgará dentro de las diferentes sedes de Fábrica de Sonrisas, tanto en el interior del país como en el extranjero, y se colocará en la página web y redes sociales para unificar la información y que los voluntarios activos puedan acceder fácilmente a ella. El diseño editorial garantiza la lectura y comprensión por parte de los voluntarios y su adaptación a medios digitales e impresos es indispensable ya que asegurará la accesibilidad de la información a cualquier voluntario desde cualquier punto donde se encuentre.

## Factibilidad

Para llevar a cabo el proyecto de diseño de un material editorial normativo para la asociación Fábrica de Sonrisas, se cuenta con el apoyo del departamento de comunicación y diseño y la Junta Directiva, pues son ellos quienes, además de facilitar la información y otros recursos necesarios, llevarán a cabo la gestión de recaudación y administración de fondos para la impresión de este material.

Asimismo, la Universidad de San Carlos de Guatemala asignará al estudiante un asesor que brindará orientación y supervisión durante todo el proceso.

El estudiante por estar cursando el décimo semestre de la licenciatura de Diseño Gráfico, cuenta con el nivel académico y las competencias necesarias para realizar este proyecto.

# Objetivos

## General

Contribuir, a través del diseño y construcción de un material editorial normativo, con la capacitación y motivación de los voluntarios de Fábrica de Sonrisas para que se involucren directamente en el fortalecimiento del voluntariado y puedan mejorar la calidad de las visitas que realizan.

## Específicos

### De Comunicación Visual Institucional

Normalizar, a través del diseño de un material editorial, los métodos de enseñanza y reglamentos que faciliten a los voluntarios de Fábrica de Sonrisas a que se conozca a profundidad su filosofía y se motiven a aplicarla.

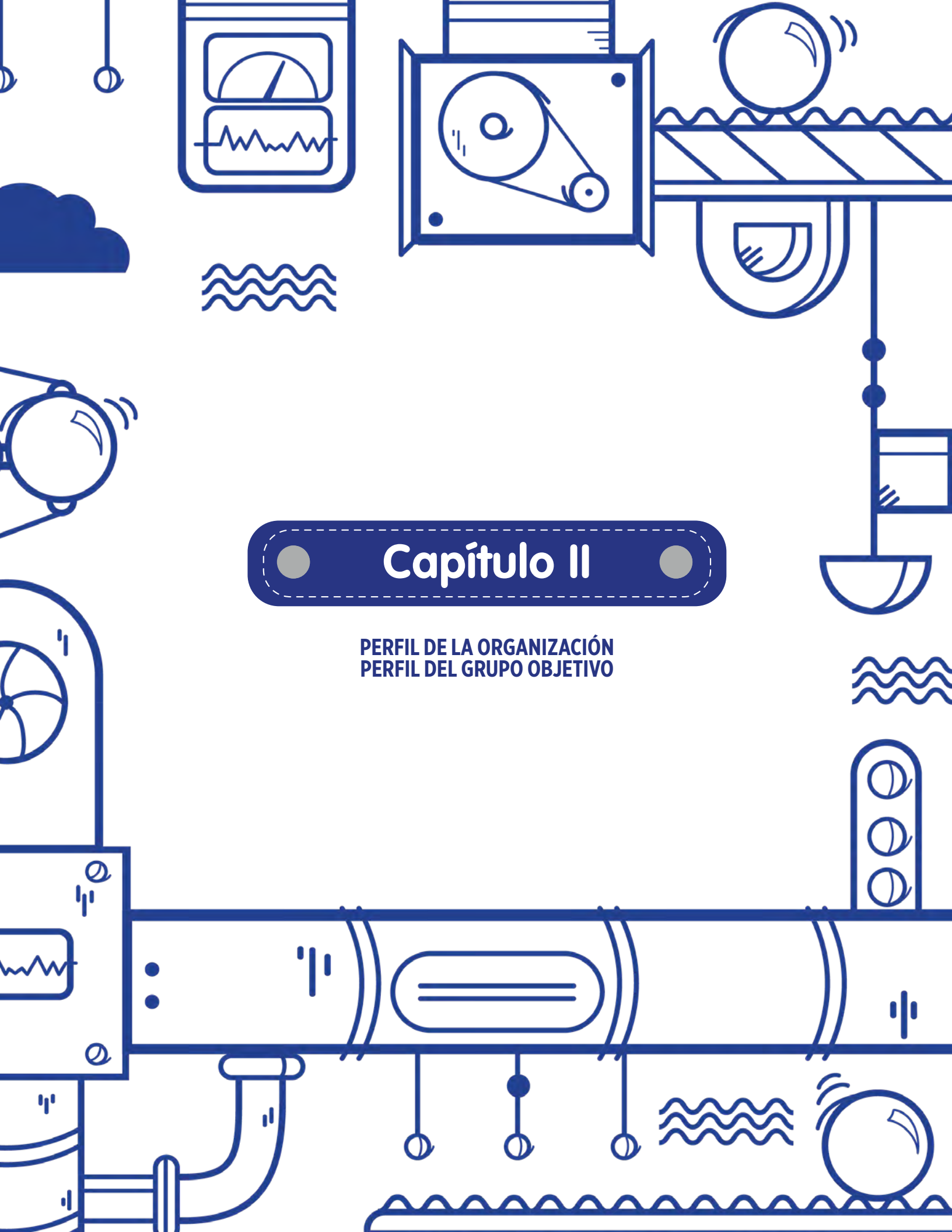
### De Diseño:

Diseñar y adaptar a medios impresos y digitales, según el contexto y perfil del grupo objetivo, un material editorial para que se informen y pongan en práctica los lineamientos aprendidos durante su capacitación.



Fotografía: Archivo Fábrica de Sonrisas, Guatemala





# Capítulo II

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN  
PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO



Fotografía: Archivo Fábrica de Sonrisas, Guatemala

# Perfil de la Organización

Fábrica de Sonrisas es una asociación que trabaja de manera voluntaria llevando alegría, amor y tiempo a todas las personas vulnerables que lo necesitan. Es un voluntariado sin fines de lucro, sin orientación religiosa o política, donde no existe discriminación que divida a la sociedad. Los voluntarios vestidos con bata de doctor y nariz roja llevan un poco de color y ganas de vivir a diferentes entidades e instituciones (Fábrica de Sonrisas, 2014).

Los voluntarios de Fábrica de Sonrisas practican la risoterapia, la cual es una terapia destinada a mejorar el estado físico y psicológico a través de la risa y cambiando la forma de pensar de negativa a positiva (Holden, 2000). El estado emocional y la percepción se transforman gracias a la estimulación de la risa. Utilizan diferentes herramientas para facilitar la interacción con los pacientes, pero su mejor herramienta es el amor.

**FÁBRICA DE SONRISAS/ FDS**  
Ciudad Guatemala, Guatemala

- 23 ave. 13-38. Kaminal Juyú II. z.7
- (502) 2258-7794
- Director: Abdi Martínez
- [www.desonrisas.org](http://www.desonrisas.org)

## Historia

Fábrica de Sonrisas nace en Guatemala en el año 2007, como una idea y una inquietud entre un grupo de amigos que deciden que es hora de hacer algo bueno por su país. El concepto de la asociación fue alimentado por varias fuentes, siendo una de estas la “Risoterapia” de México, “Bola Roja” de Perú y “Doctores de Alegría” de Brasil; utilizaron estas para la orientación sobre las bases de la misma.

Tiempo después, fue momento de invitar a más personas a que se unieran a la asociación, entonces nace la “Payaescuela”, la cual es una escuela formativa en donde se deciden impartir a los nuevos voluntarios una serie de juegos, talleres y charlas, con la finalidad de que todas las personas interesadas se sientan cómodas de conocerse mutuamente, solidificar el grupo y fortalecer herramientas que podrían ayudar en las visitas. Nace la primera generación de sonriseros, de la cual se gradúan 8 nuevos voluntarios. Luego se realiza la Segunda Convocatoria de Fábrica de Sonrisas, formando un grupo de 30 voluntarios, el tercer grupo de voluntarios, en el 2009, supera las expectativas con 200 personas inscritas, visitando cada semana 10 lugares diferentes. Gracias a la motivación e interés de todas las personas nace la propuesta de iniciar “Fábrica de Sonrisas Coatepeque” y “Fabrica de Sonrisas El Salvador”.

A finales de 2009, se convoca a la Cuarta Generación con 600 personas. El año 2010 asisten más de 1000 personas en la Quinta generación y así es como Fábrica de Sonrisas crece cada año, con un total de 3800 personas graduadas y 1900 activos, visitando distintos lugares hoy en día (García, 2013)

En total Fábrica de Sonrisas cuenta con 17 sedes que se distribuyen de esta forma:

- Guatemala: Cobán, Antigua Guatemala, Xelajú, Coatepeque, Mazatenango, Chiquimula, Jalapa, Retalhuleu, Zacapa, San Marcos, Huehuetenango, Sololá, Jutiapa, Chimaltenango, Ciudad Guatemala.
- El Salvador: Santa Ana, San Salvador.

## Filosofía

La asociación Fábrica de Sonrisas, busca y saca del interior de las personas la alegría, para que olviden el malestar, dolor o pena que puedan estar sufriendo. Vistiendo con bata blanca y mochila, haciendo sonreír con una nariz roja, la cual expresa todo el amor que tienen dentro y listo para ser entregado y aliviar el dolor que llevan cada una de estas personas dentro. Todos lo hacen ya que creen en la “gente amando gente, en que lo simple es espiritual, en que solo se discrimina la discriminación, en cambiar al mundo una persona a la vez y sobre todo en que el amor, los abrazos y la risa se curan” (Fábrica de Sonrisas, 2014).

- **Misión: Ser un proyecto que mejora la calidad de vida de adolescente, niños y adultos a nivel psico-emocional.**
- **Visión: Ser felices y demostrarlo, contagiar la alegría y las ganas de vivir y lo más importante ¡Regalar una sonrisa a todos!**

## Doctores al servicio de la sociedad

Todas las personas voluntarias realizan visitas a hospitales, asilos, psiquiátricos, orfanatos y hospicios, mirando así la actividad como una oportunidad que tienen de encontrar la verdadera felicidad, reflejada en los ojos de cada una de las personas que visitan y un lugar donde todos trabajan por una meta en común: “Cambiar el mundo”.

Por ello se hace el uso de la “Risoterapia” para llevar amor y alegría a lugares y personas que lo necesitan, realizando y transmitiendo 2 Capacitación que reciben los futuros aspirantes al voluntariado de Fábrica de Sonrisas. Luego de asistir 5 meses a la “Payaescuela”, todos los voluntarios graduados realizan una visita semanal a alguna institución para entregar lo más valioso, que es la persona misma por medio del amor.

**En las visitas se crea un mundo alrededor de los pacientes, lleno de optimismo, compañía y amor a cada uno de ellos a través de juegos y abrazos cada semana, convirtiendo la constancia en una terapia basada en risa.**



## Identidad y Comunicación Visual

Para la identidad gráfica y comunicación visual de la asociación, se utiliza como elemento indispensable fotografías para proyectar la labor que realizan a sus voluntarios y las instituciones a las que visitan. Los materiales gráficos únicamente se manejan en soporte digital tanto en la página web oficial como en redes sociales. Las publicaciones que se proyectan están destinadas tanto a voluntarios activos como personas que no forman parte del voluntariado. Su objetivo principal es informar sobre las actividades que realiza Fábrica de Sonrisas, las convocatorias que se abren para nuevos voluntarios, información de visitas especiales, entre otros.

Algo importante de mencionar es que, al contar con material editorial normativo, Fábrica de Sonrisas se convertirá en un referente mayor para otros voluntariados que podrían adoptarlo y adaptarlo para su propio crecimiento.



Logotipo Fábrica de Sonrisas Guatemala.



Fotografía: Aniversario FDS. Archivo FDS.



Fotografía: Convocatoria FDS. Archivo FDS.

#VivirServirSiempreSonreir

# Yo quiero ser voluntario

Ciudad de Guatemala

30 y 31 de enero 2016

Parque Erick Barrondo Zona 7

Sábado 9:00 am y 3:00 pm  
Domingo 9:00am

¡No olvides tu DPI!

Fábrica de Sonrisas  
Organización sin ánimo de lucro @fds\_guate

Te gusta Mensaje

Biografía Información Fotos Me gusta Más

A 116 688 personas les gusta esto  
Valeria Stephanie Sierra y 33 amigos más

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

INFORMACIÓN

23 avenida 13-38 Zona 7, Kaminal J... Guardar  
Ciudad de Guatemala

2258 7794

Normalmente responde en unas pocas horas  
Enviar un mensaje ahora

<http://www.desonrisas.org/>

Estado FOTOLIBRO

Escribete algo en esta página

Fábrica de Sonrisas  
4 h ·

¿Vives en Ciudad de Guatemala? Ven a nuestra sede el día de mañana para pasar un tiempo juntos. Te esperamos a las 7pm en la 23av. 13-38 zona 7, Kaminal Juyu II. Es una actividad sin costo. ¡Te esperamos!

marzo 26 de enero

Fotografía: Redes Sociales FDS. Archivo FDS.

#VivirServirSiempreSonreir

# Yo quiero ser voluntario

Ciudad de Guatemala

30 y 31 de enero 2016

Parque Erick Barrondo Zona 7

Sábado 9:00 am y 3:00 pm  
Domingo 9:00am

¡No olvides tu DPI!

@fdsguate  
@fds\_guate  
Fábrica de Sonrisas

Fábrica de Sonrisas

Fotografía: Redes Sociales FDS. Archivo FDS.

# Caracterización del Grupo Objetivo

Jóvenes voluntarios (mujeres y hombres) entre veinte y treinta años de edad.

## Características Sociodemográficas

El proyecto va dirigido principalmente a jóvenes adultos, con edades comprendidas entre los veinte a treinta años de edad. Cabe resaltar que el rango de edad para poder ser voluntario de Fábrica de Sonrisas es de diecinueve en adelante.

- Edad: La edad del público objetivo es de veinte a treinta años de edad.
- Género: Masculino y femenino.
- Estado Civil: solteros y sin hijos. En menor medida existe un estado civil casado.
- Nacionalidad: La nacionalidad es principalmente guatemalteca, aunque existe una minoría de voluntarios de otras nacionalidades.
- Ocupación: La mayoría de voluntarios son en su mayoría jóvenes estudiantes que no laboran o con trabajos flexibles que les permite ser miembros activos de la asociación.
- Educación: La mayoría son jóvenes con educación universitaria de todo tipo de carreras. La escolaridad mínima promedio es de diversificado.

## Características Geográficas

La sede principal de Fábrica de Sonrisas se encuentra en la ciudad capital de Guatemala, por ende, se trabajará con esta área geográfica, además la mayoría de voluntarios y lugares de visita pertenecen a este territorio. La sede de la capital es la encargada de llevar a cabo las distintas actividades, manejar la información, y luego compartirla y distribuirla con el resto de sedes.

## Características Psicográficas

- Estilo de vida: Son personas con múltiples actividades, varios de ellos involucrados en una o varias causas sociales. Muchos de los posibles voluntarios son personas comprometidas y Fábrica de Sonrisas puede llegar a ser una parte importante de sus vidas.
- Personalidad: La personalidad de los jóvenes del público objetivo es: entusiasta y carismática. Suelen ser personas dinámicas, creativas, divertidas y con vocación para servir.
- Hobbies: Son personas con gustos por la comedia y el entretenimiento, muchos de ellos son apasionados por el teatro, la música, y las artes plásticas.
- Actividades: Salir con los amigos, practicar deporte, comunicarse por medio de redes sociales, utilizar videojuegos, leer, ver televisión.

## Características Socioeconómicas

- El nivel socio económico de los potenciales voluntarios se encuentra entre los rangos medio y medio bajo.
- El nivel de ingreso de la mayoría de voluntarios oscila entre los Q2,500.00 y Q5,000.00, unos porque trabajan medio tiempo en diferentes lugares: call centers, bancos o pequeñas empresas y la otra parte porque cuentan con el apoyo de sus familias.

## Con respecto a la Institución

- Asistencia: una vez a la semana.
- Estatus del aspirante: potencial.
- Estatus de lealtad: alta.
- Actitud hacia la causa: positiva.
- Beneficios buscados: ser mejores ciudadanos y personas a través de un voluntariado conocer personas y socializar, tener diversión y alegría.

## Relación con la Institución

El crecimiento y desarrollo de Fábrica de Sonrisas, como todo voluntariado, depende del trabajo, tiempo y compromiso de sus voluntarios. En el caso de esta asociación, los voluntarios pueden optar por dedicarse a realizar únicamente sus visitas semanales o bien a formar parte del grupo de apoyo en actividades, como: capacitación de nuevos voluntarios, captación y administración de fondos, búsqueda de patrocinadores, gestión

de proyectos, entre otros.

A pesar de que las puertas de la sede están abiertas para que los voluntarios puedan hacer cualquier tipo de sugerencia, resolver dudas o recibir comentarios, en la actualidad, el único medio de comunicación efectivo son las distintas redes sociales. En ellas se maneja todo tipo de información referente a la asociación: fechas y horarios de convocatorias, visitas, actividades y talleres, entre otros.



Fotografía: Archivo Fábrica de Sonrisas, Guatemala





# Brief

## Sobre la Asociación

### 1. ¿Quién es?

Fábrica de Sonrisas es una asociación sin fines de lucro, sin orientación religiosa ni política, en donde sus voluntarios se visten con batas blanca de doctor y narices roja de payaso.

### 2. ¿A qué se dedica?

Es un voluntariado que por medio de la risoterapia, busca mejorar la calidad de vida de los pacientes a los que visitan en hospitales, orfanatos, centros psiquiátricos, neurológicos, hospicios, entre otros.

### 3. Defina en una sola frase la institución

Producción masiva de sonrisas.

## Sobre el Grupo Objetivo

### 1. ¿Cuál es la característica principal del grupo objetivo?

La mayoría de voluntarios son jóvenes entre 20 y 25 años de edad. Son muy entusiastas y tienen mucha energía. Además la mayoría son estudiantes a tiempo completo y/o trabajadores a tiempo parcial, lo que les deja tiempo libre para poder visitar y atender otras actividades.

### 2. ¿Cómo percibe a la institución?

Los voluntarios no sólo ven a Fábrica de Sonrisas como una forma de voluntariado, también como un medio para socializar. La mayoría de jóvenes realiza sus visitas con el fin de pasar un buen tiempo con sus amigos (porque hacen verdaderas amistades durante el proceso) y servir a la sociedad.

3. ¿Cómo se puede llegar a ellos? El 80% de los voluntarios maneja una o varias redes sociales. Las redes predominantes son facebook, twitter e Instagram.

## Sobre el entorno o contexto

1. ¿Qué tendencias o cambios afectan el trabajo de la institución?

- La irregularidad en la asistencia de los voluntarios es un factor determinante. Por ser un voluntariado, ninguno de los jóvenes está obligado a asistir y cada uno de ellos puede formar su horario de visita los días que mejor le convengan. Si los jóvenes dejan de asistir, los grupos de visita no se completan y por ende no se pueden llevar a cabo las visitas, quedando mal con el compromiso y responsabilidad previamente adquirida.

- En algunas ocasiones son las instituciones o lugares de visita las que deciden cerrar sus puertas y no permitir el ingreso a los voluntarios por distintas razones, entre ellas: problemas administrativos, problemas económicos, falta de tiempo, desconfianza, entre otros. Los voluntarios pierden la motivación al enterarse que son pocos los lugares que hay y que confían en ellos para visitar y deciden dejar de asistir.

- Cuando surgen nuevos voluntariados la asistencia y permanencia de los jóvenes disminuye en Fábrica de Sonrisas pues por curiosidad o por moda deciden probar otro tipo de experiencia. Muchos de ellos se quedan en esos nuevos voluntariados y otros regresan a la asociación.

2. ¿Qué función desempeña la institución en la sociedad? Fábrica de Sonrisas es el primer voluntariado donde la materia y ayuda principal proviene de la persona como tal, su tiempo, su esencia, sus experiencias y su amor. Este voluntariado no contribuye a mejorar el desarrollo económico ni el bienestar social de las personas si no la parte emocional de estas, lo cual es igual de importante ya que si las personas se encuentran positivas, felices y con una actitud ganadora podrán cumplir sus metas, trabajar, ser más eficaces, entre otros.



## Estrategias de Comunicacion

1. ¿Hay parámetros establecidos por la institución a nivel de comunicación institución?

Para la identidad gráfica y comunicación visual de la asociación, se utiliza como elemento indispensable fotografías para proyectar la labor que realizan a sus voluntarios y las instituciones a las que visitan. Los materiales gráficos únicamente se manejan en soporte digital tanto en la página web oficial como en redes sociales. Las publicaciones que se proyectan están destinadas tanto a voluntarios activos como personas que no forman parte del voluntariado. Su objetivo principal es informar sobre las actividades que realiza Fábrica de Sonrisas, las convocatorias que se abren para nuevos voluntarios, entre otros.

2. ¿Qué está el cliente tratando de comunicar y por qué?

Se pretende informar a los voluntarios de las distintas reglas y normas que deben seguir dentro y fuera del voluntariado, en lugares de visita, en la sede y dentro de la sociedad. De igual forma se busca que los voluntarios puedan acceder fácilmente a la información que se les dió en su capacitación porque la mayoría la han olvidado y por ende no la aplican en las distintas visitas.

## Gestión del Proyecto

1. ¿Cuál es la dificultad a resolver?

Lograr que los voluntarios se motiven y se informen.

2. ¿Cuál es el propósito del proyecto de diseño? ¿Para qué se hace?

Capacitar de una mejor forma a los voluntarios y normar las distintas reglas que deben cumplir para que actuen en base a ellas sin afectar el carisma de la institución ni poner en riesgo la confianza que otras instituciones o lugares de visita les brindan.

3. ¿Cuál es el área que se va a abordar desde diseño?

Editorial

4. ¿Cuál es el tono de comunicación? Existen muchos posibles tonos que se pueden aplicarse, pero siempre hay que tener en cuenta que lo importante es generar una conexión con el consumidor.

Informativo / imperativo

5. ¿Qué requerimientos tiene el proyecto? Condiciones que pone la institución con respecto al proyecto.

La asociación, únicamente solicita que sea un material que pueda distribuirse de forma digital e impresa, además de llevar el logotipo oficial y las fotografías que ellos nos brinden.

6. ¿Qué requisitos determinamos para el proyecto? Criterios que establece el diseñador que deben ser aplicados en el desarrollo del proyecto. Para llevar a cabo este proyecto necesitamos que la asociación nos brinde la información que contendrá el material gráfico, así como el logotipo editable y los lineamientos gráficos.

# Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar

El material será presentado como normativa en cuestiones de capacitación de voluntarios, tanto nuevos como ya activos, de la Asociación Fábrica de Sonrisas Guatemala y El Salvador.

## Etapa 1

El material se hará vigente a partir de su mención en la primer payaescuela del 2017 de la capital de Guatemala.

## Etapa 2

Se distribuirá de forma gratuita en todas las sedes de Fábrica de Sonrisas en la capital, en el interior del país y en el extranjero. Las adaptaciones en digital son para que los voluntarios puedan tener mayor accesibilidad al material sin necesidad de ir a la sede a consultarlo.

# Análisis y selección de la pieza

Tras realizar el diagnóstico a la asociación e identificar los principales problemas de comunicación, se llegó a la conclusión de que el tema más vulnerable es el de las capacitaciones de los voluntarios nuevos y antiguos. Por esta razón se busca diseñar un material que sea adecuado, tanto de contenido como estéticamente.

Por lo anterior, se tomó la decisión de buscar piezas gráficas editoriales que muestren la información de manera adecuada, ordenada e ilustrada, con ejemplos reales que inviten y que estimulen a los voluntarios deseoso de servir y pertenecer a dicha asociación.

Se procuró buscar una pieza que contuviera la información de cuatro temas generales: convocatoria, payaescuela, reglamentos y cancionero.

**Para elegir una pieza final, se hizo un cuadro comparativo con las posibles piezas gráficas y se analizaron sus ventajas y desventajas.**

Pieza	Ventajas	Desventajas
Manual	Los manuales suelen ser de mayor extensión que las guías. Contienen más información e instrucción. Se podría decir que una manual es algo más completo. Los manuales detallan cómo y porqué cada cosa funciona de tal o cual manera. En dicho documento se mencionan ciertos detalles de manera más precisa, con el propósito de que el usuario pueda entender el sistema y sea capaz de resolver los posibles problemas que el mismo pueda presentar. Regularmente, los manuales vienen escritos en formato de libros y son más formales que las guías.	El grupo objetivo podría no estar interesado en leerlo por la cantidad de páginas que contiene, además la lectura podría ser tediosa o aburrida. Siempre existiría el riesgo de que el material sea abandonado y olvidado. El costo de impresión es elevado. Ocupan mucho espacio. Exigen un permanente actualización, ya que la pérdida de vigencia de su contenido acarrea su total inutilidad.
Folleto	El grupo objetivo podría leerlo fácilmente porque contiene la información de forma resumida y ordenada. La cantidad de páginas permite que el grupo objetivo no invierta mucho tiempo en leerlo y por eso centre toda su atención en la información. Este material puede ser compartido y transportado fácilmente, por su peso ligero. Además que su costo de impresión es medianamente bajo.	No contiene las suficientes páginas para abarcar toda la información que se pretende utilizar. Su lectura rápida podría lograr que el grupo objetivo olvide fácilmente la información y tire a la basura o “guarde” el material.
Guía	Las guías sirven para guiar y explicar cómo debe hacerse algo. Siempre se espera que una guía sea corta, clara, precisa y concisa. Las guías no incluyen toda la información acerca de cómo funciona algo, sino que su objetivo es enseñarnos a hacer que ese algo funcione. Las guías no necesariamente vienen escritas como si fueran libros, sino que pueden ser ajustadas al tipo de consumidor y en algunos casos hasta son incluidas en algún CD, video o nota. Las guías suelen ser informales y su contenido es más relativo.	Al acortar o resumir la información podría perderse algo importante que afecte consecuentemente a los voluntarios y a la asociación. No se pretende hacer funcionar algo, se pretende que los voluntarios sigan las reglas.

# Insights

En base al diagnóstico previo, el contacto con algunos voluntarios y la experiencia propia como voluntaria de Fábrica de Sonrisas, se obtuvieron los siguientes insights. Los subrayados en color fueron los elegidos por su relevancia e identificación con el grupo objetivo.

- Me gusta conocer gente nueva.
- Me siento bien ayudando.
- Me gusta poner mi granito de arena.
- Soy bueno sacando sonrisas.
- Hice más amigos.
- Cada visita es una aventura diferente.
- Puedo ser un niño otra vez.
- Mi nombre de doctor me identifica.
- Me pongo en contacto con mi niño interno.
- Entre más ridículo soy más popular me vuelvo.
- No somos payasos.
- Nadie entiende nuestra locura.
- Cuando me pongo la nariz y la bata sale la mejor versión de mi.
- Me divierto con cada visita.
- Mi clan ahora es mi familia.
- La nariz me da superpoderes.
- Estoy haciendo la diferencia.
- Mis abrazos curan.
- Siempre recuerdo mi infancia.
- La felicidad se contagia.
- Juego a ser otra persona en cada visita, como un personaje.
- Somos extracotidianos.
- Me encanta visitar cada semana.
- Odas las visitas son especiales.
- Tengo mi lugar de visita favorito.
- Tengo una historia favorita.
- Hay una visita que me hace llorar.
- Puedo llorar de alegría.
- Conozco algo nuevo de mí.
- Doy y recibo amor desinteresado.
- Abrazamos al corazón.
- Cambiamos el mundo una sonrisa a la vez.
- Lo mejor de mi visita son las sonrisas y los abrazos.
- Somos muchos locos haciendo un cambio.
- No hay otro doctor como yo.
- Cada visita es mágica.
- La risa cura.
- Recibo más de lo que doy.
- En cada visita recargo mi energía.
- Me vuelvo optimista.
- Dejo atrás lo negativo de los problemas.
- Somos parte de algo grande.
- Hacemos sonreír a las personas.
- Nos conectamos con los pacientes.
- Aprendí a ser extracotidianos.
- Somos doctores de la risa.
- La nariz y la bata nos transforma.
- Me conecto corazón con corazón.
- Trasmito la buena actitud.
- Las visitas son lo que necesito para empezar bien la semana.
- Transformamos la tristeza en alegría.
- Pintamos de alegría lugares tristes.
- Soy feliz.
- Endulzamos momentos.
- Compartimos emociones.
- Unimos corazones con un abrazo.
- Compartimos sentimientos.
- Un abrazo es un minuto más de ida.
- Las visitas nos fortalecen.
- Vamos de negativo a positivo.
- Salvamos vidas con una sonrisa.
- Damos color a los momentos grises.
- Hago una conexión con mis pacientes en las visitas.

**Un insight debe ser algo que las personas no sabían que sabían de sí mismas. El insight busca revelar el por qué la gente piensa lo que piensa, hace lo que hace o siente lo que siente. O también cuando esa revelación ayude a entender todo lo contrario, el por qué la gente no piensa, hace o siente algo concreto. (Roman, 2013)**

**A partir de encontrar el insight se crea un concepto, es decir, la manera de representar, presentar y divulgar el insight, de manera verbal, gráfica y audiovisual.**

## Evaluación de Insights

De la lista anterior de insights se evaluaron los elegidos en base a una tabla de potencialidad. Los insights con mayor punteo, luego fueron utilizados para desarrollar conceptos creativos.

### Insights elegidos:

- Lo mejor de mi visita son las sonrisas y los abrazos.
- Con la nariz y la bata sale la mejor versión de mi.
- Hago una conexión con mis pacientes en las visitas.

Hacemos sonreír a las personas.		
	Si	No
Genera un sentimiento	x	
Fácil de recordar	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Es aplicable a todo el G. O.		x
Del 1 al 10 ¿Cuánto se relaciona con el proyecto?	8	

Hago una conexión con mis pacientes en las visitas.		
	Si	No
Genera un sentimiento		x
Fácil de recordar	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Es aplicable a todo el G. O.		x
Del 1 al 10 ¿Cuánto se relaciona con el proyecto?	9	

Transformamos la tristeza en alegría.		
	Si	No
Genera un sentimiento	x	
Fácil de recordar	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Es aplicable a todo el G. O.	x	
Del 1 al 10 ¿Cuánto se relaciona con el proyecto?	8	

Le damos color a los momentos grises.		
	Si	No
Genera un sentimiento	x	
Fácil de recordar	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Es aplicable a todo el G. O.	x	
Del 1 al 10 ¿Cuánto se relaciona con el proyecto?	8	

Lo mejor de mi visita son las sonrisas y los abrazos.		
	Si	No
Genera un sentimiento	x	
Fácil de recordar	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Es aplicable a todo el G. O.	x	
Del 1 al 10 ¿Cuánto se relaciona con el proyecto?	8	

Con la nariz y la bata sale la mejor versión de mi.		
	Si	No
Genera un sentimiento	x	
Fácil de recordar	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Es aplicable a todo el G. O.	x	
Del 1 al 10 ¿Cuánto se relaciona con el proyecto?	9	

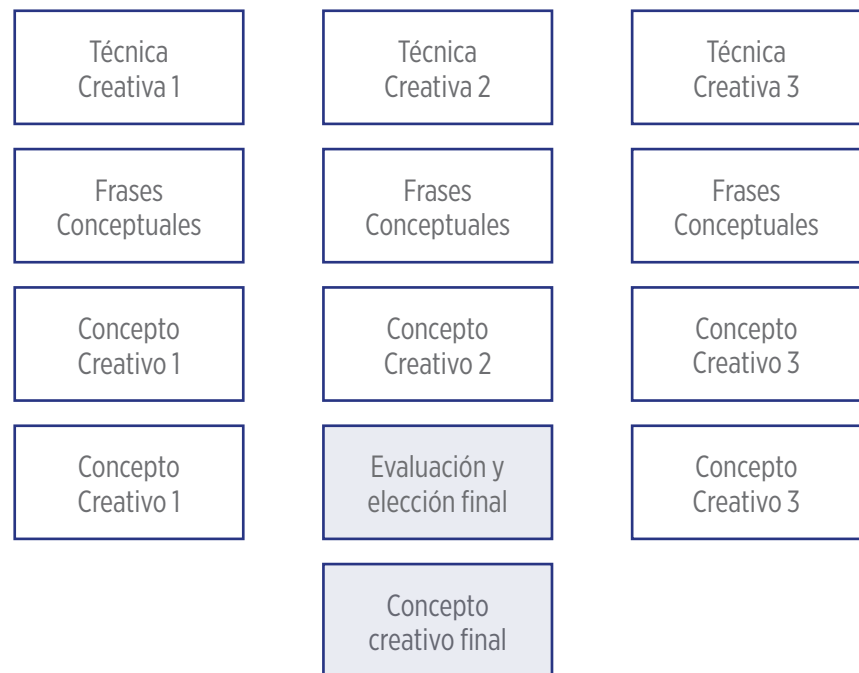
# Generación de Concepto Creativo

Para la creación del Concepto Creativo es necesario seguir un proceso que esté fundamentado en base al diagnóstico previo que se hace de la institución, la investigación del grupo objetivo y el contacto con este, el brief y el análisis de la información.

Luego, con la utilización de diferentes técnicas creativas, se establecen relaciones lógicas y se obtienen distintas ideas sobre el tema, las cuales al ser sintetizadas, analizadas y articuladas expresan todo lo anterior en un solo concepto.

**En este caso, se utilizaron las siguientes tres técnicas creativas:**

- Relaciones Forzadas
- ¿Qué pasaría si ...?
- Ideart



Antes de realizar las técnicas de conceptualización antes mencionadas se hizo una “lluvia de ideas” como apoyo y para contextualizar el tema. \*Las palabras subrayadas son las más relevantes.

## Lluvia de ideas

• Fábrica	• Recibir	• Transformar	• Nombre
• Sonrisas	• Comunicación	• Baile	• Doctores
• Voluntario	• Abuelos	• Masivo	• Progreso
• Amigos	• Familia	• Producción	• Alma
• Risoterapia	• Burbujas	• Equipo	• Constelación
• Ayuda	• Libros	• Imaginación	• Pertenencia
• Servicio	• Cuentos	• Esperanza	• Padrinos
• Colores	• Hadas	• Aprendizaje	• Ahijados
• Diversión	• Magia	• Interior	• Voluntariado
• Niños	• Luz	• Atención	• Dulzura
• Juego	• Oscuridad	• Sensible	• Energía
• Juguetes	• Tristeza	• Pintura	• Juventud
• Alegría	• Soledad	• Sinceridad	• Arriesgarse
• Amor	• Fotos	• Parque	• Sociedad
• Abrazo	• Conocimiento	• Tratamiento	• Ternura
• Felicidad	• Compasión	• Papel	• Sentimientos
• Música	• Clown	• Generar	• Persona
• Información	• Payasos	• Brindar	• Corazón
• Reglamento	• Diversidad	• Expansión	• Conexión
• Normas	• Orfanato	• Amistad	• Historias
• Talleres	• Libertad	• Compartir	• Sueños
• Capacitación	• Empatía	• Mejorar	• Honestidad
• Liderazgo	• Improvisación	• Medicina	• Pasión
• Inclusión	• Caricatura	• Conocer	• Aventuras
• Hospitales	• Peluche	• Unidad	• Globoflexia
• Optimismo	• Brillo	• Lealtad	• Origami
• Momentos	• Mochila	• Compromiso	• Cambios
• Entrega	• Bata	• Semana	• Mímica
• Personajes	• Nariz	• Profesionales	• Teatro
• Globos	• Colores	• Estudiantes	• Fantasía
• Pinturas	• Comida	• Trabajo	• Premio
• Originalidad	• Recarga	• Extracotidiano	• Herramientas
• Inspiración	• Autoestima	• Creativo	• Intercambio
• Contacto	• Experiencia	• Exagerado	• Malabares
• Mundo	• Movimiento	• Locura	• Dinámicas
• Vida	• Huella	• Guatemala	• Memoria
• Jóvenes	• Cura	• Mascotas	• Psiquiátrico
• Risa	• Médicos	• Emoción	• Fuerza
• Visitas	• Canciones	• Mezcla	• Auténtico
• Tiempo	• Convocatoria	• Asilos	• Entusiasta
• Dar	• Payaescuela	• Autoayuda	• Ilusión

## Técnica Creativa no. 1 Relaciones Forzadas

**Insight: “Hago una conexión con mis pacientes en las visitas”**

Para esta técnica se utilizaron las palabras elegidas de la lluvia de ideas anterior (que tienen relación con el tema) y palabras al azar (no relacionadas con el tema). De estas listas se eligieron nuevamente las más relevantes y se relacionaron entre sí.

### Palabras con relación

- Fábrica
- Sonrisas
- Voluntario
- Amigos
- Servicio
- Juego
- Amor
- Abrazo
- Entrega
- Vida
- Risa
- Familia
- Magia
- Luz
- Energía
- Corazón
- Conexión
- Aventuras
- Intercambio
- Ilusión
- Nariz
- Recarga
- Experiencia
- Transformar
- Producción
- Pintura
- Compartir
- Lealtad
- Extracotidiano
- Doctores
- Alma

### Palabras al azar

- Joya
- Nube
- Escalera
- Niño
- Brillo
- Sabor
- Cerebro
- Estrellas
- Concierto
- Salsa
- Circulo
- Luna
- Lápiz
- Planta
- Diccionario
- Abanico
- Lente
- Bomba
- Tinta
- Archivo
- Montaña
- Comida
- Operación
- Sabor
- Maleza
- Dibujo
- Internet
- Semilla
- Computadora
- Columna
- Vaso

- Radio
- Máquina
- Armario
- Discoteca
- Puerta
- Argolla
- Araña
- Carrera
- Fuego
- Copia
- Bruja
- Bambú
- Chocolate
- Ticket
- Show
- Impresión
- Juez
- Palmera
- Martillo
- Alfombra
- Slogan
- Maquila
- Maravilla
- Arco Iris
- Pantalones
- Resaltador
- Sombrero
- Paseo
- Reloj
- Cama
- Concha
- Lancha

- Perro
- Agua
- Libro
- Película
- Cine
- Colegio
- Terremoto
- Maestro
- Estuche
- Billetera
- Dinero
- Bocina
- Flores
- Jardín
- Estrellas
- Almohada
- Pared
- Patines
- Peso
- Coma
- Camerino
- Trofeo
- Tómbola
- Tornillo
- Camino
- Construcción

### Relaciones de palabras

1. Sonrisas / Lápiz  
El primer trazo es una sonrisa.
2. Producción / Estrellas  
Producción de estrellas.
3. Corazón / Máquina  
Conectando corazones.

Concepto elegido:  
“CONECTANDO  
CORAZONES”



## Técnica Creativa no.2 ¿Qué pasaría si...?

**Insight: “Lo mejor de mi visita son las sonrisas y los abrazos”**

Para esta técnica se sustituyeron algunas situaciones por otras.

- Qué pasaría si cambiáramos la noche por el día.
- Qué pasaría si cambiáramos delincuentes por voluntarios.
- Qué pasaría si cambiáramos armas por narices rojas y batas.
- Qué pasaría si cambiáramos las fiestas por visitas a los pacientes.
- Qué pasaría si en lugar del suelo hubiera cielo.
- Qué pasaría si el cemento y los edificios en lugar de gris fueran de colores
- Qué pasaría si en lugar de armas fabricáramos sonrisas.
- Qué pasaría si cambiáramos la tristeza por felicidad.
- Qué pasaría si en lugar de diputados hubiera voluntarios.
- Qué pasaría si las multas en lugar de dinero se pagaran con sonrisas.
- Qué pasaría si en lugar de sombra hubiera luz.
- Qué pasaría si los medios fueron médicos de la risa y profesionales a la vez.
- Qué pasaría si en lugar de pasar tiempo viendo redes sociales visitáramos pacientes.
- Qué pasaría si intercambiáramos risas y no malas caras e insultos
- Qué pasaría si dejáramos de criticar a la gente y nos uniéramos en sus locuras.
- Qué pasaría si en lugar de fabricar armas fabricáramos sonrisas.

### De pregunta a concepto

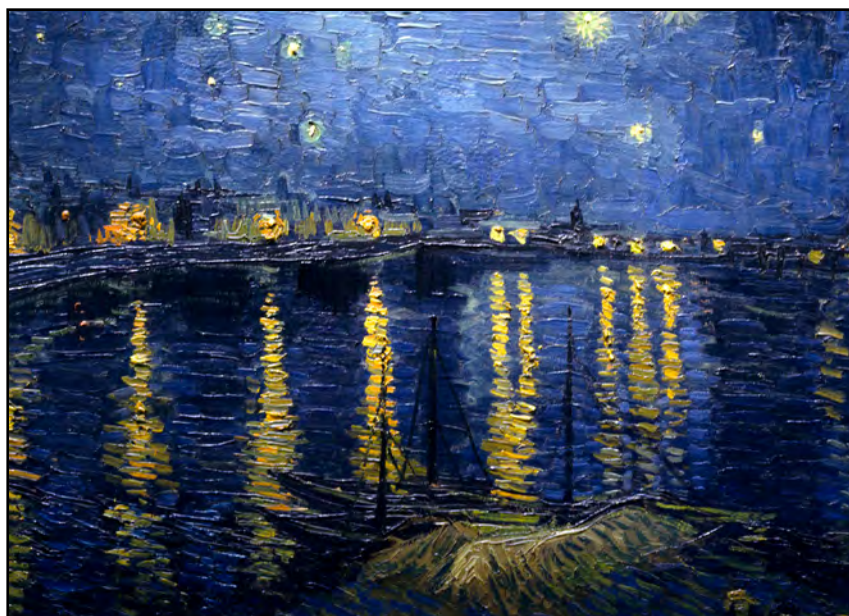
1. Qué pasaría si en lugar del suelo hubiera cielo.  
Narices al cielo
2. Qué pasaría si cambiáramos la tristeza por felicidad.  
180° a la felicidad
3. Qué pasaría si en lugar de fabricar armas fabricáramos sonrisas.  
Fabricando sonrisas

Concepto elegido:  
“FABRICANDO  
SONRISAS”

## Técnica Creativa no.3 Ideart

**Insight:** “Cuando me pongo la nariz y la bata sale la mejor versión de mi”

Para esta técnica se utilizó como referencia la obra de Van Gogh “La noche estrellada sobre el Ródano” (1888).



### Obra

- Noche estrellada
- Estrellas iluminan el muelle, la noche.
- Se ve el reflejo de la luz en el agua.
- Contraste de colores fríos y cálidos.
- La pareja está acompañada de las estrellas.
- Las estrellas parecen faros.
- Da la sensación de calma y romanticismo.
- Es un muelle de noche.
- Se notan las pinceladas.

### Relación con voluntarios

Los voluntarios llenan de luz los lugares donde visitan. Son lugares grises donde en la mayoría abunda la tristeza, soledad y desesperanza.

**Concepto elegido:**  
“LUZ EN LA  
OSCURIDAD”

### Relación con Voluntarios



- Los voluntarios llenan de luz los lugares grises donde abunda la tristeza y la soledad.
- Las buenas actitudes de los voluntarios se ven reflejadas en las sonrisas de los pacientes.
- Existe un contraste entre ser un voluntario de corazón y un falso voluntario.
- Los pacientes en cada visita se ven acompañados por los voluntarios.
- Los voluntarios llenan de luz los lugares grises donde abunda la tristeza y la soledad.
- Las buenas actitudes de los voluntarios se ven reflejadas en las sonrisas de los pacientes.
- Existe un contraste entre ser un voluntario de corazón y un falso voluntario.
- Los pacientes en cada visita se ven acompañados por los voluntarios.

# Premisas de Diseño

Con las técnicas creativas se obtuvieron los siguientes conceptos:

- Conectando corazones
- Fabricando Sonrisas
- Luz en la oscuridad

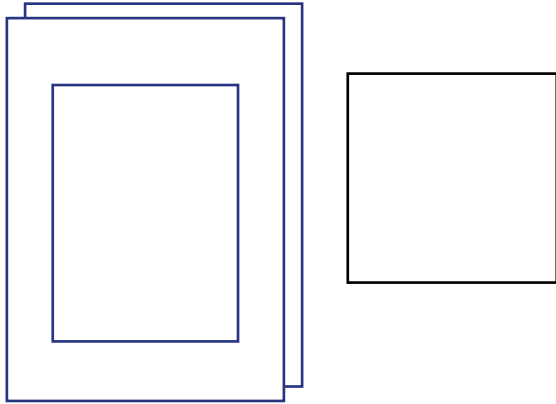
Para cada uno de ellos se definieron premisas de diseño, que se detallan a continuación:

Concepto no. 1: Conectando corazones.	
Premisas Tipográficas	Premisas Icónico - Visual
<p>Las tipografías institucionales son:</p> <p>Títulos: Brady  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Subtítulos: Bulegum  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Textos y Párrafos: Alegreya  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Se proponen las tipografías “san serif” tanto para los titulares como par el cuerpo del texto y los párrafos. Siempre utilizando sus variaciones: bold, regular, itálica, light entre otros para crear una jerarquía visual.</p> <p><b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn</b>  <b>Oo 1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p>	<p>Para los elementos gráficos de apoyo se propone utilizar imágenes vectoriales referentes al término “conexión” y las fotografías utilizadas en duotono ya que se quiere apoyar la idea de que existen dos partes unidas en una sola. Estos duotonos estarán regidos bajo la paleta cromática de la premisa.</p> 
Premisas Lingüísticas	
<p>Se propone que los textos vayan redactados en segunda persona par que los volunarios noten en el tono, en el que se les habla, la importancia que tienen los contenidos y la implementación de los mismos durante sus visitas. Frases como: “Es por el bien de ustedes”, “Ustedes deberán realizar ...”</p>	
Premisa Cromática	
<p>Se propone utilizar una combinación de dobles complementarios, siempre para tener contrastes en los duotonos y a la vez para tener mayor variedad.</p> 	

### Concepto no. 1: Conectando corazones.

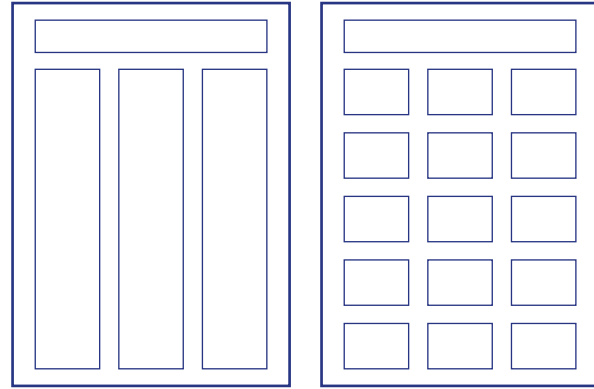
#### Premisas de Formato

Se propone utilizar un formato doble, eso quiere decir que dentro de un material este inserto uno más pequeño o un formato cuadrado.



#### Premisas de Retícula

Se propone utilizar una retícula simétrica, ya sea por columnas o módulos. Esto con el fin de apoyar la idea de que existen dos partes, igual de importantes.



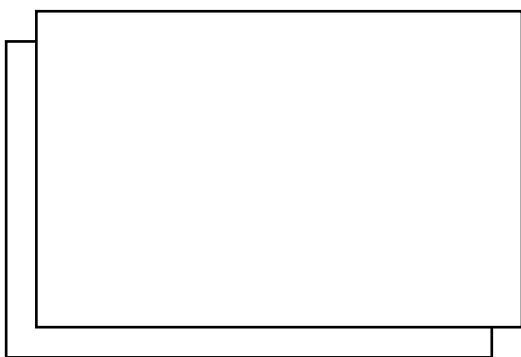
## Concepto no. 2: Fabricando Sonrisas

Premisas Tipográficas	Premisas Icónico - Visual
<p>Las tipografías institucionales son:</p> <p>Títulos: Brady  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Subtítulos: Buble gum  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Textos y Párrafos: Alegreya  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Se proponen las tipografías decorativas para los títulos y subtítulos y san serif para los cuerpos de texto.</p> <p><b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn</b>  <b>Oo 1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p><b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo 1</b>  <b>2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p><b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn</b>  <b>Oo 1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p>	<p>Para los elementos gráficos de apoyo se propone utilizar imagenes vectoriales referentes a una “fábrica” y las fotografías utilizadas serán de los voluntarios, con fondo blanco, interactuando con las ilustraciones.</p>  
Premisas Lingüísticas	
<p>Se propone utilizar palabras propias y técnicas de la asociación y los textos estarán redactados en segunda persona “tú” para que los jóvenes se sientan identificados y en lugar de sentir que los están regañando, deberán sentir que es una plática entre amigos. Frases como: “Tú eres parte de esto”, “Es por ti”</p>	
Premisa Cromática	
<p>Se propone utilizar colores con tinta 100% saturados, que van desde la gama de los cálidos hasta los fríos.</p> 	

## Concepto no. 2: Fabricando Sonrisas

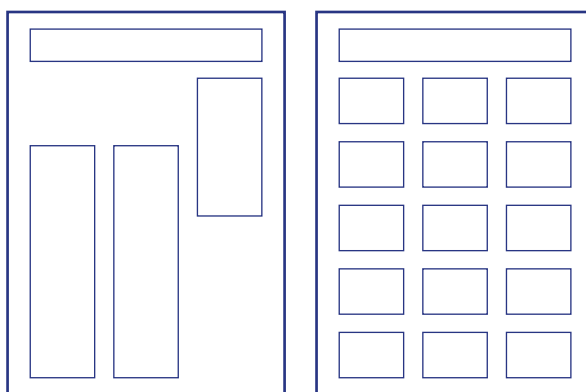
### Premisas de Formato

Se propone utilizar un formato horizontal de gran tamaño, aproximadamente tabloide 11x17 para apoyar la idea de grandeza y producción.





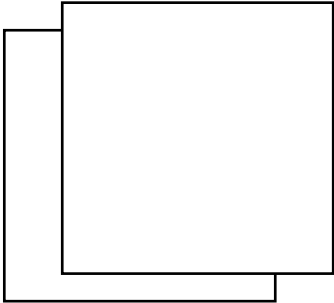
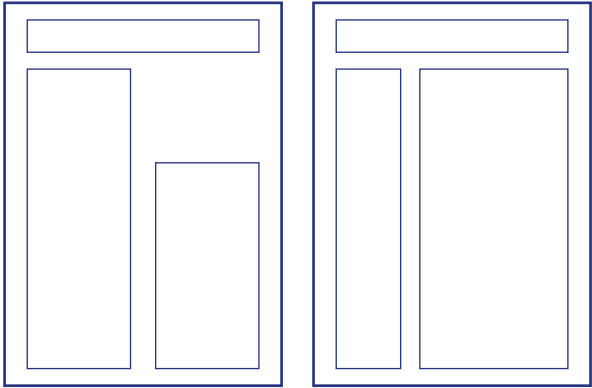
### Premisas de Retícula

Se propone utilizar una retícula modular ya sea simétrica o asimétrica. Los módulos van de menos a más, de espacios grandes a pequeños o viceversa; Los módulos van al mismo tamaño y espacio. Ambas ideas reflejan el proceso de una producción y maquinaria. Cada módulo es un paso.



### Concepto no. 3: Luz en la oscuridad

Premisas Tipográficas	Premisas Icónico - Visual
<p>Las tipografías institucionales son:</p> <p>Títulos: Brady  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Subtítulos: Buble gum  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Textos y Párrafos: Alegreya  <b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Se proponen las tipografías san serif para los títulos, subtítulos y cuerpos de texto, con la salvedad de que se marque el contraste entre ellos utilizando las distintas variaciones de las mismas: light y bold. O se propone lograr un contraste entre tipografías san serif y serif.</p> <p><b>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo</b>  <b>1 2 3 4 5 6 8 9 0</b></p> <p>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo 1 2 3 4 5 6 8 9 0</p>	<p>Se propone utilizar fotografías que estén divididas un lado en blanco y negro y el otro a color para lograr el contraste.</p> 
Premisas Lingüísticas	
<p>Se utilizaran palabras técnicas del voluntariado. Estará redactado en segunda persona “tú” para que los jóvenes se sientan identificados y en lugar de sentir que los están regañados, sientan que es una plática entre amigos. Frases como: “Tú eres parte de esto...”, “Es por ti ...”</p>	
Premisa Cromática	
<p>Se propone utilizar colores que contrasten de claros oscuros, siempre utilizando tonos saturados (100% de tinta) como oscuro y como claro una transparencia de blanco al 20% por encima del color elegido.</p> 	

Concepto no. 2: Fabricando Sonrisas	
Premisas de Formato	Premisas de Retícula
<p>Se propone utilizar un formato cuadrado de 12 x 12 pulgadas.</p> 	<p>Se propone utilizar una retícula asimétrica que únicamente tenga dos lados. Uno de mayor tamaño que el otro.</p> 

## Evaluación de Conceptos

Los tres conceptos creativos finales fueron evaluados en base a la tabla de potencialidad y se eligió uno como final.

**Conceptos elegidos:**

- Conectando corazones.
- Fabricando sonrisas.
- Luz en la oscuridad.



Conectando Corazones		
	Sí	No
Se relaciona con la institución	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Se aplica al proyecto	x	
¿Qué tan memorable es?		
¿Qué tan creativo es?	8	

Según el grupo objetivo, no todos los voluntarios logran hacer una conexión con los pacientes durante sus visitas, ya que muchos de ellos no suelen darles confianza desde un inicio. Esto se logra con el paso del tiempo. Analizando las premisas el trato de usted a los voluntarios puede hacerlos sentir inferiores y obligados a seguir instrucciones, provocando que se molesten o hasta abandonen el voluntariado.

Fabricando Sonrisas		
	Sí	No
Se relaciona con la institución	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Se aplica al proyecto	x	
¿Qué tan memorable es?	9	
¿Qué tan creativo es?	9	

Este concepto resume básicamente lo que hacen los voluntarios en sus visitas y la filosofía de la asociación. Aunque los voluntarios no logren conectarse con los pacientes, logran sacarles mínimo una sonrisa y con eso les basta. Aunque el concepto es literal el nombre de la asociación, nunca se ha aprovechado el recurso de una “fábrica” como tal, para utilizarla como elemento visual.

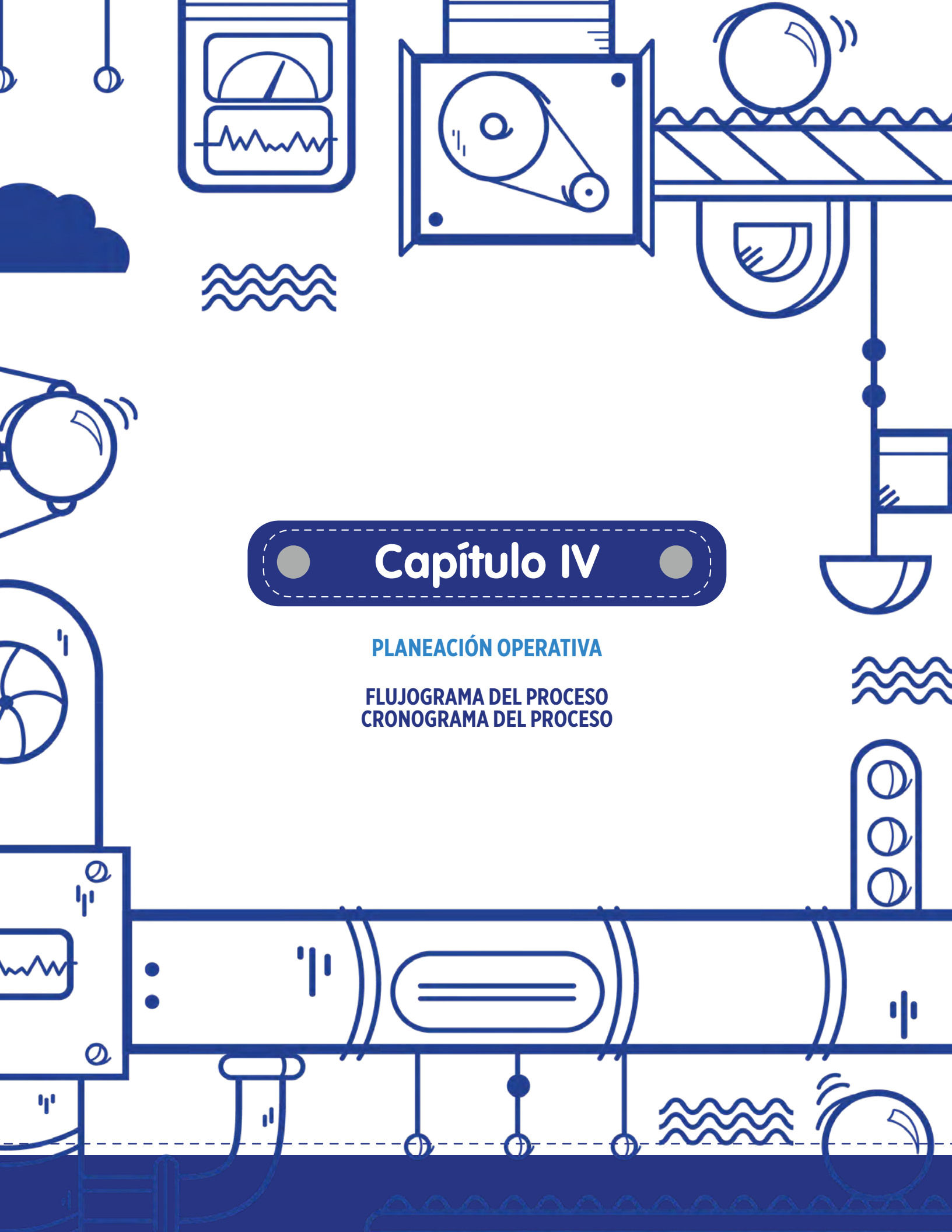
Luz en la oscuridad		
	Sí	No
Se relaciona con la institución	x	
Se relaciona con el G. O.	x	
Se aplica al proyecto		x
¿Qué tan memorable es?	8	
¿Qué tan creativo es?	9	

Este concepto se relaciona más con los lugares de visita que con los voluntarios. Luego de analizar las premisas, la imagen gráfica no iba a transmitir al 100% las emociones y valores que la asociación desea, sobre todo porque no hay ilustraciones que lo demuestren y por la paleta de colores un tanto desaturada y triste.

**Insight:**  
 “Lo mejor de mi visita son las sonrisas y los abrazos”

**Concepto:**  
 Fabricando Sonrisas





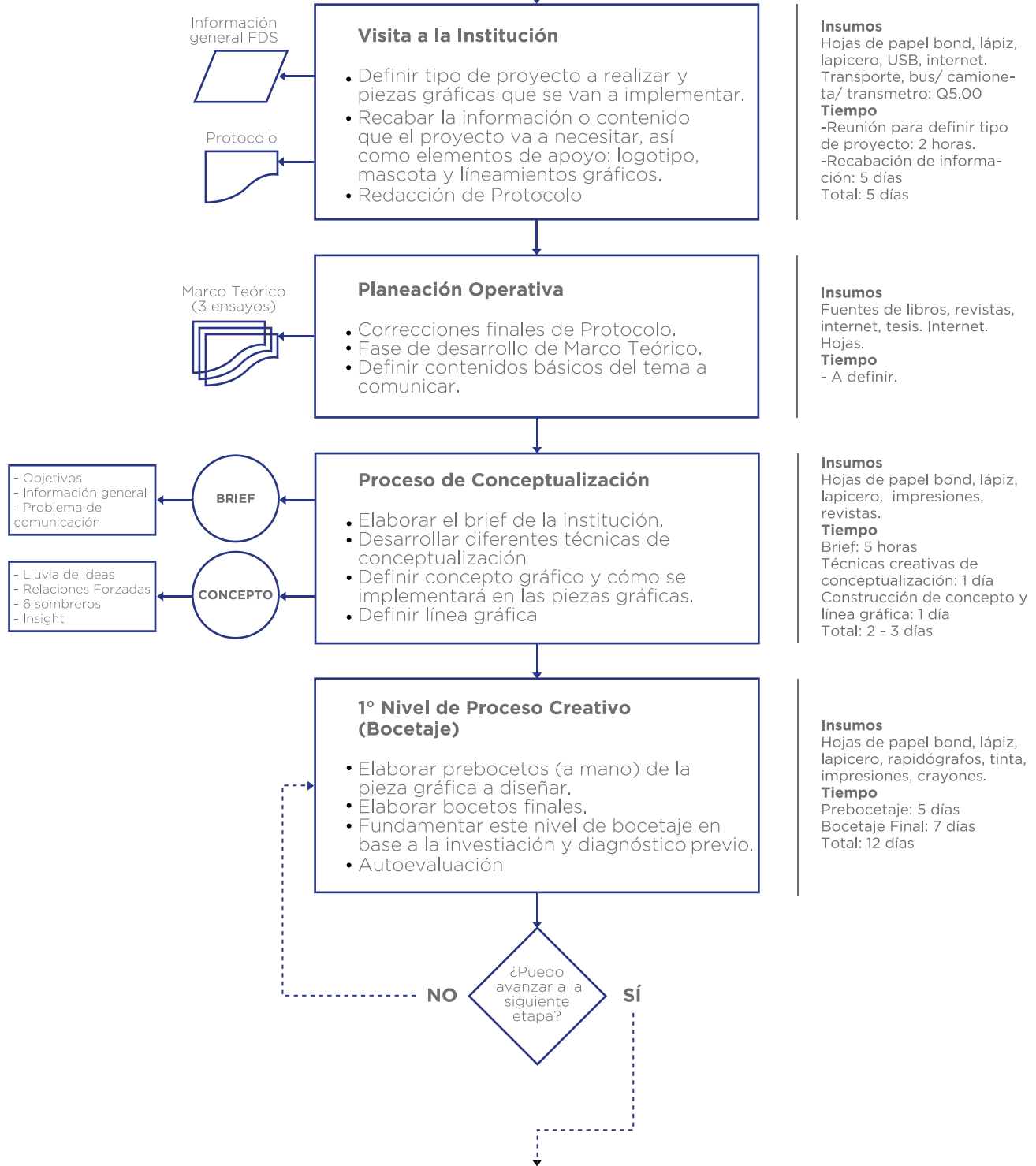
# Capítulo IV

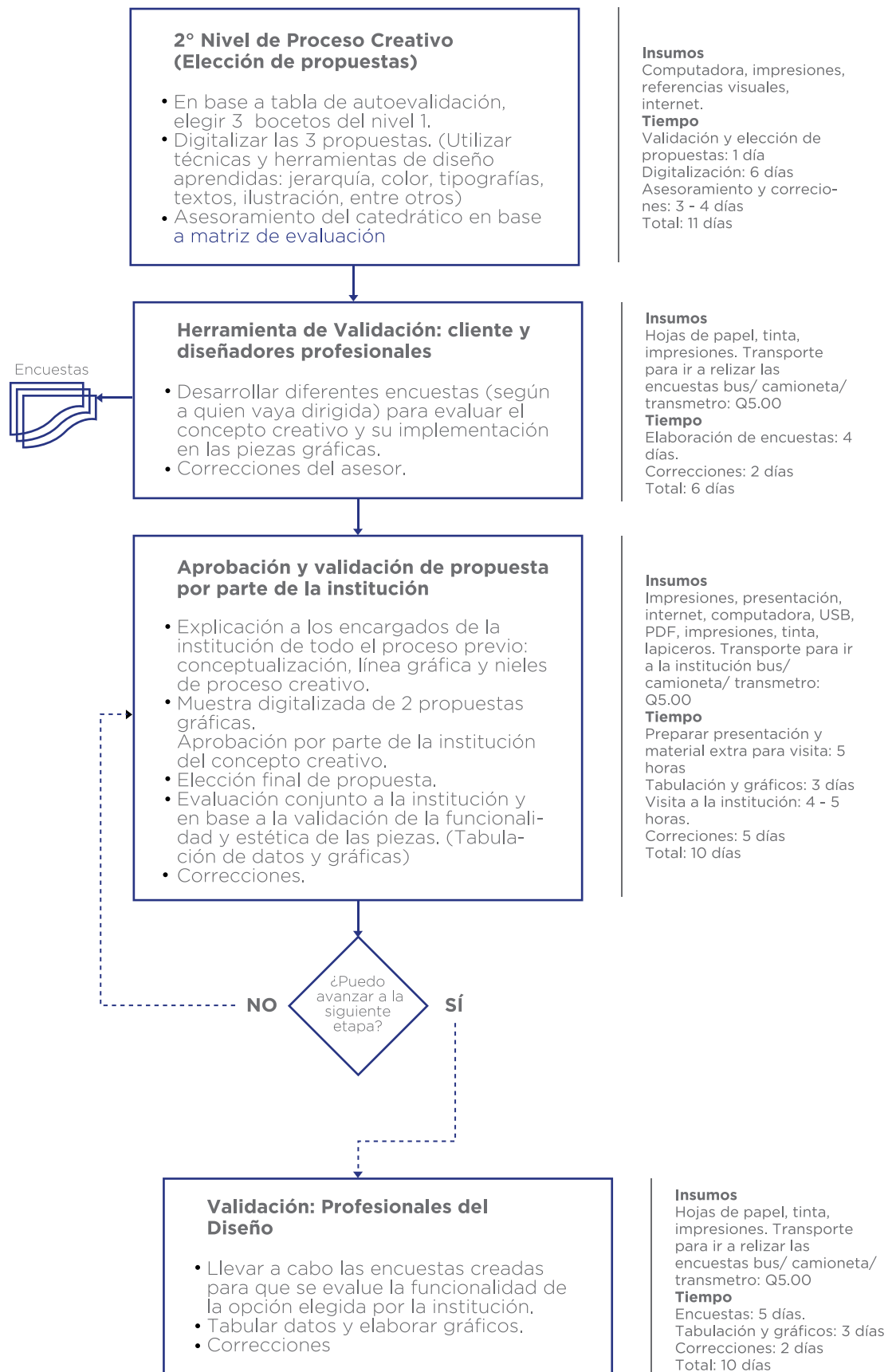
PLANEACIÓN OPERATIVA

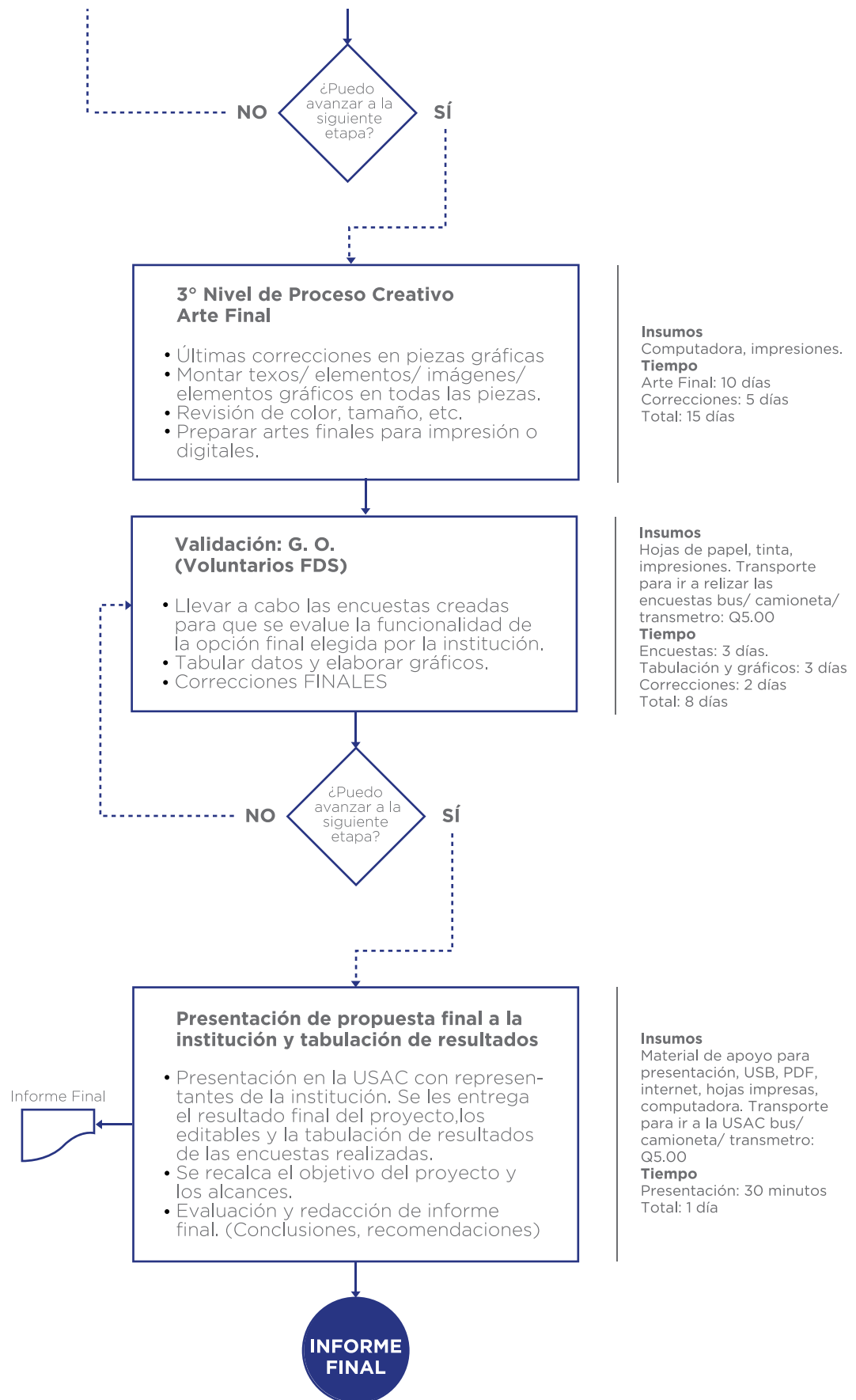
FLUJOGRAMA DEL PROCESO  
CRONOGRAMA DEL PROCESO

# Flujograma

## PROCESO CREATIVO Proyecto de Graduación















# Capítulo V

## MARCO TEÓRICO

EL VOLUNTARIADO: UN FENÓMENO SOCIAL  
DISEÑO EDITORIAL: PUBLICACIONES E IMPRESOS  
EL DISEÑO EDITORIAL Y EL VOLUNTARIADO



# El voluntariado: un fenómeno social

El fenómeno del voluntariado no es nada nuevo en nuestro contexto ya que es una de las principales formas de participación que tienen los ciudadanos. Estas organizaciones dedicadas a realizar trabajo voluntario han experimentado un mayor auge, especialmente desde que las Naciones Unidas proclamará el Año Internacional de los Voluntarios (AIV) en 2001, y se han involucrado cada vez más dentro de la sociedad. Estas organizaciones se han convertido en garantía de bienestar social, protección medioambiental y paz.

El voluntariado ha existido prácticamente en todas las civilizaciones y sociedades. Anteriormente el término voluntariado era utilizado para describir actividades religiosas (Karl, 1984), y es hasta el siglo XX que adquiere el significado que se le da en la actualidad.

Si acudimos al diccionario de la Real Academia Española (2014) encontramos que el voluntariado se define como el: “conjunto de las personas que se ofrecen voluntarias para realizar algo”. En base a esta definición, podríamos decir que prácticamente todos en algún momento de nuestras vidas hemos sido voluntarios. Sin embargo, en este proyecto al hablar de voluntariado nos estamos refiriendo a un concepto más específico ya que la asociación para la cual se está trabajando demuestra que un voluntariado va más allá de la buena intención, conlleva organización, dedicación y recursos.

A pesar de que el voluntariado es concebido de diversas maneras, principalmente asociadas a la práctica ciudadana de acciones sociales no remuneradas para fomentar el crecimiento social y económico y así provocar el desarrollo de la sociedad, debemos tener en cuenta que en su mayoría, dicho trabajo está vinculado a la supervivencia, a los aspectos de educación, salud (física y emocional), vivienda y a la movilización de las personas en caso de catástrofes naturales o provocadas por el hombre (González, 2003).

Casi siempre el término de voluntario aparece como adjetivo y está vinculado con otros términos, como: “acción voluntaria”, “trabajo voluntario”, “organización voluntaria”, “sector voluntario”, “movimiento voluntario”, entre otros. Con esta serie de términos resultantes se puede reflejar las distintas manifestaciones que el voluntariado puede representar y a la vez, nos permite observar la complejidad que se tiene para definir un único concepto.

**La Asamblea General de Naciones Unidas (2015) define el voluntariado como “una amplia gama de actividades, incluidas las formas corrientes de apoyo mutuo, y autoayuda, la prestación oficial de servicios y otras formas de participación cívica, realizadas voluntariamente, en beneficio de la sociedad en su conjunto y sin que la retribución económica sea el principal factor de motivación”.**

**Con base en estas definiciones, podemos decir que el voluntariado es la forma como el ser humano demuestra la solidaridad de forma organizada; es una intervención responsable de la comunidad en la resolución de problemas, satisfacción de necesidades y en el desarrollo comunitario.**

Óscar García, activo investigador y promotor del voluntariado en América Latina (García, 2007), a su vez define al voluntariado como “personas que deciden ofrecerse para realizar las más diversas tareas para ayudar y construir junto con otros, de manera reiterada y comprometida, y sin esperar recompensa económica a cambio”. En un sentido afín, la Red Voluntarios de Chile entiende por servicio voluntario el “conjunto de actividades de interés general desarrolladas por personas físicas, de carácter altruista y solidario en beneficio de terceros, de realización libre (...) que no posee contraprestación económica y que se desarrolla a través de organizaciones privadas o públicas y con arreglo a programas o proyectos concretos” (Voluntarios de Chile, 2001). Por último, Sedano (2009) describe la acción del voluntario como “un don que abarca el carácter personal de toda persona, la cual se ofrece para aportar y dar. Esta se basa en el carácter personal de cada ser humano, teniendo como principio una necesidad y una apertura que sugiere la necesidad que existe en algo en específico.”

En definitiva, el voluntariado es una herramienta para ejercer el derecho a participar y a transformar la realidad. El voluntariado es indispensable porque actúa desde las necesidades existentes en cada momento, porque incide directa e inmediatamente en los problemas, proponiendo soluciones y, además, porque contribuye a recuperar el protagonismo y el control sobre nuestra propia vida y nuestra sociedad. La acción voluntaria evita que sea una minoría quien tome las decisiones, hace posible que participar sea algo más que votar cada cuatro años y esperar que sucedan las cosas.

Muchas veces se critica al voluntariado argumentando que no genera trabajo, que el gobierno debe hacerse cargo de las necesidades de sus ciudadanos, que sirve para calmar la propia conciencia, pero en realidad no transforma nada, que la gratuidad está en entredicho cuando a cambio de participar se obtienen beneficios como créditos de estudio, y muchos otros. Cuando algo de esto ocurre, el voluntariado, efectivamente, pierde todo su sentido.

Queda claro que el voluntariado no se justifica en las precarias condiciones sociales ni se desarrolla a costa del bien común. El voluntariado como tal no puede pretender sustituir a las instituciones públicas, en lugar de eso debe exigirles a éstas que cumplan con sus obligaciones. En todo caso, los voluntariados complementan la acción de las entidades públicas y es allí donde la labor es más flexible y eficaz. El voluntariado tampoco puede sustituir las formas de solidaridad primarias como la familia, los amigos y las relaciones entre vecinos, su objetivo no es competir con otros marcos de referencia sean

afectivos, laborales o de ocio, sino añadir más posibilidades para desplegar la solidaridad.

Por último, una persona voluntaria no debe suplantar el trabajo de un profesional. El voluntariado y los profesionales deben trabajar en conjunto en tareas que se complementen. (Diputación Foral de Bizkaia, 2006)

Dentro de los fines sociales por los que trabajan las organizaciones de voluntariado están: defensa del medio ambiente; inserción social de personas y colectivos en situación de exclusión; prevención de situaciones de marginación; cooperación con los países en vías de desarrollo; defensa de los derechos humanos; desarrollo de la comunidad; promoción de la cultura, el deporte, la educación, etc.

Esta amplia definición nos permite centrarnos más en la acción y en la práctica del voluntariado como tal, la cual puede ser desempeñada desde entidades muy diversas, entre ellas: organizaciones de la sociedad civil, sector público, organizaciones de cooperación internacional, movimientos sociales, escuelas, universidades, empresas (a través del llamado voluntariado corporativo), iglesias, comunidades, familia, entre otros.

Es necesario que en cualquiera de sus formas el voluntariado cumpla con tres aspectos esenciales: que se desarrolle de forma libre y sin obligaciones, que sea una actividad desinteresada, sin esperar ninguna recompensa económica y que persiga el bien común o este enfocado en la búsqueda del beneficio de terceras personas. A pesar de que anteriormente mencionamos el aspecto de la “no remuneración” es importante aclarar que, aunque el voluntariado no persiga un beneficio personal, recibe beneficios o satisfacciones por la labor que realiza dentro del mismo (Agost, 2005). Dentro de las mayores satisfacciones que se podrían percibir están: satisfacción y realización, que por ende llevan a mejorar el sentimiento de autoestima, desarrollo de aptitudes profesionales y otras competencias, contribución al bienestar personal y comunitario y creación de relaciones sociales.

Queda claro entonces que el voluntariado existe en todas las sociedades del mundo y a pesar de que los términos que lo definen y sus formas de expresión pueden variar según el idioma y la cultura, los principios que lo inspiran son comunes y universales.

La creciente preocupación por los conflictos humanos ha llevado a más personas a participar activamente. Actualmente en Guatemala, un gran número

**En Guatemala el voluntariado no es algo nuevo. Según González (2003) “en las comunidades indígenas, desde la filosofía de la cosmovisión Maya, el voluntariado se conoce como solidaridad comunitaria. Asimismo, en la población Ladina, Garífuna y Xinca, también tenemos la presencia de esta actividad en forma distinta, con bastante arraigo, aunque no visibilizada.”**

**Según la ENCOVI (2011), “un 12.5% del total de la población guatemalteca participa o es miembro de una organización o asociación”, siendo la población joven la de mayor representación.**

**Tal y como afirma Konrad (2009) “los jóvenes son los actores centrales en el proceso de cambio que se vive en el mundo y a nivel nacional. Su aporte puede constituir el eje del avance y consolidación de la democracia y la cultura de paz interculturalmente vivida, así como del desarrollo”**

de voluntarios y voluntarias contribuyen con la labor de varias organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para reducir los efectos de la pobreza extrema y el hambre; difundir la enseñanza primaria universal; promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer; trabajar por la reducción de la mortalidad infantil; lograr la mejora de la salud materna; impulsar la lucha contra el VIH/SIDA; promover la sostenibilidad del medio ambiente; y alcanzar la consolidación de una alianza mundial para el desarrollo.

Guatemala es un país en vías de desarrollo y por esta razón tanto el gobierno como las organizaciones de la sociedad civil y el sector privado han sido capaces de adoptar iniciativas proactivas en beneficio de los grupos excluidos. Este tipo de iniciativas representan un avance crucial que ha garantizado que toda la población disfrute de los múltiples beneficios que ofrece el voluntariado. Dentro de la larga lista de iniciativas y organizaciones que han surgido a partir de esto, podemos mencionar: Techo, Fábrica de Sonrisas, Teletón, entre otros.

Tal y como describe el Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU, 2011) “es probable que una sociedad que respalda y alienta las diferentes expresiones del voluntariado sea una sociedad que promueve el bienestar de todos sus ciudadanos. Una sociedad que no reconoce ni facilita las contribuciones de los voluntarios se priva de aportaciones que podrían mejorar el bienestar público.”

Hasta el momento hemos hablado del voluntariado como tal, pero no hemos mencionado el motor que mueve estas organizaciones: el voluntario. Según el Centro Territorial de Información Juvenil (2006) “voluntario es aquella persona que ofrece, por elección propia, su tiempo, sus conocimientos y su experiencia para el desempeño de las actividades que nombramos anteriormente.” En realidad, cualquier persona puede ser voluntaria, ya que todos tienen algo que aportar en función de sus capacidades, motivaciones y circunstancias personales.

Hay dos tipos de motivaciones que mueven a los voluntarios a comprometerse con estas organizaciones. La primera por razones ideológicas, éticas y morales, o de carácter religioso, que le llevan a sentir como suyos los problemas y necesidades de otros, a querer hacer algo para mejorar la sociedad, cambiar las cosas, transformar el mundo. Y la segunda por razones personales, por la necesidad de sentirse socialmente útil, de conocer y vivir nuevas experiencias, formarse y desarrollarse como persona y relacionarse y trabajar con otros.

Ambas motivaciones se complementan y combinan en cada persona en distintas proporciones. Esto mismo hace que el voluntario deje atrás los temores que puede traer consigo la sola idea de pertenecer a una organización, como el pensar que el esfuerzo no va a valer la pena, que no se cuenta con ninguna experiencia, que no se tiene nada que aportar, entre otros, y decida intentarlo.

Como resultado de la globalización, se han ampliado las oportunidades para que la gente participe en acciones voluntarias. Las organizaciones, según sus características y necesidades, ofrecen una gran variedad de posibilidades de colaborar a cualquier persona interesada. No importa la edad, la formación académica, o la experiencia previa que se tenga, lo importante es querer participar y estar dispuesto. Noriega y Cruz (2011) hacen referencia que es importante que, al comprometerse, el voluntario asuma una responsabilidad con la organización, respete y no deje de lado las normas y compromisos que se adquieren al formar parte.

Dentro de estos compromisos podemos mencionar los que debe cumplir el voluntario con los beneficiarios: actuar con profesionalismo, humanidad y eficacia. Prestar ayuda desinteresada. Respetar y defender la dignidad de la persona y potenciar el desarrollo integral de beneficiario; los compromisos que debe cumplir el voluntario con la organización: asumir las normas del reglamento, sin utilizarlas en beneficio propio y manteniendo la confidencialidad y discreción. Participar en las actividades realizadas con una actitud positiva y cooperativa; y los compromisos que debe cumplir el voluntario con la sociedad: fomentar la cultura de solidaridad, amor al prójimo, justicia social y valores humanos. Estar al tanto de la realidad del país y las necesidades que tiene para poder trabajar y promover una mejora. Transmitir con actitudes, acciones y palabras los ideales e importancia del trabajo voluntario.

**El voluntariado es un medio altamente efectivo y práctico de aprovechar las capacidades de la población en todas las sociedades y a todos los niveles. También ofrece una vía a través de la cual esas capacidades pueden mejorar el bienestar de las personas, de las sociedades y de las naciones. Tal y como concluye la Conferencia Mundial sobre la Reducción de los Desastres Naturales (2005) “los recursos más eficaces para reducir la vulnerabilidad son la autoayuda comunitaria local, las organizaciones locales y las redes locales”.**

Es necesario fomentar el reconocimiento del voluntariado como elemento esencial del progreso sostenible y equitativo de los países. En un entorno que cambia constantemente, el voluntariado es una constante. Las formas de expresión que lo definen pueden variar, pero los valores fundamentales de solidaridad y compromiso que lo inspiran permanecen sólidos y universales. Están presentes en todas las culturas y sociedades y son una auténtica expresión de nuestra calidad de seres humanos.





# Diseño Editorial: Publicaciones e Impresos

El diseño editorial, como afirma Bhaskaran (2006), es la rama más completa y compleja del diseño gráfico ya que no solo requiere de creatividad, sino también requiere de un proceso complejo que no solo busca crear publicaciones sino generar diseños con sentido. Si bien es cierto que el objetivo principal del diseño editorial es comunicar y transmitir, también podemos lograr a través de él informar, entretener, educar, instruir o desarrollar una combinación de todas estas acciones. En el estudio del diseño editorial no solo es importante el contenido, sino entender el mensaje y plasmarlo de manera que cualquiera que lo reciba pueda comprenderlo.

**Ghinaglia (2013) define el diseño editorial como “la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.”**

A pesar de que el diseño editorial se encuentra en la actualidad en un momento complejo, debido al proceso de constante redefinición que está provocando la popularización y la multiplicación de los soportes electrónicos, así como la aparición de nuevos sistemas de publicación podemos decir que siempre se enfoca en la búsqueda de lograr una armonía y unidad entre los textos, la imagen y la diagramación que permita comunicar el mensaje del contenido, pero que a la vez tenga un valor estético que llame la atención del tipo de público al que va dirigida la publicación.

El diseño editorial básicamente se compone de 4 etapas generales: creación, edición, diseño y producción. Cada una de estas etapas es igual de importante ya que todas están enfocadas en lograr el mejor resultado. Solo de esta forma el mensaje será transmitido correctamente (sin faltas de ortografía, redacción, limpieza y orden), de manera agradable (tipografía legible, espacios y dimensiones) y funcional (dentro de los límites económicos de la editorial y del lector). Todos los criterios que se observan en la creación de una publicación tienen el objetivo primordial de satisfacer al lector, escritor, editor, publicista, director de arte y todo el equipo.

Para iniciar las etapas de creación y edición es necesario definir el tipo de publicación que se va a trabajar: periódico, folleto, revista, libro, manual, volante, etc. Tomando esto como punto de referencia, se puede definir el contenido, el grupo objetivo al cual irá dirigido y si será una publicación impresa o digital.

Ya que se ha definido el tipo de publicación, se puede pensar en el estilo. Los criterios que debe observar el estilo son básicamente todos los referidos a texto, ilustraciones y demás elementos gráficos que se utilicen en la publicación,

**El diseño de una publicación, sea cual sea, implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo.**

así como información referente a la composición y el propio soporte de la publicación: tipografías, retículas, formatos, tamaños, diagramación, entre otros aspectos. El estilo determina los límites de la creatividad, ya que se puede usar todos esos elementos de diseño, mientras no se pierda la concepción del mensaje limitada por el estilo. La etapa de edición es la más laboriosa del proceso y la más productiva en términos de creatividad. Si en la creación definíamos una idea, en la edición la puliremos y encontraremos su forma final.

Luego viene la etapa de diseño en donde todos los elementos pensados, definidos y planificados, se hacen realidad. En esta etapa se determinan los espacios, tamaño y proporción de los elementos y el recorrido visual de los mismos. Es necesario que el diseñador gráfico ponga en práctica y retome reglas básicas y fundamentos básicos de la composición para generar una mejor solución estética y funcional. La combinación de los diferentes elementos debe ir alineada en todo momento con el tipo de publicación, con las ideas y género del mismo, e ir en sintonía con los contenidos.

Por último, en la etapa de producción, la publicación adquiere su forma final. Es aquí donde la parte textual y gráfica se funden y forman un proyecto final, y todos aquellos elementos antes puestos en el papel, son plasmados definitivamente.

Estas publicaciones, llamadas también impresos, son básicamente piezas gráficas que resultan de un proceso editorial y que permiten ser leídas y releídas entre grupos pequeños o grandes cantidades de lectores. Según Pérez (2008), “existen varios tipos de publicaciones clasificados según sus características, es decir, el número de páginas, el tamaño, el uso que se le quiere dar, la información que contiene, la duración en el tiempo, etc. Las tres grandes clasificaciones de los impresos según su origen son: Impresos editoriales, Impresos para editoriales e impresos extra editoriales (no editoriales o comerciales).”

Es importante que el diseño de un material editorial se preocupe por la composición y el ordenamiento armónico de los elementos de la página para que no haya discordancia visual, es decir, que se vea agradable a la vista y sea fácil de recorrer y seguir la lectura. En relación a esto, encontramos que Ghinaglia (2013) hace una comparación entre el diseño editorial y la maquetación: “compositivamente hablando, la referencia directa del concepto maquetación está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado, etc.”

Antes de empezar a diseñar debemos plantearnos una serie de preguntas como: ¿qué debemos comunicar?, ¿cuál es el objetivo de nuestro diseño?, ¿qué elementos son los más adecuados?, entre otras. Una vez aclaradas las preguntas, podemos decidir cómo desarrollar la composición, y en definitiva cómo lanzar el mensaje.

Como hemos mencionado anteriormente, en el medio editorial existen distintas publicaciones que cumplen con variados propósitos. Es conveniente tener en claro las características diferentes de cada proyecto y contemplar el diseño luego de entender en que categoría se va a desenvolver la publicación.

Pero veamos el diseño editorial de una manera holística, como una herramienta abierta a todos y dirigida al cambio de las entidades, en donde los elementos compositivos posean las características para reflejar su filosofía.

Tomando en cuenta los principios fundamentales del diseño editorial y girando en torno al concepto creativo “fabricando sonrisas” se integrarán a la práctica a través de un estilo de diseño simple, intuitivo y funcional. Así, siendo un documento que inspira pasión por el servicio, alegría, compromiso, responsabilidad y trabajo en equipo se utilizarán elementos compositivos congruentes a dicha filosofía.

Todos los soportes tienen capacidad de involucrar a todos los voluntarios, no importando su ubicación. El impreso accesible para los voluntarios activos que estén contribuyendo a capacitar a los nuevos voluntarios y que recurran frecuentemente a la sede. El soporte digital de igual manera, para los voluntarios ajenos al proceso de capacitación, pero con la necesidad de seguir capacitándose y recordar los contenidos.

El documento debe contener una retícula como estructura de la publicación, debe ser flexible, capaz de soportar y organizar en armonía todos los elementos necesarios. Para conservar la unidad y el orden obedeciendo un equilibrio axial horizontal en donde los elementos principales se distribuyan hacia el centro y los elementos secundarios sean distribuidos hacia los extremos. La tipología de la imagen principal debe obedecer al principio del contraste de elementos y croma para una visualización óptima facilitará la visualización del contenido. Fotografías con luz y colores parcialmente saturada. La tipografía obedecerá la simplicidad y el minimalismo para no saturar el contenido, más para acompañarlo y que el mismo sea legible. Todo debe generarse y girar en torno a los voluntarios, y en torno al concepto establecido.

**Según Bhaskaran (2006), las piezas editoriales cada vez son más específicas, dirigidas a un target limitado, con características y gustos especiales. Esto gracias a la implementación de la Investigación de Mercado y el análisis del grupo objetivo al que comercialmente se lanzará un producto.**

De esa manera luego del análisis de las necesidades del grupo objetivo se concluye que la mejor manera de crear ese vínculo con el contenido es creando una línea gráfica en donde todos los elementos reflejen la filosofía de la institución y creen una relación de identidad con el grupo objetivo.

A la hora de diseñar un material editorial es importante recordar que el lector es la razón de ser de dicho material. Tanto el contenido como el diseño deben contemplar las necesidades de sus lectores para lograr su satisfacción. Los elementos a considerar en la satisfacción de un lector, son tan variados como los temas de libros existentes.

Un libro de cuentos infantiles, tiene que observar el no abusar de textos y en ampliar el correcto uso de imágenes que estimulen y dirijan la imaginación de un niño. El peso del libro es importante ya que un niño debe poder cargarlo. El tamaño de las hojas. El tamaño de la tipografía, así como el estilo deben ser definidos en base a la lectura infantil. La portada debe observar un impacto visual importante. El título debe ser conciso y sencillo.

Un libro de leyes tiene contenidos extensos que no permiten el uso de tipografías de gran tamaño o con decoraciones. La portada del libro no necesita de gran impacto visual, el título debe ser específico y no corto y sencillo. El uso de glosarios e índices precisos es necesario. El peso del libro y su tamaño van en relación a un contenido completo y la funcionalidad de lectura (en relación a un adulto).

En estos dos casos podemos decir que la satisfacción del lector depende completamente del medio en el que se desenvuelve el libro. Lo que se debe hacer es un estudio del grupo objetivo para comprender sus necesidades y complementar el diseño de la publicación en base a lo que se descubra en el diagnóstico o evaluaciones.





# El Diseño editorial y el Voluntariado

En la actualidad, los diseñadores gráficos, como profesionales, están en la capacidad de crear proyectos que integren las distintas áreas del diseño: publicidad, fotografía, editorial, multimedia, ilustración, redacción, packaging, imagen corporativa, entre otros. Sea cual sea el proyecto que se va a trabajar, el principal objetivo siempre será “lograr una comunicación visual” (Periodismo Joven, 2003). El diseño gráfico es “la disciplina facilitadora de las comunicaciones, nexo ineludible entre emisor y receptor que motiva la convivencia humana, favoreciendo en la cotidianeidad el contacto entre las personas y fortaleciendo sus relaciones” (Sánchez, 2012). En mi opinión, la relevancia del diseño gráfico como profesión, yace en que nos da la oportunidad de manipular y transmitir mensajes a muchas personas a la vez.

Ambrose & Aono-Billson (2011) afirman que el diseño gráfico permite reflejar con facilidad las actitudes sociales, la disidencia y la provocación de una época, desde el agit pop (la propaganda) de la Revolución rusa hasta el manifiesto Lo primero es lo primero (1964) de Ken Garland, quien hizo una llamada a todos los diseñadores gráficos y creativos para que evaluaran y reconsiderasen su postura.

Adoptar una posición crítica frente al mundo comercial, la brillantez social y las ventas también forma parte de la práctica del diseño. Además, el diseñador gráfico también se encuentra en una posición de poder y de responsabilidad social que le da el poder de persuadir, educar e informar. ¡y no sólo el poder vender detergente o comida para gatos! (...) El diseño gráfico y sus canales de comunicación afines, como la publicidad, pueden desempeñar un papel importante en la promoción de políticas nacionales e internacionales y en la representación de problemas globales, movimientos de liberación y acciones benéficas. (...) Los creativos del mundo son cada vez más conscientes del papel que desempeñan como autores y creadores de mensajes a través de su obra visual.

En la mayoría de casos, los estudiantes de diseño gráfico, al iniciar sus estudios, no logran visualizar a largo plazo la responsabilidad que tienen como comunicadores visuales, ya que aún no conocen todo su potencial, sin embargo conforme van avanzando y adquiriendo distintos conocimientos, descubren que el diseñador tiene la capacidad no sólo de comunicar, sino de educar, persuadir, atraer e informar a través de las piezas de diseño; utilizan su conocimiento y habilidades para que los mensajes inviten a la lectura y generen una opinión en los receptores.

**Según Bhaskaran (2006), las piezas editoriales cada vez son más específicas, dirigidas a un target limitado, con características y gustos especiales. Esto gracias a la implementación de la Investigación de Mercado y el análisis del grupo objetivo al que comercialmente se lanzará un producto.**

Según Linares (2015), “las piezas gráficas son cada vez más específicas, dirigidas a un target limitado, con características y gustos especiales. Esto gracias a la implementación de la investigación de Mercado y el análisis del grupo objetivo al que comercialmente se lanzará un producto.”

Por otra parte, podemos ver el diseño desde otra perspectiva no tan comercial sino como una herramienta abierta a todos y dirigida al cambio de las sociedades.

En el caso de este proyecto, el diseñador actúa como un conector entre una asociación de voluntariado y sus voluntarios, introduciendo nuevas ideas en la mente de cada uno y diseñando piezas gráficas que ayuden a resolver los problemas de comunicación visual existentes.

Anteriormente hemos visto que en el proceso de formación y permanencia de cualquier voluntario dentro de una asociación es importante que se cuente con material gráfico que llame su atención, que lo motive a informarse e involucrarse y que a la vez ayude a comprender y aplicar de mejor forma los distintos contenidos y normativas. Los materiales gráficos facilitan estos procesos, ya que permiten que los voluntarios puedan repasar lo visto durante su capacitación, entiendan los contenidos y cuál es su papel dentro de la asociación, aclaren dudas, desarrollen hábitos o conductas, sigan las reglas, entre otros.

En este material gráfico, es fundamental aplicar los conocimientos y métodos de composición y estructura visual que el diseño editorial nos permite. Siempre buscando que sea claro en cuanto a sus contenidos, pero también atractivo para los lectores. Tal y como afirma De Buen (2008) “una de las áreas en las que del diseño gráfico se desenvuelve es el “Diseño Editorial” que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.” Podemos decir entonces que el estudio del diseño editorial observa, la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un artículo o historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje.

Cualquiera que sea el material a diseñar, será un instrumento destinado a la formación, que genere un fuerte sentido de permanencia y de identificación; que incluya teóricamente la información que debe ser procesada por el voluntario y al mismo tiempo que posea una estructura en base a pautas de diseño específicas que tengan como objetivo presentar la información de una manera sistemática para facilitar la comprensión, dominio y recuerdo de la



información por parte de dichos voluntarios. El diseño gráfico editorial debe potenciar las funciones formativas, normativas y de enseñanza del material gráfico para facilitar su uso por parte de los voluntarios y además aportando diferentes requerimientos que ayudan a plantear y plasmar todos los contenidos a través de sus páginas.

Desde la perspectiva del diseño editorial, un material gráfico puede ser multi-dimensional, ya que se puede ver desde diferentes puntos, como: didáctico, informativo, comunicacional y normativo. En él se presenta información de manera organizada, se busca facilitar la comprensión, dominio y recuerdo de la información por parte del lector, sus características se evalúan a partir de las personas a las cuales va dirigido (sus capacidades, intereses, necesidades y valores), posee una existencia material en el caso de que sea impreso (papel, tinta y encuadernación), posee una existencia simbólica (tipos de lenguaje: analógico – imágenes- y digital – textos) y posee códigos que ayudan a tener acceso a la información, estos son: señalización, diagramación, imágenes, tipografía, estilos, entre otros.

No podemos olvidar que la calidad de las interacciones que se consigan con el material gráfico dependerán de una serie variables, por ejemplo: cómo es utilizado por parte de los capacitadores, cómo está diseñado, en qué contexto se utilizará, para qué objetivos, qué actitudes tendrán los capacitadores y los voluntarios hacia él. En otras palabras, va a depender de gran manera de la asociación y de cómo esta adapte y contextualice a los nuevos voluntarios y sus necesidades, al material. En un caso análogo sobre la enseñanza en una escuela, Martínez (1992) concluyó: “De todas formas lo que sí es obvio, es que los alumnos se llevan bastante tiempo interaccionando con estos materiales, la labor del profesor se ve guiada en su planificación, desarrollo y evaluación por él.”

En cuanto al diseño, se necesita que el material, además de estar bien diseñado (uso de retícula, tipografías legibles, buen tratamiento de imágenes o ilustraciones, formato adecuado, entre otros), tenga una buena calidad de impresión, encuadernación correcta para que no se desarme, un papel resistente y que sus materiales vayan acorde a la motricidad del grupo objetivo.

Si alguna de estas características no se presenta o son tratadas a la ligera, van a derivar en un diseño impertinente, falta de claridad provocando que los contenidos, por muy completos que sean, sean poco atractivos o confusos.



The background of the page is filled with various blue line-art icons representing technical drawing elements. These include a control panel with a gauge and a waveform, a pulley system, a gear, a cloud, a hand holding a pencil, a fan, a vertical stack of three circles, a horizontal pipe with a valve, and various geometric shapes and lines.

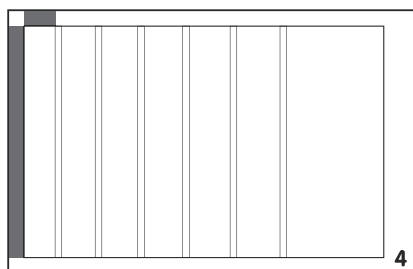
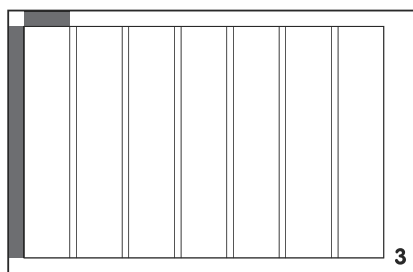
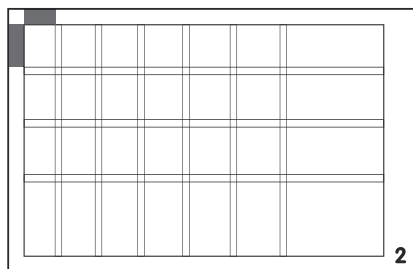
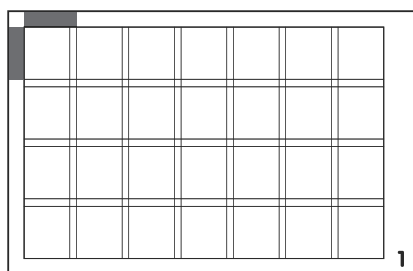
## Capítulo VI

PROCESO DE PRODUCCIÓN  
GRÁFICA Y VALIDACIÓN

NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN  
NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN  
NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN  
DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DE LA  
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

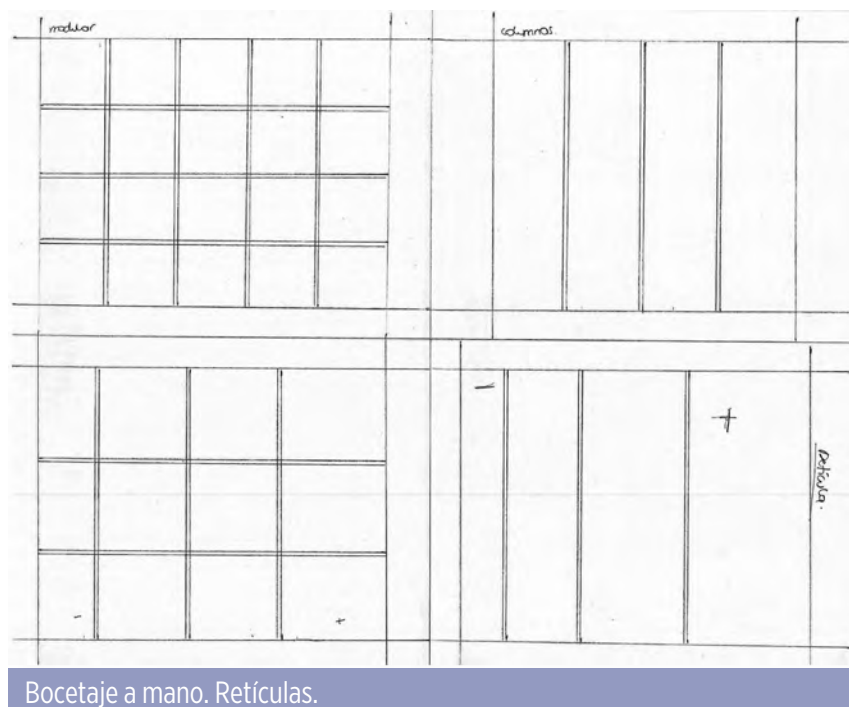
# Nivel uno de Visualización

En esta fase, se llevaron a cabo una serie de bocetos preliminares realizados a mano, para definir la retícula, layout, diagramación y otros aspectos como: íconos, personajes, ambientación, ilustraciones de apoyo, entre otros criterios de diseño que se utilizará en la pieza gráfica a trabajar. El formato a trabajar es de 11 x 17 pulgadas (tamaño tabloide).



## Retícula

Se inició el proceso de visualización con la retícula, layout y diagramación de elementos basado en las premisas del concepto. Al final se decidió trabajar la misma retícula par diagramar los interiores, las portadas que dividen unos contenidos, portada y contraportadas.

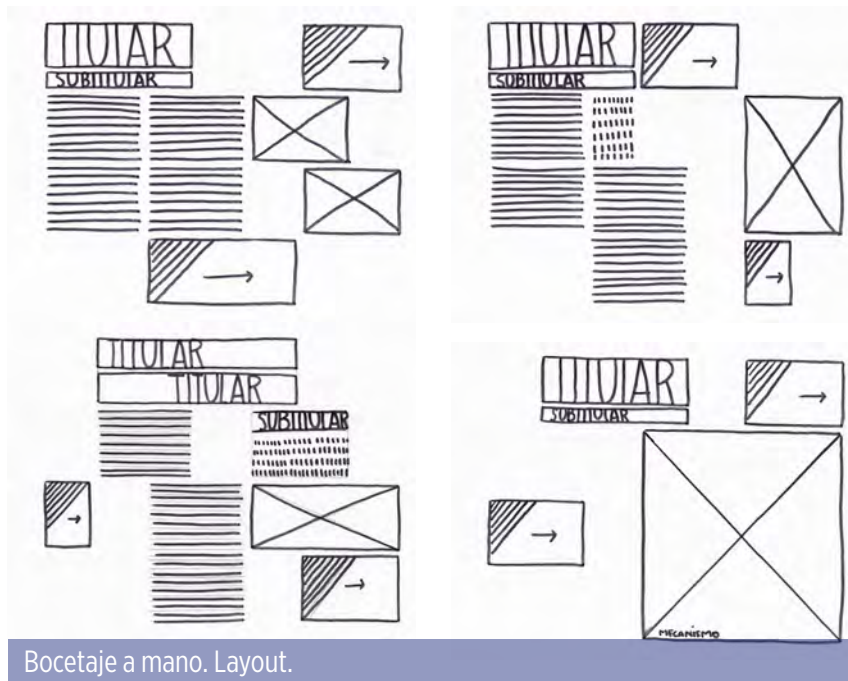


Bocetaje a mano. Retículas.

### Propuesta de retículas

1. Modular (4x7): todos los módulos del mismo tamaño.
2. Modular (4x7): los módulos se hacen más grandes de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo.
3. Por columnas (7): todas del mismo tamaño.
4. Por columnas (7): las columnas se hacen más grandes de izquierda a derecha.

Por el grado de complejidad de la pieza gráfica y por la variedad de elementos que se van a utilizar se decidió trabajar con la retícula no. 1. Los módulos dispuestos de forma simétrica nos permiten tener un mayor grado de control y además nos permiten integrar de mejor forma textos e imágenes. Esta retícula da la sensación de orden, claridad y tiene apariencia tecnológica, que tiene relación con el concepto por las máquinas y demás.

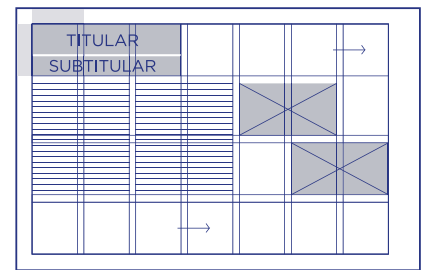
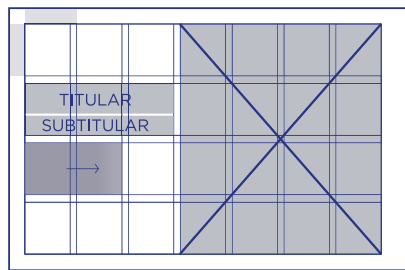


Bocetaje a mano. Layout.

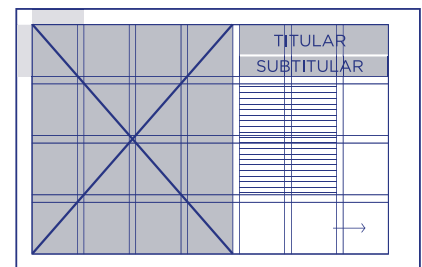
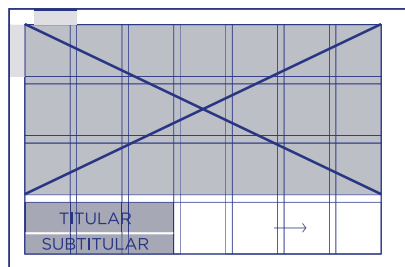
## Layout

Luego de definir la retícula se bocetaron distintos layouts para diagramar los interiores, las portadas que dividen unos contenidos de otros y así tener una idea más clara de la diagramación y distribución de los elementos. Al finalizar se presentan tres diferentes propuestas (interior y portada).

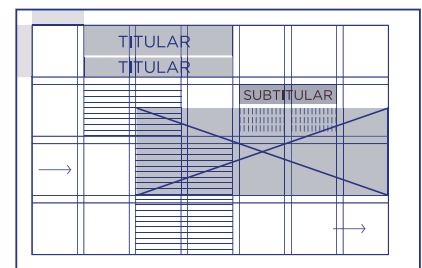
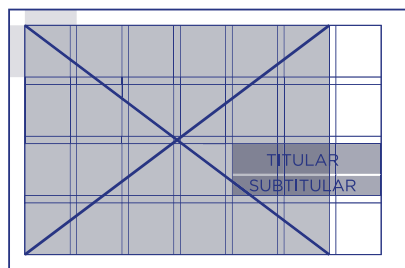
**Propuesta 1:** este layout diagrama los elementos de una forma más formal y no tan apta para el nivel visual del grupo objetivo, puede resultar aburrida y monótona. Las ilustraciones, los textos y elementos de apoyo están regidas por un margen rectangular.



**Propuesta 2:** en este layout las ilustraciones ocupan la mayoría del espacio y los textos pasan a un segundo plano. Esto no es conveniente para el grupo objetivo, pues a pesar de que le llaman la atención más las ilustraciones el objetivo del material es que la información contenida en él se transmita correcta y efectivamente.



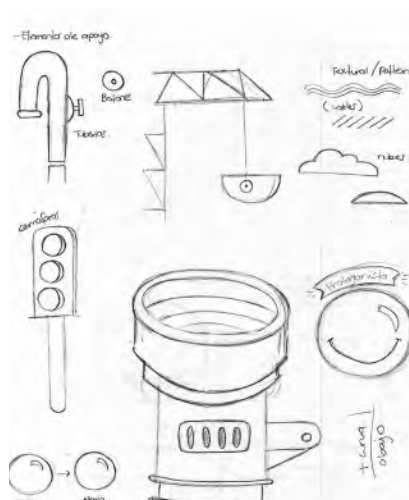
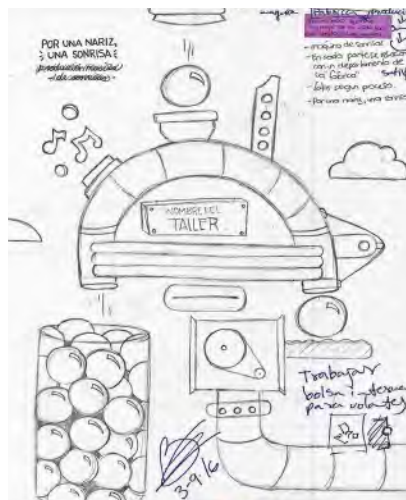
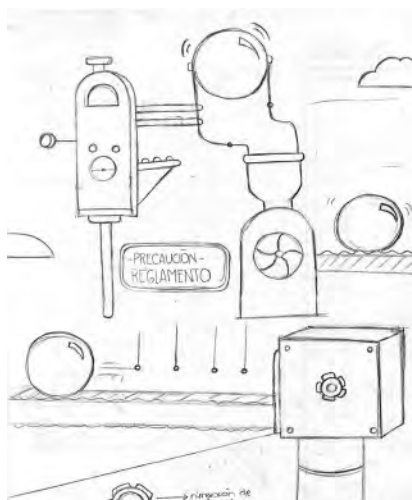
**Propuesta 3:** este layout es el más dinámico de los tres pues las ilustraciones no están contenidas dentro de un margen o tienen limitantes, las ilustraciones están en contacto con el texto y los elementos de apoyo haciéndolo más entretenido y agradable a la vista del grupo objetivo.



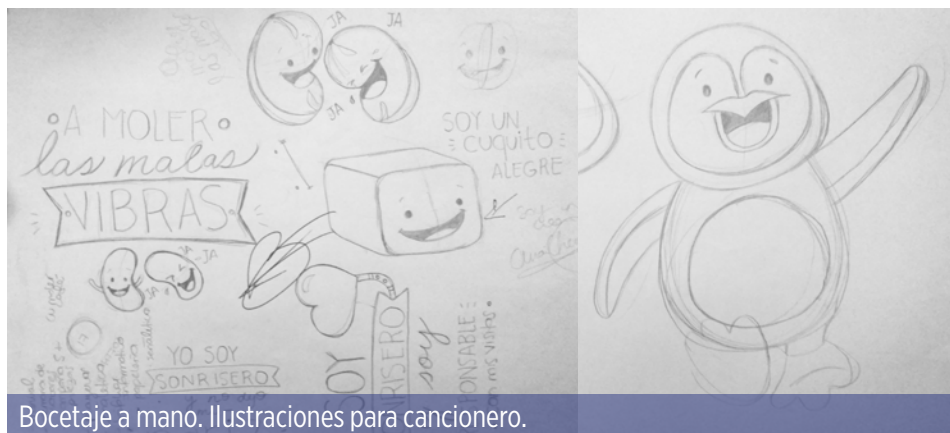
## Iconografía

Debido a la edad del grupo objetivo y al carisma de la institución Fábrica de Sonrisas, las ilustraciones transmiten dinamismo, jovialidad, alegría y movimiento. Estas ilustraciones llaman la atención del grupo objetivo y se sienten atraídos e identificados con la asociación. Se realizaron bocetos a mano y luego se digitalizaron.

Las ilustraciones no tienen un margen cuadrado ni algún tipo de límite porque se pretende que jueguen con el texto y que creen armonía visual con este.



Bocetaje a mano. Ilustraciones de apoyo. Iconografía.



Bocetaje a mano. Ilustraciones para cancionero.

## Paleta de Colores

Basado en las premisas del concepto, se decidió utilizar una paleta de colores con tonalidades fuertes y evitando una gama de colores sombríos o pasteles que no llamen la atención del grupo objetivo y que no transmitan lo que la asociación representa. Los únicos colores oscuros son los utilizados para el fondo, textos y el color de algunos elementos de apoyo. Esta paleta de colores va desde tonalidades cálidas hasta frías.



## Tipografía

Luego de tener una reunión con los encargados de la institución, estos autorizaron el uso de otra tipografía que no fuera la institucional. Las tipografías fueron pensadas tanto en el nivel de comprensión lectora del grupo objetivo como el mensaje que se quiere transmitir que es dinamismo, jovialidad y alegría. Las tipografías san serif y decorativas son las más adecuadas dada su simpleza, claridad y facilidad para leer. Todos estos criterios fueron pensados tanto para la tipografía de los títulos y subtítulos como para los cuerpos de texto.

### Muestra para títulos y subtítulos

**Vag Rounded Bold**  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Mm Nn Oo  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Grota Rounded woo**  
AA BB CC DD EE FF GG HH II  
JJ KK MM NN OO  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### Muestra para cuerpo de texto

**Gotham**  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Mm Nn Oo  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Mission Gothic**  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Mm Nn Oo  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## Autoevaluación 1er. Nivel de Visualización

Se realizó una autoevaluación de los bocetos en base a las premisas del concepto, descritas anteriormente en la etapa de bocetaje, donde se califica con un punteo total de 50 puntos. Cada aspecto a calificar tiene un valor de 5 puntos con los siguientes criterios de evaluación: Excelente=5, Muy Bueno=4, Bueno=3, Regular=2 y Malo=1.

**La evaluación dará como resultado una ponderación de entre 0 y 50 puntos, las propuestas que resultan mejor evaluadas son las que técnica y objetivamente se ajustan de mejor forma a los requerimientos del proyecto.**

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

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

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

**Composición:** Se evalúa si la composición que se presenta, es armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo. (Desglose de tratamiento gráfico, ejemplos: Anomalía, economía, profusión, etc.)

**Abstracción:** Si dentro de la composición, existen elementos contruidos a partir del principio de la abstracción, debe evaluarse

si la misma se comprende, si adecuadamente una realidad y si comunica aquello para lo que fue creada.

**Estilización:** El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estética, agradable, armónica y debe contribuir a despertar el interés y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo. Desglose de técnicas utilizadas: vectorial, mano alzada, etc.)

**Identidad Visual:** La propuesta de diseño debe comunicar el concepto creativo en cualquiera de sus soportes. La determinación de sus identificadores visuales constituye un elemento muy valioso para potenciar la idea, evitando la ambigüedad en el mensaje.

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

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



Propuesta	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad Visual	Tipografía	Uso del color	Resultado
1	3	2	2	5	2	1	4	4	5	5	33
2	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	38
3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45

Luego de haber realizado la autoevaluación, podemos observar que la propuesta número 3 es la que cuenta con el mayor puntaje de las tres, debido a que reúne la mayor cantidad de requisitos para seguir desarrollándola. Es la que muestra mayor dinamismo y atractivo visual para el grupo objetivo. Las características modulares de la retícula permiten colocar los elementos en distintas posiciones, pero siempre manteniendo un orden y armonía visual. El layout es dinámico porque en él, las ilustraciones no están contenidas dentro de un margen o tienen limitantes, las ilustraciones están en contacto con el texto y los elementos de apoyo haciéndolo más entretenido y agradable a la vista del grupo objetivo. La paleta de colores saturados y al 100% de la tinta resulta transmitir alegría y emociones positivas.

# Nivel dos de Visualización

A partir de la autoevaluación del nivel uno de visualización, se inicia el proceso de diseño de una manera más formal para una etapa de validación posterior. Las propuestas de bocetaje seleccionadas como finales se terminan de digitalizar y diagramar.

## Cambios en la tipografía

En el nivel uno de visualización se propuso utilizar la tipografía “Grota Rounded” para los títulos, pero a la hora de aplicarla resultó ser ilegible pues está compuesta de altas y bajas (mayúsculas y minúsculas) intercaladas y no da la opción de hacer una diferencia entre ambas. En los títulos largos resulta muy pesada para la vista y confusa de leer. Por esta razón se decidió cambiarla por otra tipografía, que siempre estuviera en el rango de las decorativas san serif, pero que sus rasgos fueran más equilibrados. La tipografía nueva a utilizar es la “Plump.

Antes

**Grota Rounded woo**  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii**  
**Jj Kk Ll Mm Nn Oo**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Ahora

**PLUMP**  
**AA BB CC DD EE FF GG**  
**HH II JJ KK MM NN OO**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

## Cambios en la paleta de colores

Luego de aplicar la paleta de colores en la propuesta ya digitalizada, se percató que algunos colores eran muy opacos y se decidió cambiarlos por colores con mayor saturación de tono.

Antes



Antes



## Iconografía

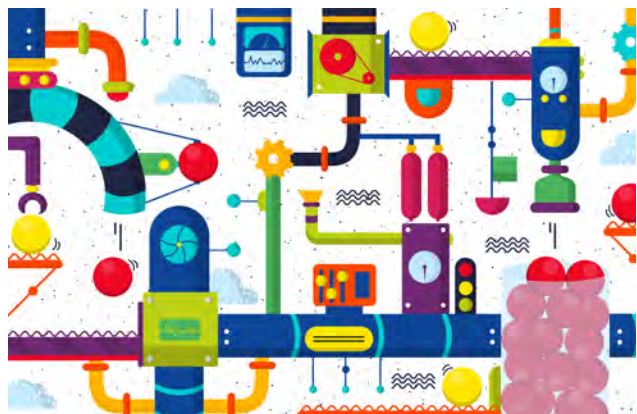
Dentro del contenido existen datos que se repiten varias veces para indicar una instrucción o un dato específico del tema que se está tratando. Para unificar estos datos en todo el material, orientar a los usuarios y lograr que la comprensión sea mayor se decidió clasificar estos datos y crear un ícono para cada uno.



### Digitalización de íconos

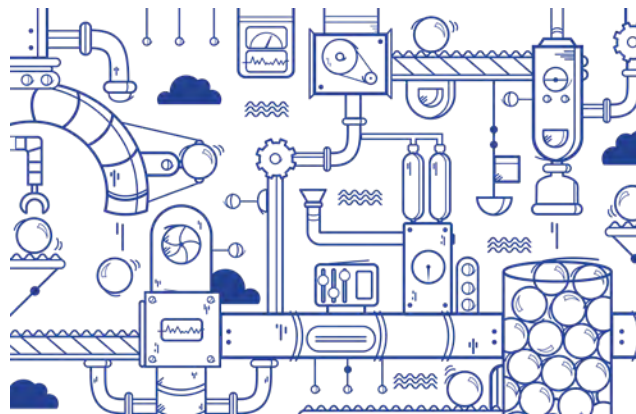


Para darle mayor dinamismo al uso de las ilustraciones y para que se adaptaran de mejor forma, según el contenido y la diagramación, se decidió utilizar ilustraciones vectoriales a color y a línea. Estas ilustraciones cumplen la función de apoyar los textos y fotografías y a la vez reflejar el concepto creativo.



### Ilustraciones a color

Estas ilustraciones serán utilizadas en las páginas interiores como elementos sueltos de apoyo para los textos y las fotografías. Además serán utilizadas en páginas independientes que sirvan como descansos visuales. Estas páginas no llevarán otros elementos, únicamente las ilustraciones.



### Ilustraciones a línea

Estas ilustraciones serán utilizadas en las portadillas de cada capítulo y en la portada.

## Ilustraciones de rótulos

Para los títulos y subtítulos se diseñaron distintos rótulos (siempre con ilustración vectorial) que serán ubicados con las ilustraciones, párrafos y elementos de apoyos. Es importante mencionar que todo el contenido está redactado en español y se utilizaron palabras y frases propias de la asociación.



## Ilustraciones para cancionero

Dentro del material hay un capítulo que recopila todas las canciones propias de la asociación. Estas canciones tienen ritmos alegres y letras divertidas, siempre con un tono infantil. Para reflejar estas características se decidió ilustrar cada una de ellas con una, siempre utilizando vectores y una línea visual bastante flat.



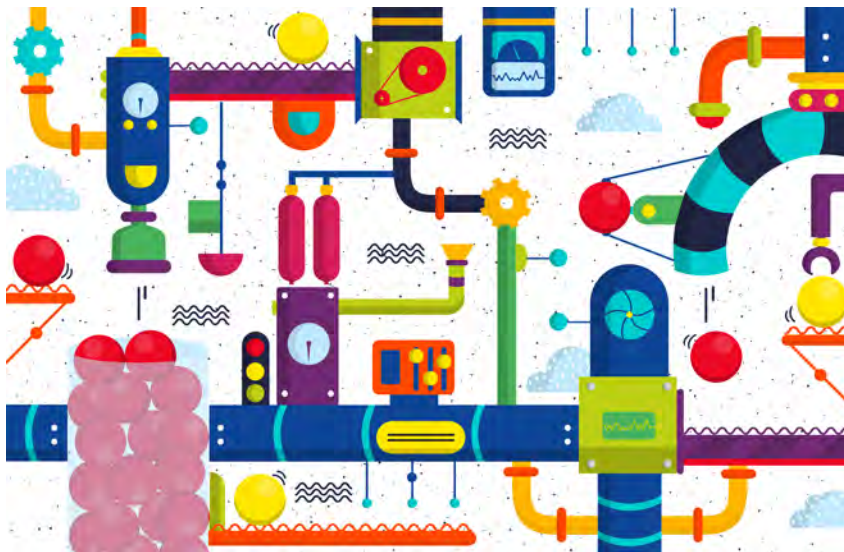
## Diagramación

Para todas las páginas interiores, portada y contraportada se utilizó la misma retícula modular que fue elejida en el primer nivel de visualización. Los módulos dispues de forma simétrica nos permiten tener un mayor grado de control y nos permiten integrar de mejor forma los textos, imágenes e ilustraciones. Esta retícula da la sensación de orden, claridad y tiene apariencia tecnológica, que se relaciona con el concepto de “Fabricando Sonrisas”, máquinas y demás.



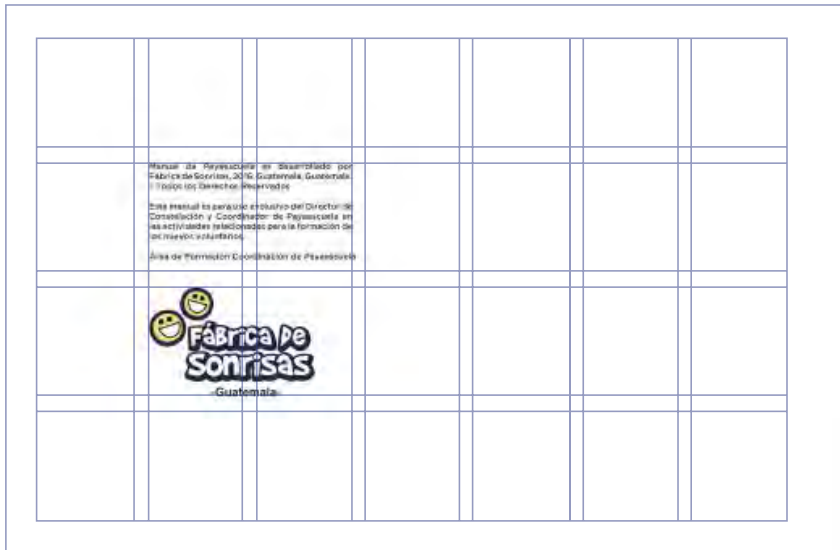
### Portada:

La portada tiene como elementos principales el título, el logotipo de la asociación y la ilustración. Se utilizó un color de fondo opaco (azul) para que el color rojo de la nariz del titular y el blanco del texto sobresalieran; a la vez se decidió utilizar ese color para transmitir que a pesar de ser una asociación alegre, este documento en especial es formal e importante.



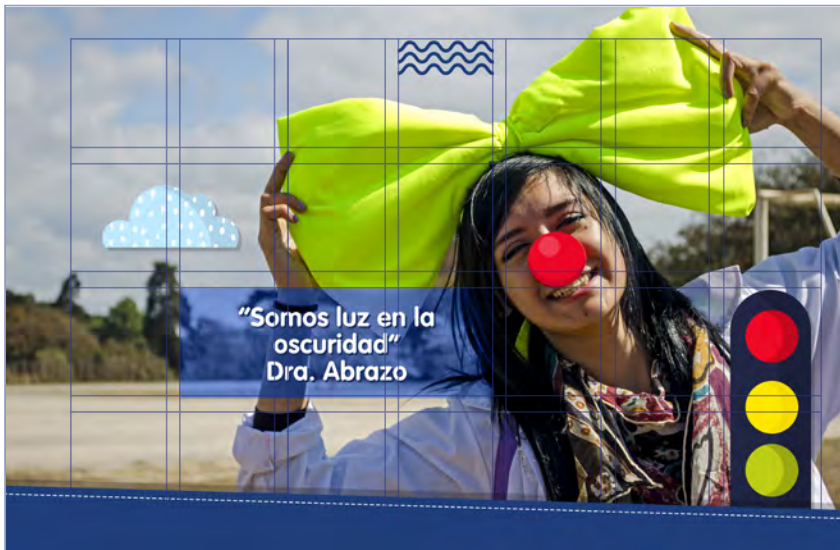
### Descansos con Ilustraciones:

Dentro del documento existen 4 páginas de descansos visuales (dos justo después de la portada y dos justo antes de la contraportada). Estos descansos se diseñaron con el fin de darle la bienvenida al usuario y despedirlo. El único elemento que sobresale es la ilustración de la máquina unida, lo que ayudará también a que el usuario empiece a relacionar los conceptos. En estos descansos se colocarán los primeros mecanismos.



### Descansos con créditos:

La página de créditos fue digramada según la retícula y se decidió dejar en blanco el fondo porque dentro del documento, la mayoría de páginas tiene color y distintos elementos. El blanco funciona como un descanso visual y equilibrio en el material.



### Descansos con Fotografía:

Estos descansos se encuentran a lo largo del material después de cada capítulo y el elemento que sobre sale es la fotografía, la cual está relacionada con las distintas actividades que realiza la asociación. Se incluye además de algunos elementos de apoyo (ilustraciones vectoriales que reflejan el concepto) un texto en donde los voluntarios describen lo que para ellos significa Fábrica de Sonrisas.



### Descripción y objetivos:

Esta página, además de incluir ilustración y textos, incluye una textura en el fondo para diferenciarla del resto de páginas del contenido.



**Portadilla de capítulos (derecha):**

Las portadillas derechas de los capítulos están integradas por ilustraciones y el título del capítulo enmarcado por un rótulo. A cada capítulo corresponde un color distinto:

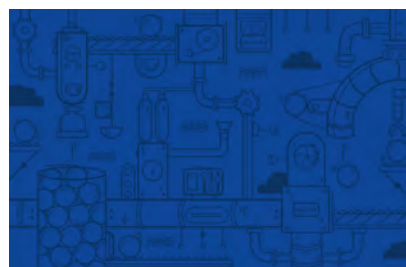
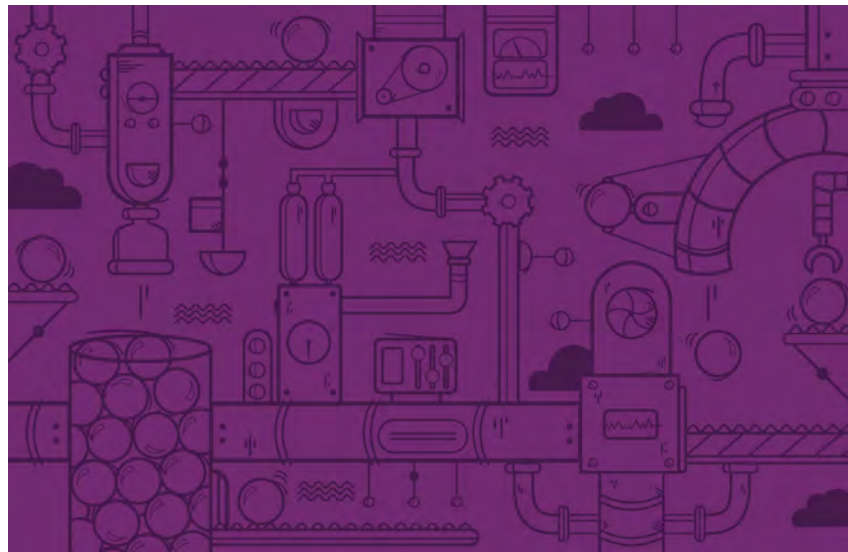
- Convocatoria: morado
- Payaescuela: azul
- Reglamento: verde
- Cancionero: naranja



**Portadilla de capítulos (derecha):**

Las portadillas derechas de los capítulos están integradas por ilustraciones y el título del capítulo enmarcado por un rótulo. A cada capítulo corresponde un color distinto:

- Convocatoria: morado
- Payaescuela: azul
- Reglamento: verde
- Cancionero: naranja




**¿QUÉ ES LA CONVOCATORIA?**  
La Convocatoria es el inicio del semestre payaescuela con los voluntarios para tu constelación, por lo tanto debes de planificar y verificar las etapas que se te de describen a continuación:

**Pre-Convocatoria**  
En la preparación de la "Convocatoria" debes de ver ciertos aspectos fundamentales para el desarrollo óptimo de la misma:

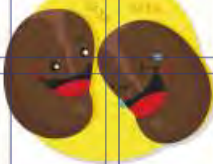

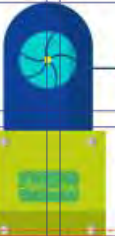


- Lugar amplio Eléctricidad (que posea el lugar o consiguiera planta eléctrica) 3-5
- Computadoras para inscripciones
- Documento con formato de inscripciones
- Audio (bocinas, micrófono y cableado)
- Materiales para decoración
- Mesas y sillas para las personas que están inscribiendo
- Papel con número de cuenta de constelación e información de pagos
- Logística de doctores para el "Freeze"
- Persona que vaya a guiar la convocatoria (Director o designado por el mismo)

En las páginas interiores se conservan los mismos colores. La diagramación de los textos se colocan según los módulos de la retícula y siempre sobre fondo blanco para resaltar el contraste. Las ilustraciones se utilizan como elementos de apoyo y las fotografías como complemento del contenido.

Los títulos de cada página se colocaron en los rótulos siempre en la parte de fondo blanco de la página, de esta forma podemos atraer la vista del lector debido al contraste de los colores de de los tamaños.

<p><b>Durante la Convocatoria</b> Durante la "Convocatoria" debes de verificar que se estén cumpliendo ciertos detalles en la convocatoria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza del lugar, los doctores tienden a llevar herramientas que al final dejen basura.</li> <li>• Colaboración de los doctores en las diversas actividades, designa a encargados que estén informando o motivando a la gente cuando toquen ciertas actividades.</li> <li>• En las canciones del "Freeze", designa a los doctores que dirigen cada canción, es vital que todos los doctores que participen sepan las instrucciones del "Freeze". La persona que dirige la introspección en visita, tiene que prepararse con anticipación.</li> <li>• En la toma de datos en la inscripción, verifica que tomen el No. de DPI del voluntario.</li> <li>• Verifica que este funcionando bien el Documento de inscripción, si en algún momento falla el documento, lleva papel y lapiceros para hacer toma manual de datos.</li> <li>• Mientras se inscriben, los doctores serán los encargados de cantar, bailar, etc. e integrar a los nuevos voluntarios en filas de inscripción.</li> <li>• Música habrá antes del inicio de la convocatoria y después de inscripciones.</li> </ul>	<p><b>Materiales a utilizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arañas desplegadas con mantas de Filtro de Sonrisas</li> <li>• Mesas y sillas</li> <li>• Materiales de decoración</li> <li>• Computadoras</li> </ul> <p><b>Freeze</b> Voluntarios y doctores (sin indumentaria de FDS o inmovilización) cuando se da la señal (antes señalada) se quedan "congelados" los doctores. Luego 3-4 doctores que el director designa cantan una canción cada uno y hacen pausas de 15 segundos entre cada canción el Director cierra con una canción.</p> 
---	--

En la parte inferior de la página, se encuentra un cintillo de color liso, que representa el color del capítulo y en él va el número de página para orientar al lector.

	<p><b>A MOLER CAFÉ</b> ¿Por qué nos gusta la adrenalina? ¿Porque nos hace sentir bien! ¿Por qué nos gusta la adrenalina? ¿Porque nos hace sentir bien! A moler café, a moler café; A moler café, a moler café. (Se toman por los hombros, cintura, rodillas y tobillos).</p>	
	<p><b>LA SANDÍA GORDA</b> Era una sandía gorda, gorda, Que quería ser la más bella del mundo, y para este mundo conquistar, aprendió a... ¡BAILAR! (Se repite agregando nuevas cosas: nadar, saltar, llorar, reír, gritar, etc.)</p> 	

**Páginas de Cancionero:**

Estas páginas están diagramadas al igual que las anteriores, sin embargo en lugar de fotografías que complementen el texto, se incluyen ilustraciones de las canciones siempre con la misma línea visual y tipo de ilustración vectorial. Por página se diagraman dos canciones.





## Mecanismos/ Elementos Pop Up

En base al concepto “Fabricando Sonrisas” se decidió utilizar, dentro del material, elementos Pop Up o mecanismos para convertirlo en un material que requiera de la interacción manual del lector para poder mostrar toda la información. Estos elementos permiten secuenciar la aparición del contenido en una misma página o crear sorpresa o intriga. También tendrá elementos que se separan del material principal para poder realizar otras actividades, sin necesidad de tener el manual a la mano.

Las figuras Pop Up o mecanismos, son figuras tridimensionales en papel que tienen efectos de movimiento y profundidad en las imágenes, y pueden desplegarse y plegarse nuevamente.



Muesatra de mecanismos o elementos Pop Up.

## Validación Profesionales del Diseño y Expertos en el tema

Por medio de la evaluación de la segunda etapa de visualización con Profesionales del Diseño y gracias a la experiencia profesional de los mismos, podemos analizar la congruencia de los códigos icónico-visuales vinculados al concepto creativo, para luego rectificar y corregir la utilización de estos y mejorar el desempeño del diseño.

De igual manera, a través de la evaluación con Expertos en la Temática y gracias a su experiencia y conocimiento, tanto de la teoría como del grupo objetivo, podemos analizar la coherencia de esos códigos icónico-visuales utilizados en el material.

Para este efecto se realizaron instrumentos tanto a Profesionales del diseño como a expertos en la temática para recabar la información y retroalimentación necesaria en este proceso y producción de diseño.

### Ver Anexos

- Instrumento de Validación
- Tabulación de Datos
- Gráficas de resultados

### Análisis de Resultados

El material resulta innovador ya que incluye elementos gráficos que llaman la atención, como los mecanismos, las ilustraciones y fotografías. Además el soporte impreso y el tamaño del mismo (11 x 17 pulgadas) resulta eficiente para poder trasladarlo a los lugares donde se esté capacitando a los nuevos voluntarios y mostrarlo a todos en general, sin perder tiempo de que lo vea uno por uno.

Con relación al diseño, la retícula muestra la información bastante ordenada y resalta la jerarquía visual

de los contenidos; el interlineado de los párrafos y la composición de los mismos logran este objetivo también. Los colores y el tratamiento de las fotografías transmiten entusiasmo y alegría, logrando que los voluntarios se sientan identificados y la filosofía de la asociación se vea reflejada. Por su parte, las ilustraciones refuerzan el concepto “Fabricando Sonrisas” y transmite jovialidad.

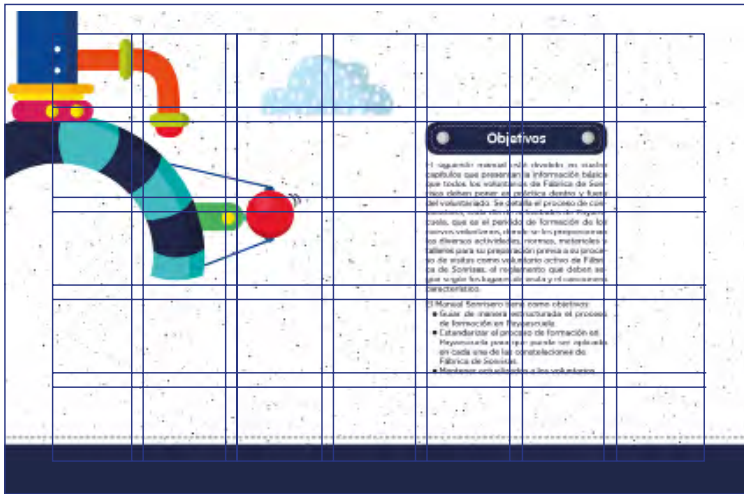
El contenido que presenta el material sirve para capacitar e informar a los voluntarios.

### Sugerencias:

- Adaptar el material para soportes digitales, así los jóvenes podrán revisarlo, repasarlo y utilizarlo cada vez que quieran y en donde se encuentren sin necesidad de tener el manual físicamente. Podría ser una versión tipo e-book, para que lo descarguen en sus celulares inteligentes y lo utilicen ahí.
- Diseñar un troquel para guardar el material, para prevenir que se arruine fácilmente. El lugar donde se utilizaría es al aire libre y podría llover, haber lodo o un simple descuido o mal manejo lo dañaría.
- Aprovechar el tamaño del formato, ya sea agrandando el tamaño de los textos o incluyendo más información en cada página.
- Cuidar la justificación y el interlineado de algunos párrafos.
- Respetar la posición de los elementos en la retícula.
- Cuidar los márgenes interior y exterior.
- Lograr que, en la jerarquía visual, los textos sobresalgan de las imágenes y los otros elementos. Es el contenido el que se pretende comunicar y por eso mismo debería tener mayor importancia dentro de la diagramación.
- Tener cuidado con el material a utilizar en los mecanismos y la forma del pegado y armado de los mismos, para que no se vaya a caer o romper fácilmente.

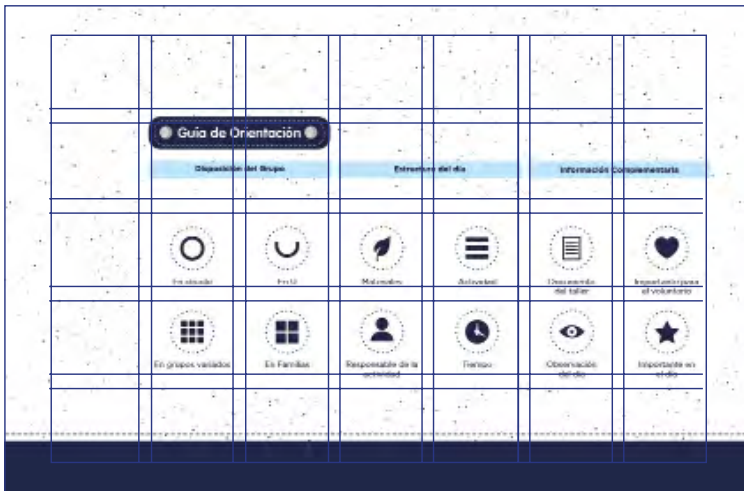
# Nivel tres de Visualización

A partir de la validación del nivel dos de visualización y las distintas asesorías, se hicieron correcciones sobre el bocetaje digital para una tercera etapa de validación posterior.



## Cambios en Páginas Interiores

En las páginas interiores se conserva el mismo contraste de los elementos sobre fondo blanco y la diagramación guiada por la retícula modular. A diferencia del nivel dos de visualización, el texto del contenido se agrando 2 puntos (13pts) para aprovechar el espacio dentro del formato de mejor forma y darle mayor relevancia en comparación con los otros elementos. De igual forma los títulos, ahora aparecen sobre los rótulos que se digitalizaron en el nivel anterior para que los lectores puedan guiarse y orientarse mejor dentro de los capítulos.

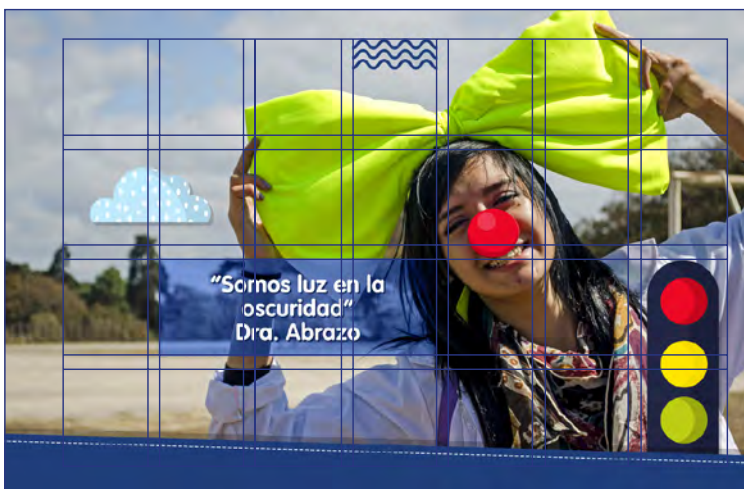


Para diferenciar las paginas generales de los contenidos, se utilizó una textura, siempre en color azul, para resaltar los elementos. Para evitar que hiciera ruido con los textos, sobre ella se colocó una pantalla blanca y sobre ella los textos. Todos los párrafos se justificaron con la última línea a la derecha para evitar dificultades en la lectura y para mantener la estructura de la retícula.

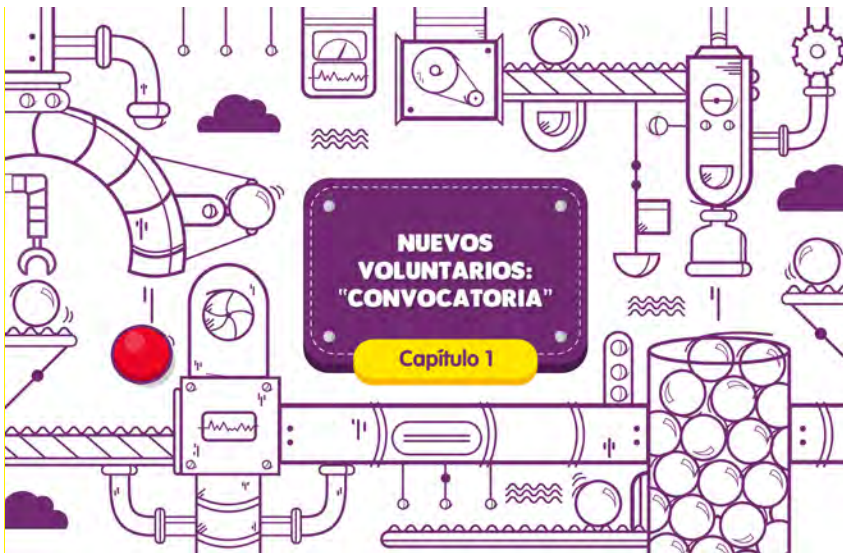
Los márgenes interiores y exteriores se ampliaron para cuidar la diagramación de los textos. Se sigue manteniendo la retícula de 7 x 4 módulos. Se cambió la posición de los números de página pues en la posición anterior perdían.

## Descansos con Fotografías

Para estos descansos se les dio un tratamiento a las imágenes ya que la mayoría eran opacas y sin contraste. Se subió la saturación del color para que resaltaran más y estuvieran equilibradas con el color de las ilustraciones. Además se incluyeron nuevas fotografías de voluntarios con fondo blanco para resaltar las ilustraciones de apoyo y darle relevancia a los rostros de los voluntarios.



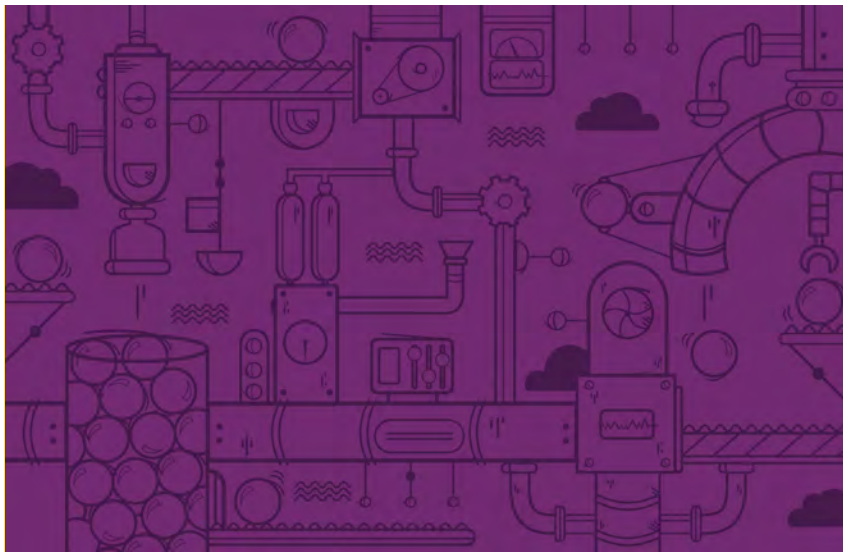
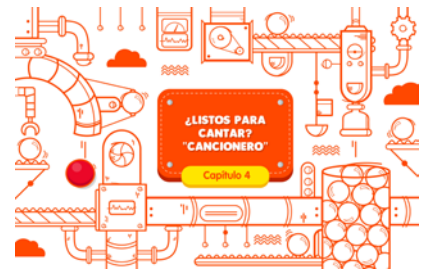




### Portadilla de Capítulos (Derecha)

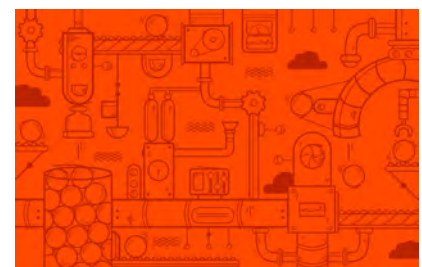
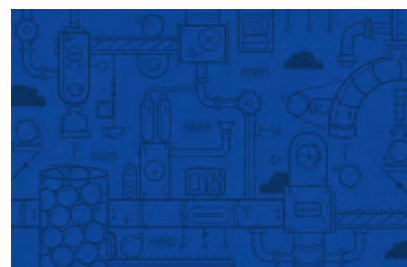
Las portadillas derechas de los capítulos están integradas por ilustraciones y el título del capítulo, enmarcado por un rótulo. A cada capítulo corresponde un color distinto:

- Convocatoria: morado
- Payaescuela: azul
- Reglamento: verde
- Cancionero: naranja

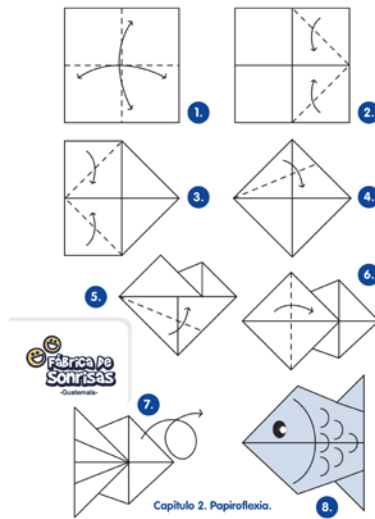


### Portadilla de Capítulos (Izquierdo)

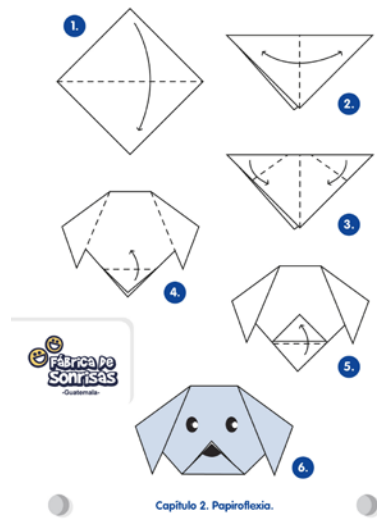
Las portadillas siguen manteniendo la misma diagramación, color y forma.



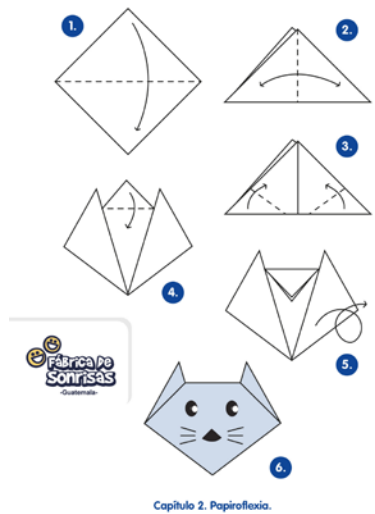
**Figura no. 3: Pez**



**Figura no. 1: Perro**



**Figura no. 2: Gato**



**Figuras Básicas**



**Materiales Anexos: talleres prácticos**

Se decidió que para los talleres prácticos de origami, globoflexia y pintacaritas se diseñaran piezas anexas al material para que los voluntarios puedan compartir la información entre ellos y ponerla en práctica mientras lee. Estas piezas estarán siempre dentro del manual pero podrán ser separadas y luego guardadas de nuevo.

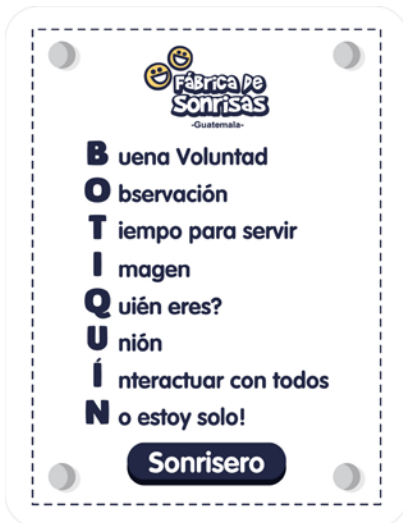
Estas piezas tienen un tamaño de media carta para que se puedan guardar fácilmente y no se pierdan.

## Materiales Anexos: taller de botiquín

Específicamente para el taller de “Botiquín” se diseñaron piezas anexas con el fin de que los voluntarios que están capacitando a los jóvenes puedan utilizarlas y realizar actividades con ellas sin necesidad de tener el manual físico.

Se hicieron tarjeas (1/4 de hoja) con cada una de las letras de la palabra “botiquín” y se colocó su definición. El objetivo de este material es que, al utilizarlo en distintas actividades, los jóvenes puedan retener mayormente la información al relacionarlo con dichas actividades.

Además, se hizo una tarjeta con toda la palabra desglosada par que la asociación pueda sacarle copia y repartirla a los nuevos voluntarios para que la guarden y la utilicen en sus visitas.





## Ilustraciones

Para cada capítulo del cancionero, que recopila todas las canciones de la asociación, se terminó de ilustrar cada una de ellas siempre utilizando una línea vectorial flat que se relaciona con el resto de ilustraciones del manual y que mantiene los rasgos redondos y sonrientes para resaltar los ritmos alegres y letras divertidas de las canciones.



## Validación con Grupo Objetivo

A través de la evaluación de la tercera etapa de visualización con Grupo Objetivo podemos evaluar la efectividad de los códigos icónico-visuales del documento en acción, al igual que las reacciones de los usuarios al estar en contacto con el material. De esa manera analizar, rectificar y corregir la utilización de estos códigos para un mejor desempeño del material. Para este efecto se realizaron instrumentos para recabar la información y retroalimentación necesaria en este proceso de Diseño.

### Ánàlisis de Resultados

Para el grupo objetivo el material resulta ser bastante innovador porque, dentro de la asociación, no existe ningún material de apoyo con estos contenidos que además de capacitar a los nuevos voluntarios, les recuerda la información a los voluntarios antiguos, los informa y resuelve dudas. Los distintos elementos gráficos como las fotografías, mecanismos e ilustraciones, así como el tono en el que están expresados los contenidos, logran que el grupo objetivo se sienta atraídos, motivados a leerlo e identificados con la

información. La mayoría de jóvenes se siente atraído por los textos pues hay gran cantidad de ellos, pero gracias a la jerarquía visual, el interlineado y la diagramación no son saturados y se comprenden totalmente. Por su lado, los mecanismos hacen el material completamente dinámico, pues los obliga a interactuar y recordar con mayor facilidad los temas.

### Sugerencias:

- Adaptar el material a un formato más pequeño (carta) para que los voluntarios tanto nuevos como antiguos puedan sacar copia y llevarlo consigo a todas partes.
- Incluir más fotografías de voluntarios, más variadas.
- Agregar más mecanismos dentro del material y con mayor tamaño para que resalten y llamen la atención.
- Tener cuidado con los números de página y elementos sueltos.

### Ver Anexos

- Instrumento de Validación
- Tabulación de Datos
- Gráficas de resultados



# Fundamentación de Propuesta

## Formato

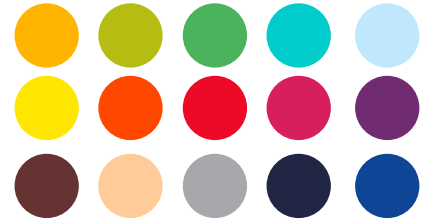
El manual se trabajó en medida de 11x17 pulgadas (tabloide) ya que va a ser utilizado durante las capacitaciones de los nuevos voluntarios de la asociación. Estas capacitaciones se realizan en un lugar al aire libre y la mayoría de veces son grupos de 20 a 30 jóvenes. El tamaño, que es más grande de lo que se está acostumbrado (carta), permitirá que pueda ser visualizado por varios jóvenes a la vez y que no se pierda tiempo pasándolo uno por uno o que por no verlo se pierdan de la información. Por otra parte, el tamaño nos permite diagramar bastante contenido sin que se vea saturado y sin que su volumen se vuelva exagerado. La decisión de hacer cuatro tomos, uno por tema, apoya la idea del concepto de varias partes formando un todo. Al igual que cada procedimiento de una fábrica, estos manuales irán, uno por uno, guiando al nuevo voluntario hasta que se convierta en un doctor representante de Fábrica de Sonrisas.

Se decidió espiralizar el material para que sea más práctico de manejar y no se corra el riesgo de dañarlo, además con esto es más fácil su reproducción en caso fuera necesario.



## Color

La paleta de colores utilizada refleja el optimismo y alegría con la que trabajan en esta asociación. Se decidió utilizar colores saturados, que van desde la gama de los cálidos hasta los fríos, para hacer énfasis en la diversidad de voluntarios que hay, las diferentes formas en las que trabajan y las herramientas que utilizan.



## Tipografía

A pesar de que la institución utiliza tipografías establecidas para sus piezas institucionales, se decidió utilizar tipografías completamente diferentes pues se adecuan más al tipo de proyecto y a la vez llama más la atención de los voluntarios por ser algo que no conocen aún. Las tipografías de los títulos y subtítulos son decorativas, pero siempre manteniendo rasgos sencillos y claros que no sobrecargan la vista y siguen siendo legibles. Estas tipografías tienen rasgos redondos para apoyar la idea de que los voluntarios vuelven a ser niños cuando están de visita y ganan sonrisas, además se relaciona con lo redondo de la nariz. Para los párrafos se decidió utilizar una sans serif, con todas sus variaciones: bold, regular, itálica, entre otras. Esta tipografía, justificación e interlineado permite que a pesar de ser bastante la información no se vea saturado o cansa a la vista.

**Vag Rounded Bold**  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Mm Nn Oo  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

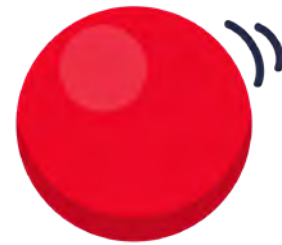
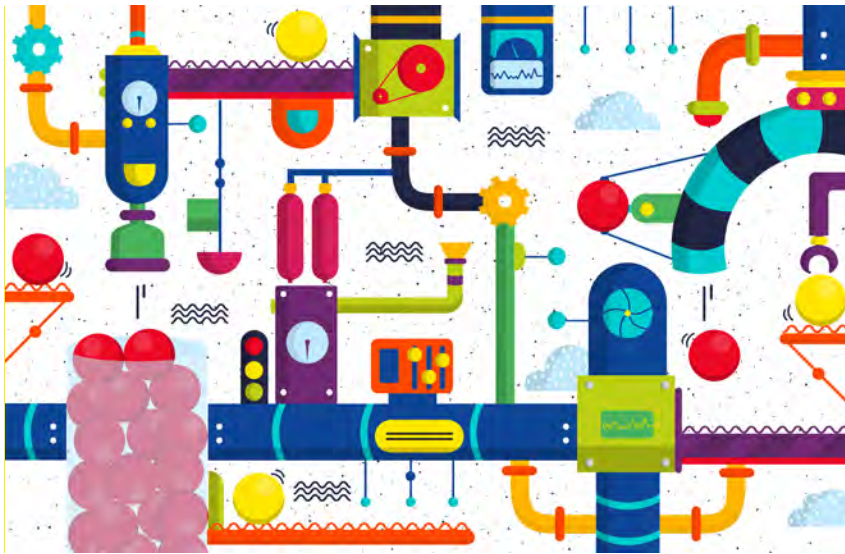
**PLUMP**  
AA BB CC DD EE FF  
GG HH II JJ KK MM NN  
OO 1 2 3 4 5 6 7 9 0

**Gotham**  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Mm Nn Oo  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg**  
**Hh Ii Jj Kk Mm Nn Oo**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

## Ilustración

El estilo de ilustraciones que se decidió utilizar es el vectorial, flat, pues es el estilo que está de moda entre el grupo objetivo, por estar relacionado con la tecnología. Este estilo de ilustración transmite dinamismo, jovialidad, alegría y movimiento por sus trazos redondos y bien definidos. Se decidió también que las ilustraciones no estén limitadas por ningún tipo de margen porque se pretende que interactúen con el texto y las fotografías.



D2

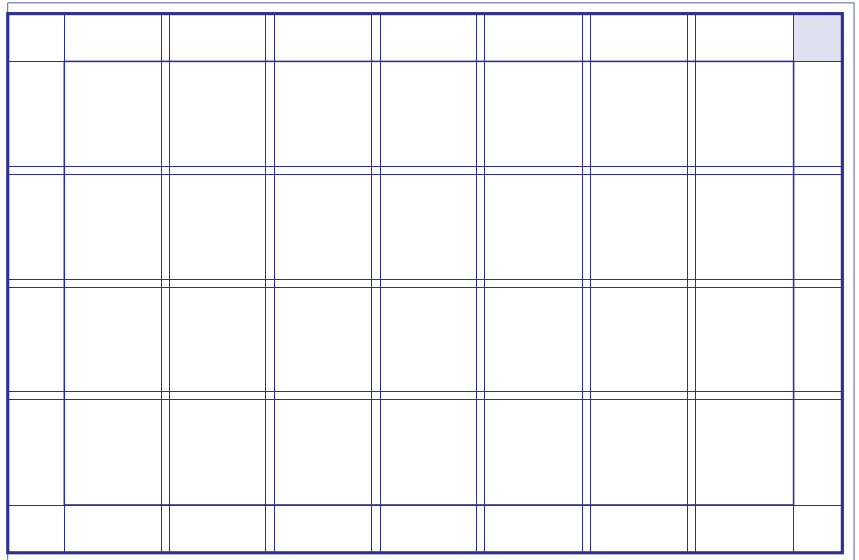
## Fotografía

En el manual se utilizaron distintas fotografías, proporcionadas por la asociación, procurando que todas tuvieran un eje principal que es: gente sonriendo. Todas las fotografías fueron tratadas para aumentar sus niveles de saturación para complementarse con la paleta cromática antes descrita y para que reflejará lo mismo que las ilustraciones.



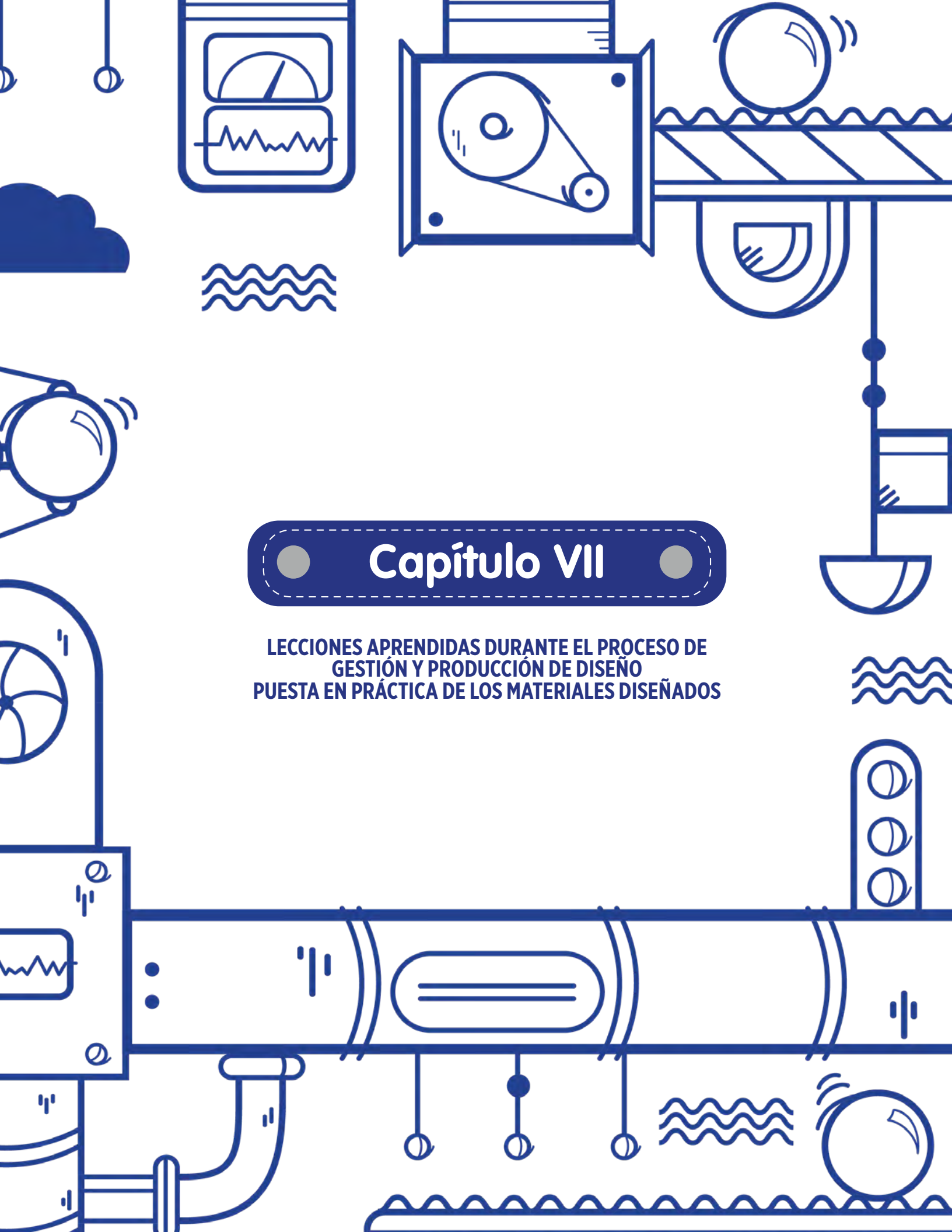
## Retícula

Por el grado de complejidad del manual y por la variedad de elementos gráficos que se utilizaron, entre ellos: ilustraciones, textos y fotografías, se decidió trabajar con una retícula modular (7x4) ya que los módulos permiten tener un mayor grado de control y permiten integrar de mejor forma los textos y las imágenes. Esta retícula además da la sensación de orden, claridad y tiene apariencia tecnológica, que tiene relación con el concepto por la fábrica, máquinas y demás.









# Capítulo VII

LECCIONES APRENDIDAS DURANTE EL PROCESO DE  
GESTIÓN Y PRODUCCIÓN DE DISEÑO  
PUESTA EN PRÁCTICA DE LOS MATERIALES DISEÑADOS



# Lecciones Aprendidas

## De la temática

En una época y en un país donde la corrupción, la crisis económica, las enfermedades, la violencia y los desastres naturales son temas de discusión diarios, la ayuda mutua, el servicio, la participación ciudadana y el activismo social son expresiones que empiezan a sonar con más fuerza. Las personas, sobre todo los jóvenes, están cansados de la situación y quieren por medio de voluntariados empezar a ver por el bien común, es por eso la importancia de motivarlos a involucrarse de la mejor manera para participar en estos movimientos.

## Del proceso de PDG

El proceso de Proyecto de Graduación integra las herramientas de investigación con las técnicas de diseño gráfico para poder aportar una solución a cierta problemática. Sin duda alguna, es un proceso complejo que requiere de tiempo, dedicación y esfuerzo. Una correcta planificación y puesta en marcha de la misma asegura que los resultados sean efectivos.

## Como Profesional del Diseño

El diseñador gráfico tiene la responsabilidad de construir mensajes que afecten o aporten a la solución de un problema. La mayoría de veces, las organizaciones que trabajan sin fines de lucro no cuentan con profesionales del diseño que se involucren, ya que no existe un presupuesto para solventarlos o voluntarios que donen su tiempo y sus habilidades. Este manual además de cumplir con su objetivo principal, será un incentivo para todos aquellos voluntarios creativos y capacitados en el área del diseño para que se involucren y propongan soluciones a otras problemáticas.

La experiencia de poder servir con una profesión aparentemente dedicada al consumismo es muy gratificante, es un reto, es una responsabilidad y sobre todo es la mejor forma de ejercer la profesión. La incidencia del diseñador en la sociedad es muy importante, ostenta una posición de poder respecto a que comunicar y hacia donde llevar al público. Tiene la responsabilidad social de persuadir, educar e informar y ante todo debe existir una reflexión de hacia donde se quiere enfocar el trabajo y la profesión.

# Puesta en Práctica de los Materiales Diseñados

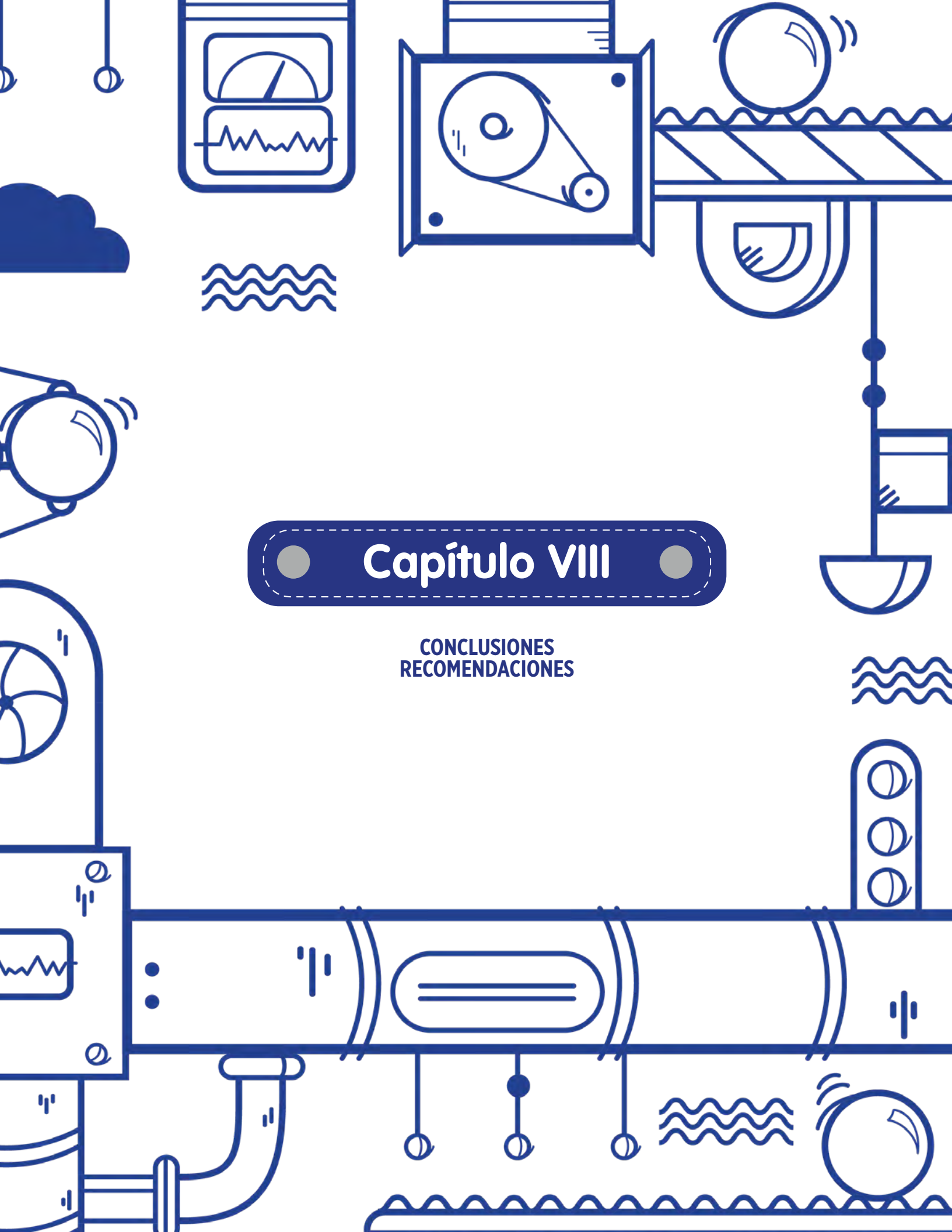
Pieza	Medio de publicación o Reproducción	Especificaciones Técnicas	Distribución
Manual de reglamentos y metodos de enseñanza	Impreso	Litografía full color, espiralizado. Impresión de hojas interiores en papel opalina 120 gr. Pasta dura para portada y contraportada. Medidas 11 x 17 pulgadas en formato horizontal. Incluye mecanismos y piezas desprendibles.	El manual se distribuirá en todas las sedes de Fábrica de Sonrisas de la capital, el interior y el extranjero.
Manual de reglamentos y metodos de enseñanza	Digital de Entrega Especifica	Se utilizará en formato PDF. Medidas 11 x 8.5 pulgadas. Adaptación del manual impreso.	Esta adaptación se compartirá de manera digital con los encargados de formación de la asociación y la Junta Directiva.

## Costos de Diseño

A través de una visualización hipotética de los costos que durante todo el proceso se generaron se establece una razón cuantitativa entre el trabajo del estudiante y el aporte del mismo a la sociedad y a la institución; aporte tanto económico, académico y profesional.

Cantidad	Descripción	Costo por Unidad	Total
	Gastos Directos		
	Honorarios de Diseño Gráfico		
50	Horas de diagnóstico e investigación, distribuidas en 2 semanas - 5 horas diarias de lunes a viernes.	Q125	Q6,250
30	Horas de Conceptualización y Generación Creativa	Q200	Q6,000
150	Horas de Producción Gráfica	Q175	Q26,250
200	Páginas Diagramadas	Q65	Q13,000
50	Ilustraciones	Q75	Q3,750
	Generación de Iconografía		Q350
	Pruebas de Impresión		Q500
	Artículos de Oficina		Q200
	SUBTOTAL		Q56,300
	Gastos Indirectos		
	Energía Eléctrica		Q250
	Agua		Q400
	Alimentos		Q500
	Transporte Público		Q300
	Depreciación de Equipo de Computación		Q150
	Tiempo de Aire (teléfono celular)		Q200
	<b>TOTAL</b>		<b>Q58100</b>





# Capítulo VIII

CONCLUSIONES  
RECOMENDACIONES





## Conclusiones

La asociación Fábrica de Sonrisas involucra a muchos jóvenes que buscan un cambio social y el bien común de los ciudadanos. Para poder alcanzar a más voluntarios y capacitarlos correctamente para promover el cambio de actitudes y llevar a acciones, convirtiéndolos en líderes positivos, es necesario que la asociación sea responsable de los contenidos que utiliza para capacitarlos y la forma en que lo hace.}

Desde esta perspectiva, la incidencia del diseñador en el tema de capacitación y formación de voluntarios es significativa, a través de una previa investigación se propone un material editorial normativo e informativo que tenga como finalidad apoyar a la capacitación de voluntarios, promover y motivar a la participación de los mismos. Luego de combinar métodos de diseño y de investigación se elabora la propuesta, se comprueba su eficacia con una muestra del grupo objetivo y se propone su lanzamiento.

- El “Manual Sonrisero” propuesto, a través del tratamiento gráfico de la información, visualizada en esquemas puntuales, en la utilización de fotografías de apoyo y en la presentación de iconografía precisa expone de manera ordenada y eficiente, la información acerca los métodos de enseñanza y reglamentos de la asociación.
- Se presenta un documento editorial en el cual la organización del contenido se estructura para que apoye de manera sencilla, dinámica, llamativa e intuitiva al acceso de la información y facilite su entendimiento.
- La utilización de iconografía, fotografías, textos y mecanismos simplifica y organiza la información, demuestra la intervención gráfica/editorial aplicada al documento, creando códigos visuales que facilitan la interpretación de los mensajes de una manera más eficiente y llamativa para el grupo objetivo.

# Recomendaciones

## A la asociación Fábrica de Sonrisas

- Que a través de este manual puedan establecer los contenidos de las capacitaciones y la estructura de los mismos, tanto en la capital y en el interior del país, como en el extranjero.
- Que el manual sea la principal fuente de consulta por parte de los voluntarios, ante cualquier duda que surja sobre contenidos y estructuración de los mismos.
- Que a través de este manual puedan establecer una imagen gráfica más puntual para ser utilizada a continuación en sus documentos.
- Que siempre tengan en cuenta al Diseñador Gráfico como profesional, de alguna manera esto les ayudará para obtener mejores resultados en sus proyectos.

## A futuros estudiantes del curso Proyecto de Graduación

- Que en el curso anterior Desarrollo de Proyectos establezcan de manera formal su proyecto e institución. Desarrollen seriamente el Protocolo a ser utilizado posteriormente aligerando la carga de trabajo.
- Que meses antes corroboren que la institución posea al menos un 50% de la información a trabajar, para evitar atrasos y presiones hacia la institución. Al igual que contacten a un tercer asesor antes de iniciar el curso.
- Que busquen diferentes opciones de instituciones y diagnostiquen diferentes problemas. Deben elegir un tema que les sea interesante, preferiblemente si conocen el tema y han trabajado en él anteriormente, así el trabajo será realizado con mayor facilidad.
- Que, durante todo el proceso, vayan guardando y haciendo copias de los avances en diferentes lugares para prevenir cualquier accidente que podría recargarles el trabajo.

## **A la Escuela de Diseño Gráfico**

- Que establezcan de forma organizada los parámetros a utilizar en la asignatura y que los mismos sean expuestos a los estudiantes de forma ordenada y sencilla de comprender.
- Que la realización del Proyecto de graduación no sea completamente paralela a la realización de EPS, y que la metodología de ambos cursos sea analizada para prevenir desfases de tiempo entre sus requerimientos.



---

---

---

## Fuentes Consultadas

Agost, M., Fernández, V., Martínez, J. y Nebot, E. (2002). **¿Por qué decidimos ser voluntarios?** España: Universidad Jaume. Recuperado de: <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi8/psi/37.pdf>

Ariel. Tavazza, Luciano. (1995). **El nuevo rol del voluntariado social.** Madrid, España: Lumen.

Asamblea General de Naciones Unidas. (2002). **V Informe sobre el estado del Voluntariado en el mundo.** Recuperado de: <http://www.unv.org/es/quienes-somos/informe.html>

Asamblea General de Naciones Unidas. (2015). **Informe sobre el estado del Voluntariado en el mundo.** Recuperado de: [goo.gl/4XqQOI](http://goo.gl/4XqQOI)

Bhaskaran, Lakshmi. (2006). **Qué es el diseño Editorial.** Barcelona, España: Index Book S. L.

Centro Territorial de Información Juvenil. (2006). **El voluntariado: echar una mano.** Brasil: Igaste Informazioa.

Creative Commons.(2004). **El beneficio de la risa.** Recuperado de: [http://www.elmundo.es/elmundosalud/2002/12/11/salud\\_personal/1039630564.html](http://www.elmundo.es/elmundosalud/2002/12/11/salud_personal/1039630564.html)

Fábrica de Sonrisas, (2015). **Fábrica de Sonrisas para todos.** [image 1] Recuperado de: [goo.gl/5HuZcy](http://goo.gl/5HuZcy)

García, Andrea. (2013). **Relación entre género y motivación en los voluntarios de la asociación Fábrica de Sonrisas.** (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

- García, Óscar. (2007) **La Pelota Cuadrada. Cómo se Juega a la Solidaridad en la Argentina Posmoderna.** Buenos Aires, Argentina: Ediciones Seguir Creciendo.
- Ghinaglia, Daniel. (2013). **Taller de Diseño Editorial: entre corondeles y tipos.** Argentina: Universidad de Palermo. ISSN 1850 - 2032.
- González, Judy de Jesús. (2003). **El voluntariado universitario: un aporte al desarrollo comunitario a través de programas y proyectos en el departamento de Guatemala.** (Tesis de licenciatura). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Hernández, Myriam. (2010). **Guía de Diseño Editorial para revistas de divulgación académica para especialización en edición de publicaciones.** (Tesis de licenciatura). Escuela Interamericana de Bibliotecología, Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia.
- Holden, Robert. (2000). **Risoterapia: La mejor medicina. El poder curativo del buen humor y la felicidad.** Barcelona, España: Oniro.
- Karl, Barry. (1984). **The poor volunteer: An essay on relation between history and myth.** Social Service Review, vol. 58.
- Konrad, Adenauer Stiftung (2009). **Juventud y Democracia.** Ciudad de Guatemala, Guatemala: Magna Terra Editores.
- Linares, Sara Lucía. (2015). **Intervención gráfica editorial aplicada al manual de accesibilidad universal para transporte público. Dirección de Movilidad Urbana, Municipalidad de Guatemala, Guatemala.** (Tesis de licenciatura). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Machado, María Paula (2014). **Del papel al iPad (Un nuevo diseño editorial).** (Tesis de licenciatura). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina
- Manjarrez, Juan José. **Diseño Editorial.** (Tesis de licenciatura). Universidad de Londres, Inglaterra. Recuperada de [goo.gl/CkDvPjcontent\\_copyCopy](http://goo.gl/CkDvPjcontent_copyCopy)

---

---

---

Moreno, Carlos. (2009) **El diseño gráfico en materiales didácticos**. Estudio Caos: Brúcelas, Bélgica. ISBN 978\_2\_9600880-5\_2

Natareno, Axel. (2016). **Fábrica de Sonrisas para todos**. Recuperado de: [goo.gl/s5zwFn](http://goo.gl/s5zwFn)

Pérez, Laura. (2008). **Tipología de Impresos**. Recuperado de <http://optativa-publicaciones.blogspot.com/2008/02/tipologia-de-impresos-laura-prez.html>

Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU). (2011). **V Informe sobre el estado del voluntariado en el mundo: Valores universales para alcanzar el bienestar mundial**. Reino Unido, Inglaterra: Prime Production.

Real Academia Española. (2014). **Disquisición. En Diccionario de la lengua española**. (23.a ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=c2hQKQW>

Red de Voluntarios de Chile. (2005). Propuesta para una Política Pública de Fomento al Voluntariado. Santiago, Chile.

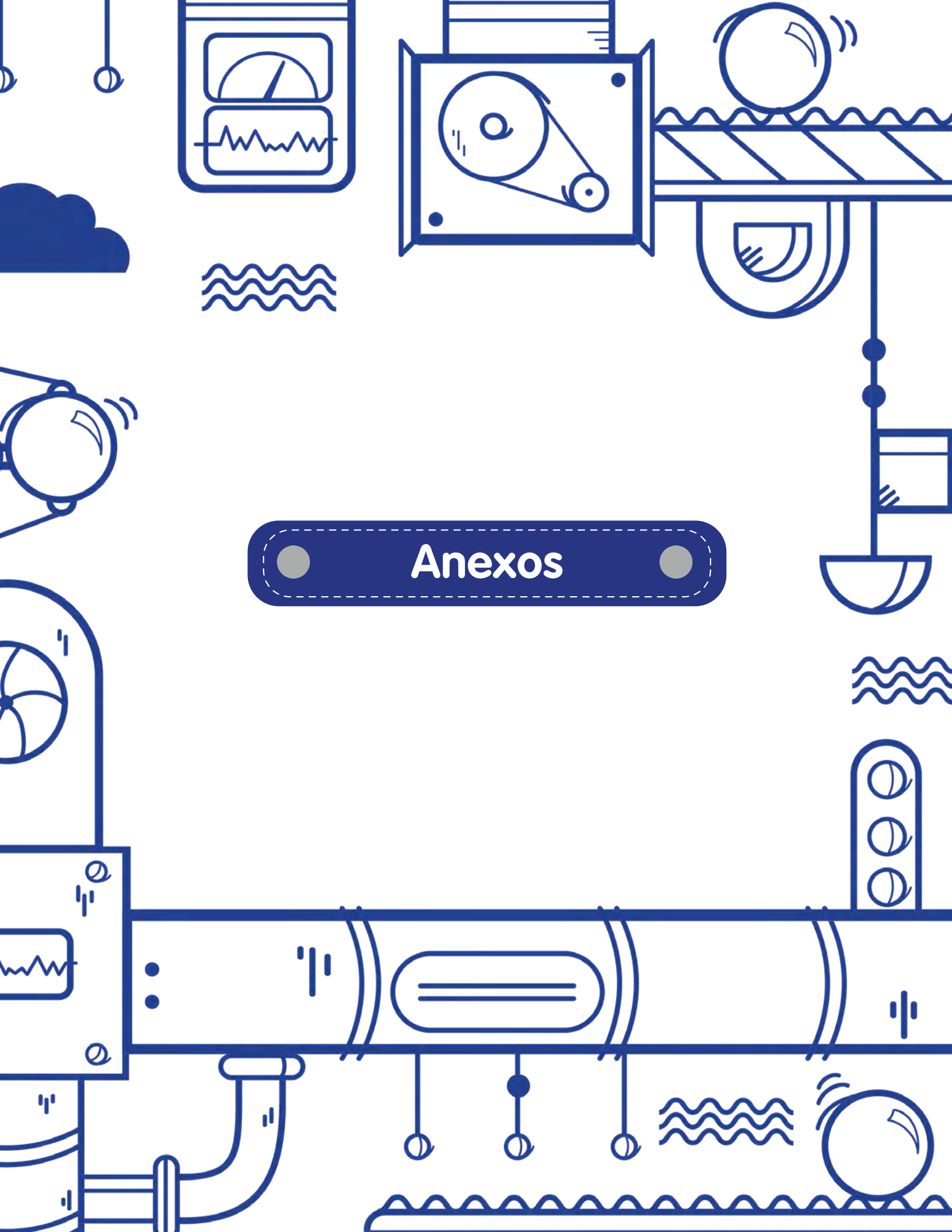
Sedano, A. (2009). **El motivo del voluntariado: una propuesta posible en Aurora Bernal, El voluntariado. Educación para la participación social**. Barcelona, España:

Valdés de León, Gustavo A (2010). **Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño**. Buenos Aries, Argentina. Universidad de Palermo –Facultad de Diseño y Comunicación Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. ISBN 978-987-1716-09-8

Voluntarios de Naciones Unidas (2011) **Distintos estilos de vida. Voluntarios del mundo**. VNU: Bonn. Recuperado de: <http://www.unv.org/es/cronicas-especiales/doc/-29fb1d8ab6.html>







Anexos



---

---

---

# **Instrumentos de Validación**

**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN  
ETAPAS 2 Y 3 DE VISUALIZACIÓN**

**TABULACIÓN DE DATOS**

---



## Instrumento de Validación Grupo Objetivo



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



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Proyecto de Graduación - Licenciatura

1. El material gráfico es:
  - Innovador
  - Poco innovador
  - Nada innovador
2. Antes de entrar en contacto con el material, la información contenida era:
  - Desconocida
  - Poco conocida
  - Algo conocida
  - Completamente conocida
3. La forma en la que está presentado el contenido y la forma en la que tú te expresas y comunicas es:
  - Completamente parecidas
  - Bastante parecidas
  - Poco parecidas
  - Nada parecidas
4. ¿En que medida te identificas con los mensajes presentados?
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
5. El tamaño del formato (11" x 17" para su manejo y visualización es:
  - Completamente cómodo
  - Bastante cómodo
  - Poco cómodo
  - Incómodo
6. La paleta de colores utilizada transmite:
  - Entusiasmo
  - Poco entusiasmo
  - Aburrimiento
7. Las ilustraciones y las fotografías complementan al contenido:
  - En nada
  - Parcialmente
  - Totalmente
8. El tipo de ilustraciones refleja:
  - Simpatía
  - Aburrimiento
  - Jovialidad
9. Los mecanismos hacen el material:
  - Completamente dinámico
  - Bastante dinámico
  - Poco dinámico
  - Aburrido
10. El contenido se comprende:
  - En nada
  - Parcialmente
  - Totalmente
11. ¿Qué elemento del material llama más la atención?
  - Textos
  - Fotografías
  - Ilustraciones
  - Mecanismos
  - Otro (especifique): \_\_\_\_\_
12. El contenido que presenta el material sirve para:
  - Informar al grupo objetivo
  - Capacitar al grupo objetivo
  - Actualizar al grupo objetivo

### Comentario y/o sugerencia

## Instrumento de Validación Profesionales del Diseño Gráfico



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



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Proyecto de Graduación - Licenciatura

1. El material gráfico es:
  - Innovador
  - Poco innovador
  - Nada innovador
2. Para este tipo de documento, el soporte impreso resulta:
  - Ineficiente
  - Poco eficiente
  - Bastante eficiente
  - Completamente eficiente
3. El tamaño del formato (11" x 17") para su manejo y visualización es:
  - Completamente cómodo
  - Bastante cómodo
  - Poco cómodo
  - Incómodo
4. La retícula presenta la información de forma:
  - Ordenada
  - Poco ordenada
  - Desordenada
5. La paleta de colores utilizada transmite:
  - Entusiasmo
  - Poco entusiasmo
  - Aburrimiento
6. La paleta de colores utilizada apoya la composición visual:
  - En nada
  - Neutralmente
  - Completamente
7. La composición de los párrafos es:
  - Completamente eficiente
  - Bastante eficiente
  - Poco eficiente
  - Ineficiente
8. El interlineado de los párrafos es:
  - Completamente eficiente
  - Bastante eficiente
  - Poco eficiente
  - Ineficiente
9. Los ejes y retículas utilizados expresan:
  - Inestabilidad
  - Poca estabilidad
  - Bastante estabilidad
  - Estabilidad
10. La jerarquía visual:
  - Se percibe claramente
  - No se percibe
  - Falta resaltarla
11. Las ilustraciones y las fotografías complementan al contenido:
  - En nada
  - Parcialmente
  - Totalmente
12. El tipo de ilustraciones refleja:
  - Simpatía
  - Aburrimiento
  - Jovialidad
13. El concepto del material "Fabricando sonrisas", se ve reflejado:
  - En todos los elementos
  - En algunos elementos
  - En ningún elemento
14. Los mecanismos hacen el material:
  - Completamente dinámico
  - Bastante dinámico
  - Poco dinámico
  - Aburrido
15. La diagramación hace que el contenido se comprenda:
  - En nada
  - Parcialmente
  - Totalmente
16. El contenido que presenta el material sirve para:
  - Informar al grupo objetivo
  - Capacitar al grupo objetivo
  - Actualizar al grupo objetivo

### Comentario y/o sugerencia

## Instrumento de Validación Expertos en el tema



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



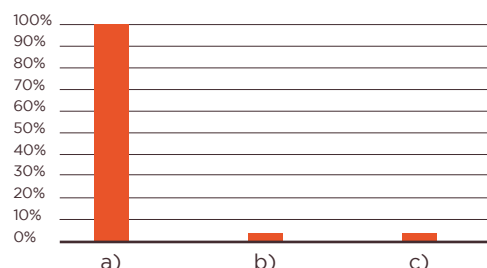
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Proyecto de Graduación - Licenciatura

1. El material gráfico es:
  - Innovador
  - Poco innovador
  - Nada innovador
2. Con respecto al material, el grupo objetivo:
  - Lo aceptará
  - Lo rechazará
  - No se sabe
3. Para este tipo de documento, el soporte impreso resulta:
  - Ineficiente
  - Poco eficiente
  - Bastante eficiente
  - Completamente eficiente
4. El tamaño del formato (11" x 17") para su manejo y visualización es:
  - Completamente cómodo
  - Bastante cómodo
  - Poco cómodo
  - Incómodo
5. La paleta de colores utilizada transmite:
  - Entusiasmo
  - Poco entusiasmo
  - Aburrimiento
6. La paleta de colores utilizada apoya la composición visual:
  - En nada
  - Neutralmente
  - Completamente
7. La composición de los párrafos es:
  - Completamente eficiente
  - Bastante eficiente
  - Poco eficiente
  - Ineficiente
8. El interlineado de los párrafos es:
  - Completamente eficiente
  - Bastante eficiente
  - Poco eficiente
  - Ineficiente
9. Las ilustraciones y las fotografías complementan al contenido:
  - En nada
  - Parcialmente
  - Totalmente
10. El tipo de ilustraciones refleja:
  - Simpatía
  - Aburrimiento
  - Jovialidad
11. El concepto del material "Fabricando sonrisas", se ve reflejado:
  - En todos los elementos
  - En algunos elementos
  - En ningún elemento
12. Los mecanismos hacen el material:
  - Completamente dinámico
  - Bastante dinámico
  - Poco dinámico
  - Aburrido
13. La diagramación hace que el contenido se comprenda:
  - En nada
  - Parcialmente
  - Totalmente
14. El contenido que presenta el material sirve para:
  - Informar al grupo objetivo
  - Capacitar al grupo objetivo
  - Actualizar al grupo objetivo

### Comentario y/o sugerencia

# Validación con Profesionales del Diseño Gráfico

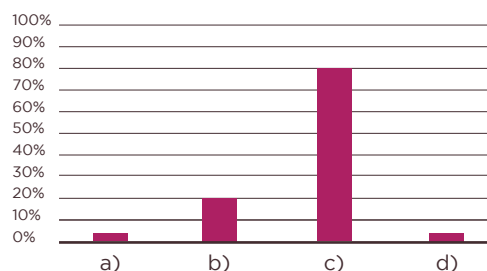
El instrumento de validación fue proporcionado a un grupo de **cinco diseñadores gráficos**: un catedráticos universitarios, dos creativos de agencia y dos estudiantes de la carrera) y a **tres expertos en el tema** que forman parte del personal administrativo de Fábrica de Sonrisas.



## 1. El material gráfico es:

- a) Innovador
- b) Poco innovador
- c) Nada innovador

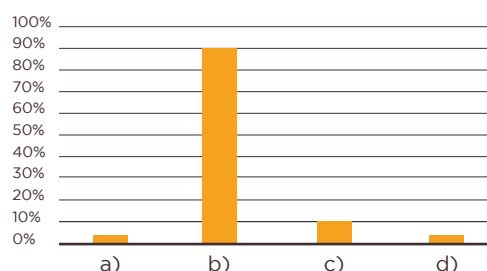
El 100% de la muestra opina que el material gráfico es innovador, porque para ser un manual de capacitación incluye elementos gráficos muy llamativos como los mecanismos, las ilustraciones, las fotografías y la paleta de colores.



## 2. Para este tipo de documento, el soporte impreso resulta:

- a) Ineficiente
- b) Poco eficiente
- c) Bastante eficiente
- d) Completamente eficiente

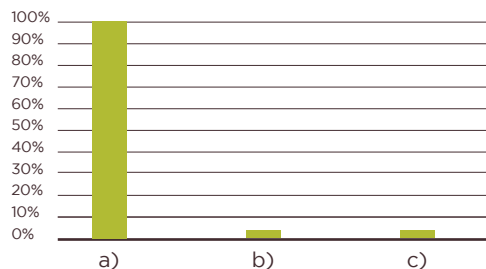
El 80% de la muestra opina que el soporte impreso es bastante eficiente para capacitar a los voluntarios nuevos ya que donde se realizan estas capacitaciones es un lugar sin acceso a energía eléctrica ni internet. El soporte impreso asegura que todos los jóvenes lean el material en el momento preciso de la capacitación. El 20% de la muestra piensa que el material es poco eficiente pues los nuevos voluntarios sólo podrían utilizarlo cuando vayan a la capacitación y no en cualquier momento que ellos deseen. Se sugiere que se haga una adaptación digital.



## 3. El tamaño del formato (11'' x 17'') para su manejo y visualización es:

- a) Completamente cómodo
- b) Bastante cómodo
- c) Poco cómodo
- d) Incómodo

El 90% de la muestra opina que el tamaño del formato es bastante cómodo para su manejo y visualización. El tamaño permite que pueda ser leído por varias personas a la vez y que las ilustraciones e información no se pierdan de vista. El tamaño permite además que la información contenida sea la suficiente sin resumirla. El 10% de la muestra opina que el tamaño es poco cómodo porque es mayor a lo que se está acostumbrado (tamaño carta) y puede dañarse más rápido, sin embargo sugieren que se cree un troquel especial para guardarlo.

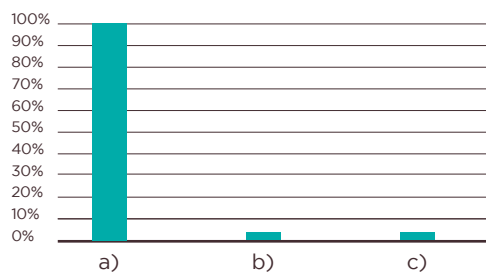


\*\*Pregunta exclusiva para Profesionales del diseño gráfico

#### 4. La retícula presenta la información de forma:

- a) Ordenada
- b) Poco ordenada
- c) Desordenada

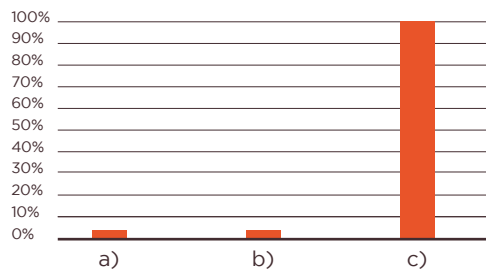
El 100% de la muestra opina que la retícula presenta la información de forma ordenada ya que todos los elementos se rigen en base a ella y hace que resalte la jerarquía visual. Cada elemento tiene su espacio y no interfiere en los otros o genera ruido. La retícula facilita la lectura.



#### 5. La paleta de colores utilizada transmite:

- a) Entusiasmo
- b) Poco entusiasmo
- c) Aburrimiento

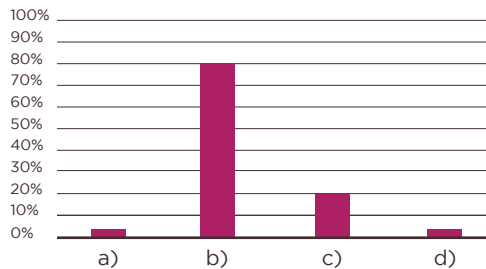
El 100% de la muestra opina que la paleta de colores transmite entusiasmo y alegría ya que son colores con tonos saturados y brillantes. La paleta de colores va desde la gama de los colores fríos hasta los cálidos algo muy relacionado con los colores de arcoiris.



#### 6. La paleta de colores utilizada apoya la composición visual:

- a) En nada
- b) Neutralmente
- c) Completamente

El 100% de la muestra opina que la paleta de colores apoya completamente la composición visual porque a pesar de que los tonos son saturados, se equilibran con el azul oscuro (él cual es el único color opaco) y el blanco del formato. La paleta de colores hace que el documento sea dinámico y llamativo y que la información no pase desapercibida. Además los colores ayudan a generar una jerarquía visual y una segmentación de la información.

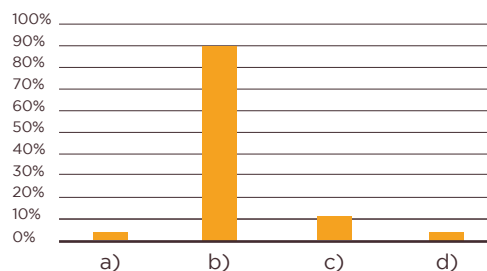


#### 7. La composición de los párrafos es:

- a) Completamente eficiente
- b) Bastante eficiente
- c) Poco eficiente
- d) Ineficiente

El 80% de la muestra opina que la composición de los párrafos es bastante eficiente pues se distingue la jerarquía visual que existe entre los títulos, subtítulos y párrafos, sin embargo el 20% de la muestra opina que es poco eficiente pues a comparación del tamaño del formato los textos aún son muy pequeños. Sugieren que se aproveche más el tamaño del formato y se agreden los textos y se cuide la justificación de algunos de ellos.

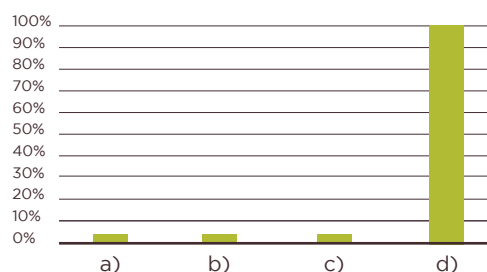




### 8. El interlineado de los párrafos es:

- a) Completamente eficiente
- b) Bastante eficiente
- c) Poco eficiente
- d) Ineficiente

El 90% de la muestra opina que el interlineado de los párrafos es bastante eficiente pues permite la legibilidad del contenido y aprovechar el espacio. El 10% de la muestra opina que es poco eficiente pues hay algunos textos en los que el interlineado no es el mismo que el resto del documento. Sugieren ponerlo igual.

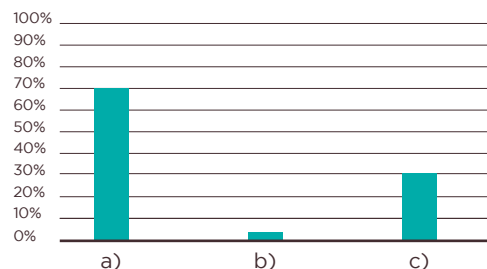


### 9. Los ejes y retículas utilizados expresan:

- a) Inestabilidad
- b) Poca estabilidad
- c) Bastante estabilidad
- d) Estabilidad

El 100% de la muestra opina que los ejes y retículas expresan estabilidad en el material ya que permiten que los distintos elementos tengan un mismo peso visual siempre respetando la jerarquía. Los módulos ordenan estos elementos, lo que da estabilidad.

\*\*Pregunta exclusiva para Profesionales del diseño gráfico

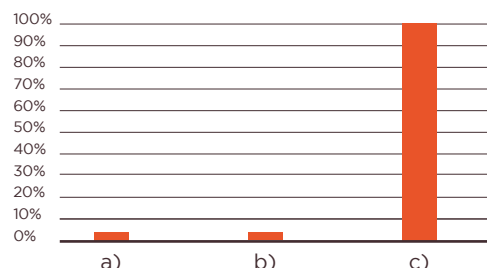


### 10. La jerarquía visual:

- a) Se percibe claramente
- b) No se percibe
- c) Falta resaltarla

El 70% de la muestra opina que la jerarquía visual se percibe claramente gracias a la retícula y composición de los elementos. El 100% de la muestra coincidió en que las imágenes son el elemento que resalta más; el 30% que opina que falta resaltar la jerarquía opina que deberían resaltar más los textos por ser un manual normativo e informativo que pretende capacitar a los voluntarios. En este caso es más importante que se preste atención a la información y no tanto a las imágenes).

\*\*Pregunta exclusiva para Profesionales del diseño gráfico



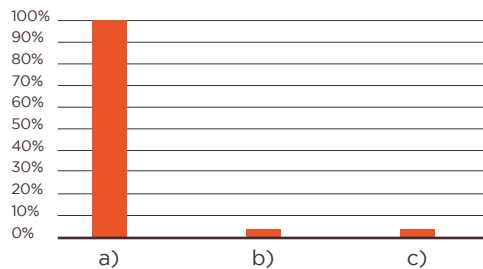
### 11. Las ilustraciones y las fotografías complementan al contenido:

- a) En nada
- b) Parcialmente
- c) Totalmente

El 100% de la muestra opina que las ilustraciones y fotografías complementan el contenido totalmente ya que en el caso de las fotografías son propias de la asociación, tomadas durante los distintos procesos: capacitación, visitas y actividades extras y las ilustraciones reflejan el concepto de "fabricando sonrisas".

# Validación con grupo objetivo

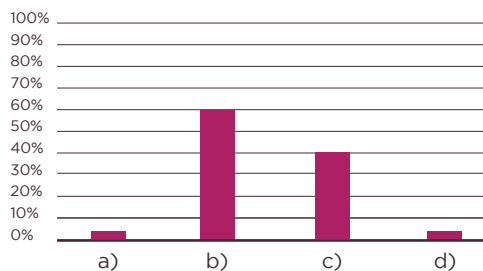
El instrumento de validación para el tercer nivel de visualización fue proporcionado a un grupo de **quince voluntarios de la asociación Fábrica de Sonrisas**, 7 hombres y 8 mujeres, en edades comprendidas entre los veinte y treinta años.



## 1. El material gráfico es:

- a) Innovador
- b) Poco innovador
- c) Nada innovador

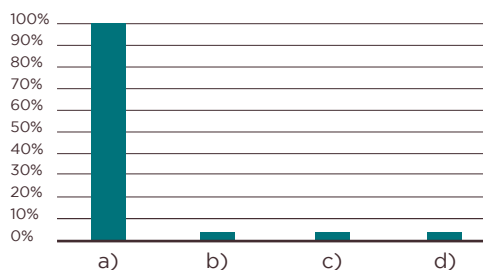
El 100% de la muestra opina que el material gráfico es innovador porque dentro de la asociación nunca había existido un material de apoyo para los voluntarios y además este contiene elementos gráficos que llaman su atención, como los mecanismos e ilustraciones.



## 2. Antes de entrar en contacto con el material, la información contenida era:

- a) Desconocida
- b) Poco conocida
- c) Algo conocida
- d) Completamente conocida

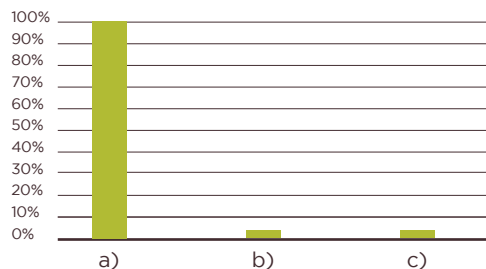
El 60% de la muestra opina que antes de entrar en contacto con el material, la información contenida era poco conocida para ellos ya que no recuerdan todos los contenidos, únicamente algunos. Esto se debe a que durante el período de capacitación no pusieron atención, no asistieron o simplemente con el tiempo los han olvidado. El 40% restante de la muestra opina que la información es algo conocida porque recuerda un poco más o porque les ha tocado capacitar a nuevos voluntarios y volver a retomar los contenidos.



## 3. La forma en la que está presentado el contenido y la forma en la que tú te expresas y comunicas es:

- a) Completamente parecidas
- b) Bastante parecidas
- c) Poco parecidas
- d) Nada parecidas

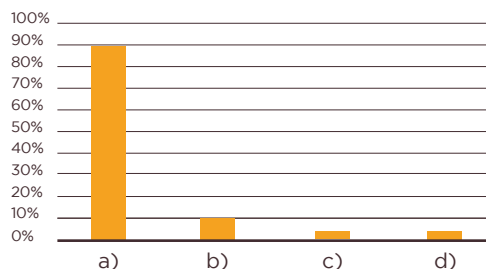
El 100% de la muestra opina que la forma en que está presentado el contenido y la forma en que ellos se expresan y comunican es completamente parecidas ya que se redactó en segunda persona para lograr que ellos se identificaran y sintieran que hablaban con un amigo. Por otra parte, también se utilizaron palabras muy propias del voluntariado que cualquiera que haya cursado la capacitación o esté en ese proceso entenderá.



#### 4. ¿En qué medida te identificas con los mensajes presentados?

- a) Bastante
- b) Poco
- c) Nada

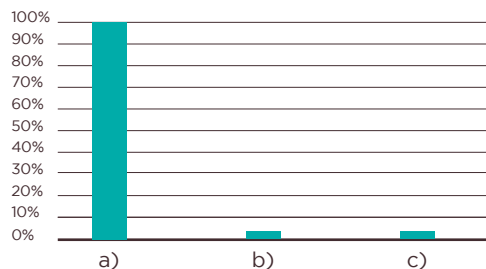
El 100% de la muestra opina que se identifica bastante con los contenidos presentados ya que todos tienen relación con el voluntariado, sobre todo con las visitas a pacientes que realizan semana tras semana y la importancia que tiene seguir ciertas reglas o cumplir con ciertos requisitos.



#### 5. El tamaño del formato (11" x 17") para su manejo y visualización es:

- a) Completamente cómodo
- b) Bastante cómodo
- c) Poco cómodo
- d) Incómodo

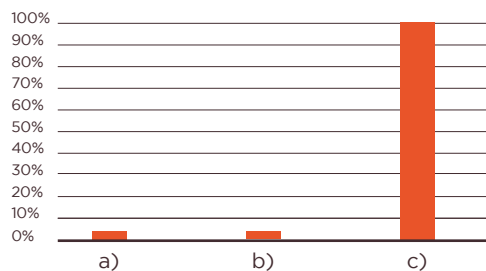
El 90% de la muestra opina que el tamaño del formato es completamente cómodo para su manejo y visualización durante la capacitación porque permite que varias personas puedan leerlo a la vez lo que ahorra tiempo y mantiene el orden dentro del grupo. El 10% de la muestra opina que el tamaño es bastante cómodo a pesar de ser de mayor al tamaño estándar (tamaño carta). Sugieren que se haga una versión pequeña para que los voluntarios puedan sacarle copia y llevarlo a casa.



#### 6. La paleta de colores utilizada transmite:

- a) Entusiasmo
- b) Poco entusiasmo
- c) Aburrimiento

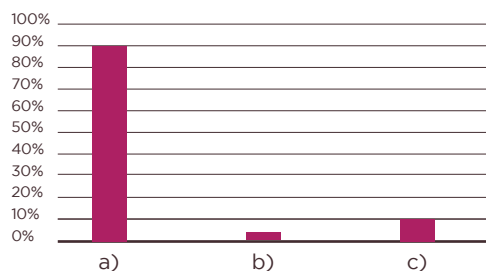
El 100% de la muestra opina que la paleta de colores transmite entusiasmo y alegría ya que son colores con tonos saturados y brillantes. En las herramientas de los sonriseros como mochila, bata y juguetes predominan estos colores, así que se sienten identificados.



#### 7. Las ilustraciones y las fotografías complementan al contenido:

- a) En nada
- b) Parcialmente
- c) Totalmente

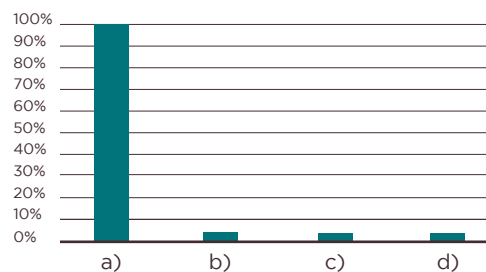
El 100% de la muestra opina que las ilustraciones y fotografías complementan al contenido totalmente ya que en el caso de las fotografías muestran a distintos voluntarios de la asociación en las distintas actividades que realizan: capacitación, visitas y actividades extras y las ilustraciones reflejan el concepto de la fábrica en general. Los jóvenes de la muestra lograron identificar a varios amigos en las fotografías.



### 8. El tipo de ilustraciones refleja:

- a) Simpatía
- b) Aburrimiento
- c) Jovialidad

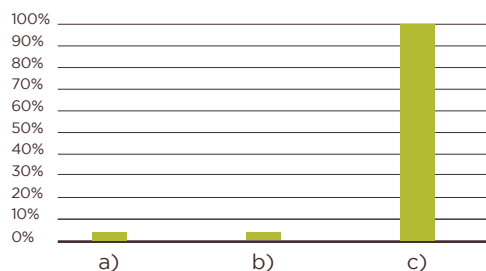
El 90% de la muestra opina que el tipo de ilustraciones refleja simpatía ya que en la mayoría de ellas los trazos son redondos lo que les provoca ternura y en la caracterización de objetos (cancionero) todos están sonriendo. Por otra parte, el tipo de ilustración vectorial es parecido al que ellos ven regularmente en sus "mascotas" y por ende ya crearon un vínculo de simpatía con este tipo de ilustración.



### 9. Los mecanismos hacen el material:

- a) Completamente dinámico
- b) Bastante dinámico
- c) Poco dinámico
- d) Aburrido

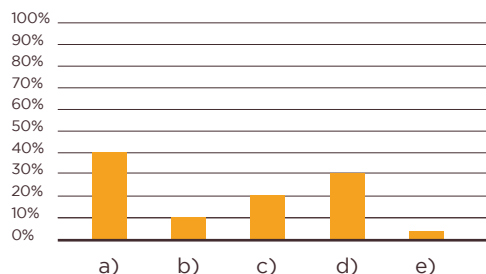
El 100% de la muestra opina que los mecanismos hacen completamente dinámico el material, ya que no sólo les llama la atención para leer la información, sino que también permite que interactúen con el material y con los demás voluntarios. Sugieren que se hagan en mayor cantidad y con mayor tamaño para que resalten más y no se pierdan de vista.



### 10. El contenido se comprende:

- a) En nada
- b) Parcialmente
- c) Totalmente

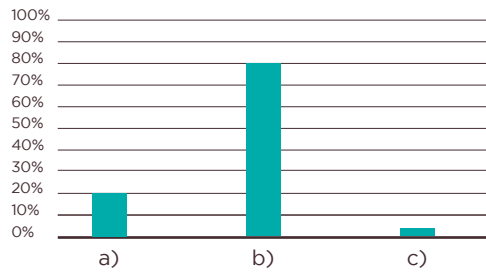
El 100% de la muestra opina que el contenido se comprende totalmente ya que existen varios elementos gráficos dentro del material que ayudan a orientar al lector través del contenido. Dentro de estos elementos gráficos están los iconos del a guía de orientación y las caratulas de cada uno de los capítulos, además de que cada uno de ellos está identificado por un color. En general toda la diagramación ayuda a resaltar los contenidos y facilitar su lectura y comprensión.



### 10. ¿Qué elemento del material llama más la atención?

- a) Texto
- b) Fotografías
- c) Ilustración
- d) Mecanismos
- e) Otro (especifique)

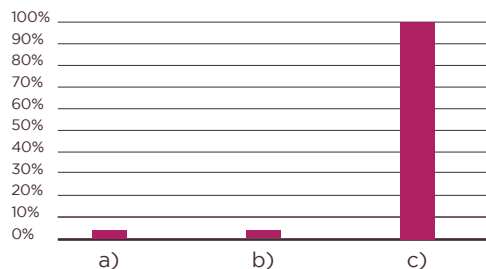
El 40% de la muestra opina que los textos son el elemento que más llama la atención dentro del material porque hay una mayor cantidad de ellos y porque aparecen en todas las páginas. Con las tipografías y el interlineado se logra una jerarquía visual dinámica. El 30% opina que los mecanismos son el elemento que llama la atención por ser algo novedoso que permite la interacción y que no vuelve aburrido el material. El 20% opina que las ilustraciones y el otro 10% las fotografías ya que únicamente lo perciben como elemento que complementa al contenido.



## 12. El contenido que presenta el material sirve para:

- a) Informar
- b) Capacitar
- c) Actualizar

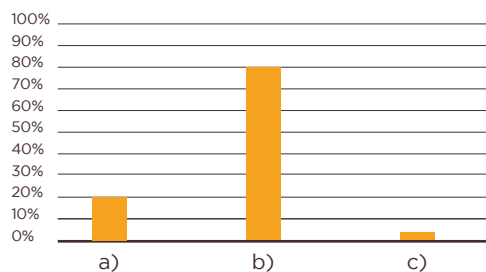
El 80% de la muestra opina que el contenido que se presenta en el material sirve para capacitar a los nuevos voluntarios y a los voluntarios encargados de este proceso, ya que la mayoría de los contenidos están enfocados en esto. El 20% de la muestra opina que el contenido sirve para informar a los voluntarios en general. En ambos casos, opinan que su función dependerá de la ubicación del material y de quién lo utilice.



## 12. El tipo de ilustraciones refleja:

- a) Simpatía
- b) Aburrimiento
- c) Jovialidad

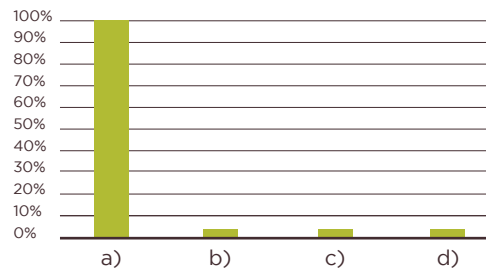
El 100% de la muestra opina que el tipo de ilustraciones refleja jovialidad ya que los vectores (ilustraciones flat) son una tendencia muy del siglo 20 utilizada en áreas de tecnología como el internet y las redes sociales. En la mayoría de plataformas frecuentadas por los jóvenes, nuestro grupo objetivo, son utilizadas por lo que se identifican y entienden.



## 13. El concepto del material "Fabricando sonrisas", se ve reflejado:

- a) En todos los elementos
- b) En algunos elementos
- c) En ningún elemento

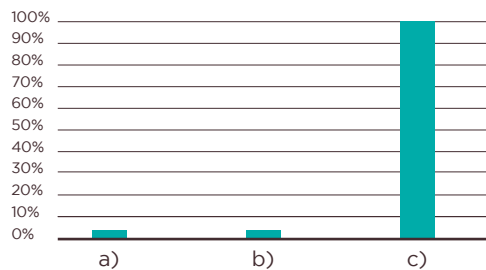
El 80% de la muestra opina que el concepto se ve reflejado en algunos elementos gráficos, como en las ilustraciones, fotografías y retícula. Las ilustraciones son el elemento que apoya más al concepto pues hace referencia a una máquina donde se están fabricando las narices y sonrisas. El 20% de la muestra opina que en todos los elementos se refleja el concepto.



## 14. Los mecanismos hacen el material:

- a) Completamente dinámico
- b) Bastante dinámico
- c) Poco dinámico
- d) Aburrido

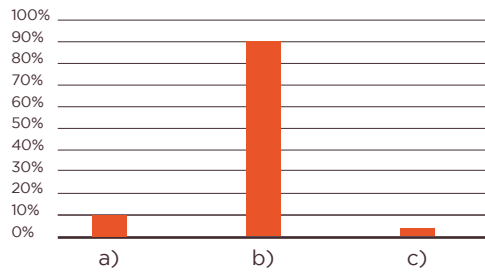
El 100% de la muestra opina que los mecanismos hacen completamente dinámico el material, ya que no sólo permiten llamar la atención del grupo objetivo para leer la información, sino que también permiten interactuar con él. Estos mecanismos también lograrán una mayor retención de información pues son elementos gráficos que el grupo objetivo asociará con la información y recordará con mayor facilidad.



## 15. La diagramación hace que el contenido se comprenda:

- a) En nada
- b) Parcialmente
- c) Totalmente

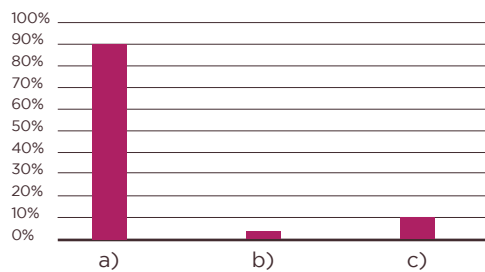
El 100% de la muestra opina que la diagramación hace que el contenido se comprenda totalmente ya que los elementos se ordenan según una retícula y reflejan una jerarquía visual que facilita la lectura y comprensión de los temas.



**16. El contenido que presenta el material sirve para:**

- a) Informar al grupo objetivo
- b) Capacitar al grupo objetivo
- c) Actualizar al grupo objetivo

El 90% de la muestra opina que el contenido que se presenta en el material sirve para capacitar al grupo objetivo por la forma en que están redactados los textos y porque la iconografía permite observar paso por paso o etapa por etapa lo que se debe hacer. El otro 10% de la muestra opina que sirve para informar o recordar algunos contenidos.



**17. Con respecto al material, el grupo objetivo:**

- a) Lo aceptará
- b) Lo rechazará
- c) No se sabe

El 90% de la muestra opina que el grupo objetivo aceptará el material porque es un material dinámico que llamará su atención. Se logró la forma de presentar la información sin volverla monótona o aburrida gracias a los distintos elementos como los mecanismos e ilustraciones. El otro 10% de la muestra opina que no se sabe si lo aceptarán o no pues es un grupo muy variado (orientación sexual, edades, profesiones, gustos y costumbres muy distintas).

**\*\*Pregunta exclusiva para expertos en el tema**

## Tabulación de resultados Expertos en el tema y Diseñadores

No.	El material gráfico es:	El soporte impreso resulta:	El tamaño del formato para su manejo y visualización es:
1	Innovador	Bastante eficiente	Bastante cómodo
2	Innovador	Bastante eficiente	Bastante cómodo
3	Innovador	Bastante eficiente	Bastante cómodo
4	Innovador	Bastante eficiente	Bastante cómodo
5	Innovador	Poco eficiente	Poco cómodo
6	Innovador	Bastante eficiente	Bastante cómodo
7	Innovador	Bastante eficiente	Bastante cómodo
8	Innovador	Poco eficiente	Bastante cómodo

No.	La retícula presenta la información de forma:	La paleta de colores transmite:	La paleta de colores utilizada apoya la composición visual:
1	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
2	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
3	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
4	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
5	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
6	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
7	Ordenada	Entusiasmo	Completamente
8	Ordenada	Entusiasmo	Completamente

No.	La composición de los párrafos es:	El interlineado de los párrafos es:	Los ejes y retículas utilizados expresan:
1	Bastante eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad
2	Bastante eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad
3	Bastante eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad
4	Bastante eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad
5	Poco eficiente	Poco eficiente	Estabilidad
6	Bastante eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad
7	Bastante eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad
8	Poco eficiente	Bastante eficiente	Estabilidad



## Tabulación de resultados Expertos en el tema y Diseñadores

No.	La jerarquía visual:	Las ilustraciones y fotos complementan al contenido	El tipo de ilustraciones refleja
1	Se percibe claramente	Totalmente	Jovialidad
2	Se percibe claramente	Totalmente	Jovialidad
3	Se percibe claramente	Totalmente	Jovialidad
4	Se percibe claramente	Totalmente	Jovialidad
5	Hace falta resaltarla	Totalmente	Jovialidad
6	Se percibe claramente	Totalmente	Jovialidad
7	Hace falta resaltarla	Totalmente	Jovialidad
8	Hace falta resaltarla	Totalmente	Jovialidad

No.	El concepto se ve reflejado:	Los mecanismos hacen el material:	La diagramación hace que el contenido se comprenda:
1	En todos los elementos	Completamente dinámico	Totalmente
2	En todos los elementos	Completamente dinámico	Totalmente
3	En todos los elementos	Completamente dinámico	Totalmente
4	En todos los elementos	Completamente dinámico	Totalmente
5	En todos los elementos	Completamente dinámico	Totalmente
6	En algunos elementos	Completamente dinámico	Totalmente
7	En todos los elementos	Completamente dinámico	Totalmente
8	En algunos elementos	Completamente dinámico	Totalmente

No.	El contenido del material sirve para:	Con respecto al material, el grupo objetivo:
1	Capacitar al G. O.	Lo aceptará
2	Capacitar al G. O.	Lo aceptará
3	Capacitar al G. O.	Lo aceptará
4	Capacitar al G. O.	Lo aceptará
5	Capacitar al G. O.	Lo aceptará
6	Capacitar al G. O.	Lo aceptará
7	Informar al G. O.	Lo aceptará
8	Capacitar al G. O.	No se sabe

## Tabulación de resultados Grupo Objetivo

No.	El material gráfico es:	Antes de tener contacto, la información era:	El contenido presentado y mi forma de expresarme son:
1	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
2	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
3	Innovador	Algo conocida	Completamente parecidas
4	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
5	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
6	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
7	Innovador	Algo conocida	Completamente parecidas
8	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
9	Innovador	Algo conocida	Completamente parecidas
10	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
11	Innovador	Algo conocida	Completamente parecidas
12	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
13	Innovador	Poco conocida	Completamente parecidas
14	Innovador	Algo conocida	Completamente parecidas
15	Innovador	Algo conocida	Completamente parecidas

No.	Me identifico con el contenido:	El tamaño del formato para si manejo y visualización es:	La paleta de colores transmite:
1	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
2	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
3	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
4	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
5	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
6	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
7	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
8	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
9	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
10	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
11	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
12	Bastante	Bastante cómodo	Entusiasmo
13	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
14	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo
15	Bastante	Completamente cómodo	Entusiasmo

## Tabulación de resultados Grupo Objetivo

No.	Las ilustraciones y fotos complementan	El tipo de ilustración refleja:	Los mecanismos hacen el material:
1	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
2	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
3	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
4	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
5	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
6	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
7	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
8	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
9	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
10	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
11	Totalmente	Jovialidad	Completamente dinámico
12	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
13	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
14	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico
15	Totalmente	Simpatía	Completamente dinámico

No.	El contenido se comprende:	¿Qué elemento llama más la atención?	El contenido sirve para:
1	Totalmente	Texto	Capacitar
2	Totalmente	Fotografía	Capacitar
3	Totalmente	Texto	Capacitar
4	Totalmente	Ilustración	Capacitar
5	Totalmente	Mecanismo	Informar
6	Totalmente	Texto	Capacitar
7	Totalmente	Texto	Capacitar
8	Totalmente	Mecanismo	Informar
9	Totalmente	Ilustración	Capacitar
10	Totalmente	Ilustración	Informar
11	Totalmente	Mecanismo	Capacitar
12	Totalmente	Texto	Capacitar
13	Totalmente	Mecanismo	Capacitar
14	Totalmente	Mecanismo	Capacitar
15	Totalmente	Texto	Capacitar

---

---

---

---

# Cartas de Validación

---



Guatemala, junio 04 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 de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **ANAI CHEW CASTILLO**, Carné universitario: **2012-20234**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **CONSTRUCCIÓN Y DISEÑO DE MATERIAL EDITORIAL NORMATIVO E INFORMATIVO, CON SOPORTE IMPRESO Y DIGITAL, ACERCA DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA Y REGLAMENTOS QUE DEBEN APLICAR LOS VOLUNTARIOS DE FÁBRICA DE SONRISAS**, previamente a conferírsele el título de Licenciada 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. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricella 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 - - maricellasaravia@hotmail.com

**“Construcción y diseño de material editorial normativo e informativo, con soporte impreso y digital, acerca de los reglamentos y talleres de capacitación que deben aplicar los voluntarios de Fábrica de Sonrisas”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



**Anaí Chew Castillo**

Asesorado por:





**Licda. Erika Grajeda Godínez**



**Lic. Gustavo Alfredo Álvarez Escobar**

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**DECANO**

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

