



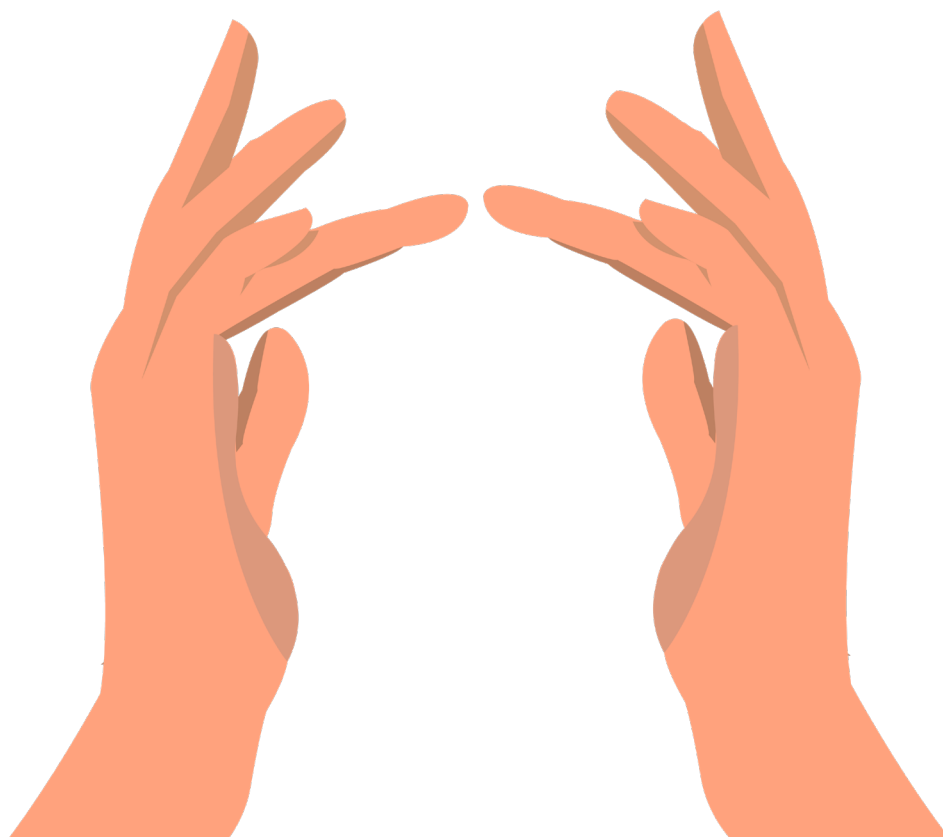
USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**DISEÑO DE ESTRATEGIA GRÁFICA DE MEDIOS DIGITALES PARA
FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y OBJETIVOS DE
ASORGUA - ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA -**

Presentado por:
María del Carmen Roca Anléu





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 ESTRATEGIA GRÁFICA DE
MEDIOS DIGITALES PARA FORTALECER LOS
PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y OBJETIVOS
DE ASORGUA - ASOCIACIÓN DE SORDOS DE
GUATEMALA -**

Proyecto desarrollado por:
María del Carmen Roca Anléu

Para optar al título de: Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto 2024

"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 DE LA JUNTA DIRECTIVA

- Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Decano
- MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque	Vocal II
- Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas	Vocal III
- Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola	Vocal IV
- Br. Laura del Carmen Berganza Pérez	Vocal V
- M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría	Secretario Académico

MIEMBROS DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

- Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Decano
- M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría	Secretario Académico
- MSc. Marco Antonio Morales	Asesor de Metodológico
- MSc. Anahí Dafne Ramírez Pérez	Asesor Gráfico -EPS-
- Lcda. Cindy Avigail Garcia Oliva	Tercera Asesora



AGRADECIMIENTO

Primeramente, le doy gracias a Dios por haberme permitido tener una educación universitaria, a mis padres Martín Roca y Rosario Anléu, a mi hermano Jose Roca, por siempre apoyarme, darme los animos y fuerzas necesarias en toda mi carrera. Especialmente a mis abuelitos, Marta Eugenia, Gustavo Adolfo, Blanca Nieves y Martín Roca, que sin su apoyo y confianza en mi en todo momento, no hubiera sido lo mismo.

A mis amigos, Luis Morazán, Ana Castro, Ximena Figueroa y Katherine Zamora, por siempre brindarme ánimos, y apoyo en todo el proceso de este proyecto y en mi carrera.

A mis compañeros por compartir estos años de estudios, a mis catedráticos por su enseñanzas durante toda la carrera y a la Universidad de San Carlos de Guatemala por brindarme la oportunidad de formarme como profesional.



ÍNDICE

Presentación

CAPÍTULO 1 **INTRODUCCIÓN** 13

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Definición del problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos del problema

CAPÍTULO 2 **PERFILES** 21

- 2.1 Perfil de la institución
- 2.2 Perfil del Grupo Objetivo

CAPÍTULO 3 **PLANEACIÓN CREATIVA** 31

- 3.1 Flujograma del proceso creativo de la pieza diseñada
- 3.2 Cronograma de trabajo del proyecto
- 3.3 Previsión de recursos y costos

CAPÍTULO 4 **DEFINICIÓN CREATIVA** 41

- 4.1 Estrategia institucional del uso de la pieza
- 4.2 Ventajas y desventajas de las piezas
- 4.3 Informe creativo o brief
- 4.4 Concepto de diseño o enfoque de comunicación
- 4.5 Premisas de diseño
- 4.6 Referentes gráficos

CAPÍTULO 5 **MARCO TEÓRICO** 65

- 5.1 Título del tema 1
- 5.2 Título del tema 2

CAPÍTULO 6 **NIVELES DE VISUALIZACIÓN** 99

- 6.1 Nivel 1 y autpevaluación
- 6.2 Nivel 2 y coevaluación
- 6.3 Nivel 3 y validación

CAPÍTULO 7 **PRESENTACIÓN COMPLETA DE LA PIEZA DISEÑADA** 123

- 7.1 Fundamentación de la pieza
- 7.2 Presentación completa de la pieza diseñada
- 7.3 Costos de diseño gráfico
- 7.4 Costos de reproducción de la pieza
- 7.4 Entrega de artes finales y prototipos a la institución

CAPÍTULO 8 **ETAPA SÍNTESIS** 143

- 8.1 Lecciones aprendidas
- 8.2 Conclusiones
- 8.3 Recomendaciones

ANEXOS 151

BIBLIOGRAFÍA 165

PRESENTACIÓN

Este es un informe que describe y narra el desarrollo del proyecto de graduación realizado en el año 2022.

El proyecto de graduación es la fase final de la licenciatura que permite certificar el nivel académico alcanzado por los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Esta sistematización o informe del proyecto a desarrolla en las siguientes capitulos:

- 1. Introducción**
- 2. Perfiles**
- 3. Planeación Creativa**
- 4. Definición Creativa**
- 5. Marco Teórico**
- 6. Niveles de Visualización**
- 7. Presentación completa de la pieza diseñada**
- 8. Etapa Síntesis**
- 9. Bibliografía**
- 10. Anexos**

Este proyecto fue realizado para la institución ASORGUA (Asociación de sordas de Guatemala), esta institución se dedica a desarrollar de creacion de programas y proyectos, con la finalidad de apoyar a las personas con discapacidad auditiva.

En este informe se presenta, principalmente, información respecto al proceso de producción gráfica que consistio en desarrollar desde el concepto creativo, insight, bocetos y desarrollo de la estrategia de comunicación para redes sociales de ASORGUA.



Capítulo

01

INTRODUCCIÓN



1.1 Antecedentes

Según el Perfil Sociodemográfico de la Población con Discapacidad en Guatemala (2006), la prevalencia total de discapacidad, en ese entonces, era de 4 %; de la cual el 18.1 % era discapacidad auditiva. Según el Censo 2018, realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE-, alrededor del 3 % de la población mayor de 4 años presentaba dificultades para oír, con aparatos.

En 2016, se realizó la II Encuesta Nacional de Discapacidad en Guatemala (ENDIS 2016), la cual presenta información más específica al respecto. El informe indica que la prevalencia general de discapacidad en los participantes fue de 10.2 %; y que el 31 % de todos los hogares en Guatemala incluían al menos una persona con discapacidad. Este informe también indica que el estimado de prevalencia (combinado) de personas con deficiencia de la audición fue del 4.0 % en adultos mayores de 18 años, y del 0.6 % en niños y niñas entre 2 y 17 años. Otro dato que arrojó la encuesta fue la prevalencia clínica de la deficiencia auditiva, siendo esta de 2.4 %; distribuyéndose en moderada (38 %), severa (35 %) y sordera profunda (27 %).

Desde 2016, se observó cómo la comunidad sorda en un esfuerzo importante, con el apoyo de organizaciones como el Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad -CONADI, trabajó en una propuesta de ley que busca la inclusión y el respeto a sus derechos a través del reconocimiento oficial de la lengua de señas de Guatemala.

En septiembre de 2019, este anteproyecto fue nuevamente conocido en el congreso bajo la Iniciativa 5603 para ser finalmente aprobada el 28 de enero de 2020, como el Decreto 3-2020, ley que reconoce y aprueba la lengua de señas de Guatemala, -LENSEGUA-.

Dicha propuesta es considerada por distintas organizaciones como avance en favor de la inclusión de las personas con discapacidad auditiva, por ello el 20 de septiembre de este año 2022, la Comisión de Educación, Ciencia y Tecnología que preside el diputado Félix Ovidio Monzón, emitió dictamen favorable.



El mismo fue integrado mediante una mesa técnica que permitió conocer el punto de vista de distintas organizaciones.

Dicha propuesta formula mecanismos para mejorar la comunicación de las personas sordas y concientizar a la comunidad oyente respecto a su importancia, en distintos países a nivel latinoamericano ya se cuenta con un marco legal sobre el tema, lo cual enfatiza la necesidad de impulsar esta ley en Guatemala.

Otra de las propuestas promovidas por el Congreso es la iniciativa 5529, Ley para el Fomento de Trabajo, Empleo y Emprendimiento para personas con Discapacidad, sin embargo con la iniciativa 5603, Lensegua, se lograría el fortalecimiento de la educación para el desarrollo. Existe un reglamento al Decreto 135-96 Ley de Atención a las Personas con Discapacidad, el cual apoya y da importancia a las personas con discapacidad. ¹

1 “La comunidad sorda y el acceso a la salud en Guatemala — GRC-Salud”. GRC-Salud. Consultado el 3 de mayo de 2022. <https://www.grc-salud.com/blog/comunidad-sorda-y-acceso-a-la-salud>.



1.2 Delimitación del problema

La institución cuenta con redes sociales, tanto Facebook como Instagram. Pero no cuentan con ninguna persona encargada de publicar los artes e información; se publica en diferentes momentos, con el artes diferentes (sin diseño específico que caracteriza a la institución.

La falta de recursos y artes en redes sociales ha limitado la comunicación y conectividad con su grupo objetivo en sus redes sociales, y han logrado tener 14 mil seguidores en Facebook.

Poseen manual de marca, que se creó hace 2 años como proyecto de graduación de parte de una estudiante de diseño gráfico. A pesar de tener un manual de marca de la institución, no la utilizan de la manera adecuada en sus publicaciones en sus redes sociales.

El problema que poseen en la actualidad, debido a la pandemia es muy difícil poder comunicar de mejor manera sus capacitaciones, cursos de lenguaje de señas, y poder comunicarse. No poseen ninguna línea gráfica que se pueda distinguir que el arte sea de ASORGUA.



1.3 Justificación

Trascendencia del Proyecto

ASORGUA desarrolla programas y proyectos, con finalidad de poder apoyar a las personas con discapacidad auditiva, en diferentes áreas: educativa, salud y laboral. Tomando en cuenta las necesidades de cada individuo, de esta manera poder adecuar una ayuda adecuada, y realizar acciones de reactivación social.

Con el apoyo de la estrategia de comunicación gráfica en medios digitales, podrán comenzar a comunicar de mejor manera los cursos, los beneficios y sus actividades que realizan. Luego se podrá lograr un mayor reconocimiento en redes sociales, y la gente podrá identificar la institución solamente con sus publicaciones, ya que tendrá una línea gráfica.

ASORGUA al tener una línea gráfica, y una manera más fácil de comunicar sus cursos, les facilitará el tiempo que les lleva informar a las personas sobre sus cursos, y atraer más personas, que son el 4% aproximadamente de los guatemaltecos.

Incidencia del proyecto

La incidencia del diseño gráfico en este proyecto será apoyar en la creación de esta estrategia de comunicación en redes sociales, con correcto manejo de colores, tipografías y patrones, que a corto ayudará a que las personas logren identificar la asociación con sus artes.

La paleta de colores y la tipografía que se utilizará, será conforme al manual de marca utilizado. Se ilustrarán señas, letras, imágenes las cuales serán atractivas y entendibles al grupo objetivo

Luego se creará una guía de la utilización correcta de la redes sociales, de esta manera, se les ayudará a que sigan de la misma manera en sus publicaciones y poder llegar a más gente y comunicarles sobre los cursos e incentivar a que los tomen.



Factibilidad del proyecto

El proyecto planteado es viable y posible de ejecutar, ya que la institución cuenta con redes sociales, bastantes seguidores en ellas y un manual de marca, el cual guiará en el proceso de crear los artes. La institución está en disposición de poder ayudar en el proceso de la ejecución del proyecto, ya que necesitan poder aumentar la interacción con su grupo objetivo y que la gente apoye.

La proyectista creará las piezas ofrecidas para poder apoyar a la institución, desde la investigación de la institución, su grupo objetivo y sus necesidades. Al crear la línea gráfica de redes sociales, se apoyará a la institución para su comunicación acertada y funcional hacia su grupo objetivo. Con el instructivo de como utilizar las redes sociales, brindare un apoyo, ya que no poseen ninguna guía o persona encargada.

La Universidad de San Carlos de Guatemala aportará una asesoría personalizada a la estudiante, para lograr un proyecto de alto nivel, que beneficie de manera significativa a ASORGUA.



1.4 Objetivos

Objetivo General

Apoyar a la comunicación y difusión de proyectos de AS-ORGUA, a través del desarrollo de una estrategia de comunicación gráfica, buscando la dignificación de personas Sordas en las áreas de educación, trabajo, acceso a la justicia y apoyo en salud.

Objetivo específico de diseño

Desarrollar material gráfico el cual facilite la comunicación asertiva de ASORGUA hacia su grupo objetivo, para brindar un apoyo, valoración y conocimiento sobre todos los cursos y proyectos que emprende la asociación a beneficio de las personas Sordas.

Objetivo de comunicación institucional

Diseñar una estrategia de comunicación para medios sociales, para lograr que el grupo objetivo logre identificar la institución, sus cursos y proyectos a favor de las personas Sordas.

Capítulo

02

PERFILES

Para la realizar un proyecto realmente eficaz y de manera correcta, es necesario poder realizar un análisis tanto de la institución como del grupo objetivo. En este capítulo se encontrarán información tanto como de la institución y grupo objetivo, la misión, visión, antecedentes, etc.

2.1 Perfil de la Institución

En este capítulo se hablará sobre la institución ASORGUA, sus antecedentes, su misión, visión y sus objetivos.

Antecedentes de la institución ASORGUA

ASORGUA es una institución que fue fundada por Elisa Molina de Stahl, en el año 1994. Con 28 años de trayectoria, ASORGUA ha emancipado la discapacidad auditiva, ayudándolos, dándole oportunidades tanto en área educativa, salud y laboral.

Poseen cursos de lenguaje de señas, interpretaciones de lenguaje de señas, capacitación en sensibilización, educación y salud preventiva de la discapacidad auditiva y Promoción laboral.

Filosofía de la institución

Misión

Somos una institución que impulsa acciones para las personas Sordas, con el propósito de trabajar en programas y proyectos en áreas de educación, salud, situación laboral y recreación, para el beneficio de este sector de la población, generando así su inclusión social.

Visión

Ser una organización representativa de las personas Sordas a nivel nacional, facilitadora de procesos para el apoyo mutuo y solidaridad que permita el logro de una vida plena a las personas sordas.

Valores

1. Respeto
2. Confianza
3. Responsabilidad
4. Servicio
5. Justicia

Objetivo General de la institución:

Desarrollar programas y proyectos para la dignificación de las personas Sordas en las áreas de educación, trabajo, acceso a la justicia y apoyo en salud.

Objetivo Específicos de la institución:

1. Establecer vínculos institucionales para trabajar en concordancia con la Convención Sobre los Derechos de las personas con discapacidad.
2. Promover la lengua de señas de Guatemala, como única herramienta de inclusión social para las personas Sordas
3. Implementar guías, programas y proyectos en las instituciones públicas, para el acceso a los servicios de las personas Sordas.

Áreas de cobertura geográfica:

- Ciudad Vieja
- Antigua Guatemala
- Ciudad capital de Guatemala
- San Lucas
- Muxbal
- Carretera del Salvador
- Chiquimula

Poblaciones meta:

Ciudad de Guatemala:

16.86 millones de personas existen en Guatemala aproximadamente, y según estadísticas del 2018, aproximadamente el 4% de la población guatemalteca presenta problemas auditivos, de cualquier nivel.

Cultura comunicacional gráfica

ASORGUA posee 2 redes sociales, las cuales son: Facebook e Instagram.

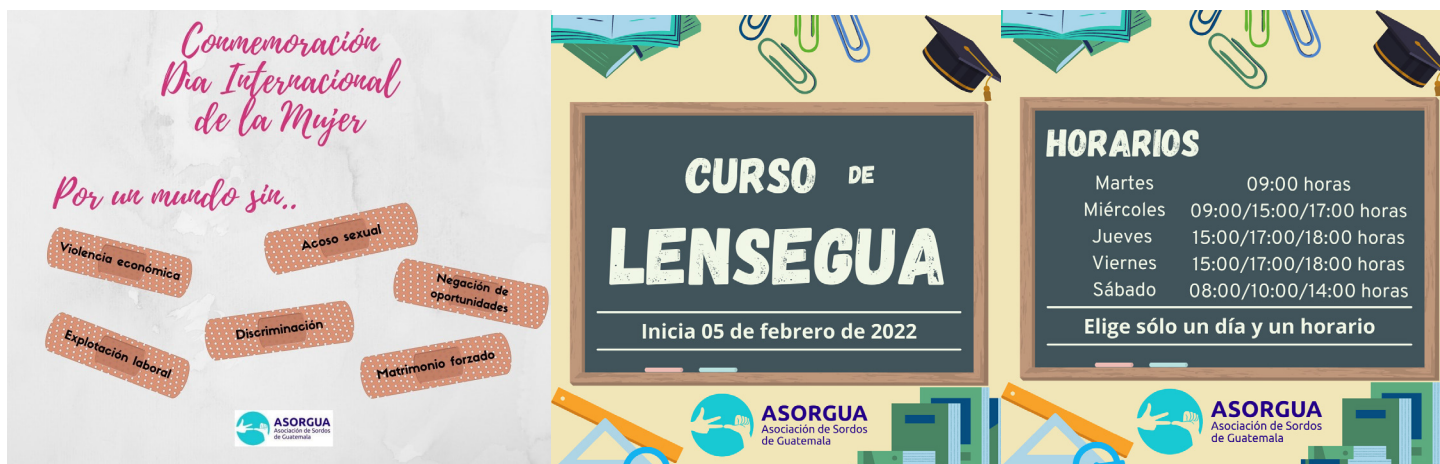
En el 2020 una estudiante de diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala les creó su manual de marca el cual contiene lineamientos de utilización de colores, tipografías, tamaños y el uso correcto de su logo.

Lastimosamente, la institución no posee área de diseño, ni de community manager (o en cargo/a de redes sociales). Esto conlleva a que en las redes sociales no se aplique de ninguna manera este manual, ni ninguna regla al momento de realizar las publicaciones.

ASORGUA publica tanto en Facebook como en Instagram, mayormente sobre las actividades donde ellos están presentes como interpretes o los cursos que ellos dan a las personas con problema auditivo o personas que desean aprender lenguaje de señas.

Reciben ayuda de otras instituciones no gubernamentales extranjeras que tratan el mismo problema social de la desigualdad, e inclusión de personas con problema auditivo. Por ejemplo: la Asociación de Intérpretes de Guatemala, la Federación Mundial de los Sordos, Visualiza Inclusiva, Asociación Danesa de Personas con discapacidad, etc.

En estas imágenes tomadas del Facebook de la institución, podemos apreciar que no se cuenta con una línea gráfica unida, con una paleta de colores designada, ni tipografía, tal como esta en su manual de marca.



2.2 Perfil del Grupo Objetivo

En este capítulo se hablará sobre el grupo objetivo a la cuál se dirige la institución como el proyecto.

Características Sociodemográficas

ASORGUA se centra mayormente en personas de la ciudad de Guatemala- Guatemala, pero también atiende eventos o personas de:

- Antigua Guatemala
- Chiquimula
- San Lucas

“Según la Organización Mundial de la Salud, OMS (OMS, 2013), 360 millones de personas padecen de alguna discapacidad auditiva en Guatemala, lo que equivale a un 5% de la población mundial. De ellas, 165 millones son personas de más de 65 años, lo que equivale a 45.8%; esto implica que una de cada tres personas mayores de 65 años sufre algún tipo de deficiencia auditiva.”

2

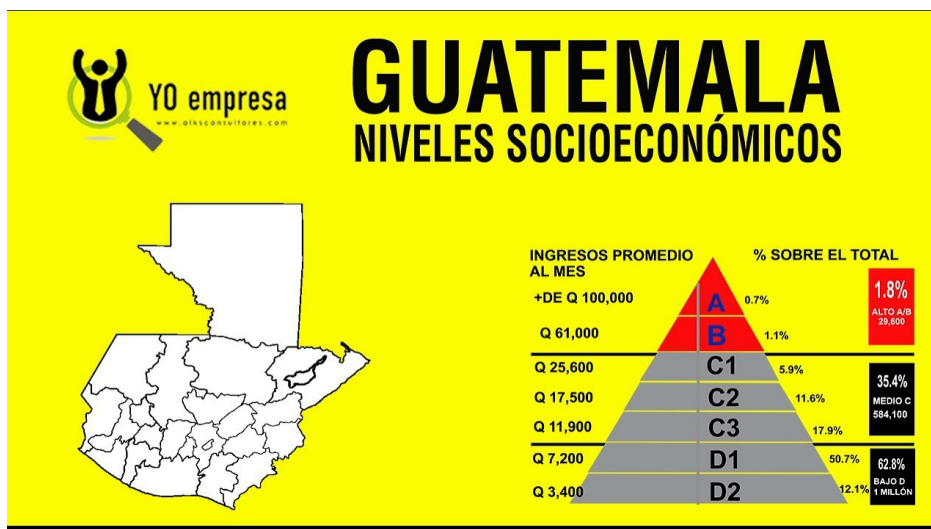
Características Socioeconómicas

El grupo se caracteriza por un nivel socioeconómico D2-Q3,400.00 al mes

Guatemala tiene 7 niveles socioeconómicos donde el nivel más alto es el A, donde ganan desde más de Q100 mil al mes, y el mínimo es el D2, donde se gana mínimo Q3,400 al mes.

“La pobreza aumentó levemente del 45,6 por ciento de la población al 47 por ciento en 2020. Se estima que sin los programas de protección social la pobreza habría aumentado de tres a cuatro veces más en Guatemala. Se prevé que la pobreza disminuya al 45,9 por ciento en 2021.

Se espera una fuerte recuperación para Guatemala, con un crecimiento del PIB de 5.1 por ciento en 2021 y 4.1 por ciento en 2022. Los riesgos persisten, particularmente dada la incertidumbre de la pandemia. La variante Delta provocó un aumento de nuevos casos durante el tercer trimestre de 2021 y para septiembre solo el 15 por ciento de la población había sido completamente vacunada. Si la crisis de salud pública vuelve a empeorar, la recuperación económica podría verse afectada.”³



3 “Guatemala Panorama general”. World Bank. Consultado el 5 de mayo de 2022. <https://www.bancomundial.org/es/country/guatemala/overview#1>

Características Psicográficas

Hombres y mujeres de 5 a 50 años. en toda la ciudad de Guatemala.

“Según un informe basado en la encuesta nacional de discapacidad en Guatemala ENDIS, en el 2016, el estimado de prevalencia (combinado) de personas con deficiencia de la audición fue del 4.0 % en adultos mayores de 18 años, y del 0.6 % en niños y niñas entre 2 y 17 años. Otro dato que arrojó la encuesta fue la prevalencia clínica de la deficiencia auditiva, siendo esta de 2.4 %; distribuyéndose en moderada (38 %), severa (35 %) y sordera profunda (27 %).”⁴

La mayoría de personas en Guatemala, entre la edad de 18 a 55 años de edad, muestra síntomas de sordera; pero los problemas auditivos pueden venir desde pequeños.

En nivel académico, la mayoría de personas logran estudiar un nivel escolar, apoyados por una interprete, que mayormente es su hermana o algún padre.

Para poder trabajar, las personas con problemas auditivos tienen que aprender a leer labios, ya que Guatemala no cuenta con muchos lugares con inclusión, donde se utilice el lenguaje de señas y esto conlleva a que la mucha población joven sorda de Guatemala, dependan del ingreso de sus padres, ya que les es bastante imposible salir a trabajar por su cuenta.



Lugar y momento en los que la institución y el grupo objetivo se encuentran

ASORGUA cuenta con 6 voluntarios en su institución, una junta directiva y personas que asisten a la institución. Por la pandemia han comenzado a tener que realizar sus cursos, o reuniones de manera virtual. Lo cual muchas veces dificulta la comunicación con ellos, ya que son personas con dificultad auditiva.

El grupo objetivo es de la ciudad de Guatemala la mayoría son personas de diferentes niveles discapacidad auditiva, y manejan redes sociales, y estas son las únicas vías de comunicación activas que poseen entre ambos.

Las personas con problemas auditivas, buscan oportunidades de trabajar o estudiar, pero no les es posible por el hecho de no contar con instituciones que tengan programas o conocimientos inclusivos que los hagan parte de su organización de manera

El 11 de junio del 2021 se publicó el reglamento de Ley que Reconoce y Aprueba la Lengua de Señas de Guatemala -LENSEGUA-, Acuerdo Gubernativo 121-2021, el cual entró en vigor al día siguiente de su publicación. La finalidad del reglamento es la de regular las acciones, certificaciones y mecanismos que el Ministerio de Educación debe realizar para que se garantice el derecho a la enseñanza y aprendizaje de la lengua de señas de Guatemala, que se encuentra contenido en la Ley que Reconoce y Aprueba la Lengua de Señas de Guatemala, decreto 3-2020 del Congreso de la República.

Capítulo

03

Planeación Operativa



En cualquier proyecto es necesario tener claro el flujo de trabajo que se llevará, los pasos, o a la manera en la cual se trabajará hasta llegar al producto final. Aquí se representa de manera gráfica como se planea llevar este proyecto.

3.1 Flujoograma del proceso creativo de la pieza diseñada

Este capítulo es donde se realizará el plantamiento del método de trabajo y la organización del proyecto lo cuál ayudará a asegurar el trámite y procesos. Es necesario poder planear bien la ejecución de todas las fases, con toda las actividades y tareas correspondientes y necesarias.

INICIO:

Diseño de estrategia gráfica en redes sociales para fortalecer los procesos de comunicación de ASORGUA -Asociación de Sordos de Guatemala- hacia su grupo objetivo

Visito a la institución

Reunión con la junta directiva o con las personas encargadas, vía Zoom o Meet. Ya que no reciben personas en manera presencial.

Quedar de acuerdo con las necesidades y los problemas de la institución, de manera gráfica, de comunicación visual.

Recopilación de información sobre las actividades y comunicación de ASORGUA.

Se establecen cuales son las posibles piezas gráficas a trabajar, tomando en cuenta la línea gráfica y necesidades de ASORGUA.

Insumos:

Cuadernos- lapiceros -
computadora - internet

Tiempo:

-Comunicación a la institución:
2 horas
- Recopilar información: 1 hora
Recopilación y ordenar
información: 2 horas

Total: 5 horas

Costos:

-Gasolina
- Compras de librería: Q20
-Internet: Q20 por hora= Q40

Definición del concepto creativo

Recolectar la información y analizarla.

Utilizar una herramienta de investigación y evaluación.

Crear una lluvia de ideas sobre conceptos.
Elegir un concepto creativo.

Crear o definir un insight.

Defenir un plan de acción, de ese concepto e insight.

Utilizar las herramientas de investigación, para poder validar el concepto e insight a la institución o al Grupo Objetivo para la validación

Insumos:

Cuadernos- lapiceros -
computadora - internet

Tiempo:

-Recolectar información: 2 horas
-Creación de herramientas de investigación: 2 horas
-Lluvia de ideas y elección de concepto: 2 horas
-Creación de insight: 1 hora
-Definir un plan de acción: 1 hora
Utilización de herramientas de invetigación: 4 horas

Total: 12 horas - 4 horas por 3 días

Costos:

-Uso de la computadora: Q15 por día- Q45
-Uso de internet: Q20 por hora- Q240

Total: Q285

Nivel de producción gráfica 1

Crear una estrategia de conceptualización utilizando diferentes métodos de investigación.

Validar las herramientas de investigación.

Realizar los cambios recopilados de la validación

Comenzar a realizar los bocetos de diseño.

Insumos:

Cuadernos - Lapiceros -
Computadora -internet

Tiempo:

-Creación de estrategia: 4 horas
-Validar las herramientas: 4 horas
-Realizar los cambios del concepto: 3 horas
-Comenzar a realizar los bocetos: 7 horas

TOTAL: 18 horas- 6 horas diarias por 3 días

Costos:

-Uso de la computadora: Q15 por día - Q45
-Uso de internet: Q20 por hora - Q360

TOTAL: Q405

Autoevaluación

Presentar los conceptos creativos y justificarlos.

Evaluar la línea gráfica y propuestas de bocetajes realizados.

Tabular los resultados obtenidos.

Realizar correcciones basado en los resultados.

Insumos:

Cuadernos – Lapiceros –
Computadora - internet

Tiempo:

-Evaluar la línea gráfica: 4 horas
- Tabular los resultados: 4 horas
- Realizar correcciones: 4 horas
TOTAL: 12 horas – 4 horas por
3 días

Costos:

-Uso de la computadora: Q15
por día – Q45
-Uso de internet: Q20 por hora
- Q240

TOTAL: Q295

Evaluación

Evaluación de piezas con el asesor:

De los conceptos creativos.

Bocetos y línea gráfica seleccionada.

Presentación de propuesta a ASORGUA.

Insumos:

Cuadernos – Lapiceros –
Computadora - internet

Tiempo:

-Evaluación de piezas : 3 horas
-Evaluación de conceptos: 2
horas
-Evaluación de bocetos: 1 hora
-Presentación de propuestas: 2
horas

**TOTAL: 8 horas – 4 horas 2
días**

Costos:

-Uso de la computadora: Q15
por día – Q30
-Uso de internet: Q20 por hora
- Q160

TOTAL: Q190

Nivel de producción gráfica 2

Digitalización de la piezas.

Propuestas de paleta de colores.

Maquetación de los materiales editoriales.

Pruebas de impresión, para visualizar colores
y tamaño

Insumos:

Cuadernos – Lapiceros –
Computadora - internet

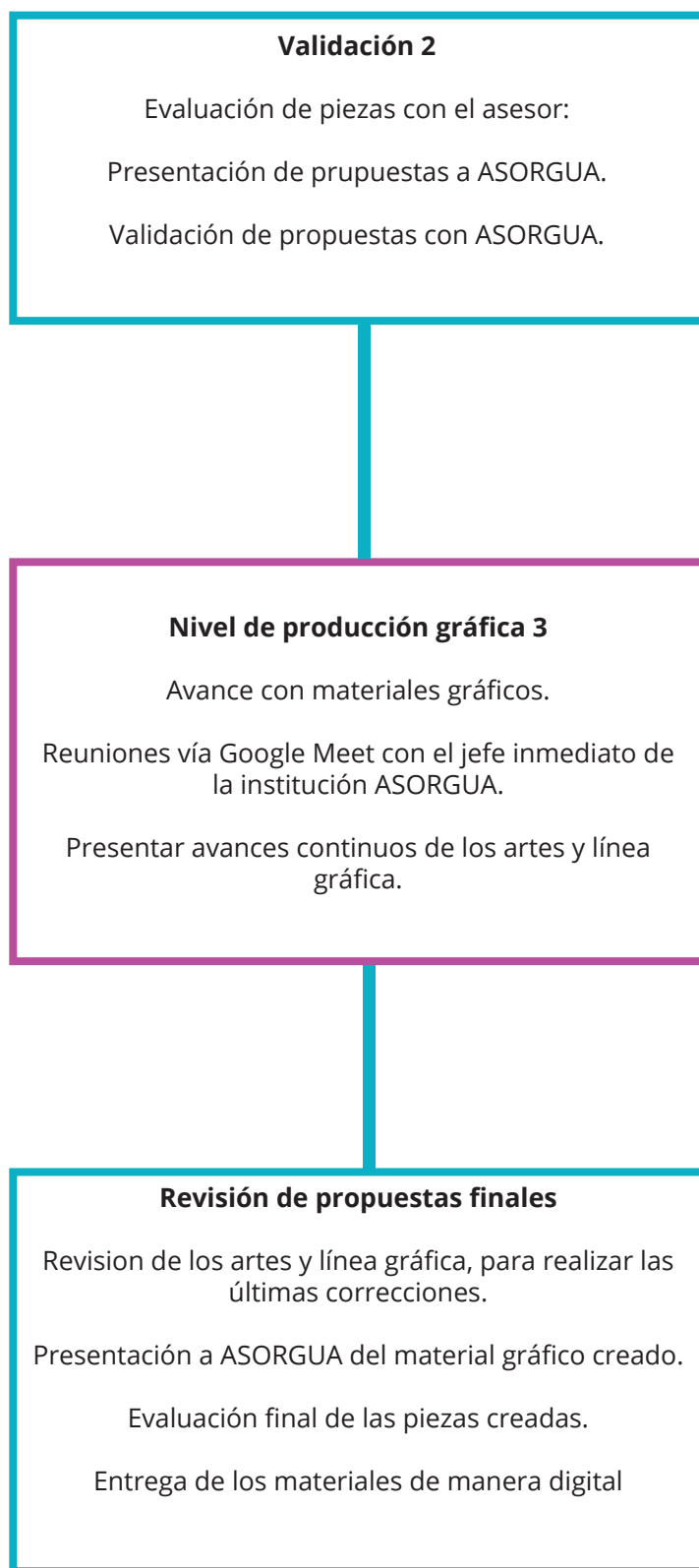
Tiempo:

-Digitalización y maquetación:
5 horas diarias, por 5 días – 20
horas
-Propuesta de colores: 1 hora
-Prueba de impresión: 6 horas
TOTAL: 28 horas – 4 horas por
7 días

Costos:

-Gasolina: Q50
-Uso de la computadora: Q15
por día – Q105
-Uso de internet: Q20 por hora
- Q400

TOTAL: Q555

**Insumos:**

Cuadernos – Lapiceros –
Computadora - internet

Tiempo:

-Evaluación de piezas : 3 horas
-Evaluación de conceptos: 2 horas
-Evaluación de bocetos: 1 hora
-Presentación de propuestas: 2 horas

TOTAL: 8 horas – 4 horas 2 días

Costos:

-Uso de la computadora: Q15 por día – Q30
-Uso de internet: Q20 por hora
- Q160

TOTAL: Q190

Insumos:

Cuadernos – Lapiceros –
Computadora - internet

Tiempo:

-Elaboración de materiales: 4 horas diarias, por 6 días- 24 horas
-Reunión de presentación de artes vía virtual: 4 horas

TOTAL: 28 horas – 4 horas por 7 días

Costos:

-Uso de la computadora: Q15 por día – Q105
-Uso de internet: Q20 por hora
Q560

TOTAL: Q665

Insumos:

Cuadernos – Lapiceros –
Computadora – internet- transporte

Tiempo:

-Revisión de materiales: 6 horas
-Presentación de los materiales: 3 horas
-Evaluación final: 5 horas
-Impresión de los materiales: 6 horas
TOTAL: 20 horas- 5 horas por 4 días

Costos:

-Gasolina: Q100
-Uso de la computadora: Q15 por día – Q45
-Uso de internet: Q20 por hora
- Q400

TOTAL: Q545

Presentación de artes finales

Reunion virtual con el jefe inmediato de ASORGUA, los directivos de la Escuela de Diseño Gráfico.

Entrega final del material digital y editorial a la institución, de manera virtual.

Insumos:

Cuadernos – Lapiceros – Computadora
– internet- transporte

Tiempo:

-Presentación final: 2 horas
- Entrega final: 2 horas
TOTAL: 4 horas

Costos:

-Gasolina: Q50
-Uso de la computadora: Q15 por día
– Q15
-Uso de internet: Q20 por hora - Q80

TOTAL: Q145

**Finalización del proyecto de EPS,
realizado con ASORGUA**

Tiempo total aproximado:

143 horas

Costos Aproximados:

Q3,335.00



3.2 Cronograma de trabajo del proyecto de graduación

Es importante que se deba llevar un calendario de trabajo para medir tiempos y ver que tan efectivo es el método de diseño que estamos utilizando, y si debemos apurarnos, o hacerlo de mejor calidad utilizando el tiempo que tengamos. Aquí se representa una idea de como se pretende llevar a cabo el proyecto, con tiempos estimados.



OCTUBRE						
D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



Validación:
Fase 2



**Correcciones del
feed back de la
validación fase 2**



**Nivel de producción
gráfica 3:**
Propuestas finales



**Evaluación y
correcciones fase 3:**
Artes finales



Desarrollo:
Artes finales

NOVIEMBRE						
D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			



Entrega:
Artes finales



**Presentación EPS
a Institución**

3.3 Previsión de recursos y costos

Todo proyecto tiene costos, y este no es la excepción, a pesar que no se le cobrará al cliente, se debe de tener en cuenta cuánto presupuesto estaríamos donando a la institución. Y al hacer esta tabla de costos, también podemos saber cuánto cuesta nuestro trabajo como diseñadores.

Actividad	Mano de obra		Costo
	Precio	Mensual	
Pagos fijos mensuales			
Agua	150	3	450
Luz	196	3	588
Internet	271	3	813
Celular	300	3	900
Depreciación de laptop	100	3	300
Adobe	113	3	339
Materiales de oficina	50		50
Subtotal			3440
Viáticos			
Gasolina para reuniones	200	3	600
Comida	300	3	900
Subtotal			1500
Imprevistos			
Comida/café	200		200
Gasolina extra	200		200
Composición de laptop	200		200
Subtotal			600
Total			Q5,540

Con la información de los cronogramas y flujogramas se puede tener una idea más clara de cómo se realizará el proyecto, las fases que tendrá y el tiempo que llevará realizar el proyecto. Cada proceso conlleva planificación, tiempo y utilización de materiales; para tener un control de todo lo utilizado, y tener un costo al final del proyecto; es necesario poder inventariar y dividir estos materiales, el tiempo destinado para cada parte del proyecto.

Capítulo

04

Definición Creativa

La definición creativa es una etapa o momento donde se comienza a ver cómo se resolverá el problema planteado de comunicación visual de la institución. Tomando como base toda la información que se obtuvo en la investigación diagnóstica, sobre el grupo objetivo. Todo esto para poder crear un diseño más acorde a nuestro grupo objetivo y sus gustos.

4.1 Identificar ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar

Como cualquier proyecto, las piezas diseñadas pueden tener ventajas y desventajas, como diseñador es importante saber identificar lo bueno como lo malo. Tanto para poder mejorar los puntos débiles o encontrar nuevas propuestas o soluciones.

Según la investigación diagnóstica, se realizó un análisis previo, de qué proyectos podrían beneficiar a la institución y cuáles serían sus ventajas y desventajas.

Propuestas	Ventajas	Desventajas
1. Estrategia de comunicación con el grupo objetivo -Manual instructivo de como manejar las redes sociales - Creación de plantillas para redes sociales y correo para compartir información. -Creación de nuevas redes sociales, dependiendo el Grupo Objetivo: Tik-Tok o youtube.	Este proyecto, ayudará a la institución a tener un mayor alcance y comunicación con el grupo objetivo. Serán reconocidos por sus colores y artes.	Si la mayoría de personas de su Grupo Objetivo, no utiliza las redes sociales, la manera de comunicarse con ellos será de otra manera y no servirá de mucho.
2. Campaña publicitaria que dure 2 meses, donde ASORGUA pueda obtener más personas para su institución y logren encontrar más ayuda económica.	ASORGUA necesita ayuda económica para poder apoyar a la gente de su institución. Con este proyecto se darán a conocer, tanto ellos como sus necesidades.	Puede que no llegue a la gente suficiente.
3. Material educativo y folletos para las clases de lenguaje de señas, los cuales podrán ser virtuales y se podrán imprimir	Ya poseen un manual de marca, pero no lo han utilizado de manera efectiva para crear sus artes para sus clases y talleres.	Talvez, no sea lo único que necesite ser diagramado.

Después de hablar con la institución y entender realmente el problema; que es lo que necesitan, se tomaron de base los proyectos anteriormente planteados, y con ayuda de mis asesores; se propuso el siguiente proyecto, con sus ventajas y desventajas:

Ventajas	PIEZAS	Desventajas
ASORGUA dará a conocer sus servicios y cualidades de una manera atractiva visualmente, con una nueva línea gráfica personalizada, con la cuál será más fácil identificarlos.	Piezas de campaña publicitaria sobre la institución ASORGUA	Las personas que ya siguen la institución pueden no agradarles la nueva línea gráfica.
Muchas personas no conocen la institución y con esta campaña expectativa se logrará crear una buena segmentación de mercado. Y se llegará a mucha gente que sí está interesada en los cursos y apoyar a la institución.		La segmentación puede ser realizada erróneamente y la campaña puede no dar resultados.
Esta campaña publicitaria puede contener la plantilla de una página web; la cuál pueden utilizarla de una vez, o tenerla cuando tengan los fondos suficientes para financiar un dominio y host.		La segmentación puede ser realizada erróneamente y la campaña puede no dar resultados.

4.2 Descripción de la estrategia de comunicación institucional en la que se integra el proyecto

El proyecto de graduación se basará bajo la necesidad de comunicación que tiene la institución ASORGUA -Asociación de Sordos de Guatemala-. Esta institución no posee ningún encargado que supervise y vea el área de mercadeo y social media de la institución. Al tener este problema, la institución tiene problemas para poder comunicar los cursos que posee, la gente no conoce ni busca sus cursos, y mucho menos apoya económicamente como ellos necesitan.

Basándose en el problema de comunicación se realizará una campaña publicitaria en medios digitales, la cual su principal objetivo será dar a conocer a ASORGUA; sus cursos, a quienes apoya, los beneficios que cuentan sus cursos y cómo apoyarlos.

Al momento de realizar el proyecto, necesité el apoyo de la institución, para que me brinde todo el material necesario para poder crear de manera correcta la campaña publicitaria. De los materiales se necesitan; información de la institución, sus cursos, datos importantes sobre los cursos de señas, y su manual de marca. El último es muy necesario para poder crear toda la publicidad y los artes.

Se necesitó de 3 asesores, 2 gráficos y uno institucional. Todos ellos son necesarios para poder llevar el proyecto de manera correcta; teniendo un aspecto visual e informativo asertivo y correcto.

El proyecto A se realizará desde septiembre, se comenzará con la base de diseño de cada pieza que se diseñará; ya sea, video, gif, ilustración o hasta texto. Luego de que pase muchas revisiones, correcciones y, finalmente, se apruebe de parte de los 3 asesores; en enero del año 2023 se les entregará a la institución el producto final.

La institución deberá convocar una reunión con todos sus miembros para el lanzamiento de la campaña publicitaria; donde se explicará el objetivo de esta y en que consiste todo el proyecto realizado.



4.3 Previsión de recursos y costos

El brief es un resumen esencial que se le muestra al cliente, donde se describen los problemas, los objetivos y las soluciones propuestas por nosotros los diseñadores.

La creación de insights para el proyecto es de suma importancia, los insights son las verdades que nos permiten acercarnos y conocer la verdad de cómo piensan y actúan los clientes. La creación de insights ayuda a poder crear un concepto creativo, el cual se basará toda la estrategia del proyecto.

Se realizaron encuestas para conocer cómo es que piensan las personas oyentes y las personas sordas, sobre el problema de comunicación y de inclusión de Guatemala. De las encuestas realizadas sobresalieron 5 datos importantes; los cuales pueden utilizarse como insights:

¿Por qué crees que como sociedad debemos aprender lengua de señas?

26 respuestas

Para apoyar, y ser influyentes.

Porque es una forma de comunicarse con un sector de la población que necesita ser incluido en sociedad.

Porque es el camino a la verdadera inclusión.

Es un lenguaje de inclusión

Inclusion

Es importante la inclusión hacia las personas con esta discapacidad, además que debería de ser un elemento fundamental para la comunicación

Para ser inclusivos y facilitar la comunicación para aquellos que no pueden hacerlo de la misma manera que nosotros.

Hay que aprender a ser inclusivos para que se sientan parte de la sociedad

Es importante incluir socialmente a la comunidad con discapacidad auditiva, y poderles brindar como sociedad la oportunidad de desenvolverse en todos los ámbitos

Debemos aprender a comunicarnos con todos y tener empatía

Para ser más inclusivos con personas sordomudas

Para incluir a estas personas en más actividades sociales

Para poder vivir en un país inclusivo en el sentido real de la palabra y darle el trato que se merece la gente con esta capacidad diferente y poder tener una comunicación mas fluida

Debería ser parte de la cultura para poder progresar con la comunicación

Para ser empáticos con la sociedad

Porque hay más lenguas que la nuestra

Porque es una forma de comunicación básica para un sector de la sociedad

Para ser más inclusivos y que podamos crear un ambiente más seguro y amigable para todos.

Porque a veces no necesitamos la boca para comunicarnos

Para que las personas con discapacidad auditiva sientan la inclusión dentro de la sociedad y sea más fácil para ellos comunicarse en cualquier ámbito, además que les ayuda a su desarrollo personal y profesional el que las personas de su alrededor tengan conocimiento del lenguaje de señas

Para poder incluir y entender el contexto de ciertas personas

Para ser más conscientes con nuestro entorno, hay mucha gente que trabaja que no pueden hablar y al saber por lo menos lo básico podemos comunicarnos con ellos y agradecerles por su trabajo, el simple hecho de poder decirles gracias con la lengua de señas los hace sentirse incluidos y agradecidos, he podido verlo con mi hermana que sabe un poco de ello y lo ha puesto en práctica en nuestro súper local y los empleados que lo usan siempre se sienten felices al verla y poder comunicarse con ella.

Después de las respuestas del formulario, se pudo hacer una lista con todas los posibles insights que servirán para la campaña

1. Quiero poder comunicarme con las personas sordas

2. Quiero que mi empresa sea inclusiva

3. Falta mucha inclusividad en el país

4. Falta mucha inclusión en Guatemala

5. Quiero comunicarme sin problema

Se seleccionó el insight “Quiero comunicarme sin problema”. Tanto personas Sordas como oyentes, necesitamos poder comunicarnos sin problema, sin barreras y sin ninguna dificultad. Se necesita que todos los guatemaltecos podamos comunicarnos libremente.



4.3 Concepto Creativo

El etapa de creación de los conceptos creativos es de las más importantes de todo el proceso del proyecto; el concepto creativo se puede describir como una idea original, a través de la cual se logran desarrollar o expresar ideas de comunicación de manera gráfica.

Lluvia de ideas

El lenguaje sin palabras
sin palabras
lenguaje visual
lenguaje emotivo
comunicación a color
el ícono de la comunicación
ayuda inclusiva
ícono inclusivo
Comunicación inclusiva
el lenguaje de la inclusión
el lenguaje secreto
el lenguaje misterioso
La lengua no hablada
lenguaje silencioso
La tranquilidad de un lenguaje
la verdad incluyente
El lenguaje único
lenguaje exclusivo
El silencio incluyente
El silencio inclusivo
Inclusividad exclusiva

Relaciones forzadas

comunicación sin palabras
comunicación sorda
lenguaje moderno
lluvia inclusiva
mentes claras
Adaptación inclusiva
comunidad silenciosa
tiempo brillante
El silencio brillante
Lenguaje solitario
El silencio único
El lenguaje de brillante
Silencio atípico

1. El silencio inclusivo
2. Aprender para comprender
3. Silencio atípico

Primeras propuestas de conceptos

Para la creación del concepto creativo, es necesario crear varios conceptos, utilizando diferentes métodos. Luego se puede ir modificando, descartando, y ajustandolo para lograr un concepto creativo adecuado, y bueno para el proyecto.

VIVIENDO ENTRE SEÑAS

Las personas que son sordomudas tienen que aprender a vivir y a comunicarse a través de lenguaje de señas. Nosotros como comunidad oyente, debemos tomar responsabilidad social y querer ser parte de la inclusión de estas personas para poder comunicarnos con ellas, y vivir/convivir con ellos a través de las señas y así lograr comprender como viven y se comunican.

MOODBOARD



INCLUSIVIDAD EXCLUSIVA

Hoy en día las empresas y lugares desean inculcar la inclusión. Pero para poder realizar una inclusión para personas sordomudas, las empresas deben aprender lenguaje de señas y el lenguaje de señas en Guatemala es único y exclusivo para este país. La falta de inclusión hace que las empresas o lugares que lo hacen sean únicos o exclusivos.

MOODBOARD



CULTURA DE SEÑAS

Guatemala posee una lengua de señas único en el mundo. Al ser único lo convierte en algo exclusivo y lo vuelve en una cultura y manera de vivir especial para los guatemaltecos.

Como sociedad guatemalteca debemos compartir y ser parte de esta cultura, apoyar y luchar por la inclusión.

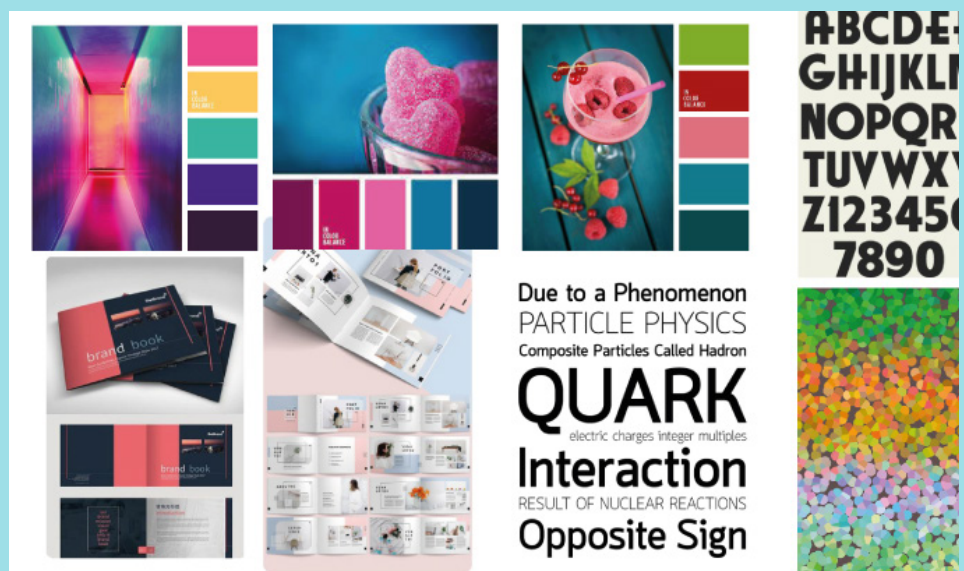
MOODBOARD



LA CHISPA DE LA INCLUSIÓN

La juventud de hoy en día debemos ser parte o ser el inicio en el cambio en la sociedad y ser los causantes de la inclusión de las personas sordo mudas. Muchos movimientos y cambios sociales solo necesitan una chispa, un inicio para comenzar.

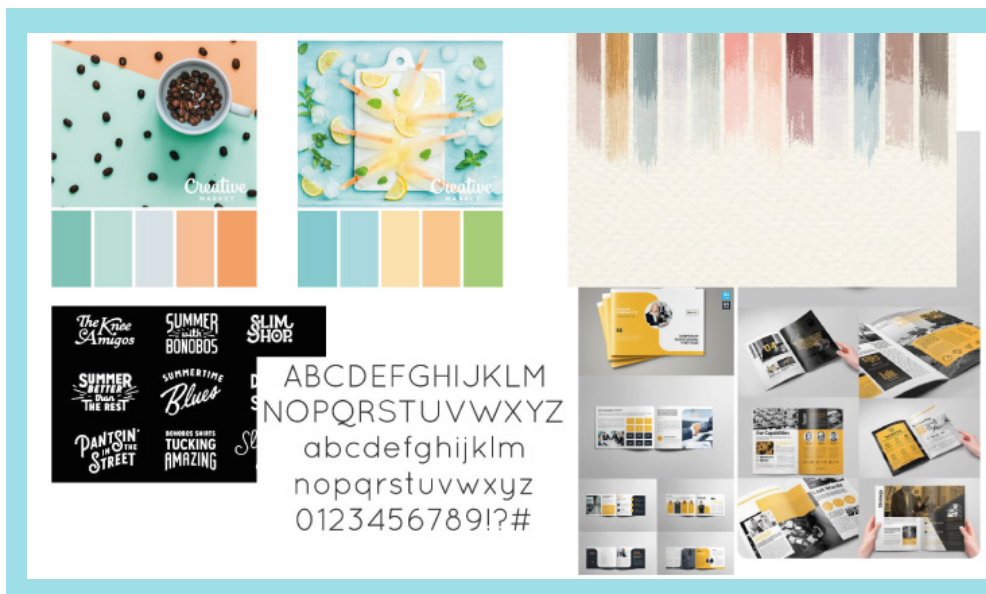
MOODBOARD



APRENDER A COMPRENDER

Muchas veces cuando nos topamos a personas sordo mudas, no sabemos como comunicarnos con ellos, muchos de nosotros deseamos poder decirles « Hola » o « feliz día ». Pero ¿Cómo podremos comprender a estas personas o simplemente poder comunicarnos con ellos si no aprendemos el lenguaje de señas? ¿Cómo podremos comprender como ellos viven, y su realidad si no aprendemos a comunicarnos con ellos?

MOODBOARD



Segunda propuestas de conceptos

Después de realizar asesorías con los asesores del proyecto, la licenciada Anahí, y ella indicó unos cambios a realizar, y se propusieron 3 conceptos más y se modificó uno. Siempre basandose en buscar impulsar la inclusión de las personas Sordas.

EL CHISPAZO DE LA INCLUSIÓN

La juventud de hoy en día debemos ser parte o ser el inicio en el cambio en la sociedad, y ser los causantes de la inclusión de las personas sordas. Muchos movimientos y cambios sociales solo necesitan una chispa, un inicio para comenzar; debemos impulsar o iniciar esa inclusividad.

MOODBOARD



Los colores seleccionados saturados y colores cálidos. Esto es debido a que el concepto de “chispa” es un concepto que emite fuego, calor y luz.

Se escogieron tipografías san serif, y bold. Para que los textos se lean de mejor manera , sean llamativos y atractivos para las personas que lean.

El tipo de diagramación es horizontal, con sistema Jerárquico, ya que se utilizaría la tipografía bold de título, en numeración. Se utilizarían retículas de múltiples columnas, para poder hacer el manual más interactivo y llamativo.

Las ilustraciones que se utilizarían para los 2 audiovisuales, serán simples, hechos con vectores y animados únicamente las manos y la boca.

VIVIENDO UNA SEÑA A LA VEZ

Para poder entender la lengua de señas de manera correcta, se debe aprender ; y para poder hacerlo lleva un proceso. Primero se aprenden el abecedario, luego se aprenden las palabras cortas, luego a saludar y de último se aprenden las frases. Todo es un proceso, cada vez se aprende una seña diferente, de esto se basa mi concepto, viviendo y experimentando una seña a la vez.

MOODBOARD



Los colores seleccionados son saturados, colores cálidos y con tonalidad roja. Se escogieron tipografías san serif. Las tipografías serán limpias, diferentes y con movimiento para simular la “vida”, que siempre tiene movimiento.

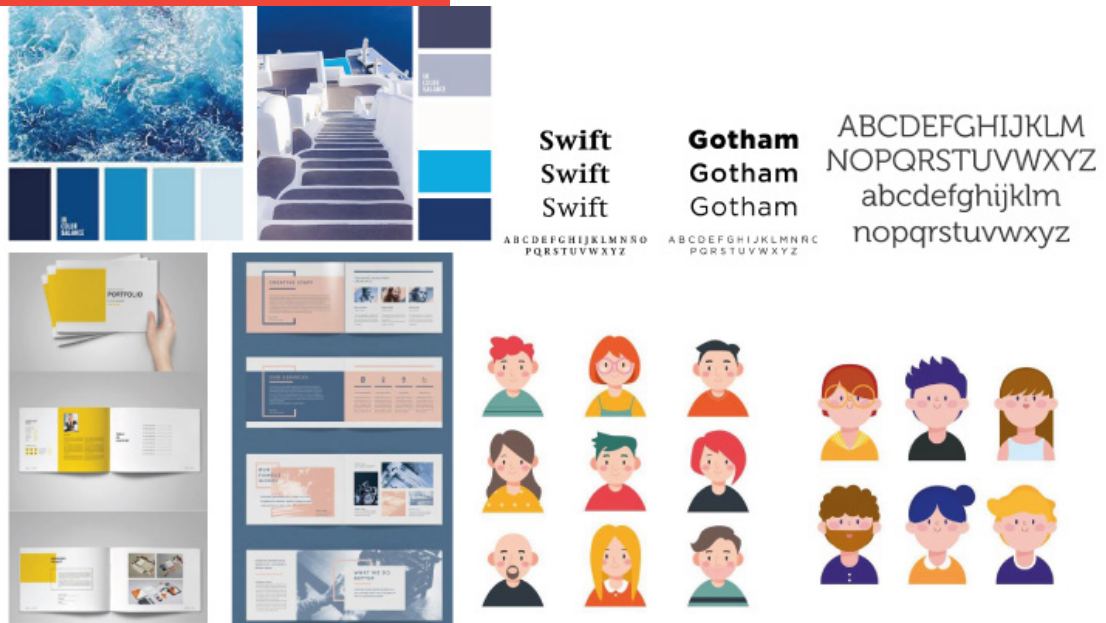
El tipo de diagramación es vertical, con retículas de múltiples columnas, los títulos irán de mayor tamaño, e igual que la numeración.

Las ilustraciones que se utilizarían para los 2 audiovisuales, serán blanco y negro, para no saturar el diseño, hacerlo más ilustrativo y lineal y las texturas que utilizaré serán líneas opacas.

INTERPRETANDO UNA VIDA

Muchas veces cuando nos topamos a personas sordomudas no sabemos como comunicarnos con ellos. Pero ¿Cómo podremos comprender a estas personas o simplemente poder comunicarnos con ellos si no aprendemos el lengua de señas?
¿Cómo podremos comprender como ellos viven, y su realidad si no aprendemos a comunicarnos con ellos?
¿Sabemos como viven ellos día a día, al comunicarse con lengua de señas?

MOODBOARD



Los colores seleccionados son saturados, colores fríos y con tonalidad azul. Se escogieron tipografías serif. Un poco circulares. El tipo de diagramación es horizontal, se utilizarán imágenes como principal recuso, para poder explicar bien las instrucciones de como usar las redes sociales.

Se utilizará una retícula de multiples columnas. Las ilustraciones que se utilizarían para los 2 audiovisuales, serán vectorizadas, la mayoría de sus facciones y objetos serán redondos, lentes, pelo, cara nariz, etc.

Se utilizarán texturas que sean círculos ya sea para el fondo como para elementos de diagramación

Concepto creativo final

Después de varias asesorías, modificaciones se seleccionó el siguiente concepto final:

CONCEPTO

EL CHISPAZO DE LA INCLUSIÓN

La juventud de hoy en día debemos ser parte o ser el inicio en el cambio en la sociedad, y ser los causantes de la inclusión de las personas sordas. Muchos movimientos y cambios sociales solo necesitan una chispa, un inicio para comenzar; debemos impulsar o iniciar esa inclusividad.

FUNDAMENTACIÓN

El moodboard de este concepto lo pueden encontrar en las páginas anteriores

Los colores seleccionados son cálidos, con saturación alta y contrastantes. Esto es debido a que el concepto de "chispa" es un concepto que emite fuego, calor y luz.

Se escogieron tipografías san serif, y bold. Para que los textos sean legibles, sean llamativos y atractivos para las personas que lean.

El tipo de diagramación es horizontal, con sistema jerárquico, ya que se utilizará la tipografía bold de título, en numeración. Se utilizarían retículas angular, para poder hacer el manual más interactivo, que invita a acción y es más llamativo.

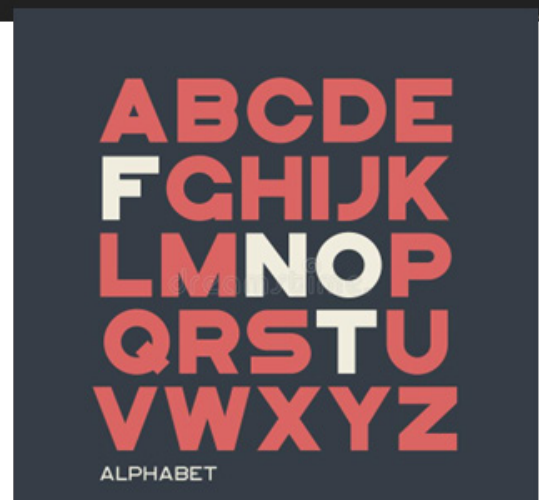
Las ilustraciones que se utilizarían para los audiovisuales, serán simples, hechos con vectores y animados únicamente las manos y la boca.

Y las texturas que se utilizó son las lengua de señas, dependiendo el tema tocado.

4.4 Premisas de Diseño Gráfico

TIPOGRAFÍAS

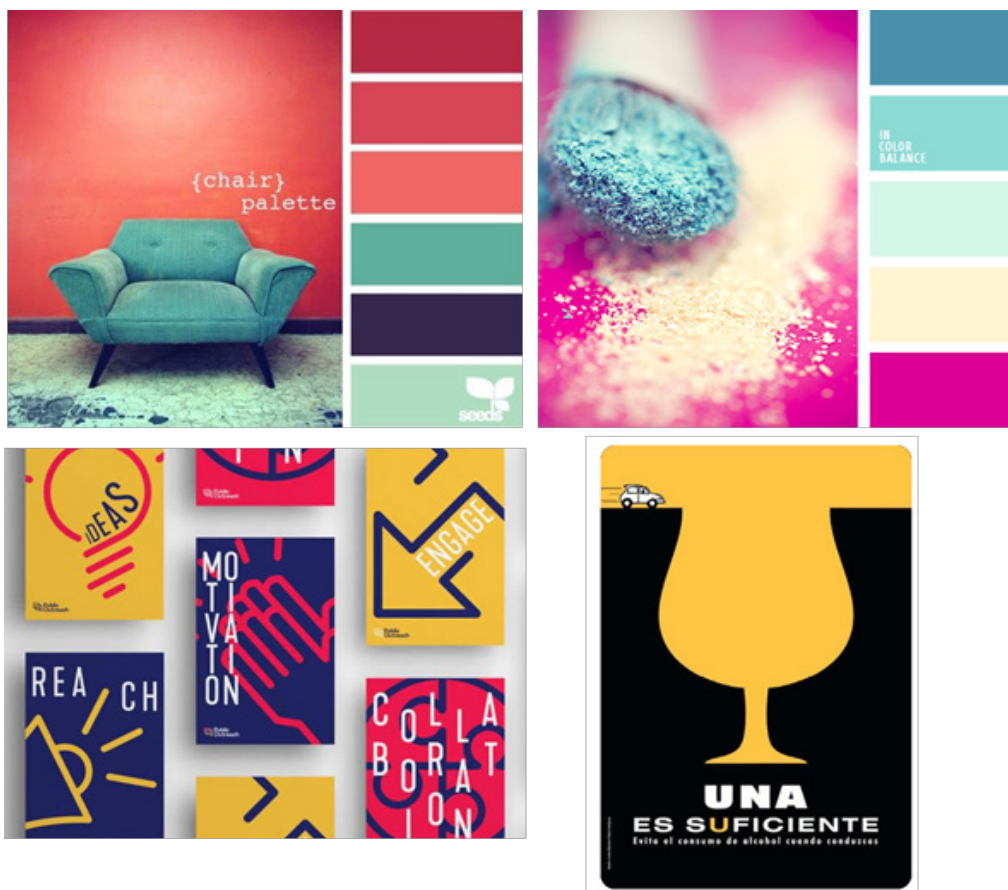
Las tipografías se busca utilizar, serán tipografía san serif, bold, las cuales son fáciles de leer, agregan limpieza a la pieza a diseñar. El concepto de “Chispazo” significa mucho movimiento y acción, por lo mismo se necesita un equilibrio, se utilizará una tipografía limpia, y elementos, texturas de movimiento y colores saturados.



PALETA DE COLORES

La paleta de colores que se busca utilizar, son colores cálidos, con saturación alta; siempre basándose en el concepto de “Chispazo”.

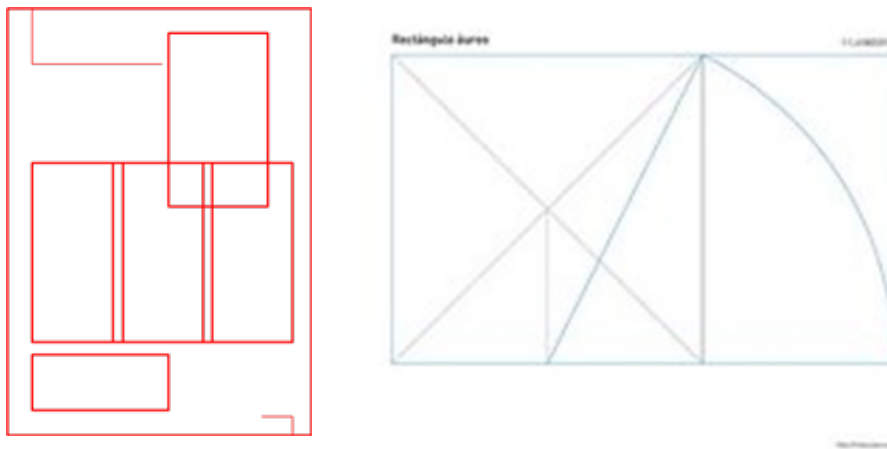
Los colores rojos, se complementaría con colores azúles, celestes, los cuales son colores utilizados en el manual de marca en la institución ASORGUA.



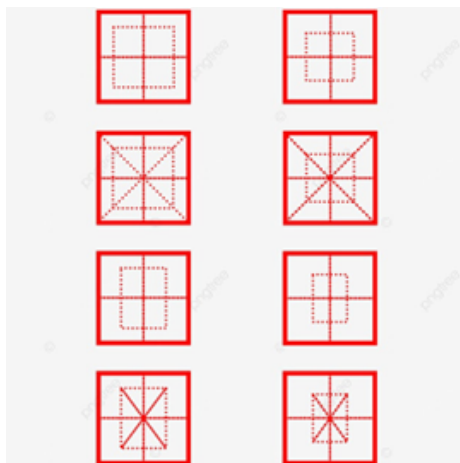
RETÍCULAS

Saber la utilización correctas de las retículas es importante en este proyecto, ya que se realizará un manual instructivo, el cual guiará a las personas voluntarias que manejarán las redes sociales de la institución.

JERÁRQUICAS



Las retículas para el manual instructivo se busca que sean limpias y lo más minimalistas posibles, para poder realizar un manual interactivo y fácil de leer.



Es importante que las redes sociales, el orden y jerarquía del texto tengan una retícula

Es necesario que el espacio entre los elementos, y el interlineado sea limpio y funcional para poder dar la información de manera correcta y concisa.

ILUSTRACIONES

Para las ilustraciones se busca utilizar elementos vectorizados, los cuales servirán para todas las piezas a diseñar, los artes para los post, audiovisuales y el manual informativo.



DIAGRAMACIÓN

Para el manual instructivo se busca utilizar una diagramación diferente y fácil de leer. Este manual estaría enumerado, indicando los pasos a seguir de como utilizar las redes sociales.



4.5 Recopilación de referentes visuales

Los ejemplos de referentes visuales que se utilizarán en este proyecto se han especificado en los incisos anteriores. Debido a esto no se colocarán en esta sección.

Los ejemplos de referentes visuales que se utilizarán en este proyecto, se han especificado en los incisos anteriores. Debido a esto no se colocarán en esta sección.

Capítulo

05

Marco Teórico

En este capítulo se realizará una investigación teórica conceptual. Consiste en el desarrollo de un soporte teórico, desde el cual se aborda el problema social y de comunicación, además se fundamenta la toma de decisiones de todo el proyecto

5.1 Contexto y problemática social que atiende la institución

En este capítulo de contexto y problemática social que atiende ASORGUA se tratan temas sobre situaciones que afectan de muchas maneras a la institución como los económicos, sociales, ambientales, de salud, de derechos humanos o hasta educativo. A través de estas investigaciones se podrá dar un análisis de cuál es el impacto que tendrá mediante nuestro proyecto. Y también se conocerán la filosofía de la institución, sus objetivos y de qué manera logran abordar y mejorar el problema social.

1. Contexto social y de la institución ASORGUA

Tema 1: Problema Social

1.1 Definición de discapacidad auditiva

1.1.1 ¿Qué es la discapacidad auditiva?

Normalmente, las ondas sonoras atraviesan el oído externo hasta llegar al tímpano, membrana timpánica, que inicia su vibración y pone en movimiento la cadena de huesecillos (martillo, yunque y estribo). Estos huesecillos transfieren la energía al oído interno, en donde los fluidos que se encuentran en su interior entran en movimiento, provocando que las células ciliadas (del caracol) transformen estas vibraciones en impulsos eléctricos, que se transmiten a través de las fibras nerviosas auditivas al cerebro.

El lenguaje permite a los seres humanos la comunicación a distancia y a través del tiempo; es la principal vía por la que los niños aprenden lo que no es inmediatamente evidente y desempeña un papel central en el pensamiento y el conocimiento.

Se considera discapacidad auditiva como aquellas alteraciones cuantitativas en una correcta percepción de la audición.



1.1.2 Clases de discapacidad auditiva

Según parte del oído afectada

- Hipoacusia conductiva: la zona alterada es la encargada de la transmisión de la onda sonora. La causa se sitúa en el oído externo medio, también las producidas por lesión de la trompa de Eustaquio, que es un conducto que une el oído medio con la rinofaringe. Hay una deficiencia de la transformación de energía en forma de ondas sonoras a ondas hidráulicas en el oído interno por lesiones localizadas en el oído externo y/en el oído medio.
- Neurosensorial: en el oído interno y/en la vía auditiva. Se llama también Hipoacusia de percepción y la causa radica en el oído interno estructuras centrales (nervio auditivo, etc.). Los sonidos graves los oyen relativamente bien y en algunas ocasiones y bajo determinadas circunstancias pueden mantener una conversación. Cualquier sordera superior a 60 dB indica una pérdida neurosensorial pura mixta.
- Mixta: es una combinación de ambas, hipoacusia conductiva e hipoacusia neurosensorial.

Según la causa

Hereditarias genéticas

- Recesivas: los padres son portadores de la enfermedad, pero son hipoacúsicos.
- Dominantes: constituye el 10% de las hipoacusias; uno de los padres es portador del gen afectado y es hipoacúsico.

Adquiridas

- **Prenatales:** enfermedades de la madre durante el embarazo pueden ser causa de Hipoacusia en el niño, sobre todo si se dan entre la 7 y la 10ª semana. Entre las más graves nos encontramos con la rubeola, sarampión, varicela, alcoholismo, etc.
- **Neonatales:** traumatismo durante el parto, anoxia neonatal (falta de oxígeno), prematuridad, ictericia (aumento de a bilirrubina en la sangre por incompatibilidad Rh).
- **Postnatales:** otitis y sus secuelas, fracturas del oído, afecciones del oído interno y nervio auditivo, intoxicaciones por antibiótico, meningitis y encefalitis, tumores, etc.

Según el momento de aparición

- **Prelocutivas:** se adquieren antes que el lenguaje.
- **Postlocutivas:** se adquieren después del lenguaje y son de mejor pronóstico.

Según intensidad

- **Leves:** pérdida inferior a 40 decibelios.
- **Moderadas:** de 40 a 70 decibelios.
- **Severas:** superior a 70 decibelios. Conforme a la Seguridad Social se considera una persona sorda a partir de 75 decibelios.
- **Sordera Cofosis:** no se oye



1.1.3 Sedes de apoyo a la discapacidad auditiva

Guatemala cuenta con algunas instituciones que apoyan y contribuyen en la inclusión, ayuda y educación para las personas sordas; y para las personas oyentes que quieren aprender lengua de señas. Algunas de estas instituciones son:

- Asociación Guatemalteca de Apoyo al Limitado Físico **- AGALFI -**

AGALFI es una asociación no lucrativa de la sociedad civil integrada por personas con discapacidad, sus familiares y amigos, creada con la finalidad de promover el desarrollo integral de las personas con discapacidad, desde acciones propias, locales, nacionales e internacionales.

-Asociación de Sordos de Guatemala - **ASORGUA-**

Institución afiliada a la Federación Mundial de Sordos (FMS), con fecha de fundación año 1994; en el año 2009 llegamos a celebrar 15 años de trayectoria, gracias a Elisa Molina de Stahl, emancipando la discapacidad auditiva.

- FUNDAL -

Institución afiliada a la Federación Mundial de Sordos (FMS), con fecha de fundación año 1994; en el año 2009 llegamos a celebrar 15 años de trayectoria, gracias a Elisa Molina de Stahl, emancipando la discapacidad auditiva.

- FundaBien -

En Fundación Teletón, FundaBien, creemos que rehabilitar físicamente al individuo, tiene el poder de transformar para siempre la vida de familias, comunidades y países enteros. Somos un sistema nacional profesional de rehabilitación abierto a la atención de cualquier persona con discapacidad física que lo necesite, independientemente de su origen social, económico o cultural.



- ASCATED -

Somos una institución no gubernamental de servicio sin fines de lucro, con personería jurídica propia, según Acuerdo Gubernativo No.412-94, que brinda Asistencia Técnica y Capacitación a Organismos Gubernamentales, no Gubernamentales e Internacionales en aspectos de educación y discapacidad

- Benemérito Comité Pro Ciegos y Sordos de Guatemala -

El Benemérito Comité Pro Ciegos y Sordos de Guatemala, es una Institución privada no lucrativa, social y educativa, fundada el 3 de diciembre de 1945. El Congreso de la República de Guatemala le otorgó el título y dignidad de Benemérita Institución el 27 de octubre de 1998. ⁷

Todas estas instituciones están a la disposición de los guatemaltecos, y son para ayudar y mejorar la calidad de vida de las personas sordas, volviendo a Guatemala un país más inclusivo.

1.2 Leyes que apoyan a la discapacidad

1.2.1 Acuerdo Gubernativo 121-202

En Guatemala existen leyes las cuales apoyan y protegen a las personas sordas; su economía, trabajo y bienestar.

“CONSIDERANDO

Que la Constitución Política de la República de Guatemala, establece que es obligación del Estado proporcionar y facilitar educación a sus habitantes sin discriminación alguna, así como la promoción de políticas y servicios que permitan la rehabilitación y reincorporación integral a la sociedad de las personas con limitaciones físicas, psíquicas o sensoriales. Asimismo, la Convención Sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, ratificada por el Estado de Guatemala, establece en el artículo 24 que los Estados Partes reconocen el derecho de las personas con discapa-

cidad a la educación sin discriminación y sobre la base de la igualdad de oportunidades, asegurando un sistema de educación inclusivo a todos los niveles.”

Decreto Legislativo No. 135-96:

Artículo 1. Declaración. Se declara de beneficio social el desarrollo integral de las personas con discapacidad, física, sensorial y/o psíquica (mental), en igualdad de condiciones, para su participación en el desarrollo económico, social, cultural y político del país.

Artículo 2. Los objetivos de la presente ley son los siguientes:

- a. Servir como instrumento legal para la atención de las personas con discapacidad para que alcancen su máximo desarrollo, su participación social y el ejercicio de los derechos y deberes en nuestro sistema jurídico.
- b. Garantizar la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad en ámbitos como: salud, educación, trabajo, recreación, deportes, cultura y otros. ⁸
- c. Eliminar cualquier tipo de discriminación hacia las personas con discapacidad.
- d. Establecer las bases jurídicas y materiales que le permitan a la sociedad guatemalteca adoptar las medidas necesarias para la equiparación de oportunidades y la no discriminación de las personas con discapacidad.
- e. Establecer los principios básicos sobre los cuales deber descansar toda la legislación que se relaciona con las personas con discapacidad.
- f. Fortalecer los derechos y deberes fundamentales de las personas con discapacidad.
- g. Crear el ente con carácter de coordinador, asesor e impulsor las políticas en materia de discapacidad.
- h. Definir a la persona con discapacidad y determinar las medidas que puedan adoptarse para su atención.

Artículo 3. Definición. Se considera como discapacidad cualquier deficiencia física, mental o sensorial congénita o adquirida, que limite sustancialmente una o más de las actividades consideradas normales para una persona. ⁹



1.3 Situación actual de personas con discapacidad auditiva en Guatemala

Aunque la información sobre la población sorda en Guatemala es escasa y poco precisa, hay algunos informes que arrojan datos importantes. Según el Perfil Sociodemográfico de la Población con Discapacidad en Guatemala (2006), la prevalencia total de discapacidad, en ese entonces, era de 4 %; de la cual el 18.1 % era discapacidad auditiva. Según el Censo 2018, realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE-, alrededor del 3 % de la población mayor de 4 años presentaba dificultades para oír, incluso con aparato.

En 2016, se realizó la II Encuesta Nacional de Discapacidad en Guatemala (ENDIS 2016), la cual presenta información más específica al respecto. El informe indica que la prevalencia general de discapacidad en los participantes fue de 10.2 %; y que el 31 % de todos los hogares en Guatemala incluían al menos una persona con discapacidad. Este informe también indica que el estimado de prevalencia (combinado) de personas con deficiencia de la audición fue del 4.0 % en adultos mayores de 18 años, y del 0.6 % en niños y niñas entre 2 y 17 años. Otro dato que arrojó la encuesta fue la prevalencia clínica de la deficiencia auditiva, siendo esta de 2.4 %; distribuyéndose en moderada (38 %), severa (35 %) y sordera profunda (27 %).

10

Guatemala, noviembre 2019 (MINTRAB). El Ministerio de Trabajo y Previsión Social y el Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad (CONADI), reconocieron el trabajo de 15 organizaciones que apoyan la inclusión laboral, por medio de la sección del Trabajador con Discapacidad y su programa “Empléate Inclusivo”, de esta cartera.

9 Discapacidad Auditiva | Discapnet. (s. f.). Inicio | Discapnet. <https://www.discapnet.es/discapacidad/que-discapacidades-existen/auditivas/discapacidad-auditiva> Discapnet Ley de Atención a las Personas con Discapacidad, Decreto Legislativo No. 135-96 y su reforma - CNB. (s. f.). CNB. https://cnbguatemala.org/wiki/Compendio_de_leyes_para_educacion_especial/Ley_de_Atencion_a_las_Personas_con_Discapacidad,_Decreto_Legislativo_No._135-96_y_su_reforma

10 La comunidad sorda y el acceso a la salud en Guatemala — GRC-Salud. (s. f.). GRC-Salud. <https://www.grc-salud.com/blog/comunidad-sorda-y-acceso-a-la-salud>

Erick Colmenares, subdirector de Previsión Social, expuso la importancia que esta cartera da a la promoción e inclusión laboral de las personas con discapacidad, en especial, al resaltar las acciones del programa “Empléate Inclusivo” y las pasantías laborales que ahí se contemplan, por medio de las cuales se apoya a las personas en sus procesos de aprendizaje y adquisición de habilidades blandas para el trabajo.

Instituciones que apoyan a las personas sordas a buscar trabajo

- 1 Asociación Asperger De Guatemala
- 2 Fundación Margarita Tejada
- 3 Asociación de capacitación y asistencia técnica en educación y discapacidad - ASCATED-
- 4 Asociación de Sordos de Guatemala - ASORGUA-
- 5 Benemérito Comité Prociegos y Sordos de Guatemala
- 6 Jóvenes Constructores - EPRODEP
- 7 Santa Sofía de Jesús
- 8 Instituto Neurológico De Guatemala
- 9 Fundación Para La Autorealización Y Capacitación Especial De Jovenes Y Adultos Con Retraso Mental - FACES -
- 10 Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex - FUNDAL -
- 11 Secretaría de Bienestar Social
- 12 The Range of Motion Project - ROMP -
- 13 Asociación Guatemalteca por el Autismo - AGUA -
- 14 Centro de Capacitación Ocupacional - CCO -
- 15 Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala -ANCG -

Tema 2: ASORGUA

2.1 ¿Qué es ASORGUA?

2.1.1 Historia de ASORGUA

Somos una Institución afiliada a la Federación Mundial de Sordos (FMS), con fecha de fundación año 1994; en el año 2009 llegamos a celebrar 15 años de trayectoria, gracias a Elisa Molina de Stahl, emancipando la discapacidad auditiva

2.1.2 Situación actual

La inclusión de personas sordas alrededor del mundo, es uno de los problemas que la sociedad enfrenta, aún siendo el siglo XXI. Se dice que hay aproximadamente 70 millones de personas en el mundo, las cuales utilizan más de 300 lengua de señas; ya que cada país tiene diferente dialecto y manera de expresarse diferente. Pero si existe una lengua “mixta” la cuál sirve para comunicarse en momentos de asambleas internacionales o momentos importantes. ¹¹

En Guatemala en el 2016 se realizó la II Encuesta Nacional de Discapacidad en Guatemala (ENDIS 2016), la cual presenta información más específica al respecto. El informe indica que la prevalencia general de discapacidad en los participantes fue de 10.2 %; y que el 31 % de todos los hogares en Guatemala incluían al menos una persona con discapacidad. ¹²

¹¹ <https://www.un.org/es/observances/sign-languages-day>

¹² La comunidad sorda y el acceso a la salud en Guatemala — GRC-Salud

Esto indica que casi la mitad de hogares guatemaltecos tienen al menos una persona con discapacidad auditiva, las cuales no poseen un apoyo o inclusión en muchos aspectos de la sociedad. Como salud (hospitales, clínicas y farmacias); educación(básica, diversificada y universidad); trabajo, y comunicación en general.

Desde el 2019 varias empresas se han convertido en pioneros de inclusión masiva en la contratación de personas con discapacidad, de cualquier tipo. Algunos ejemplos son: Walmart, Telus internacional, Bantrab, Nestlé. Agroamérica y Agexport. Estos lugares necesitaran instruirse en brindar a los jefes como demás empleados lengua de señas, y en estas ocasiones, es donde se buscan organizaciones que den cursos de lengua de señas.

ASORGUA es una institución que fue fundada por Elisa Molina de Stahl, en el año 1994. Con 28 años de trayectoria, ASORGUA ha emancipado la discapacidad auditiva, ayudándolos, dando oportunidades tanto en el área educativa, salud y laboral. Poseen cursos de lenguaje de señas, interpretaciones de lenguaje de señas, capacitación en sensibilización, educación y salud preventiva de la discapacidad auditiva y Promoción laboral.

Por la pandemia, ASORGUA ha tenido que realizar sus cursos y servicios de lengua de señas y alfabetización en línea. Es un momento bastante difícil para la institución, debido a que es más difícil realizar los cursos de esta manera, y mucha gente ha dejado de inscribirse por lo mismo.

Ellos poseen 2 inscripciones al año, y los cursos duran 9 meses por nivel, y es de febrero a octubre. Sus precios son bastante accesibles; Q50 de inscripción, Q150 de mensualidad y Q100 del libro.

Ellos poseen redes sociales, por donde publican y dan a conocer sus servicios; pero debido a la pandemia, todas las personas han tenido que migrar a las redes sociales para comunicarse; y ellos como institución no cuentan con una persona encargada de manejarles las redes sociales. De vez en cuando cuentan con un voluntario/a, quien no cuenta con conocimientos adecuados para llevar el manejo de las redes de manera correcta o acertada.

Después de haber realizado una encuesta, se pudo determinar que a las personas les es difícil recibir los cursos por vía Meet o Zoom; pero es la única manera que tiene la asociación para poder comunicarse con ellos de una manera que sea segura para todos; por la pandemia del COVID-19.

2.2 Grupo objetivo que apoya la institución

ASORGUA apoya a personas que desean aprender lengua de señas, ya sean grandes o pequeños; a un precio accesible y que no sea un impedimento para no poder aprender.

2.2.1 Perfil socioeconómico

Personas con nivel socioeconómico D1 y D2:

D1 : con ingresos de aproximadamente Q3,400 mensuales

D2 : con ingresos de aproximadamente Q7,200 mensuales

Este tipo de personas son de familias trabajadoras, que necesitan ingresos para sacar adelante a su familia; la mayoría de esas familias tienen a todos sus miembros familiares trabajando y aportando a la casa.

2.2.2 Perfil Psicográfico

El grupo objetivo son personas trabajadoras y estudiosas; les gusta conocer nuevas personas, idiomas, culturas, etc. Son personas que son empáticas, les gusta incluir e incluirse en conversaciones con todas las personas; no importando si poseen alguna discapacidad o no.

Son personas que trabajan para hacer de Guatemala un mejor país, y les interesa aprender lengua de señas.

2.2.3 Perfil Sociodemográficos

Son hombres y mujeres de 12 a 45 años; los cuales no tienen una vida de lujos, la mayoría de ellos tienen un familiar o una persona cercana, que es sorda, y debido a esto tienen el deseo de aprender lengua de señas.

Tienen un estilo de vida tranquilo, trabajan y algunos de ellos estudian, al realizar estas actividades tienen la oportunidad de conocer gente que es sorda, y les nace poder comunicarse con ellos sin ningún problema.

Son empresarios los cuales tienen empresas importantes o locales donde les brindan trabajo a las personas que más lo necesitan, o no tienen ninguna barrera en contratar gente con cualquier tipo de discapacidad. Son personas las cuales desean que su empresa sean inclusivas y luchan para que así sea.



2.3 Cursos dados por ASORGUA

ASORGUA posee diferentes tipos de servicios/cursos, los cuales van dirigidos a diferentes estilos o tipos de personas, dependiendo lo que están buscando.

- **Curso de lengua de señas de Guatemala**

La inclusión de las personas Sordas es una constante para que se logren mitigar los paradigmas, por lo que se imparten cursos de lengua de señas de Guatemala el cual se divide en tres niveles: básico, intermedio y avanzado.

- **Alfabetización para sordos**

La alfabetización de personas Sordas es la instrucción de la lengua de señas de Guatemala para personas Sordas que no han tenido acceso a ella. Afronta dificultades específicas para quienes usan su lengua natural siendo esta la lengua de señas, que es una lengua ágrafa, el aprendizaje de la escritura implica enfrentarse a una lengua totalmente desconocida, con características gramaticales distintas.

- **Inserción Laboral**

La inserción laboral es un ámbito de desarrollo interpersonal que facilita los contactos y la incorporación a redes, a la vez que permite participar en acciones colectivas. El trabajo es un eje de integración social, espacio para la participación ciudadana y aspiración individual de la inmensa mayoría de los jóvenes. En nuestra organización brindamos además del aprendizaje, una oportunidad laboral a las personas Sordas, como instructores del Curso, siendo ellos la mejor herramienta de aprendizaje por ser su lengua nativa de comunicación.

2.4 Redes sociales que utilizan en ASORGUA

La institución cuenta con redes sociales, tanto Facebook como Instagram. Pero no cuentan con ninguna persona encargada de publicar los artes e información; se publica en diferentes momentos, con el artes diferentes (sin diseño específico que caracteriza a la institución. La falta de recursos y artes en redes sociales ha limitado la comunicación y conectividad con su grupo objetivo en sus redes sociales, y han logrado tener 14 mil seguidores en Facebook.

Poseen manual de marca, que se creó hace 2 años como proyecto de graduación de parte de una estudiante de diseño gráfico. A pesar de tener un manual de marca de la institución, no la utilizan de la manera adecuada en sus publicaciones en sus redes sociales. El problema que poseen en la actualidad, con la pandemia, les es muy difícil poder comunicar de mejor manera sus capacitaciones, cursos de lenguaje de señas, y poder comunicarse. No poseen ninguna línea gráfica que se pueda distinguir que el arte sea de ASORGUA

ASORGUA posee 2 redes sociales, las cuales son: Facebook e Instagram. En el 2020 una estudiante de diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala les creó su manual de marca, el cual contiene lineamientos de utilización de colores, tipografías, tamaños y el uso correcto de su logo. Lamentablemente la institución no posee área de diseño, ni de community manager (o encargado/a de redes sociales).

Esto conlleva a que en las redes sociales no se aplique de ninguna manera este manual, ni ninguna reglas al momento de realizar las publicaciones.

ASORGUA publica tanto en Facebook como en Instagram, mayormente sobre las actividades donde ellos están presentes como intérpretes o los cursos que ellos dan a las personas con problema auditiva o personas que desean aprender lenguaje de señas. Reciben ayuda de otras instituciones no gubernamentales extranjeras que tratan el mismo problema social de la desigualdad, e inclusión de personas con problemas auditivos. Por ejemplo: La Asociación de Intérpretes de Guatemala, la federación mundial de los sordos, Visualiza inclusiva, Asociación Danesa de Personas con Discapacidad , etc.

2.5 Redes sociales que utiliza el grupo objetivo

Esta parte se divide en 2 partes; el primer segmento son personas oyentes, las cuáles utilizan las redes sociales de: Instagram - Facebook - Instagram - Tik Tok

Y el segundo segmento, son las personas sordas; y después de realizar una encuesta sobre cuales son las redes sociales que ellos utilizan, son whatsapp, Facebook e Instagram. Ellos se comunican de mejor manera con ASORGUA por medio de Facebook.

Teniendo en cuenta que las 2 redes sociales más utilizadas entre los dos son Instagram - Facebook. Estas son las redes sociales por las cuales se les comunicará todo al G.O.

ASORGUA mantiene comunicación con sus alumnos y G.O mediante las redes sociales. Publican las fechas, cursos impartidos, fechas importantes como por ejemplo: el día de la persona sorda, el día del intérprete de señas o sobre las ferias y actividades que se realizan.

Esto lo realizan para poder llamar la atención de personas interesadas en aprender lengua de señas, o quieren contratar servicio de intérprete o buscar ayuda de sociedades que ayuden a la institución.



5.2 Bases teóricas que se aplican en el diseño de la pieza que se apoya

Al momento de crear el concepto creativo se basó en la idea de tener “chispa” “iniciativa”, crear movimientos; los cuales en algún momento se convertirán en acciones. El proyecto se basa en el concepto de “El chispazo de la inclusión”; el cuál busca acción y movimiento hacia la inclusión.

Para poder representar el concepto de “chispa” se buscó varias maneras de implementarlo en las piezas de diseño, al principio se utilizó un icono de chispa, el cual representaba literalmente una chispa, se utilizará en las piezas de redes sociales, combinando dos colores, azul y rojo, los cuáles son partes de la paleta de colores seleccionada. Estos colores crean un contraste en la pieza, la cuál es parte del concepto; ya que cuando se piensa en chispa, piensas en vida, colores.

ASORGUA es una institución, la cuál se encarga de ayudar a las personas sordas a poder incorporarse a una vida normal, donde pueden trabajar, estudiar y comunicarse. Pero para poder crear una sociedad donde se sientan incluidos y puedan vivir de una manera normal; se necesita que las demás personas, la sociedad, también desee eso. Otros cursos disponibles de ASORGUA, son sobre lengua de señas para personas oyentes, las cuales pueden aprender y de esta manera ser parte de ese cambio de inclusión.

La institución de ASORGUA tiene redes sociales, las cuales les han ayudado para poder comunicarse con el grupo objetivo, tanto personas sordas como personas oyentes; pero ¿que tan efectivas pueden llegar a ser, si no tienen una línea gráfica adecuada y que transmita la esencia e importancia de la institución?

Años anteriores a la institución se le creó un manual de marca, pero ellos no la utilizan, debido a que no existe ninguna persona que maneje redes sociales, ni mercadeo. Para la selección de las tipografías, se utilizará la tipografía “Open sans”, la cuál se buscó una que fuera San Serif, con una textura adecuada a la línea gráfica, y como segunda tipografía



1. Responsabilidad ética y social del diseñador gráfico ante los problemas que afectan a la sociedad.

Todos los guatemaltecos tenemos la responsabilidad de realizar algo que ayude, beneficie y haga que Guatemala sea mejor; sea próspera y que los problemas de la sociedad cada vez sean menores. Cada profesional tiene su responsabilidad y forma de ayudar a Guatemala, un doctor ayuda a la sociedad curando a los enfermos y brindando salud, y bienestar a la gente. Un profesor brinda enseñanza, conocimiento, valores, les brinda una guía a los más pequeños de la sociedad y que el día de mañana serán los líderes y las personas que guíen a Guatemala.

Nosotros como diseñadores tenemos la responsabilidad de poder resolver problemas de las instituciones, por ejemplo: problemas de comunicación, los cuales dificultan a las organizaciones, ejercer o trabajar de manera correcta.

¿Cómo las personas van a conocer los servicios que brinda una organización/institución si no cuentan con ningún medio de comunicación asertiva o que sea efectiva, y adecuada para el grupo objetivo? Y ahí es donde nosotros entramos, apoyando a estas instituciones, de manera gráfica, les ayudamos con la creación de piezas gráficas, manuales, afiches, uniformes, infografías, etc.

Siempre con la idea y el propósito de ayudar a estas entidades a poder comunicarse y ayudar a disminuir esos problemas que afectan a nuestra sociedad guatemalteca.



2. Incidencia (Contribución) del DG en el desarrollo de la comunicación en instituciones de servicio social.

La mayoría de veces como diseñadores gráficos, la ayuda que brindamos a las instituciones son creaciones de manuales de marca; los cuales ayudan a la institución de muchas maneras y formas. Ayudan a saber exactamente cómo utilizar el logotipo, los colores de la línea gráfica, tipografías para utilizar, y hasta como NO utilizar los colores y logotipos.

La incidencia del diseño gráfico en este proyecto en específico, será apoyar en la creación de esta estrategia de comunicación en redes sociales, con correcto manejo de colores, tipografías y patrones que a corto ayudará a que las personas logren identificar la asociación con sus artes. La paleta de colores y la tipografía que se utilizará, será conforme al manual de marca utilizado. Se ilustran señas, letras, imágenes las cuales serán atractivas y entendibles al grupo objetivo.

Luego se creará una guía de la utilización correcta de la redes sociales, de esta manera, se les ayudará a que sigan de la misma manera en sus publicaciones. Y poder llegar a más gente y comunicarles sobre los cursos e incentivar a que los tomen.

La mayoría de veces como diseñadores gráficos, la ayuda que brindamos a las instituciones, son creaciones de manuales de marca; los cuales ayudan a la institución de muchas maneras y formas. Ayudan a saber exactamente cómo utilizar el logotipo, los colores de la línea gráfica, tipografías para utilizar, y hasta como NO utilizar los colores y logotipos.

La incidencia del diseño gráfico en este proyecto en específico, será apoyar en la creación de esta estrategia de comunicación en redes sociales, con correcto manejo de colores, tipografías y patrones, que a corto ayudará a que las personas logren identificar la asociación con sus artes. La paleta de colores y la tipografía que se utilizará, será conforme al manual de marca utilizado. Se ilustran señas, letras, imágenes las cuales serán atractivas y entendibles al grupo objetivo.



Tema 1: Composición, diagramación, elementos gráficos: figuras - color - texto - textura - línea gráfica.

1.1 Tipos de diagramación para manuales instructivos

1.1.1 ¿Qué es una diagramación en diseño editorial?

La maquetación, también llamada a veces diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Estrictamente, el acto de maquetar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados).

Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término maquetación.

En el caso de un diario, la maquetación sigue los objetivos y líneas gráficas y editoriales de ese impreso. Las principales líneas editoriales para la maquetación de un diario incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia. Las consideraciones gráficas incluyen legibilidad e incorporación balanceada y no-obstruiva de los anuncios publicitarios.

La edición incorpora principios del diseño gráfico que, a su vez, es una profesión independiente o presente en licenciaturas relacionadas con el diseño, más allá de ser una disciplina que hace parte del currículo de profesiones como el periodismo, la publicidad y algunos cursos de arquitectura en universidades y facultades. Otros términos que sirven para referirse al proceso de maquetación son: layout, makeup o pasteup.

1.1.2 Tipos de retícula

La retícula, o grid como se le conoce en inglés, es una serie de líneas y guías imaginarias tanto verticales, horizontales y diagonales que permiten la distribución de los componentes en el espacio de una composición. Estas líneas son las directrices para la alineación de los elementos como solución a problemas visuales bi o tridimensionales que puedan surgir a la hora de componer ¹³

- **Retícula de manuscrito**

Una retícula tipo manuscrito es uno de los modelos más sencillos y simples que se pueden usar. Es grande y rectangular lo que permite colocar bloques de textos voluminosos dentro de su estructura primaria.

En su estructura secundaria admite situar notas de pie de página, número de página, entre otros. Es muy común usarla en el diseño editorial de libros.

A pesar de su simplicidad puede generar problemas si no se toman las decisiones correctas al diseñar con la retícula manuscrito. Por eso se recomienda usar márgenes anchos y al elegir el espacio, la tipografía y el interlineado permita una lectura favorable.

- **Retícula de columna**

En este tipo de grilla se usan la forma de columnas para distribuir la información sea de modo dependiente o independiente, aun así siendo equitativo. Se suele usar dos o tres columnas al bosquejar una composición.

Se puede encontrar este tipo de grid en el diseño editorial de periódicos y revistas, ya que permite tanto texto e imágenes por igual.



- **Retícula modular**

La retícula modular es una combinación de una retícula de columnas con muchas líneas de flujo horizontales, creando pequeñas divisiones o zonas espaciales.

No se usa para generar algo cuadriculado, sino que más bien puede dar flexibilidad de creación al crear zonas para el texto y las imágenes.

Se usa en sistemas de navegación, información tabulada, impresión en masa como formularios o periódicos, entre otros.

- **Retícula jerárquica**

La retícula jerárquica es la más diferente entre los tipos más comunes porque no proporciona una alineación recta o repetida.

Más bien, sigue una fluidez de la información.

Se busca de manera óptica que la disposición del texto y de las imágenes sean intuitivas en diferentes posiciones creando así una sensación de espontaneidad armónica.

Puede apreciarse en libros, revistas, páginas web, publicidad como carteles y muchísimos más.

A modo de conclusión, se podría decir que la retícula es una ayuda al momento de crear para dar orden, armonía y claridad.

No hay que verlo como algo impuesto, sino como apoyo en la agilización de procesos creativos ¹⁴



1.2 Paleta de colores basada en el manual de marca ya creado de ASORGUA

ASORGUA tiene un manual de marca el cuál contiene un color celeste, como principal. Para este proyecto, se utilizó el color celeste, pero se le incluyó colores como: rojo - amarillo - azul - blanco y negro.

1.3 Elementos gráficos necesarios para la diagramación y construcción del manual de marca

Los elementos gráficos son los aspectos fundamentales de la composición visual. Están relacionados con los significados y las expresiones culturales, por lo que los diseñadores son expertos en interpretarlos a fin de utilizarlos en sus creaciones.

1.3.1 Íconos para el manual

Los íconos para el manual, son elementos que serán utilizados en el manual, para indicar acción o representar algún texto o significado. Para el proyecto se utilizarán elementos que se pueden ver en manuales digitales; ya que este manual será únicamente para uso de manera digital.

1.3.2 Creación o ejecución de texturas para el manual

Para las texturas del manual, se realizarán patrones que contengan señas, del abecedario de lengua de señas, o patrones representando el concepto creativo “El chispazo de la inclusión”. Para llegar a los íconos que llevarían a poder expresar mi concepto, se tuvo que analizar muchos bocetos e ideas.

Se tomó la idea de utilizar círculos para crear el efecto de luz o chispa, entre cada círculo.

Tema 2: Diseño editorial

2.1 ¿Qué es el diseño editorial?

La maquetación, es parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un rejilla base, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes ¹⁵

Un tipo de publicación tiene aspectos comunes con otro tipo de publicación. Los libros, los periódicos, las revistas, los informes, los catálogos, las tesis, etc., concuerdan en determinadas particularidades intrínsecas al diseño editorial, independientemente del tipo de pieza que sea. Ellos son

- El formato
- La retícula
- La tipografía
- El color
- Los elementos gráficos ¹⁶

2.2 Diferentes formatos de material editorial

Refiere a la manifestación física de la publicación, y hoy también a los distintos tipos de archivos digitales.

Si se trata de publicaciones impresas, se debe evaluar cuál es el formato más adecuado para una revista o para un libro. Por ejemplo, raramente encontraremos una novela impresa apaisada y en tamaño A4; tampoco un informe de empresa en tamaño bolsillo.

Si hablamos de formatos digitales, habrá que evaluar si un PDF es más accesible para un determinado público que una publicación hecha como apps o en HTML.

15 Diseño editorial | Diversidad Visual. (s. f.). Diversidad Visual. <https://diversidad.com/disenio-editorial/>

16 Qué es el diseño editorial: definiciones y publicaciones que aborda. (s. f.). Mariana Eguaras - Consultoría editorial. <https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>



2.3 Estructuras de diagramación de material editorial

2.3.1 Tipografías

“Es la estrella de cualquier tipo de publicación y de las piezas gráficas. Gracias a ella las ideas reciben una forma visual mediante las fuentes o fuentes tipográficas.

La tipografía encuentra su máxima expresión en el texto, en los caracteres de los párrafos. También pueden hacerse composiciones artísticas, sobre todo en las cubiertas de los libros y las portadas de las revistas.

La selección de las fuentes o familia de fuentes para una publicación está determinada por el público al que se dirige. Pero también por el mensaje que se desea expresar y el formato del libro, además de la tradición tipográfica.”

Para este proyecto, se seleccionó la tipografía oficial de la asociación, la cual está en el manual de marca. “Open Sans”



2.3.2 Paleta de colores

“El color “aporta variedad, provoca sensaciones y añade dimensión espacial”, dice David Dabner en Diseño, maquetación y composición (Blume, 2008).

Los colores determinan en gran parte cómo percibimos una publicación y su mensaje. Hay colores que se perciben como fríos y otros como calientes; también algunos parecen alejarse y otros acercarse.

El color es un factor clave en el diseño de revistas, periódicos, catálogos, piezas digitales y libros complejos. Adquiere gran relevancia en libros prácticos, de referencia, enciclopedias, catálogos, etc.

En el caso de novelas y antologías, y algunos ensayos y biografías, su presencia se reduce a las cubiertas.” 18

Tema 3: Redes Sociales

3.1. Las redes sociales más importantes en el 2022

Si bien en 2010 no había ni siquiera mil millones de personas usando las redes sociales, durante el 2022, habrá alrededor de 3.000 millones de personas usando las redes sociales gracias a los teléfonos inteligentes y la conectividad a Internet, que cada vez es más barato y fácil de acceder.

Y suponemos que para este 2022, 3.5 mil millones de personas utilizarán las redes sociales.

Esto, para los especialistas en Marketing Digital, es un gran potencial para llegar a una audiencia masiva y comprometida en las redes sociales. Y eso no solo se limita a los sitios de redes sociales populares como Facebook, Twitter e Instagram. ¹⁹

Las 10 redes sociales más importantes en este año, 2022:

1. Facebook	6. Tumblr
2. Youtube	7. LinkedIn
3. WhastApp	8. Tik Tok
4. Instagram	9. Snapchat
5. Twitter	10. Pinterest

Es importante conocer cuales son las redes sociales más importantes a nivel mundial, es porque de esta manera se sabe cuales son las maneras más efectivas y comunes que utiliza la gente para poder comunicarse.

3.2 Las redes sociales más utilizadas por personas con discapacidad auditiva

Las personas sordas pueden utilizar cualquier tipo de red social, debido a que son muy accesibles para todas las personas. Pero por la necesidad y facilidad de poder comunicarse con instituciones y entidades; las personas sordas se mantienen en 3 redes sociales casi siempre:

- Facebook
- Instagram
- WhastApp

3.3 Las redes sociales utilizadas por ASORGUA

Las redes sociales utilizadas por la institución son Facebook e Instagram.

Usuarios: @ASORGUA

Tema 4: Gestión (administración) de las redes sociales

4.1 Calendarios de publicaciones

4.1.1 Realización de un listado de los temas a tratar por quincena o mes

Un calendario de redes sociales es una compilación de tus próximas publicaciones para redes sociales, organizadas por fecha. El formato puede ser una hoja de cálculo, un archivo de Google calendar o una interfaz interactiva (si utilizas alguna herramienta de gestión de redes sociales) ²⁰

4.2 Meta Bussines

4.2.1 ¿Qué es meta Bussines?

Facebook Business Manager es la herramienta gratuita de Facebook que nos ayuda a realizar las acciones de marketing de la empresa de manera más eficiente ²¹

Durante su lanzamiento, Sheryl Sandberg (la directora de operaciones de la plataforma) admitió que buscan a largo plazo convertirlo en la interfaz principal de publicidad paga para las empresas de todos los tamaños.

Así que si aún dudabas en empezar a usarlo o no, te recomendamos que por lo menos te familiarices con ella. En este artículo te contamos acerca de Facebook Business

²⁰ Cómo crear un calendario de contenido para redes sociales: pasos y plantillas. (s. f.). Social Media Marketing & Management Dashboard. <https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>

²¹ ¿Qué es Facebook business manager y cómo configurarlo? <https://es.semrush.com/blog/Facebook-business-manager-que-es/>

Suite y también compartimos toda una guía para que te vuelvas en un experto.

Menú temático del contenido

¿Qué es Facebook Business Suite?

Facebook Business Suite (o Meta Business Suite), es una de las herramientas gratuitas de gestión de cuentas empresariales y de publicidad que ofrece Facebook para los usuarios que desean promocionar su marca en alguna de sus dos redes sociales.

Te permite administrar todas las páginas que tengas asociadas a tu cuenta al mismo tiempo. En otras palabras: Meta Business Suite está pensado para las personas que manejan diferentes “activos” (páginas de Facebook e Instagram) en un solo lugar.

Así que si eres Community Manager o Social Media Manager, Business Suite será una de tus herramientas más útiles al momento de crear calendarios de contenido o encontrar un análisis rápido de los resultados de tus publicaciones.

Facebook actualiza constantemente sus herramientas cambiando algunos funcionamientos, muchas veces lo hace sin previo aviso.

El marketing digital nos obliga a estar en constante estado de aprendizaje y muchos optan por inscribirse a cursos, ya que muchos dan acceso a comunidades en donde comparten los últimos cambios dentro de las diferentes plataformas de las redes sociales.

22



4.2.2 Conocer al grupo objetivo, y poder seleccionarlo de manera correcta.

Es muy importante que al momento de crear alguna publicación en Facebook como en Instagram, hay que tomar en cuenta que los servicios prestados no le va a interesar a toda la gente de Guatemala. Es por eso que se debe realizar una “segmentación” en la cual tienen que delimitar edades, género, gustos, ubicación, etc. Mientras más específico sea la segmentación, más fácil será llegarle al grupo de personas que se está buscando.

4.2.3 Programar publicaciones basado en el calendario

Crear y publicar contenidos en redes sociales requiere tiempo y atención todos los días. Un calendario te permitirá planificar con tiempo, organizar tu trabajo, anotar ideas para después y evitar estar en demasiadas cosas a la vez.

Trabajar por adelantado en tus contenidos te deja tiempo libre para usarlo en actividades de mayor valor (y más divertidas) como la planeación estratégica y el diseño de campañas. 23

4.3 Plantillas para publicaciones

4.3.1 Saber la utilización de cada plantilla creada

Aprovechar una estrategia para redes sociales no lleva precisamente poco tiempo, recursos y planificación, especialmente si tu equipo no tiene un gestor de redes sociales dedicado en exclusiva a ello.

Una plantilla para redes sociales consistente que pueda crecer con tu base de seguidores mantendrá tus esfuerzos arraigados en las prácticas recomendadas y garantizará un alto nivel de calidad entre diferentes canales. Por eso hemos creado una plantilla fiable y flexible, para ayudarte a crear tu público con facilidad.

4.3.2 Cómo modificar las plantillas para su utilización

El programa que se utilizará para la creación de plantillas para el proyecto se llama CANVA.

Canva es una web de diseño gráfico y composición de imágenes para la comunicación fundada en 2012, y que ofrece herramientas online para crear tus propios diseños, tanto si son para ocio como si son profesionales. Su método es el de ofrecer un servicio freemium, que puedes utilizar de forma gratuita, pero con la alternativa de pagar para obtener opciones avanzadas

4.4 Información sobre las campañas publicitarias

4.4.1 ¿Qué es una estrategia de comunicación?

Las estrategias de comunicación son una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios.

Para que una estrategia de comunicación sea efectiva, debemos ser conscientes de que la comunicación, tanto interna como externa, es algo prioritario para la empresa. La estrategia de comunicación debe estar alineada con los objetivos y valores de la empresa, ser honesta y partir de un buen conocimiento del público al que se dirige la empresa.

25



Capítulo

06

Niveles de Visualización

Este capítulo se basa en la etapa de bocetaje de los artes y elementos gráficos de todo el proyecto. El proceso debe de ser evaluado, no solo por uno mismo, sino por profesionales en el área, y el grupo objetivo. De esta manera se puede modificar y guiar el proyecto de manera correcta.

6.1 Nivel 1 de visualización y autoevaluación

En esta etapa de bocetaje se realizarán lluvia de ideas de dibujos, sobre las plantillas que utilizaré en la producción de la estrategia de comunicación en las redes sociales.

El proyecto a desarrollar:

Campaña de medios digitales para las redes (Facebook e Instagram) donde se informe sobre ASORGUA. En total se desarrollaran 16 piezas

- Quienes son(misión-visión) **3 gifs**
- Servicios de interpretación **5**
- Cursos de señas para niños **3**
- ¿Sabías qué? **5**

Multiples Bocetos

Se comenzó a realizar trazos de baseados en los post de redes sociales. Se utilizarán personajes, los cuales irán narrando los "¿Sabías qué?".

La idea de estos bocetos es volver las ideas a piezas gráficas; se comienzan haciendo las líneas, los bocetos de estas ideas, lo cual ya mas adelante se le colocara color.

Se boceto cómo representaría toda la información en los post; ya que es bastante y busca que se vea adecuada y no saturada la línea gráfica.



10

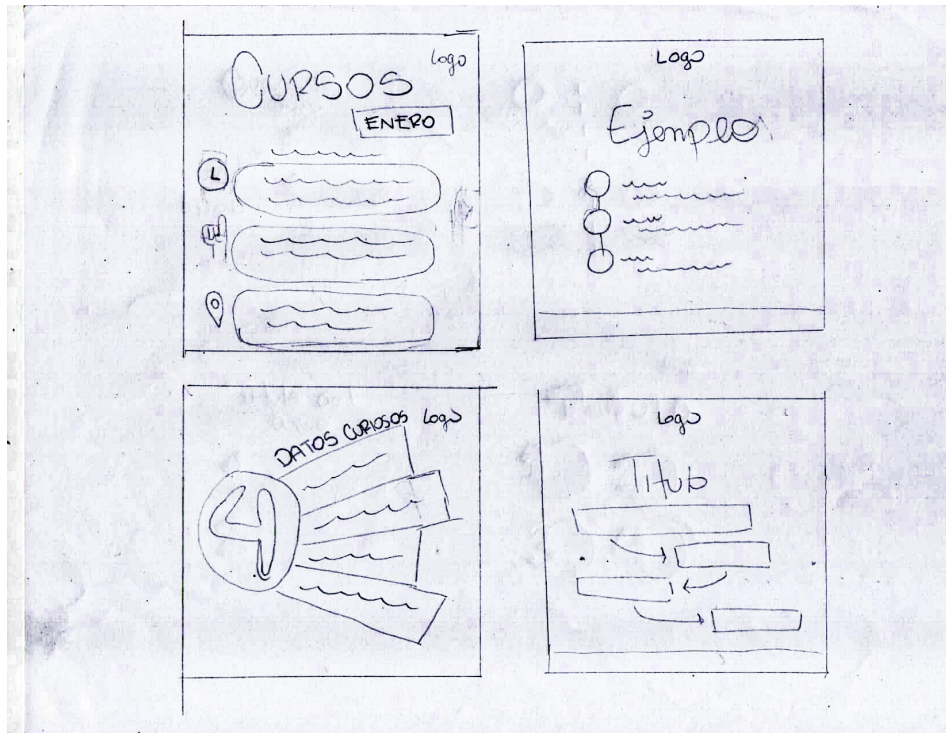
Artes para Facebook



Se bocetaron diferentes diseños para utilizar en la plataforma de Facebook, se tomará en cuenta que se debe realizar, un nuevo diseño de cover, junto con los artes, los cuales serán de 1080x1080 px

La información que brindará en los post de redes sociales quiero que sean llamativas, e ilustrativas, o si llevan solo texto, que se vean limpias y que se entiendan de mejor manera.

Bocetos seleccionados y con mayor precisión en los detalles

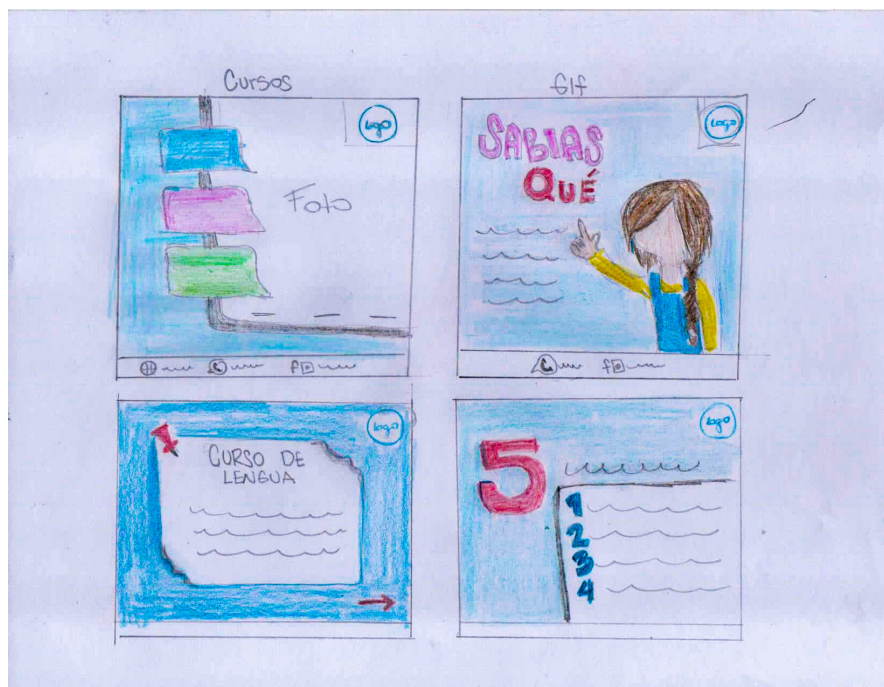


Se escanearon algunas propuestas hechas a mano y se realizaron evaluaciones para poder ver los tamaños y orden de elementos.

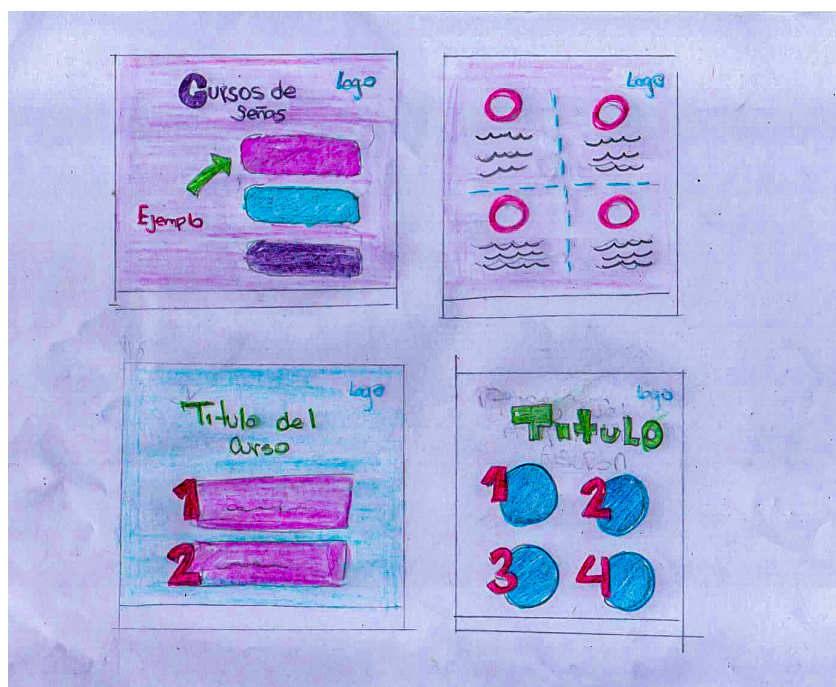
En estos bocetos se basaron en las premisas seleccionadas, utilizando diagramaciones atractivas y creadas de manera comunicativa. La tipografía siempre serán San serif, de manera que el arte se vea limpia.

Bocetos definitivos y a todo color

En esta etapa de bocetaje, ya se incluye color a algunas piezas seleccionadas, para poder probar la paleta de colores. Luego digitalizar algunas piezas y personajes para poder comenzar a verlo con colores y formas reales.



La utilización de colores en papel, ayuda a comenzar a evaluar si la paleta de colores elegida es la correcta. Se quiere utilizar el color celeste como base, debido a que es el color que ASORGUA tiene en su logo, y está en su manual de marca. Y se busca que los post tengan un dinamismo diferente.



Se intentaron utilizar un poco de color en otras piezas, ya que el concepto contiene la palabra chispazo, quería utilizar colores que hagan referencia a luz, chispa, etc.

Es importante dar a entender con los colores el concepto creativo, junto con la diagramación de la pieza.

Autoevaluación

	Punteo	Atoevaluación
DESCRIBE O NARRA el informe con un orden secuencial de actividades lo más cercano a la guía y según el tipo de pieza que se diseña.	3	2
Redacta con claridad de ideas y utiliza lenguaje técnico propio de un profesional del diseño gráfico.	2	2
Utiliza ejemplos gráficos pulcros, suficientes, con referencias y pies de fotos	2	2
Las conclusiones del nivel se basan en la autoevaluación.	1	1
Total	8	7

Para esta etapa de bocetaje, se realizó una autoevaluación, basándose en que tal fueron realizadas los bocetos, si van de acuerdo con el concepto creativo y las referencias brindadas anteriormente.

Conclusiones

- Al poder realizar estos bocetos de manera rápida, sin tanto detalle, me ayudaron mucho a darme cuenta la variedad de opciones que tengo para realizar varias propuestas de diseño.
- Lo difícil de crear una línea gráfica, es poder unir de manera congruente y adecuada las piezas de diseño; pero este tipo de bocetaje me ayuda mucho a abrir mis opciones.
- El grupo objetivo de este proyecto es tanto personas sordas como personas oyentes, es por eso que quiero que sea muy visual y en los audiovisuales que realizaré, quiero que tengan melodías que transmita emoción y sea única.

6.2 Nivel 2 de visualización y coevaluación

Se comenzó a visualizar como se verían los personajes al momento de pasarlo a manera digital; es importante poder tener claro y comenzar a bocetar de manera digital, para ver la paleta de colores, dimensiones y tamaño de los personajes.

Para una parte del proyecto, es necesario la creación de personajes para el audiovisual que realizaré, entonces comencé a bocetar a los personajes, y luego a colocarles color.

También con mi jefe inmediato de ASORGUA, se habló sobre colocar algunas señas, y la palabra chispa, se representa como el dibujo 1.

Bocetos definitivos de las partes más relevantes de la pieza



Se realizaron bocetos en papel, para poder medir y dibujar de manera correcta los personajes, elementos de diseño y manos.

Personajes



Se comenzó a visualizar como se verían los personajes al momento de pasarlo a manera digital; es importante poder tener claro y comenzar a bocetar de manera digital, para ver la paleta de colores, dimensiones y tamaño de los personajes.



Los primeros bocetos digitales de los personajes, se presentaron al jefe inmediato de esta institución indicó que al personaje del hombre habría que quitarle la barba, debido a la necesidad de que no tengan barba las personas que van a recibir lengua de señas.





Las segundas propuestas digitales de los personajes, los cuales se utilizarán en todo el proyecto y en piezas digitales. Se probó utilizar las primeras propuestas con diferentes vistas.



Se diseñó 4 personajes y los cuales estarán en todo el proyecto. Ya se establecieron 3 posiciones de todos, los cuales se utilizarán para animar en after effects.

Bocetaje digitales del proyecto de estrategia de redes sociales

Propuestas 1



Los primeros bocetos de post para Instagram y Facebook. Se diagramaron con el texto del manual que compartió la institución.

Se utilizaron colores llamativos, saturados, buscando siempre enfatizar en el concepto de chispa. Los elementos utilizados se le colocaron degradé, así creando una combinación de colores llamativa y saturada.

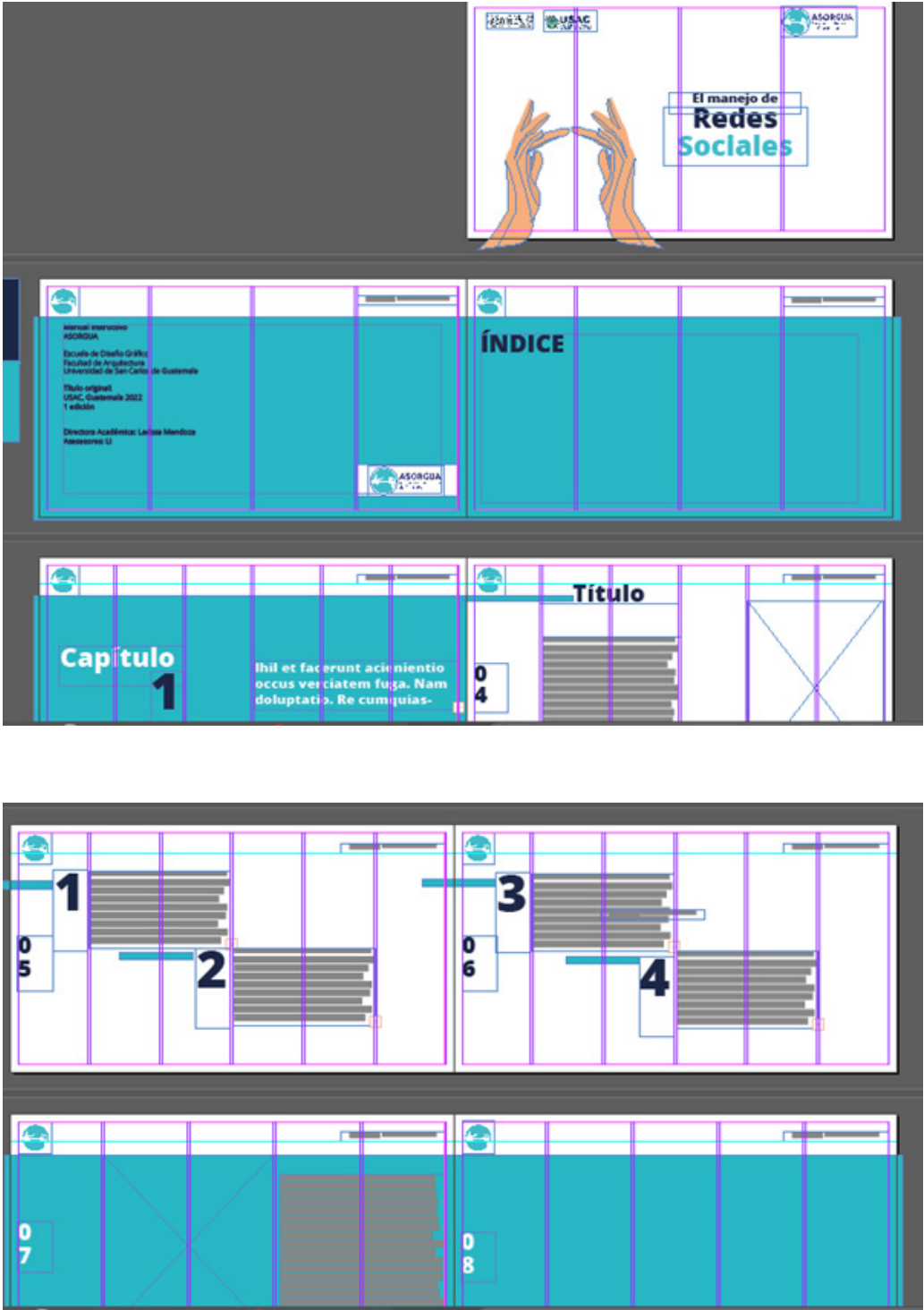
Propuestas 2



Los bocetos digitales de línea gráfica de artes para las redes sociales se modificaron y se incluyeron elementos que hacen referencia a la "chispa" y se utilizó una paleta de colores contrastante, para crear un efecto en las piezas de diseño. Se decidió utilizar a los personajes para volver los post amenos y agradables al lector. Por último también se utilizó una seña con las manos que significa "chispa" la cual hace alusión al concepto creativo.

Esta paleta de colores crea una sobre saturación en las piezas de diseño, lo cuál brinda una posibilidad de probar otros tipos de paleta de colores, siempre buscando causar el impacto de "chispa" en el diseño

Bocetaje manual
instructivo



Para el manual instructivo, se busca una paleta de colores más suaves, con saturación media y los colores que se utilizarán, serán los utilizados en la institución. Debido a que este manual es instructivo, y será digital, se hará interactivo, los elementos que se utilizarán serán basados en eso.

Coevaluación

En esta segunda etapa de bocetaje se realizó una coevaluación con un grupo focal de 3 expertas en diseño gráfico y redes sociales. Las diseñadoras fueron:

- Katherine Estupinian
- Cindy García
- Gabriela Cisneros

Todas egresadas de la universidad y con más de 4 años de experiencia en el área de diseño y de redes sociales.

Quiénes aportaron lo siguiente:

- Se debe tener cuidado con los márgenes, tanto del texto como en la pieza general, para que no se corte ningún elemento.
- Cuidar los colores y contrastes, para que no dificulte la lectura del texto. También cuidar la cantidad de los textos y las huérfanas en los textos.
- Añadir más personajes en las piezas, para que se vuelvan más atractivas y llamativas.
- En general las piezas les parecieron muy llamativas, con lectura amena y con información interesante.

La encuesta realizada por las profesionales, se puede ver en anexos.



Conclusiones

- Con las validaciones realizadas con las profesionales del diseño gráfico y medios digitales; llegamos a la idea de que este proyecto tiene muy buena base, y solamente tengo que arreglar la composición de algunas piezas, diagramación y retículas.
- Es importante siempre tener validaciones de personas externas al proyecto, las cuales por primera vez, ven el proyecto y pueden dar su crítica constructiva en base a sus conocimientos y como grupo objetivo.
- Muchas veces al pasar mucho tiempo en un proyecto, no logra ver alguna idea nueva o algún error grave en las piezas. Y con las validaciones te ayudan a saber si se va bien encaminado el proyecto o se necesita empezar de 0.
- Por último, en las validaciones me hicieron el comentario que debo tener en cuenta que el manual o alguna pieza puede llegar a ser impreso por la institución y eso debo indicarlo en el manual, con el color correcto en CMYK.

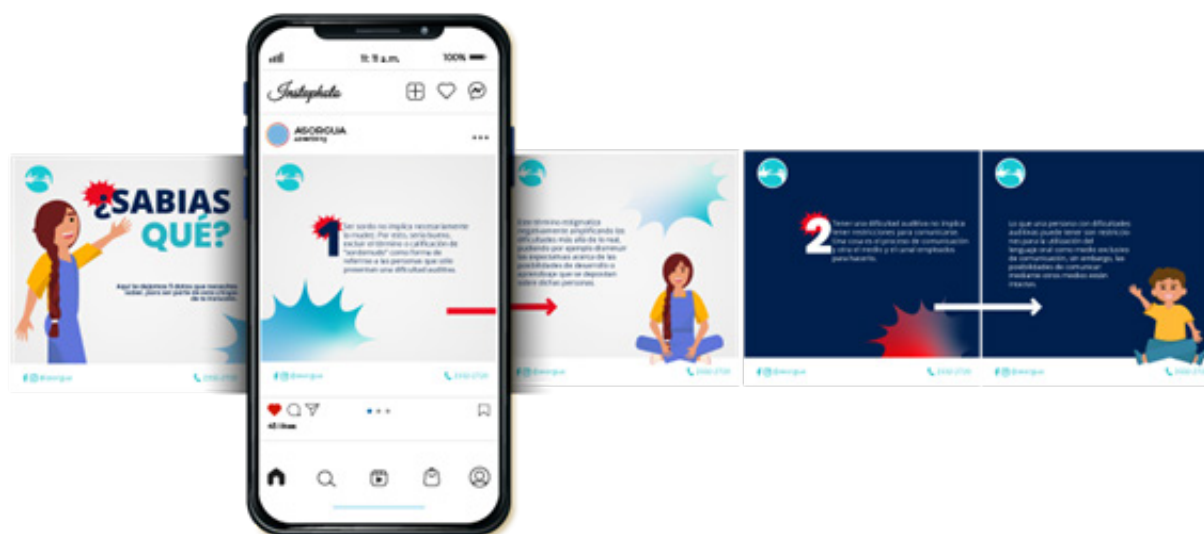


6.3 Nivel 3 de visualización y validación

En esta etapa de bocetaje, las piezas de diseño se vuelven más reales, y comienzan a agarrar forma y significado, basado en el concepto creativo. En esta etapa ya podemos ir visualizando los colores, y tipo de diagramación; evaluando si es la correcta o si le falta mejorar en algunos aspectos.

En este proceso se podrá evaluar si las premisas presentadas al principio son las adecuadas para este proyecto; para mejorar el proyecto y su finalidad, se cambiaron algunas premisas y sus objetivos.

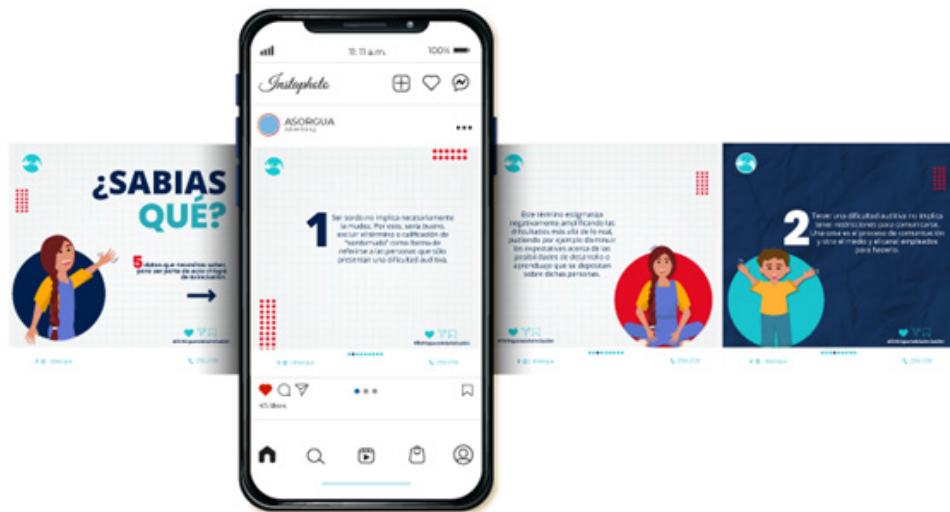
Bocetaje manual instructivo



En esta primera visualización de cómo se verían los diseños en digital. Se utilizaron los colores previamente establecidos, el icono de chispa se siguió implementando, para dar a entender el concepto de chispa; los colores utilizados son contrastantes, eso causa un efecto en los artes que se vean llamativos e interesantes.



En los artes se utilizaron flechas continuas, para crear una acción de movimiento, para que las personas realizarán el swipe. Las flechas se conectan entre cada arte. Los elementos de chispa, se colocaron en color celeste, para causar un contraste de colores no tan saturado, sino agradable a la vista.



En esta versión de artes se realizó cambios en los elementos. Se utilizó un fondo con textura de cuadrícula, y otra con textura de hoja arrugada, el cual le da un estilo diferente a los artes; de iconografía se utilizó mejor una textura de puntos de colores contrastantes, dependiendo del fondo y color utilizado.



Los artes fueron modificados; se cambió el icono de chispa, para una textura de puntos, rojos, blancos y azules, los cuales simulan el efecto de chispa, de luz, entre cada círculo; para el fondo de los artes se utilizó es de papel cuadriculado y papel arrugado lo cual simula aprendizaje.

En esta sección de artes, hay un equilibrio entre el azul y rojo; se utiliza para darle vida y crear ese contraste de Chispa/Vida.



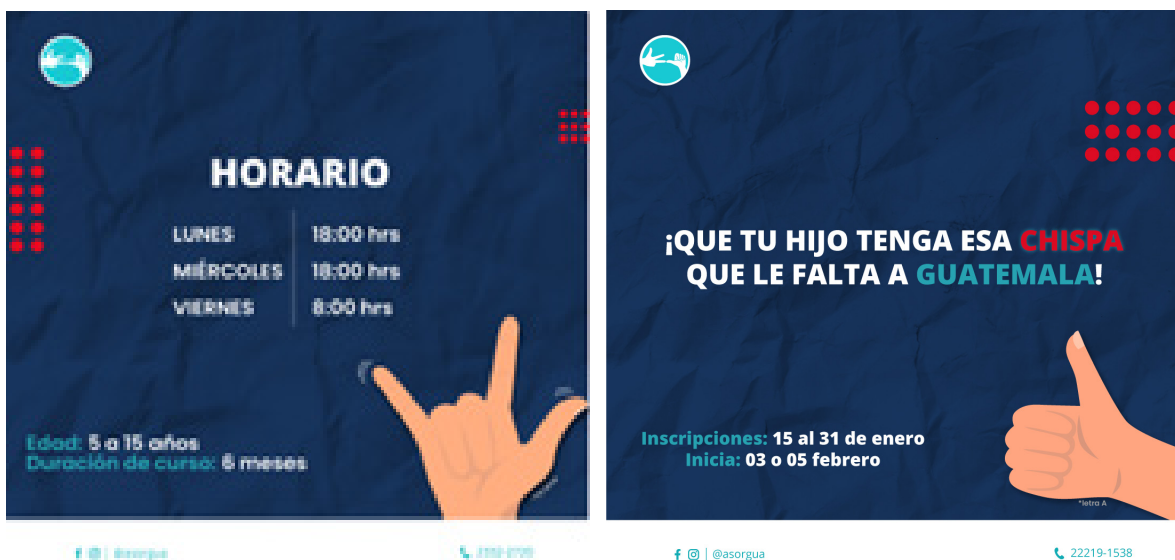
Para la segunda sección de artes para redes sociales, se hablará sobre los diferentes servicios que brinda la institución, para poder darlo a conocer. y se realizará un swipe. Para crear una interacción en las publicaciones.



Se utilizó círculos en la parte de abajo de los artes, para dar a entender que hay más artes a la derecha; de esta manera se representa una acción.; y se omitieron la utilización de flechas. Los colores utilizados fueron los mismos de la paleta de colores; pero en esta sección de artes, los 2 predominantes son los tonos azules.



En el último set de publicaciones se colocó un fondo diferente, igual de papel, para simular aprendizaje, se utilizó color predominante azul.



En estos artes lo que se quiere, es poder brindar una motivación a que los niños aprendan lengua de señas desde los 5 años. Se utilizaron ilustraciones de niños y de manos, realizando señas.



Se realizaron historias para Instagram, las cuales serán en formato GIF, el cuál estará animado los horarios. Estos son artes los cuales son para indicar el horario de los cursos impartidos por ellos; dependiendo del nivel en que se encuentren.

HORARIOS DISPONIBLES

BÁSICO

MARTES	9:00 hrs
MIÉRCOLES	9:00 / 15:00 / 17:00 hrs
JUEVES	15:00 / 17:00 / 18:00 hrs
VIERNES	15:00 / 17:00 / 18:00 hrs
SÁBADO	8:00/10:00/14:00 hrs

HORARIOS DISPONIBLES

INTERMEDIO

LUNES	18:00 hrs
MIÉRCOLES	18:00 hrs
VIERNES	8:00 hrs

HORARIOS DISPONIBLES

AVANZADO

JUEVES	18:00 hrs
VIERNES	18:00 hrs
SÁBADO	8:00 hrs

Como parte del proyecto, también se realizaron diseños para los uniformes de la institución. ASORGUA pide 3 diseños diferentes de playeras.

1. Formal
2. De uso diario
3. Deportiva



En estos bocetos/mockups se representa la idea de como se quiere implementar el diseño de las señas como textura en la parte de atrás de la camisa deportiva, junto con las mangas de colores.

El color celeste causa una sensación de interés y atracción. También se probará con las camisas de color celeste y las variaciones de los logos a color blanco, para crear un contraste diferente y que las camisas sean únicas.

Validación

En esta tercera etapa se realizó una validación, con la institución y el grupo objetivo

La validación con la institución y grupo objetivo por medio de un cuestionario donde los participantes fueron:

- Mauricio Méndez- Cordinador general ASORGUA
- Cindy García - Tercera asesora
- Rosario Anléu - Terapista del habla
- Gabriela Cisneros - Diseñadora Gráfica
- André Coronado - Grupo objetivo
- Katherine Zamora - Grupo objetivo
- Marcela Zaghi -Grupo objetivo
- Ximena Figueroa - Grupo objetivo
- Luis Morazán - Grupo objetivo
- Jose Roca - Grupo Objetivo
- Ana Castro - Grupo objetivo

Quienes después de una presentación de todas las piezas realizaron varios comentarios, y aportaron lo siguiente:

Lo que más les llamaba la atención de toda la línea gráfica eran los colores, el contraste que hacía el fondo con los elementos y las ilustraciones.

Les resultan artes atractivos, amenos y llamativos para leer; las texturas y colores connotan educación, limpieza y armonía. La combinación que crea el celeste con el rojo, crea un contraste donde se refleja “La chispa”.

La tipografía es legible, seleccionada correctamente para que connote limpieza y minimalismo. Me recomendaron poder aumentar unos puntos del tamaño del texto, y probar colocar un poco de color amarillo en las piezas diseñadas. Consideran que el material/arte creado es útil, entendible y que transmite correctamente el contenido e idea.

La encuesta para la validación se puede ver en anexos.

Conclusiones

- En esta etapa de validaciones y de realización de artes se pueden comenzar a ver las piezas finales, la paleta, tipografía, y estructura final. Esto ayuda a que se comience a evaluar elementos que sobran o simplemente no van en las piezas.
- Al validarlas, pude evidenciar que a la gente le gusta mucho que en las piezas haya ilustraciones, ya sea de manos, como de los personajes creados. La textura del papel ayudó muchísimo a que ellos lo relacionarán con información educativa.
- Muchas de las personas que ayudaron a validar las piezas, comentaron que a pesar que el texto está muy bien situado, puede parecer mucha información en un arte de red social; se evaluará disminuir el texto para que sea más agradable a la vista. Se colocará poco texto en el arte y la continuación en el copy.
- Se podría intentar añadir amarillo a la paleta de colores, la cuál ya tiene un nivel de contraste.

Capítulo

07

PRESENTACIÓN COMPLETA DE LA PIEZA DISEÑADA



Al concluir los bocetos y la pieza diseñada, se podrá observar las piezas finales, con la descripción de cada una; sus elementos importantes y relevantes. Estas piezas finales, fueron siendo seleccionadas y corregidas de manera continua, conforme todo el proceso de bocetaje; algunos elementos fueron eliminados o hasta sustituidos por algún otro.

7.1 Fundamentación de la pieza

El concepto creativo de este proyecto es **“El chispazo de la inclusión”**, este concepto nace de la necesidad de poder apoyar a la inclusión de este país, de Guatemala. La juventud debe ser parte del inicio del cambio en la sociedad, y ser los causantes de la inclusión de las personas sordas. Muchos movimientos y cambios sociales solo necesitan una chispa, un inicio para comenzar; debemos impulsar o iniciar esa inclusividad.

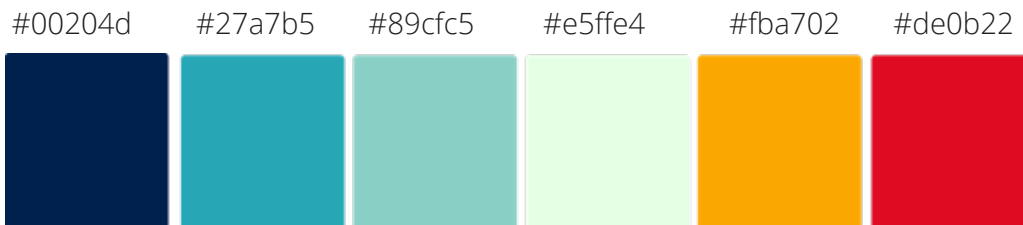
Realizando una encuesta, sobre la juventud y la inclusión, se pudo crear el insight de **“Quiero poder comunicarme sin ningún problema”**; este insight es de ambos lados, tanto las personas oyentes que se quieren comunicar con las personas sordas; como viceversa, cuando las personas sordas desean poder comunicarse.

La estrategia de comunicación para la institución ASORGUA se basó en promover e incentivar la participación y conocimiento de los cursos brindados por la institución.

Mucha gente en Guatemala no conoce lugares donde poder encontrar cursos de lengua de señas, estas personas desean aprender, pero no saben dónde, cuándo y cuánto puede llegar a costar.

Paleta de colores

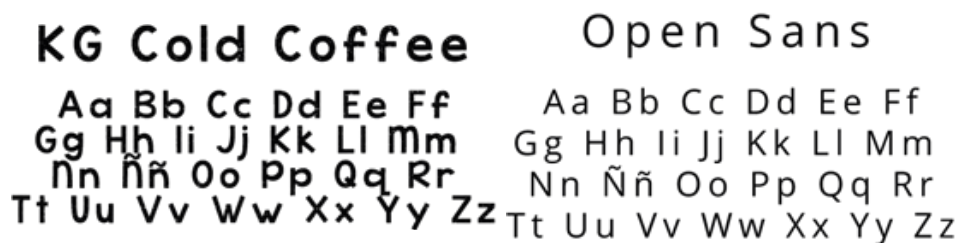
Se utilizó una paleta de colores con saturación alta, colores que son contrastantes, ya que el concepto creativo es “El chispazo de la inclusión”. Para representar chispa, vida, color, movimiento; se seleccionó esta paleta:



Tipografía

La tipografía de KG Cold Coffee fue seleccionada por ser atractiva a la vista, fácil para la lectura y se busca que sea san serif/palo seco, y que combinara con la tipografía principal que es la Open Sans.

Esta última tipografía se seleccionó para este proyecto debido a que es la tipografía que utiliza la institución, es agradable para la vista y muy fácil de leer también.



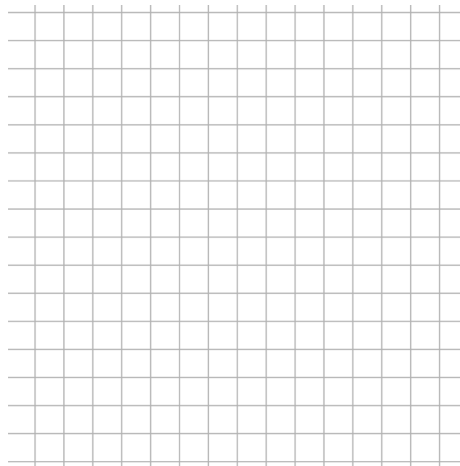
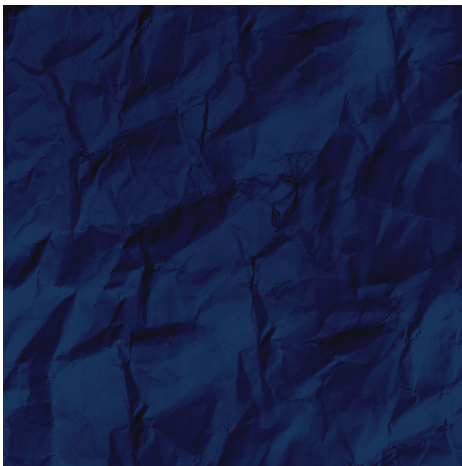
Se busca que ambas tipografías sean fáciles de leer, debido al contenido de la pieza y la limpieza visual que se busca en ella. Se realizaron validaciones con expertos como con el grupo objetivo y ambos grupos de personas opinaron que la lectura del contenido de las piezas son fáciles de comprender. Comentaron que la tipografía es limpia y adecuada a la línea gráfica.

Por la utilización de la paleta de colores, y su saturación visual en la pieza diseñada, se buscó que la tipografía, tanto para títulos como para contenido, sea limpia.

Se busca poder darle vida, color y armonía a las piezas diseñadas; los colores le dan un equilibrio a la pieza, se utilizó el color rojo en todas las piezas, para dar un seguimiento al concepto y línea gráfica.

Fondos/ texturas

Para el fondo de las piezas se utilizaron texturas de papel, tanto de cuadrícula, como de papel arrugado, siempre utilizando la paleta de colores. Se utilizó este tipo de fondo con la finalidad de dar a entender el concepto de enseñanza, que las personas al ver las piezas en las redes sociales logren entender eso.

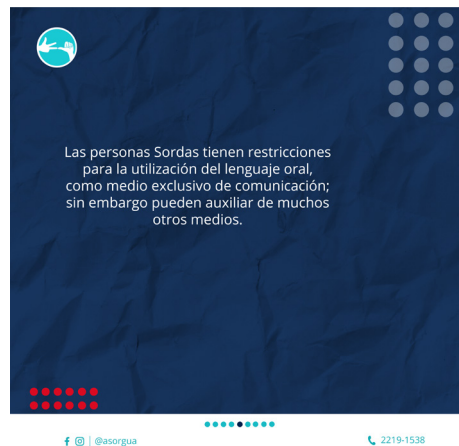


7.2 Presentación completa de la pieza diseñada

En esta sección se presentarán todas las piezas finales realizadas para la institución ASORGUA. Se realizarán piezas para redes sociales y un manual instructivo.

Los artes se dividen por 3 set de post, los cuales hablan de diferentes temas, sobre los cursos brindados por la institución, sobre las Personas Sordas, etc.

Primer set de artes



Se realizaron las primeras 9 piezas, donde se hablan de 5 datos interesantes sobre las personas sordas, la situación en la que viven y cómo se encuentran actualmente, tanto en el mundo, como en Guatemala.

Para este set de piezas, se utilizaron colores con saturación alta, colores que son contrastantes, ya que el concepto creativo va enfocado a colores vivos y llamativos.



Todos los artes serán utilizados tanto en Instagram como en Facebook, ya que son artes de 1080 x 1080.

En Instagram se podrá ver más ordenado por los colores utilizados en los una fila completa.

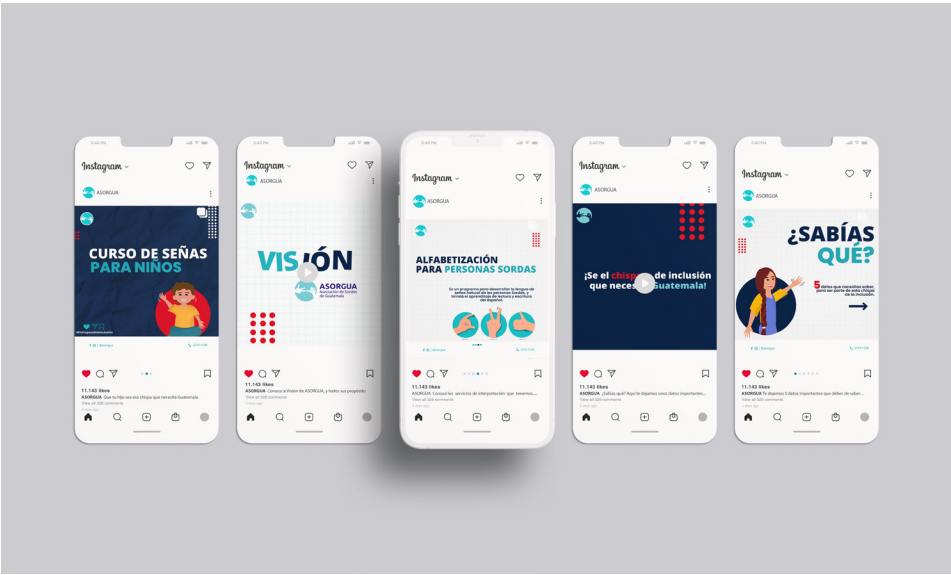
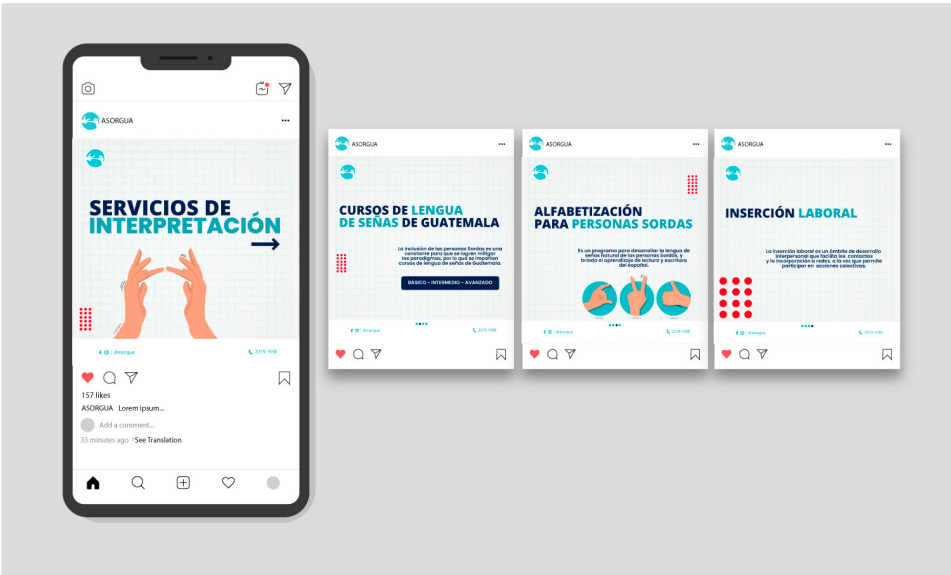
Segundo set de artes



En este set de publicaciones se utilizó una paleta de colores no tan contrastante, ya que con estas artes, lo que se desea es vender e informar los servicios que brinda la institución. Es un poco más serio e informativo de la institución.

Es importante que la gente pueda conocer los servicios y que les llame la atención las piezas para poder ayudar a más personas a aprender lengua de señas.

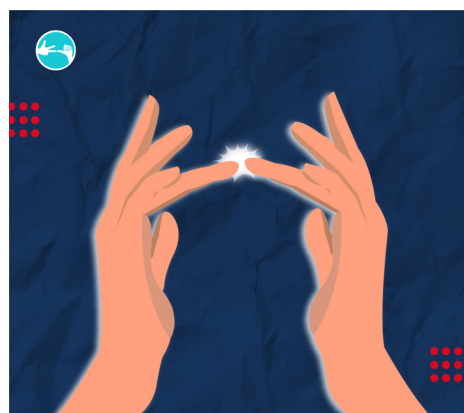
En la parte de abajo de los artes, se colocó una señal con círculos para indicar que hay más artes.

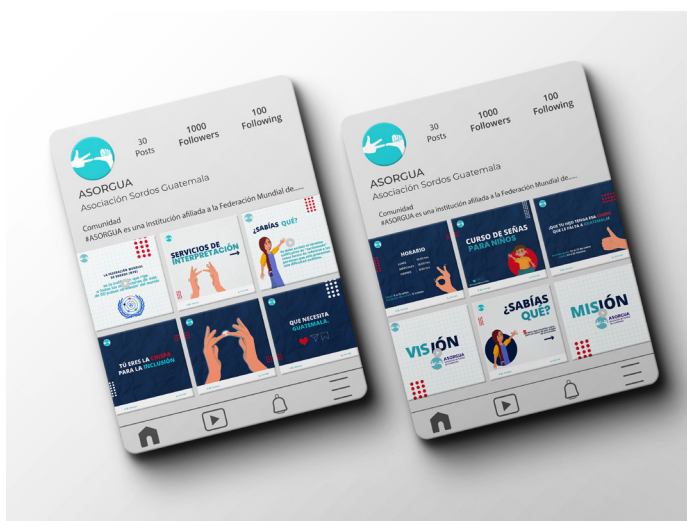


Tercer set de artes

En este set de artes, se utilizó un fondo color azul oscuro, con textura de papel. El grupo objetivo de los artes son niños, los cuales quieren aprender sobre la lengua de señas. Desde la infancia, es importante comenzar la inclusión, a comprender a las personas sordas, a ser más inclusivos; y ASORGUA ayuda a que los niños puedan serlo.

La textura de papel arrugado, sigue dando el concepto de estudio, de que esta información; basándose en la línea gráfica donde se quiere demostrar que el contenido informativo es educativo.





De esta manera se vería el feed, alternando el color blanco con el azul de los artes.

Todos los artes se les entregarán en editables en la plataforma de CANVA; para que puedan cambiar datos importantes, como fechas, horarios o la información.

Cover Facebook



En el cover de Facebook se utilizó la seña de “Chispa” junto con los elementos de los post. Se realizaron 2 covers editables en la plataforma CANVA, para que la institución pueda modificar el cover cada mes.

Highlights/ Historias destacadas

Aprendiendo una seña



ASORGUA



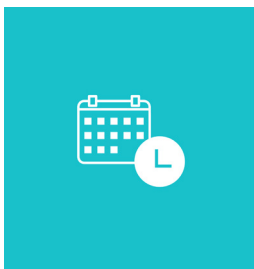
Alumnos



Alumnos



Servicios



Horarios



¿Sabías qué?

Para Instagram se creó portadas para las historias destacadas, y se creó 7 apartados diferentes, para que el perfil de Instagram de la institución sea más dinámica y completa.

Ilustraciones

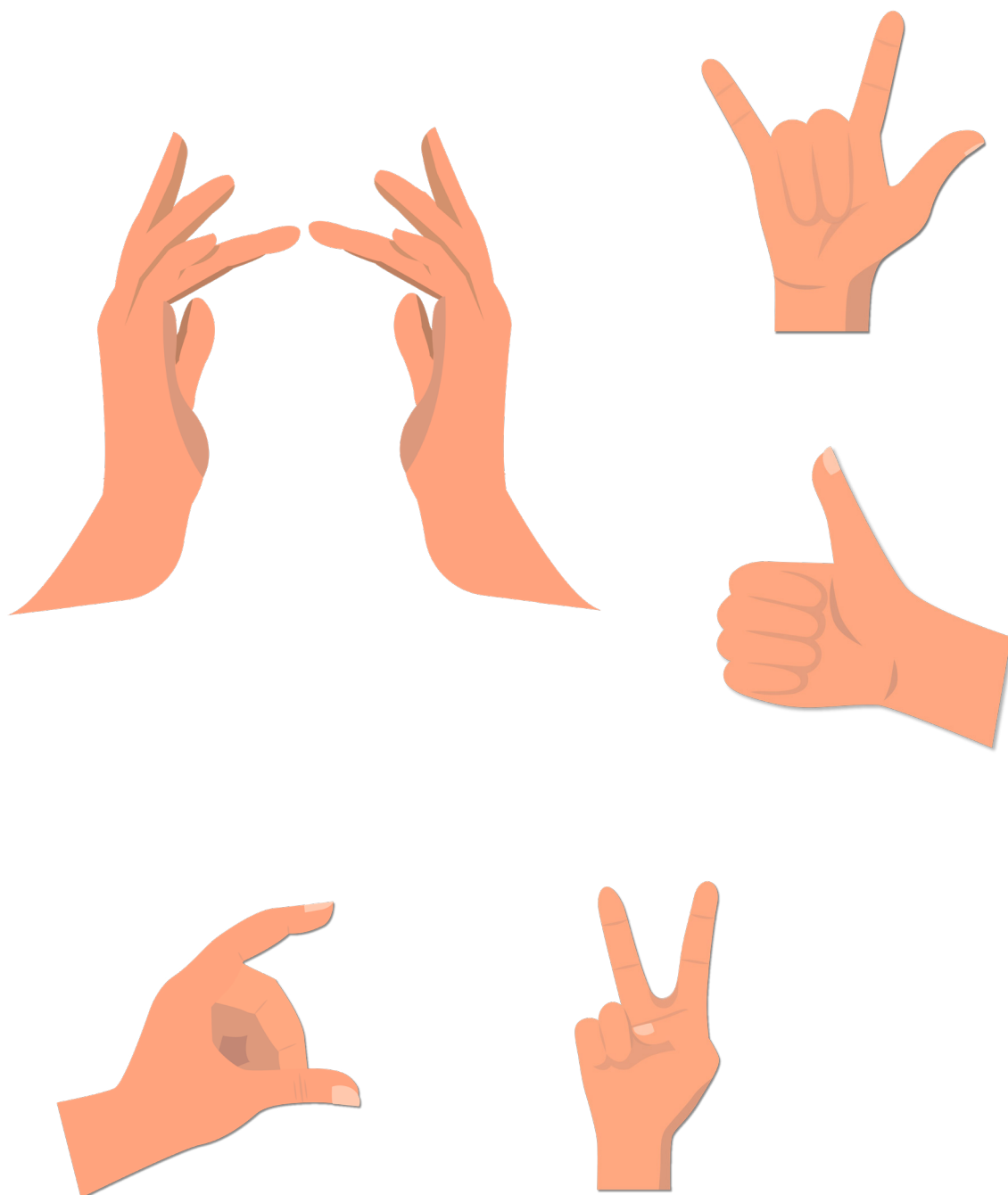
Las ilustraciones utilizadas en las piezas gráficas, son de 4 personajes creados para este proyecto. Se crearon 2 mujeres, 1 hombre y 1 niño; para poder dar a entender que cualquier persona ya sea grande o pequeña, pueden aprender lengua de señas.



Estas ilustraciones sirvieron tanto como para los post,
como para los audiovisuales creados como apoyo a la
campaña de redes sociales.



Se crearon ilustraciones de letras del abecedario de lengua de señas, junto con la seña de “Chispa”, la cual es la base de todo mi proyecto. Al realizar estas ilustraciones que, se logra ejemplificar y representar de mejor manera la lengua de señas; las ilustraciones armonizan las piezas de diseño.



7.3 Costos de diseño gráfico

La realización de un proyecto lleva un proceso, etapas y cada etapa requiere tiempo, investigación, recursos y todo eso se debe cobrar, aquí se representan el costo de la producción gráfica de este proyecto:

Desarrollo del proyecto	Horas	Precio por hora	Costo
Investigación	28 hr	120	Q3360
Planeación creativa	30 hr	120	Q3600
Definición creativa	30 hr	120	Q3600
Producción gráfica	350	120	Q42000
Validación gráfica	20 hr	120	Q2400
Elaboración piezas finales	60 hr	120	Q7200
Resumen / insumos utilizados			Q12000
Total			Q74160

7.4 Costos de reproducción de la pieza

Para la reproducción de estos elementos, se tomó en cuenta la creación de las piezas y elementos necesarios para su utilización; ya que son piezas que se publicaran y no se imprimirán, el costo es diferente.

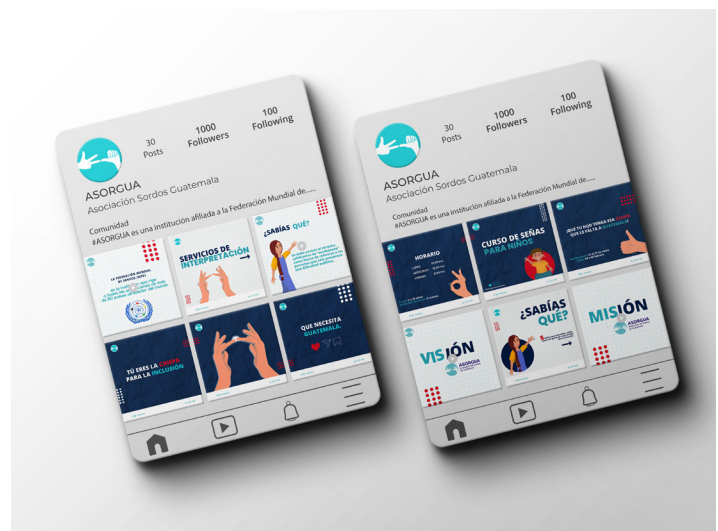
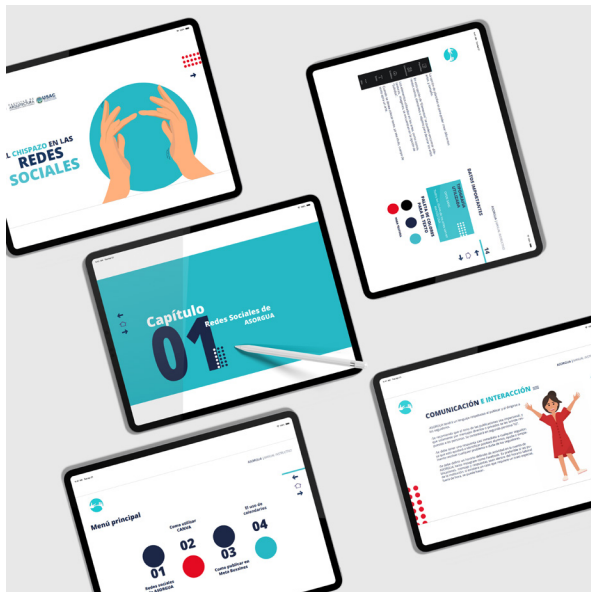
Material	Cantidad	Costo por unidad	Costo final
Artes para redes sociales	31	150	Q4,650
Ilustraciones	21	150	Q3,250
Copys	31	50	Q1,550
Páginas del manual	39	95	Q3,705
Material editable	8	83	Q664
Total	130	528	Q13,819

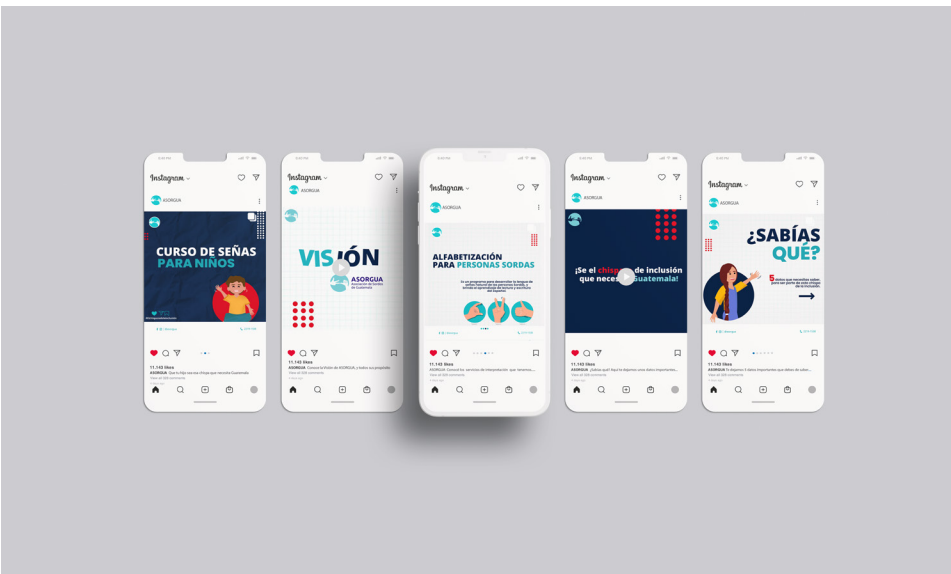
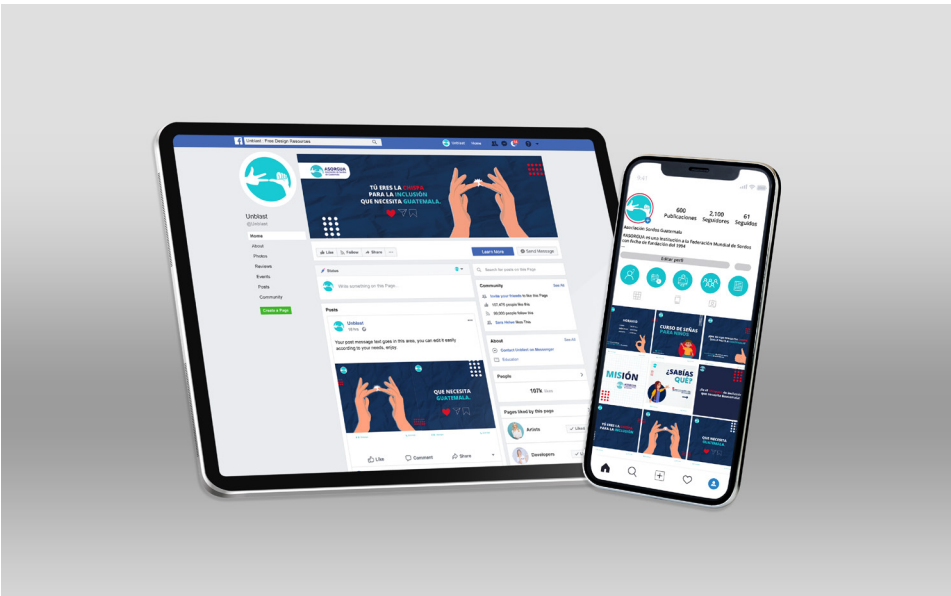
Material	Cantidad	Mensual	Costo final
Agua	150	6	Q 900
Luz	196	6	Q 1,176
Internet	271	6	Q 1,626
Celular	300	6	Q 1,800
Depreciación de laptop	100	6	Q 600
Adobe	113	6	Q 678
Materiales de oficina	50		Q 50
Total			Q 6,830

Total	Q 20,649
Timbre	Q 103
IVA	Q 2,212

7.5 Entrega de artes finales y prototipos a la institución

Para la entrega de las piezas y artes finales, se reunió con el jefe inmediato, Mauricio Méndez, Coordinador General de ASORGUA quien estuvo presente durante todo el proyecto.





Recomendaciones

- A la institución se le enviará un link de drive y un USB, en el cual tendrán acceso a todos los materiales necesarios y creados para esta campaña.
- En la carpeta de drive encontrarán: artes de 1080x1080 px para la publicación tanto de Facebook como Instagram, historias animadas (gifs), iconos para colocar las historias destacadas de Instagram, cover para utilizar en Facebook y por último el manual instructivo para la utilización de todas las piezas.
- Para que puedan mantener una línea gráfica en todas sus redes sociales y publicaciones, se les creó unas plantillas editables en CANVA, en las cuales podrán modificar y utilizar cuando deseen.
- Para el manejo de las redes sociales de ASORGUA se les entregará un manual instructivo digital, el cuál podrá tenerlo la persona (voluntario/a) que quiera manejar las redes sociales de la institución. Este manual tendrá todo lo necesario para que la persona pueda utilizar las redes sociales de la mejor manera, junto con los editables en CANVA.
- En los editables de CANVA, se realizaron diferentes plantillas, para horarios, para indicar el curso que deseen publicar, y datos importantes. Tienen los elementos necesarios para crear más plantillas, fondos, texturas y tipografías.
- Las plantillas que tendrán en CANVA son: para publicaciones, tanto para Facebook, como para Instagram, historias de Instagram y covers de Facebook.
- Todas las piezas diseñadas están basadas bajo un mismo concepto y arte, es importante que no cambien de tipografía o colores, fuera de los propuestos en este proyecto, de esta manera la comunicación de sus redes sociales para el grupo objetivo será eficaz y útil.



Capítulo

08

ETAPA SINTESIS

Al concluir todo el proyecto, se procede a Identificar y reflexionar sobre lecciones aprendidas , basadas en el conocimiento adquirido durante el proceso y el desarrollo de las capacidades. Se plantean recomendaciones con el fin de ayudar a futuros estudiantes, a la facultad y a la institución en la cual se trabajo.

8.1 Lecciones aprendidas

En cualquier proyecto, cada proceso conlleva enfrentarse a experiencias nuevas, desconocidas, a las que hay que buscarles solución para avanzar al logro de los objetivos. Todo esto nos conduce a un proceso de aprendizaje.

Es importante que se sepa apreciar todo lo aprendido y poder escribirlo en esta parte del proyecto. Ya que se puede comparar de cómo se comenzó el proyecto a como se termina, todo lo que se aprendió en el proceso y como se ejecutó; ver qué áreas se pueden mejorar en el futuro o aspectos de nuevas oportunidades.

- Aprender e identificar las necesidades de comunicación visual que posee la institución; tener un acercamiento con el grupo objetivo y la institución, de qué manera se comunican, de esta manera tener un punto de vista más claro de cómo resolver el problema de comunicación.
- El poder tener una comunicación asertiva y fácil al principio de todo el proyecto. El poder hablar con la institución y que puedan comunicarse que no tienen departamento de comunicación ni de marketing.
- Al conocer la institución, indicaron que no tienen presupuesto para contratar gente que maneje redes sociales, para la estrategia de comunicación y fue necesario crear también un manual instructivo debido a la falta de conocimiento de los voluntarios sobre las redes sociales, o al menos guiarlos.
- La investigación tanto del grupo objetivo como de la institución desde un principio, te abre los ojos y te guía hacia la necesidad y cómo resolver el problema de comunicación de la institución.

Diagnóstico

Definición creativa

- Para la ejecución y creación de conceptos creativos e insights basados en la idea y necesidad del grupo objetivo. Buscar los insights tanto de la institución como del grupo objetivo; ayudó mucho conocer cómo piensan y lo que necesitan para poder generar conceptos creativos aptos para la estrategia.
- El tener un insight que conecte con el grupo objetivo es beneficioso para el proyecto, ya que ayuda mucho para la creación de conceptos, utilizando diferentes métodos y técnicas. Teniendo las herramientas correctas de creación de conceptos, es de mucha importancia, ya que se puede tener muchas ideas de diferentes perspectivas y puntos de vista. No importa si suena bien, lo importante es que exprese de la mejor manera la idea del insight e idea.
- Al tener el insight como concepto creativo, es más fácil poder expresar de manera gráfica y visual la idea del proyecto, su concepto y objetivo.

Marco teórico

- Es importante tener un respaldo teórico que ayude a abordar de manera correcta la problemática de la institución, y la creación de las piezas gráficas ; ya que se tiene que respaldar del porqué la utilización de todas los elementos y decisiones tomadas en el proyecto.
- Para lograr una redacción correcta de los ensayos, es necesario saber investigar de manera ordenada todos los temas que involucran la problemática de la institución, la institución y de qué manera como diseñadores podemos ayudar y evitar todos estos problemas sociales.

- Para poder llevar a cabo un proceso ordenado de todo el proyecto, es importante enumerar y tener claras las actividades y procesos que se llevan a cabo durante todo momento; el tiempo que llevará realizarlos, y el costo que este tendrá.
- La utilización de flujograma y cronograma ayuda mucho para tener claro el tiempo estimado para cada actividad y proceso que hará en el proyecto. Ayuda a dividir las actividades, asesorías, y control de todas las etapas de la realización del proyecto.
- Hay que tener en cuenta que los tiempos del cronograma y flujograma no son finales, todo puede cambiar, debido a que esos tiempos dependen de factores externos, como por ejemplo, validaciones, asesorías, etc. Ya que estas actividades dependen del tiempo de las personas que las realizan, entonces hay que tener un margen de error en los tiempos.

Planificación Operativa

- Los procesos llevados a cabo en toda la producción gráfica tienen que ser evaluados, coevaluados y validados; tanto por el grupo objetivo, gente especializada en el tema. Esto es para ayudarnos con la producción gráfica de todo el proyecto, nos guía con experiencia hacia un mejor desarrollo y arte; y terminan enriqueciendo las piezas, dándoles un punto de vista diferente al trabajado.
- La institución no sabe de manera concreta cómo expresar sus ideas y que es lo quieren; al momento de validarlos y enseñarlos a la institución, pueden darse cuenta de que existen otras maneras de comunicar todo lo que desea.
- La creación de paleta de colores que expresen el concepto creativo es de ayuda al crear tanto los artes, como las texturas. El concepto de “chispa” se representa con colores saturados y vivos, utilizando el color de la institución, ayudó a mantener una paleta de colores agradable a la vista y útil.

Producción gráfica

8.2 Conclusiones

Con todo lo anterior mencionado, todo lo aprendido durante todo este proyecto, viendo los errores y lo bueno de cada uno de los procesos, se puede concluir:

El objetivo general de este proyecto era desarrollar una estrategia de comunicación gráfica para apoyar a ASORGUA en la difusión de sus proyectos para la dignificación de las personas Sordas en las áreas de educación, trabajo, acceso a la justicia y apoyo en salud. Este objetivo se cumple, con las respuestas objetivas realizadas al grupo objetivo y profesionales del diseño, siendo estas buenas y asertivas. Se realizaron piezas con alto nivel gráfico y enfocando tanto la paleta de colores, como las ilustraciones

En el objetivo de poder realizar una comunicación visual asertiva en el área digital se basó en la necesidad de dar a conocer la institución ASORGUA, y sus servicios utilizando artes y audiovisuales para llamar la atención del grupo objetivo y tengan la oportunidad de aprender lengua de señas y comenzar a ser un país más inclusivo. Se realizaron audiovisuales los cuales hablan de ASORGUA y datos interesantes que las personas deben saber sobre la comunidad sorda, tanto de Guatemala como de cualquier parte del mundo. Los audiovisuales se diseñaron de una manera que la información presentada fuera fácil de comprender y que motivara a las personas a inscribirse a los cursos de lengua de señas. Tanto en las piezas diseñadas como en los audiovisuales se desea impulsar a que Guatemala sea un país inclusivo, y se necesita gente con chispa e iniciativa para lograr realizar ese cambio.

Ayudar a las instituciones que carecen de comunicación visual asertiva, te hace entender la necesidad que existe del diseño gráfico en la sociedad. Muchas de estas instituciones si no todas, no poseen un capital adecuado para poder contratar a un diseñador o mercadólogo que los ayude a comunicarse con su grupo objetivo de manera correcta.

Las evaluaciones y validaciones ayudaron a mejorar los artes; es necesario tener un punto de vista profesional, y fuera de las personas involucradas en el proyecto, para poder realizar un proyecto de la mejor manera posible. Con un feedback y críticas constructivas.

Al comenzar este proyecto se tenían en cuenta muchas paletas de colores, texturas y tipografías, conforme el proyecto y el tiempo fue avanzando, se fue cambiando cada una de estos elementos, hasta a llegar a los finales. La paleta de colores se cambió a una menos extensa, pero con colores más saturados para poder crear el contraste deseado. Las tipografías siempre quedaron igual, utilizando una sans serif y palo seco para los audiovisuales, y la tipografía elegida y utilizada por la institución. Para las texturas, se pretendía utilizar un patrón de señas ilustradas, y se complementó con texturas de papel arrugado, simulando la educación en las piezas.

8.3 Recomendaciones

A la institución ASORGUA

01. Se les recomiendan que sigan abiertos al apoyo de los estudiantes epesistas, ya que siempre estaremos buscando la manera de ayudarlos y apoyarlos en lo que necesiten.
02. También que sigan las indicaciones anteriormente colocadas, para la utilización del material entregado, para que de esta manera sea apto el manejo y función de las piezas diseñadas.

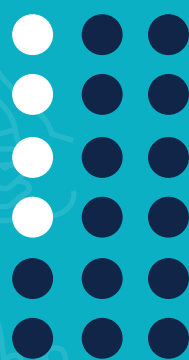
A los estudiantes

01. Se recomienda tener en cuenta todos los tiempos que se necesita para realizar todas las actividades y procesos del proyecto de graduación. Llevar de manera honesta y continua el control e las horas, así poder llegar a las horas requeridas, en el tiempo que se pide.
02. Desde un principio solicitar a la institución la información necesaria para el proyecto a desarrollar, ya que les puede tomar un poco de tiempo mandar la información.
03. Para el desarrollo del proyecto es necesario que busque un área en la cual estén cómodos y sepan dominarlo, ya que durante 6 meses, esa área es la que van a trabajar. Aunque es importante que sepan ponerse un reto, en algún área que estén débiles o les gustaría mejorar.

A la Escuela de Diseño Gráfico

01. Se recomienda seguir con la metodología de realizar el informe de tesis paso por paso, los estudiantes se sienten más apoyados y organizados de esta manera.
02. Motivar a los estudiantes a realizar diferentes tipos de proyectos que son importantes en todas las áreas, no solamente enfocados en siempre lo mismo. Se puede pedir apoyo de estudiantes ya graduados para que presenten sus proyectos y den ejemplo de que se puede hacer.

ANEXOS:



Validaciones Nivel 1 de bocetaje

Validación de proyecto

Validación de proyecto

3 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

Nombre

3 respuestas

Katherine Estupinian

Cindy García

Gabriela Cisneros

Grado académico o profesión

3 respuestas

Licenciada en Diseño Gráfico

Licenciatura en diseño gráfico

Licenciatura

Universidad de la cuál se graduó

3 respuestas

Universidad de San Carlos de Guatemala

USAC

Universidad de Istmo

Concepto creativo: EL CHISPAZO DE LA INCLUSIÓN

Insight: Quiero comunicarme sin ningún problema

3Ty5QuEfm/viewanalytics

Validación de proyecto

Las ilustraciones de los personajes ¿considera que están atractivas visualmente?

3 respuestas

Si

Si, son atractivas y muy agradables de ver

¿Las imágenes son claras, visibles y están con armonía con los textos y colores?

3 respuestas

Si y están muy bien utilizadas.

Si

si, complementan los personajes + la composición

¿Las composiciones contienen un orden lógico para la lectura y visualización?

3 respuestas

Si, el recorrido visual es muy claro en la pieza.

Si

si, se entienden bien

¿Considera que la paleta de colores seleccionada tiene relación con el concepto creativo y el proyecto?

3 respuestas

Si tiene relación y está bien empleada en cada elemento gráfico

Si

consideraría tener unos colores un poco más cálidos para terminar de complementar la composición y el concepto

¿Las tipografías combinan de manera correcta con los artes?

3 respuestas

Si, se relacionan bien

Si

jugaría con los pesos de los textos dentro de los párrafos dándole más énfasis a lo que se quiere resaltar como más importante

¿Qué le transmite la paleta de colores?

3 respuestas

Las tonalidades azules y celestes transmiten tranquilidad y el color rojo le da el toque de anomalía que hace más llamativa la pieza

Energía y confianza

facilita la lectura pero evaluaría ciertos colores más vivos

¿Cuál fue la primera impresión al ver las piezas de diseño?

3 respuestas

Transmite curiosidad, por lo que te llama a querer ver más.

Que la información que contienen es de importancia, verídica y muy dinámica

Los personajes hacen que la lectura sea más amena

¿Qué es lo que más le llama la atención de las piezas de diseño?

3 respuestas

La pieza en general, pero el titular siempre es el más llamativo

Los colores

La implementación de las ilustraciones para transmitir el mensaje del lenguaje de señas

Validación de proyecto

¿Considera que las piezas de diseño son adecuadas al concepto creativo?

3 respuestas

Si, ya que los elementos gráficos representan bien el concepto

Si

Si, pero podrían mejorar con una ayuda visual utilizando más a los personajes (podría darle a cada personaje una personalidad distinta y que cada uno explique un tema diferente)

¿El diseño de las piezas es captado de manera fácil?

3 respuestas

Si

Si, solo cuidaría un poco el contraste entre algunos colores + textos

El diseño de las piezas ¿despierta su interés para leer su contenido?

3 respuestas

Si, es claro y llamativo

Si

Quizás utilizaría un tono de gris con más temperatura para el fondo de las piezas, para tener un tono más cálido entre los azules

¿Las piezas contienen armonía y una agradable composición visual?

3 respuestas

Si, ya que al seguir una paleta de colores simple y una tipografía legible a simple vista, hace que la composición se comprenda muy bien.

Si

si, se complementan bien

¿Los textos de las piezas son fáciles de leer o representa dificultad para la lectura?

3 respuestas

Son fáciles de leer

cuidar la cantidad de textos para la lectura, así como párrafos con huérfanas

Validación de proyecto

¿Qué elemento/os cree que no se adecuan de manera correcta con el diseño de las piezas?

3 respuestas

Ninguno, todos están bien utilizados.

Todos se adecuan de manera correcta

Cuidaría un poco el uso del rojo en las piezas, siento que distrae mucho del verdadero mensaje de la pieza por ser un color muy llamativo

¿Qué elemento/os cree que se le podrían añadir para que las piezas mejoren o se comprendan de mejor manera?

3 respuestas

Una breve descripción de qué significan las señas que se utilicen en las piezas.

No le añadiría más elementos

Fotos de personas reales en las piezas o campañas de RRSS para darle mayor validez al proyecto

¿Qué comentario extra le gustaría añadir sobre las piezas de diseño en general?

3 respuestas

Siempre cuidar bien los márgenes, tanto en texto como imagen. Pero todo está muy bonito, ¡felicidades!

Las piezas de diseño me parecieron excelentes, la linea grafica es dinámica, llamativa y transmite confianza, captan la atención de las personas hacia su contenido y lo hace de manera directa y breve.

Tiene mucho potencial, es un proyecto que se puede explotar muchísimo, considero que puede funcionar para muchas campañas con partners que también añadan validez a la información transmitida (como inserción laboral)

¡Muchas gracias por su tiempo!

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

9yfsaTy5QuEfno/viewanalytics

Validaciones Nivel 2 de bocetaje

6/10/22, 13:11

Validación Proyecto ASORGUA

Validación Proyecto ASORGUA

11 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

1

2

3

4

Preguntas

Nombre

11 respuestas

Cindy García

Ana

André Coronado

Roario Anleu

Ximena Figueroa

Luis Andres Morazan Leiva

Marcela Zaghi

Katherine Estupinian

Jose Roca

Katherine Zamora

Gabriela Cisneros



Edad

11 respuestas

26

24

25

28

23

31

53

¿Le llama la atención las piezas presentadas?

11 respuestas

Si

Si, las ilustraciones captan la atención fácilmente

Si, me gustan bastante

Si, aunque un par de diapositivas están un poco cargadas y la gente no lee

Me llaman la atención, están muy bien estructuralmente y el uso de color y tipografía es bueno

Si, me llaman la atención

Si, son muy llamativas

si

¿Qué es lo que le llama más la atención de todas las piezas?

11 respuestas

Los colores y las ilustraciones

Las ilustraciones y tipografía

Las manos o figuras mostrando el lenguaje de señas

Los colores, mensaje claro.

El arte utilizado

La paleta y no están cargados, ilustraciones son un apoyo muy bueno para este tema

Me gusta la combinación de colores y que no están cargadas las imágenes con mucha información

El contraste que genera el fondo con la paleta de colores elegida.

El diseño

La animación y los colores

tiene ciertos elementos que resaltan, se siente que la composición es armoniosa, no hay elementos que pesen más que otros, los colores son llamativos



¿Les motiva conocer más sobre el tema de cursos de lengua de señas?

11 respuestas

Si

Si, me motiva a leer la información de cada post y comprender las ilustraciones

Sí, es llamativo

Si, es un tema muy interesante para mi

Si, al ser un material llamativo hace que te interese saber más del tema.

Si, me llama la atencion

si

si, por los personajes que se ven dinámicos

¿Qué opina de los colores utilizados?

11 respuestas

Que connotan educación, seguridad, y confianza y son totalmente adecuados. Personalmente intentaría probar el uso de amarillo en lugar de rojo.

Muy buena paleta de color

Bastante sobrios

Llamativos.

Me gustan

Un muy buen uso, los post se ven limpios y atractivos

Me gusta la combinación, no son colores muy fuertes y combinan bien

Es una paleta de colores muy acertada

Bastante vividos

Su vinculación con el color del cielo

son armoniosos y se complementan entre sí



¿Qué le transmiten los colores?

11 respuestas

Tranquilidad y limpieza

Formalidad y dinamismo

El regreso a clases

Fuerza y seguridad.

Que es un post informativo

Tranquilidad

Me transmite como si fuera algo educativo con la cuadrícula y los tonos de celeste

Transmite tranquilidad y el color rojo le da el toque de anomalía que representa "la chispa"

Armonía, confianza, alegría.

Estabilidad emocional

a pesar de ser colores fríos se sienten bastante acogedores, invitan al usuario a leer o detenerse a ver la información que contiene

¿Qué opina de la tipografía utilizada en los artes previamente presentados? ¿Se puede leer de manera fácil?

11 respuestas

Que es adecuada para el tema, juega bien con la línea gráfica ya que es limpia y se puede leer de manera fácil.

Si se lee y son textos cortos

Me gustaría un interlineado más grande

Puntual y específica.

Me gusta

Se lee perfectamente y la jerarquía de pesos está muy bien

Si, solo vería tamaños porque alguna letra puede verse un poco pequeña y difícil de entender

Es una tipografía muy legible y bien empleada.

Me gusta bastante.

Si

si es fácil de leer, sin embargo buscaría otra alternativa sans serif para distinguir las tipografías, las escogidas se parecen mucho entre sí



¿Qué es lo primero que piensa al visualizar las piezas?

11 respuestas

Que estoy leyendo información educativa y verídica

En información para jóvenes

Datos curiosos sobre el tema

Aprendizaje

Qué bien diseñados

Que son informativos y educativos

Que es algo con estudios o de aprender algo

Me interesa saber más del tema

Confianza en lo que proponen, sencillo pero bonito

Que va dirigido al publico que está interesado en aprender lenguajes de señas

Son llamativas, se ve como contenido para chicos/jóvenes adultos

¿Los elementos utilizados en las piezas están correctamente diseñados?

11 respuestas

Si

Los elementos son adecuados y se representan el profesionalismo de la marca

Si, solo que la mujer del inicio esta un poco desproporcionada

Los puntos rojos me hacen pensar más en lectura para ciegos

Si todo bien, más complejidad lo haría cansado para la vista y más simples no se entenderían

Vería la proporción de los personajes, siento que hay unos con ropa muy grande o diferente al cuerpo pero me gusta los colores que se utilizan y como contrastan.

Si, toda la línea gráfica tiene buena relación

si

si pero cuidaría el uso de textos en instagram o FB, a pesar de estar separado por slides se siente bastante contenido y pesado para la lectura cuando las redes están creadas para algo mucho más visual como fotos o videos



¿Cambiaría algo de la línea gráfica?

11 respuestas

No

Únicamente intentaría probar utilizar amarillo en lugar de rojo, o bien una combinación de ambos.

No, solo ver el número antes del texto del inicio, ya que es rojo

Más imágenes de señas

Me intrigan mucho los puntos, me hace parecer que es como braille o algo así.

No, está bien de esta manera

Honestamente no.

no

cuidar uso de textos

Comentarios extras

11 respuestas

Me encanta!

Me gusta bastante, solo darle los toques finales

Un vídeo con alguna introducción en señas

Felicitaciones

Buen trabajo

Cuidar márgenes de seguridad, en algunos posts si hay pero son muy pequeños y en algún punto se podría llegar a perdernos elementos cerca de ellos

Me gusta mucho la manera en la que se presenta, es amigable a la vista y se entiende lo que quiere transmitir. Excelente trabajo!

Felicidades, es un material muy bonito y útil, solo cuidar la imagen de cuadros que tiene de fondo, ya que se ve un poco pixelada, pero por lo demás está muy bien realizado y bien empleado cada elemento gráfico

Me gusta la simplicidad con lo bonito de la línea gráfica

La línea gráfica es clara y concisa

las piezas se ven mucho más trabajadas y más dinámicas, me gusta el uso del rojo que en ocasiones es muy llamativo y roba atención pero en este caso lo siento bien balanceado con el resto de la pieza.

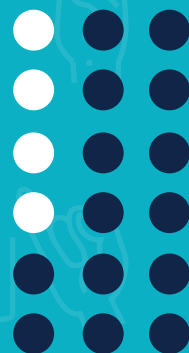
¡Muchas gracias por su tiempo!

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) · [Términos del Servicio](#) · [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



BIBLIOGRAFÍA



“ACUERDO GUBERNATIVO 121-2021”. Leyes de Guatemala | Infile, S.A. Consultado el 2 de octubre de 2022. https://leyes.infile.com/index.php?id=182&id_publicacion=83226.

Cómo crear un calendario de contenido para redes sociales: pasos y plantillas. (s. f.). Social Media Marketing & Management Dashboard. <https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>

Discapacidad Auditiva | Discapnet. (s. f.). Inicio | Discapnet. <https://www.discapnet.es/discapacidad/que-discapacidades-existen/auditivas/discapacidad-auditiva> Discapacidad Auditiva | Discapnet

Discapacidad Auditiva | Discapnet. (s. f.). Inicio | Discapnet. <https://www.discapnet.es/discapacidad/que-discapacidades-existen/auditivas/discapacidad-auditiva> Discapacidad Auditiva | Discapnet Ley de Atención a las Personas con Discapacidad, Decreto Legislativo No. 135-96 y su reforma - CNB. (s. f.). CNB. https://cnbguatemala.org/wiki/Compendio_de_leyes_para_educaci3n_especial/Ley_de_Atenci3n_a_las_Personas_con_Discapacidad,_Decreto_Legislativo_No._135-96_y_su_reforma

Diseño editorial | Diversidad Visual. (s. f.). Diversidad Visual. <https://diversidad.com/diseño-editorial/>

Fernández, Yúbal. “Qué es Canva, cómo funciona y cómo usarlo para crear un diseño”. Xataka - Tecnología y gadgets, móviles, informática, electrónica, 25 de mayo de 2020. de Pouplana, T., & Cyberclick. (s/f). Estrategias de comunicación: qué son y 10 ejemplos. Cyberclick.es. Recuperado el 1 de septiembre de 2022, de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>

La comunidad sorda y el acceso a la salud en Guatemala — GRC-Salud. (s. f.). GRC-Salud. <https://www.grc-salud.com/blog/comunidad-sorda-y-acceso-a-la-salud>

Lam, I. (2021, octubre 28). ¿Cómo funciona Facebook Business Suite? Súper guía de Su pervivencia. Webescuela. <https://webescuela.com/Facebook-business-suite/>

“Organizaciones – Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad”. Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapaciad. Consultado el 2 de octubre de 2022. <https://conadi.gob.gt/web/category/organizaciones/>.

PABLO. (2012, 28 de febrero). DIAGRAMACION. DISEÑO GRAFICO. <http://disenografiacoiut.blogspot.com/2012/02/diagramacion.html>

Qué es el diseño editorial: definiciones y publicaciones que aborda. (s. f.). Mariana Egvaras - Consultoría editorial. <https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>

¿Qué es Facebook business manager y cómo configurarlo? <https://es.semrush.com/blog/Facebook-business-manager-que-es/>

¿Qué es una retícula en diseño gráfico?” CEI: Escuela de Diseño y Marketing. Consultado el 3 de octubre de 2022. <https://cei.es/que-es-una-reticula-en-diseno-grafico/>.

(3, enero 2022) Las 35 redes sociales más importantes en 2022 <https://netbulbsocialmedia.com/noticias/redes-sociales-mas-importantes-2022/>

Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 26 de julio de 2024

Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano en Funciones
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación: **"DISEÑO DE ESTRATEGIA GRÁFICA DE MEDIOS DIGITALES PARA FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y OBJETIVOS DE ASORGUA - ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA-"** desarrollado por **MARÍA DEL CARMEN ROCA ANLÉU**, quien se identifica con carné **201604711**, de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente,

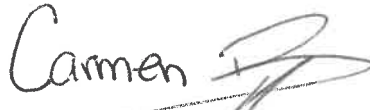


Lilian Patricia Guzmán Ramírez
LICDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramírez
Licenciada en Letras
Colegiada 7596

Diseño de estrategia gráfica de medios digitales para fortalecer los procesos de comunicación y objetivos de ASORGUA - Asociación de sordos de Guatemala -

Proyecto de Graduación desarrollado por:



María del Carmen Roca Anléu

Asesorado por:



MSc. Marco Antonio Morales



MSc. Anahí Dafne Ramírez Pérez



Lcda. Cindy Avigail Garcia Oliva

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA