

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

Desarrollo de la campaña

Date tu VALOR

*que promueve la equidad de género a la sociedad
para las mujeres víctimas de violencia desde la*

*Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez
del Ministerio de Gobernación*

*Proyecto de Graduación presentado por:
Josue Daniel Ortiz Ruiz*

*para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico*



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

Desarrollo de la campaña “Date tu valor” que promueve la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas de violencia desde la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación

Proyecto de Graduación
Presentado por:

Josue Daniel Ortiz Ruiz

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre 2019

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

Junta Directiva

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario

Tribunal Examinador

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Lic. Francisco Javier Donis Guerrero
Asesor

Licda. Karina Barco
Asesor

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario

Agradecimientos

A Dios

Por darme la vida, el talento y las capacidades para alcanzar esta meta como parte de mi carrera profesional. Aunque ha sido largo el viaje todo ha sido según su propósito. “¿A quién tengo yo en los cielos sino a ti? Y fuera de ti nada deseo en la tierra.” Salmos 73:25

A mis padres

Por su apoyo incondicional durante mi carrera, dándome palabras de ánimo para no rendirme y guiándome en el camino correcto sabiendo que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mi familia

Por su apoyo en cada área, conociendo el sacrificio que conlleva esta carrera y cada etapa de mi antes y después de los desvelos, espero ser de ejemplo para mis hermanas y el resto de mi familia que solo con la ayuda de Dios se pueden alcanzar lo que se propongan.

A mis asesores

Por compartir de su conocimiento y experiencia para formarme como diseñador profesional, guiándome y preparándome para lo que se viene en un futuro.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala

Por abrirme las puertas de esta casa de estudios y aprovechar de esta oportunidad para poder desarrollar mis capacidades y habilidades con el conocimiento teórico impartido por mis docentes llevarlo día a día a la práctica.

A la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación

Por brindarme la oportunidad y el apoyo necesario en el proceso de este proyecto, demostrando los conocimientos adquiridos en este trayecto de mi carrera, llegarlos a poner en práctica que a través de sus lineamientos presentarles un trabajo profesional.

Índice

1

Introducción

- 1.1 Antecedentes [15]**
- 1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual 16**
- 1.3 Justificación del proyecto**
 - 1.3.1 Trascendencia
 - 1.3.2 Incidencia
 - 1.3.3 Factibilidad
- 1.4 Objetivos**
 - 1.4.1 Objetivo General
 - 1.4.2 Objetivo Específicos
 - 1.4.2.1 De Comunicación Visual
 - 1.4.2.2 De Diseño Gráfico

2

Perfiles

- 2.1 Perfil y servicio que brinda la institución [22]**
 - 2.1.1 Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución
 - 2.1.2 Historial de la institución
 - 2.1.3 Filosofía
 - 2.1.3.1 Misión
 - 2.1.3.2 Visión
 - 2.1.3.3 Valores
 - 2.1.3.4 Objetivo General
 - 2.1.3.5 Objetivos específicos
 - 2.1.4 Servicios que presta
 - 2.1.5 Identidad y Comunicación Visual
 - 2.1.5.1 Identidad visual
 - 2.1.5.2 En Medios Impresos
- 2.2 Caracterización del grupo objetivo [27]**
 - 2.2.1 Características Geográficas
 - 2.2.2 Características Sociodemográficas
 - 2.2.3 Características Psicográficas
- 2.3 Relación entre el grupo objetivo y la institución [29]**

3

Planeación Operativa

4

Marco Teórico

5

Definición Creativa

- 3.1 Flujograma del proceso [32]
- 3.2 Cronograma de trabajo [35]
- 3.3 Previsión de recursos y costos [36]

4.1 Ensayo 01: Dimensión Social y Ética [40]

- 4.1.1 Fomentando la prevención y cultura de denuncia ante actos de violencia intrafamiliar y machismo en la sociedad

4.2 Ensayo 02: Dimensión Estética y Funcional [44]

- 4.2.1 El Diseño gráfico y la infografía como herramienta de información

5.1 Elaboración del Briefing de Diseño [49]

- 5.1.1 Aspectos generales
- 5.1.2 Acerca de la Institución
 - 5.1.2.1 Historia o Antecedentes
 - 5.1.2.2 Servicios que presta
 - 5.1.2.3 Medios de Comunicación
 - 5.1.2.4 Productos de Diseño elaborados hasta el momento, sus logros, sus alcances y sus errores
- 5.1.3 Acerca del Grupo Objetivo
- 5.1.4 Acerca del Proyecto

5.2 Recopilación de Referentes Visuales [51]

- 5.2.1 Referentes Nacionales
- 5.2.2 Referentes Internacionales

5.3 Descripción de Estrategia de las Piezas de Diseño [53]

- 5.3.1 Cuadro comparativo de Ventajas y Desventajas de la Pieza a Diseñar

5.4 Definición del Concepto Creativo [55]

- 5.4.1 Técnica creativa
- 5.4.2 Proceso Concepto No.1
- 5.4.3 Proceso Concepto No.2
- 5.4.4 Proceso Concepto No.3
- 5.4.5 Concepto Creativo

5.5 Previsualización [59]

- 5.5.1 Código Tipográfico
- 5.5.2 Código Cromático
- 5.5.3 Código Ícono Visual
- 5.5.4 Código Formato

6

Producción Gráfica y Validación de Alternativas

6.1 Nivel de Visualización [63]

- 6.1.1 Tabla de Planeación Estratégica de Medios
- 6.1.2 Spot Multimedia
- 6.1.3 Proceso de Bocetaje
 - 6.1.3.1 Propuesta 1
 - 6.1.3.1 Propuesta 2
- 6.1.4 Autoevaluación

6.2 Nivel 2 de Visualización [72]

- 6.2.1 Propuesta Digitalizada
 - 6.2.1.1 Título
 - 6.2.1.2 Personajes
 - 6.2.1.3 Elementos secundarios
 - 6.2.1.4 Concepto
 - 6.2.1.5 Módulos
 - 6.2.1.6 Iconografía
 - 6.2.1.7 Redes sociales
 - 6.2.1.7.1 Post Expectativo
 - 6.2.1.7.2 Post informativo
 - 6.2.1.8 Storyboard
 - 6.2.1.9 Infografía
- 6.2.2 Validación con profesionales de Diseño
 - 6.2.2.1 Resultados
- 6.2.3 Validación con Expertos en el tema
 - 6.2.3.1 Resultados
- 6.2.4 Resultados de validación

6.3 Nivel 3 de Visualización [85]

- 6.3.1 Propuesta digitalizada
- 6.3.2 Iconografía
- 6.3.3 Redes sociales
 - 6.3.3.1 Post Expectativa
 - 6.3.3.2 Post Informativo
- 6.3.4 Infografías
- 6.3.5 Validación grupo objetivo
 - 6.3.5.1 Resultados
 - 6.3.5.2 Instrumentos de Validación

6.4 Fundamentación de la propuesta de diseño [94]

- 6.4.1 Concepto creativo
- 6.4.2 Composición Visual
- 6.4.3 Formato y Sustrato
- 6.4.4 Jerarquía visual

6.5 Lineamientos para puesta en práctica [95]

- 6.5.1 Lineamientos de uso
- 6.5.2 Lineamientos técnicos

7

Lecciones Aprendidas

7.1 Lecciones aprendidas al iniciar el proceso [109]

- 7.1.1 Herramientas útiles para el diseñador
- 7.1.2 Análisis de uso de los recursos
- 7.1.3 Facitibilidad del tiempo
- 7.1.4 Validación y revisión para reforzar detalles

7.2 Lecciones aprendidas durante las etapas de visualización, evaluación y validación [110]

- 7.2.1 Etapa de visualización
- 7.2.2 Etapa de evaluación y validación

7.3 Lecciones aprendidas al finalizar el proceso [110]

- 7.3.1 Conocimiento adquirido
- 7.3.2 Responsabilidad del diseño

8

Conclusiones

- A la institución [114]
- A los futuros estudiantes del curso Proyecto de Graduación
- A la Escuela de Diseño Gráfico [115]

Bibliografía [118]

Glosario [119]

Anexos [120]

9

Recomendaciones

Presentación

El tema de la violencia contra la mujer se ha convertido en un fenómeno social que se ha ido generalizando hasta verse como algo tan normal, no sólo en el área rural conocida como el área más afectada, así también en la ciudad capital.

Muchas veces, la mujer que no ha sido educada, no se siente valiosa, por crecer en hogares machistas y aceptar únicamente su rol de ama de casa, creyéndose incapaz de hacer muchas cosas más por sí misma, por lo que permite que se le abuse de diversas formas. Actualmente se entiende que la violencia contra la mujer no sólo consiste en golpes físicos, sino también puede iniciar con actitudes de desprecio, palabras hirientes, incumplimiento de pensión, entre otros.

Para contrarrestar dicha problemática este proyecto pretende colaborar con la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación por medio de la creación de una campaña de información denominada “Date tu valor” que promueve la equidad de género a la sociedad, mujeres víctimas con casos de violencia y parte de la planificación del Proyecto de Graduación de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos.

El contenido del proyecto está estructurado en nueve capítulos en los cuales se describe todo el proceso en que se desarrolla la campaña.

El capítulo uno detalla los antecedentes de la institución, en la cual se hace referencia a las estrategias de prevención que aplica, así como el apoyo que recibe de diferentes instituciones y ciertos datos estadísticos.

Asimismo se estudia la dimensión del problema y la solución que se pretende brindar a través de campaña. De igual manera se analiza la trascendencia, incidencia y factibilidad del proyecto. Se describen también en este capítulo los objetivos, general y específicos.

En el capítulo dos se describen los perfiles de la institución, del grupo objetivo quienes son mujeres niñas, adolescentes, jóvenes y adultas.

En el capítulo tres se detallan los conceptos esenciales que contribuyen al desarrollo de este proyecto y las técnicas creativas aplicadas, representadas en un esbozo para llevar a cabo la campaña como: el flujograma, el mensaje central, la tipografía, infografía, y la propuesta final, entre otros. Asimismo el cronograma de trabajo, es decir las fechas de las actividades a realizar y la previsión de recursos y costos.

En el capítulo cuatro se muestra el marco teórico, contiene conceptos y definiciones principales que fundamentan el trabajo de investigación.

El capítulo cinco incluye la definición creativa, entre ellas: la elaboración de Briefing de Diseño, la recopilación de referentes visuales, la descripción de la estrategia de las piezas del diseño, definición del concepto creativo y la previsualización o premisas del diseño.

En el capítulo seis detalla la producción gráfica y validación de alternativas desde el nivel uno con el bocetaje inicial o autoevaluación, nivel dos con bocetos más avanzados, validación de expertos, hasta el nivel tres con la fundamentación de la propuesta final, es decir los bocetos finales y la debida validación con el grupo objetivo. Además incluye los lineamientos para la puesta en práctica, el presupuesto y cotización que llevarán al logro de los objetivos de la campaña.

En el capítulo siete se plasman las lecciones aprendidas desde el inicio, durante todo el proceso de gestión y al final el proceso de producción de diseño gráfico.

En el capítulo ocho se describen las conclusiones a las que se llegó acerca del proyecto y alcances de los objetivos predeterminados.

En el capítulo nueve se detallan las recomendaciones para la institución en cuanto a la reproducción, difusión, aplicación de las piezas diseñadas, recomendaciones a futuros estudiantes del curso de Proyecto de Graduación y recomendaciones a la Escuela de Diseño Gráfico.

Del mismo modo un listado de las fuentes consultadas, un glosario con términos relacionados con el proyecto y anexos.

Capítulo



1



Introducción

- Antecedentes
- Definición y Comunicación del Problema de Comunicación Visual
- Justificación del Proyecto
- Objetivos

1.1 Antecedentes

La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación, ha promovido la equidad de género dentro de la sociedad, a través de la implementación de estrategias de prevención con las dependencias del Ministerio de Gobernación, quienes capacitan a mujeres sobre el tema de violencia de género.

Esta problemática ha generado gran apoyo de diferentes instituciones dentro las cuales se encuentra: Fundación Sobrevivientes, Madres Angustiadas, ONU Mujeres, Procuraduría de Derechos Humanos, Fiscalía del Ministerio Público (MP), SEPREM Secretaría Presidencial de la Mujer, Programa de Prevención y Erradicación de la Violencia Intrafamiliar -PROPEVI- y la Coordinación Nacional para la Prevención de la Violencia Intrafamiliar -CONAPREVI- y contra las Mujeres, Defensoría de la Mujer Indígena DEMI, Instituto de la Mujer, Universidad de San Carlos (IMUSAC), entre otras. Teniendo en común el tema de la violencia intrafamiliar, siendo de los casos más denunciados.

Los principales delitos son: Violencia física contra la mujer, violencia sexual, violencia psicológica, femicidio en grado de tentativa y violencia económica.

Dentro de las instituciones que proporcionan datos estadísticos en casos de denuncia son: Departamento de Atención a la Víctima -DAV-PNC-, Instituto Nacional de Ciencias Forenses de Guatemala -INACIF-, Ministerio Público -MP-, Instituto Nacional de Estadística -INE- entre otras.

Las estadísticas realizadas en los departamentos con mayor número de denuncias por delitos contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer fueron los siguientes: El Progreso con 168.9, Retalhuleu con 126.9, Zacapa con 119.6, Sacatepéquez con 91.7 y Escuintla con 91.1 (INE, 2016).

Las áreas más afectadas son rurales, debido a la pobreza en que se vive, prefiriendo quedar sometidas a la pareja debido a que así ha sido instruída promoviendo una cultura patriarcal y conservadora que genera impunidad así dándole prioridad la falta de denuncia por temor.

1.2 Definición y delimitación del Problema de Comunicación Visual

La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación, se ha caracterizado por promover la equidad de género dentro de la sociedad por medio de estrategias de prevención con las dependencias del Ministerio de Gobernación y con el apoyo de otras instancias.

De igual manera se articula la información con las autoridades del Ministerio de Gobernación y las dependencias, las cuales son las Unidades de Género de la Policía Nacional Civil, Sistema Penitenciario y la Unidad de Prevención Comunitaria de la Violencia.

Una de las formas como se puede llegar a la concientización tanto para que la mujer se dé su valor, como para que el hombre la valore, es a través de una campaña de información, divulgación y prevención.

Sin embargo, se ha hecho insuficiente la creación y divulgación del material, debido a la falta de recurso humano que lo diseñe.

Por lo que este proyecto será de gran utilidad, tanto para la institución, como para la sociedad guatemalteca.

1.3 Justificación

1.3.1 Trascendencia

El proyecto tiene como objetivo ser un material de apoyo en las actividades y eventos que promuevan la sensibilización a la opinión pública, planificación participativa de instructores que capaciten a las mujeres que son parte del grupo objetivo identificadas como víctimas de violencia.

El material se desprende en diferentes etapas que lo conforman como nivel gráfico por medio de bocetos, personajes, diagramación, línea gráfica definida, etc.

A nivel comunicación visual por medio de estrategias, llamado a la acción, signos, símbolos, mensajes cortos y largos sobre los materiales.

El objetivo del proyecto a nivel macro parte desde su publicación, visualización, repartición de material, compartimiento, envío masivo de mensajes en redes sociales y medición de alcance, estos resultados se ven reflejados en estadísticas sobre las acciones en la sociedad guatemalteca que vive de cerca la constante información a través de sus acciones y decisiones por las repercusiones que se lleguen a tener debido a la importancia que se le da.

Esta es una de las razones que lo caracteriza teniendo en cuenta que aunque no sea el público a quién va dirigido forma parte del mismo ya que vive con alguna persona de su círculo que es víctima sintiéndose identificado.

En caso de no intervenir en tal situación por medio del diseño gráfico, es más probable obtener los mismos resultados por falta de esta herramienta que es de mayor influencia a nivel de comunicación.

1.3.2 Incidencia del Diseño Gráfico

El problema se reduciría a través del diseño gráfico en un 20% en base a la estrategia de comunicación comience a dar los resultados esperando que vaya en crecimiento los primeros tres meses y si los medios de comunicación prestan atención a la campaña se incrementaría un 35% en resultados positivos por medio del material gráfico impreso, visual, campañas y comunicación con apoyo de las autoridades y la misma sociedad que sería atraída, concientizada y como resultado compartiría y comentaría con la gente a su alrededor sobre la campaña esperando que los medios den cobertura alcanzando uno de los objetivos que es dar a conocer el trabajo de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación dándose a conocer a las demás instituciones que trabajar por la lucha de la violencia de género.

En un avance como institución la cual está expectante en alcanzar resultados que servirán a la institución misma y a la población que vive día con día en el problema con la idea de la falta de apoyo de organizaciones e instituciones de gobierno que pueden brindar apoyo para salir de esta situación.

Dentro de las reacciones y consecuencias positivas es de resaltar la campaña a otros países por medio de las redes sociales y publicación de videos que podrán tener un alto alcance, lo que daría un mayor reconocimiento para la organización de las acciones positivas que está realizando y ser de los primeros resultados que aparezcan dentro campañas que se han trabajado siendo utilizada de referencia en futuras organizaciones interesadas en realizar material gráfico similar, logrando con esto alcanzar a gente por medio de la implementación del material con contenido educativo que podrían también ser gran ayuda a las organizaciones que carecen de recursos de información y capacitación a la población que atraviesa la misma situación.

Se analiza que en corto tiempo se implementen campañas en apoyo con otras organizaciones que trabajan en conjunto con la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación, publicando el material realizado, luego de ser presentado y aprobado por las autoridades, agendando capacitaciones y promoviendo las acciones por medio de la campaña con el apoyo de las demás unidades que tienen como objetivo la prevención de la violencia.

1.3.3 Factibilidad

Para el desarrollo y avance de este proyecto se cuenta con el apoyo del Tercer Viceministerio de la Prevención y el Delito del Ministerio de Gobernación y personal como asesores y encargados específicos en el área con conocimientos y la experiencia adecuada para brindar información aportando de su conocimiento, ingresando datos y estadísticas positivos sobre los datos recuperados de acciones de programas implementados por la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez.

Dentro de las capacidades de tiempo está planeado realizar el material cuatro horas por día, el mobiliario por parte de la institución están muy limitadas por la cual el proyectista utilizará su propio inmobiliario para la elaboración del material gráfico propuesto y el proceso con las observaciones, revisiones y aprobaciones previas de los encargados.

Se cuenta con el apoyo de la Tipografía Nacional / Diario de Centro América que es parte del Ministerio de Gobernación para la correspondiente impresión de material editorial propuesto a la Unidad, por medio del protocolo correspondiente de cada institución.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar una campaña para informar las acciones que promueven la equidad de género para todas las mujeres, niñas, adolescentes y jóvenes para la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez en el Ministerio de Gobernación.

1.4.2 Objetivos Específicos

1.4.2.1 De Comunicación Visual

Informar sobre las acciones que promuevan equidad de género a la sociedad hacia las mujeres víctimas con casos de violencia.

1.4.2.2 De Diseño Gráfico

Diseñar material editorial y educativo para promover acciones de equidad de género para mujeres con casos de violencia utilizando códigos visuales con aspectos de diagramación, jerarquía, tipografía que ayuden a la identificación del grupo objetivo con la información.

Capítulo

2

Perfiles

- Perfil de la Institución
- Perfil del Grupo Objetivo

2.1 Perfil de la Institución

Perfil y servicios que brinda

Nombre de la Institución: Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación
Dirección: 6a. Avenida 13-71 Zona 1
Teléfono: (502) 2301-9500

2.1.1 Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución

La problemática encontrada en la institución a resolver ha sido el machismo, por tal razón se busca favorecer las relaciones igualitarias entre hombres y mujeres en acciones de desarrollo alcanzando la efectividad entre ambos géneros.

Encontramos que la discriminación por parte del hombre daña la autoestima y perjudica el valor que tiene la mujer dentro de la sociedad, su comportamiento negativo afecta su dignidad sometiéndolas a realizar acciones que las humillen tomando una mentalidad superior a ellas por medio de amenazas, dándoles esa falta oportunidad de superación personal como del género.

La necesidad de realizar estrategias de comunicación por medio de la concientización, llamada de atención y confrontación a los del género masculino para dar a entender que como personas todos tenemos dignidad y como seres

humanos somos iguales. Dentro de las mismas se plantea el desarrollo de campañas de tolerancia, respeto e igualdad teniendo como grupo objetivo a los hombres para que reaccionen sobre las acciones que estamos acostumbrados se le viene a poner un alto, que las mujeres mismas no toleren este tipo de actos y pongan un alto a la situación.

Publicando estas campañas con el mismo apoyo de la instituciones que apoyan a la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación para que las comunidades de otros países se informen que hay iniciativas que apoyan estas acciones y tomen de ejemplo que se puede transformar las ideologías que traemos por tanto tiempo.

2.1.2 Historial de la Institución

Fue creada mediante Acuerdo Ministerial No. 459-2011 del Ministerio de Gobernación. “Tiene por objeto diseñar, implementar y ejecutar planes, programas y proyectos dentro del Ministerio de Gobernación a favor de las mujeres, jóvenes, niños y niñas, en todas sus expresiones, propiciando la equidad de Género”.

Actualmente se desarrollan programas en el marco de la seguridad democrática y la prevención de la violencia y el delito en seguimiento de políticas institucionales y de las que vinculan al Ministerio de Gobernación.

Con el objetivo de poder actualizar al personal tanto del Ministerio de Gobernación como de sus distintas dependencias, se llevan a cabo cursos de información sobre Violencia de Género, para que las personas que se encargan de atender dichas unidades, puedan tener nuevos conocimientos y experiencias y se inició con el módulo “El Espectro de la Violencia”.

La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez se reactivó el 8 de Marzo en 2016. en la administración de la Viceministra María Elena Orellana del Tercer Viceministerio quien explicó, que los objetivos generales son incorporar la perspectiva de promover la reducción de la violencia de género que beneficie la convivencia pacífica y la no discriminación, la equidad e igualdad entre hombre y mujeres.

El Ministerio de Gobernación reactivó esta Unidad con el motivo de apoyar a las trabajadoras, tanto en capacitaciones como jornadas médicas y se plantea la implementación de una guardería.

Busca que todas las mujeres trabajen en un ambiente agradable, que se sientan cómodas y sean vistas de una manera competitiva y tengan igualdad no solamente en trato sino también en salarios”.

2.1.3 Filosofía

2.1.3.1 Misión

Reconoce que todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos, premisas que se ven obstaculizadas por los flagelos como la violencia en contra de las mujeres, niñas, adolescentes jóvenes y adultas y en lo que respecta a la seguridad e integridad personal y de sus bienes, así como otros aspectos inherentes a la persona humana.

2.1.3.2 Visión

Facilitar mediante la asistencia técnica la coordinación de la inclusión de los derechos de las mujeres, niñas y niños, adolescentes y jóvenes en los planes, programas y proyectos de las dependencias del Ministerio de Gobernación.

2.1.3.3 Valores y Principios

Equidad de Género

Propiciar y asegurar la incorporación de la perspectiva de género en las políticas, planes, programas y proyectos del Ministerio de Gobernación.

Acciones de Prevención

Planificar, gestionar, formular los planes y proyectos que generen acciones de prevención a favor de las mujeres, jóvenes, niños, niñas dentro del marco general de las políticas de gobierno y los planes institucionales en materia de seguridad dirigidas por el Ministerio de Gobernación.

Inclusión

Ser el ente rector de los planes y proyectos que las dependencias del Ministerio de Gobernación desarrollen en materia de género, multiculturalidad, juventud, niñez, personas privadas de libertad y LGTBI.

2.1.3.4 Objetivos

Diseñar, implementar y ejecutar planes, programas y proyectos dentro del Ministerio de Gobernación a favor de las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes y adultas, propiciando la equidad de género.

2.1.4 Servicios que presta

Taller a delegados de las secretarías y viceministerios de Gobernación, por la Secretaría Presidencial de la Mujer (SEPREM) busca que los empleados sean capacitados sobre derechos humanos, igualdad, equidad de género, pertinencia cultural. Además de brindar un buen servicio a las personas que lo necesiten, su objetivo es apoyar las políticas sobre el derecho de la equidad de género y derechos humanos.

Mesas de Diálogo por la Prevención de la Violencia con el objetivo de capacitar a los adolescentes sobre la problemática de la violencia y como poder buscar ayuda en las instituciones que trabajan en favor de la juventud, y que ellos puedan ser agentes multiplicadores debido a que fueron seleccionados del “Proyecto Juvenil de Caritas” por ser líderes dentro de sus comunidades.

Cursos de actualización de violencia de género el personal del Ministerio de Gobernación para poder actualizar al personal de la Institución así como de las distintas dependencias; para que las personas que se encargan de atender las diferentes áreas de género, puedan tener nuevos conocimientos y experiencias con los diferentes módulos impartidos acerca de la temática.

Diplomado “Hombres contra el Femicidio”, en las instalaciones de la Universidad de San Carlos de Guatemala, donde participarán hombres que trabajan en las áreas de Género de las dependencias que conforman el Ministerio de Gobernación, quienes estarán capacitándose y ampliando sus conocimientos en el tratamiento de los casos relacionados al femicidio y violencia contra la mujer.

Campaña de prevención sobre el acoso sexual callejero, en donde se colocaron carteles en los diferentes puntos en las dependencias del Ministerio de Gobernación las cuales previenen el flagelo y la ruta de denuncia que procede en estos casos. Se colocaron un total de 200 afiches para la prevención de este delito.

2.1.5 Identidad y Comunicación Visual

Identidad visual

La Unidad de Género, Multiculturalidad Juventud y Niñez utiliza un logotipo para identificarse en conjunto con el del Ministerio de Gobernación al cual pertenece.



En Medios Impresos

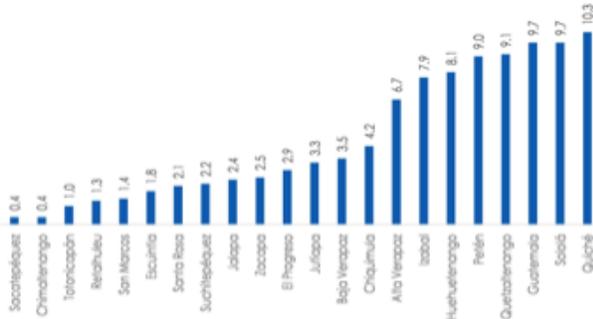
Se implementó una campaña de prevención en conjunto de la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación Y Trata de Personas - SVET-, que lleva por nombre "No más violencia sexual".

La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación utiliza un banner para identificarse en las distintas actividades que lleva a cabo dentro y fuera del Ministerio de Gobernación.



2.2 Grupo Objetivo Caracterización

2.2.1 Características Geográficas



INE Guatemala (2016) Estadísticas de Violencia contra la Mujer (2004-2016) (p. 53)

La mayoría de los casos de violencia contra la mujer, tal como lo demuestra la gráfica son El Quiché, Sololá, Guatemala, Quetzaltenango, El Petén, Huehuetenango, Izabal y Alta Verapaz. (INE, 2016).

Porcentaje de salidas procesales, por los delitos contemplados en la ley contra el femicidio y otras formas de violencia en contra de la mujer por departamento de registro. Año 2016

2.2.2 Características Sociodemográficas

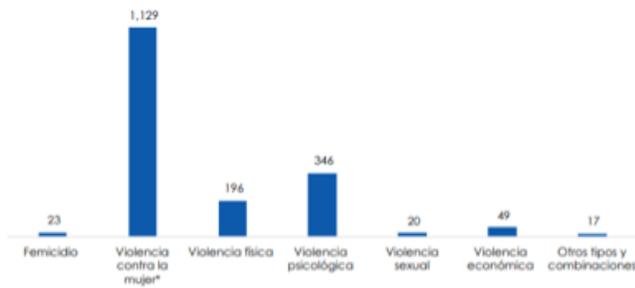


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, con datos proporcionados por el Ministerio Público.

El promedio de mujeres que encabezan esta tabla, son entre las edades de 15 a 40 años debido que tienen pareja desde muy temprana edad y la mayoría de ellas ha quedado embarazada muy joven. Estas jóvenes no llegan a alcanzar título académico alguno. (INE, 2013).

Tasa de mujeres agraviadas por hechos de violencia contemplados en los delitos de la ley contra el femicidio y otras formas de violencia en contra de la mujer, por grupos de edad. (Por cada 10,000 mujeres habitantes). Año 2016

Tipos de violencia contra la mujer



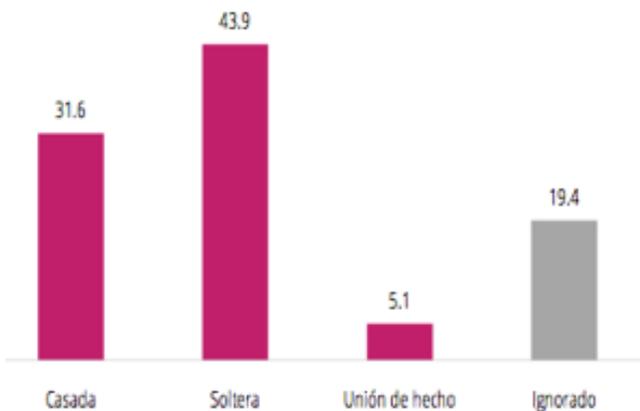
En la gráfica se muestra datos del INE en la cual se diferencian los diferentes tipos de violencia contra la mujer que se encuentran dentro de la ley contra el femicidio y otras formas de violencia, las cuales son: Violencia física, violencia psicológica, violencia económica y femicidio. (INE, 2016)

INE Guatemala (2016) Estadísticas de Violencia contra la Mujer (2004-2016) (p. 52)

Salidas procesales por los delitos contemplados en la ley contra el femicidio y otras formas de violencia en contra de la mujer, por tipo de delito. Año 2016

2.2.3 Características Psicográficas

Mujeres agraviadas por delitos contemplados en el Decreto 22-2008 en el 2013
— Distribución porcentual según estado civil —



Las mujeres más afectadas son según la gráfica proyectada por el INE son las mujeres solteras, siguiéndoles las mujeres casadas.

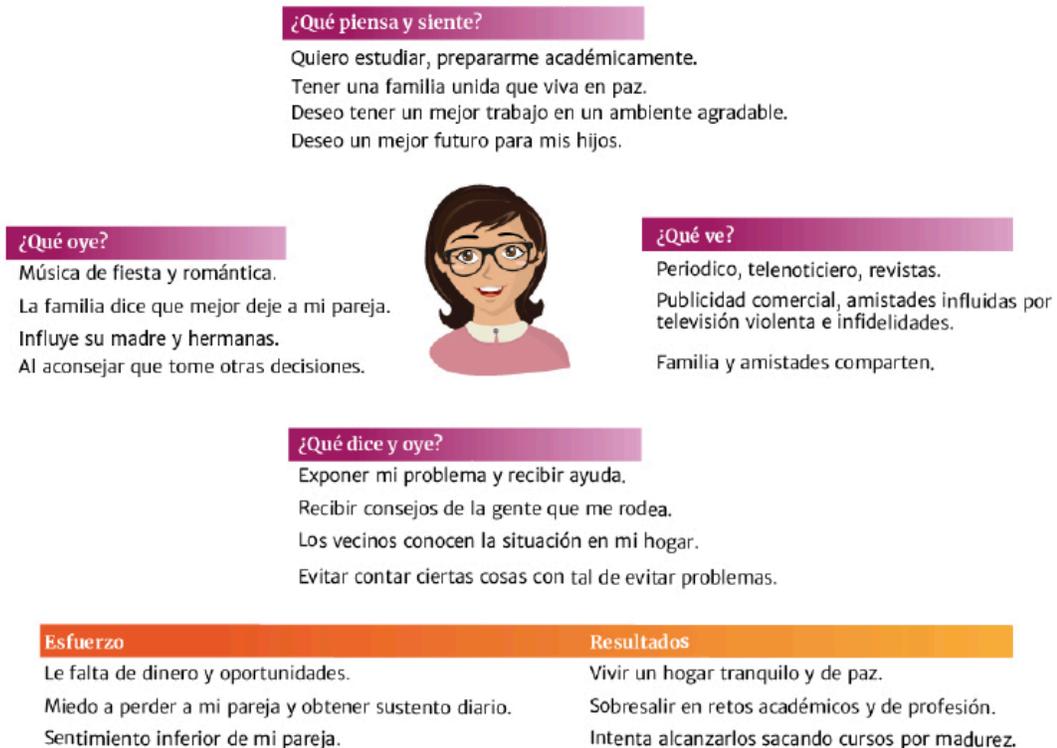
INE Guatemala (2013) Violencia contra la Mujer (2008-2013) (p. 16)

2.3 Relación entre Grupo Objetivo y la Institución

La relación se establece debido a que la Unidad de Género Multiculturalidad, Juventud y Niñez es la que articula la información y la maneja por medio de mesas técnicas de género a todas las dependencias del Ministerio de Gobernación entre las cuales se encuentran, Policía Nacional Civil, Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia –UPCV– entre otras, que tienen relación con las poblaciones que atiende la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación.

Mapa de Empatía

Acá se detalla el perfil de una posible víctima de la violencia intrafamiliar.



Capítulo

3

Planeación Operativa

- Flujograma
- Cronograma de trabajo
- Previsión de Recursos y Costos

3.1 Flujoograma del proceso

Desarrollo de la campaña “Date tu valor” que promueve la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas de violencia desde la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación

VISITA LA INSTITUCIÓN

INSUMOS
Computadora, hojas, internet, referencias digitales como apoyo.



TIEMPOS
Presentación: 5 Horas
Búsqueda de referencias: 5 horas
Reunión con la institución: 3 horas



TOTA 3 días



- Definir pieza gráfica editorial a implementar en el proyecto de graduación
- Discutir y fundamentos, ventajas y desventajas de cada pieza
- Gestionar información a colocar en cada pieza
- Planificar próximas reuniones para aprobar el concepto creativo por asesores
- Planificar próximas reuniones para aprobar el concepto creativo por asesores

CONCEPTUALIZACIÓN

INSUMOS
Lápices, marcadores, computadora, tinta, impresora, energía.



TIEMPOS
Conceptualización (2 días)
Técnicas creativas (2 días)
Concepto creativo (8 horas)
Línea gráfica (8 días)



TOTAL 12 días



- 1. Bocetaje**
 - Prebocetos / lapiz a mano alzada
 - Bocetos finales / a color y contorno con rapidógrafo
 - Fundamentación
 - Fase 1 Bocetaje con base a investigación
- 2. Proceso creativo**
 - Elección Bocetos Finales
 - Digitalización Ilustraciones
 - Montaje de texto

INSUMOS
Marcadores, tintas, lápices, referencias ilustrativas, energía eléctrica, internet, crayones, hojas y lápices



TIEMPOS
Validación diseñadores (1 día)
Encuesta digital (5 días)
Tabulación y análisis (2 días)
Correcciones (2 días)



TOTAL 15 días



PROCESO CREATIVO

- Bocetos preliminares a mano
 - Bocetos finales a color
 - Correcciones y asesorías en clase
 - Correcciones y asesorías de terceras personas
 - Autoevaluación
- 1 PRIMERA ETAPA**



INSUMOS

Marcadores, tintas, lápices, referencias ilustrativas, energía eléctrica, internet, crayones, hojas y lápices



TIEMPOS

Selección bocetaje (3 horas)
 Correcciones en clase (2 horas)
 Última asesoría (2 horas)
 Digitalización (5 días)
 Detalles (2 días)



TOTAL 14 días



PROCESO CREATIVO

- Selección de bocetos finales
- Digitalización de bocetos finales
- Vectorización y colores
- Diagramación y jerarquía de textos
- Selección de línea gráfica, paleta cromática y tipográfica

2ª SEGUNDA ETAPA

DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE VALIDACIÓN

- Validación para cliente y grupo objetivo
- Desarrollo de encuesta en base a función del concepto, piezas gráficas, proyecto del encargado.
- Corrección final de profesionales

REUNIÓN CON INSTITUCIÓN

Aprobación y validación de propuesta

- Exposición de concepto y proceso de proyecto
- Presentación de dos propuestas como mínimo
- Selección y aprobación de propuesta final bajo funcionalidad con herramientas de validación con algunas correcciones.

Validación con profesionales de diseño

- Evaluación sobre funcionalidad de propuesta final a través de encuesta
- Correcciones mínimas

INSUMOS

Computadora, electricidad, internet, programas de diseño y de encuesta.



TIEMPOS

Diseño herramienta / encuesta (3 días)
 Correcciones (2 días)



TOTAL 5 días



INSUMOS

Computadora, memoria USB, copia de impresión de validación, lapiceros, proyector.



TIEMPOS

Visita a institución (4 horas)
 Tabulación de datos (2 días)
 Correcciones (3 días)



TOTAL 6 días



INSUMOS

Computadora, memoria USB, copia de impresión de validación, lapiceros, proyector.



TIEMPOS

Encuesta profesionales de diseño (5 días)
 Tabulación (2 días)
 Correcciones (2 días)



TOTAL 5 días





PROCESO CREATIVO CREACIÓN ARTES FINALES

- Bocetaje final
- Piezas para campaña y adaptaciones
- Correcciones de diagramación ortografía y detalles

Diseño artes finales

- Montaje de textos, fotografías, y línea gráfica,
- Implementación de línea gráfica, estrategias para medios de divulgación
- Pruebas de Impresión a color y medios digitales
- Asesorías con últimas correcciones

INSUMOS

Computadora, programas de diseño, transporte, internet, impresora



TIEMPOS

Bocetaje final de piezas (2 días)
Asesorías para correcciones (2 días)
Diseño de artes finales (5 días)
Prueba de color y adaptación (2 días)
Correcciones (1 día)



TOTAL 12 días



VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

- Evaluación sobre la funcionalidad de los artes finales por medio de encuesta
- Tabulación de datos para un análisis de resultados
- Últimas correcciones o detalles

INSUMOS

Computadora, programa de encuesta y tabulación, transporte, internet y proyector



TIEMPOS

Validación a grupo por encuesta (5 días)
Tabulación de datos y análisis (3 días)
Correcciones y detalles (2 días)



TOTAL 10 días



APROBACIÓN Y VALIDACIÓN EN REUNIÓN CON LA INSTITUCIÓN

- Presentación de aprobación final
- Presentación de resultados encuestas y validaciones
- Exposición del objetivo del proyecto, cumplimiento y alcance
- Entrega de Proyecto junto con instrucciones

INSUMOS

Proyector, computadora, memoria usb, impresora, transporte, hojas y tinta



TIEMPOS

Visita a la institución para presentación (1 día)
Entrega de proyecto (1 día)
Fase evaluativa (5 días)



TOTAL 7 días



FIN

(Total de días 89
3 meses aprox.)

3.2 Cronograma / Proceso Creativo

Cronograma EPS - Proyecto de Graduación 2018

ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
470 hrs. aprox / 3 meses	1	23	41	12	34	1	23	4	1	23	4	
	1 al 10	11 al 17	20 al 24	27 al 31	al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28	1 al 5	8 al 12	15 al 19	22 al 26
Fase 1 Investigación												
Visita con la institución	█											
Previsión de recursos y costos	█											
Investigación del Marco Teórico	█											
Fase 2 Planeación Operativa												
Definición de proyectos	█											
Cronograma de trabajo	█											
Selección de piezas gráficas	█											
Visita con la institución		█										
Fase 3 Definición Creativa												
Briefing		█										
Conceptualización gráfica		█										
Elaboración Línea gráfica (Código visual)		█										
Visita con la institución			█									
Fase 4 Marco Teórico												
Redacción del Marco Teórico				█								
Fase 5 Estrategia												
Referencia conceptuales				█								
Estrategia de campaña				█								
Visita con la institución				█								
Fase 6 Producción gráfica												
Nivel 1 Visualización (Bocetos roof)												
Elaboración de Bocetos (Lapiz)			█									
Bocetos Finales a color			█									
Asesorías en clase (Correcciones)			█									
Asesorías Tercer Asesor				█								
Nivel 2 Visualización (Digital)												
Selección de Bocetaje Final					█							
Validación con expertos					█							
Visita con la institución para aprobación					█							
Nivel 3 Visualización (Digital)												
Fundamentación de la Propuesta Final							█					
Validación con grupo objetivo							█					
Cambios a realizar							█					
Visita con la institución							█					
Fase 7 Presentación final de proyecto												
Cambios finales										█		
Presentación y aprobación										█		
Visita con la institución										█		
Redacción de informes y conclusiones											█	

Las reuniones con la institución son una vez por semana para asesoría sobre avances y proceso de los proyectos.

3.3 Previsión de Recursos y Costos

FASE No. 1 Investigación

1. Antecedentes	18	Q 720.00
2. Definición y delimitación de comunicación visual	24	Q 960.00
3. Justificación del proyecto	8	Q 320.00
4. Objetivos	2	Q 80.00
5. Perfil de la Institución	3	Q 120.00
6. Perfil de Grupo Objetivo	14	Q 560.00
7. Marco Teórico	22	Q 880.00

TOTAL HORAS Y COSTO FASE 1	91	Q3,640.00
-----------------------------------	-----------	------------------

Fase No.2 Planeación Operativa

1. Ruta crítica o flujograma	5	Q 200.00
2. Cronograma de trabajo	6	Q 240.00

TOTAL HORAS Y COSTO FASE 2	11	Q 440.00
-----------------------------------	-----------	-----------------

Fase No.3 Briefing de Diseño

TOTAL HORAS Y COSTO FASE 3	6	Q 240.00
-----------------------------------	----------	-----------------

Fase No.4 Recopilación de Referentes Visuales

TOTAL HORAS Y COSTO FASE 4	5	Q 200.00
-----------------------------------	----------	-----------------

Fase No. 5 Diseño de Estrategia Creativa de las Piezas de Diseño

TOTAL HORAS Y COSTO FASE 5	8	Q 320.00
-----------------------------------	----------	-----------------

Fase No. 6 Definición de Concepto Creativo

1. Técnicas creativas	4	Q 160.00
2. Concepto teórico	4	Q 160.00

TOTAL HORAS Y COSTO FASE 6	8	Q 320.00
-----------------------------------	----------	-----------------

FASE No. 7 Producción Gráfica y Validación

Nivel 1 de Visualización

1. Bocetaje Rough (mano alzada)	40	Q1,600.00
2. Fundamentación teórica	4	Q 160.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7	44	Q 1,760.00

Nivel 2 de Visualización

1. Bocetaje digital y acabados de pieza	200	Q8,000.00
2. Fundamentación teórica	4	Q 160.00
3. Validación con expertos	5	Q 200.00
4. Modificaciones	8	Q 320.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (Nivel 2)	217	Q8,680.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7	261	Q10,440.00

FASE No. 8 Producción Gráfica Final

1. Diseño (Códigos visuales: Tipografía, color e imagen)	48	Q1,920.00
2. Diagramación - Diseño de retícula para las señales y mapa de institución	18	Q720.00
3. Ilustraciones (Personaje, mapa de institución)	32	Q1,280.00
4. Iconografía (Íconos a utilizar en las diferentes señales)	12	Q489.00
5. Fotografías (Banco de fotos)	14	Q560.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 8	124	Q4,960.00

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
Fase 1	91	Q3,640.00
Fase 2	11	Q440.00
Fase 3	6	Q240.00
Fase 4	5	Q200.00
Fase 5	8	Q320.00
Fase 6	8	Q320.00
Fase 7	261	Q261.00
Fase 8	124	Q4,960.00
Subtotal Estimado	514	Q20,560.00

Capítulo

4

Marco Teórico

4.1 Marco Teórico

Ensayo 1: Dimensión Social y Ética

Dimensión Social	
Entorno Social	Capacitar e informar a mujeres vulnerables para prevenir la violencia intrafamiliar y el machismo.
Contexto Social	<p>Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qué es prevención - Qué es violencia - Qué es machismo - De qué manera se previene - De qué manera se capacita - Cómo informarse - Cómo pedir ayuda en situación de riesgo - Ruta de denuncia

Dimensión Ética	
Del contexto planteado ¿qué problema específico está tratando?	Déficit en la educación preventiva de mujeres vulnerables capacitados por las Unidades de Género de las dependencias del Ministerio de Gobernación.
¿Qué impacto tendrá el proyecto en el grupo objetivo?	Acciones de prevención sobre la problemática y conocimiento de las consecuencias y cultura de denuncia.
¿Qué beneficios podrán conseguir a partir de este?	Facilidad de respuesta al flagelo de la violencia contra la mujer y violencia intrafamiliar, promoviendo la educación de prevención por medio de capacitaciones de grupo en grupo.

4.1.1 Fomentando la prevención y cultura de denuncia ante actos de violencia intrafamiliar y machismo en la sociedad

Históricamente, la mujer guatemalteca ha sido socialmente la más afectada en cuanto a ser discriminada, desvalorizada y víctima de varios tipos de violencia, a pesar de la existencia de varias leyes a su favor. Por ejemplo según el Informe de Guatemala sobre violencia intrafamiliar (2006) “Por medio del Decreto 69/94 el Congreso de la República de Guatemala aprobó la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer –Convención de Belém do Pará” (p.3).

Otra de las principales leyes que protege a la mujer, es la Ley contra el Femicidio y otras Formas de Violencia Contra la Mujer Decreto Número 22-2008, en su capítulo IV donde habla sobre Delitos y Penas.

Artículo 6. Inciso c Femicidio, menciona que: comete el delito de femicidio quien, en el marco de las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres, diere muerte a una mujer, por su condición de mujer, valiéndose de cualquiera de las siguientes circunstancias: c. Como resultado de la reiterada manifestación de violencia en contra de la víctima.

Asimismo el Artículo 7. Inciso e: Violencia contra la mujer señala que comete el delito de violencia contra la mujer quien, en el ámbito público o privado, ejerza violencia física, sexual o psicológica, valiéndose de las siguientes circunstancias: e. Por misoginia. La persona responsable del delito de violencia física o sexual contra

la mujer será sancionada con prisión de cinco a doce años, de acuerdo a la gravedad del delito, sin perjuicio de que los hechos constituyen otros delitos estipulados en leyes ordinarias. La persona responsable del delito de violencia psicológica contra la mujer será sancionada con prisión de cinco a ocho años, de acuerdo a la gravedad del delito, sin perjuicio de que los hechos constituyan otros delitos estipulados en leyes ordinarias.

Dentro de las obligaciones del Estado, según el capítulo VI, artículo 13 habla sobre los Derechos de la víctima. Es obligación del Estado garantizar a la mujer que resulte víctima de cualquier forma de violencia, los siguientes derechos: a) Acceso a la información. b) Asistencia Integral Los y las funcionarias que sin causas justificadas nieguen o retarden la entrega de información o la asistencia integral en perjuicio del proceso o de la víctima, se harán acreedores a medidas y sanciones laborales y administrativas, sin perjuicio de responsabilidades civiles o penales, según el caso.

De igual manera, y no menos importante es la violencia económica, que de acuerdo la ley de Femicidio en su artículo 8 en sus incisos d y e sobre Violencia económica, dice que comete el delito de violencia económica contra la mujer quien, dentro del ámbito público o privado, incurra en una conducta comprendida en cualquiera de los siguientes supuestos:

d) Someta la voluntad de la mujer por medio del abuso económico al no cubrir las necesidades básicas de ésta y la de sus hijas e hijos. e) Ejerza violencia psicológica, sexual o física sobre la mujer, con el fin de controlar los ingresos o el flujo de recursos monetarios que ingresan al hogar. La persona responsable de este delito será sancionada con prisión de cinco a ocho años, sin perjuicio de que los hechos constituyan otros delitos estipulados en leyes ordinarias.

Se observa pues que el Estado protege a la mujer, sin embargo, por ignorancia de dichas leyes, muchas de ellas siguen siendo víctimas de diversos tipos de violencia. Por lo que si estuvieran bien informadas sobre sus derechos y las leyes que las protegen, quizás denunciarían cualquier forma de abuso, pero lamentablemente hemos sido una cultura en la cual las mujeres no están acostumbradas a denunciar dichos actos de violencia que por años han padecido en el ámbito familiar, pues regularmente por miedo a diversas repercusiones como: represalias, “evitar” otros problemas mayores con sus cónyuges, temor a quedar desprotegidas económicamente, evitar ser criticadas por la sociedad o simplemente porque piensan que, de nada les serviría denunciarlo porque de todas maneras nadie hará nada a favor de ellas, entonces prefieren quedarse calladas.

Esto lo indica el Informe de Guatemala sobre violencia intrafamiliar (2006), Por desconocimiento y/o por temor de las mujeres a denunciar, o bien por todas las circunstancias que conforman la condición de dependencia emocional, jurídica, económica y social de las mujeres para con el marido, así como la poca confianza en

el sistema de justicia (p.1). Es importante que la mujer aprenda primero a reconocer que tiene dignidad y merece ser respetada, valorada y ser tratada igual que el hombre, en el sentido de que tiene los mismos derechos y responsabilidades como ser humano.

Asimismo lo dicta nuestra Constitución en el Artículo 4º del capítulo I: “Libertad e igualdad. En Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos. El hombre y la mujer, cualquiera que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades y responsabilidades. Ninguna persona puede ser sometida a servidumbre ni a otra condición que menoscabe su dignidad. Los seres humanos deben guardar conducta fraternal entre sí”.

La importancia de este tema se ve reflejada en las estadísticas, que de acuerdo con el Instituto nacional de estadística (INE) hasta el año 2013, de las mujeres que denunciaron sufrir violencia intrafamiliar fueron: de tipo físico 11.2%, de tipo sexual, 0.3% de tipo Psicológico 30.9% y de tipo patrimonial 0.7%. Se observa que el mayor porcentaje padece violencia de tipo psicológico, lo que afecta el desarrollo psicosocial de la mujer.

Lamentablemente Guatemala ha sido histórica y culturalmente violenta, tal como lo menciona Benavides (2009). Se considera a la violencia como “parte integral de la cultura Guatemala”, que se encuentra anclada en la sociedad y en su imaginario desde los tiempos de la colonización española, en los cuales fue destruido el equilibrio de las sociedades indígenas y se instalaron profundas inequidades sociales y territoriales lo cual fue alimentando esta

misma violencia.”(p.8)

Una de las medidas a tomar es la prevención de la violencia, la cual Benavides (2009) define como: “las estrategias y medidas encaminadas a reducir los riesgos de que se produzcan delitos y los efectos perjudiciales que estos últimos pueden causar a las personas y a la sociedad, incluido el miedo a la delincuencia, y enfrentándose a sus múltiples causas”. (p. 6).

Por lo que la mujer debe aprender, como primera instancia, a prevenir los actos de violencia, pero si es afectada, que aprenda a pedir ayuda psicológica y si es necesario a denunciar cualquier tipo de violencia. Del mismo modo, que se le informe de las instituciones con las que puede contar para ser apoyada y no esperar hasta que sea demasiado tarde para denunciar. Por ejemplo puede acudir a: Coordinadora nacional para la prevención de la violencia intrafamiliar y contra las Mujeres (CONAPREVI), Secretaria de la Presidencia de la Mujer, Defensoría de la Mujer Indígena, Universidad De San Carlos De Guatemala, entre otras.

Ante esta situación y como una forma de resolver esta situación, el Ministerio de Gobernación por medio del Tercer Viceministerio de Prevención del Delito trabajando en conjunto con la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez, fomentan la prevención sobre diferentes temas relacionados a la violencia de género dirigido a niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas, buscando fortalecer acciones con las diferentes dependencias del Ministerio de Gobernación que tengan a su cargo las diferentes poblaciones; fomentando la

cultura de denuncia. Es necesario que las mujeres que han sufrido violencia contra la mujer, se sientan seguras teniendo el conocimiento de que las leyes las protegen y que velan por su bienestar integral: físico, psicológico y social.

Es necesario pues, que las mujeres sepan que existen instituciones que velan por sus derechos, por los de las niñas y jóvenes, que existen medidas a tomar sobre los casos que se denuncian y que también estas instituciones buscan concientizar, motivar y realizar cambios ante la sociedad y las futuras generaciones.

4.2 Marco Teórico

Ensayo 2: Dimensión Estética y Funcional

Dimensión Estética

Debido a la naturaleza de la profesión del diseñador gráfico, necesita organizar sus ideas para poder plasmarlas, para ello se requiere que su trabajo sea funcional pero a la vez que sea atractivo a la vista, es por eso que debe mantener el equilibrio entre la funcionalidad y la belleza, pero principalmente debe estar abierto a las demandas de sus clientes, los cuales podrán diferir con sus gustos y propuestas.

	Vectorización Retoque fotográfico	Teoría de la Gestalt Iconografía personalizada
	Realismo fotográfico Fotografía natural	Integración de elementos Minimalismo
	Coloración iconolingüística	Sans Serif / Palo seco Serif / Romana Antigua Handmade Geométricas
<i>Aspectos de diseño a considerar</i>	Modular	Archivos editables Ilustración en vectores Interactivo Digital
	Retícula aurea Equilibrio Posición de elementos	Medios digitales Material impreso
	Relacionada con la imagen de la institución y el grupo objetivo.	

4.2.1 El Diseño gráfico y la infografía como herramienta de información

Actualmente se está utilizando en diversas áreas que van desde informar a la población hasta el marketing, el diseño gráfico y la infografía como herramientas fundamentales para la elaboración de material tanto informativo como publicitario, entre otros. De acuerdo con Frascara, citado en Gaytán, J. (s.f.) el diseño gráfico es “La acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (p.8).

Por otro lado, según Alba (s.f.) “La infografía es una herramienta de comunicación visual que representa, resume y explica a la perfección información de un tema o sector determinado.” (p.3). Ambos términos coinciden en que son un medio de comunicación visual y en que los mensajes que divulgan deben ser bien definidos a la población que se desea informar.

El mundo del diseño gráfico es tan amplio que se desglosa en: publicitario, editorial, multimedia entre otros. En esta investigación se utilizará la parte del diseño editorial, para Rosas S. (2012) “El diseño editorial es la rama del diseño gráfico y del diseño de la información que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos”.

El diseño editorial servirá en este caso, para informar por medio de infografías, material impreso, folletos y afiches utilizándolos como herramientas para informar al grupo objetivo como propósito principal de la institución.

El grupo objetivo es según Porto y Gardey (2015) el “consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio”. En este caso serán las mujeres a las cuales se les desea dar a conocer diversos temas de interés respecto a la información, prevención y solución a mujeres que estén siendo víctimas de violencia intrafamiliar. Se resalta la importancia de las infografías, por ejemplo en los periódicos al mostrar de manera gráfica de transmitir ideas, enviar un mensaje y la explicación de varios temas de manera estética, dinámica y ordenada de elementos.

Asimismo, el color tiene la importancia de personalizar e influenciar de manera visual ante el lector, ya que dependiendo de su aplicación el usuario puede ser o no atraído a su lectura y darle o no la importancia debida a la información que se desea transmitir. Según su psicología y la manera de interpretar la información por eso es necesario resaltar, tal como lo indica Velásquez (s.f.)

“El lenguaje del color es conocido por artistas y profesionales de campos donde su utilización es fundamental en la elaboración de sus productos, como el diseño, la decoración, la publicidad, etc...”

Es un medio atractivo que, consciente o subconscientemente actúa sobre el observador, por lo cual sus características son explotadas por los mismos en sus trabajos.

El color influye sobre el ser humano, y también la humanidad le ha conferido

significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, pudiendo producir impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción.

Por otro lado, será necesario tomar en cuenta el círculo cromático, ya que no se trata únicamente de elegir los colores al azar o como más le guste al diseñador, sino buscar la mejor elección tomando en cuenta diversos aspectos para conseguir una adecuada presentación. Para Guzmán el círculo cromático.

“Representa la sucesión progresiva y ordenada de los colores del espectro. Aparte de permitirnos ver la organización e interrelación de los colores, el círculo cromático es de gran utilidad para seleccionar los colores adecuados y las relaciones cromáticas entre ellos, para visualizar armonías, contrastes; también es un instrumento útil para explorar las temperaturas del color. Todos los colores del círculo son colores saturados, es decir no tienen blanco ni negro”.

De igual manera cabe resaltar que una adecuada tipografía debe leer con la debida atención, pues también influye en el aspecto visual del lector, pues si no es legible y atractiva, no producirá los efectos deseados, ya que de acuerdo con Pepe (2012).

“Una forma efectiva para la práctica profesional del diseño y la comunicación visuales clasificarlas tipografías haciendo hincapié en la apariencia y en ciertos detalles referidos a la morfología externa de la letra (...) En general las familias tipográficas presentan variables o deformaciones proyectivas, respecto al tono, a la proporción y a la inclinación. (p. 24)

No se trata únicamente que el texto sea legible sino también inteligible, y para ello el diseñador debe tener los conocimientos adecuados para hacer el uso correcto y con las características correctas de la tipografía seleccionada para cumplir con las normas establecidas de lectura. Para Pepe (s.f.)

“El término legibilidad hace referencia a la facilidad para distinguir un formato de letra de otro (...) Una composición tipográfica con buena legibilidad permite ser leída con fluidez y naturalidad, más allá que pueda ser comprendida. Por ejemplo, un texto en un idioma que no conocemos podrá ser legible, más no inteligible. (p. 67)

Otro aspecto a considerar es la retícula, la cual de acuerdo con Vega (2013) *“es un conjunto de relaciones basadas en la alineación que sirven como guía para la distribución de los elementos en la página y en todo el impreso”.* El uso correcto de la retícula demuestra orden y estética ante la colocación de los elementos sobre el lienzo o mesa de trabajo sobre el cual se va a trabajar.

La ilustración refleja un orden de ideas dependiendo de la importancia en la estructura de los elementos y debe ser colocando estratégicamente para enviar el mensaje de la manera correcta y a la vez se reciba de tal manera que se alcancen los objetivos predeterminados llevando un tratamiento correcto y la línea gráfica

refleja por medio de las imágenes, las características, identificación.

En conclusión se puede afirmar que con el diseño gráfico se pueden transmitir mensajes específicos a grupos determinados, haciéndose apoyar por herramientas que facilitan su elaboración, como la infografía la cual resume y expone detalladamente la información que se desea transmitir. De igual manera se hace uso del diseño editorial el cual es utilizado en la estructura de diversos textos.

Asimismo, otro aspecto significativo del diseño gráfico es el uso el círculo cromático, ya que es de mucha utilidad para seleccionar los colores adecuados y las relaciones cromáticas entre ellos, para representar las armonías y los contrastes, pues dependiendo del grupo objetivo, así será necesaria su aplicación.

Debe recordarse que el color influye considerablemente sobre el ser humano y tiene efectos tanto fisiológicos como psicológicos, capturando así la atención del grupo objetivo. De igual manera la tipografía es otro aspecto de suma importancia al momento de transmitir un mensaje, la cual debe ser legible y entendible para poder ser leída con fluidez y claridad. Al unir todos estos elementos se logrará alcanzar los objetivos predeterminados en cualquier proyecto.

Capítulo

5

Definición Creativa

- Briefing de Diseño
- Referentes Visuales
- Descripción de la Estrategia de las Piezas de Diseño
- Definición del Concepto Creativo
- Previsualización

5.1 Elaboración del Briefing de Diseño

5.1.1 Aspectos Generales

Cliente: Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez
Dirección: 6ª. Avenida 13-71 Zona 1
Producto: Campaña informativa
Nombre del Producto: Campaña “Date tu Valor” que forma parte de la prevención ciudadana y la equidad de género.

5.1.2 Acerca de la Institución

5.1.2.1 Historia o Antecedentes

La Unidad de Género de Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación nace a través del Acuerdo Ministerial No. 459-2011 anticipándose al Acuerdo Gubernativo No. 264-2012 que crea el gabinete específico de la mujer y que mandata la implementación de Unidades de Género en cada uno de los Ministerios y Secretarías de Gobierno.

La Unidad de Género Multiculturalidad, Juventud y Niñez tiene como objetivo central ejecutar planes programas y proyectos dentro del Ministerio de Gobernación a favor de las mujeres, jóvenes, niños y niñas, en todas sus expresiones, propiciando siempre la equidad de Género.

5.1.2.2 Servicios que presta

Da seguimiento a los planes programas y proyectos relacionados a género, multiculturalidad, juventud y niñez.

5.1.2.3 Medios de comunicación que utilizan

Notas de la página web del Ministerio de Gobernación y el Diario de Centro América.

5.1.2.4 Productos de diseño gráfico elaborados hasta el momento, sus logros, alcance y errores

Hasta el momento la Unida de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez cuenta con un logotipo, banner y afiche para el día de la no violencia contra la mujer.



5.1.3 Acerca del Grupo Objetivo

Sexo: Mujeres

Edad: 18 en adelante.

Motivaciones: Unidad y apoyo en el hogar.

Conducta: Estereotipada y adaptación.

Cultura Visual: Influencia de los medios de comunicación y publicidad enfocada a su género.

5.1.4 Acerca del Proyecto

Recursos disponibles

Humanos: Un encargado, cuatro asesores específicos para cada componente, una persona de apoyo técnico y una persona de apoyo administrativo.

Materiales: Una impresora multifuncional y una computadora por asesor.

Financieros: Solamente se gestiona con apoyo de la Embajada Estadounidense o alguna ONG con algún tema relacionado.

Metas que desean alcanzar con el proyecto

Acciones de prevención sobre la problemática y conocimiento de las consecuencias y cultura de denuncia.

Plazo para el desarrollo y entrega del proyecto

El tiempo estimado es de 470 horas, es decir de tres meses aproximadamente.

Medio para su realización e implementación, ventajas a favor y en contra de este medio

Objetivos del Proyecto

General: Diseñar, implementar y ejecutar planes, programas y proyectos dentro del Ministerio de Gobernación a favor de las mujeres, jóvenes, niños y niñas, en todas sus expresiones, propiciando siempre la equidad de género.

Específicos de comunicación: Informar sobre las acciones que promuevan equidad de género a la sociedad hacia las mujeres víctimas con casos de violencia.

Diseño gráfico: Diseñar material editorial y educativo para promover acciones de equidad de género para mujeres con casos de violencia utilizando códigos visuales con aspectos de diagramación, jerarquía, tipografía que ayuden a la identificación del grupo objetivo con la información.

Medios de realización: Con los recursos propios del Epesista en elaboración e implementación con ventajas de realizarlo a distancia y espacio de una manera cómoda. La desventaja es debido a la falta de comunicación constante con la Unidad de Género.

Medios de implementación: Para la parte técnica es apoyo y colaboración de los medios instituciones de gobierno relacionados con el Ministerio de Gobernación para su divulgación teniendo esta ventaja la cuales son el Diario de Centroamérica para la parte impresa de las infografías del Proyecto Tipo A y en la parte del Proyecto Tipo B en el Spot televisivo en el Canal de Gobierno como medida facilitadora de comunicación. La desventaja será que el mensaje llegará solamente a la gente que consulta estos medios.

5.2 Recopilación de referentes visuales

Instituciones Nacionales

DESCRIPCIÓN

SEJUST Campaña “Mujer date cuenta”

Lo relevante de esta campaña resalta la imagen de la mujer indígena, quién es la protagonista principal y quien debe recibir el mensaje.

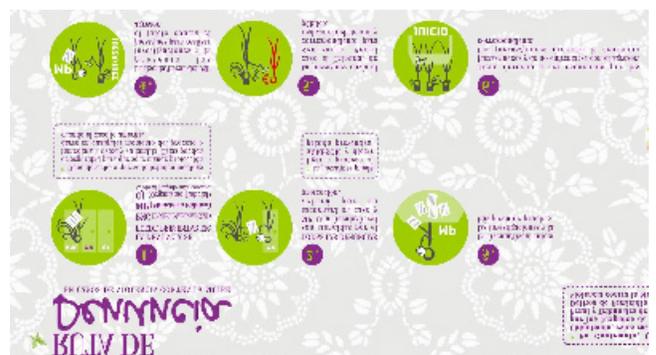
PNUD Guatemala “Campaña del Secretario General de las Naciones Unidas ÚNETE para poner Fin a la Violencia Contra las Mujeres”

La campaña resalta el color naranja que tiene como símbolo para el Día Internacional contra la No Violencia contra la Mujer y el utilizar una la prenda del color se apoya e identifica con ella.

Organismo Judicial “Justicia Especializada para Mi

Esta campaña informa por medio de una infografía impulsando una ruta de denuncia sobre los casos de violencia contra la mujer y las organizaciones que lo apoyan.

CAMPAÑA



Instituciones Internacionales

DESCRIPCIÓN

Alianza por la Solidaridad (España) “#NoAlTerrorismoMachista”

Refleja la actitud del hombre por medio de una frase responsabilizando a los hombres de cualquier acto de violencia en el hogar.

CAMPAÑA



BID. “No Más Silencio Violencia contra las Mujeres”

La campaña es muy diferente a las demás reflejando en una mano las palabras relacionadas a la violencia contra la mujer y el color naranja que identifica el día en que se celebra la campaña.



Gobierno de España. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

En la campaña se puede ver que la palabra UNETE demuestra la solidaridad de las mujeres que no están relacionadas en el caso pero entre ellas se apoyan mutuamente



5.3 Descripción de Estrategia de las Piezas de Diseño

Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar

¿Qué?

Dar a conocer temas sobre los inicios e historia de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud del Ministerio de Gobernación, así como temas de prevención y la labor de la institución.

¿Para qué?

Apoyar los programas de prevención del Tercer Viceministerio de Prevención de la Violencia y el Delito del Ministerio de Gobernación.

Instruir a la mujer guatemalteca sobre las maneras de prevención.

Fomentar la cultura de denuncia por la violencia intrafamiliar.

¿Con qué?

Por medio de la elaboración de material gráfico con información que cuenta la Unidad de Género para divulgar por medio de una campaña impulsando la prevención de manera gráfica y fácil de entender para el grupo objetivo.

¿Con quiénes?

Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez

Unidades de Género de las Dependencias del Ministerio de Gobernación.

¿Cuándo?

La fase de elaboración del proyecto se contempla en un lapso de tiempo de tres meses, un aproximado de ochenta días.

El material será utilizado el 25 noviembre del 2019.

¿Dónde?

El 25 de noviembre se celebra el Día Internacional de la No Violencia contra la Mujer se prevé poder implementar una campaña para esta fecha informando a la dependencias con unidades de género que tienen mayor contacto con el grupo objetivo.

5.3.1 Cuadro comparativo de Ventajas y Desventajas de la Pieza a Diseñar

Cuadro comparativo

	Ventajas	Desventajas
Infografías temáticas informativas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es una pieza que puede estar a la vista. 2. Puede ser llamativo por las figuras. 3. Se puede distribuir en grandes cantidades. 4. La gente lo puede leer y entender fácilmente. 5. De bajo costo y fácil de fotocopiar. 6. Interactivo e intercambiable. 7. Puede utilizarse para exposiciones o en pizarrones de fácil vista. 8. Gran tamaño para observar de lejos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La gente que no sabe leer no podrá comprender el mensaje. 2. El tema no se complementa a su totalidad si no se leen las demás infografías. 3. Debe ser necesario emplasticar cada infografía para que pueda durar por mucho tiempo la impresión.
Spot de televisión de 30 segundos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facilidad de entender con figuras animadas. 2. Fácil de informar en tan poco tiempo. 3. Despierta interés por la gente que lo observa por los medios. 4. Es una pieza para ver a frecuentemente para remarcar posicionamiento. 5. Obtiene mayor alcance de vistas y público. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es muy poco tiempo para abarcar la información necesaria. 2. Tiene que verse varias veces para comprenderlo mejor.
Piezas publicitarias y Folletos independientes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se puede repartir en grandes cantidades para hablar sobre el tema. 2. Pueden transportarse a cualquier lugar y momento por su densidad. 3. Lectura y comprensión fácil. 4. Pueden coleccionarse y repartirse en grupos grandes y pequeños. 5. El formato es interesante a la vista 6. Aprendizaje y comprensión inmediata. 7. Material de uso diario por frecuentes actividades. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Algunas piezas son más costosas en su impresión 2. El llevar los banner a cualquier lado resulta pesado, solamente será a eventos de mayor importancia. 3. Debe ser repartido el material a gente interesada, no a gente que lo llegue a desechar.

5.4 Definición del Concepto Creativo

5.4.1 Técnica creativa

La identificación de nuevas ideas de negocios es sin lugar a dudas el núcleo de toda actividad emprendedora y la creatividad es uno de los factores que marca una diferencia clara e importante entre las empresas que invierten en innovación. Si bien el ejercicio de identificar nuevas e innovadoras ideas de negocios implica ante todo un amplio conocimiento de la realidad que nos rodea, es necesario utilizar técnicas adecuadas para estimular ideas creativas.

Hay muchas técnicas que ayudan a estimular la generación de ideas creativas. Éstas son algunas de las técnicas más utilizadas. Cabe destacar que si bien algunas de estas técnicas pueden ser utilizadas de forma individual, los resultados no son los mismos que se obtendrían si se trabajara en grupo.

5.4.2 Proceso Concepto No. 1

5.4.2.1 Técnica #1 Relaciones forzadas

Rompecabezas + Conexión

Los rompecabezas que se nos presentan debe ser la unión de varias piezas que tienen sus características creando una conexión armoniosa.

Unidos conectamos piezas

Timón + Fuerza

Tomar el timón de la vida y el control esforzándonos con mucha energía retomar el rumbo hacia donde nos quiera para formar nuestro carácter en cada situación.

Dirigidos hacia un nuevo impulso

Solución + Identidad

La solución es la salida del camino como respuesta hacia nuestra identidad.

Me encamino hacia mi identidad

5.4.2.2 Concepto Creativo

“Unidos conectamos piezas”

5.4.2.3 Fundamentación

Entre los propósitos de la Unidad de Género es impulsar la unidad y promover la equidad de género dentro de la sociedad debido a los paradigmas e ideologías que se han formado durante los años que han dividido a los mismos ciudadanos por su manera de actuar y pensamientos que en conclusión no tienen relación con definir a las personas y su identidad.

Relaciones Forzadas	
Rígido	Crecimiento
Escalones	Arriba
Emisión	Cambio
Saco	Corregir
Rompecabezas	Conexión
Caballero	Coser
Ovación	Corte
Timón	Fuerza
Mitad	Lazo
Botón	Orden
Seguro	Respeto
Peludo	Mejorar
Arreglo	Acciones
Solución	Identidad
Abierto	Crecimiento
Bache	Escape

5.4.3 Proceso Concepto No.2

5.4.3.1 Mapa Mental

De acuerdo con Levinton (s.f) el mapa mental. Es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro. La importancia de los mapas mentales radica en que son la expresión de una forma del pensamiento irradiante (...) Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada. De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara (...) Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.(p.14)

Luego de la revisión y análisis de ideas plasmadas en el mapa se llega a la conclusión de los siguientes enunciados:

El Ministerio de Gobernación cuenta con el apoyo de las autoridades en la cual se ha formado y desarrollado las estrategias de implementación para llevar a cabo los objetivos que tienen la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez en el tema de la prevención. Expresándolo de la siguiente manera:

“Fortalecimiento en estrategias de prevención”

Las dependencias que cuentan con Unidades de Género enfocan sus estrategias en la implementación y desarrollo recibiendo la Información de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación teniendo mayor contacto con el grupo objetivo realizando talleres. Concluyendo en esta idea:

“Implementando programas de acercamiento”

Las capacitaciones de superación hacia las mujeres en el tema continuar las superación de sus vidas y la de sus familias nace en el hecho de ser capacitadas impulsando un aprendizaje para que desarrolle la cultura de denuncia en cuanto los hechos violencia que viven en sus hogares. Conceptualizándolo en:

“Impulsando la formación en la cultura de denuncia”

5.4.3.2 Concepto Creativo

“Fortalecimiento en estrategias de prevención”

5.4.3.3 Fundamentación

Luego del desarrollo de los enunciados tomados de diferentes ideas que tienen relación en común se puede concluir que la frase tiene mayor relación y se enfoca con los objetivos que ahora cuenta la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación y aplica continuamente en las acciones que promueve la misma hacia el grupo objetivo.



5.4.4 Proceso Concepto No.3

5.4.4.1 Analogías

Consiste en resolver un problema mediante un rodeo: en vez de atacarlo de frente se compara ese problema o situación con otra cosa. Gordon, creador de la Sinéctica (método creativo basado en el uso de las analogías) insistía en que “se trata de poner en paralelo mediante este mecanismo unos hechos, unos conocimientos o unas disciplinas distintas”. Por ejemplo, un problema empresarial lo intentamos resolver buscando algún problema análogo en otras disciplinas: en la biología, en la historia, en un deporte colectivo.

¿Cómo funciona?

1. Saber cual es el problema

Ejemplo: Fabricar

2. Generación de las ideas

Esta segunda fase es la de alejamiento del problema con la imaginación. Es la fase imaginativa y producimos analogías, circunstancias comparables. El grupo ha propuesto como analogías la cascada, el ciclón, el molino de agua.

3. Selección de las ideas

La tercera fase es la de seleccionar: tenemos una larga lista de analogías y es el momento de seleccionar las que consideremos más adecuadas y cruzarlas con el problema. Intersección: “Se necesita un ciclón a domicilio... una tromba de agua... vertical... las paredes serán cilindros que encajan... cuando no nos servimos de ella, formará un asiento o un elemento decorativo... en servicio será un cilindro... y los chorros de agua partirán del suelo o de las paredes y reconstruirán nuestro ciclón...”

5.4.4.2 Concepto Creativo

“Fuerza de voluntad positiva”

5.4.4.3 Fundamentación

Las mujeres que desean cambiar empezaran por valorarse a si mismas tomando fortaleza en saber que las acciones que tome hoy serán el cambio para el futuro de su persona como las de su familia encontrando la solución de cada etapa.

Analogías	
Atributo	Nexo
Democracia	Rasgo
Convergencia	Calidad
Prosperidad	Apertura
<u>Acción</u>	<u>Iniciativa</u>
<u>Lucha</u>	Transición
Estimulación	Cualidad
Ejemplo	Modernidad
Mundo	Semejanza
Respeto	Liderazgo
<u>Valores</u>	<u>Incentivación</u>
Estabilidad	<u>Destreza</u>
Libertad	Conmemorativo
Soberanía	Cumplimiento

Iniciativa + Lucha: Fuerza de voluntad

Valores + Destreza: Desarrollo estratégico

Acción + Iniciativa: Activación positiva

5.4.5 Concepto Creativo

5.4.5.1 Toma de decisiones

Dentro de la variedad de propuestas de conceptos varias se encontraban la similitud que tienen relación con el proyecto y con la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación, la cual trabaja dentro de las cuales se analizó las frases “Fuerza de Voluntad”, “Unidos conectados”, y “Fortalecimiento en estrategias de prevención” cada una con su propósito y visión tienen mucha relación que se puede trabajar con la campaña pero la que más se apega es “Fortaleciendo las estrategias de prevención”.

5.4.5.2 Concepto Creativo

“Fortaleciendo las estrategias de prevención”

5.4.5.3 Fundamentación

La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez es la que estructura y articula la información con el Ministerio de Gobernación e implementa acciones por medio de las dependencias del Ministerio a través de las Unidades de Género que tienen acercamiento a las comunidades y las mismas hacia el grupo objetivo con el propósito de implementar la cultura de denuncia y acciones que se fortalezcan estrategias de prevención en el tema de la violencia contra la mujer.

5.5 Previsualización

5.5.1 Código Tipográfico

Merriweather Black

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Merriweather Black

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Lato Bold

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Lato Regular

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Merriweather Sans Book

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Merriweather Sans Regular

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Merriweather Sans Bold

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Según Chipara, S. (2014) Un código tipográfico es un conjunto de normas para la realización de un impreso, entre las cuales sobresalen las que se refieren a las grafías tipográficas. Algunos códigos contienen también normas para la composición de ciertas partes del texto (folios explicativos, grafía de las firmas, disposición de las citas), o de ciertos textos (las notas, los índices, las bibliografías, las cronologías). Se utilizaron en las imprentas y en las editoriales bibliológicas. En la actualidad sus contenidos suelen formar parte de los manuales de estilo [José Martínez de Sousa, Problemas de la edición científico-técnica en La palabra y su escritura, Gijón, Trea, 2006. Pág. 95 y 96.

5.5.1.1 Titulares

Dentro de la variedad de tipografías se tomó la decisión para titulares el uso de “*Merriweather Black y Bold*” porque cuentan con remates que caracterizan a la familia de tipografías serif dándole formalidad a los títulos entre 20 y 22 puntos.

5.5.1.2 Subtítulos

Para los subtítulos se eligió la tipografía “*Lato Bold*” con características que le da un equilibrio con la anterior tipografía teniendo en cuenta que tiene su propia personalidad y correcta legibilidad.

5.5.1.3 Cuerpo de Texto

La tipografía que cuentas con las peculiaridades para la función de cuerpos de texto es “*Merriweather Sans*” que hace que facilitan visualmente los contenidos y descripciones de cada texto. El uso de los puntos será entre 10 y 12.

5.5.2 Código Cromático

“Código Cromático: escala de colores, triángulo cromático ó colores luz: colores primarios y secundarios”. Según Brunet (2011) Este código permite clasificar, distinguir y ver de forma clara y rápida el progreso de las actividades de un proyecto, además de las sumas invertidas y el tiempo transcurrido.

Color	Significado Institucional	Significado Psicología
 Celeste	Prevención	Paz, relajación, libertad, frescor y plenitud.
 Morado	Género	Asociado con espiritualidad, creatividad, dignidad
 Amarillo	Juventud	Vitalidad, energía y luz
 Naranja	Multiculturalidad	Felicidad, la riqueza, el poder, la abundancia, la fuerza y la acción.
 Arcoiris	Comunidad LGBTBI	Comunidad Lesbianas, Gays, Transexuales, Bisexuales e Intersexuales.

5.5.3 Código Icónico Visual

Los colores que se utilizan forman parte principalmente desde su logotipo, con las cualidades que identifica cada área la cual es de género, multiculturalidad, juventud y niñez logrando unir todas las áreas en una sola pieza y mantener en el resto del material gráfico.

Personaje



De acuerdo con López, López y Bernabeu (2012) “es el propio de las fotografías, las tiras cómicas y, en general, todos los géneros periodísticos visuales”. (p. 10)

Colores aplicados



Según Colle (1998) “la percepción visual corresponde a un sistema especial cuyos componentes son tres: las dos dimensiones ortogonales del plano y las características de forma de la figura que se represente en este plano”. (p.6) asimismo menciona que “La principal ventaja, aquí, del recurso icónico consiste en la posibilidad de representar en forma simultánea -en un espacio bi o tridimensional- las propiedades evidenciadas”. (p.7)

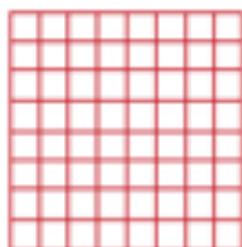
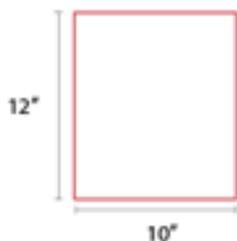
Técnica acuarela



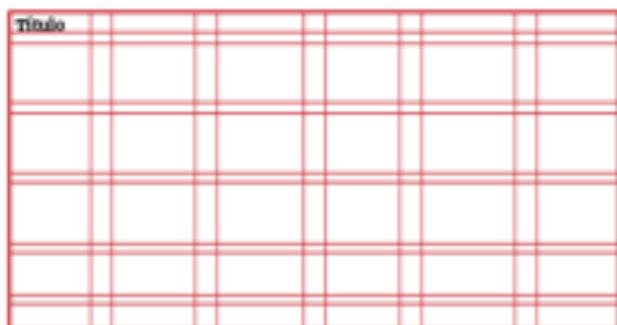
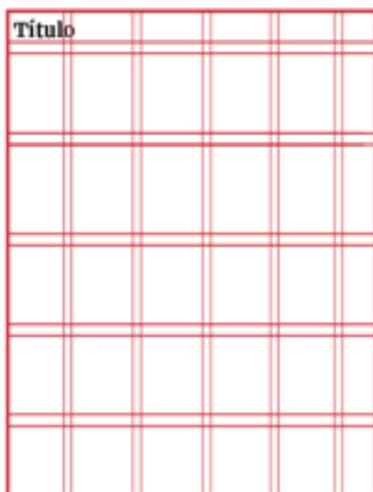
Íconos

El material a imprimir se dirige a la mujer en su mayoría con edad joven adulta con ilustraciones con característica de diseño flat y línea gráfica de acuarelas con colores ligeros y limpios a la vista en cuanto a sus iconos y de numeración.

5.5.4 Código Formato



Retícula



“Es la forma, tamaño y modo de presentación de una cosa, especialmente de un libro o publicación semejante. Para el proyecto se propone un formato cuadrado considerando el equilibrio, la armonía y la simetría que permite esta forma, ya que puede ser fácilmente aprovechado para la distribución de los textos y las ilustraciones. Además que resulta ser un formato diferente al que actualmente utiliza la institución y una forma fácilmente reconocida por el grupo objetivo. Se plantea una retícula básica con divisiones ulteriores ya que por su flexibilidad permite variar y disponer del espacio de forma libre y más dinámica”.

La elaboración de la infografía digital e impresa se va adaptar según su medida para un medio periodístico y afiche se trabajará con medidas de 10 x 12 pulgadas con 5 columnas y 4 filas.

La utilización de las técnicas creativas contribuye a la estimulación y a la formación de nuevas ideas, además pueden ser utilizadas de manera individual o grupal, aunque los resultados no serán los mismos, pues al ser utilizadas de manera grupal, los aportes de cada integrante serán mucho mejor, por lo que se enriquecerá el trabajo con más y nuevas ideas creativas.

Capítulo

『

6

』

Producción Gráfica y Validación de Alternativas

- Flujograma
- Cronograma de trabajo
- Previsión de Recursos y Costos

6.1 Nivel 1 de Visualización

6.1.1 Tabla de Planeación Estratégica de Medios

	Objetivo	Medio	Actividad	Responsable	Inicio	Fin	Costo
1	Etapa de expectativa de publicación de infografías	Post Facebook Expectativa Estar informada es dar el primer paso	Digital Ilustración Avión juego	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
2	Etapa de expectativa de publicación de infografías	Post Facebook Expectativa La decisión de romper el círculo está en tus manos	Digital Ilustración Círculo recortado por tijeras	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
3	Etapa de expectativa de publicación de infografías	Post Facebook Expectativa Es tiempo de darle vuelta a la página	Digital Ilustración Página abierta doblada	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
4	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Violencia Psicológica	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
5	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Violencia Económica	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
6	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Violencia Sexual	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
7	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Violencia contra las mujeres juvenes	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00

	Objetivo	Medio	Actividad	Responsable	Inicio	Fin	Costo
8	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Femicidio	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
9	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Rutas de denuncia	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
10	Etapa informativa de publicación de infografías	Post Facebook Informativo ¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!	Digital Ilustración Prevención de embarazo en niñas y adolescentes	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 50.00
11	Spot informativo de campaña	Redes sociales institucionales	Multimedia	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	1 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q3,000.00
12	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Creación de la Unidad de Género	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q 14,000.00
13	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Ruta de Denuncia -DAV-	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q 14,000.00
14	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Prevención Violencia Sexual	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q 14,000.00

	Objetivo	Medio	Actividad	Responsable	Inicio	Fin	Costo
15	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Prevención Violencia Física	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00
16	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Prevención Violencia Económica	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00
17	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Prevención Violencia Psicológica	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00
18	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Femicidio	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00
19	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Prevención de embarazo en niñas y adolescente	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00
20	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía Prevención violencia contra mujeres según su etnia	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00
21	Divulgación de información de tipos de violencia y prevención	Publicación Diario de Centroamérica	Impreso Infografía ¡Denuncia a tu estación policial más cercana!	Josue Ortiz Epesista Diseño Gráfico Jaqueline Orellana Encargada Unidad	8 de noviembre de 2018	23 de noviembre de 2018	Q 500.00 Publicación Q. 14,000.00

6.1.2 Spot Multimedia

6.1.2.1 Producción de Audio

Producción	Costo
Audio Voz 30 segundos	Q 750
Audio Voz 30 segundos + Efectos	Q 1,500
Video Voz 30 segundos	Q 2,100
Video Voz 30 segundos + Efectos	Q 2,500

6.1.2.2 Descripción de Proyecto

- Redacción de guion
- Grabación de audio por voces profesionales
- Animación de logotipo de Unidad de Género
- Animación de texto e ilustraciones

6.1.2.3 Objetivo de Estrategia

Implementación de comercial en el Canal de Gobierno en horarios variados de programación.

6.1.2.6 Guión Técnico

Tiempo	Efectos de Sonido	Voz	Demostración
0:00 – 0:05	Introducción: Música ambiental	Por una ciudadanía bien informada	Entrada de tomas de video de ciudadanas
0:05 – 0:10	Efecto de elemento de entrada y escritura	Celebremos este 25 de noviembre el Día de la No Violencia Contra la Mujer	Título de la campaña “Date tu Valor”
0:10 – 0:15	Efecto de hojas cambiando de página con música de fondo	Leyendo las infografías que serán publicadas del 8 al 23 de noviembre en el Diario de Centro América	Entrada: Animación de un diario con infografías
0:15 – 0:25	Efecto de acción por la entrada del logotipo	Tomemos acciones de prevención con la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación	Tomemos acciones de prevención Logotipo: Unidad de Género
0:25 – 0:30	Efecto de elementos entrando		Logotipo: Tercer Viceministerio de Prevención de la Violencia y el Delito

6.1.2.4 Información a Publicar

- La Unidad de Género Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación
- Publicación infografías educativas
- Prevención de Violencia de Género

6.1.2.4.1 Frases de Cierre

- Infórmate, ¡La prevención puede más!
- Conociendo del tema, ¡Salvas vidas!

6.1.2.5 Redacción y Guion Literario

Por una ciudadanía bien informada. Celebremos este 25 de noviembre el Día de la No Violencia Contra la Mujer leyendo las infografías que serán publicadas del 8 al 23 de Noviembre en el Diario de Centro América. Tomemos acciones de prevención con la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación.

6.1.3 Proceso de Bocetaje

6.1.3.1 Propuesta 1

Técnica:

Se utilizará esta técnica escogida porque actualmente forma parte de una tendencia en el ámbito de material gráfico enfocado al grupo objetivo similar al que tiene enfoque esta campaña y se analiza implementarlo para captar la atención del público.

Color:

Los colores a implementar tiene relación debido al tema que se ha implementado para especificar el tema de la No Violencia Contra la Mujer.

Iconografía:

Para darle continuación a la misma tendencia del tipo de trazos que se implementa con esta técnica se analiza el utilizar el mismo para los iconos en la cual tiene relación.

Este proceso se construye partiendo del concepto “Fortaleciendo la prevención” utilizando la idea de unir diferentes áreas para identificar la campaña como parte la relación que se tiene como tema de bien social, este servirá para identificar de manera digital las piezas a elaborar utilizando tipografías, iconos y paletas de colores a implementar luego de haber pasado por el proceso de aprobación en el bocetaje.

Técnica: Temperas



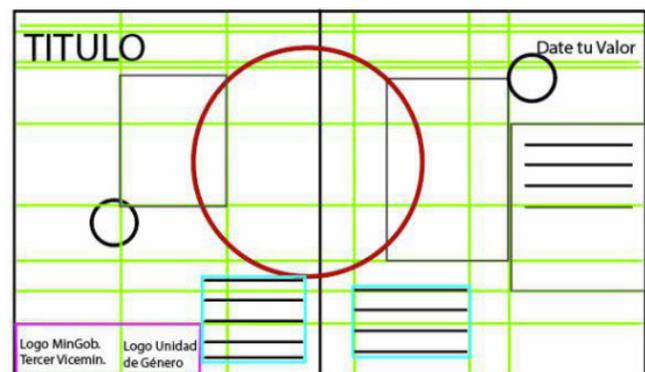
Paleta de Colores



Iconografía: Dibujo



Estructura: Infografía



Bocetaje: Redes Sociales



Bocetaje Digital: Stoyboard



6.1.3.2 Propuesta 2

Técnica

Esta técnica pertenece a la familia de acuarelas con la diferencia de que este muestra sus trazos más fuertes similares a las de un marcador y se ve la diferencia que este tiene su propia característica.

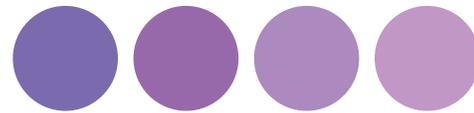
Técnica: Temperas



Color

Los colores que mayormente se identifica a la mujer en sus distintas tonalidades para complementar el juego de variaciones.

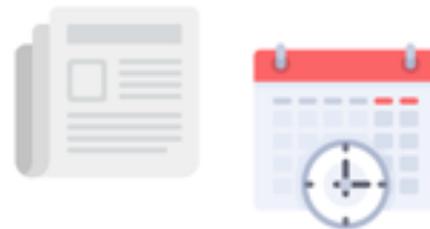
Paleta de Colores



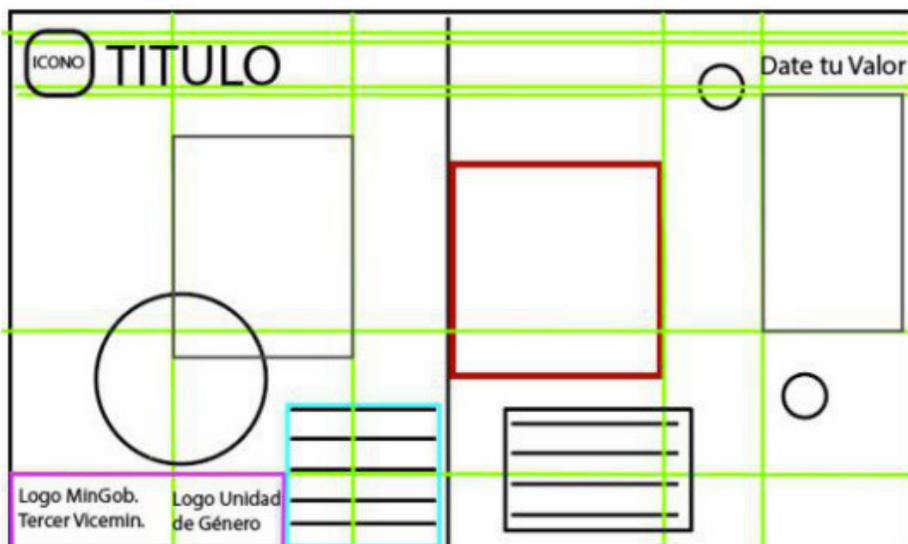
Iconografía

Para darle continuación a la misma tendencia del tipo de trazos que se implementa con esta técnica se analiza el utilizar el mismo para los iconos en la cual tiene relación.

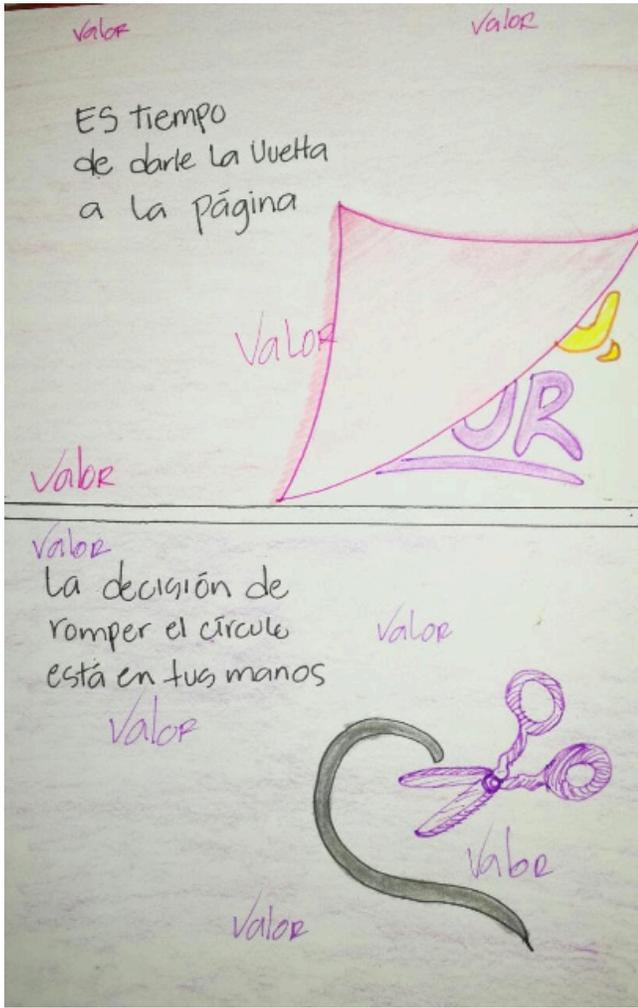
Iconografía: Minimalista



Estructura: Infografía



Bocetaje: Redes Sociales



Bocetaje Digital: Stoyboard



6.1.4 Autoevaluación

Luego de haber realizado el proceso correspondiente para la Campaña del “Día de la No Violencia contra la Mujer” podemos dar a conocer las conclusiones y la respuesta por media de una evaluación y conociendo el proceso de comunicación que sea más eficiente para la campaña teniendo previo conocimiento que el mayor número es el que cumple con la característica correspondiente.

Seguido del análisis de ambas propuestas se llega a la decisión de utilizar la primera porque mantiene la estructura y la idea principal de los objetivos de la Unidad de Género Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación y en la misma dirección del marco del Día de la No Violencia.

Aspectos a Evaluar	Propuesta 1	Propuesta 2
Pertinencia	10	10
Memorabilidad	8	7
Legibilidad	9	8
Composición	8	6
Abstracción	7	6
Estilización	9	8
Identidad Visual	9	7
Uso del Color	10	9
Resultado	70	61

Pertinencia

Manera en la cual la propuesta se relaciona con el tema.

Memorabilidad

El mensaje del diseño se asocia al evento.

Legibilidad

El mensaje se entiende.

Composición

Orden, jerarquía de elementos y llamado a la acción.

Abstracción

Utiliza la regla menos es más.

Estilización

Estética, detalle y calidad gráfica.

Identidad Visual

Refleja cualidad de elementos.

Uso de Color

Adaptación a la temática según sea su objetivo.

Tipografía

Adaptación correcta al diseño.

6.2 Nivel 2 de Visualización

6.2.1 Propuesta Digitalizada

El proceso de digitalización a nivel visualización es la etapa en la cual se realizan las observaciones y se califican a través de un conocimiento previo de los profesionales y expertos en el tema para una mejor perspectiva. Calificando el uso de tipografías, paleta de colores, línea gráfica y nivel de calidad en personajes en cuanto al mensaje que el grupo objetivo va a percibir.

Date 'tu VALOR

6.2.1.1 Título

Para el Naming de la Campaña se utilizó el color naranja que representa el Día Internacional de la No Violencia Contra la Mujer, además se combinó con el color lila referente a la mujer resaltando al grupo objetivo y dándole identidad a la campaña que indica el desarrollo y punto de partida del resto de contenido.



6.2.1.2 Personajes

El propósito de la elaboración una imagen de relación con el grupo objetivo se elaboraron ilustraciones con personas de diferentes características físicas con su propia personalidad debido a que el mensaje va dirigido aplicando el caso se especifique según el tema.



6.2.1.3 Elementos secundarios

Dentro de las ilustraciones que representan los temas se utilizaron para ejemplificar los temas no siempre participan las personas sino son como ejemplo y criterio a ese tipo de casos.

6.2.1.4 Concepto

Este se construye de la necesidad de demostrar a través de ideas relacionadas a los casos por medio de frases e ilustraciones analizadas con un mensaje directo, esta se toma como campaña de expectativa previa.

6.2.1.5 Módulos

Cada tema corresponde a una estrategia de comunicación planificada facilitando la manera de informar y dar a conocer las acciones de prevención que implementada por la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez en la cual se divide luego de la aprobación de los elementos que conforman las piezas gráficas.

- Creación de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez
- Rutas de Denuncia
- Denuncia a Estación Policial
- Tipos de Violencia contra la Mujer
- Violencia Sexual
- Violencia Física
- Violencia Económica
- Violencia Psicológica
- Femicidio
- Violencia Infantil y Embarazos prematuros
- Consecuencias de la Violencia Intrafamiliar
- Violencia contra la mujer ladina, indígena Maya, Xinca y Garífuna.

6.2.1.6 Iconografía

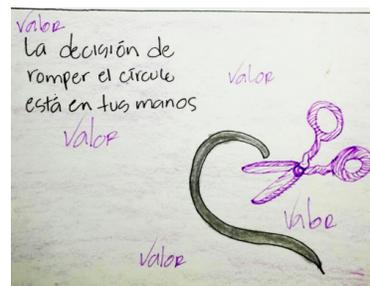
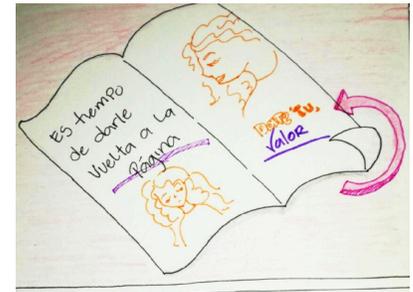
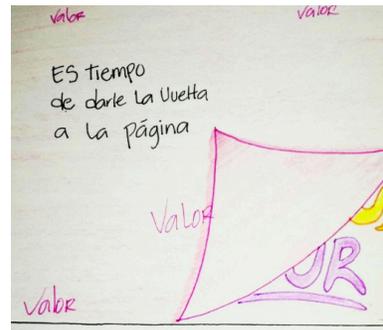
La elaboración de la iconografía parte de los ejes de los que se conforma la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación, debido a que el logotipo esta formado por manos. Los mismos también fueron considerados para los iconos dentro de la campaña y la temática de manera interactiva.



6.2.1.7 Redes Sociales

6.2.1.7.1 Post Expectativo

La campaña de expectativa es una preparación visual previa a la campaña para los seguidores de redes sociales para estar pendientes a la información próxima se estará publicando y sirve para que el grupo objetivo preste mayor atención a la campaña. Se elaboraron tres artes con frases cortas unidas a la ilustración.



6.2.1.7.2 Post Informativo

La continuación de los artes de redes sociales es publicada durante los días en que se divulgan para informar sobre los temas que se están anunciando y encontrar fácilmente la infografía según su respectiva fecha de calendarización en de la estrategia de campaña.



6.2.1.8 Storyboard

El proceso de creación del spot de 30 segundos para llamar a la acción de búsqueda en el Diario de Centro América en el marco del “Día de la No Violencia Contra la Mujer”. Video que se publicará en el Canal de Gobierno y redes sociales institucionales de diferentes Ministerios y principalmente en el del Ministerio de Gobernación.



6.2.1.9 Infografía

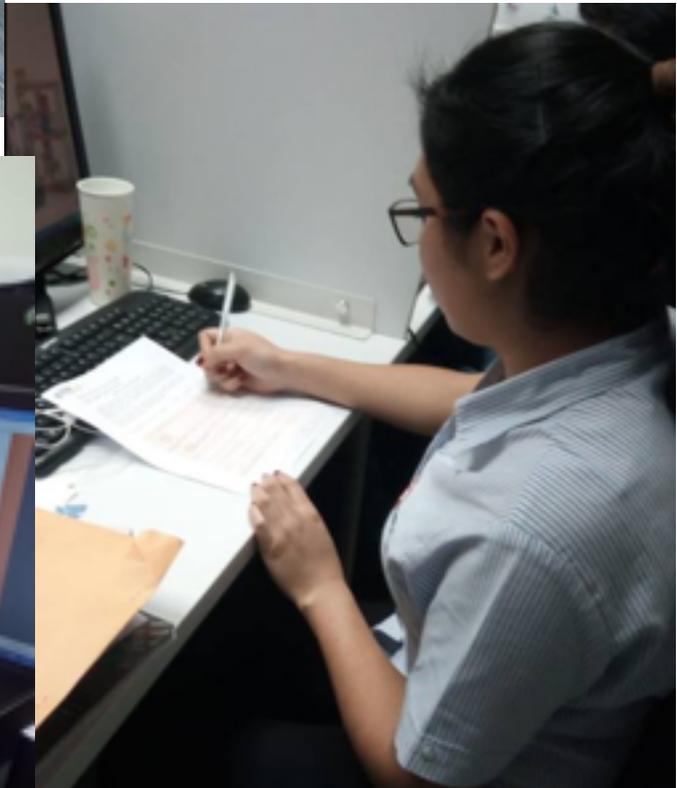
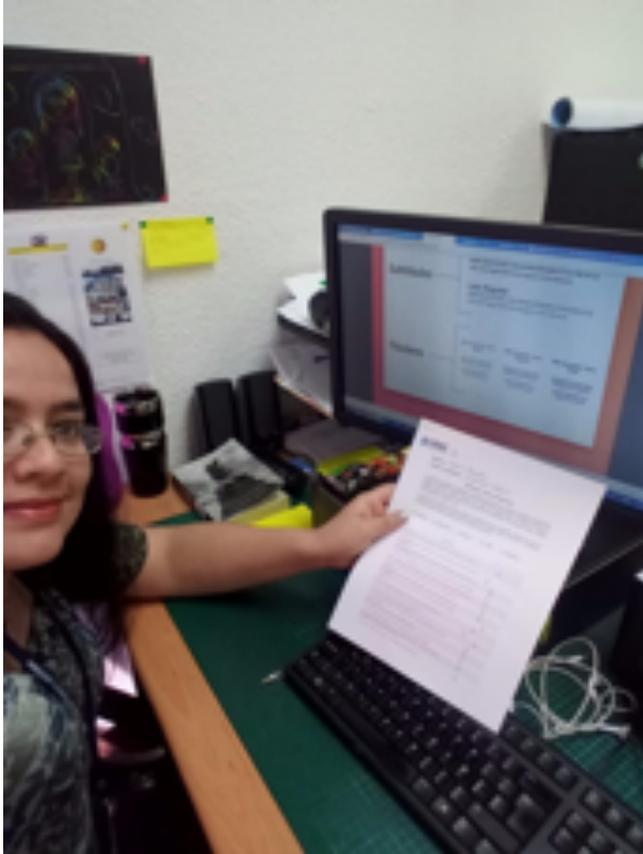
Para una perspectiva de los módulos que se desarrollarán conforme a los temas dentro de las infografías y el contenido específico se elaboró con los elementos gráficos que han sido aprobados, en espera del contenido que ha sido editado para concluir a la etapa de publicación.



6.2.2. Validación con Profesionales de Diseño Gráfico

Dentro de las etapas de validación se elaboró un instrumento que contiene una serie de preguntas el cual se traslada a los profesionales con mayor conocimiento del tema en cuanto a la etapa gráfica del proyecto para que pueda evaluar y dar sus observaciones con el fin de mejorar.

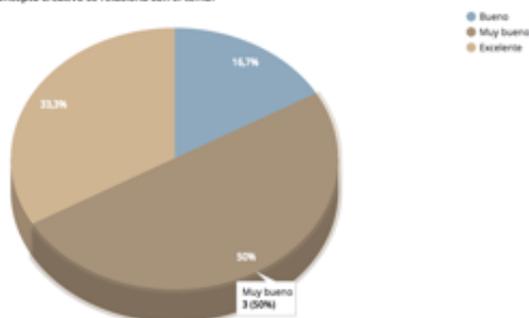
Se recibió la colaboración de los Licenciados: Javier Aqueche, Melina Grangel, Ana Lucía Macajola, Sandra Caravantes, Vernie Quiquix y Rocío Maldonado.



Gráficas

1. ¿Considera que el concepto creativo se relaciona con el tema?

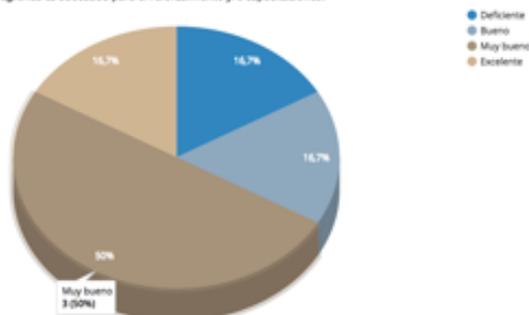
¿Considera que el concepto creativo se relaciona con el tema?



El 50% de los profesionales dieron a conocer que el concepto creativo se relaciona con el tema y que el procedimiento de conceptualización ha sido correcto.

2. ¿El diseño de las infografías es adecuado para el reforzamiento y/o capacitaciones?

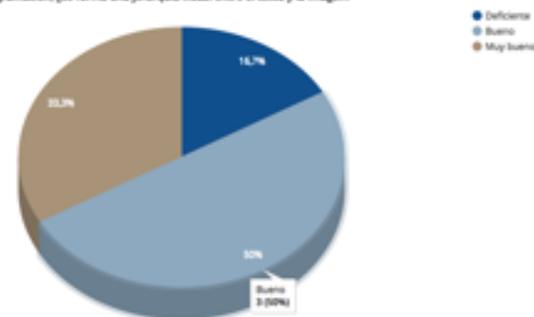
¿El diseño de las infografías es adecuado para el reforzamiento y/o capacitaciones?



El 50% de las personas indicaron que el diseño es el adecuado para la utilización e implementación en estrategias de conocimiento y enseñanza en maneras de prevención.

3. En cuanto a la diagramación, ¿Se forma una jerarquía visual entre el texto y la imagen?

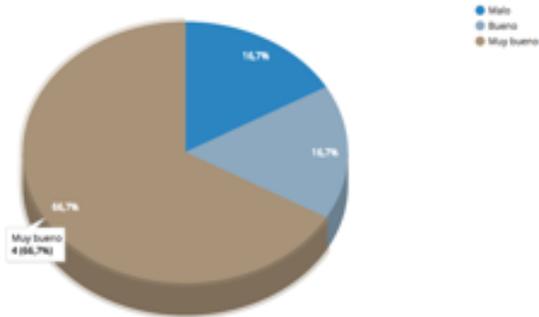
En cuanto a la diagramación, ¿Se forma una jerarquía visual entre el texto y la imagen?



El 50% de los profesionales coinciden en que se logra relacionar la imagen y el texto para enriquecerlo de manera visual, logrando de esa manera el objetivo propuesto.

4. ¿El criterio de imágenes es el ideal para la proyección de la campaña?

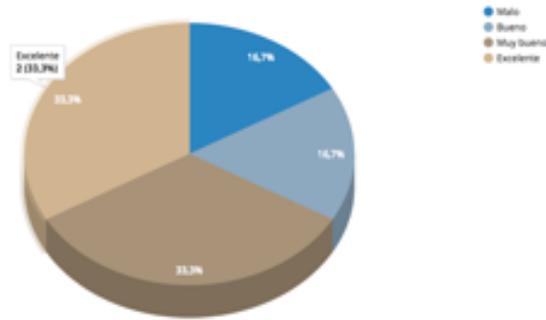
¿El criterio de imágenes es el ideal para la proyección de la campaña?



La mayoría de los profesionales, es decir, el 66,7%, concuerdan en que el criterio de las imágenes es aceptado y aplicado a la temática, debido a que cumple con las expectativas que se tienen para alcanzar los objetivos de la campaña.

5. ¿Consideras que las ilustraciones son las adecuadas para cada tema?

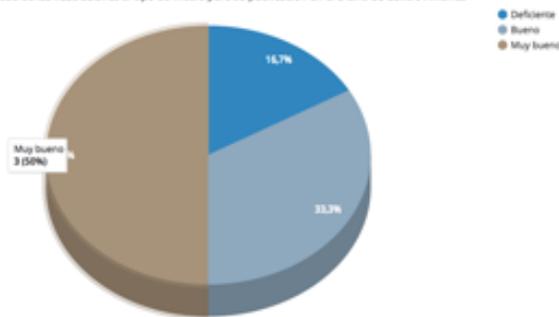
¿Consideras que las ilustraciones son las adecuadas para cada tema?



Se discute un 33.3% entre excelente y muy bueno el hecho de considerar que las ilustraciones son las adecuadas para dar a conocer de manera gráfica los demás para alcanzar el oportuno objetivo.

6. Evalúa la calidad de las ilustraciones al tipo de medio para su publicación en el Diario de Centro América

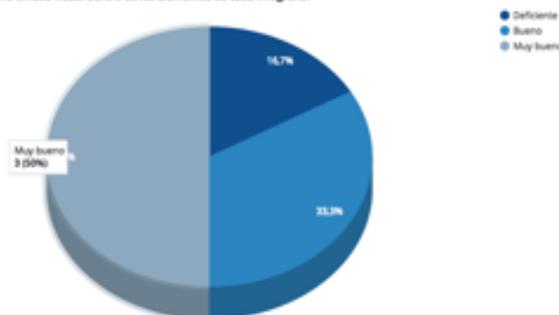
Evalúa la calidad de las ilustraciones al tipo de medio para su publicación en el Diario de Centro América



El 50% de los diseñadores coinciden en que la calidad de las ilustraciones son adaptables hacia la publicación en el Diario de Centro América, el resto sugiere realizar mejoras.

7. ¿Considera una unidad visual dentro de los elementos de cada infografía?

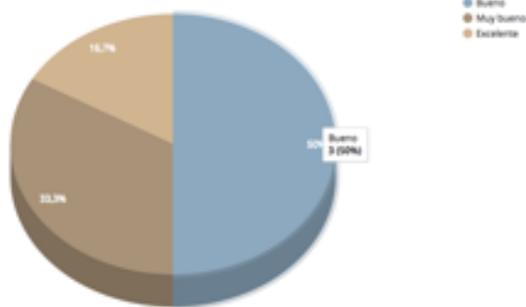
¿Considera una unidad visual dentro de los elementos de cada infografía?



El mayor porcentaje, es decir el 50% reflejan que se encuentra unidad visual entre los elementos de las infografías, es decir colores, tipografía, ilustraciones y fondo.

8. ¿Las infografías mantienen una estructura informativa?

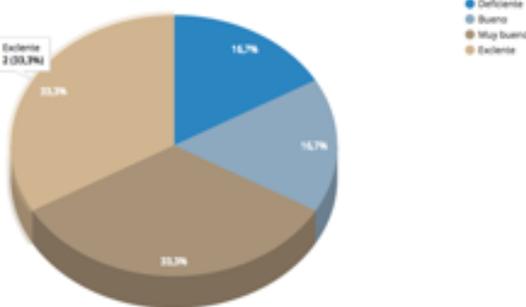
¿Las infografías mantienen una estructura informativa?



Los profesionales, en un 50% concuerdan que la infografía es adecuada, ya que conservan una estructura informativa, pues las imágenes y la tipografía son legibles, claras y se facilita su lectura y comprensión del tema abordado.

9. ¿Es correcto el orden de los elementos?

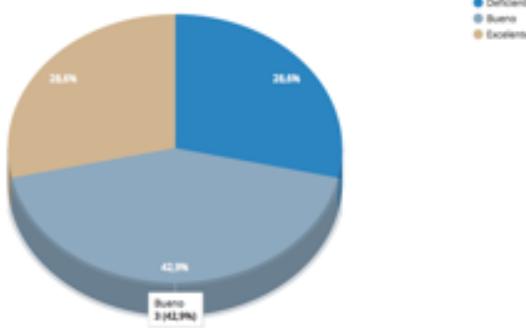
¿Es correcto el orden de los elementos?



Un 33% de los diseñadores coinciden en que los elementos están debidamente colocados y que mantienen un orden lógico y coherente, por lo que cumplen con lo requerido.

10. ¿En qué sentido ayuda para las mujeres víctimas de violencia?

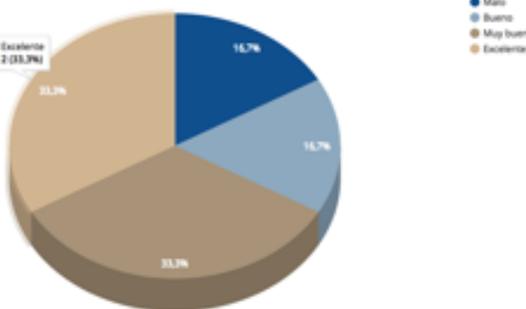
¿En qué sentido ayuda para las mujeres víctimas de violencia?



El mayor porcentaje, es decir un 42% de encuestados opina que debido a que cumplen con las características fundamentales y que son claras y entendibles, ayuda a que las mujeres afectadas puedan identificarse fácilmente con la campaña.

11. ¿El diseño estimula a la prevención y hace un llamado a la acción al grupo objetivo?

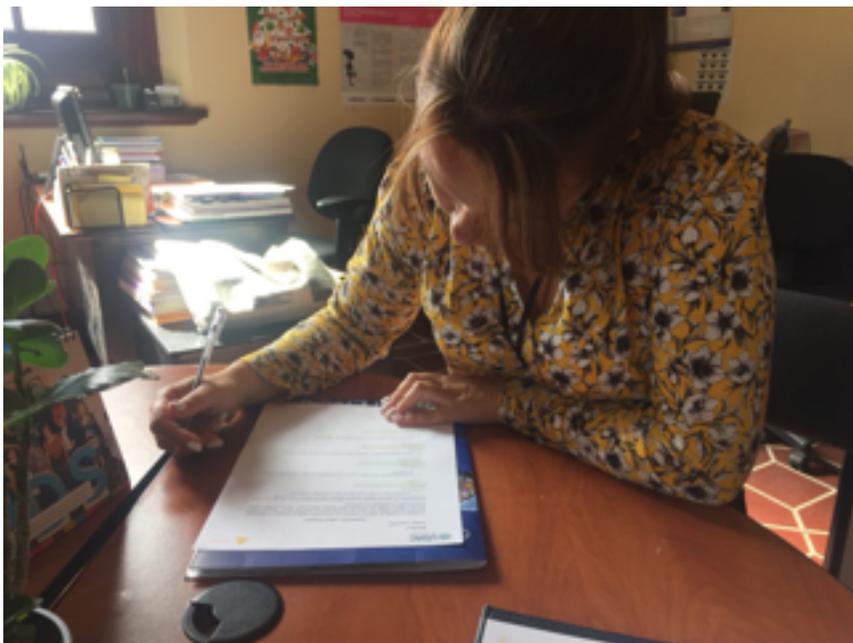
¿El diseño estimula a la prevención y hace un llamado a la acción al grupo objetivo?



Debido a que el diseño cumple con las particularidades de la campaña, un 33% de profesionales opina que se logra llegar al grupo objetivo, estimulando a la prevención, cumpliendo así con los objetivos predeterminados.

6.2.3. Validación con Expertos en el Tema

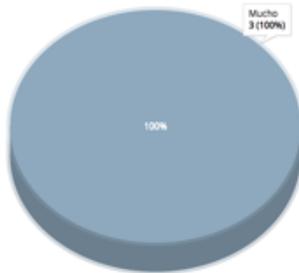
De igual manera se utilizó un instrumento para validación de la campaña específicamente para personal experta en el tema de la Violencia contra la Mujer por parte de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud del Ministerio de Gobernación para cumplir en cuanto a la calidad gráfica requerida, respuesta del grupo objetivo y contenido general y específico del área.



6.2.3.1. Resultados

1. ¿Consideras que el diseño tiene relación con el contenido a desarrollar?

¿Consideras que el diseño tiene relación con el contenido a desarrollar?

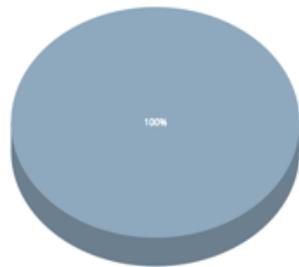


● Mucho

Los expertos coinciden en un 100% en que el concepto creativo es aceptado y aplicado a la temática, debido a que cumple con las expectativas que se tienen para alcanzar los objetivos del uso del material.

2. ¿Considera que la información de la campaña es suficiente para cumplir el objetivo de prevención contra la mujer?

¿Considera que la información de la campaña es suficiente para cumplir el objetivo de prevención contra la mujer?

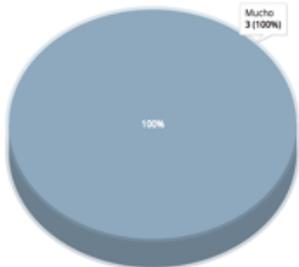


● Mucho

De acuerdo con la finalidad de la campaña, un 100% de la información que se presenta cumple con los requerimientos indispensables para que gran cantidad de mujeres sean debidamente informadas.

3. ¿Considera que el diseño del título tiene relación con el significado del color en el tema tratado?

¿Considera que el diseño del título tiene relación con el significado del color en el tema tratado?

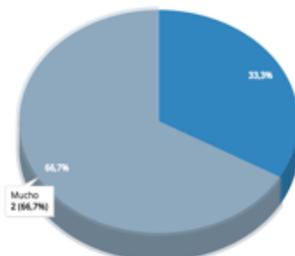


● Mucho

Según el criterio de los expertos, el 100% coincide en que el color del tema estuvo muy bien fundamentado y va acorde al título que se presenta, ya que llama la atención al grupo objetivo a primera vista.

4. ¿Considera que la relación de la campaña es vinculante a la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud del Ministerio de Gobernación?

¿Considera que la relación de la campaña es vinculante a la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud?

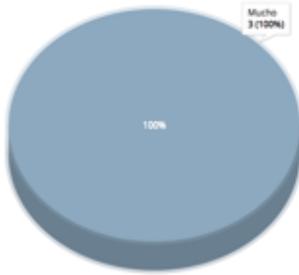


● Poco
● Mucho

Un 66.7 % de los profesionales están de acuerdo que la campaña se vincula a la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud, sin embargo, un tercera parte no coincide, debido a que la campaña se enfoca más a la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud, en este caso a las mujeres.

5. ¿Considera que la ilustración de las personas se relaciona a los objetivos de la unidad de género?

¿Considera que la ilustración de las personas se relaciona los objetivos de la unidad de genero?

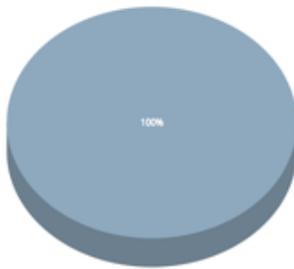


● Mucho

Un 100% de encuestados considera que las ilustraciones cumplen a cabalidad con las características fundamentales de la campaña, ya que son claras, entendibles y las mujeres afectadas pueden identificarse fácilmente.

6. ¿Considera que la infografía se adapta a la estructura utilizada en el Diario de Centro América?

¿Considera que la infografía se adapta a la estructura utilizada en el Diario de Centro América?

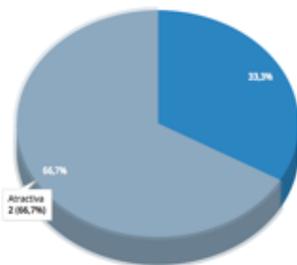


● Mucho

De acuerdo al 100% de los profesionales la infografía es adecuada, y se adapta a la estructura utilizada en el Diario de Centro América, ya que las imágenes y la tipografía son legibles, claras y no se dificulta su lectura y comprensión del tema.

7. ¿Cómo considera la técnica de acuarela en el fondo de las imágenes?

¿Cómo considera la técnica de acuarela en el fondo de las imágenes?

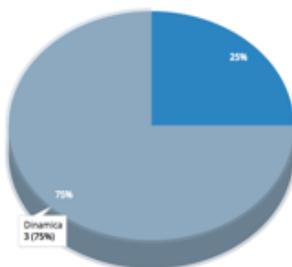


● Emocional
● Atractiva

El 66.7% de los profesionales coincidieron en que se aplicó adecuadamente y era atractiva la técnica en las imágenes, sin embargo, una tercera parte la consideró que se aplicó únicamente de manera emocional.

8. ¿Cómo considera que es el estilo de letra?

¿Considera que el estilo de letra es legible?



● Legible
● Dinamica

El 75% de los expertos consideran que la tipografía es dinámica e interesante, por otra parte, el 25% consideran que es adecuada, ya que es legible, es simple y no dificulta la lectura.

6.3. Nivel 3 de Visualización

6.3.1. Propuesta Digitalizada

A nivel de visualización, en el proceso de digitalización se llevan a cabo las observaciones y se califican por medio de las experiencias de los profesionales en el tema para un mejor punto de vista. Tomando en cuenta para ello la línea gráfica y nivel de calidad de los personajes respecto al mensaje que se desea transmitir al grupo objetivo, al uso del color, y al uso de las tipografías.

6.3.2. Iconografía

La elaboración de la iconografía parte de los ejes de los que se conforma la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez, debido a que el logotipo esta formado por manos, los mismos también fueron considerados para los iconos dentro de la campaña y la temática de manera interactiva.

Propuesta 1



Propuesta 2



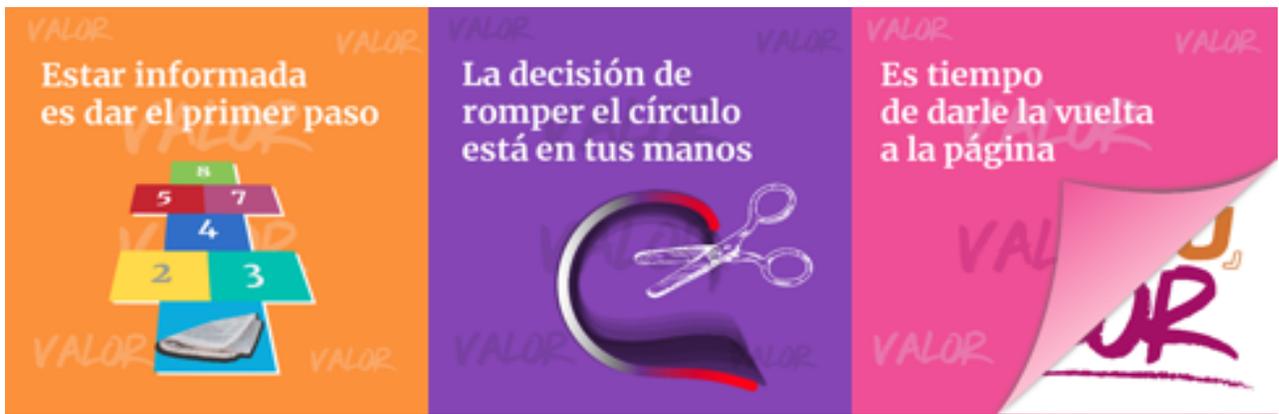
6.3.3. Redes sociales

6.3.3.1. Post Expectativo

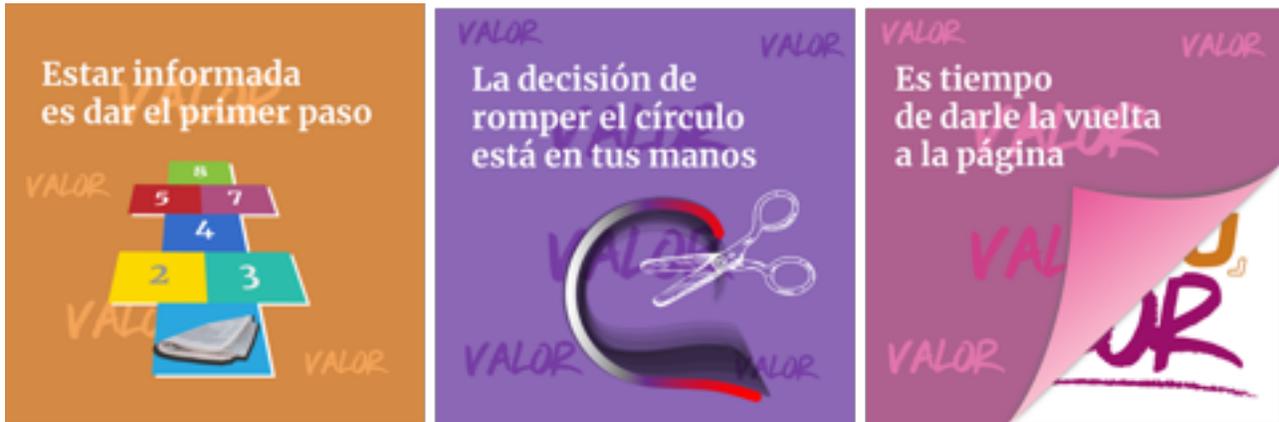
La campaña de expectativa es una preparación visual previa a la campaña dirigida a los seguidores en redes sociales.

Serán de utilidad a la espera de la información próxima a publicar haciendo que el grupo objetivo preste mayor atención a la campaña. Se elaboraron tres artes con frases relacionadas a la temática.

Propuesta 1



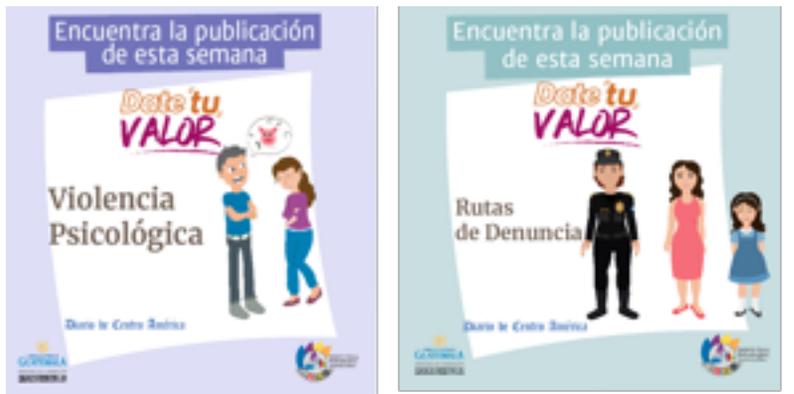
Propuesta 2



6.3.3.2. Post Informativo

La continuación de los artes de redes sociales es publicada durante los días de publicación para informar sobre los temas que publican y encontrar la infografía según su respectiva fecha de calendarización en de la estrategia de campaña.

Propuesta 1



Propuesta 2



6.3.4. Infografías

Para tener una perspectiva de los módulos que se desarrollaron conforme a los temas dentro de las infografías y el contenido específico se elaboró con los elementos gráficos que han sido aprobados, en espera del contenido que ha sido editado para concluir a la etapa de publicación.

Propuesta 1



Propuesta 2



6.3.5. Validación con Grupo Objetivo

Se elaboró una encuesta a 10 estudiantes de la de la carrera de Profesorado en Enseñanza Media en Pedagogía y Técnico en Administración Educativa de la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Plan domingo II Ciclo, sección "A". El instrumento de validación consistió en responder 10 preguntas las cuales se adaptaron al grupo objetivo, con el propósito de encontrar funcionalidad del material editorial. Las variables aplicadas fueron: diagramación, tipografía, ilustración, fotografía y composición.

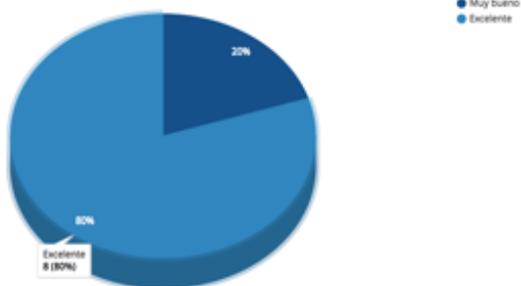


6.3.5.1. Resultados

Gráficas

1. ¿Considera que las ilustraciones son adecuadas para reforzar el contenido del material?

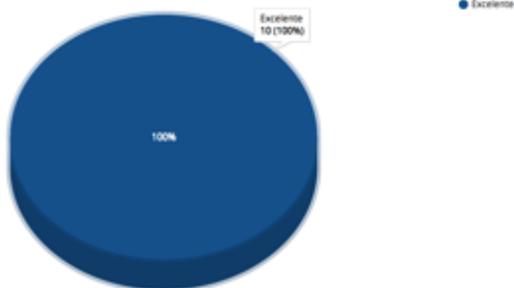
¿Considera que las ilustraciones son adecuadas para reforzar el contenido del material?



El 80% del grupo objetivo, considera que las ilustraciones cumplen completamente con las características esenciales de la campaña, pues son claras y fáciles de entender.

2. ¿El diseño de las imágenes es el adecuado para mujeres víctimas de violencia?

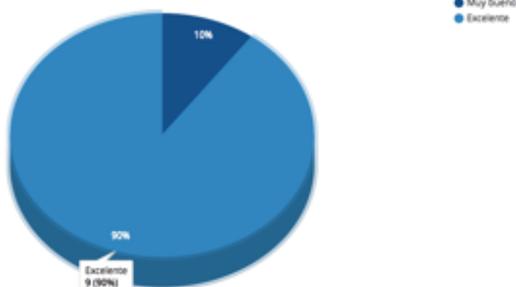
¿El diseño de las imágenes es el adecuado para mujeres víctimas de violencia?



Las mujeres encuestadas coinciden en un 100% que de acuerdo con el objetivo de la campaña, el diseño de las imágenes cumple con los requerimientos precisos para que las mujeres afectadas, sean debidamente informadas sobre el tema.

3. ¿El texto del material gráfico es claro y refuerza la idea de prevención de la violencia?

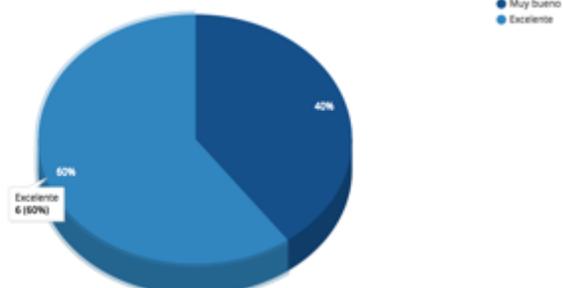
¿El texto del material gráfico es claro y refuerza la idea de prevención de la violencia?



El 90% de las estudiantes encuestadas, cree que el material gráfico es claro y entendible, ya que evidencia la idea de prevenir la violencia contra las mujeres.

4. ¿Considera el uso correcto de los iconos que representan cada módulo de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez?

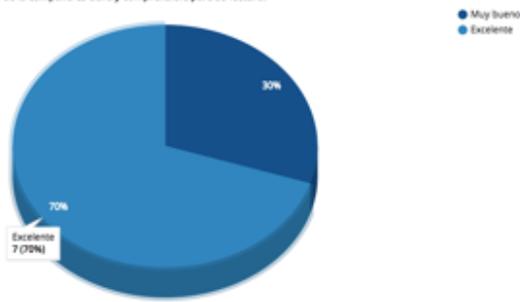
¿Considera el uso correcto de los iconos que representan cada módulo de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez?



Un 60% de las encuestadas concuerdan en que se usaron acertadamente los íconos que representan cada módulo de las diferentes unidades.

5. ¿La lectura del material de la campaña es clara y comprensible para su lectura?

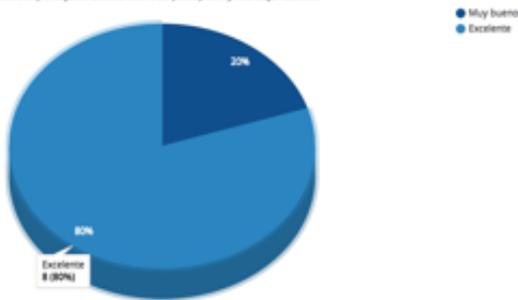
¿La lectura del material de la campaña es clara y comprensible para su lectura?



El 70% del grupo objetivo opina que la lectura del material es clara, legible y comprensible, por lo que cumple con la finalidad de la campaña.

6. Califique el material dándole el puntaje de calidad sobre su percepción y mensaje recibido.

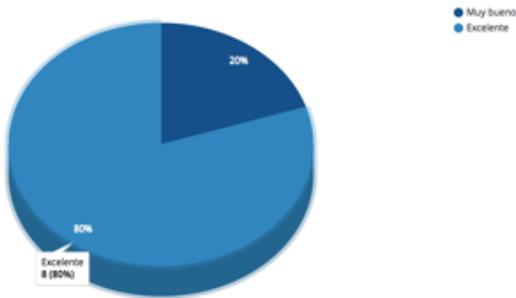
Califique el material dándole el puntaje de calidad sobre su percepción y mensaje recibido



El 80% del grupo objetivo considera que el material es de buena calidad, pues se recibe muy bien el mensaje que se desea transmitir.

7. ¿Considera el material interesante?

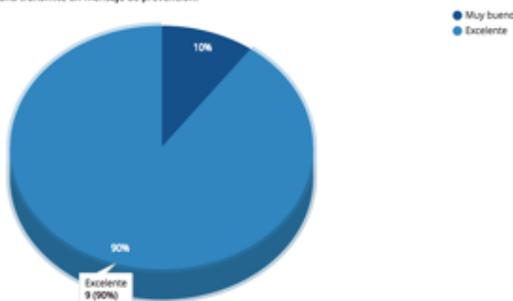
¿Considera el material interesante?



El 80% de las encuestadas consideran muy interesante el material, debido a que es agradable a la vista y concuerda con el propósito principal de la campaña.

8. ¿Considera que la campaña transmite un mensaje de prevención?

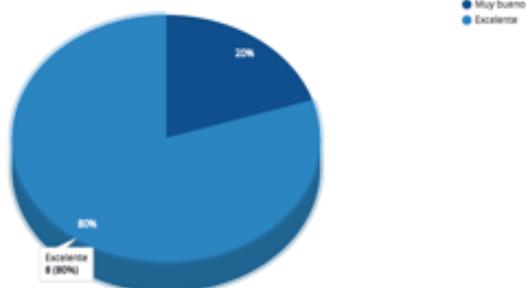
¿Considera que la campaña transmite un mensaje de prevención?



El 90% de estudiantes está de acuerdo en que el contenido de la campaña, tanto en el texto como en las imágenes, manifiesta un mensaje de prevención de la violencia contra la mujer.

9. ¿Cómo califica la efectividad del mensaje en los materiales de la campaña?

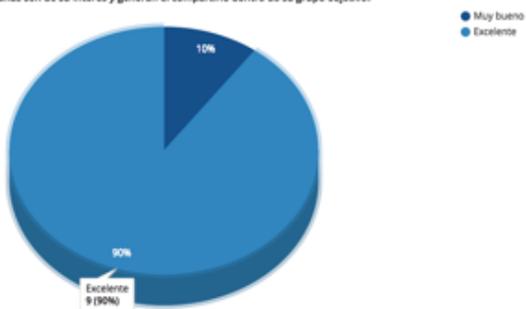
¿Cómo califica la efectividad del mensaje en los materiales de la campaña?



De acuerdo con el 80% de las encuestadas, la campaña será muy efectiva, ya que los materiales evidencian claridad, legibilidad y comprensión de su contenido.

10. ¿La lectura de las infografías son de su interés y generan el compartirlo dentro de su grupo objetivo?

¿La lectura de las infografías son de su interés y generan el compartirlo dentro de su grupo objetivo?



El 90% de estudiantes concuerdan en que las infografías llaman la atención, pues son el reflejo de muchos casos reales en su comunidad, por lo que motiva a compartirlo, especialmente con otras mujeres víctimas de violencia.

6.4 Fundamentación de la propuesta de Diseño y Presentación Final

6.4.1 Concepto Creativo

Dentro del concepto de “Fortalecimiento en estrategias de prevención” se realiza la campaña con ilustraciones informativas aplicadas en infografías que se publicarán en un medio editorial para dar a conocer a la población las maneras en las que la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez implementa acciones positivas por medio de estrategias para las dependencias del Ministerio de Gobernación en el tema central de la violencia de género.

6.4.2 Composición Visual

Se analizó en la estructura de lectura y elementos de interés hacia el grupo objetivo que son las mujeres víctimas de violencia siendo de cualquier edad, niñas, adolescentes, jóvenes y adultas que sufren de este maltrato por falta de igualdad. Se busca resaltar las maneras de prevención al enfocar su atención hacia ilustraciones con las cuales crea conexión logrando una identificación y al leer el texto complementen la información. El material a trabajar es por medio de infografías que se conforman con datos estadísticos partiendo de una retícula jerárquica colocando los elementos de forma estética a través de un análisis realizado con expertos, profesionales y el grupo objetivo reforzando los detalles para mejorar la calidad gráfica de los elementos.

6.4.3 Formato y Sustrato

El formato está elaborado con las siguientes medidas 20 x 12.5 pulgadas, utilizadas para impresiones en un medio periodístico. El sustrato está elaborado en plataforma digital con medidas de prensa para agilizar su distribución e impresión para el Diario de Centro América utilizada predeterminada en prensa.

6.4.4 Jerarquía Visual

La diagramación de la infografías fue elaborado con una retícula modular, por medio de un equilibrio visual entre texto e ilustraciones, resaltando los titulares sobre una franja de degradado con colores seleccionados de la paleta. Se hace uso de tres familias tipográficas para la composición del contenido, con características Serif para titulares y palo seco para cuerpos de texto, además de íconos representativos para cada inciso y punto a resaltar.

6.5. Lineamientos para puesta en práctica

6.5.1. Lineamientos de Uso

El material será utilizado en la campaña de información sobre las acciones que promueven la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas con casos de violencia, la cual se desarrollará en el marco del “Día de la No Violencia Contra la Mujer” del 25 de noviembre para la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez que forma parte del Tercer Viceministerio de Prevención de la Violencia y el Delito del Ministerio de Gobernación.

El material será distribuido a nivel nacional dándole prioridad al grupo objetivo siendo las mujeres víctimas con casos de violencia que deben ser informadas para poder ser apoyadas promoviendo acciones de prevención por parte de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez. Para dinamizar el contenido de los módulos de las infografías se promoverá la lectura por medio de redes sociales y material audiovisual.

Pieza	Medio de Publicación	Especificaciones Técnicas	Distribución
Infografías	Impreso	Impresión laser (Tamaño 10x12.5")	Publicación en Diario de C.A.
Spot	Digital	Vídeo promocional de 30 segundos mp4	Publicación en redes sociales del Ministerio de Gobernación
Post	Digital	Publicación digital en redes sociales	Publicación en redes sociales del Ministerio de Gobernación
Banner	Impreso	Plotter - Impresión laser Tamaño 80x180 cms	Utilizado para el día de la exposición del evento y próximos años por uso propio de la Unidad de Género

6.5.2. Lineamientos Técnicos

Para hacer uso del archivo el software de diseño debe ser Adobe Illustrator CS6 como versión de origen del archivo, para que la Unidad pueda hacer cambios en el documento.

Para proceder a la edición de la pieza se debe realizar el empaquetado del arte final para que perder ningún elemento elaborado e incrustado como imágenes, ilustraciones y las fuentes utilizadas, la pieza es trabajada con (300 dpi) para evitar posibles daños en las imágenes y estar en CMYK. Para su impresión deberá estar en un archivo PDF de alta resolución (300dpi) CMYK.



6.5.3. Matriz de Programación

Día	Fecha	Hora	Post	Medio	Tema	Descripción
Martes	2/11/2018	10:00 hrs.	PostExp1.jpg	Facebook	Expectativa	Informarte es dar el primer paso #Valor #Mujer
Jueves	4/11/2018	13:00 hrs.	PostExp2.jpg	Facebook	Expectativa	Rompe el círculo #Valor #Mujer
Viernes	6/11/2018	12:00 hrs.	PostExp3.jpg	Facebook	Expectativa	Voltea la página #Valor #Mujer
Miércoles	7/11/2018	15:00 hrs.	PostCampaña1.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Jueves	8/11/2018	20:00 hrs.	PostCampaña2.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Domingo	11/11/2018	12:00 hrs.	PostCampaña3.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Lunes	12/11/2018	19:00 hrs.	PostCampaña4.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Martes	13/11/2018	13:00 hrs.	PostCampaña5.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Miércoles	14/11/2018	15:30 hrs.	PostCampaña6.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Jueves	15/11/2018	19:00 hrs.	PostCampaña7.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Domingo	18/11/2018	22:00 hrs.	PostCampaña8.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Lunes	19/11/2018	12:00 hrs.	PostCampaña9.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Martes	20/11/2018	16:00 hrs.	PostCampaña10.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Miércoles	21/11/2018	18:00 hrs.	PostCampaña11.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Jueves	22/11/2018	12:30 hrs.	PostCampaña12.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer
Domingo	25/11/2018	20:00 hrs.	DiaNoViolencia.jpg	Facebook	Lanzamiento	8 de noviembre #Valor #Mujer #PrevenGamosLaViolenciaContraLaMujer

6.6. Presupuesto de Campaña

Campaña
Proyecto
Tipo A

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
Fase 1	91	Q 3,640.00
Fase 2	11	Q 440.00
Fase 3	6	Q 240.00
Fase 4	5	Q 200.00
Fase 5	8	Q 320.00
Fase 6	8	Q 320.00
Fase 7	261	Q 261.00
Fase 8	124	Q 4,960.00
Subtotal Estimado	514	Q20,560.00
INSUMOS		
Depreciación de Equipo	3 meses	Q 6,000.00
Luz / Electricidad	3 meses	Q 625.00
Internet	3 meses	Q 400.00
Transporte	700 horas	Q 500.00
Alimentación	3 meses	Q 2,000.00
Impresiones	Borradores / Aprobadas	Q 2,500.00
Total de Insumos Estimados		Q 12,025.00
Total de Actividades		Q 20,560.00
Total del Proyecto Estimado		Q 32,585.00

Campaña Proyecto Tipo B

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
Storyboard	7	Q 300.00
Preproducción	30	Q 1,200.00
Producción	85	Q 3,400.00
Post-Producción	56	Q 2,250.00
Animación	83	Q 3,350.00
Equipo (Devaluación)		Q 2,000.00
Subtotal Estimado	261	Q12,500.00

Campaña Proyecto Tipo C

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
Bocetaje	31	Q 1,250.00
Diagramación/ilustración	60	Q 2,400.00
Estrategia	5	Q 200.00
Subtotal Estimado		Q3,850.00

Campaña “Date tu Valor”

Datos sumados

CAMPAÑA	COSTO
Proyecto A	Q 32,585.00
Proyecto B	Q 12,500.00
Proyecto C	Q 3,850.00
TOTAL	Q 48,935.00

6.7. Presentación Final de las Piezas



Como tema de introducción se elaboró una infografía informativa con los objetivos y aspectos importantes que tuvieron relevancia en la creación y reactivación de la Unidad de Género dentro del Ministerio de Gobernación.

Ruta de denuncia y atención a la víctima



DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN A LA VÍCTIMA

¿Qué es DAV?
Es un servicio policial que atiende casos de víctimas de violencia en contra de la mujer, violencia intrafamiliar, niñez y adolescencia, este servicio se encuentra dentro de las sedes policiales a nivel nacional.

¿Quiénes atienden este servicio?
Personal capacitado a personas víctimas de violencia en cualquiera de sus manifestaciones: psicológica, física, sexual y patrimonial.

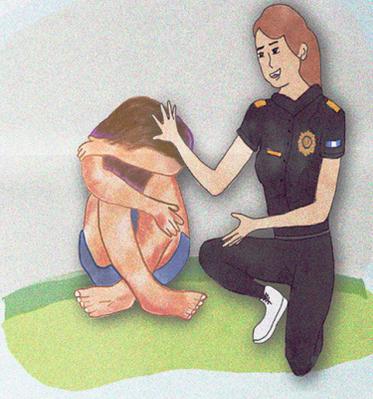
¿A qué hora atienden?
Se atiende las 24 horas del día, los 365 días del año.

¿Tiene algún costo?
Servicio gratuito en todas las delegaciones de Atención a la Víctima de la Policía Nacional Civil, se atiende gratuitamente, sin costo alguno.

¿Dónde se encuentran?
Departamento de Atención a la Víctima de la Policía Nacional Civil
10 calle 13-92 zona 1, Interior
Dirección General
Policía Nacional Civil
Tel. 2329-0088

Población a la que se atiende

- Mujeres víctimas de violencia
- Personas víctimas de violencia intrafamiliar
- Violencia sexual
- Violencia contra la niñez
- Violencia en contra de personas de la tercera edad
- Localización de niños, niñas y adolescentes desaparecidos.



- 1** Atención inicial a personas víctimas
- 2** Información y orientación a personas víctimas
- 3** Toma de la denuncia de hechos delictivos
- 4** Investigación preliminar sobre el hecho
- 5** Acompañamiento a personas víctimas de delitos a autoridades judiciales y/o servicios de salud
- 6** Acompañamiento a personas víctimas para el cumplimiento de órdenes judiciales y/o medidas de seguridad
- 7** Informe de cumplimiento de órdenes judiciales a autoridades competentes
- 8** Derivación para seguimiento interinstitucional
- 9** Seguimiento interno del caso
- 10** Registros y Estadísticas

Date tu VALOR

DÍA DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Fuente: Departamento de Atención a la Víctima - DAV PNC -

Se elaboraron dos infografías relacionadas con la ruta de denuncia y atención a la víctima, dentro de ellas se informa a la población una serie de pasos para darle seguimiento a diferentes casos de violencia contra la mujer.



Las infografías con el título “¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!”. Se describe cada tipo de violencia según la Ley de Femicidio y otros tipos de violencia, además de una gráfica de barras con datos actualizados según el Departamento de Atención a la Víctima de la Policía Nacional Civil sobre los índices de violencia según las denuncias presentadas. Se resaltan las acciones de prevención: conoce tus derechos, infórmate, denuncia.

¡Prevengamos la violencia contra las mujeres!

Date tu VALOR



Violencia Sexual

Acciones de violencia física o psicológica cuya finalidad es vulnerar la libertad e indemnidad sexual de la mujer, incluyendo la humillación sexual, la prostitución forzada y la denegación del derecho a hacer uso de métodos de planificación familiar.

Artículo 3. Literal n) Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer



Acciones de Prevención

- ✓ Conoce tus derechos
- ✓ Infórmate
- ✓ Denuncia



Reconocimiento médico por delito sexual



Fuente: Dirección de Monitoreo y Estadística de la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, con información del Instituto Nacional de Ciencias Forenses.



Número de denuncias por violencia sexual 2017 y 2018



Fuente: Departamento de Atención a la Víctima -DAV-, PNC



DÍA DE LA
25-NOV
NO VIOLENCIA
CONTRA
LA MUJER

¡Prevengamos la violencia contra las mujeres!

Date tu VALOR



Violencia Física

Acciones de agresión en las que se utiliza la fuerza corporal directa o por medio de cualquier objeto, arma o sustancia con las que se causa daño, sufrimiento físico, lesiones o enfermedad a una mujer.

Artículo 3. Literal l) Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer



Acciones de Prevención

- ✓ Conoce tus derechos
- ✓ Infórmate
- ✓ Denuncia



Número de denuncias por violencia física 2017 y 2018



Fuente: Departamento de Atención a la Víctima -DAV-, PNC



DÍA DE LA
25-NOV
NO VIOLENCIA
CONTRA
LA MUJER

¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!

Violencia Económica

Acciones u omisiones que repercuten en el uso, goce, disponibilidad o accesibilidad de una mujer a los bienes materiales que le pertenecen por derecho, o vínculo matrimonial o unión de hecho, por capacidad o por herencia, causándole deterioro, daño, transformación, sustracción, destrucción, retención o pérdida de objetos o bienes materiales propios o del grupo familiar, así como la retención de instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes valores, derechos o valores económicos.

Artículo 3. Literal k) Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer

Número de denuncias por violencia económica 2017 y 2018

2017 SEMESTRE 1	1,187
2017 SEMESTRE 2	1,155
2018 SEMESTRE 1	1,277

Fuente: Departamento de Atención a la Víctima - DAV - PNC

Acciones de Prevención

- ✓ Conoce tus derechos
- ✓ Infórmate
- ✓ Denuncia

GUATEMALA
REPUBLICA DE GUATEMALA

Ministerio de Asesoría y Promoción de la Mujer

DÍA DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!

Violencia Psicológica o Emocional

Acciones que puede producir daño psicológico o emocional a una mujer, a sus hijas o a sus hijos, así como las acciones, amenazas o violencias contra las hijas, los hijos y otros familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad de la víctima, en ambos casos con el objeto de intimidarla, menoscabar su autoestima o controlarla, la que sometida a ese clima emocional puede sufrir un progresivo debilitamiento psicológico con cuadros depresivos.

Artículo 3. Literal m) Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer

Número de denuncias por violencia psicológica 2017 y 2018

2017 SEMESTRE 1	5,664
2017 SEMESTRE 2	5,450
2018 SEMESTRE 1	5,244

Fuente: Departamento de Atención a la Víctima - DAV - PNC

Acciones de Prevención

- ✓ Conoce tus derechos
- ✓ Infórmate
- ✓ Denuncia

GUATEMALA
REPUBLICA DE GUATEMALA

Ministerio de Asesoría y Promoción de la Mujer

DÍA DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

¡Prevenamos la violencia contra las mujeres!

Femicidio

Muerte violenta de una mujer, ocasionada en el contexto de las relaciones desiguales entre hombres y mujeres, en ejercicio del poder de género en contra de las mujeres.

Artículo 2. Literal c) Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer:

Acciones de Prevención

- ✓ Conoce tus derechos
- ✓ Infórmate
- ✓ Denuncia



Serie histórica de los delitos denunciados por femicidio. Periodo 2014 - 2017

Año	Delitos
2014	209
2015	209
2016	210
2017	220

Fuente: Instituto de la Estadística, encuesta por hogares por el Ministerio de Justicia.



**DÍA DE LA
NO VIOLENCIA
CONTRA
LA MUJER**

¡Prevenamos los embarazos en las niñas y adolescentes!

El embarazo en niñas y adolescentes menores de 14 años es delito de violación.

Se considera como violación cuando la víctima sea una persona menor de 14 años de edad o cuando sea una persona con incapacidad volitiva o cognitiva aún cuando no exista violencia física o psicológica. La pena se impondrá sin perjuicio de las penas que pudiesen corresponder por la comisión de otros delitos.

Artículo 179. Ley contra la Violencia Sexual Intrafamiliar y Tráfico de Personas. Decreto Número 12-2008 del Congreso de la República.

Acciones de Prevención

Salud

Los embarazos también reducen los riesgos de salud en las niñas y en sus hijos e hijas.

Potencial

El futuro es más brillante para una niña que está saludable, capacitada y habilida a gozar de los derechos.

Educación

Esto reduce la probabilidad de matrimonio infantil y retrasa la maternidad, con lo cual, al final de los paros terminan siendo más saludables.

Igualdad

Prevenir el embarazo ayuda a que las niñas gozen de los derechos humanos básicos.

Porcentaje de mujeres de 15-19 años que han empezado la maternidad por departamento

Según la ENGM 2014-2016, el 5% de las adolescentes de 15 años ya había iniciado la maternidad, pero los adolescentes de 19 años de edad ya incrementa a 40.6%.

Edad	Porcentaje
15	5.8%
16	11%
17	19.8%
18	30%
19	40.6%

10.70% - 14.20%

18.51% - 21.60%

14.21% - 18.50%

21.61% - 26.10%

26.11% - 30.60%



Fuente: ENGM 2014-2016, Págs. 90-91.



**DÍA DE LA
NO VIOLENCIA
CONTRA
LA MUJER**

¡Prevenamos la Violencia contra las Mujeres!

Date tu VALOR

Departamentos con mayor cantidad de personas según su etnia.

- Ladinos
 - Guatemala
 - Sacatepéquez
- Xinca
 - Jutiapa
 - Santa Rosa
 - Retalhuleu
- Maya
 - Alta Verapaz
 - Baja Verapaz
 - Totonicapán
 - Quetzaltenango
- Garífuna
 - Izabal



La violencia contra las mujeres no discrimina edad, pueblo, ni condición socioeconómica.



Acciones de Prevención

- ✓ Conoce tus derechos
- ✓ Infórmate
- ✓ Denuncia

Mujeres víctimas por espacio geográfico 2017 y 2018



Fuente: Departamento de Atención a la Víctima -DAV-, PNC



DÍA DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

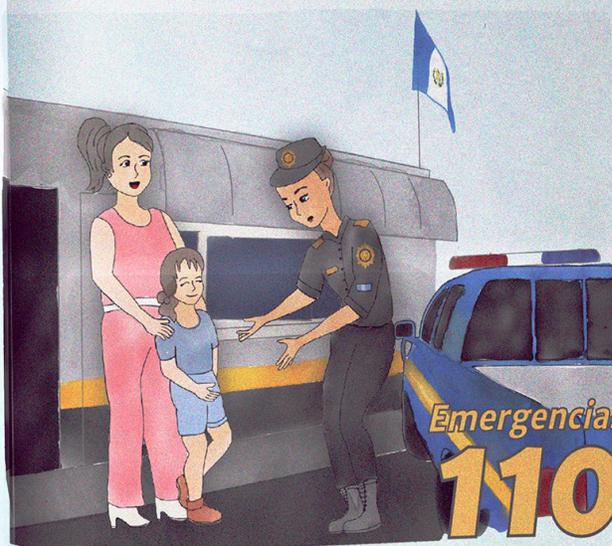
¡Denuncia en tu Estación Policial más cercana!

Date tu VALOR

Para presentar una denuncia puedes acercarte a tu comisaría más cercana según sea tu zona. Hay una comisaría cerca de ti para reportar anomalías y dar información sobre casos de violencia contra la mujer.

Comisaría	Dirección	Teléfono
Depto. de Atención a la Víctima	10 Calle 13-92 zona 1	2329-0088
11	11 av 4 calle zona 1	4023-3155 / 3033-2877
12	25 Avenida 13 Calle Alameda III, a un costado campos, Zona 18	3029-9283
12	Lote 47, Av. Alta Verapaz Santa Lúisa Chínautla, Zona 6	4024-3257
12 - Palencia	Kilometro 28 Centro Cívico Calle Real 0-14, Palencia	3029-2890
13	Colonia san Pedrito Zona 5 Guatemala, INT	3030-3364
14	31ª. Avenida y 4a. Calle, Zona 7, Colonia Centro América	3029-9285
15 - Villa Nueva	5ª. Avenida y 5a. Calle, zona 1, frente al parque, Villa Nueva	4027-9189 / 3039-9297
16	Calzada San Juan 1-67 Col. Belen zona 7 Mixco, interior comisaría	4012-6582 / 3029-9799

¡Todavía estás a tiempo, denuncia con libertad!



DÍA DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER



Con el objetivo de comunicar sobre la implementación de la campaña “Date tu valor” se elaboró un material multimedia de 30 segundos en la cual se proyecta un grupo de mujeres que representa a esa gran mayoría de las cuales necesitan informarse y buscar formas de prevención.



El acto de leer representa un avance de lectura y colocando al grupo objetivo en una posición de la que normalmente no está acostumbrada le da el poder de ir más allá de sus conocimientos de los que se rodea y saber que lo que le sucede no solo es a ella sino muchas más que pasan por lo mismo.



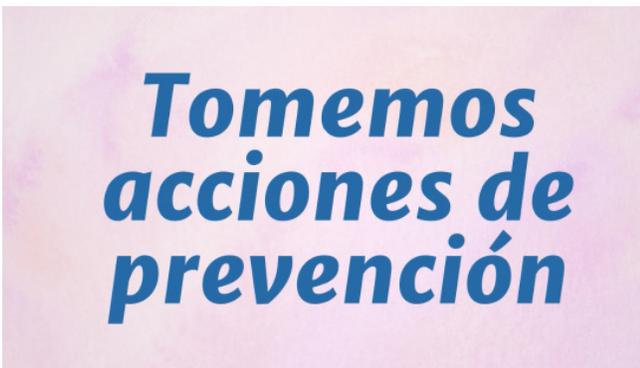
“Date Tu Valor” nombre de la campaña que parte de la iniciativa de información a las población mujer sea cual sea su edad, etnia, cultura, posición socioeconómica, todas son parte de un gremio firmemente representadas y que entre todas se pueden apoyar si saben prevenir ante casos de violencia fuera y dentro de sus hogares.



El 25 de noviembre, Día de la No Violencia la Violencia contra la Mujer. Parte de la necesidad de dar a conocer como este flagelo se representa en nuestra sociedad y tener como objetivo luchar con nuestros paradigmas mentales respecto a los prejuicios que forman parte del mismo.



Las infografías cumplen con una función primordial de informar y dar a conocer a la población cómo se conforman los tipos de violencia, los datos muestran cifras para que las mujeres vean que no son las únicas que sufren estos casos y que sirva para sentirse apoyadas.



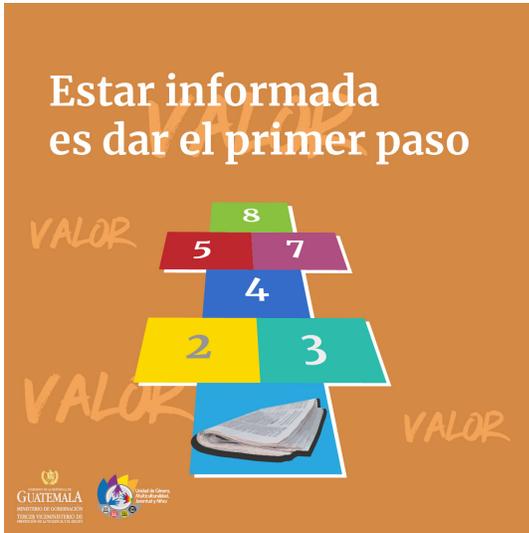
El propósito de tomar acciones de prevención forma parte de los objetivos de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez con el fin de evitar casos de víctimas que sufren de los casos de violencia.



La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez por medio de la campaña “Date tu Valor” se da a conocer hacia la población informando las funciones que cumple dentro del Ministerio de Gobernación, por medio de estrategias de implementación hacia las demás dependencias.



La Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez trabaja bajo la supervisión del Tercer Viceministerio de Prevención de la Violencia y el Delito del Ministerio de Gobernación.



Los primeros post en redes sociales son parte de la introducción, con titulares que llaman la atención del público como expectativa para la campaña.



En los post informativos el concepto de la campaña es sobre estrategias de prevención, por lo cual se presenta la prevención de los diferentes tipos de violencia contra la mujer. Por medio de los post se informará sobre los temas a abordar en las infografías. Las ilustraciones tienen una línea gráfica utilizada con la técnica de la acuarela, las mismas identifican cada tema.



Se realizó un banner con fotografías que concuerdan con el objetivo de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez Campaña que refleja a la mujer de diferentes edades y culturas con el título "Date tu Valor" con los colores que la identifican al igual que el logotipo de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez y del Tercer Viceministerio de Prevención de la Violencia y el Delito del Ministerio de Gobernación.



Capítulo

7

Lecciones aprendidas

- Lecciones aprendidas al iniciar el proceso
- Lecciones aprendidas durante las etapas de visualización, evaluación y validación
- Lecciones aprendidas al final del proceso

7.1 Lecciones al iniciar el proceso

7.1.1 Herramientas útiles para el diseñador

Es importante recabar la información pertinente y revisar el estado del arte para el diseño de los materiales, lo cual permitirá alcanzar una línea gráfica en la que el diseñador desarrollará su creatividad, haciéndose apoyar por todas las herramientas del diseño gráfico alcanzando un buen resultado.

7.1.2 Análisis de uso de los recursos

Para que un proyecto sea factible es importante tomar en cuenta varios aspectos que facilitarán su ejecución, como por ejemplo: que la institución cuente con el presupuesto necesario, el equipo tecnológico adecuado para el diseño y elaboración de los materiales, entre otros, para que se pueda brindar un aporte de calidad a la sociedad.

7.1.3 Factibilidad de tiempo

Cada actividad requiere tiempo para su elaboración, por lo que es necesario aprovecharlo al máximo y establecer tiempos para no dejar a última hora todo el trabajo. Para elaborar un material de buena calidad, se necesita dedicación, al hacer esto se podrán corregir errores y se alcanzarán los objetivos propuestos.

7.1.4 Validación y revisión para reforzar detalles

Es importante definir con cada grupo que validará el proyecto, realizar encuestas únicamente con diez preguntas cerradas, que sean claras y concisas. Esto facilitará tanto la elaboración de las gráficas como su interpretación.

7.2 Lecciones aprendidas durante las etapas de visualización, evaluación y validación

7.2.1 Etapa de visualización

En esta etapa fue preciso realizar varios bocetos como borradores los cuales se fueron mejorando cada vez más hasta lograr elaborar el mejor de ellos y luego de evaluarlo y analizarlo se utilizó para aplicarlo como una solución al problema gráfico del proyecto, debido a que cumplía con las características esenciales que se requería para el grupo objetivo.

7.2.2 Etapa de evaluación y validación

Durante esta etapa es importante tomar en cuenta las opiniones de los tres grupos que validan el diseño, los cuales son el grupo objetivo, los diseñadores y los expertos del tema. Cada grupo realiza las debidas observaciones y sugerencias los cuales serán de gran utilidad para el mejoramiento del proyecto. Es preciso realizar encuestas con preguntas cerradas, que sean claras y concisas. Esto facilitará tanto la elaboración de las gráficas como su interpretación.

7.3 Lecciones al final del proceso

7.3.1 Conocimiento adquirido

A nivel personal y profesional el conocimiento adquirido durante esta etapa es muy significativo, debido a que la institución brinda un seguimiento constante en cuanto a los aspectos a mejorar del proyecto por medio de las asesorías, haciendo las debidas observaciones y sugerencias, buscando siempre la elaboración de material de calidad.

7.3.2 Responsabilidad del diseño

Todo diseñador necesita darle soluciones gráficas del proyecto, por lo que debe responder a las necesidades de la institución de manera responsable para que la información destinada al grupo objetivo sea clara, concisa y agradable a la vista, haciéndose apoyar de todas las herramientas con que cuenta el diseño gráfico.

Capítulo

『

8

』

Conclusiones

Conclusiones

Se logró realizar con satisfacción la campaña “Date tu Valor” resolviendo así el problema de comunicación visual a través de la divulgación del material de diseño gráfico para dar a conocer las acciones que promueven la equidad de género para todas las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes y adultas para la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación.

Se estableció un diseño, por medio de una validación previa con profesionales del diseño, expertos en la temática y grupos objetivos del diseño editorial, en la cual los textos, las imágenes, las ilustraciones y la tipografía crearon una visualización armónica atractiva a la vista, lo cual hizo que se facilitara la lectura.

Se logró cumplir con el objetivo de diseñar material editorial y educativo para promover acciones de equidad de género para mujeres con casos de violencia, utilizando códigos visuales con aspectos de diagramación, jerarquía, tipografía para la transferencia de la información.

Se contribuyó con la sociedad femenina guatemalteca a través del diseño de material eficiente que incluye diversos elementos textuales y gráficos eficaces de orientar e informar oportunamente por medio de la aplicación de distintos códigos visuales: tipográficos, icónicos y cromáticos, para prevenir más casos de violencia contra la mujer.

Recomendaciones

A la Institución

Seguir dando solución al problema de comunicación visual a través del diseño de material editorial y educativo, utilizando códigos visuales con aspectos de diagramación, jerarquía, tipografía y otros, para continuar informando a la población femenina guatemalteca acerca las acciones preventivas que promueven la equidad de género en la sociedad hacia las mujeres víctimas con casos de violencia. Se sugiere la imprementación de material gráfico traducido a Kekchí y K'iche', idioma hablado en diferentes departamentos del país.

Se recomienda que para el envío de impresión del material se solicite una prueba de impresión para poder visualizar la calidad de los gráficos para su publicación y distribución, tomando en cuenta previamente los costos y el presupuesto con que cuenta la institución.

Se recomienda utilizar archivos sobre el software de diseño Adobe Illustrator CS6 o posterior CC. Dentro de la carpeta se encuentra el archivo editable Ai para que un tercero modifique fácilmente el archivo utilizando las versiones del software antes mencionadas.

A futuros estudiantes del curso de proyecto de graduación

La comunicación debe ser constante con la institución cliente. Es fundamental para el desarrollo y funcionamiento de todo proyecto, por lo que se recomienda tener una buena relación y comunicación con el jefe inmediato en cuanto a las asesorías, observaciones y recomendaciones. De igual manera acatar las sugerencias de los profesionales del diseño, para que el proyecto se lleve a cabo de la mejor manera y con una alta calidad.

El proyecto a realizar debe ser memorable, legible y funcional, por tal razón debe ser evaluado y validado a partir de diversas perspectivas iniciando desde el bocetaje, hasta la parte digital para alcanzar los objetivos principales de diseño, trasladando la información a expertos en el tema, profesionales del diseño y por el grupo objetivo a quienes va dirigido el proyecto.

La organización es clave, tomando en cuenta la complejidad de los proyectos, es muy importante su planificación, a través de un cronograma, debido a que en él se establecen los tiempos y las actividades a realizar. De esta manera se comprometen tanto el estudiante como la institución a estar de acuerdo en los horarios que se deberán tomar con cada evaluación, así como en la resolución de dudas.

A la Escuela de Diseño Gráfico

Continuar brindado el seguimiento de las asesorías a los estudiantes, ya que de esta manera aunque por un lado se les exige, por otro lado van avanzando, pues van corrigiendo las observaciones hechas por los asesores y por ende se avanza más rápido el proceso de graduación.

Abrir un espacio para que las asesorías se puedan realizar a través de la plataforma virtual o por correo, debido a la dificultad de asistir a la Universidad.

Facilitar a los nuevos egresistas, diferentes proyectos apoyados por estudiantes egresados de la Facultad para darle seguimiento a aquellos proyectos que fueron relevantes y que serán de beneficio a la sociedad.

A large, irregular watercolor splash in shades of orange, peach, and light pink serves as a background for the text. The splash has a soft, textured appearance with varying intensities of color.

Bibliografía

Glosario

Anexos

Bibliografía

Libros

- Alba, T. (s.f.) Guía para diseñar infografías desde cero.
Recuperado de <http://xn--diseocreativo-lkb.com/wp-content/uploads/2016/05/guia-como-disenar-infografias-Teresa-Alba-MadridNYC.pdf>
- Benavides, E. (2009) Prevención de la violencia en Guatemala.
Recuperado de http://www.crimepreventionintl.org/fileadmin/user_upload/Publications/Prevencion_de_la_violencia_en_Guatemala_ESP.pdf
- Brunet, P. (2011) El código cromático.
Recuperado de <http://www.sigmah.org/es/node/271.html>
- Colle, R. (1998) El contenido de los mensajes icónicos.
Revista Latina de Comunicación Social, Chile. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Mensajes.pdf>
- Chipara, S. (2014) Terminología en torno al ámbito tipográfico y la parametría.
Recuperado de <https://graffica.info/terminologia-tipografica-y-parametria/>
- Constitución de la República de Guatemala (1993).
Recuperado de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/gtm/sp_gtm-int-text-const.pdf
- Fernandobin (20 de marzo de 2008).
Recuperado de <https://fernandobin.wordpress.com/2008/03/20/codigos-del-diseno-grafico/>
- Gaytán, J. (s.f.) Principios de diseño gráfico.
Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/5489_31286.pdf
- Hernández, C. (2018, 02). Ministerio de Gobernación apoya campaña de prevención sobre Acoso Sexual Callejero #Guatemala Cambia. Ministerio de Gobernación.
Obtenido 05, 2018, de <http://mingob.gob.gt/ministerio-de-gobernacion-apoya-campana-de-prevencion-sobre-acoso-sexual-callejero-guatemalacambia/>
- Informe de Guatemala sobre violencia intrafamiliar (2006).
Recuperado de <http://portal.oas.org/LinkClick.aspx?fileticket=9g0RELizwcw%3D&tabid=1792>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) Violencia Contra la Mujer 2008-2013.
Recuperado de <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/11/25/ggH7sQso5HbIWZSesco9OUeZqAcHPhYz.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística (INE).
Recuperado de <https://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/tema-indicadores>
- Levinton, G. (s.f.) Técnicas de Creatividad.
Recuperado de http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC05/lecturas%20PDF/tecnicas_creatividad.pdf?603f00
- López, R. López, B. y Bernabeu, N. (2012)
La diagramación del Periódico, España.

- Ministerio de Gobernación (2018, 04). Capacitan a personal del Mingob en prevención de violencia de género.
Recuperado de 04, 2018, de <http://mingob.gob.gt/capacitan-a-personal-del-mingob-en-prevencion-de-violencia-de-genero/>
- Oxford Diccionario. Definición de violencia.
Recuperado de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/violencia>
- Pepe, E. (2014) Tipos formales: la tipografía como forma. Ed. De la Utopía
Recuperado de https://tiposformales.files.wordpress.com/2012/06/libro_tiposformales_cap1.pdf
- Pérez, J. y Gardey, A. (2013) Publicado: 2013. Actualizado: 2015. Definición de público objetivo
Recuperado de <https://definicion.de/publico-objetivo/>
- Prensa Libre EFE (2018).
Recuperado de <https://www.prensalibre.com/guatemala/justicia/siekavizza-la-mujer-que-desenmascaro-la-violencia-machista-en-guatemala>
- Rosas, S. (2012) Diseño editorial.
Recuperado de <https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>
- Técnicas de Impresión (2018, 01). Imprenta Online.
Recuperado de 08, 2018, de <https://www.imprensaonline.net/tecnicas-impresion.php>
- Vega, E. (2013) Diseño editorial.
Recuperado de <http://www.eugeniovega.es/asignaturas/edicion/presenta/20130419lecture.pdf>
- Velásquez, E. (s.f.) Psicología del color
Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/187125179/Psicologia-del-color-pdf>

Revistas

- Colle, R. (1998) El contenido de los mensajes icónicos. Revista Latina de Comunicación Social, Chile.
Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Mensajes.pdf>

Glosario

1. **Brainstorming:** Aportación de ideas que varias personas ponen en común como punto de partida para un proyecto. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
2. **Círculo cromático:** De los colores o relacionado con ellos. la gama cromática; la percepción cromática. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
3. **Concientizar:** Concienciar. Hacer adquirir conciencia o conocimiento de algo, especialmente sobre asuntos sociales o políticos. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
4. **Cultura:** Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social, a una época, etc. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
5. **Denuncia:** Notificación que se hace a la autoridad de que se ha cometido un delito o de que alguien es el autor de un delito. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
6. **Diseño gráfico:** Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas por medio de imágenes, en especial en libros, carteles y folletos. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
7. **Icónico:** Icono o relacionado con él. Signo icónico; imagen icónica; reproducciones icónicas de la realidad. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
8. **Ilustración:** Fotografía, dibujo o lámina que se coloca en un texto o impreso para representar gráficamente lo expuesto, ejemplificarlo o hacer más atractivo el resultado. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
9. **Infografía:** Técnica de obtención de imágenes por medio de procedimientos informáticos. La infografía se aplica al diseño gráfico y a la creación de anuncios televisivos, videoclips, efectos especiales, etc. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
10. **Machismo:** Actitud o manera de pensar de quien sostiene que el hombre es por naturaleza superior a la mujer. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
11. **Ortogonales:** Que forma ángulo recto. Ejes ortogonales; disposición ortogonal; se construyeron poblaciones de trazado ortogonal. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
12. **Prevención:** Medida o disposición que se toma de manera anticipada para evitar que suceda una cosa considerada negativa. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
13. **Tipografía:** Técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en relieve que, entintados, se aplican sobre el papel. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
14. **Víctima:** Persona o animal que sufre un daño o un perjuicio a causa de determinada acción o suceso (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)
15. **Violencia:** Uso de la fuerza para conseguir un fin, especialmente para dominar a alguien o imponer algo. (Spanish Oxford Living Dictionaries, 2018)

Anexos

6.2.2 Instrumento de validación para profesionales de diseño gráfico




Validación a Nivel Profesional

La siguiente encuesta es aplicada a diseñadores gráficos para validar el proyecto de graduación titulado "Campaña de información sobre las acciones que promueven la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas con casos de violencia para la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez en el Ministerio de Gobernación". El concepto creativo utilizado en las piezas es: "Date tu valor"

Nombre: _____

Cargo en profesión: _____

Instrucciones: Después de haber revisado el contenido para las infografías, marque con una x la respuesta que considere correcta, seleccione dentro de la escala según se muestra en el ejemplo, al final se anotaran observaciones para los cambios pertinentes.

(5) Excelente (4) Muy bueno (3) Bueno (2) Malo (1) Deficiente

Variables	5	4	3	2	1
1. ¿Considera que el concepto creativo se relaciona con el tema?					
2. ¿El diseño de las infografías es adecuado para el reforzamiento y/o capacitaciones?					
3. En cuanto a la diagramación, ¿Se forma una jerarquía visual entre el texto y la imagen?					
4. ¿El criterio de imágenes es el ideal para la proyección de la campaña?					
5. ¿Consideras que las ilustraciones son las adecuadas para cada tema?					
6. Evalúa la calidad de las ilustraciones al tipo de medio para su publicación en el Diario de Centro América					
7. ¿Considera una unidad visual dentro de los elementos de cada infografía?					
8. ¿Las infografías mantienen una estructura informativa?					
9. ¿Es correcto el orden de los elementos?					
10. ¿En qué sentido ayuda para las mujeres víctimas de violencia?					
11. ¿El diseño estimula a la prevención y hace un llamado a la acción al grupo objetivo?					
12. ¿Se comprende el tipo de violencia en cada una de las ilustraciones?					
13. ¿La tipografía utilizada es la adecuada?					
14. ¿Cómo califica el diseño del la infografía hacia mujeres víctimas de la violencia?					
15. ¿Cómo califica el proceso de diseño actualmente?					
16. ¿Califica el uso de los colores y el uso de la técnica de acuarela en el fondo?					
17. ¿Considera dinámicas las ilustraciones de los personajes y su relación con el tipo de violencia?					

Observaciones _____

6.2.3 Instrumento de validación para expertos en el tema



Validación a Nivel Experto

La siguiente encuesta es aplicada a expertos en el tema para validar el proyecto de graduación: "Campaña de información sobre las acciones que promueven la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas con casos de violencia para la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez en el Ministerio de Gobernación" titulada "Date tu valor". Con el concepto creativo: "Fortalecimiento en estrategias de prevención".

Nombre: _____

Cargo o puesto: _____

Instrucciones: Haz una puntuación considerando 3. Mucho / Bueno 2. Poco / Regular y 1. Nada/Malo

Variables	3	2	1
1. ¿Consideras que el diseño tiene relación con el contenido a desarrollar?			
2. ¿Considera que la información de la campaña es suficiente para cumplir el objetivo de prevención contra la mujer?			
3. ¿Considera que el diseño del título tiene relación con el significado del color en el tema tratado?			
4. ¿Considera que la relación de la campaña es vinculante a la Unidad de Género, Multiculturalidad, Niñez y Juventud?			
5. ¿Considera que la ilustración de las personas se relaciona los objetivos de la unidad de género?			
6. ¿Considera que la infografía se adapta a la estructura utilizada en el Diario de Centro América?			
7. ¿Cómo considera la técnica de acuarela en el fondo de las imágenes?			
8. ¿Cómo considera que es el estilo de letra?			

9. ¿Considera que la frase "Fortalecimiento en estrategia de prevención" es vinculante a la campaña?

a. Evolución	
b. Desarrollo	
c. Avance	

10. ¿Qué elementos del material sugiere se debe mejorar o reforzar?

a. Estilo de Letra	
b. Ilustración	
c. Texto	
d. Nada	

Observaciones _____

6.3.5 Instrumento de validación para grupo objetivo



Validación a Nivel Grupo Objetivo

La siguiente encuesta es aplicada al grupo objetivo para validar el proyecto de graduación titulado "Campaña de información sobre las acciones que promueven la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas con casos de violencia para la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez en el Ministerio de Gobernación". El nombre de campaña es "Date tu valor".

Nombre: _____

Instrucciones: Después de haber revisado el contenido para la campaña, marque con una x la respuesta que considere adecuada, seleccione dentro de la escala según se muestra en el ejemplo, al final se anotaran observaciones para los cambios necesarios.

(5) Excelente (4) Muy bueno (3) Bueno (2) Deficiente (1) Malo

Variables	5	4	3	2	1
1. ¿Considera que las ilustraciones son adecuadas para reforzar el contenido del material?					
2. ¿El diseño de las imágenes es el adecuado para mujeres víctimas de violencia?					
3. ¿El texto del material gráfico es claro y refuerza la idea de prevención de la violencia?					
4. ¿Considera el uso correcto de los iconos que representan cada módulo de la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez?					
5. ¿La lectura del material de la campaña es clara y comprensible para su lectura?					
6. Califique el material dándole el puntaje de calidad sobre su percepción y mensaje recibido.					
7. ¿Considera el material interesante?					
8. ¿Considera que la campaña transmite un mensaje de prevención?					
9. ¿Cómo califica la efectividad del mensaje en los materiales de la campaña?					
10. ¿La lectura de las infografías es de su interés y generan el compartirlo dentro de su grupo objetivo?					

Observaciones _____

**¡Gracias por tu apoyo y colaboración al responder,
Será de utilidad para la última etapa del proyecto!**

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

Señor Decano:

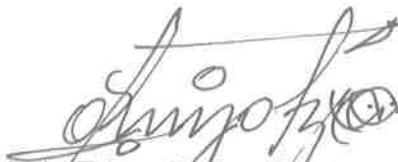
Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DATE TU VALOR QUE PROMUEVE LA EQUIDAD DE GÉNERO PARA LAS MUJERES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DESDE LA UNIDAD DE GÉNERO, MULTICULTURALIDAD, JUVENTUD Y NIÑEZ DEL MINISTERIO DE GOBERNACIÓN.”**, del estudiante **JOSUÉ DANIEL ORTIZ RUIZ** perteneciente a la Facultad de Arquitectura, CUI **2135 47732 0101** registro académico **201213930**, al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico.

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

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los diecinueve días de octubre dos mil diecinueve.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,



Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
CUI 2715 41149 0101
Colegiado de Humanidades. No. 4509
artecrearte@gmail.com

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES

“Desarrollo de la campaña “Date tu valor” que promueve la equidad de género a la sociedad para las mujeres víctimas de violencia desde la Unidad de Género, Multiculturalidad, Juventud y Niñez del Ministerio de Gobernación”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Josue Daniel Ortiz Ruiz

Asesorado por:



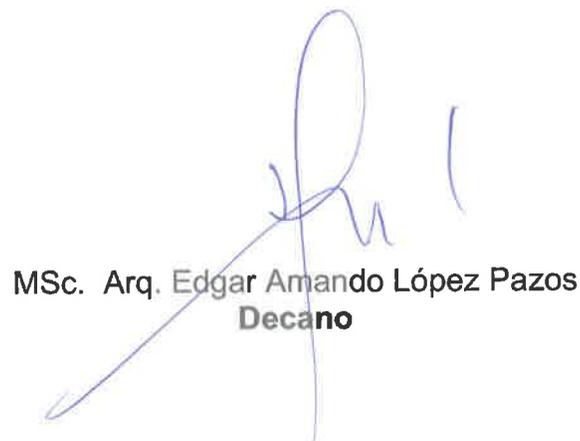
Lic. Javier Donis
No. de Colegiado G-81



Licda. Karina Barco
No. de Colegiado 23114

Imprimase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Arq. Edgar Amando López Pazos
Decano

Date 'tu
VALOR

DÍA DE LA
25·NOV
NO VIOLENCIA
CONTRA
LA MUJER



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



Unidad de Género,
Multiculturalidad,
Juventud y Niñez