



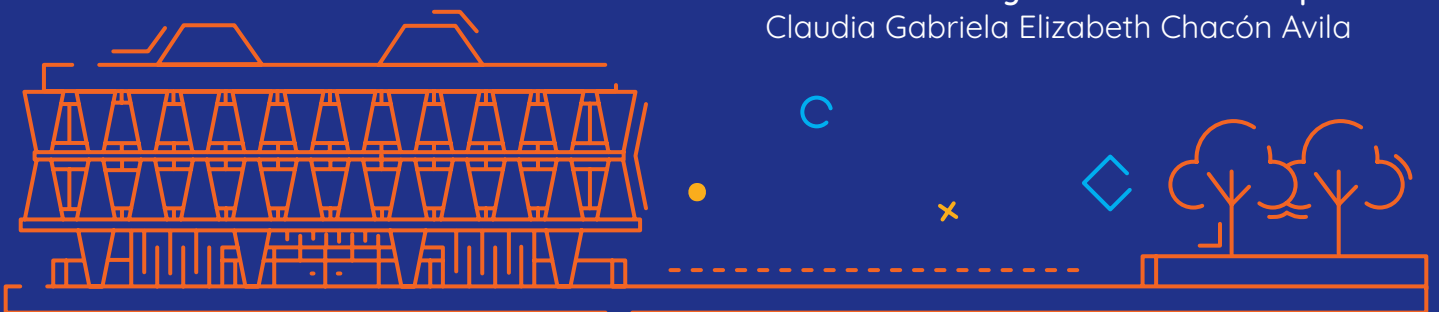
USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de Identidad Visual
y sus lineamientos para el Programa
de Voluntariado Universitario
de la Universidad de San Carlos
de Guatemala -VOLUSAC-
Ciudad de Guatemala**

Proyecto desarrollado por
Claudia Gabriela Elizabeth Chacón Avila



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

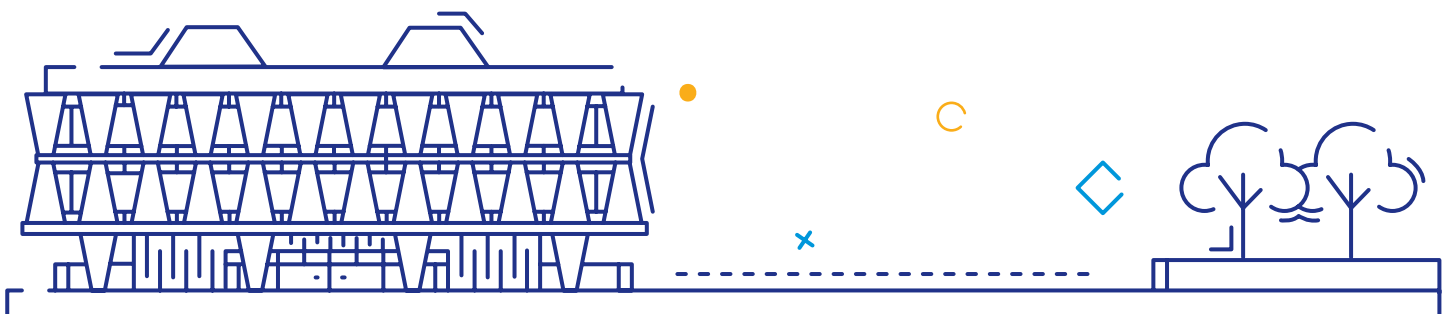
**Diseño de Identidad Visual
y sus lineamientos para el Programa
de Voluntariado Universitario
de la Universidad de San Carlos
de Guatemala -VOLUSAC-.**
Ciudad de Guatemala

Proyecto desarrollado por
Claudia Gabriela Elizabeth Chacón Avila

Para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, febrero 2021

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.



MIEMBROS

JUNTA DIRECTIVA

MSc. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele 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

TRIBUNAL

EXAMINADOR

MSc. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario

Lcda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
Asesora Metodológica

Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez
Asesor Gráfico

Arq. Kevin Christian Carrillo Segura
Tercer Asesor

AGRADECIMIENTOS

A **Dios**, por permitirme vivir esta experiencia y culminar con éxito el proceso, por brindarme la fuerza que necesite en los tiempos más duros y por permitirme conocer a personas increíbles que me apoyaron en este proceso.

A mis **Padres**, por su amor y apoyo incondicional, por ser ejemplos de perseverancia y trabajo duro. Por apoyarme en mis decisiones y por permitirme elegir mi camino en la vida.

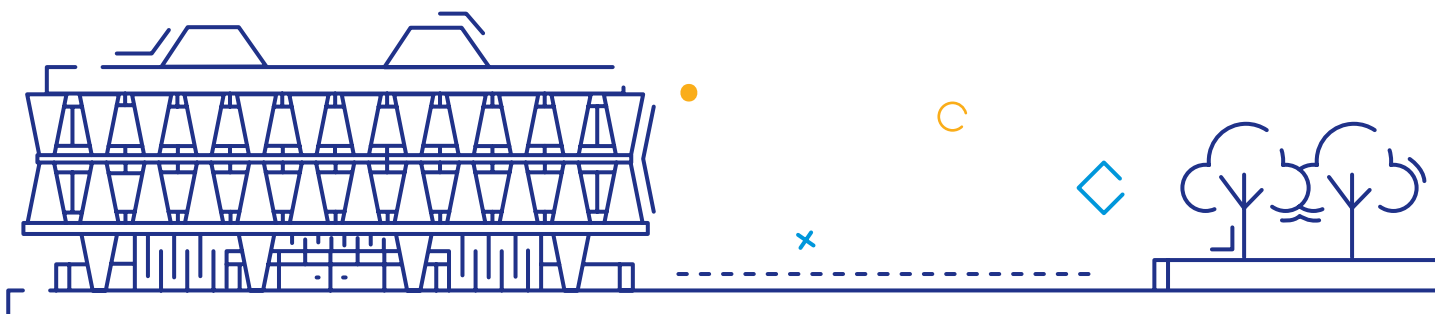
A mi **hermana mayor**, por ser esa columna que siempre estuvo apoyándome y sosteniéndome, por ser el ejemplo de excelencia y dedicación, por brindarme su apoyo para que siempre tuviera lo que necesitaba para completar este proceso y que nada me faltara.

A mis **amigos**, por siempre darme consejos, por hacer que la experiencia universitaria fuera algo inolvidable y una hermosa experiencia, que me apoyaron en este proyecto y no dudaron en brindarme su ayuda cuando lo necesitaba.

A mis **asesores**, Lourdes Pérez y Axel Flores, por acompañarme en este proyecto, por sus contribuciones y por fortalecerme tanto como profesional como persona mediante las asesorías durante este proceso.

A VOLUSAC, especialmente a **Kevin Carrillo**, quien no solo como asesor, sino también como amigo y persona me apoyo y brindó su ayuda en todo este proceso, por depositar su confianza en mí para poder llevar a cabo este proyecto.

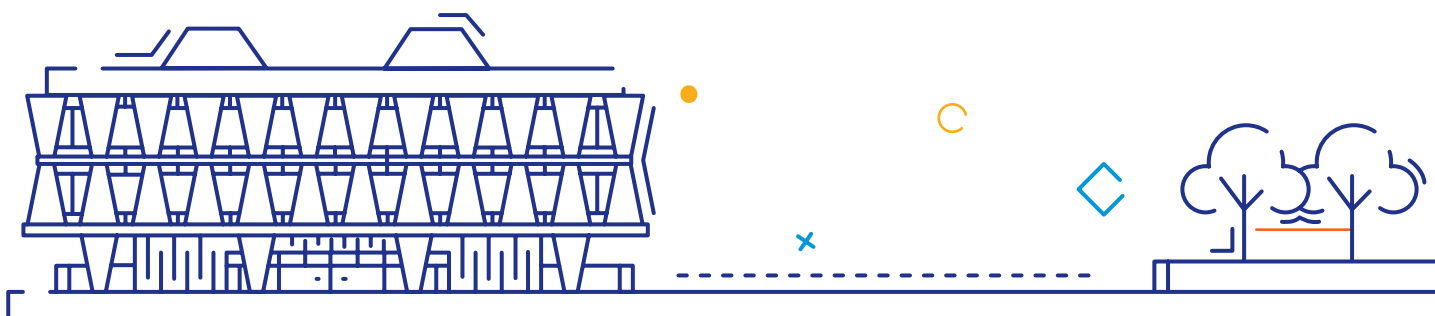
A la **Universidad de San Carlos de Guatemala** y a la sociedad guatemalteca, por permitirme realizar mis estudios y tener la oportunidad de formarme como profesional.



CONTENIDO

PRESENTACIÓN.....	10
01. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 ANTECEDENTES.....	12
1.2 PROBLEMA.....	14
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	16
TRASCENDENCIA.....	16
FACTIBILIDAD.....	17
INCIDENCIA DEL DISEÑO.....	17
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	18
02. PERFILES.....	19
2.1 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN.....	20
MISIÓN.....	20
VISIÓN.....	20
VALORES.....	20
FUNCIONES.....	21
2.2 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO.....	27
03. PLANEACIÓN OPERATIVA.....	29
3.1 FLUJOGRAMA.....	30
3.2 CRONOGRAMA DEL TRABAJO.....	32
3.3 PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS.....	34
04. MARCO TEÓRICO.....	35
4.1 GUATEMALA, UN PAÍS DE VOLUNTARIOS.....	36
4.2 EL DISEÑO COMO EJE PRINCIPAL DE LA IDENTIDAD VISUAL.....	43
05. DEFINICIÓN CREATIVA.....	51
5.1 BRIEF CREATIVO.....	52
5.2 ESTRATEGIA DE LA PIEZAS DE DISEÑO.....	54
5.3 REFERENTES VISUALES.....	55

5.4 INSIGHT.....	56
5.5 CONCEPTO CREATIVO.....	57
5.6 PREMISAS DE DISEÑO.....	58
06. PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	61
6.1 NIVEL DE VISUALIZACIÓN I.....	62
6.2 NIVEL DE VISUALIZACIÓN II.....	66
6.3 NIVEL DE VISUALIZACIÓN III.....	71
6.4 PROPUESTA FINAL.....	74
07. SÍNTESIS DEL PROCESO.....	85
7.1 LECCIONES APRENDIDAS.....	86
7.2 CONCLUSIONES.....	87
7.3 RECOMENDACIONES.....	88
08. REFERENCIAS.....	89
09. ANEXOS.....	93
A) CAMPAÑA NAVIDEÑA.....	94
B) POST PARA FACEBOOK.....	100
C) HERRAMIENTAS DE VALIDACIÓN.....	105
D) PANIFICACIÓN DE DIAGNÓSTICO.....	108
F) ÍNDICE DE FIGURAS.....	109



PRESENTACIÓN

Guatemala presenta un alto índice de pobreza. En este contexto de pobreza, gran parte de la población sobrevive en extrema pobreza. Es de conocimiento general que el poder económico y político del país se concentra en un pequeño grupo social. Ajeno a este grupo de poder económico y político, gran parte de la población, en su mayoría mujeres, diversos grupos étnicos, jóvenes, niños, niñas, adultos mayores, población con capacidades diferentes, el pueblo en general, sufren: corrupción, discriminación, impunidad y violaciones de sus derechos humanos.

A pesar de que la pobreza ha ido en claro descenso en los últimos años y de que los indicadores de calidad de vida en Guatemala mejoran constantemente, los estándares de vida de los guatemaltecos son, por desgracia, todavía muy inferiores a los de la mayoría de países. Así, podemos ver como Guatemala tiene una renta per cápita claramente por debajo de la media mundial y también por debajo de la media de Latinoamérica.¹

Ante esta sombría realidad del pueblo guatemalteco, resaltan aspectos positivos, tales como los programas de voluntariado que surgen con afán de ayudar al país. Dichos programas de voluntariado, con el objetivo de ayudar a la población guatemalteca, han creado diferentes áreas tales como: educación, primeros auxilios, prevención de desastres naturales, salud y otros.

En el caso del Programa de Voluntariado Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala -VOLUSAC-, cabe indicar que la Universidad San Carlos de Guatemala -USAC-, con el objetivo de ayudar a la población por medio de sus estudiantes, docentes y trabajadores, inició al programa VOLUSAC con la intención de aportar conocimientos, realizar talleres y diferentes actividades voluntarias en pro del desarrollo social de Guatemala. Entre los temas que abarca el programa, pueden mencionarse: primeros auxilios, salud, prevención de desastres, desarrollo social, entre otros.

Por otra parte, y con el fin de contribuir con esta iniciativa sancarlista, la ponente del presente proyecto de grado de la Escuela de Diseño Gráfico, Escuela de Arquitectura de la Universidad San Carlos de Guatemala, optó por colaborar con el Programa de Voluntariado Universitario, VOLUSAC, mediante el diseño gráfico de su identidad visual y el de los lineamientos de dicho programa.

¹ Fernández, Daniel. *La trampa de la pobreza en Guatemala*. UFM Market Trends. 13 de agosto de 2018. <https://Trends.Ufm.Edu/Articulo/Trampa-De-PobrezaGuatemala/> Último Acceso: 25 de abril de 2019.



Introducción

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



1.1

ANTECEDENTES

De acuerdo a Declaración del Alto Comisionado de la ONU para los Derechos Humanos, Zeid Ra'ad Al Hussein al concluir su misión a Guatemala, el 19 de noviembre de 2017, en el país, el 83% de la población viven en extrema pobreza. La declaración del Alto Comisionado menciona que Guatemala es un país de contraste en donde una parte de la población vive en un área tecnológica y moderna, sin embargo: "... el 46.5% de las niñas y niños menores de cinco años padece desnutrición crónica, afectando no solo su salud física sino también sus oportunidades de vida; ..." (Declaración, pág.2)²

Es sabido que en Guatemala el poder político y económico se concentra en un reducido grupo de la sociedad, y que la mayoría de la población sufre de discriminación, impunidad, corrupción y violación de sus derechos, por motivos de: género, descendencia o creencias religiosas.

En un blog enfocado a la publicación de reportes de cómo ha avanzado el desarrollo humano en Guatemala, se menciona que 3 millones de personas viven en extrema pobreza (Velázquez, Desarrollo Humano 2017). En el informe se reporta que, en comparación con otros países como Perú, Bolivia, Ecuador, entre otros, Guatemala se encuentra en los puestos más bajos de desarrollo humano con un aumento del 7% de pobreza en el país.

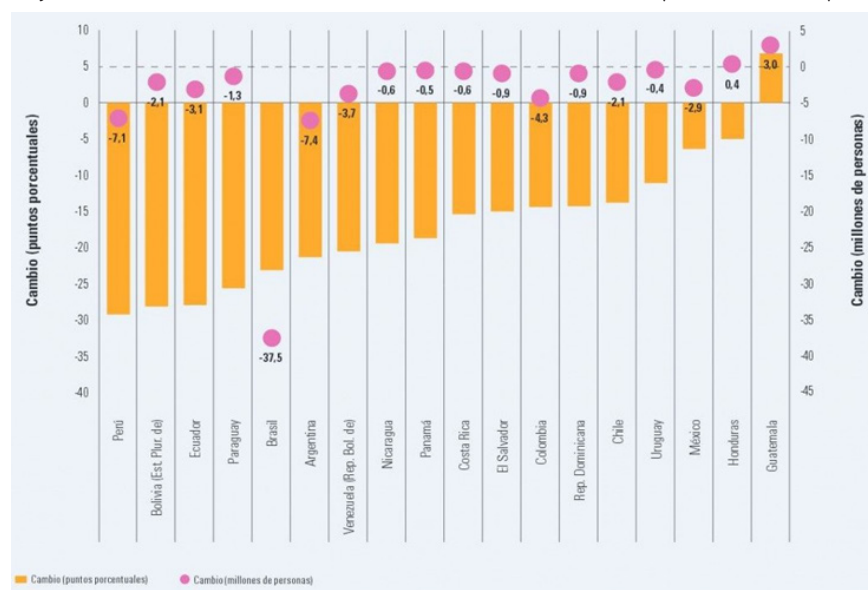


Figura 1: Velázquez, Luis Ernesto. «Cambio en la incidencia de la pobreza por ingresos (menos de 4 dólares por día) (en puntos porcentuales y en millones de personas) en América Latina, 2003-2013.

² ACNUDH. Declaración de Zeid Ra'ad Al Hussein, Alto Comisionado de la ONU para los Derechos Humanos. En Telesur: Noticias Latinoamérica y el Caribe. *ONU: 83% de los guatemaltecos vive en pobreza extrema*. <https://www.telesurtv.net/news/ONU-83--de-los-guatemaltecos-vive-en-pobreza-extrema-20171119-0030.html>, (Último acceso: 04 de 4 de 2018).

Debido a que, en Guatemala la mayor parte de la población sufre de pobreza y extrema pobreza, han surgido fundaciones que crean programas de voluntariado en pro de la población más vulnerable. Instituciones como la Cruz Roja, Zoológico la Aurora, la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED), el Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU), entre otros, implementan programas de voluntariado en los que abordan temas como: educación, desarrollo, primeros auxilios, prevención de desastres y terapias. Todo esto con el objetivo de aportar al país y, sobre todo, de ayudar a aquellas personas en situación de necesidad.

El Programa de Voluntariado Universitario de la Universidad San Carlos de Guatemala, (VOLUSAC), busca atender e incentivar el voluntariado social, con el objetivo de colaborar en situaciones sociales y ambientales que requieran atención y participación de voluntarios, en beneficio de la población guatemalteca que lo requiera.

El voluntariado favorece a gran parte de la población guatemalteca. Debido a que Guatemala es un país en vías de desarrollo, en su mayoría, la población sufre carencias que no son atendidas por parte del gobierno. En vista de lo anterior, la Universidad San Carlos de Guatemala, por medio de sus docentes y estudiantes, buscar alternativas de colaboración para la población desatendida.

Como se indicó anteriormente, el nivel de vida de la mayor parte de la población, es sumamente bajo, lo cual se refleja en: el ingreso per cápita, la salud, la alimentación, la vivienda y la cultura, entre otros aspectos.

De acuerdo a la tesis de Judy de Jesús González (2003), “Las organizaciones voluntarias se han convertido en muchos países en una garantía de bienestar social, protección medioambiental y paz.” (González, 2003). En este sentido, la Universidad San Carlos de Guatemala es la responsable de participar en el estudio y solución de los problemas nacionales, por esta razón y por medio de la Dirección General de Extensión Universitaria se creó el voluntariado universitario, para que profesores y estudiantes brinden su ayuda a las comunidades con las necesidades más urgentes del país.

De acuerdo al artículo de Mario García Lara, publicado en el Periódico del 26 de febrero del 2018, en el cual se refiere a la publicación de la Comisión Económica de América Latina y el Caribe (CEPAL), Panorama Social de América Latina 2017, en dicha publicación, Guatemala se ubica como el segundo país más pobre del continente americano con un 70.5 por ciento de incidencia de pobreza, tan solo por encima de Nicaragua, que presenta un 74.1 por ciento. Cabe señalar que, en el contexto guatemalteco, el departamento de Quiché presenta el mayor porcentaje de pobreza con un 41.80 por ciento.

De acuerdo a las estadísticas del Banco de Guatemala, en toda la república guatemalteca el 59.28 por ciento de la población vive en pobreza total y el 23.36 por ciento en pobreza extrema.

1.2

PROBLEMA

Antecedentes

VOLUSAC

La Dirección General de Extensión Universitaria de la Universidad de San Carlos de Guatemala, fue creada el 13 de junio de 1970 con el objetivo de crear un lazo entre la universidad y la sociedad guatemalteca por medio de sus estudiantes. “Cumple con el objetivo de la integración académica y el desarrollo del arte, la cultura, el deporte y la ciencia hacia los miembros de la comunidad universitaria y la población en general”. (Díaz 2015)

En la Universidad de San Carlos de Guatemala, como parte de la Dirección General de Extensión Universitaria, funciona el Programa Oficial de Voluntariado Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, (VOLUSAC). El programa fue fundado en el año 2000 con motivo del Año Internacional de Voluntariado de las Naciones Unidas. Se convirtió en el primer programa de voluntariado universitario en toda Guatemala y el segundo en Centroamérica.

Desde su creación, el programa VOLUSAC, no contaba con una identidad visual que su grupo objetivo reconociera. En sus inicios utilizó un logotipo; sin embargo, no existía una línea gráfica definida, pertinente y acorde al logotipo. La comunicación con el grupo objetivo se establecía por medio de elementos gráficos sin coherencia visual entre sí, en vista de que nunca se estableció la aplicación de normas gráficas entre dichos elementos.

El reconocimiento de los elementos gráficos del VOLUSAC por parte del grupo objetivo se dificultaba debido a que no existían elementos característicos que pudieran reconocerse como propios del programa, todo lo cual dificultaba la comunicación entre el programa y su audiencia.

Identificación del problema

Con el fin de detectar posibles problemas de visibilidad, se llevó a cabo un diagnóstico de comunicación del VOLUSAC, el cual comprobó que uno de los inconvenientes que atravesaba el programa era la dificultad de comunicación entre el grupo objetivo y la entidad sancarlista de voluntariado. Como se indicó anteriormente, desde su creación, el VOLUSAC no contaba con una identidad visual que lo representara y distinguiera frente a su grupo objetivo.

En este sentido, cabe citar lo que afirma Alberto Rubio en sus tesis, La importancia de la imagen corporativa en el sector turístico: una imagen corporativa, es parte del conjunto de la identidad visual, crea valor a una corporación y sin ella no existe un distintivo que los haga presentes en el mercado. Textualmente, el ponente de la tesis de grado, indica: “La

Imagen Corporativa adquiere una indudable importancia creando valor para la corporación y aportando un activo intangible estratégico para la misma como consecuencia de la madurez de los mercados...” (Rubio: 2016, pág. 14).

Con el fin de detectar posibles problemas de visibilidad de se llevó a cabo un diagnóstico de comunicación del VOLUSAC, el cual comprobó que uno de los inconvenientes que atravesaba el programa era la dificultad de comunicación entre el grupo objetivo y la entidad sancarlista de voluntariado. Como se indicó anteriormente, desde su creación VOLUSAC no ha contado con una identidad visual que los represente y los distinga frente a su grupo objetivo. Como lo afirma Alberto Rubio en sus tesis: La importancia de la imagen corporativa en el sector turístico, una imagen corporativa, es parte del conjunto de la identidad visual, crea valor a una corporación y sin ella no existe un distintivo que los haga presentes en el mercado. Textualmente, el ponente de la tesis de grado, indica: “La Imagen Corporativa adquiere una indudable importancia creando valor para la corporación y aportando un activo intangible estratégico para la misma como consecuencia de la madurez de los mercados” (Rubio: 2016, pág. 14).

Cabe mencionar que el VOLUSAC había tenido logotipos, pero solamente eran representaciones gráficas mediante las que se daba a conocer ante la comunidad estudiantil universitaria. Una identidad visual permite “Ocupará un espacio en la mente de los públicos.” (Capriotti: 2013, pág. 10) es decir, por medio de una identidad visual una organización existe entre la población.

La labor que realiza el VOLUSAC es importante, tanto para la comunidad universitaria, como para la sociedad guatemalteca. Sin embargo, debido a una ausencia visual, el programa de voluntariado no ha logrado posicionarse fuertemente en su grupo objetivo, lo que provoca que muchas personas desconozcan al programa, sus actividades, servicios y los resultados alcanzados. Todo lo anterior dificulta la identificación del programa de voluntariado, porque no existe una línea gráfica representativa que integre sus elementos y aporte la coherencia visual necesaria para lograr la imagen corporativa del programa.

1.3

JUSTIFICACIÓN

TRASCENDENCIA

Actualmente, la confianza del grupo objetivo es importante para empresas, organismos o instituciones. Gracias a los avances tecnológicos; las diferentes vías de comunicación y los variados canales de comunicación que existen hoy en día, las personas tienden a verse bombardeadas con cúmulos de información, en su mayoría, publicitaria.

Por esa razón, era primordial que un programa, tal como el VOLUSAC, reflexionara sobre el tipo de mensaje y la imagen que se deseaba proyectar a su grupo objetivo. A este respecto, Eduardo López y Cristina Pineda indican lo siguiente: “Los logotipos están muy relacionados con la fidelidad y la confianza del consumidor. Cuanto más comuniquen con la fidelidad y la confianza del consumidor. Cuanto más comuniquen con la fidelidad y la confianza del consumidor. Cuanto más rápida será la fidelización de clientes...” (Eduardo López y Cristina Pineda, 2016, pág. 22)

Diseñar un logotipo no es tarea sencilla, es uno de los elementos comunicativos principales de las empresas ya que es su carta de presentación. Es por ello importante tener en cuenta las ventajas que puede ofrecer un logo bien diseñado a una marca en concreto: Establece un reconocimiento inmediato de la compañía, expresa el carácter o la actitud de la empresa, hace llegar al público un sentido de familiaridad y confianza y se convierte en su garantía, así como en la de sus productos y servicios. (Eduardo López Guimera, Cristina Pineda Diégez 2016)³

Como López y Pineda lo mencionan, a corto plazo el diseño de identidad visual para el programa de voluntariado de VOLUSAC, se convertirá en esa carta de presentación que logrará comenzar con un reconocimiento inmediato frente a su grupo objetivo, que se irá fortaleciendo para que, con el tiempo, pueda forjarse una imagen de confianza, que su grupo objetivo esté relacionado, que pueda conectar y que haga que la comunicación entre ambas partes sea de manera fácil y eficiente.

A largo plazo, el logo, como parte de la identidad visual del programa, permitirá que más personas fuera del rango de su grupo objetivo, o bien, otras instituciones que lleven a cabo labores similares o tengan interés por colaborar con la labor del VOLUSAC, identifiquen al programa. Esto también facilitará alianzas estratégicas con otras instituciones que deseen apoyar al programa.

³ López G., Eduardo y Cristina Pineda Diégez. *Logos, identidad, brand: Reflexiones del diseño gráfico en la actualidad*. En ISSUU, publicado por Rosalyth Rodríguez el 13 de enero de 2016. Último acceso: 05 de abril de 2019, <https://issuu.com/rosalythr/docs/libro-diseno-logotipo-logo-brand-id>.

En conclusión, gracias al diseño de la identidad visual del VOLUSAC se pretende fortalecer su presencia y posicionamiento frente a su grupo objetivo. Lograr que las personas confíen en el programa de voluntariado; que se reconozca de manera inmediata ante su grupo objetivo y que logre empatizar con éste. Además, facilitar la comunicación con su audiencia, generar alianzas con instituciones que deseen aportar al programa, y sobre todo, lo más importante: genere el interés de su grupo objetivo.

FACTIBILIDAD

Se observó que las condiciones eran viables para llevar a cabo el diseño de la identidad visual del programa VOLUSAC y sus lineamientos, gracias al tipo de institución de que se trata, su fácil accesibilidad, en vista de que se ubica en el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Además, el programa ofreció accesibilidad a recursos técnicos, disponibilidad de información institucional, y en los casos en que fue necesaria más información, los miembros de la organización se encontraron anuentes a brindar lo que se requería de manera inmediata. La verificación de factibilidad del proyecto y sus avances fueron realizados con toda celeridad, en vista de que el programa de voluntariado mantiene una comunicación fluida con su grupo objetivo, lo que hizo que la validación y la obtención de información del grupo fuera ágil.

El Programa de Voluntariado Universitario de la USAC (VOLUSAC) fue consciente de su necesidad de diseño para lograr una identidad visual, por lo que en todo momento estuvieron dispuestos a trabajar y colaborar con la sustentante del presente proyecto de grado, en el sentido de brindar la información necesaria para realizar el trabajo que les ayudará a solidificar su presencia ante el grupo objetivo.

La propuesta de diseño se realizó gracias al trabajo conjunto realizado con los miembros del programa del voluntariado, quienes como se indicó anteriormente, brindando la información necesaria y el apoyo que se requirió para llevarlo a cabo.

INCIDENCIA DEL DISEÑO

El diseño gráfico aporta nuevas ideas y propuestas sobre Identidad Visual, no solo en pro de la estética, sino también, en cuanto a la importancia de que el grupo objetivo se identifique y se sienta conectado, en el presente caso, con la labor del VOLUSAC. Es fundamental que se genere la empatía necesaria entre el programa, y los docentes y estudiantes universitario, para lograr su participación en las actividades de voluntariado.

El diseño de la identidad visual incidirá facilitando la comunicación entre la institución y su grupo objetivo, podrá conectarlos emocionalmente. Es importante que el logotipo logre comunicar el propósito de una empresa y a la vez conecte y forme un vínculo con el grupo objetivo. “Una revisión de la literatura relacional nos permite resaltar la importancia de la confianza como variable clave en cualquier relación.” (San Martín, 2006, pág. 203)

El diseño del logotipo y la identidad visual de VOLUSAC podrá reflejar, tanto la personalidad del programa de voluntariado, como su misión, visión y los valores, de manera que empatizar con su grupo objetivo se logre de manera inmediata.

1.4

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Contribuir con el Programa Oficial de Voluntariado Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, (VOLUSAC) por medio de la gestión y producción gráfica, para su posicionamiento como organización líder en la promoción y articulación de proyectos de voluntariado para el desarrollo social dentro y fuera de la USAC.

DE COMUNICACIÓN

Facilitar la comunicación entre VOLUSAC y su grupo objetivo, por medio del diseño de identidad visual, de manera que pueda generar empatía (conectar) con su grupo objetivo para generar confianza e incidir en el incremento de participantes dentro de sus actividades de voluntariado, así como también, facilitar la comunicación con entidades que busquen apoyar y generar alianzas con el programa de voluntariado.

DE DISEÑO GRÁFICO

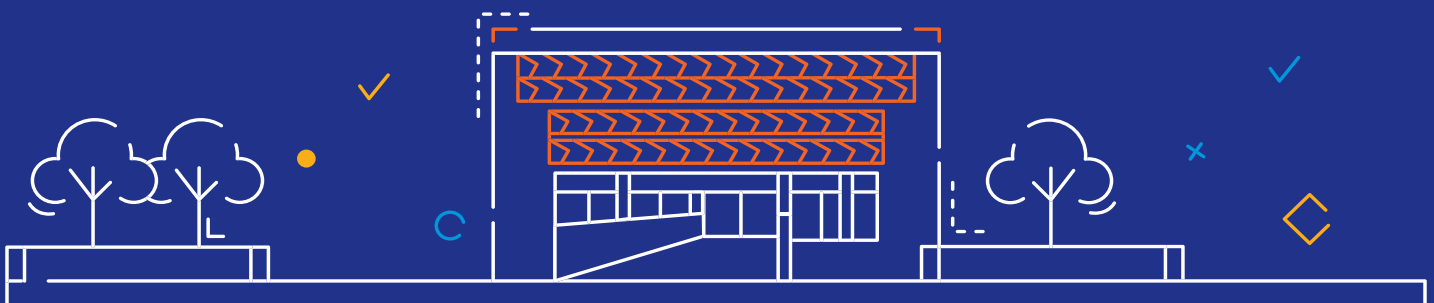
Diseñar la Identidad Visual del programa de voluntariado VOLUSAC aplicando normas gráficas para su uso en proyectos digitales e impresos con el objetivo de fortalecer la imagen del programa en su contexto.



Perfiles

2.1 Perfil de la institución

2.2 Perfil del grupo Objetivo



2.1

PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

“Somos la dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de la proyección social voluntaria y ente rector de las políticas de voluntariado en la USAC. Facilitamos el desarrollo de las comunidades y grupos vulnerables a través de los conocimientos, técnicos y científicos del voluntariado mediante la ejecución de proyectos de desarrollo social impulsados desde las comunidades.” (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Misión

Incrementar la incidencia del voluntariado en la Universidad de San Carlos y la sociedad guatemalteca, para impulsar el desarrollo de las comunidades fortaleciendo los procesos de desarrollo local a través de la aplicación de conocimientos técnicos y científicos de los voluntarios. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Visión

Facilita la gestión de programas, proyectos formación e incidencia para el desarrollo de capacidades del voluntariado, posicionándose como la organización líder en la promoción y articulación de proyectos de voluntariado para el desarrollo social dentro y fuera de la USAC. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Valores

1. Respeto
2. Trabajo en equipo
3. Solidaridad
4. Compromiso

Objetivos Generales

1. Creación de una Política de Voluntariado Universitario favoreciendo el modelo de voluntariado para el desarrollo social y la inclusión del tema de voluntariado en la curricula académica.
2. Promover la participación de estudiantes, personal docente, administrativo y de servicios en el voluntariado así como la descentralización de la unidad, el fortalecimiento de los Programas Regionales de Voluntariado.

3. Coadyuvar a la vinculación de la colectividad de voluntarios con los consejos de desarrollo local mediante la planificación participativa de la ejecución de los proyectos de voluntariado universitario en las comunidades seleccionadas.

Siendo VOLUSAC:

“Una dependencia universitaria con el objetivo de poder brindar ayuda social al país, esta dependencia consta de 4 líneas de proyecto generales que se dividen en 6 ejes temáticos que constan con líneas estratégicas diferentes.” (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

FUNCIONES

VOLUSAC maneja 4 líneas principales de trabajo a desarrollar que están divididas en 6 ejes principales, por medio de estas líneas de trabajo están ordenados los proyectos a realizar en su respectivo eje temático.

El programa de voluntariado universitario de la USAC -VOLUSAC- con motivo de poder cubrir la mayor parte de las necesidades que tiene la población guatemalteca, en especial la población en situación de extrema pobreza, crea seis ejes enfocados en problemáticas sociales.

Los seis ejes son:

1. Gestión de Riesgos y Desastres
2. Cambio Climático y Gestiones Ambientales (CCAA)
3. Salud Integral y Calidad de Vida
4. Compromiso Social Lúdico y Recreativo
5. Innovación para el Desarrollo Social y Disruptiva
6. Participación Ciudadana

En Guatemala se vive una situación de subdesarrollo el cual se ve reflejado en situaciones de marginación, inequidad, corrupción y alta conflictividad social, situaciones las cuales el voluntariado busca ayudar para brindar su ayuda y así poder superarlas.

El voluntariado universitario tiene como objetivo ayudar a la población guatemalteca favoreciendo sobre todo a aquella parte de la población que sufre de pobreza. Para poder ayudar a la población y de facilitar el voluntariado para los estudiantes universitarios se crean programas de voluntariados de los cuales los estudiantes pueden determinar el tipo de voluntariado que quieren realizar. Dentro de los programas de voluntariados de VOLUSAC existen 4 tipos de voluntariados:

Modalidad 1: Suscrito a Red:

El voluntario suscrito al a Red de Voluntariado de USAC tendrá el perfil de un voluntario permanente donde su perfil este registrado y pueda proveer de sus servicios, considerando que este estará formado y capacitado para el desarrollo de actividades específicas bajo las competencias que sean desarrolladas en el modelo de educación de VOLUSAC. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Modalidad 2: Voluntariado Esporádico:

El voluntariado Esporádico será aquel que por motivos de interés, participa en actividades dentro de su unidad académica u otro evento al cual tenga interés, este tipo de voluntario decidirá o no si quiere pertenecer a la base de datos para las siguientes convocatorias, además de eso, considerar su participación para voluntariados de acción social, ambiental u otra que no necesite una formación directa o un perfil idóneo para el mismo. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Modalidad 3: Voluntariado por Becas:

En el entendido que la beca que reciben al año los estudiantes por parte de la Universidad de San Carlos no es reembolsable, se plantea la devolución a la sociedad a través del cumplimiento de una cantidad de horas de voluntariado que sirvan como servicio social o comunitario dentro de sus áreas, atendiendo a las poblaciones más vulnerables, sin embargo al no tener una figura que oriente esfuerzos VOLUSAC tendrá como objetivo que sus horas de voluntariado sean específicas, trabajando en temas de voluntariado institucional. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Modalidad 4: Voluntariado por ayuda económica:

Los estudiantes que soliciten Ayudas económicas para gastos de viajes y representación deberán bajo el apoyo institucional que se les brinda cumplir con una cantidad de horas de voluntariado para que el apoyo económico brindado tenga además de un fin académico un fin social al llevar a cabo actividades que sean en atención a las comunidades más vulnerables. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

El programa de voluntariado universitario partiendo de la distribución de sus 6 ejes atiende a diversas problemáticas que se presentan en la sociedad guatemalteca las cuales son:

Gestión de Riesgo y Desastres

Se crea un eje el cual responda, a través del voluntariado, a las necesidades específicas sobre la prevención desastres naturales, la mitigación de la vulnerabilidad y la amenaza tanto antrópica como natural, a su vez la formación de líderes con capacidades de atención a situaciones de crisis, que fungirán como piezas fundamentales en el desarrollo de comunidades más seguras dando respuesta inmediata. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Cambio Climático y Acciones Ambientales

Este eje que se compone de acciones a través de la educación, la gestión y el acompañamiento a diferentes procesos los cuales se suman a las acciones globales por el cambio climático, acciones que a su vez se planteen con sentido de pertinencia ante las practicas ancestrales y que estas puedan considerarse en un plan estratégico para la conservación y preservación del medio ambiente valorando el desempeño profesional de los estudiantes logrando altas capacidades empáticas con el contexto urbano y ambiental. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Salud Integral y Calidad de Vida

Es un eje estratégico dentro del voluntariado que abajo la promoción de la salud y el mejoramiento de la calidad de vida puedan fortalecer el conjunto de factores biológicos, emocionales y espirituales contribuyendo así al desarrollo integral de la población. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Compromiso Social, Lúdico y Recreativo

La universidad bajo el compromiso social de aportar a la mejora de las condiciones sociales del país y ante la falta de atención a la niñez, a la adultez (adulto mayor), la falta de espacio público en áreas de recreación y carencias de atención a la diversidad cultural, étnica y sexual se plantea la necesidad de aportar desde el trabajo y la participación voluntaria temáticas que busquen generar contenido de expresión artística, deporte inclusivo y competitivo con valores, recreación en áreas vulnerables las cuales no tienen acceso a espacio público, planes de revitalización e intervención urbana para la reconstrucción del tejido social y la recuperación del espacio público y apertura de espacios interculturales para el dialogo y la prevención de violencia. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Innovación para el Desarrollo Social y Disruptiva

Se toma como base la propuesta de innovación para el desarrollo social como un eje específico que tome acciones sobre participación e intervención en los procesos constructivos, implementación de nuevas tecnologías, actualización de los procesos y experiencias comunitarias, tradicionales y creación de espacios de interacción social donde las comunidades en conjunto con jóvenes profesionales y estudiantes dialoguen e intervengan en los cambios estructurales, se implementaran a través del seno académico todas las acciones concretas referentes al fortalecimiento social para el desarrollo económico, cultural, creativo y social. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Participación Ciudadana

Se busca desarrollar un voluntariado con pertenencia cultural, vinculada a las carreras o profesiones afines y pueda contar con un respaldo en donde los voluntarios puedan adquirir experiencia en el ámbito social, político y cultural para la inserción de profesionales altamente competentes con conciencia social. (VOLUSAC, Presentación Institucional 2019)

Organigrama

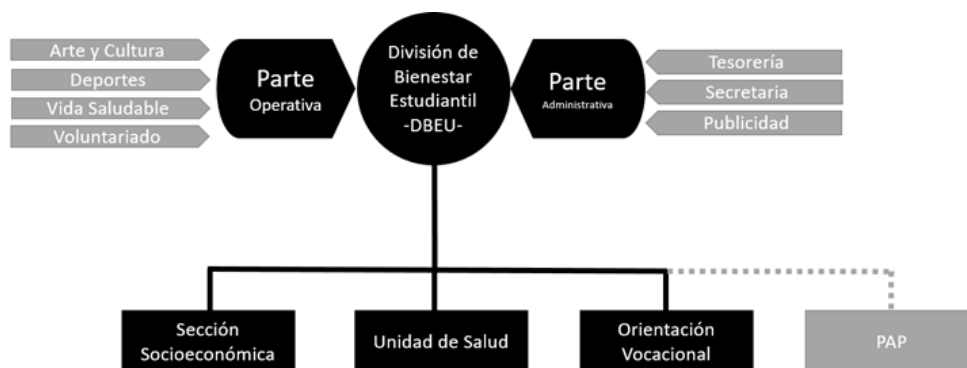


Figura 2: Organigrama de Bienestar Estudiantil.

Antecedentes gráficos

Como se observa en las muestras de recursos gráficos que utiliza el VOLUSAC, no existe un discurso gráfico constante que sea identificable por su grupo objetivo. Es notoria la aplicación del logotipo celeste con el mapa de Guatemala como un recurso gráfico y de identificación institucional; sin embargo, este no cuenta con lineamientos que definan una estructura visual.

En el discurso visual se observa que no existe normativa gráfica definida para la realización de recursos gráficos. Tampoco existe código cromatológico y tipográfico definido. Se evidencian variantes en cuanto a estilos de representaciones gráficas como fotografías y dentro de los vectores podemos observar aún más variedad como ilustración flat con relleno, ilustración flat con contornos e ilustración infantil, más elaborada y simulando más volumen.

Estrategias de comunicación

Actualmente, los únicos medios de comunicación con los que cuenta el programa de voluntariado son las redes sociales; sin embargo, como se indicó anteriormente, no existe una normativa gráfica que defina la aplicación de recursos visuales a los elementos de VOLUSAC. En vista de que no cuenta con otros medios de comunicación, la información de contacto, se obtiene por medio de formularios compartidos en redes sociales.

Por estas vías se logra el contacto con participantes del voluntariado, además, por medio de WhatsApp, en donde se establece y mantiene la comunicación y el constante flujo de recursos gráficos.



Figura 3: Logotipo anterior



Figura 4: Logotipo actual de VOLUSAC



Figura 5: Publicaciones para medios digitales.



Figura 6: Publicaciones para medios digitales.



Figura 7: Publicaciones para medios digitales.



Figura 8: Publicaciones para medios digitales.

2.2

PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Primario: Posibles Participantes

Ubicación Geográfica

El grupo objetivo se encuentra dentro de las instalaciones de la Universidad de San Carlos de Guatemala, del área metropolitana del país. Específicamente en la ciudad universitaria zona 12 y Centro Universitario Metropolitano.

Características Demográficas

Dentro del grupo objetivo se incluyen, desde estudiantes de la USAC de primer semestre, hasta participantes. En relación a su estado de inscripción, puede indicarse que el grupo objetivo directo lo constituyen todos aquellos estudiantes inscritos como reingreso y, dentro de este grupo, el 53% son mujeres y el 47% hombres.⁴

Características Sociodemográficas

Ese conjunto se integra de estudiantes de las siguientes edades: 17 a 70 años. Sin embargo, en su mayor parte, el rango de edad corresponde de los 17 a 25 años. En cuanto a nivel educativo, la mayoría son bachilleres y perito contadores. Entre las etnias encontradas se mencionan: mayas 6.32%, xincas 0.05%, garifunas 0.04%, ladinos 45.86%, mestizos 6.22% y estudiantes que prefirieron no responder esta pregunta: 41.49%.⁵

Características Socioeconómicas

En su mayoría son personas dependientes de sus padres y que viven aún con ellos. Algunos perciben ingresos propios, pero continúan viviendo con sus padres. Otra parte renta vivienda y una pequeña minoría tiene casa propia.

Características Psicográficas

En su mayoría son generaciones de *millennials*⁶ o *generaciones Z*⁷. Generaciones que trabajan en pro de su país y su pueblo. Buscan ser generadores de trabajo emprendiendo sus propios negocios, con preocupaciones animalistas, medioambientalistas y políticos. Para todo tienen

⁴ USAC. Departamento de Registro y Estadística. *Información Estadística*. Último acceso: 05 de enero de 2018, <https://registro.usac.edu.gt/index.php?estad=1>

⁵ Ibidem.

⁶ OIJ. «Millennials.» Madrid, 2017. Último acceso: 08 de Julio de 2019, <https://oij.org/tag/millennials/>

⁷ Cerezo, Pepe. «La Generación Z y la información.» En: Revista de Estudios de Juventud, diciembre 16, N.º 114. Último acceso: 08 de Julio de 20xx, http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7_la_generacion_z_y_la_informacion.pdf

su propio punto de vista y les gusta compartirlo en especial por medio de redes sociales. Sienten un gran apego familiar y no está mal visto aún vivir con los padres si se es soltero pero eso no quiere decir que no deba trabajar.

Características Psicográficas

Poseen un gran sentido de la responsabilidad, sobre todo, en cuanto a mejorar las condiciones del lugar donde actualmente viven, pensando en dejar un mejor lugar para generaciones futuras. Son conscientes del daño que la humanidad le hace al planeta y quieren hacer todo lo posible por arreglar esta situación. Exponen nuevas formas de pensamiento, en desacuerdo con generaciones anteriores en temáticas de inclusión social, política, educación, entre otras.

Secundario: Personal Interno

Como grupo objetivo, se considera a los miembros internos del programa de voluntariado de VOLUSAC, debido a que:

“La imagen corporativa de una organización se constituye en un lenguaje, un idioma con el cual una empresa se comunica con sus clientes y el público en general, estos códigos están estructurados y obviamente son mucho más que un logotipo, son imágenes, son mensajes, signos, son una forma de estar en el mercado que hace a esa compañía única, inconfundible y diferenciada de sus pares.

Este lenguaje corporativo con el tiempo evoca, percepciones y experiencias que fijan y adhieren este concepto a la cotidianidad y vida de la gente que trabaja para esa empresa como para sus clientes.” (Latinoamérica 2010)⁸

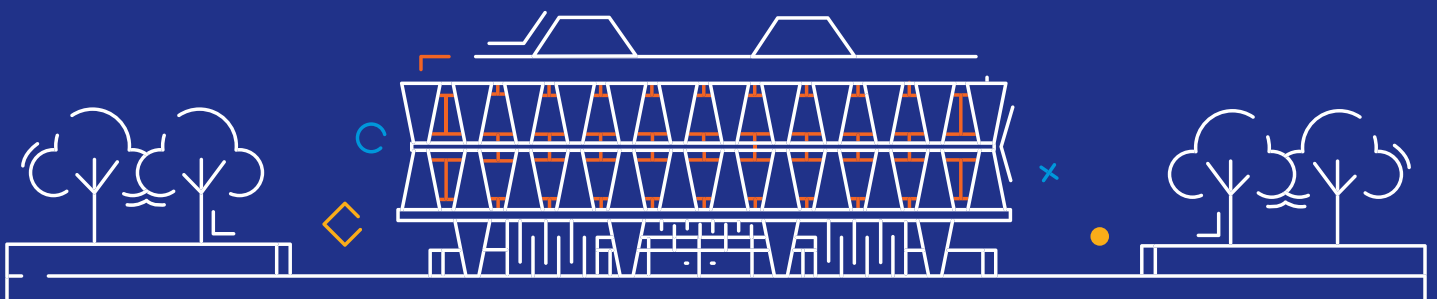
La esencia de una empresa se basa en la cotidianidad y en la vida de las personas que trabajan en la misma. Como se menciona en el texto de la Red Gráfica Latinoamérica, la base de una empresa la constituyen sus trabajadores, por lo tanto, la imagen que representa a una empresa o entidad, debe representar a cada uno de sus colaboradores. Ellos, al igual que el grupo objetivo, fueron una parte fundamental a considerar al momento de desarrollar la identidad visual del VOLUSAC, en vista de que esa identidad será el reflejo de cada uno de ellos como miembros del programa.

⁸ Red Gráfica Latinoamérica. La Imagen Corporativa y su utilidad. 1 de febrero de 2010. Último acceso: 15 de mayo de 2019, <https://redgrafica.com/la-imagen-corporativa-y-su137/>



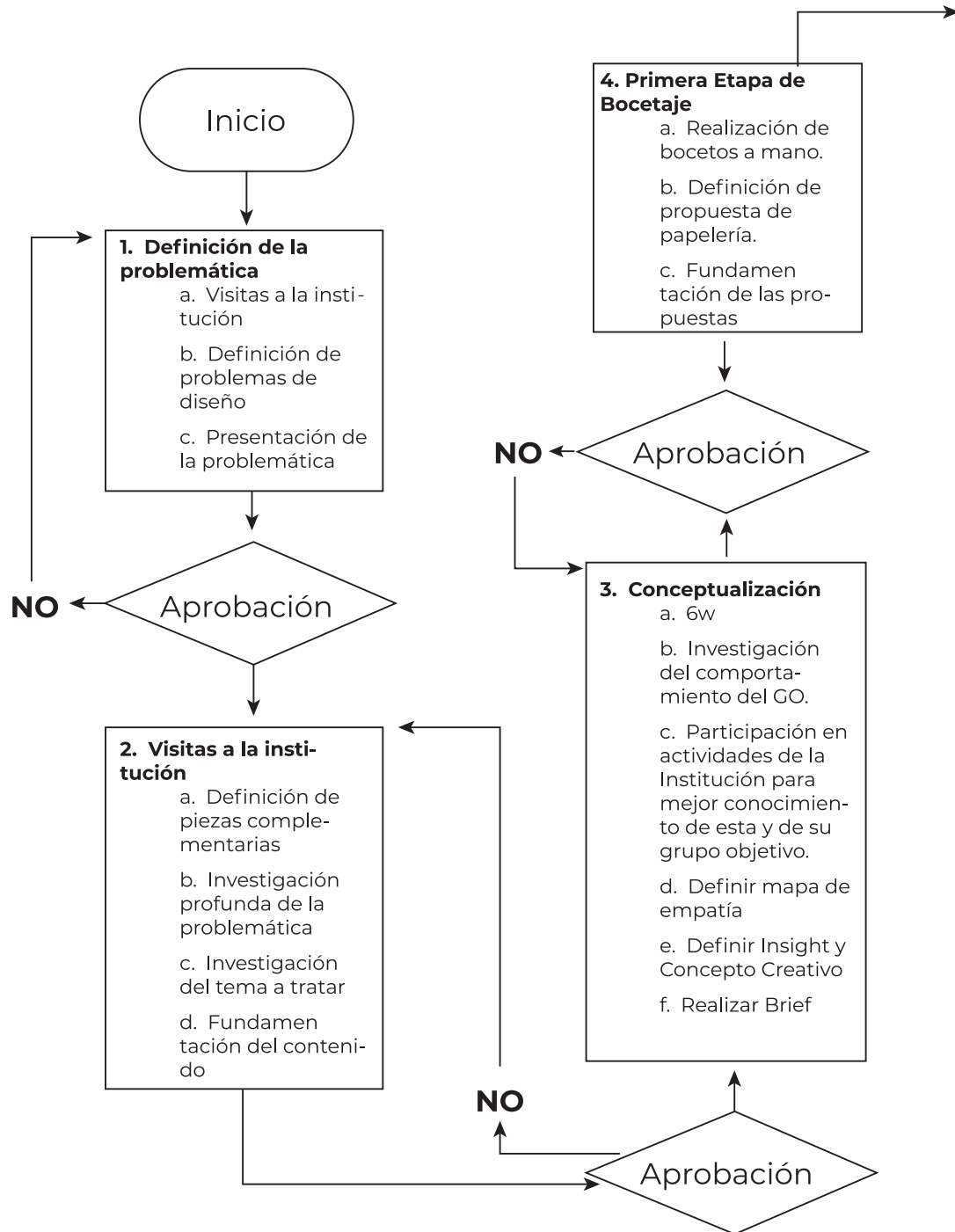
Planeación operativa

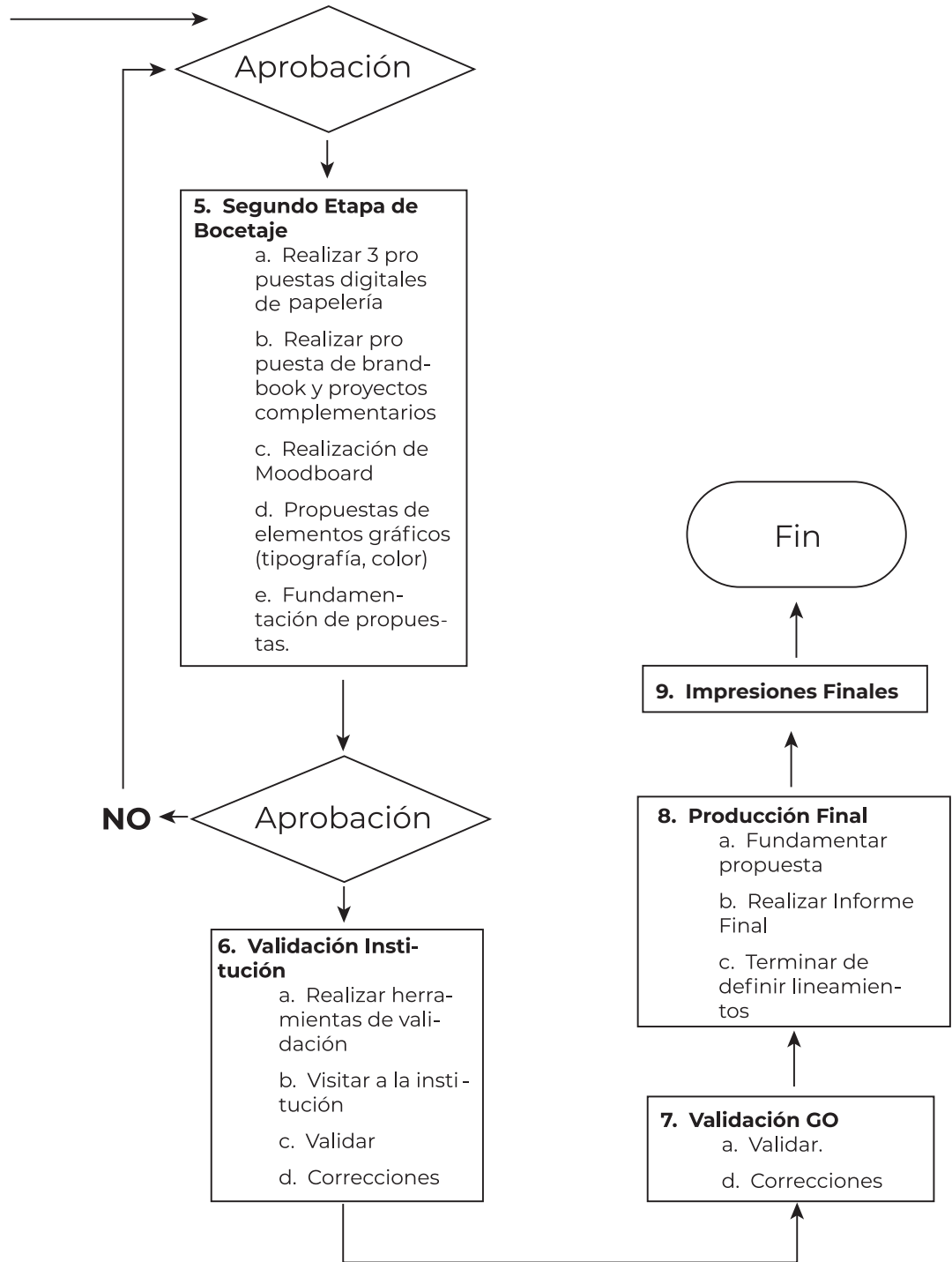
- 3.1 Flujograma
- 3.2 Cronograma
- 3.3 Previsión de recursos y costos



3.1

FLUJOGRAMA





3.2

CRONOGRAMA DEL TRABAJO

AGOSTO	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Correcciones de Protocolo	■				
Entrega Marco Teórico		■			
Realización de Brief	■				
Investigación: GO y casos análogos	■	■	■	■	
Moodboard: Criterios de Diseño		■	■	■	
Conceptualización			■	■	
1er Nivel de Bocetaje					■

Septiembre	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
1er Nivel de bocetaje	■	■	■		
Diseño de papelería			■	■	■
Entrega 1er. Nivel de bocetaje		■			
2do. Nivel de bocetaje		■	■		
Validación con expertos				■	
Bocetaje Campaña Navideña				■	■
Campaña de Navidad piezas finales					■

Octubre	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
3er. Nivel de bocetaje					
Diseño de papelería					
1era diagramación informe final					
Bocetaje para post de facebook					
Validación con GO					
Post de facebook piezas finales					
Finalización EPS					

Noviembre	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Producción de piezas finales					
Entrega final marco teórico					
Revisión de artes finales					
Presentación final ante sedes					
Cierre EPS					

3.3

PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

Recursos:	Costos
Claudia Gabriela Chacón Avila (Epesista)	Sin costo
Computadora (Depreciación 33.33%)	Q2,240.00
USB	Q85.00
Impresiones	Q2,000.00
Cuota Internet (Q180*4 meses)	Q720.00
Electricidad (Q380 * 4 meses)	Q1,520.00
Pasajes (Q80 mensuales * 4 meses)	Q320.00
SUBTOTAL	Q6,885.00

Desarrollo de la Identidad Visual	Costos
Diseño de Identidad (Investigación y desarrollo, aplicaciones y manual)	Q31,027.17
Papelería (Tarjetas, hojas membretadas, sobre, gafetes)	Q6,184.20
Iconografía (Para los seis ejes que maneja VOLUSAC)	Q3,621.40
Carpeta	Q522.75
Brochure	Q1,148.56
Playeras (Uniforme para voluntarios)	Q764.50
Chaleco (Uniforme para los administrativos)	Q764.50
Botones (7 Unidades)	Q678.60
SUBTOTAL	Q44,711.68

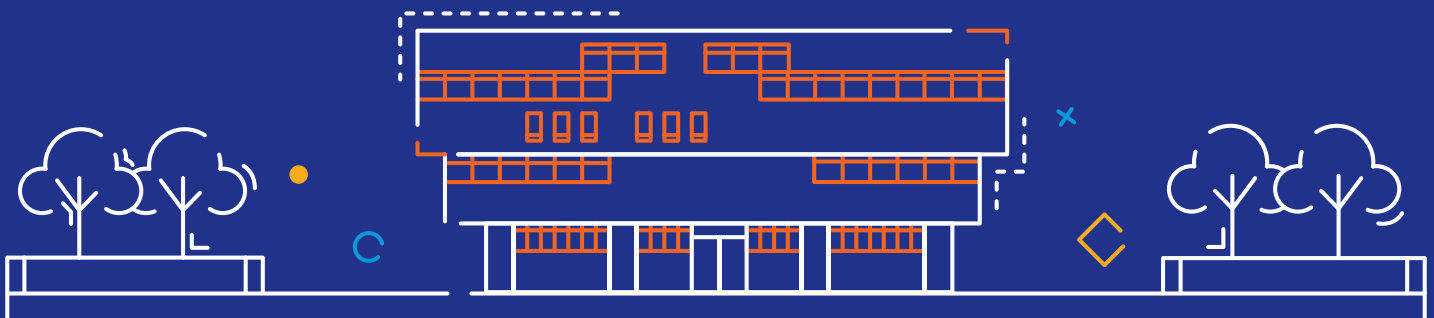
TOTAL**Q51,596.68**



Marco Teórico

4.1 Guatemala, país de voluntarios.

4.2 El diseño como eje principal de la identidad visual.



4.1

GUATEMALA, UN PAÍS DE VOLUNTARIOS

El objetivo de este capítulo es contextualizar la historia del voluntariado en Guatemala y su importancia para el desarrollo humano del país. Además, se informa acerca de la entidad VOLUSAC, su labor y campo de acción en el territorio guatemalteco. Guatemala, a pesar de contar con gran cantidad de exportaciones y riquezas naturales, presenta profundas desigualdades, lo que se evidencia en que la mayor parte de su población vive en pobreza o pobreza extrema.

Gran parte de la población guatemalteca sobrevive en condiciones que no son dignas de un ser humano. El desempleo impide que los ciudadanos cuenten con trabajos dignos que les permitan disponer de los recursos necesarios para cubrir sus necesidades básicas: techo, alimentos y salud, entre otros. A este cúmulo de limitaciones, se suma el no poder acceder al sistema educativo, lo que convierte a la pobreza en un círculo vicioso, porque la población no cuenta con las herramientas para formarse, o capacitarse, y de esta manera, trabajar dignamente y elevar su calidad de vida.

En cuanto a iniciativas de voluntariado se refiere, la historia del país cuenta con valiosos ejemplos, puesto que ciudadanos guatemaltecos, o extranjeros, han tomado acciones para resolver problemas específicos de la población por medio del voluntariado. Un ejemplo claro de voluntariado es el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Guatemala que, gracias al embajador de Chile en Guatemala, licenciado Rodrigo González Allendes, el 16 de agosto de 1951, "...sentó las bases de una Organización que a más de cincuenta años de su inicio aún se

mantiene firme en defensa y para la protección de la comunidad y de sus bienes." Tiempo después, más de 125 personas formaban parte de esta iniciativa. Después de este hito, otras instituciones comenzaron sus propias iniciativas de voluntariado, lo que ha ayudado a miles de comunidades vulnerables a lograr estabilidad.

El desarrollo social y económico de la población es muy importante para el crecimiento de un país; sin embargo, cuando ese desarrollo se ve estancado debido a la pobreza, el progreso del país y sus futuras generaciones se ve obstaculizado, y las condiciones de vida de la población se deterioran paulatinamente.

El voluntariado, como parte del desarrollo social, constituye un gran aporte para el crecimiento humano, más importante aún, es que su aporte es recíproco ya que es una actividad en la que se enseña y aprende mutuamente.

El programa VOLUSAC, dependencia de la USAC, como parte de sus objetivos se propone apoyar a las comunidades vulnerables e impulsar su desarrollo. Por esta razón funcionan seis ejes de trabajo que buscan ayudar en diferentes áreas temáticas, de manera que, junto a sus voluntarios, se mejore la calidad de vida de las comunidades, se impacte positivamente a la sociedad y se mejoren áreas específicas, o situaciones que afectan al país.

En el programa VOLUSAC funcionan diversas líneas y ejes de trabajo voluntario por medio de los cuales es posible ayudar a Guatemala a superar determinadas problemáticas. Sin embargo, existe dificultad en cuanto a que no se conoce la información de las líneas y ejes de trabajo del

programa. El desconocimiento de esta información constituye un obstáculo para la generación de aportes importantes en cuestión de voluntariado a la sociedad guatemalteca. Por lo anterior, es esencial dar a conocer las actividades de voluntariado que se llevan a cabo en el país, y en el presente caso, los objetivos, funciones y actividades realizadas por el VOLUSAC.

Historia del voluntariado en Guatemala

Guatemala es un país del tercer mundo, en vías de desarrollo y, sobre todo, un país contaminado gracias a la corrupción de sus sistemas gubernamentales. Es de conocimiento general en la sociedad guatemalteca que el poder económico únicamente se encuentra concentrado en pequeños grupos de población, mientras que existe una gran mayoría que vive en situación de pobreza o pobreza extrema.

Acausadelosprofundosnivelesdepobreza queexistenenGuatemala,milesdepersonas



Figura 9: Bomberos voluntarios de Guatemala en su primera motobomba.

sufren de desnutrición, deplorable calidad de vida, no cuentan con vivienda, alimentos, ropa o trabajo con el que puedan salir adelante. Históricamente, las políticas económicas y sociales de los distintos gobiernos de Guatemala no han logrado resolver las necesidades de la población. Es por esta razón que, instituciones en pro de los sectores más vulnerable de la sociedad comenzaron a crear programas de voluntariado para ayudar al desarrollo de los mismos.

Uno de los primeros grupos de voluntariado que existe en Guatemala son los Bomberos Voluntarios creados en abril de 1944, obsequio de parte del Club Rotario de Guatemala, el cual fue la primera unidad para combatir incendios.⁹

Luego, gracias al embajador de Chile, el licenciado Rodrigo Gonzáles Allendes, sentó las bases de la organización que se dedicaría a la defensa y protección de la comunidad Cuerpo Voluntario de Bomberos de Guatemala. (Gabriela 2017)

El licenciado González Allendes tuvo la idea de reunir en la embajada a representantes destacados de diferentes instituciones que se dedicaran a aportar al servicio social, entre ellos, la iniciativa privada y medios de comunicación, dicha convocatoria era para exhortarlos a crear un cuerpo voluntario de bomberos que mediante la capacitación técnica, estuvieran preparados para que pudieran realizar su trabajo bajo una base efectiva para la seguridad de la sociedad. Gracias a esto más de 125 ciudadanos (Gabriela 2017) de diferentes profesiones formaban parte de alrededor de 30 comisiones para realizar las tareas necesarias y así darle vida a la idea de González Allende.

⁹ <<Sobre Nosotros>> Bomberos Voluntarios de Guatemala, acceso 20 de octubre de 2020 <http://bomberosvoluntarios.org.gt/>

Otras instituciones gubernamentales también brindan su ayuda a través de la formación y capacitación de voluntarios dispuestos a brindar su aporte a la sociedad. La CONRED es un ejemplo claro ya que esta, por medio de capacitaciones sobre Gestión de Reducción de Riesgos y Desastres, prepara a sus voluntarios para que, en caso de emergencias, sepan guiar a las personas, cuidar de la vida de los demás y su propia vida y bienestar. (CONRED 2019)

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- en Guatemala, es otro ejemplo de cultura de voluntariado que existe en Guatemala. El PNUD gracias a la ayuda que brinda capacitando a sus voluntarios para apoyar a las personas afectadas por desastres naturales, fue de gran ayuda en un acontecimiento reciente en el cual una comunidad se vio afectada por la erupción del volcán de Fuego, (PNUD 2018) y en este acontecimiento la ayuda de voluntarios fue relevante ya que nuevamente, gracias a la corrupción, las personas no recibían la ayuda debida y los voluntarios que se encontraban en el lugar daban su testimonio informando a las personas dispuestas a ayudar lo que debían hacer y demostrando que verdaderamente querían ayudar.

La importancia del Voluntariado en el Desarrollo Humano



Figura 10: Experiencia de voluntariado en Nepal.

El voluntariado es una actividad que puede traer muchos beneficios para la persona que lo practica, aparte de tener un gran impacto en la sociedad también puede tener un gran impacto en la vida del voluntario. “El voluntariado es bueno para la mente y el cuerpo.

Puede proporcionarle un incremento de la confianza en sí mismo, autoestima y satisfacción personal.” (Mantilla 2013)

El realizar voluntariado no solo ayuda a las personas a disfrutar de momentos agradables, divertido y de solidaridad, sino que también, contribuye a liberar el estrés y a escapar de la cotidianidad del día a día.

La satisfacción y el impacto que se tiene al momento de visualizar que la labor se realiza es de ayuda para alguien más, puede cambiar la vida de muchas personas, el voluntariado a pesar de no ser remunerado puede traer varios beneficios como lo son conocer más personas alrededor del mundo y generar contactos importantes, o bien hacer que el currículo de una persona tenga mayor peso en el futuro.

Aporta fortaleciendo la transformación social, la salud en la comunidad mejora, se crea un pensamiento de inclusión y solidaridad, los índices de violencia se reducen, en caso de que una persona haya cometido un delito o infracción, la experiencia del voluntariado puede tener un efecto positivo en él. La exclusión social se reduce gracias a que el los grupos de voluntariado se juntan diferentes personas de diversas culturas, razas y religiones (Scouts 2013), dando lugar a que las personas se conozcan y se lleven bien entre sí, ya que todas tienen un mismo fin en común.

También ayuda a entidades no lucrativas a crecer brindando su ayuda, de esta manera las entidades seguir realizando su labor y ayudar a la sociedad. Los voluntarios también pueden ser la



Figura 4: Logotipo Actual de VOLUSAC.

voz de estas entidades ya que, mientras más personas apoyen más actividades podrán realizar y más personas los podrán conocer y apoyar.

El voluntariado es una actividad de enseñanza-aprendizaje, en vista de que en muchas comunidades es necesario compartir las experiencias y conocimientos individuales; sin embargo, el voluntario debe aprender sobre de la comunidad, aspectos tales como: cultura, costumbre, estilo de vida, idioma, entre otros temas. Y lo más importante de realizar voluntariado es que se brinda ejemplo a las futuras generaciones, sobre la importancia del voluntariado, tanto a nivel social, como personal.

Aporte de VOLUSAC a la sociedad

VOLUSAC es el programa universitario de la Universidad San Carlos de Guatemala, encargado de promover el voluntariado, tanto en la comunidad universitaria, como en la sociedad guatemalteca. Facilita el desarrollo de comunidades y grupos vulnerables mediante la ejecución de proyectos de desarrollo social impulsado desde las comunidades. El programa de voluntariado universitario partiendo de la distribución de sus 6 ejes atiende a diversas problemáticas que se presentan en la sociedad guatemalteca.

Gestión de Riesgos y Desastres

Este eje “tiene especial énfasis a las problemáticas de vulnerabilidad, riesgo y amenaza. Se logra implementar un eje que logre, a través del voluntariado, la articulación del trabajo en temas específicos como la prevención de los desastres, la mitigación de la vulnerabilidad y la amenaza tanto antrópica como natural, a su vez la formación de líderes con capacidades de atención a situaciones de crisis, que funcionarán como piezas fundamentales en el desarrollo de comunidades más seguras dando respuesta inmediata” (VOLUSAC 2019) ante una situación de emergencia.

Este eje se encarga de que, en caso de situaciones en la que ocurra un desastre natural y cause daños a una o varias comunidades y se requiera ayuda inmediata; los voluntarios estén capacitados para responder inmediata y acertadamente, a través de las actividades que debe realizar; tanto durante el proceso de desastre, como después de que este haya sucedido. Los diferentes temas que abarca este eje son:

1. Prevención de desastres.
2. Ayuda humanitaria.
3. Primeros auxilios.
4. Vulnerabilidad riesgo y amenaza.
5. Brigadas y protocolos de acción

Cambio Climático y Acciones Ambientales

“Bajo la política ambiental de la Universidad de San Carlos de Guatemala donde demanda acciones concretas para la mitigación de los efectos invernaderos, la reducción de la huella de carbono y la responsabilidad social medioambiental que deberá de responder a las necesidades de los diferentes ecosistemas, se plantea para ello este eje que se compone de acciones a través de la educación, la ges-

ción y el acompañamiento a diferentes procesos los cuales se suman a las acciones globales por el cambio climático...” (VOLUSAC 2019)

Este eje se crea con el objetivo de educar a las personas sobre la situación ambiental que hoy en día se padece gracias a la contaminación y la poca importancia que se le ha dado a la situación ambiental en Guatemala. Por medio de este eje, no solo se busca crear conciencia sino que los voluntarios participen en acciones en pro de la mejora ambiental. Los puntos que este eje abarca son:

1. Educación medioambiental
2. Reforestación y gestión de recursos
3. Acciones verdes R
4. Gestión de desechos
5. Permacultura
6. Mantenimiento de los ecosistemas y la biodiversidad
7. Conservación de las zonas costeras y marinas.

Salud Integral y Calidad de Vida

“La salud como eje fundamental para atender las necesidades físicas, mentales y sociales de la población es un eje estratégico dentro del voluntariado que abajo la promoción de la salud y el mejoramiento de la calidad de vida puedan fortalecer el conjunto de factores biológicos, emocionales y espirituales contribuyendo así al desarrollo integral de la población.” (VOLUSAC 2019)

La salud es uno de los puntos más débiles de Guatemala, gracias a la falta de recursos de las instituciones públicas, y los altos costos que manejan las instituciones privadas, la mayor parte de la población que no cuenta con los recursos suficientes para asistir a una institución privada, tampoco cuenta con la ayuda de la pública, por lo tanto, sin otra alternativa, se conforman con vivir con sus padecimientos sin tener esperanza de poder tratarse a futuro. Uno de los objetivos de VOLUSAC, con este eje es aportar ayuda a esa parte de la sociedad que más lo necesita, ya que la salud es un derecho humano fundamental, se busca atender las necesidades de este segmento. Los puntos que busca atender con este eje son:

1. Jornadas de salud, medica, dental, psicológica, nutricional
2. Programas de prevención de riesgo psicosocial
3. Educación sexual y reproductiva
4. Programa de discapacidad
5. Seguridad alimentaria
6. Programa para la atención de emergencias y técnicas ancestrales

Compromiso Social, Lúdico y Recreativo

“La universidad bajo el compromiso social de aportar a la mejora de las condiciones sociales del país y ante la falta de atención a la niñez, a la adultez (adulto mayor), la falta de espacio público en áreas de recreación y carencias de atención a la diversidad cultural, étnica y sexual se plantea la necesidad de aportar desde el trabajo y

la participación voluntaria temáticas que buscaran generar contenido de expresión artística, deporte inclusivo y competitivo con valores, recreación en áreas vulnerables las cuales no tienen acceso a espacio público, planes de revitalización e intervención urbana para la reconstrucción del tejido social y la recuperación del espacio público y apertura de espacios interculturales para el dialogo y la prevención de violencia.” (VOLUSAC 2019)

Históricamente, los gobernantes de Guatemala no han prestado atención para fomentar las actividades recreativas, públicas y seguras para los niños, ni han apoyando su desarrollo social y físico. Por tal razón, VOLUSAC crea este eje con el objetivo de ayudar a esta causa, y así lograr aportar y crear un impacto positivo en la sociedad. Los puntos que aborda este eje son:

1. Deporte inclusivo y competitivo con valores
2. Recreación en áreas vulnerables urbanas y rurales
3. Campañas de acciones lúdicas y expresión artística comunitaria
4. Jornadas de asistencia social a personas en situaciones de vulnerabilidad
5. Atención a la diversidad
6. Integración comunitaria y resolución de problemáticas sociales
7. Intervención urbana

Innovación para el desarrollo social y disruptivo

“Con el compromiso de fortalecer a las comunidades y gremiales del país se toma como base la propuesta de innovación para el desarrollo social como un eje específico que tome acciones sobre participación e intervención en los procesos constructivos, implementación de nuevas tecnologías, actualización de los procesos y experiencias comunitarias, tradicionales y creación de espacios de interacción social...” (VOLUSAC 2019)

Este eje busca el apoyo e impulso de los jóvenes emprendedores que buscan comenzar un negocio propio, así adquirir y compartir información y conocimientos entre estudiantes y profesionales, implementación de nuevas tecnologías y como esto podría mejorar la situación social, apoyo a las industrias creativas que buscan abrirse paso en el ámbito profesional, formas de innovar los productos que se manejan y como mejorar los servicios de pequeños comerciantes en su ámbito laboral, entre otros temas que busca abarcar. Los puntos que trata el eje son:

1. Innovación de productos y servicios de pequeños comerciantes
2. Trabajo con MIPYNES
3. Promoción de industrias creativas
4. Intervención de procesos constructivos
5. Implementación de tecnologías en ámbitos diversos
6. Apoyo a programas de incidencia disruptiva o tradicional
7. Impulsar el trabajo colaborativo entre la iniciativa privada, publica y sociedad civil

Participación Ciudadana

“Se busca desarrollar un voluntariado con pertenencia cultural, vinculada a las carreras o profesiones afines y pueda contar con un respaldo en donde los voluntarios puedan adquirir experiencia en el ámbito social, político y cultural para la inserción de profesionales altamente competentes con conciencia social.

El voluntariado que se pueda realizar desde la participación ciudadana es una herramienta imprescindible para la incidencia en todos los niveles de participación lo que lograra una mejora en las condiciones de país. “ (VOLUSAC 2019)

Este eje busca incentivar a comunidad universitaria a participar en voluntariado referentes a temáticas sociales y políticas. Su objetivo es lograr que más personas se interesen e involucren en actividades cívicas y políticas, de manera que puedan estar al tanto de la situación social en la que se encuentra el país, formar líderes jóvenes que trabajen en pro de una mejora en el país, y sobre todo fomentar la acción ciudadana. Los puntos que abarca este eje son:

1. Fomento a la diversidad y la acción ciudadana
2. Atención y protocolo a embajadas o eventos
3. Formación de liderazgo joven
4. Campañas cívicas de concientización
5. Incidencia directa en procesos legales para la promoción de la juventud y su desarrollo
6. Fortalecer procesos de incidencia a nivel local, nacional y regional
7. Fomentar la construcción de ciudadanía

El voluntariado es importante para el desarrollo humano individual y social. Permite brindar colaboración en áreas concretas y específicas que generan cambios sociales. Además, transforma al voluntario, creándole conciencia social y satisfacción mediante la realización de actividades ad honorem. Dar seguimiento a las acciones voluntarias es fundamental, para que los integrantes del equipo se desenvuelvan eficientemente; de lo contrario, no se alcanzarán las metas propuestas. Al ser Guatemala un país con gran cantidad de comunidades vulnerables, es indispensable la acción del voluntario; de esa cuenta, debe ser parte de la responsabilidad del ciudadano guatemalteco informarse e involucrarse en programas de voluntariado. En el caso de la comunidad sancarlista, se hace necesario apoyar al programa VOLUSAC en sus diferentes ejes de acción. Los estudiantes y profesionales de las diferentes carreras de la USAC, están especialmente comprometidos a realizar su aporte voluntario a la sociedad con el fin de generar cambios positivos.

4.2

EL DISEÑO COMO EJE PRINCIPAL DE LA IDENTIDAD VISUAL

El objetivo de este ensayo es mostrar qué es el diseño gráfico, metodologías de investigación y el proceso para la realización de un proyecto de diseño de identidad visual, comenzando por la conceptualización, que es una identidad visual y los elementos gráficos importantes a tomar en cuenta para la identificaciones de una marca.

El diseño gráfico como profesión multidisciplinaria busca, de alguna manera, generar un impacto y una reacción por parte de los grupos objetivo, de manera que estos tenga un cambio en sus actitudes respecto a cierto tema que se aborda, para eso es necesario identificar y definir un método de investigación que no solo apoye en el descubrimiento de las necesidades de un segmento de personas, sino que también revele características importantes de ese segmento que servirán para generar posibles soluciones a un determinado problema, como por ejemplo la falta de presencia de una institución ante su grupo objetivo.

En el presente caso, se trata del diseño de la identidad visual de una institución que impulsa programas de voluntariado. En vista de lo anterior, es necesario que el programa VOLUSAC logre conectar con su grupo objetivo y que cause, en quienes leen, observan, o escuchan materiales digitales o impresos del programa, la motivación necesaria para involucrarse y participar. Por esa razón es necesario que el grupo objetivo se cree una imagen positiva de esta institución y logre grabar en su mente elementos gráficos que sean importantes para el reconocimiento del programa. Sin embargo, para lograr este tipo de conexión es importante tener en cuenta que todo el proceso debe ser planificado, programado y documentado para lograr llegar a un resultado verdaderamente funcional, por esa razón es importante tener en cuenta la metodología que se utilizará, de manera que sea la óptima para que genere la cantidad de información que se necesita y se espera de la investigación realizada.

Diseño Gráfico

“El diseño es un proyecto. El origen de ese proyecto está en la cabeza del diseñador el cual lo plasma en un dibujo o en un ordenador. Pero a parte de un proyecto, el diseño es proyección, la proyección del futuro, ya que con la idea se anticipan y se prevén relaciones, reacciones, funciones, disfunciones del diseño.” (Company 2016)

El diseño gráfico es una profesión multidisciplinaria ya que hace uso de muchas áreas de profesionales para realizarse. El arte y la ciencia son dos complejas disciplinas que se aplican al momento de realizar un diseño. La ciencia, se utiliza en vista de que el trabajo de diseño debe enfocarse a un grupo objetivo específico, que se conoce a través de una investigación científica, de la misma manera en que se proponen posibles soluciones y las formas más pertinentes para desarrollar dichas soluciones. El arte se utiliza debido a que el diseño debe ser estético, debe llamar la atención, pero a diferencia del arte puro, tiene como fin primordial el comunicar.

Según Dieter Rams, el diseño en general debe tener 10 principios que más que aplicables al diseño gráfico, están dirigidos al diseño industrial, sin embargo, se pueden extrapolar algunos al diseño gráfico. Estos principios son:

1. Como principio principal se encuentra que un buen diseño debe innovar.
2. Un diseño debe de ser útil, debe desempeñar de manera óptima su objetivo de ser.
3. El diseño debe de ser estético.
4. Debe de ser comprensible
5. Debe ser honesto, no ha de ser manipulador ni mentir en cuanto a su objetivo o lo que ofrece.
6. El diseño debe ser discreto, aunque muchas veces este principio no sea

tan aplicable al diseño gráfico.

7. Tiene que tener larga vida, ha de ser atemporal, tener larga vida y poder afrontar cada una de las nuevas modas que se presenten. Un ejemplo claro es la marca Coca-Cola.
8. Es consecuente a los detalles, jamás debe de tener nada al azar, cada detalle, cada signo, cada elemento debe tener una razón de ser y una función determinada.
9. El buen diseño debe ser respetuoso con el medio ambiente.
10. El buen diseño, es diseño en su mínima expresión, aunque nuevamente este principio muchas veces no es aplicable en el diseño gráfico.

¿Un diseñador es un artista?

“Los diseños nunca son un fin para el diseñador (exceptuando al ilustrador); son el medio para llegar a la fabricación y el propósito de su contenido expresivo se limita estrictamente a la correspondiente comunicación.” (Potter 1989)

A lo largo de la historia siempre se ha planteado la interrogante acerca de si el diseño gráfico es un arte, e incluso mismos diseñadores, han afirmado que el diseño es un arte. Muchos pensadores coincide en que ciertos límites que pueden marcar la diferencia entre uno y el otro, en teoría un artista no tiene necesidad de comunicar algo específico con una pieza, simplemente expresa lo que quiere y no necesariamente su público lo tiene que entender, pero si apreciar, a diferencia del diseñador que de una forma gráfica tiene que hacer entendible una idea ya sea propia o de un tercero que necesite proyectar e interpretar su idea.

El diseño tiene un objetivo de comunicación y, a diferencia del arte que puede ser muy ambiguo en su significado ya que cada persona puede tener una interpreta-

ción personal, tiene un fin que necesita que todos entiendan, no puede estar abierto a diferentes percepciones. Es decir, el diseño hace uso del arte para agregar la estética y creatividad de enviar un mensaje concreto y, de esa forma, generar una reacción o un cambio de actitud por parte de los receptores.

El diseño a diferencia del arte, que nace de la propia inspiración del artista, se origina mediante un proceso premeditado y previo, que exige planificar un proyecto, en razón de estar dirigido a un grupo específico de personas, que debe producirse en un tiempo determinado y contener mensajes inequívocos.

El diseño vs. otras áreas

La polémica, acerca de sí el diseño es, o no, un arte, no es la única que se ha desarrollado a lo largo del tiempo. Ha sido complejo definir qué es lo que el diseño gráfico realmente es. Y es que, debido que el diseño es un oficio multidisciplinario, se generan innumerables discusiones al momento de tratar su definición.

Se puede afirmar que el diseño no es un área concreta, sino un conjunto de áreas (técnicas, tecnológicas, artísticas etc), y es que el diseño no es algo que se rige de una única forma sino que está fuertemente ligado al ser humano. Esto quiere decir que el diseño gráfico evoluciona junto con las personas y su desarrollo depende de la apreciación y percepción.

No se debe encasillar al diseño gráfico como una rama específica porque utiliza otras disciplinas al momento de entrar en acción. En cambio, el diseño abarca una variedad de ramas que lo componen. Tampoco se debe catalogar como un área específica, científica o artística, debido a que hace usos de ambas y no específicamente de una en concreto. Se podría definir al diseño como un conjunto

Metodologías de diseño aplicables al proyecto

En vista de las características de proyecto, el diagnóstico realizado y al acercamiento con el grupo objetivo, se considera pertinente aplicar la metodología que se indica a continuación.

Metodología propuesta por Bruce Archer

“El método sistemático para diseñadores”, desarrollado por Bruce Archer, fue publicado durante 1963 y 1964 por la revista inglesa *Design*. En este método. Archer propone como definición de diseño:

“...seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles”

Lo que implica reconciliar un amplio rango de factores. (González n.d.) La metodología de Archer consiste en 3 partes esenciales del proceso de diseño, siendo estas:

- × **Fase Analítica:** En esta fase se analiza el problema y se realiza una investigación detallada del problema, el objetivo de esta fase es obtener toda la información que sea posible y que se cree pertinente y relevante para el proceso de diseño.
- × **Fase Creativa:** Esta fase consiste en el análisis de la información obtenida y de la realización de una síntesis para comenzar con el desarrollo de una idea que se convertirá en la solución al problema o necesidad.
- × **Fase Ejecutiva:** Dentro de esta fase se realizan estudios y experimentos que validen la funcionalidad del diseño propuesto de manera que se pueda verificar si es pertinente y, finalmente llevarlo a la producción.

Para la realización del proyecto de Identidad Visual propuesto para la dependencia VOLUSAC, se consideró pertinente esta metodología, en vista de que presenta funcionalidad con característica acordes al programa, basada en procesos de investigación y recopilación de información, análisis y experimentación. Asimismo, es posible prever que el resultado que se obtendrá será el más acertado gracias a su proceso.

El VOLUSAC es un programa con vasta experiencia, y que cuenta con innumerables voluntarios que han participado en sus programas. Recopila abundante información, tanto histórica, como vivencial de diferentes voluntarios que ha participado en sus ejes de acción, a través de los años. Con base en las particularidades del programa, es necesario considerar que, a la hora de crear una identidad visual, que lo represente e identifique, ésta deberá reflejar su propósito y personalidad con su antiguo grupo objetivo, actual grupo objetivo y futuro grupo objetivo

Conceptualización

La conceptualización se refiere a la conversión de algo ordinario a algo extraordinario. La conceptualización se refiere a la búsqueda de algo cotidiano y que identifique a la mayor cantidad de personas a las que se está dirigiendo un proyecto.

El concepto puede surgir de un insight o simplemente puede ser algo relevante que se identificó de GO. Encontrar el concepto de un diseño es parte fundamental ya que de allí se parte al sin fin de ideas que se tienen sobre un proyecto, de manera que este tenga coherencia y logre transmitir un mensaje de acuerdo a las características del grupo objetivo.

Esa es una de las razones por las que el proceso de conceptualización es relevante en un proyecto, ya que de él saldrá una idea extraordinaria y que causará gran impacto, o podría salir algo que no es rele-

vante y que no cause el impacto esperado.

Para el ámbito del voluntariado es necesario tener en cuenta que los “insights” y los “conceptos” son relevantes a la hora de realizar un diseño. La razón de la anterior afirmación es que, las actividades de voluntariado consisten fundamentalmente, en experiencias que quienes las han vivido, pueden y deben compartir. Estas experiencias, sin duda son valiosas al momento de recopilar y analizar la información,

“Cada etapa del proceso de diseño comienza por una ampliación y luego se reduce para proporcionar la entrada de la siguiente etapa. Cuando amplía su enfoque, muchos factores diversos deben ser considerados y usted deseará aumentar la cantidad de nuevas ideas y asociaciones, incluso aquellas que pueden parecer un poco descabelladas. A medida que complete cada etapa, agrupe las ideas en conceptos lógicos y forme enfoques cohesivos. Este es el momento para estrechar sus opciones basadas en criterios de lo que es útil y relevante.” (Fajardo, Fabio; et ál.)

Dentro de los procesos de conceptualización, se considera que la técnica de mapa de empatía brindará información relevante. El mapa de empatía consta de los siguientes 6 pasos:

1. ¿Qué piensa y siente?
2. ¿Qué oye?
3. ¿Qué ve?
4. ¿Qué dice y hace?
5. Esfuerzos
6. Resultados

Las actividades de voluntariado dan lugar a muchas y variadas vivencias y permiten a quienes las realizan experimentar acon-

tecimientos fuera de lo cotidiano. En el presente caso, este aspecto se consideró valioso para obtener información que permitiera el hallazgo del concepto creativo que conecte con el grupo objetivo (GO) y atraer a nuevos voluntarios al programa VOLUSAC.

La ética y el diseño

“...debido a nuestro alfabetismo visual poco desarrollado, no es tan fácil detectar cuando las palabras se han entrelazado ingeniosamente con el propósito de crear una mentira visual, por tanto cuando enunciado se ha creado con imágenes, y este no es verdadero, es menos probable que nos demos cuenta de la infamia” (Berman 2015)

En el área de diseño es de vital importancia la ética al momento de diseñar una identidad visual, el enfoque y lo que se quiere comunicar deber debe ser claro, para que las personas que se interesen por la institución y quieran ayuda, aportar o apoyar lo hagan de manera que no se sientan engañadas porque el mensaje es ambiguo en algún momento, o bien, no era lo que ellos esperaban.

Para generar confianza con el grupo objetivo y posibles alianzas con terceros es necesario tener en cuenta que una institución de voluntariado no es algo que vende, que esté de moda o que busque una popularidad pasajera. En el diseño de la identidad visual de un programa de voluntariado, como VOLUSAC, debe verse reflejada su misión, visión, objetivos y metas.

La identidad visual de VOLUSAC, debe reflejar estabilidad, no transmitir ideas que connoten una presencia efímera, puesto que el objetivo del voluntariado es lograr cambios en la sociedad a través del trabajo duro, la perseverancia y la constancia. Por todo lo anterior, el diseño de la identidad del programa no fue producto de al-

guna tendencia actual, o de la moda. No se ignoró al grupo objetivo y no desaparecerá a corto plazo. Se plantea que la imagen diseñada genere interés y conecte con el GO, generando empatía.

Por esa razón es importante tener en cuenta la investigación como parte fundamental del diseño, ya que con esta se logrará recabar información relevante que puede ser de importancia para generar un diseño que logre conectar con el grupo objetivo.

“El diseño forma parte importante del vivir cotidiano, en donde el Diseño Gráfico cobra una gran importancia, ya que influye en el comportamiento, conocimientos y actitudes de los grupos. El diseño debe manejarse con ética y responsabilidad. El diseñador dentro de estos parámetros puede proponer respuestas de comunicación para la solución de problemas sociales y también métodos que permitan alcanzarlos” (Ruano 2013)

La ética debe ser parte fundamental del proceso de diseño gráfico, puesto que debería orientar los valores del mensaje a transmitir y cómo éste debe transmitirse. Es necesario tener en cuenta criterios éticos, para que el resultado del diseño sea honesto y no falaz. En el presente caso, son aún de mayor importancia los criterios éticos del diseño gráfico, porque se trata con seres humanos dispuestos a actuar de forma solidaria hacia sus semejantes, con su trabajo voluntario. Por lo anterior, una propuesta antiética, provocaría la desconfianza del GO; además, la reputación del programa decaerá.

¿Qué es diseño de identidad?

La identidad visual es un recurso que las empresas, organismos, entidades, entes públicos o privados, encuentran de vital importancia para el crecimiento y éxito de su negocio. Dentro de esta identidad se define la personalidad de una institución

y se ven reflejados sus objetivos. “La implicación primera y más importante de este desplazamiento es que el diseño de un perfil de imagen institucional conduce necesariamente a un planteamiento (o replanteamiento) de la identidad institucional, pues la imagen es el efecto público en un discurso de identidad.” (Chavez 1988)

La identidad visual es un conjunto de elementos distintivos que buscan la identidad única de una organización o un servicio, implica tener presentes cierta serie de elementos que apoyan a la identidad visual como: logotipo, tarjetas de presentación, uniformes de personal, paneles publicitarios entre otros, pero más que esto necesita tener una esencia que logre conectar con el sector de la sociedad de la que estará rodeada. Todo esto con el objetivo de tener ese distintivo único que refleje la identidad de una institución.

Sobre todo en el área de voluntariado los códigos de color, las formas y el tipo de letra son importantes al momento de generar una identidad visual, ya que es necesario transmitir a las personas su personalidad por medio de sus identificadores gráficos, de manera que puedan reconocer a la institución y saber la temática a la que se dedica.

La identidad visual que se diseña para una institución de voluntariado, debe enfatizar en conectar con su grupo objetivo, empatizar y causar una reacción en ellos. Por esa razón es importante centrar la investigación y recopilación de información en las experiencias de voluntarios que han participado en dichos programas y transmitir esas experiencias y emociones al grupo objetivo.

En general, la identidad institucional no debe sujetarse y ser dirigida únicamente al grupo objetivo, o a las personas que conforman la institución a la que se le produce una identidad visual, más bien debe estar enfocada a la sociedad y contexto, de ma-

nera que se genere un diseño de calidad, de permanencia e incluyente.

Color

El código cromático que se utiliza en una identidad visual es muy importante ya que es un elemento con el que las personas identificarán a la marca y la asociarán. “El color puede instrumentarse como signo de identificación institucional; pues, de hecho, constituye una de las señales visuales más potentes...” (Chaves n.d.)

El color en sí mismo no cuenta con ningún significado, como Chaves menciona, el rojo es rojo, sin embargo, dependiendo del color que se utilice se crearán climas sobre el temperamento del lenguaje que identifica a la institución ya sea calidez, sutileza, agresividad, pasividad, seguridad... entre otros.

Tipografía

En la creación de la identidad visual de una institución es muy importante tener en cuenta, no solo el tipo de discurso que se va a utilizar y el color no es el único factor importante al momento de determinar un temperamento al código lingüístico de una institución ya que la tipografía también adopta un papel importante en esta definición de personalidad institucional.

Partiendo de sus estilos se puede afirmar que, cada uno es diferente en cuanto a la percepción que se quiere dar, pero partiendo de su psicología es muy importante tomar en cuenta el tipo de personalidad que se le quiera dar al discurso visual ya que dependiendo de si el texto está con serif o sans serif, itálica o black, la percepción de ese discurso cambiará. Como Jessica Aharonov menciona “La tipografía, al igual que el tono de voz con que se habla, posee un significado oculto en su forma de expresarse.”

Forma

La selección de un estilo de formas a utilizar en el isotipo, logotipo, elementos gráficos y otros elementos generados también es importante ya que dependiendo del discurso visual que deseamos transmitir así son los elementos y características que se tomarán en cuenta. Partiendo desde una de las etapas iniciales de la forma, la línea contiene significados muy diferentes desde la teoría de la psicología.

Línea Curva/Oblicua

Por lo regular las líneas que son curvas tienden a tener un carácter más amigable y activo, debido a su falta de aristas y en la suavidad de sus curvas tienden a asociarse con personalidades calmadas, y suaves pero activas y en constante movimiento. “Da la sensación de movimiento, inestabilidad, sensibilidad, es ambigua, intranquila, femenina.” (Aharonov 2011)

Línea Recta

Las líneas rectas tienden a crear aristas por lo que se les atribuye un carácter más agresivo y decidido.

“Da la sensación de tranquilidad, quietud, fuerza, es decisiva, determinada, masculina.” (Aharonov 2011)

Es importante, antes de iniciar un proyecto, conocer la definición y concepto de “diseño” y los diferentes factores que lo conforman, tal el caso del presente estudio de intervención mediante el diseño gráfico de la identidad visual de VOLUSAC.

Reflexionar en las etapas previas y finales del proyecto, acerca del hecho de que, a pesar de la existencia de diversidad de procesos, métodos y técnicas de diseño; así como también de las numerosas investigaciones y conceptualizaciones existentes, es necesario definir claramente la información que se requiere y validar cuál de todos esos procesos será relevante y pertinente al momento de investigar su impacto con el grupo objetivo y los miembros internos de la institución.

La investigación y análisis iniciales de la información son importantes para descubrir datos que serán de utilidad en las siguientes etapas de diseño. En el ámbito del presente caso de voluntariado, se consideraron importantes las experiencias y opiniones de personas que han participado en programas de voluntarios, gracias a estas vivencias fue posible encontrar el insight y conceptos creativos que, verdaderamente, fueron importantes para el proceso de diseño.

El papel del diseñador gráfico en la sociedad, debe ser en pro del desarrollo y mejoramiento de ésta, por lo tanto, es necesario que considere su papel ético y moral en el ámbito del ejercicio de su profesión, en lo individual y social.



Definición Creativa

5.1 Brief creativo

5.2 Referentes visuales

5.3 Estrategia de la piezas de diseño

5.4 Insight

5.5 Concepto creativo

5.6 Premisas de diseño



5.1

BRIEF CREATIVO

El informe del Brief permite un acercamiento y conocimiento de la información importante para la realización del proyecto permitiendo definir una propuesta creativa y entendiendo ciertas limitantes y restricciones, así como conociendo las posibilidades y oportunidades del proyecto de diseño. También conociendo diversos aspectos de diseño que servirán al momento de la toma de decisiones.

Breve descripción de la Institución

En la dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de la proyección social voluntaria y ente rector de las políticas de voluntariado en la USAC. Facilitan el desarrollo de las comunidades y grupos vulnerables a través de los conocimientos, técnicos y científicos del voluntariado mediante la ejecución de proyectos de desarrollo social impulsados desde las comunidades.

Servicios que presta

Promueve la actividad del voluntariado con los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Producto y medio para el que está pensado el proyecto

Impreso

1. Logotipo
2. Iconografía 6 ejes
3. Manual de la Línea Gráfica
4. Tarjeta de Presentación
5. Hojas Membretadas
6. Gafetes
7. Brochures
8. Señalética
9. Sobre tamaño carta
10. Sobre Tamaño medio A4
11. Carpeta

Digital

12. Presentación PowerPoint
13. Uniformes
14. Chalecos para voluntarios
15. Botones
16. Mochila

Objetivos del Proyecto

Implementar el desarrollo de la identidad visual para fortalecer el posicionamiento del Programa de Voluntariado de la Universidad San Carlos de Guatemala y facilitar la comunicación con el grupo objetivo.

Público Objetivo

Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala entre 17 a 25 años de edad y miembros internos de la institución.

Producto y medio que poseen actualmente

1. Logotipo (no cuenta con una línea gráfica que apoye la imagen de logotipo).
2. No cuentan con piezas digitales o impresas que apoyen el posicionamiento de la marca.

5.2

ESTRATEGIA DE LA PIEZAS DE DISEÑO

Haciendo uso del esquema de las 6w se establecen estrategias para la aplicación de las piezas de diseño respondiendo a preguntas de WHAT, WHEN, WHY, WHO y HOW para el análisis de diversos aspectos involucrados que orientarán el desarrollo del proyecto.

WHAT

¿Qué se va a diseñar?

Consiste en el diseño y desarrollo de la Identidad Visual para el programa Voluntariado Universitario -VOLUSAC-.

WHEN

¿Cuándo se va a diseñar?

Los proyectos se desarrollarán durante el período de realización de EPS, cumpliendo con un límite de 500 horas con la institución y 40 horas de clase presenciales. Este periodo abarca las fechas del 01 de agosto al 31 de octubre.

WHERE

¿En dónde se va a diseñar?

El proyecto se realizará en la oficinas de Bienestar Estudiantil, en el área de Voluntariado Universitario, VOLUSAC y se implementará con la comunidad estudiantil del campus universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

WHY

¿Por qué se va a diseñar?

Para llegar a la conclusión de que proyecto se iba a realizar se llevó a cabo un diagnóstico en el cual se pudo observar que el principal problema que atravesaba la institución era que no contaba con una identidad que los identificara, por esa razón su grupo objetivo no lograba reconocerlos como el programa de Voluntariado de la USAC.

Por lo tanto se consideró, importante, como punto de partida para diseño de futuros materiales institucionales, el diseñar una identidad visual para esta dependencia.

WHO

¿A quién va dirigido?

Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala entre 17 a 25 años de edad y miembros internos de la institución.

5.3

REFERENTES VISUALES



Figura 11: HeForShe Campaign. Dia Studio. Diagramación de Revista.



Figura 14: Arsenal Volunteers Brand Identity. Fedor Polyakov



Figura 17: Give a Heart Campaign. Bryn Scott.



Figura 12: HeForShe Campaign. Dia Studio. Aplicación de Logotipo.



Figura 15: Arsenal Volunteers Brand Identity. Fedor Polyakov



Figura 18: Give a Heart Campaign. Bryn Scott.



Figura 13: HeForShe Campaign. Dia Studio. Aplicación de Logotipo.

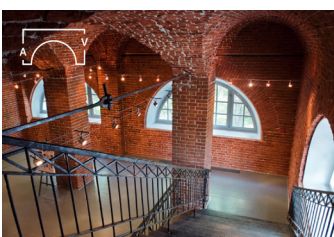


Figura 16: Arsenal Volunteers Brand Identity. Fedor Polyakov



Figura 19: Give a Heart Campaign. Bryn Scott.

Casos Análogos Funcionales

Se buscaron casos análogos que aportarán ideas y ciertos criterios que se podrían tomar en cuenta en la implementación para el proyecto, también se tomaron ideas como que el grupo objetivo interactuara de cierta forma con la marca para poder agregar experiencia y asegurar aún más el posicionamiento en la mente del grupo objetivo.

5.4

INSIGHT

Previo a definir un concepto creativo se llevó a cabo una investigación con la cual se encontrara un insight que sirviera como base fundamental para el desarrollo del proceso de conceptualización. Para esto, se requirieron herramientas de investigación con las cuales se investigó la percepción de las personas a cerca del voluntariado y de los voluntarios a cerca de la importancia de ser voluntario y como esto cambia su vida. Esto permitió tener un mejor entendimiento a cerca de la percepción que se tiene a cerca del voluntariado.

Insights

1. El voluntariado brinda ánimos para seguir luchando por mejorar y, en algunas ocasiones, el cambio radical en la vida de más de una persona para bien.
2. El voluntariado incentiva a las personas a actuar de acuerdo a sus habilidades y lograr un cambio positivo en la sociedad.

Insight Final

“El voluntariado no solo causa un impacto a los que reciben la ayuda, sino también transforma nuestra vida como voluntarios”

Según la investigación realizada con el grupo objetivo se llegó a la conclusión de que para la mayoría de las personas el voluntariado no es solo una herramienta que impacta únicamente a los que reciben la ayuda, sino que afecta de manera positiva la vida de los voluntarios generándoles experiencias inolvidables y vínculos personales duraderos.

5.5

CONCEPTO CREATIVO

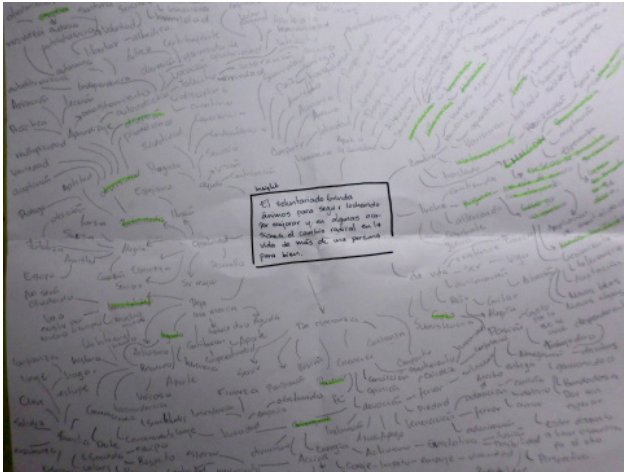


Figura 20: Bocetaje 1er. Nivel.

El concepto creativo es la base fundamenta que servirá como punto de partida para el desarrollo de la identidad visual de VOLUSAC; este elemento sirve como premisa para guiar el desarrollo del proyecto que figura en cada pieza de la identidad.

Para esta etapa se llevo a cabo un mapa mental que contiene palabras asociadas al insight y el voluntariado. Partiendo de este mapa se continuó con la generación de posibles concepto creativos de manera que se lograra depurar la mayor cantidad de ideas posibles quedando únicamente las que se consideraban pertinentes para las opciones de conceptos.

Generación de posibles conceptos

1. Osadía del voluntario
2. Las experiencias de la osadía
3. De la independencia a la prosperidad
4. Avanzando hacia nuevos horizontes
5. El legado de los osados
6. Metamorfosis del ideal
7. Albedrío del talento
8. Osadía a través del albedrío

Concepto Final

“LA BONHOMÍA DEL OSADO”

A pesar de la osadía, el voluntario no solo debe ser atrevido e intrépido, sino ser consciente de la realidad en la que viven las demás personas. Cuando un voluntario llega a una comunidad vulnerable, no espera que lo atiendan, tampoco espera contar con lujos para que su estadía se cómoda, en cambio su actitud es sencilla, es consciente que su propósito es ayudar y no ser atendido por lo que trabaja para que otros sean los que se puedan sentir cómodos.

5.6

PREMISAS DE DISEÑO

Propuesta Gráfica

Dualidad

El concepto está enfocado en presentar dos lados opuestos de algo, como propuesta gráfica se pretenden utilizar elementos que sean contrastantes para reflejar:

1. La personalidad equilibrada de un voluntario que aparte de ser activo, audaz y valiente también debe ser humilde, sencillo y sereno para afrontar las situaciones que se le presentan.
2. La acción de voluntariado no es de una vía, es bidireccional, tanto el voluntario, como quien recibe la ayuda obtienen un impacto de vida.
3. La relación entre VOLUSAC y el voluntario, en vista de que ambas partes se necesitan para llevar a cabo un proyecto del programa y los proyectos individuales de los estudiantes.

Colores

Azul: Propicia la calma, la productividad y la serenidad.

Naranja: Entusiasmo, emoción, calidez. (Infografía: Psicología del Color, Entrepreneur)

Azul: Serenidad y frialdad

Naranja: Calidez, entusiasmo.

(Psicología del color y la forma, Universidad de Londres de México)

Azul: Simpatía, armonía, amistad y confianza, fidelidad, distante.

Naranja: Exótico, llamativo, sociable, cálido, cercanía. (Psicología del color, Eva Heller)

Se utilizará el color AZUL y NARANJA, presentando la cualidad pasiva, serena y comprensiva del azul y las cualidades energéticas, dinámicas y joviales del naranja para representar, tanto el carácter de voluntarios así como la personalidad de VOLUSAC, siendo este el azul en cuanto a las cualidades de confianza, fidelidad y verdad. El naranja para los voluntarios representando su activismo y voluntad para realizar proyectos para la sociedad.

Forma

Las líneas curvas “da la sensación de movimiento, inestabilidad, sensibilidad, es ambigua, intranquila, femenina.” (Aharonov 2011)

CALIDEZ, DINAMISMO, ESPONTANEIDAD, MOVIMIENTO.

De acuerdo a la personalidad del naranja, para el imagotipo se pretende utilizar líneas curvas representando la calidez, el dinamismo y el activismo de acuerdo a la personalidad de los voluntarios al momento de participar en una actividad social.

Elementos Gráficos

Se crearon elementos gráficos de apoyo aplicando líneas curvas del imagotipo y líneas rectas de la tipografía seleccionada continuando con la línea de contraste para aplicarlos en la identidad visual, en patrones, ilustraciones y otros elementos que se van a diseñar.

Retícula

“El grado de control dentro de la retícula depende del tamaño de los módulos. Los módulos pequeños proporcionan mayor flexibilidad y precisión...” (La Retícula en la Diagramación, Fidel Romero)

Adaptabilidad y control de los elementos en los diferentes elementos gráficos. Como dualidad se puede hacer el contraste de espacios en blanco y espacios con varios elementos dentro de un mismo elemento.



Producción Gráfica y Validación de Alternativas

6.1 Nivel 1 de Visualización

6.2 Nivel 2 de Visualización

6.3 Nivel 3 de Visualización

6.4 Propuesta Final



6.1

NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

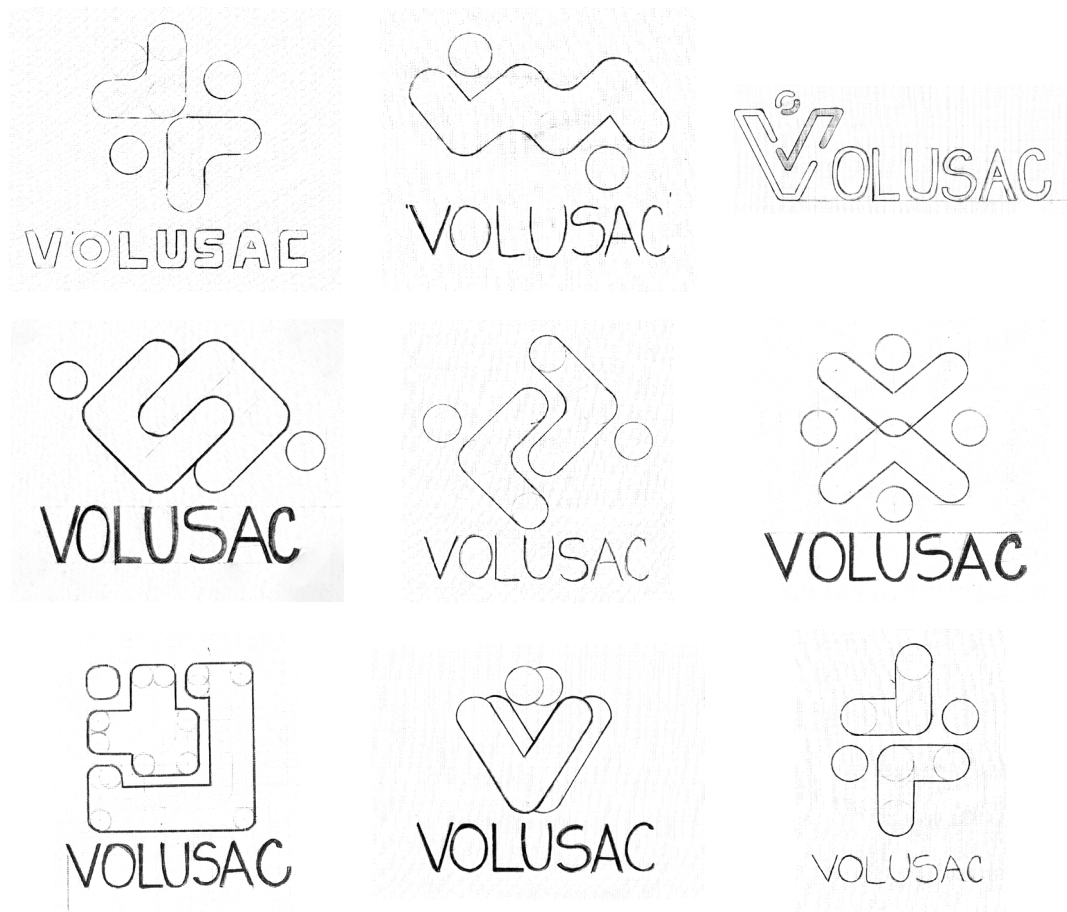
Objetivos

A partir del concepto seleccionado se comenzó a realizar bocetos en los cuales se pretendía reflejar el objetivo del concepto de manera que se pudiera definir un logotipo que fuera funcional y se acoplara a las necesidades de la institución y pudiera llegar con su grupo objetivo.

Este proceso sirvió como punto de partida para comenzar a definir y orientar el camino hacia donde el proyecto debe dirigirse, encontrando elementos de diseño valiosos para su realización.

Logotipo

Como base para el diseño del logotipo se adoptó la letra V y la silueta de una persona en representación del voluntario de manera que, el recurso de otras instituciones pueda verse diferente y ser un diferencial entre instituciones de la misma rama.



Figuras 20
Bocetaje 1er.
Nivel. Véase
el paquete en
anexos.

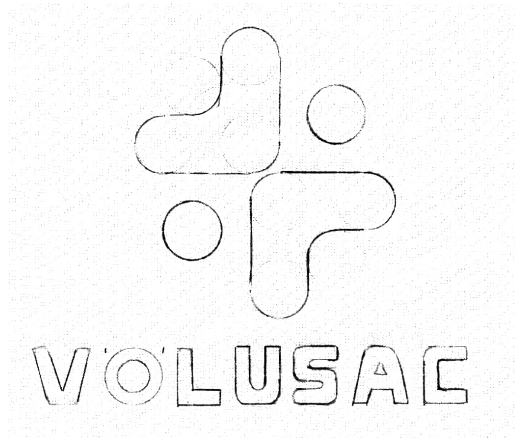


Figura 20: Bocetaje 1er. Nivel.

Propuesta 1

En esta propuesta la dualidad está representada por dos V en diferentes direcciones que representan la dualidad que existe entre VOLUSAC y los voluntarios para llevar a cabo sus objetivos.

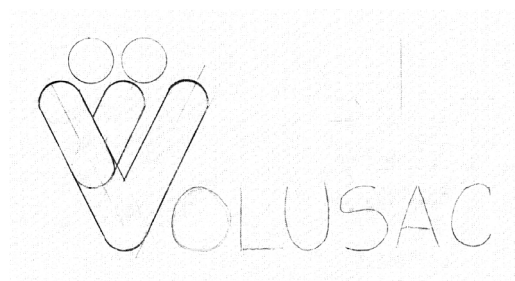


Figura 20: Bocetaje 1er. Nivel.

Propuesta 2

Unión de una V pequeña y una V grande, en representación de que VOLUSAC como entidad apoya y le ayuda al voluntario a lograr sus objetivos y a su vez forma dos personas una más grande que la otra en muestra de que en algunas ocasiones es necesaria más osadía sin olvidar la bonhomía o viceversa.

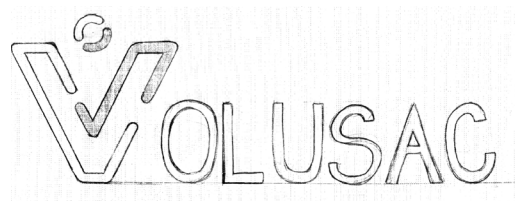


Figura 20: Bocetaje 1er. Nivel.

Propuesta 2

La Persona: Como parte fundamental de la realización del voluntariado.

El Cheque: Simboliza los objetivos y las metas alcanzadas.

La Dualidad: Tanto el círculo del isotipo como la V contienen cortes que los dividen en dos partes con el objetivo de representar que a pesar de que existen dos partes contrastantes, las dos forman un solo ser.

Hojas Membretadas

En estas propuestas de hoja membretada se pretende mostrar la dualidad por medio de la posición de los textos, creando contrastes entre alineaciones y orientaciones de textos que muestre los diferentes datos de las hojas membretadas.

Cada elementos de diagramación en los textos tiene un elemento contrario que lo complementa.

Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería. Véase el paquete en anexos.

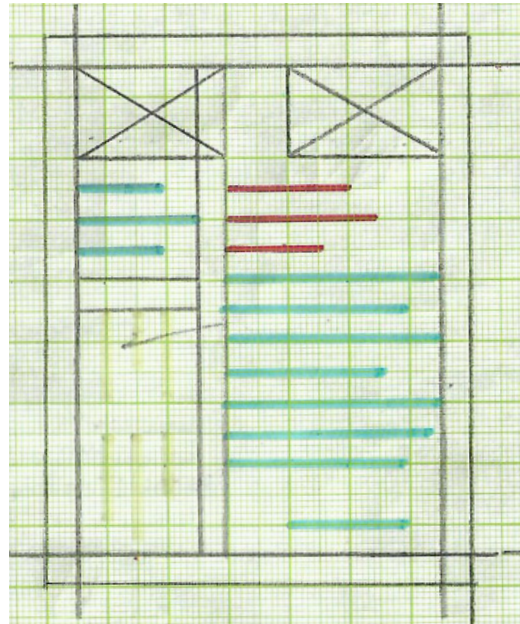


Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería.

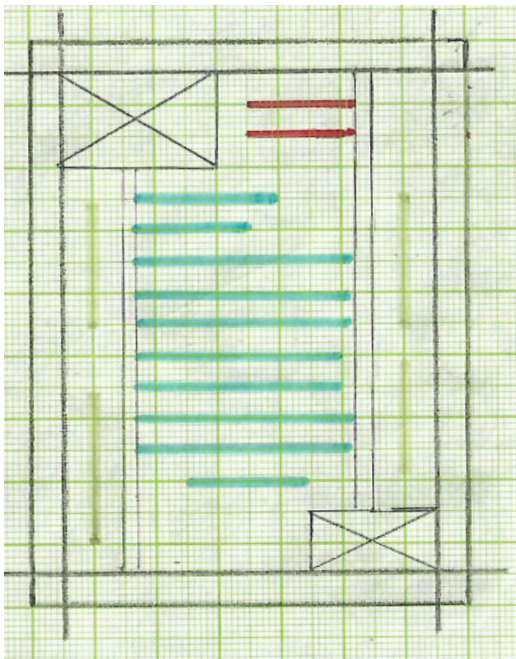


Figura 21

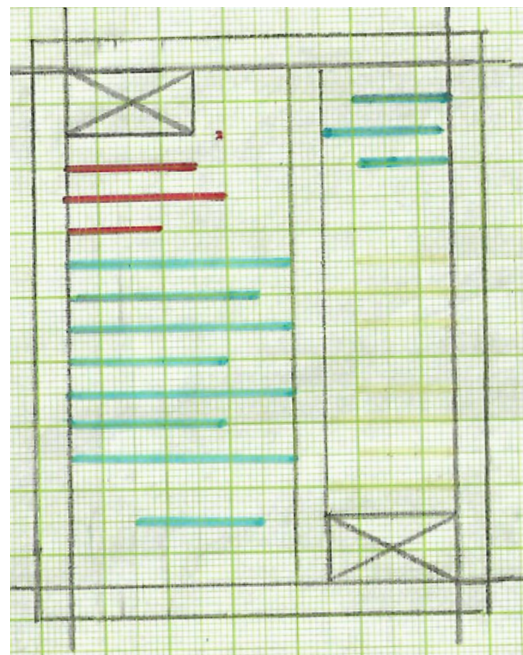


Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería.

Tarjetas de Presentación

Al igual que las hojas membretadas la dualidad se representa por medio del contraste de orientaciones en los textos respectivos para cada datos aplicado.

Cada elementos de diagramación en los textos tiene un elemento contrario que lo complementa.

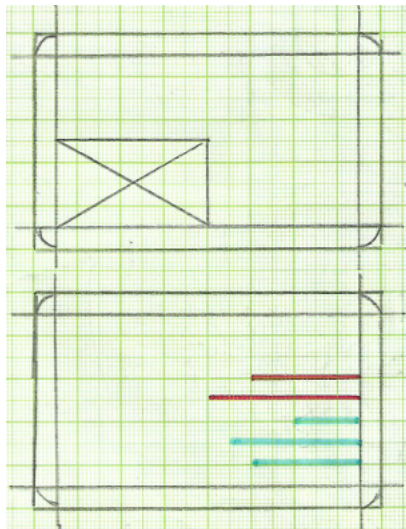


Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería.

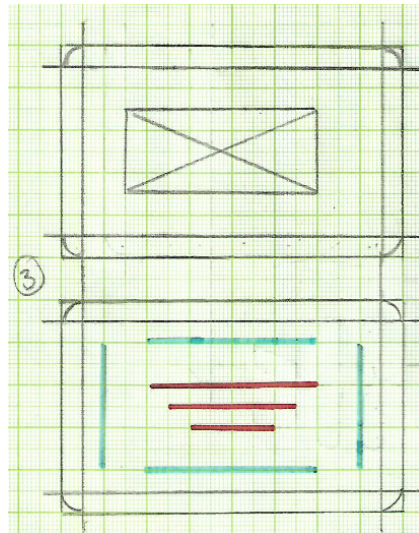


Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería.

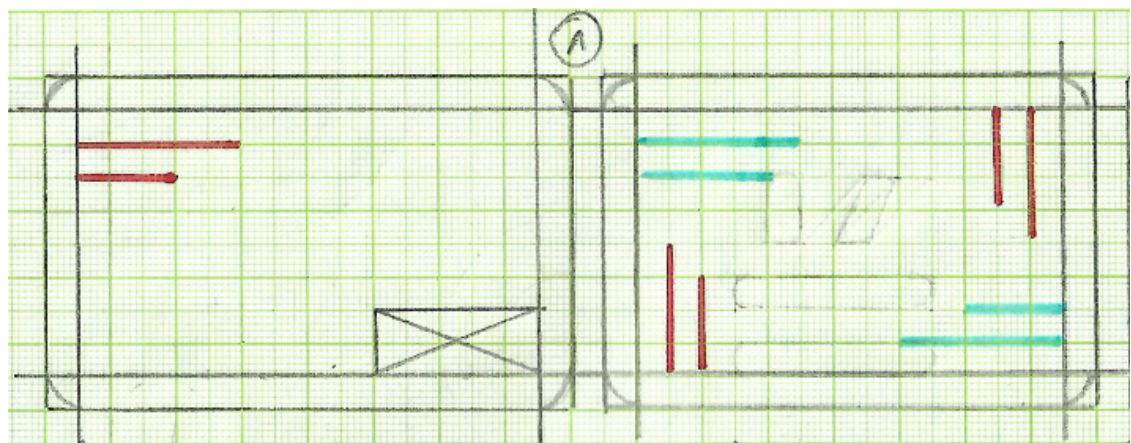


Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería.

6.2

NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

Objetivos

- ◇ Evaluación de criterios aplicados en el diseño y diagramación de las piezas del branding para verificar si son pertinentes a los objetivos establecidos anteriormente.
- ◇ Evaluación de funcionalidad de los aspectos técnicos aplicados de acuerdo al grupo objetivo.
- ◇ Retroalimentación por parte de expertos de diseño de branding sobre las piezas de diseño realizadas.

En esta etapa se presentan las tres mejores propuestas que resultaron del trabajo de bocetaje del nivel uno, en la cual se experimentaba con los criterios establecidos a inicios del proceso. A partir de esto se comienza con la definición de la línea gráfica que sea pertinente para cada uno de los logotipos y que fortalezca los objetivos que este intenta cumplir.

El objetivo de la retroalimentación es definir la dirección correcta que el diseño debe llevar, y pulir criterios que lo harán funcional. En el caso de branding, a partir de esa actividad surge una línea gráfica de la cual dependerá todo el proyecto.

Logotipo

A partir de los bocetajes hechos a manos se comenzó con la digitalización de los logotipos seleccionados siguiendo con la temática de dualidad, aplicando colores y tipografías para apoyar el concepto. Los colores seleccionados, como se mencionó anteriormente, fueron los naranjas y azules de manera que ambas personalidades contrasten según su color y psicología.

Criterios

Para evaluar cada una de las piezas gráficas se realizó un instrumento de validación en el cual se dividieron las preguntas de acuerdo a la categoría a la que pertenecía. Para dicho instrumento se utilizaron 5 categorías las cuales fueron:

Pertenencia de la gráfica y aplicación de fundamentos de diseño

1. Composición Visual
2. Código Tipográfico
3. Código Cromático
4. Formato

En cada una de estas categorías fueron incluidos diferentes criterios que se tomaron en cuenta para la validación de las 3 piezas gráficas que se evaluaron, las cuales tuvieron como objetivo el representar e indentificar a la institución de VOLUSAC, tanto su personalidad, como sus valores, objetivos y la labor que realiza. (Véase Instrumento de validación en anexos)



Figura 22: Validación con expertos.



Figura 23: Validación con expertos.



Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel.

Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel.

Propuesta 1

En esta propuesta, no solo se quiso implementar el concepto de dualidad, sino también el de trabajo en equipo. A través del isotipo se podía ver la dualidad debido a que cada abstracción de persona contaba con un contrario al igual que la aplicación de colores a las que se agrega un azul más cian y un naranja más amarillo para no perder el concepto de dualidad.

Se aplica la gráfica a 3 piezas de la papelería, en la hoja membretada se puede observar la dualidad en el tamaño, dirección y posición de sus columnas de texto, al igual que en la tarjeta de presentación.

En el gafete está aplicado por medio de la aplicación de patrón que contiene saturación de color y el espacio en blanco en donde se encuentra la fotografía.

Observaciones

De acuerdo a las observaciones de los expertos, a pesar de transmitir un sentimiento de alegría y llamar la atención del grupo objetivo, debido a que se presentan varios elementos, el concepto de dualidad tendía a perderse. En cambio, el concepto de trabajo en equipo fue más evidente. Por otro lado, las abstracciones de las personas tendían a confundirse con otros elementos que no eran parte de lo que se pretende transmitir.



Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel.

Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel.

Propuesta 2

En esta propuesta no solo se quiso implementarse el concepto de dualidad, sino que también el de trabajo en equipo. A través del isotipo se podía ver la dualidad ya que cada abstracción de persona contaba con un contrario al igual que la aplicación de colores a las que se agrega un azul más cian y un naranja más amarillo para no perder el concepto de dualidad.

Se aplica la gráfica a 3 piezas de la papelería, en la hoja membretada se puede observar la dualidad en el tamaño, dirección y posición de sus columnas de texto, al igual que en la tarjeta de presentación.

En el gafete esta aplicado por medio de la aplicación de patrón que contiene saturación de color y el espacio en blanco en donde se encuentra la fotografía.

Observaciones

Según las observaciones dadas por los expertos esta propuesta se acoplaba más a la idea principal del concepto, sin embargo era necesario explorar más posibilidades de diseño de manera que se agregaran elementos gráficos que apoyaran y reforzaran el objetivo de comunicación de la línea gráfica.



Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel.

Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel.

Propuesta 3

En esta propuesta se aplica la dualidad por medio de las tonalidades amarillo y cian de manera que se vea jovial y divertido, al logotipo se aplicó un tratamiento de manera que parezca papercraft, aplicando la idea de que el grupo objetivo pueda interactuar con la marca de manera física, según observado en casos análogos.

Todas las piezas se trataron de la misma manera, de forma que se vea que son hechas de un mismo objeto pero doblándolo en diferentes partes hasta formar la letra..

Observaciones

A pesar de que la idea era atractiva los expertos hicieron la observación de que era complicada la lectura del logotipo debido a las formas que lo integraban. También habían muchos elementos que al momento de cambiar la escala del logotipo a menos podían perderse.

La aplicación en la papelería aun era simple, por lo que fue necesario experimentar más si de deseaba tomar una dirección de diseño similar.

6.3

NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN

Objetivos

- ◆ Presentar al grupo objetivo el material para evaluar la funcionalidad del diseño realizado y la interacción que tiene el grupo objetivo con las piezas diseñadas.
- ◆ Verificar la conexión (empatía) que genera el material creado y evaluar el interés que demuestre el grupo objetivo por la institución con la nueva línea gráfica.
- ◆ Recibir *feedback* por parte del grupo objetivo a cerca de los artes finales presentados.

En esta etapa se evalúa la funcionalidad del proyecto frente a su grupo objetivo, evaluando criterios explicados en el marco teórico y aplicables a los objetivos del proyecto. Se define un instrumento de validación el cual el grupo objetivo deberá responder con la mayor veracidad posible de manera que todos los criterios sean objeto de evaluación.

Descripción del Proceso

Para llevar a cabo la validación, en conjunto con el jefe inmediato, se organizó un Grupo Focal en el cual estarían personas con características similares a las del grupo objetivo. Un grupo focal es:

“Es una herramienta que puede entenderse como un diálogo entre un grupo de personas y un producto o servicio. Es una forma de hacer investigación de mercado. Sirve para poner el foco de atención en algo que te interesa observar. Es una herramienta para analizar una respuesta ante algún estímulo de un grupo concreto.

“Tan sencillo como poner a prueba cuál es la reacción de un público ante un elemento que se les muestra.”¹⁰

El grupo focal estuvo integrado por: Kevin Carrillo Segura; personal de Bienestar Estudiantil, departamento del que forma parte VOLUSAC; algunos capacitadores de diferentes programas de voluntariado; así como también, miembros de otras áreas de Bienestar Estudiantil, que también son estudiantes universitarios y que se encuentran entre los 17 a 35 años de edad.

¹⁰ Psicología & Comunicación. Focus Group ¿Qué es? Y ¿Para qué sirve? 2 de mayo del 2016. Consultado el 04 de agosto de 2019, <https://psicologiaycomunicacion.com/focus-group-que-es-para-que-sirve/>

Criterios a Evaluar

Al igual que en la 2do. nivel de visualización se preparó un instrumento de validación con preguntas relacionadas con los objetivos del proyecto. En este instrumento de validación se evaluaron:

1. Empatía que genera el material.
2. Memorabilidad del logotipo.
3. Facilidad de lectura y comprensión.
4. Fortalecimiento de confianza.
5. Armonía entre el logotipo y los elementos gráficos
6. Atractivo de la línea gráfica con su grupo objetivo.

El propósito de cada una de las preguntas fue evaluar los criterios definidos y explicados en el marco teórico. Por medio de este instrumento se evaluó que tan funcional, efectivo y preciso fue el diseño y si se cumplió con los objetivos del proyecto.

Perfil de Informantes

Primario: El grupo objetivo se encuentra dentro de las instalaciones de la central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, entre ellos se encuentran estudiante de primer ingreso y estudiantes recientemente egresados entre edades de 17 a 25 años. Se encuentran entre la generación de los millenilas y generaciones Z que buscan ser generadores de empleo.

Tienen un gran sentido de la responsabilidad con su país y el planeta, por lo que tienen preocupaciones animalistas, ambientalistas y políticos. Son conscientes del daño que la humanidad le hace al mundo y quieren hacer todo lo posible por arreglar esta situación.

Secundario: Los miembros internos del programa de voluntariado de VOLUSAC.



Figura 25: Validación con G.O.



Figura 26: Validación con GO.

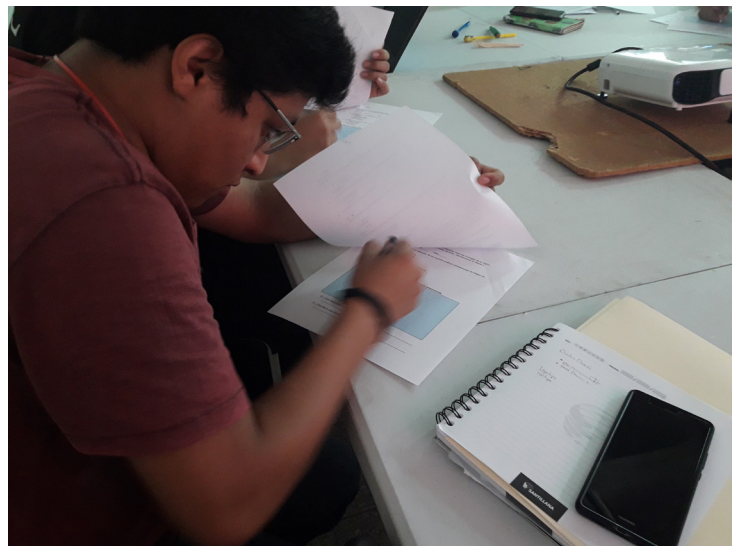


Figura 27: Validación con GO.

Observaciones

En este proceso no se tuvieron comentarios negativos respecto a la elección cromática, la tipografía y los recursos gráficos utilizados. Únicamente se hizo la observación que la simplificación del edificio de Bienestar Estudiantil no se podía reconocer; sin embargo, el planteamiento se cambió, ya que el objetivo principal era fortalecer la identidad del estudiante universitario, era factible que las personas reconocieran el edificio como el edificio de su facultad.

6.4

PROPUESTA FINAL



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.

Identidad Visual

Se desarrolló la identidad de VOLUSAC, de acuerdo a las observaciones realizadas, a la retroalimentación e investigación del grupo objetivo de manera que lograra conectar con este y así generar interés e incrementar el número de personas interesadas en inscribirse en el programa de voluntariado.

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.

ICONOGRAFÍA

6 EJES DE VOLUSAC



CAMBIO CLIMÁTICO
Y ACCIONES AMBIENTALES



SALUD INTEGRAL
Y CALIDAD DE VIDA



COMPROMISO SOCIAL, LÚDICO
Y RECREATIVO



GESTIÓN DE RIESGOS
Y DESASTRES



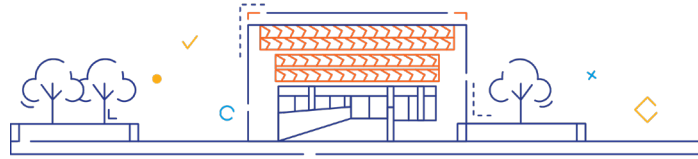
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



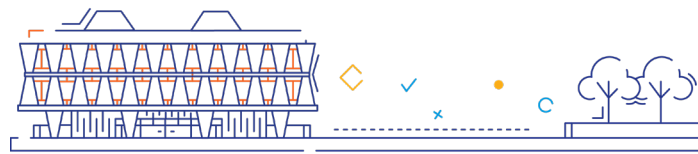
INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO
SOCIAL Y DISRUPTIVO

ICONOGRAFÍA

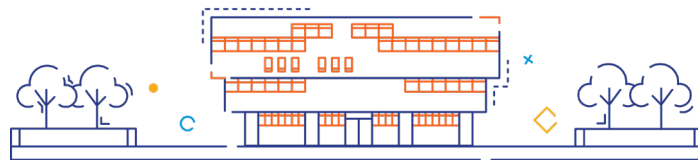
EDIFICIOS USAC



Biblioteca Central



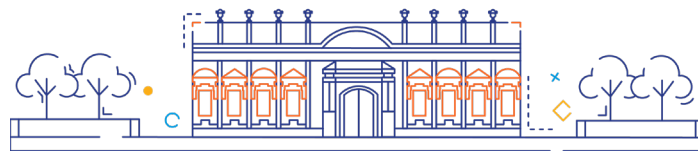
Rectoría



Edificio de Bienestar Estudiantil



Paraninfo



MUSAC



Aula Magna - Iglú

PAPELERÍA INSTITUCIONAL



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.

PROMOCIONALES INSTITUCIONALES



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.



Figura 28: Mockup, Piezas Finales.

FUNDAMENTACIÓN

IDENTIDAD VISUAL

Logotipo

El logotipo como parte fundamental de la línea gráfica del Programa de Voluntariado VOLUSAC. Se realizan cortes en la forma de la V de manera que la dualidad sea representada, a parte se le agrega un elemento circular en la parte superior con la cual se realiza la abstracción de una persona. El isotipo tiene como parte fundamental representar 3 cosas importantes:

La Persona: Como parte fundamental de la realización del voluntariado, la persona es el centro de todo ya que sin ella no es posible.

El Cheque: Simboliza los objetivos y las metas alcanzadas que los voluntarios logran a través de VOLUSAC.

La Dualidad: Tanto el círculo del isotipo como la V contienen cortes que los dividen en dos partes con el objetivo de representar que a pesar de que existen dos partes contrastantes, las dos forman un solo ser (persona individual), un solo equipo (VOLUSAC y los voluntarios) y una sola sociedad unida (el voluntario y las comunidades asistidas).

Tipografía

La tipografía que se utiliza es Quicksand en sus diferentes variaciones, siguiendo con el mismo objetivo de no presentar aristas para darle un aspecto más amable, y moderno y siguiendo la psicología del color de las figuras curvas se decide por este estilo de letra rounded.

Para ciertas aplicaciones como en el gafete con en el chaleco se decide intervenir en la primera letra de cada palabra aplicando el mismo tratamiento que al logotipo, sustrayendo ciertas partes de las letras para que se permita reflejar la dualidad tanto en forma como en color aplicando los dos colores.

Línea Gráfica

Edificios: Para la línea gráfica se tomó la decisión de utilizar la simplificación de los edificios importantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Esto con el objetivo de reforzar la identidad del estudiante sancarlista voluntario. Estos edificios se aplican normalmente en la parte baja de las piezas diseñadas.

En algunos elementos como la playera, el brandbook, el sobre carta y la carpeta se presenta de manera diferente los edificios ya que, como estos elementos cuentan con pliegues, el elemento se divide en colores y así se divide el edificio siguiendo con el concepto de dualidad.

En los edificios se pueden apreciar 5 formas importantes que toman parte en el diseño de la línea gráfica las cuales son:

El cuadrado: Se coloca un cuadrado con una sustracción en una representación de que, aunque las cosas parezcan no cambiar siempre se puede lograr un cambio empezando desde aportaciones pequeñas y con un objetivo en mente.

El círculo: Se coloca un círculo con una sustracción en representación de que la vida de un voluntario no es solo estar en su zona de confort sino que es salir por nuevas experiencias y no tener miedo a ellas.

El cheque: Al igual que en el logotipo, representa esas metas alcanzadas de los voluntarios a través de la práctica del voluntario en VOLUSAC.

El punto: En geometría el punto es el inicio de una forma, el voluntario representa ese punto que, a través del voluntariado, por muy pequeño que sea el aporte, es un inicio para nuevos cambios positivos en la sociedad y el mundo entero.

Color:

Como se mencionó anteriormente, según la psicología del color en anaranjado evoca todo aquel sentimiento de energía, alegría y extroversión, mientras que el azul representa todo lo que es calmado, amable y tranquilo. Reflejando la dualidad entre la Bonhomía y la Osadía, se presentan estas dos características con ambos colores de manera que se represente que el voluntario es la unión de esas dos características, es atrevido y osado para enfrentar nuevos retos y es amable porque busca enfrentar esos retos con el objetivo de ayudar a aquellos que lo necesiten.



Síntesis del Proceso

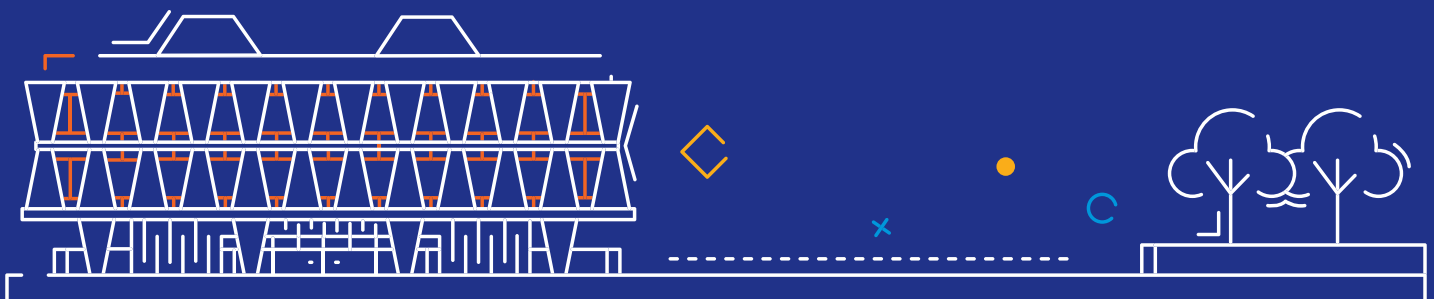
7.1 Lecciones aprendidas

7.2 Conclusiones

7.3 Recomendaciones

7.4 Referencias

7.5 Anexos



7.1

LECCIONES APRENDIDAS

Durante el proceso de desarrollo de la identidad visual del Programa de Voluntariado Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, VOLUSAC, se adquirieron los aprendizajes que se indican a continuación:

- ◇ Planificar, gestionar y llevar a cabo un proceso de investigación y de producción gráfica de inicio a fin. Lo anterior implica proponer el proyecto mediante la elaboración de un diagnóstico previo, con el fin de obtener conocimientos acerca de la institución y del grupo objetivo. Además, gestionar la información recabada y definir las mejores soluciones gráficas y que se consideren pertinentes para la institución y su conexión con el grupo objetivo.
- ◇ Se profundizó el conocimiento acerca de los programas de voluntariado y de los participantes en ellos. Durante el proceso de investigación del grupo objetivo, se propició un acercamiento que permitió conocer los pensamientos, experiencias y aprendizajes de los voluntarios. Se transformaron las ideas y conceptos que anteriormente se tenían sobre el voluntariado, sobre todo, en el sentido de comprobar que esta actividad no se trata únicamente de dar; más bien, es un proceso bidireccional, en la que todos los involucrados se ven beneficiados de una manera u otra.
- ◇ Organizar, planificar, programar las actividades del proyecto mediante metas a corto, mediano y largo plazo, permitirá llevar el proceso a un ritmo adecuado de manera que se obtengan resultados eficientes, en el tiempo establecido, minimizando retrasos que afecten la producción. Es importante utilizar una agenda en la que se anoten las tareas que deban realizarse diariamente para aprovechar el tiempo de la mejor manera y trabajar con excelencia.
- ◇ Ampliar conocimientos sobre las técnicas de diseño, tales como el bocetaje y, sobre todo, de ilustración lineal. Es importante aplicar la simplificación a temas y elemento, para comprobar que, de lo complejo, es posible abstraer a formas simples, pero sobrias, manteniendo la esencia de la imagen institucional, de manera que el grupo objetivo se capaz de identificarla, conectarse y reforzar el significado de la ilustración.

7.2

CONCLUSIONES

Las actividades, procesos y elaboración del informe del proyecto de graduación sobre el *Desarrollo de la identidad visual del programa VOLUSAC*, permitieron arribar a las conclusiones que se indican a continuación.

- ◇ El aporte que la Escuela de Diseño Gráfico, de la Facultad de Arquitectura de la USAC brindó a través del Ejercicio Profesional Supervisado a VOLUSAC, fue la definición de una identidad visual, que no solo es estética y conecta con el grupo objetivo, sino que también, le permite posicionarse y crear una imagen memorable en el contexto social guatemalteco, para que su labor y ejes temáticos logren un mayor impacto en el país.
- ◇ Se diseñó una línea gráfica que logra conectar con el grupo objetivo, es atractiva para ellos y les genera confianza, en vista de que se logró una imagen más sólida del programa, y sobre todo, refuerza la identidad del estudiante sancarlista por medio de su iconografía, lo que llama su atención y les motiva a formar parte del programa del voluntariado.
- ◇ El resultado del proceso de validación con el grupo objetivo confirmó que, por medio de la nueva línea gráfica, se logró facilitar la comunicación entre el programa de voluntariado universitario sancarlista y su grupo objetivo.

7.3

RECOMENDACIONES

- ◇ Ampliar las plataformas de comunicación, tales como: sitio web y redes sociales; para hacer, aún más accesible la información al público en general, sobre todo, al grupo objetivo. De esta manera, se logrará una comunicación fluida, óptima y ágil. Además, la ampliación de canales de comunicación permitirá ubicar el programa de manera rápida y sencilla; ampliar la red de contactos y establecer relaciones institucionales de apoyo.
- ◇ Crear un material editorial de difusión en línea, que contenga información de VOLUSAC, tanto de sus modalidades de voluntariado, como de los seis ejes temáticos que maneja, de manera que la labor de la institución sea conocida aún más: y que posibles voluntarios conozcan el programa, así como también, otras instituciones conozcan el programa para propiciar posibles alianzas o colaboraciones.
- ◇ Utilizar el Manual de identidad visual como guía obligatoria de consulta y aplicación para cualquier material digital o impreso que se produzca y los futuros proyectos del Programa de Voluntariado Universitario, VOLUSAC. Asimismo, es importante que se apliquen los lineamientos establecidos en el Manual, con el fin de posicionar la marca y reforzar su presencia frente al grupo objetivo y el público en general.

08

REFERENCIAS

- ACNUDH. *Declaración de Zeid Ra'ad Al Hussein, Alto Comisionado de la ONU para los Derechos Humanos. En Telesur: Noticias Latinoamérica y el Caribe.* ONU: 83 % de los guatemaltecos vive en pobreza extrema. Último acceso: 04 de abril de 2018, <https://www.telesurtv.net/news/ONU-83--de-los-guatemaltecos-vive-en-pobreza-extrema-20171119-0030.html>,
- Acosta, Nelly. *El Diseñador Gráfico en proceso de comunicación: Mediador o Intermediario.* Bogotá, Colombia: Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2016. En Scribd. Último acceso: 04 de agosto de 2018, <https://es.scribd.com/document/455592868/Acosta-El-Diseñador-gra-fico-en-procesos-de-comunicacio-n-Mediador-o-intermediario>
- Aharonov, Jessica. *Psicología de la Tipografía.* 2011 Último acceso: 20 de 08 De 2019 https://issuu.com/ar0design/docs/psico_tipo.
- Ban Ki-Moon, Secretario General de las Naciones Unidas. *Voluntarios de las Naciones Unidas.* 2019. Último acceso: 04 de 08 De 2019, <https://Onu.Org.Gt/Onu-En-Guatemala/Agencias/Vnu/>
- Bomberos Voluntarios de Guatemala. *El Fundador del Cuerpo Voluntario de Bomberos de Guatemala.* Último acceso: 16 de septiembre 2020, <http://bomberosvoluntariosdeguatemala.com/el-fundador/>
- Capriotti, Paul. *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa.* Cuarta edición. IIRP, Málaga: febrero de 2013. Último acceso: xx de xx de 20xx, <https://vizion360.xyz/wp-content/uploads/2018/01/Planificaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-de-la-Imagen-Corporativa.pdf>
- Casasola, María Mercedes. «*Diseño de Identidad Visual Institucional para La Asociación Niños Y Jóvenes con Futuro Ubicada en El Área Metropolitana de Guatemala.*» Proyecto de Graduación de licenciatura en Diseño Gráfico, Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, USAC: Guatemala, 2017. Último acceso: 07 de 08 De 2019, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_4779.pdf
- Cerezo, Pepe. «*La Generación Z y la información.*» En: *Revista de Estudios de Juventud, diciembre 16, N.º 114.* Último acceso: 04 de 08 De 2019, http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7._la_generacion_z_y_la_informacion.pdf
- Chang, Fernando. *La corrupción y sus efectos en la economía y desarrollo de Guatemala.* En: Plaza Pública. 21 de enero de 2018. Último

acceso: 03 de 08 de 2019, <https://Www.Plazapublica.Com.Gt/Content/La-Corrupcion-Y-Sus-Efectos-En-la-Economia-Y-Desarrollo-de-Guatemala>.

Chaves, Norberto. *Color e Identidad Corporativa*. Último acceso: 03 de 08 de 2019, https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/color_e_identidad_corporativa#:~:text=El%20color%20puede%20instrumentarse%20como,entidad%20deba%20recurrir%20a%20%C3%A9l.

CONRED. *CONRED*. 03 de 08 de 2019 Último acceso: 04 de 08 de 2019, <https://Conred.Gob.Gt/Site/Index.Php>

Cruz Roja. *Cruz Roja Guatemalteca*. 2019 Último acceso: 04 de 08 de 2019, <https://Www.Cruzroja.Gt/Voluntariado/>

Díaz, Javier Antonio. *Diagnóstico del Programa Oficial de Voluntariado Universitario Volusac de la Dirección General De Extensión Universitaria de la Universidad de San Carlos. Guatemala*, 2015.

Fajardo, Fabio; **et ál**. *Libro de Diseño*. Arusha, Tanzania: IDDS, 2014.

Fernández, Daniel. *UFM Market Trends*. 13 de agosto de 2018 Último acceso: 25 de abril de 2019, <https://Trends.Ufm.Edu/Articulo/Trampa-De-PobrezaGuatemala/>

García Lara, Mario A. *La pobreza en las estadísticas*. El Periódico, 26 de febrero 2018 Último acceso: 15 de mayo de 2019, <https://elperiodico.com.gt/opinion/2018/02/26/la-pobreza-en-las-estadisticas/>

García, Mario A. Lara. Juventud, *Organismo Internacional de «Millennials»*. Madrid, 2017. La Pobreza en las Estadísticas 2017 Último acceso: 6 de marzo de 2019, <https://Elperiodico.Com.Gt/Opinion/2018/02/26/LaPobreza-En-Las-Estadisticas/>

González, Mónica (Comp). *Metodología del Diseño*. Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad de Londres, s.f. En: Guao.org. Último acceso: 06 de marzo de 2019, <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Metodologia%20del%20Dise%C3%B1o.pdf>

González Rodríguez, Judy de Jesús. *El voluntariado universitario un aporte al desarrollo comunitario a través de programas y proyectos en el departamento de Guatemala*. Tesis de Licenciatura en Trabajo Social, USAC: Guatemala 2003.

Heller, Eva. *Psicología del Color*. Editorial Gili, Barcelona, España. 2004

Lichtle García de Acevedo, María de los Ángeles. *La ética en el Diseño Gráfico*. En: Revista digital de diseño gráfico, julio-octubre 2013,

- año 2, número 8. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Último acceso: 13 de mayo de 2019, file:///C:/Users/asofuentes/Downloads/1395-4887-1-SM.pdf
- López G., Eduardo y Cristina Pineda Diéguez. Logos, identidad, brand: *Reflexiones del diseño gráfico en la actualidad*. En: ISSUU, publicado por Rosalyth Rodríguez el 13 de enero de 2016. Último acceso: 13 de mayo de 2019, <https://issuu.com/rosalythr/docs/libro-diseno-logotipo-logo-brand-id>.
- Mantilla, Paola. *El voluntariado y sus sorprendentes beneficios*. En: El Diario. 24 de 11 de 2013 Último acceso: 03 de 08 de 2019, <https://Eldiariony.Com/2013/11/24/El-Voluntariado-Y-Sus-Sorprendentes-Beneficios/>
- OIJ. «*Millennials*.» Madrid, 2017. Último acceso: 05 de agosto de 2019, <https://oij.org/tag/millennials/>
- Paz Jongezoon, Georgette Marie. *Desarrollo de identidad visual y normalización gráfica para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril*. Tesis de Licenciatura en Diseño Gráfico, Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, USAC: Guatemala, 2018. Último acceso: 15 de agosto de 2019, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_4910.pdf
- PNUD. *Informe Nacional de Desarrollo Humano*, Guatemala. 18 de octubre de 2017. Último acceso: 04 de 04 de 2019, <https://Desarrollohumano.Org.Gt/Blogs/Guatemala-3-MillonesDe-Personas-Viven-En-Pobreza-Extrema/>
- . *Voluntarios que construyen resiliencia*. 10 de diciembre 2018. Último acceso: 03 de 08 de 2019, <https://www.gt.undp.org/content/guatemala/es/home/presscenter/articles/2018/12/10/voluntarios-que-construyen-resiliencia0.html> Psicología & Comunicación. *Focus Group ¿Qué es? Y ¿Para qué sirve?* 2 de mayo del 2016. Consultado el XX de XX de XX, <https://psicologiaycomunicacion.com/focus-group-que-es-para-que-sirve/>
- Red Gráfica Latinoamérica. *La Imagen Corporativa y su utilidad*. 1 de febrero de 2010. Último acceso: 15 de mayo de 2019, <https://redgrafica.com/la-imagen-corporativa-y-su137/>
- Ruano, Candy Vidalia Borrayo. «*La Responsabilidad Social del Diseñador Gráfico y su Influencia en la sociedad a través de la Educación Superior en Guatemala*.» Proyecto de Graduación de la Escuela de Diseño Gráfico de una Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, 2013.

- Rubio Castrillo, Alberto. *La importancia de la imagen corporativa en el sector turístico hotelero: el caso de Paradores de Turismo e Iberostar Hotels & Resorts*. Trabajo de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad de Valladolid. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Segovia: 19 de julio de 2016. Último acceso: 15 de mayo de 2019, <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/18625/TFG-N.%20562.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- San Martín Gutiérrez, Sonia. «*La generación de la confianza del consumidor en el establecimiento comercial. Una perspectiva multinivel.*» En: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 15, núm. 1 (2006), pp. 201-224. Último acceso: 03 de agosto de 2019, https://www.researchgate.net/publication/28185696_La_generacion_de_confianza_del_consumidor_en_el_establecimiento_comercial_Una_perspectiva_multinivel
- Scouts. *9 efectos positivos del voluntariado*. 19 de 06 de 2013, Último acceso: 03 de 08 de 2019, <https://Scouts.Es/9-EfectosPositivos-Del-Voluntariado/>
- USAC. *Departamento de Registro y Estadística. Información Estadística*. Último acceso: 20 de agosto de 2019, <https://registro.usac.edu.gt/index.php?estad=1>
- Velásquez, Luis Ernesto. «*Guatemala: 3 millones de personas viven en pobreza extrema.*» En: Informe Nacional de Desarrollo Humano. PNUD, Guatemala, 18 de octubre de 2017. Último acceso: 03 de abril de 2019, <https://desarrollohumano.org.gt/blogs/guatemala-3-millones-de-personas-viven-en-pobreza-extrema/>
- Victoria Uribe, Ricardo, et. al. (2010). *La Ética del Diseño: Hacia un sistema más sustentable y responsable*. Conferencia: 3er. Congreso Internacional de Bioética: Toluca, Estado de México. En: ResearchGate. Último acceso: 13 de abril de 2019, https://www.researchgate.net/publication/274638707_La_etica_del_Disenio_Hacia_un_sistema_mas_sustentable_y_responsable
- Voluntariat, *Plataforma del Voluntariat* 2019. Último acceso: 03 de 08 de 2019, <https://Plataformavoluntariat.Org/Es/>
- VOLUSAC. *Presentación Institucional*. Guatemala, 2019.
- _____. Facebook. 2019 Último acceso: 06 de abril de 2019, https://Scontent.Fgua2-1.Fna.Fbcdn.Net/V/T1.0-9/57226267_2701169293231778_278884888092868608_N.Jpg?_Nc_Cat=103&_Nc_Ht=Scontent.Fgua2-1.Fna&Oh=C589f6354343af9babeb7cf23512dc6d&Oe=5d42447b
- Zoológico La Aurora. *Voluntariado La Aurora Zoo*. 2019. Último acceso: 04 de 08 de 2019, <http://Www.Aurorazoo.Org.Gt/Voluntariado>

CAMPAÑA NAVIDEÑA

RECOLECCIÓN DE JUGUETES

Esta campaña nace con la idea de generar una actividad anual la cual está dividida en 3 fases importantes:

1. **Fase de Convocatoria:** Se hace un llamado a todas aquellas personas que quieran ser voluntarios y poder ayudar a VOLUSAC, en esa actividad tanto en el día de la recolección, así como en el día de la entrega de los juguetes
2. **Fase de Recolección:** Se comienza con el llamado a las personas que tengan juguetes y deseen donarlos, en ella se define el lugar, la fecha y la hora en la que los voluntarios estarán recibiendo los juguetes.
3. **Fase de Entrega:** Los voluntarios se dirigen al lugar en el que se hará la entrega de juguetes a los niños de escasos recursos.

Objetivo

Crear una campaña de recolección de juguetes que posea su propia identidad visual y que pueda realizarse anualmente para que las personas logren reconocerla, llame la atención y quieran participar en este movimiento.

Concepto Creativo

FABRICA DE LA ILUSIÓN

Un regalo para un niño es una ilusión que esperan para el día de navidad, por esa razón Regalotón pretende ser esa fábrica que da ilusión a todos esos niños que la necesitan.

Aporte a la Gráfica

Se trabajó bajo la idea de “Fábrica de Juguetes” ya que para un niño un juguete, y sobre todo en navidad, es una gran ilusión y los niños de familias de escasos recursos pierden la ilusión por no recibir un regalo en esta época, por eso VOLUSAC quiere ser esa fábrica que regresa la ilusión perdida de la Navidad.

PRODUCCIÓN GRÁFICA



 .egalotón

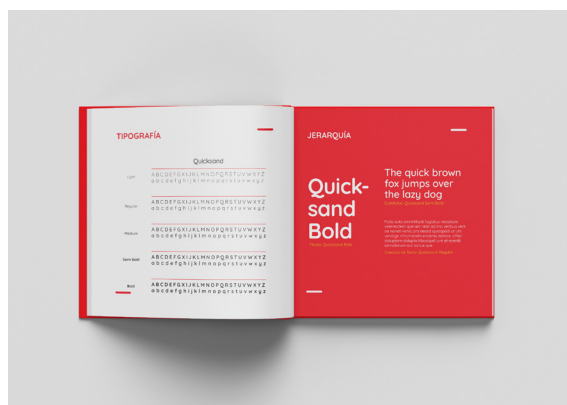
Naming

Para el naming se hace una unión entre maratón y regalo siguiendo la misma idea de Teletón, las personas tienen esta idea de que la campaña se hace en pro de personas que lo necesitan, por esa razón se utilizó una palabra similar para llamar la atención de las personas.

Isotipo

El isotipo nace de la fusión de tres elementos siendo estos los regalos, que son el elemento principal de esta campaña, la R del nombre y el gorro navideño representativo de la época.

Toolkit



Key Visual y Post de Facebook



Personajes

Se realizaron 3 personajes llamados “NAVIDUENDES”, duendes de navidad, que son los trabajadores de la Fábrica de Juguetes, se utilizaron 3 personalidades basados en los arquetipos de Carl Gustav Jung y los grupos principales de personalidades según Luis Amaral: un carismático, una personalidad cool, y la personalidad nerd.

1. **Carismática:** La personalidad que a todos les cae bien, es un líder nato y siempre le gusta buscar nuevos proyectos en beneficio de los necesitados.
2. **El “Cool”:** Personalidad que todos admiran y quieren ser como él, el personaje siempre busca ayudar a los demás y su objetivo es el bien común, aunque a veces es un poco ignorante en los objetivos por los que lucha.
3. **El Tecnológico (Nerd):** El que su mundo gira alrededor de la tecnología, cree que todo tiene solución gracias a la tecnología, su personalidad es algo infantil y reservada prefiere estar jugando en sus aparatos que convivir con extraños.



Manta Vinílica y Marcos de Fotos



POST PARA FACEBOOK

Objetivo

Diseñar 12 post para facebook los cuales estén enfocados en los días más importantes del mes y que estos sirvan como plantillas para las publicaciones según el mes en curso.

Aporte a la Gráfica

Se realizó una lista de los días importantes (asuetos y festivos) de los que se seleccionaron los más importantes de acuerdo al mes. Para esto se trabajó con el mismo concepto de la línea gráfica de VOLUSAC y se trabajó bajo la misma idea de dualidad.

Se escogió una paleta de colores de tonalidades de los cuatro colores de VOLUSAC, y se definió uno en cada mes, a parte se aplicaron ilustraciones sobre las temáticas del día que se estaba conmemorando.

PRODUCCIÓN GRÁFICA



**30 DE ENERO
DÍA DEL ANIVERSARIO
DE LA UNIVERSIDAD
SAN CARLOS DE GUATEMALA**

"Nunca consideres el estudio como una obligación,
sino como una oportunidad para penetrar en el bello
y maravilloso mundo del saber"
Albert Einstein



**25 DE FEBRERO DÍA NACIONAL
DE LA DIGNIDAD DE LAS VÍCTIMAS
DEL CONFLICTO ARMADO INTERNO**

"La memoria y el recuerdo son fundamentales
para las víctimas porque permite hablar
de las personas, mantenerlas vivas en los corazones
de la familia y la comunidad; pero también
es importante para la sociedad, porque nos da
la oportunidad de conocer los hechos y acercarnos
más a la verdad de nuestra historia."
(HILANDO Y TEJIENDO: MEMORIA Y DERECHOS HUMANOS)



**8 DE MARZO
DÍA INTERNACIONAL
DE LA MUJER**

Mujer, no eres: un cliché, ni un monumento, ni un ramo
de flores, ni una consigna, mucho menos una marca,
ni un partido político, ni un accesorio.

Eres libertad, eres utopía, eres lucha, eres vida.
(Mujer, tu eres... Abel Pérez Rojas)




 



**22 DE ABRIL
DÍA DE LA TIERRA**

"Una nación que destruye su suelo se destruye a sí misma. Los bosques son los pulmones de la tierra, purifican el aire y dan fuerza pura a nuestra gente"
Franklin D. Roosevelt



 **USAC** TRICENTENARIO
 **VOLUSAC**



**22 DE MAYO
DÍA DEL ESTUDIANTE
UNIVERSITARIO**

"Toma la actitud de un estudiante, nunca seas demasiado viejo para hacer preguntas, nunca sepas demasiado como para aprender algo nuevo."
Og Mandino



 **USAC** TRICENTENARIO
 **VOLUSAC**

**25 DE JUNIO
DÍA DEL MAESTRO**

"Todo el que recuerda su propia educación, recuerda a sus maestros, no los métodos o técnicas. El maestro es el corazón del sistema educativo."
Sidney Hook



  **USAC** TRICENTENARIO
 **VOLUSAC**



DÍA NACIONAL DE LA MUJER GARÍFUNA

"Una mujer con imaginación es una mujer que no solo sabe proyectar la vida de una familia y la de una sociedad, sino también el futuro de un milenio".
Rigoberta Menchú



USAC TRICENTENARIA **VOLUSAC**



25 DE AGOSTO DÍA NACIONAL DE LA JUVENTUD

"Hay una fuente de la Juventud, está en tu mente, tus talentos, tu vida y la vida de las personas que amas. Cuando aprendes a aprovechar esta virtud derrotarás el paso de los años"
Sophia Loren



USAC TRICENTENARIA **VOLUSAC**



15 DE SEPTIEMBRE DÍA DE LA INDEPENDENCIA

"...Libre al viento tu hermosa bandera a vencer o a morir llamará; que tu pueblo con ánimo fiero antes muerto que esclavo será..."



USAC TRICENTENARIA **VOLUSAC**



27 DE OCTUBRE DÍA DEL ARTISTA NACIONAL

“El arte es una aventura que nos lleva a un mundo desconocido... Nuestra tarea como artista es hacer que la gente vea el mundo tal como lo vemos nosotros.”
Mark Rothko





15 DE NOVIEMBRE DÍA DEL ADULTO MAYOR

“Envejecer es como escalar una gran montaña: mientras se sube las fuerzas disminuyen, pero la mirada es más libre, la vista más amplia y serena”
Ernst Bergman





25 DE DICIEMBRE ¡FELIZ NAVIDAD!

“La Navidad no es un momento ni una estación, es un estado de la mente. Valora la paz y la generosidad y tener merced es comprender el verdadero significado de la Navidad.”
Calvin Coolidge



HERRAMIENTAS DE VALIDACIÓN

MATRIZ DE EVALUACIÓN PARA PROPUESTAS DE DISEÑO		Opación 1	Opación 2	Opación 3
Escala de valoración: 1= deficiente / 3 = satisfactorio / 5 = muy satisfactorio				
Pertinencia de la gráfica y aplicación de fundamentos de diseño	Indicador de logro:			
	La propuesta gráfica es viable de ejecutar según técnica, reproducción y tiempo			
	Los recursos gráficos son pertinentes al tema que se pretende comunicar			
	La propuesta gráfica refleja el concepto creativo: LA BONHOMÍA DEL OSADO			
	La propuesta gráfica refleja los valores de la institución: 1. Respeto 2. Trabajo en equipo 3. Solidaridad 4. Compromiso			
Composición visual	La distribución de los siguientes elementos de diseño favorece la jerarquía visual			
	Color			
	Tipografía			
	Elementos gráficos de apoyo			
	La distribución de los elementos de diseño facilita el recorrido visual			
	La composición del logotipo presenta armonía, balance y es atractivo			
Código tipográfico	Las tipografías refuerzan la idea que se pretende proyectar con el concepto creativo.			
Código cromático	El logotipo es legible en escala de grises			
	El uso del color es pertinente para lo que se pretende proyectar según el concepto creativo			
	El uso del color considera especificaciones técnicas al momento de ser reproducido			
Formato	El logotipo puede ser escalado sin perder legibilidad			
	En los elementos gráficos se comprende adecuadamente lo que buscaba representar			
TOTAL				
Observaciones				
Notas:				
Tomar en cuenta que la máxima de un resultado deficiente será de 20 / la máxima de un resultado satisfactorio será 60 / la máxima de un resultado muy satisfactorio será 100.				

Nivel 2 de Bocetaje



Herramienta de Validación con G.O.

Proyecto de Graduación 2019

“Diseño de Identidad Visual y sus lineamientos para el Programa de Voluntariado Universitario de la Universidad San Carlos de Guatemala -VOLUSAC-.”

El presente formulario tiene como objetivo recabar la opinión del público sobre el desarrollo de la nueva identidad para Lugar de Trabajo.

La información que se proporciona en el siguiente formulario será utilizada únicamente para fines académicos como parte del proceso de Proyecto de Graduación de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala. **Es importante que el siguiente formulario sea respondido con la mayor veracidad posible.** A continuación se le presentarán una serie de imágenes que se le solicita observar con claridad y atención para poder responder el formulario.

1. Le resulta memorable el logotipo
Poco ____ Mucho ____ Nada ____
2. La información le resulta:
 - Fácil de comprender
 - Difícil de comprender
3. La información expuesta da a entender lo que es la institución y los servicios que presta:
 - Nada
 - Poco
 - Mucho
4. Existe armonía entre el logotipo y el estilo de letra.
Sí ____ No ____
5. Considera que el estilo de letra es:
 - Fácil de leer
 - Difícil de leer
6. Considera que la línea gráfica (Color, estilo de letra, logotipo) es:
 - Moderna
 - Poco llamativa
 - Muy llamativa
7. Considera que la línea gráfica (Color, estilo de letra, logotipo) fortalece el sentimiento de confianza:
 - Nada

Nivel 3 de Bocetaje

- Poco
- Mucho

8. Considera que los recursos gráficos utilizados refuerzan la imagen de la marca (ilustraciones, íconos, patrones, estilos de letras, intervenciones en textos e imágenes)

Poco ____ Mucho ____ Nada ____

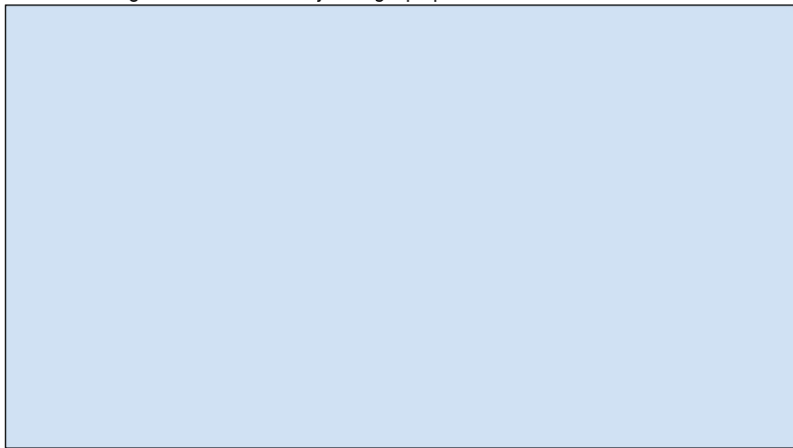
9. ¿Consideran que la aplicación de los recursos gráficos complementan la imagen de la institución?

- Nada adecuada
- Poco adecuada
- Adecuada
- Muy adecuada

10. Considera que el manejo de los colores es:

- Nada atractivo
- Poco atractivo
- Atractivo
- Muy atractivo

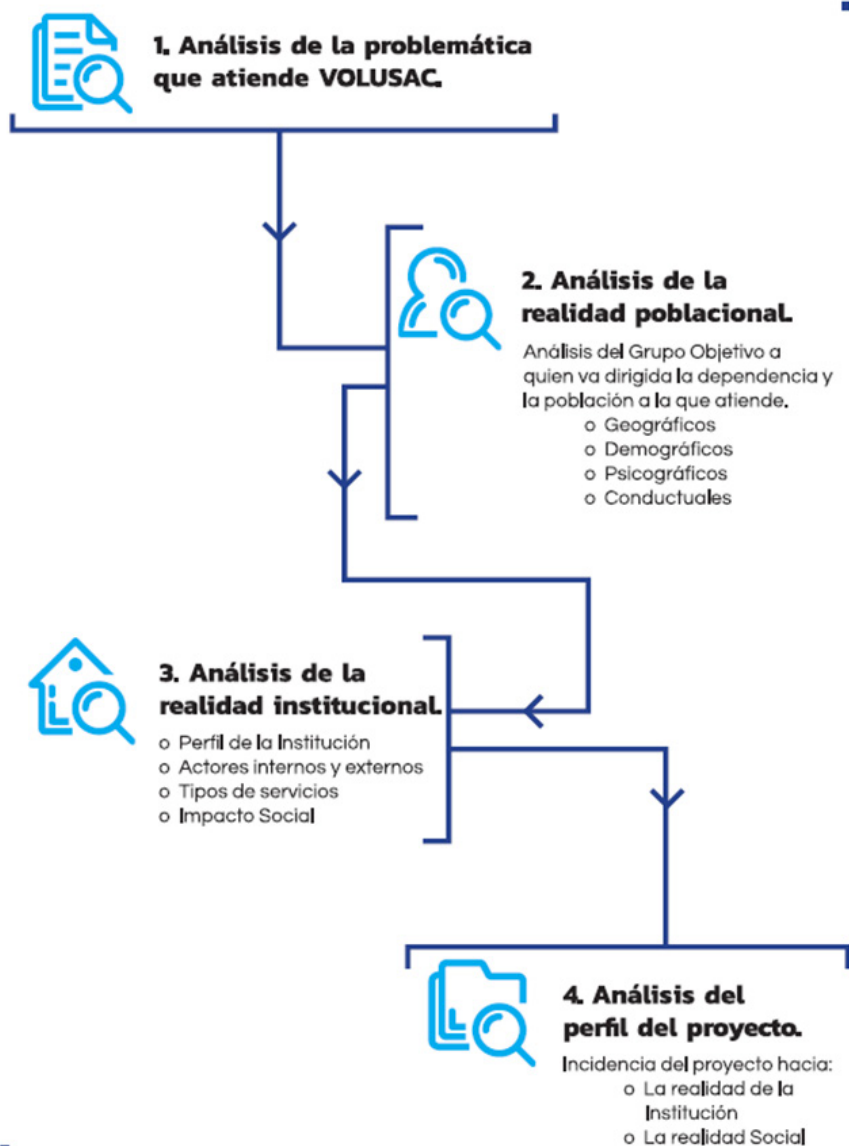
11. En el siguiente recuadro dibuje el logotipo presentado anteriormente



12. ¿Qué fue lo que más le gustó de la gráfica?

13. ¿Qué fue lo que menos le gustó de la gráfica?

PLANIFICACIÓN DE DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL



ÍNDICE

DE FIGURAS

Figura 1: Velázquez, Luis Ernesto. «Cambio En La Incidencia De La Pobreza Por Ingresos (Menos De 4 Dólares Por Día) (En Puntos Porcentuales Y En Millones De Personas) En América Latina, 2003-2013.» Desarrollo Humano. Guatemala, 18 De Octubre De 2017.

Figura 2: Organigrama de Bienestar Estudiantil. VOLUSAC Presentación Institucional. Guatemala, 2019.

Figura 3: Logotipo Antiguo.

Figura 4: Logotipo Actual de VOLUSAC

Figura 5: Publicaciones para medios digitales. Volusac. Facebook. 2019. https://scontent.fgua2-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/57226267_2701169293231778_278884888092868608_n.jpg?_nc_cat=103&_nc_ht=scontent.fgua2-1.fna&oh=c589f6354343af9babe7cf23512dc6d&oe=5d42447b (Último Acceso: 06 De Abril De 2019).

Figura 6: Publicaciones para medios digitales. Volusac. Facebook. 2019. https://scontent.fgua2-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/57226267_2701169293231778_278884888092868608_n.jpg?_nc_cat=103&_nc_ht=scontent.fgua2-1.fna&oh=c589f6354343af9babe7cf23512dc6d&oe=5d42447b (Último Acceso: 06 De Abril De 2019).

Figura 7: Publicaciones para medios digitales. Volusac. Facebook. 2019. https://scontent.fgua2-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/57226267_2701169293231778_278884888092868608_n.jpg?_nc_cat=103&_nc_ht=scontent.fgua2-1.fna&oh=c589f6354343af9babe7cf23512dc6d&oe=5d42447b (Último Acceso: 06 De Abril De 2019).

Figura 8: Publicaciones para medios digitales. Volusac. Facebook. 2019. https://scontent.fgua2-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/57226267_2701169293231778_278884888092868608_n.jpg?_nc_cat=103&_nc_ht=scontent.fgua2-1.fna&oh=c589f6354343af9babe7cf23512dc6d&oe=5d42447b (Último Acceso: 06 De Abril De 2019).

Figura 9: Bomberos voluntarios de Guatemala en su primera motobomba. Gabriela. Guatemala.Com. 23 De 05 De 2017. <https://aprende.guatemala.com/cultura-guatemalteca/general/historia-bomberos-voluntarios-guatemala/> (Último Acceso: 03 De 08 De 2019).

Figura 10: Experiencia de voluntariado en Nepal. (Volunteer Society Nepal 2019)

Figura 11: HeForShe Campaign. Dia Studio. <https://www.behance.net/gallery/19979177/HeForShe>

Figura 12: HeForShe Campaign. Dia Studio. <https://www.behance.net/gallery/19979177/HeForShe>

Figura 13: HeForShe Campaign. Dia Studio. <https://www.behance.net/gallery/19979177/HeForShe>

Figura 14: Arsenal Volunteers Brand Identity. Fedor Polyakov. <https://www.behance.net/gallery/20345997/Arsenal-Volunteers>

Figura 15: Arsenal Volunteers Brand Identity. Fedor Polyakov. <https://www.behance.net/gallery/20345997/Arsenal-Volunteers>

Figura 16: Arsenal Volunteers Brand Identity. Fedor Polyakov. <https://www.behance.net/gallery/20345997/Arsenal-Volunteers>

Figura 17: Give a Heart Campaign. Bryn Scott. <https://www.behance.net/gallery/44700441/Give-A-Heart>

Figura 18: Give a Heart Campaign. Bryn Scott. <https://www.behance.net/gallery/44700441/Give-A-Heart>

Figura 19: Give a Heart Campaign. Bryn Scott. <https://www.behance.net/gallery/44700441/Give-A-Heart>

Figura 20: Bocetaje 1er. Nivel. Conjunto de imágenes de bocetos realizados para el primer nivel de visualización de bocetaje.

Figura 21: Bocetaje 1er. Nivel Papelería. Conjunto de imágenes de bocetajes de papelería realizados para el primer nivel de visualización de bocetaje.

Figura 22: Validación con expertos. Fotografía de la actividad de validación con expertos.

Figura 23: Validación con expertos. Fotografía de la actividad de validación con expertos.

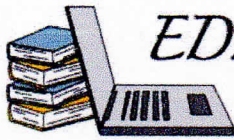
Figura 24: Mockup, bocetaje 2do nivel. Fotografías de mockups realizados con bocetos de líneas gráficas para el segundo nivel de visualización de bocetaje.

Figura 25: Validación con G.O. Fotografías de la actividad de validación con el grupo objetivo, en la etapa de presentación.

Figura 26: Validación con G.O. Fotografías de la actividad de validación con el grupo objetivo, en etapa de elaboración de la herramienta de validación.

Figura 27: Validación con G.O. Fotografías de la actividad de validación con el grupo objetivo, en etapa de elaboración de la herramienta de validación.

Figura 28: Mockup, Piezas Finales. Fotografías de mockups realizados con la línea gráfica final para presentación de artes finales.



EDICIONES TM

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 22970

Guatemala, 18 de enero 2021

MSc. Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación de la estudiante: **Claudia Gabriela Elizabeth Chacón Avila**, carné **201401438**, de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Diseño de Identidad Visual y sus lineamientos para el Programa de
Voluntariado Universitario de la Universidad San Carlos de Guatemala -
VOLUSAC-*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

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

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras

nortolmo2@gmail.com

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada 22970

Revisión de estilo

Redacción

Ortografía

**"Diseño de Identidad Visual y sus Lineamientos
para el Programa de Voluntariado Universitario
de la Universidad San Carlos de Guatemala -VOLLISAC-"**
Proyecto de Graduación desarrollado por:



Claudia Gabriela Elizabeth Crocon Avila

Asesorado por:



Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
Diseñadora Gráfica
No. Colegiado 24

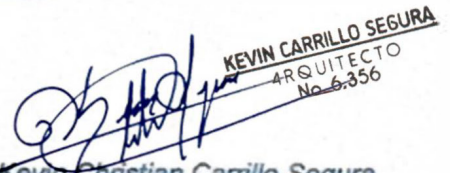


Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez

LC. **Axel Gabriel
Flores Menéndez**

DISEÑADOR GRÁFICO | NO. 6-562

Imprimase:



Arq. Kevin Christian Carrillo Segura

KEVIN CARRILLO SEGURA
ARQUITECTO
No. 6-356

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



FACULTAD DE ARQUITECTURA - USAC.
DECANO
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

