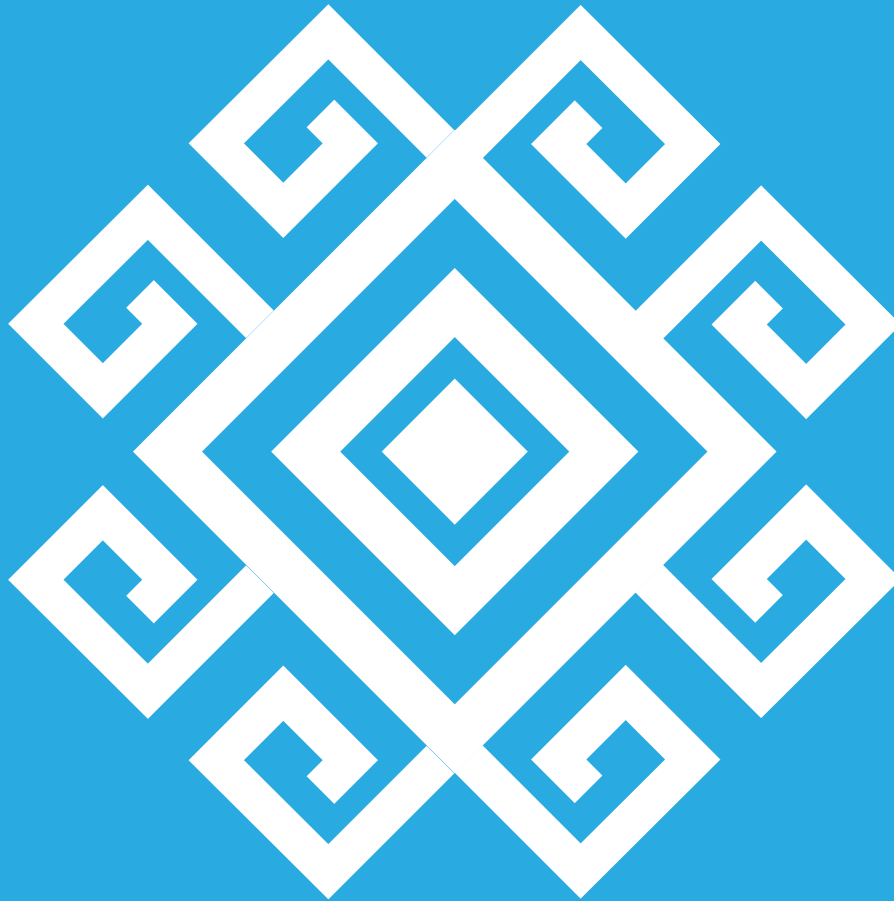




USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



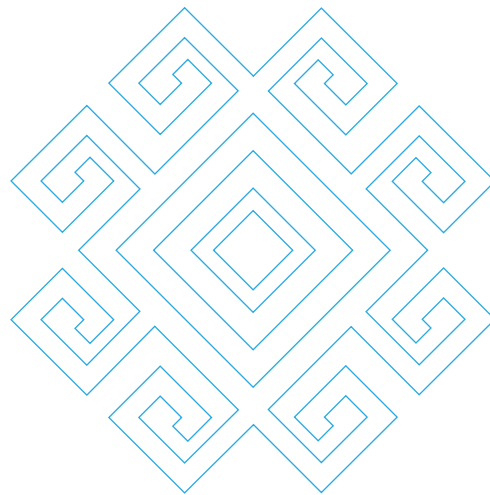
**DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA LA IDENTIDAD VISUAL
DEL COLECTIVO ECOLOGISTA MADRESELVA**

Proyecto de Graduación desarrollado por Carlos Alberto González Ramírez

Guatemala, abril de 2021.

**Diseño de línea gráfica para la identidad
visual del Colectivo Ecologista MadreSelva.
Guatemala, Guatemala**

Diseño de línea gráfica para la identidad visual del Colectivo Ecologista MadreSelva. Guatemala, Guatemala



Presentado por:
Carlos Alberto González Ramírez
Para optar al título el Título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, abril de 2021.

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

Junta Directiva

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal Examinador

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Licda. Erika Grajeda Godínez
Asesora Metodológica

Licda. Anahí Dafne Ramírez Pérez
Asesora Gráfica

Licda. Maria Emperatriz Pérez
Tercera Asesora

Dedicatoria:



A Dios, por darme una oportunidad de culminar esta etapa en mi vida, siendo Él la principal razón de este triunfo.

A mis padres que con amor y dedicación, siempre me han guiado por el camino correcto. Por medio de este logro académico retribuirles un poco de lo mucho que me han dado en esta vida. A mis hermanos que siempre han sido un apoyo invaluable en la escuela de la vida.

A mis amigos por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

A mis docentes, amigos y compañeros de clases en especial a la pandilla del Pucho que fueron un pilar importante en todo mi recorrido universitario, por su tiempo y dedicación hacia mi persona, siempre estaré agradecido.

Al Colectivo Ecologista MadreSelva por abrirme las puertas de su institución durante mi etapa de Eps y poder desarrollarme profesionalmente.

Y a la chica del vestido rosado por haberse cruzado en el pasillo del T2.

Capítulo 1

Introducción	3
Antecedentes	4
Definición y delimitación del problema de comunicación	5
Trascendencia del proyecto	6
Factibilidad del proyecto	7
Objetivos	8

Capítulo 2

Grupo objetivo	11
Perfil de la institución	12
Caracterización del grupo objetivo	16

Capítulo 3

Planeación Operativa	19
Flujograma	20
Cronograma	22
Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación	23

Capítulo 4

Definición Creativa	25
Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar	26
Ventajas y desventajas de la pieza a diseñar	28
Informe creativo	29
Recopilación de referentes visuales	30
Insights	32
Concepto creativo	33
Premisas de diseño gráfico	36

Capítulo 5

Marco Teórico	41
Biodiversidad	42
Identidad visual	46

Capítulo 6

Niveles de visualización y evaluación Grafica	49
Nivel 1	50
Nivel 2	53
Nivel 3	59

Capítulo 7



Presentación final de la pieza diseñada	63
Costos de diseño	77
Costos de reproducción	78

Capítulo 8



Lecciones aprendidas	87
----------------------	----

Capítulo 9



Conclusiones	91
--------------	----

Capítulo 10



Recomendaciones	95
-----------------	----

Capítulo 11



Fuentes consultadas	99
---------------------	----

Capítulo 12



Anexos	103
--------	-----

Presentación

El diseñador gráfico es sin duda una pieza muy importante dentro del desarrollo de la sociedad. Es un profesional capaz de proponer proyectos de comunicación visual que brinden respuesta a problemas sociales y por medio de los cuales aporten una mejor calidad de vida a las personas.

Como aporte de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la sociedad, el estudiante proyectista de la carrera de Diseño Gráfico que se imparte en la Facultad de Arquitectura desarrolla un proyecto visual de carácter social que tiene como finalidad brindar una mejora al tema o proyecto que abordará por medio de las herramientas y conocimientos que el estudiante ha adquirido en su proceso de formación académica.

El proyecto de graduación es la intervención por parte del proyectista a una necesidad detectada en la organización, en este caso el Colectivo Ecologista MadreSelva donde será necesario la implementación de una línea gráfica para la identidad visual de la organización.

Introducción

Capítulo

Introducción a la problemática social que tiene el Colectivo Ecologista MadreSelva con el fin de analizarla y abordarla desde el punto de vista del diseñador gráfico.



Antecedentes

El Colectivo Ecologista MadreSelva es una organización ecologista que trabaja en pro de la defensa de los bienes naturales y la biodiversidad de Guatemala. A lo largo de los años el Colectivo se ha posicionado como un referente en el tema ecologista, bienes naturales y acompañamiento de las comunidades que defienden sus territorios ante el modelo de desarrollo extractivista que promueve el Estado e inversionistas que buscan un bien propio.

Con el paso de los años se ha luchado legal y pacíficamente, el Colectivo trabaja junto a las comunidades para evitar el despojo y expropiación de sus tierras y fuentes de agua, brindando asesoría legal y técnica con el único fin de defender el futuro del país ante el embate de la voracidad y corrupción de sectores del gobierno y empresas transnacionales que muchas veces ponen en riesgo la vida humana y su entorno, utilizando inmensas cantidades de agua, arrastrando bosques y montañas para la construcción de hidroeléctricas.

El Colectivo Ecologista MadreSelva ha construido pequeñas hidroeléctricas sin alterar el ritmo de vida sobre la biodiversidad, una de ellas se encuentra en la zona reina de Uspantán, en el norte de Quiché, donde ocho comunidades construyen y administran colectivamente pequeñas hidroeléctricas.

Estos proyectos, apoyados por la cooperación noruega y de otros países solidarios, han ayudado a más de un millar de familias que nunca tuvieron acceso a la luz del sistema nacional. En la actualidad se disfrutan los beneficios de sus pequeñas hidroeléctricas usando cantidades de agua que no dañan los ríos, bosques y montañas de su poblado.

MadreSelva (2018), ha dedicado tiempo y esfuerzo a la revisión y cuestionamiento de los Estudios de Impacto Ambiental que las empresas presentan al Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales –MARN, como requisito para la aprobación de proyectos extractivos.

El equipo técnico del Colectivo Ecologista MadreSelva mediante una sistemática acción auditora ha incidido en la mejora sustancial de calidad en los EIA, ha informado a las comunidades afectadas por los proyectos extractivos, asesorando las acciones de movilizaciones y resistencia de comunidades y sociedad civil frente a concesiones, políticas y leyes que ponen en riesgo medios de vida fundamentales, así como a los bienes naturales.

En su trabajo practican el respeto a las comunidades y pueblos, el respeto a la diversidad; se practica además la solidaridad, fraternidad, justicia, igualdad, compromiso, servicio; valoran las formas democráticas en la organización social; se rigen por la ética política en la que el bien común está sobre el bien individual. Luchan y resisten con las comunidades por medio de métodos no violentos, al amparo de las formas legales y democráticas.

A través de sus intervenciones territoriales, MadreSelva apoyará la consolidación de un Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas que, bajo distintos modelos jurídicos institucionales y socioculturales, promoverán la protección de la biodiversidad, la producción sostenible de bienes y servicios ambientales, el mantenimiento de medios de vida sostenibles, la adaptación al cambio climático, la gobernabilidad democrática y la amplia participación

de los actores locales, en particular de las Comunidades y los Pueblos Indígenas.

Empresas del sector privado se valen de estrategias de desprestigio para neutralizar a las organizaciones que trabajan en estos temas, que no son suficientes. En realidad, en Guatemala hay organizaciones ambientalistas, pero el ambientalismo en el país se presta a mitigar los impactos que causan los proyectos, son técnicos que hacen monitoreos. El movimiento ecologista MadreSelva es más activista pro derechos humanos, un movimiento político que va creciendo porque la conflictividad aumenta ante una situación crítica debido al expolio.

Definición y delimitación del problema de comunicación

Guatemala ha sido identificada como parte de uno de los puntos del planeta más ricos en diversidad biológica, pero que a la vez se encuentran altamente amenazados.

El Colectivo Ecologista MadreSelva es una organización guatemalteca de carácter social que trabaja en la defensa de los bienes naturales endémicos y su rica biodiversidad, por lo cual continuamente están desarrollando materiales gráfico visuales como recurso de apoyo con las comunidades que trabajan.

Se ha identificado que existe deficiencia en la difusión de la información acerca de la biodiversidad y recursos naturales, se pudo constatar que el grupo objetivo de la institución no comprende la importancia de la información en los materiales impresos, no existe una coherencia entre las diferentes piezas visuales que se les presentan. Es por ello que encuentran dificultad incluso a la hora de tener que relacionar la información presente en los materiales institucionales y esta no es aplicada a su vida cotidiana.

Trascendencia del proyecto

Con el desarrollo del proyecto se busca beneficiar tanto Colectivo Ecologista MadreSelva, como al grupo objetivo con el que trabaja la institución y de esta manera, poder incidir positivamente en la problemática sobre la protección de los recursos naturales y el derecho de las comunidades rurales sobre sus tierras por medio de la implementación de una línea gráfica visual.

Entre los primeros en ser beneficiados con el desarrollo del proyecto está la organización, ya que por medio de la identidad visual que se establecerá tendrá una mejora en su comunicación gráfica visual, dado que actualmente los materiales de apoyo visuales no cuentan con una línea gráfica y carecen de unidad visual.

Como segundos favorecidos está el grupo objetivo, ya que con los lineamientos de fuentes tipográficas, paletas de colores e imágenes al grupo objetivo se le facilitará desarrollar y comprender de manera más amigable los temas con los que el Colectivo Ecologista MadreSelva les apoya.

Como un tercer beneficiado tenemos al grupo de patrocinadores y donantes, se observa claramente que por medio de los planteamientos gráficos, la organización MadreSelva proyectará la confianza y solidez necesarias para que organizaciones afines a los proyectos que realiza el Colectivo, puedan aportar los bienes económicos necesarios para el desarrollo de proyectos en las comunidades que atiende MadreSelva

Si esta intervención no llegara a realizarse, los proyectos gráfico visuales de MadreSelva tanto internos como externos tendrían un menor impacto visual lo que a la postre causaría una menor participación de los involucrados con los proyectos que realiza la organización.

Se espera que a largo plazo este proyecto pueda dotar al Colectivo Ecologista MadreSelva de una identidad visual y esto le brinde una personalidad visible y sobresaliente con respecto a las demás organizaciones que trabajan sobre los mismos temas de la naturaleza y con el desarrollo de la misma, la organización pueda llegar a más personas y organizaciones afines al tema de desarrollo ambiental y su conservación.



Incidencia del diseño gráfico

Se busca brindar las bases necesarias para poder desarrollar una nueva identidad corporativa para el Colectivo Ecológico MadreSelva que vendrá a renovar la imagen visual de la institución y con ello poder proyectarse de mejor manera tanto internamente como externamente.

Se aportarán lineamientos gráficos los cuales regularán cómo se trabajarán los artes de apoyo visual necesarios en la institución para sus capacitaciones sobre los diferentes temas que brinda a las comunidades rurales, esto comprenderá las tipografías en su orden y legibilidad de la información en documentos; asimismo paleta de colores para tener una mayor atracción y posición de logo-

tipo dentro las piezas que se desarrollarán.

Estos lineamientos brindarán una mejora en el recorrido visual de piezas gráficas, así como mayor orden de jerarquía dentro de las mismas gracias a que los diseños tendrán mayor claridad y compresión, siendo estos los aportes que se harán desde el diseño gráfico.

De no aplicarse estos lineamientos gráficos se seguirán obteniendo piezas a discreción y gusto de cada persona y esto afectará con el desarrollo de la organización, significa entonces que no se fortalecerá a través del tiempo y pasará desapercibida, ya que sus objetivos se dispersan.

Factibilidad del proyecto

El proceso del proyecto se realizará con el apoyo del Colectivo Ecológico MadreSelva ya que el mismo fue planificado y fue bien recibido por el coordinador de la organización. El coordinador y la junta directiva, quienes son bastante accesibles en cuanto a información se refiere, que a la hora de ser requerida se proporciona a la brevedad según sea el caso; asimismo en el desarrollo del proyecto irán proporcionando recursos de materiales gráficos desarrollados para el Colectivo Ecológico MadreSelva y con ello obtener una mejor percepción sobre el desarrollo de su trabajo. Cabe agregar que se cuenta con variedad de materiales físicos como libros, afiches, foliares y materiales digitales.

Como proyectista, se tiene el compromiso para el desarrollo y finalización del proyecto para la nueva imagen gráfica institucional del colectivo MadreSelva, ya que se cuenta con los conocimientos, equipo de cómputo y programas apropiados de diseño gráfico y con ello poder otorgar un material que genere buen impacto en la institución.

Finalmente se cuenta con la Universidad de San Carlos de Guatemala que brindará las herramientas necesarias para su buena ejecución como lo son: una guía con lineamientos requeridos, asesores para el proyectista que brindarán por medio de sus conocimientos un mejor resultado en las piezas de diseño y un espacio físico que

son los salones de la facultad los cuales servirán para tener una mejor interacción y verificación en nuestras piezas a trabajar.



Objetivos

Objetivo general

Contribuir al mejoramiento de la identidad visual de la organización por medio de un manual de normas gráficas que aporte un mejor posicionamiento de marca ante la sociedad.

Objetivo específico de comunicación visual

Mejorar la unidad en las piezas de comunicación visual del Colectivo Ecológico MadreSelva a través de las normas que se establecen en la línea gráfica de la organización.

Objetivo específico de diseño

Desarrollar un material editorial gráfico de comunicación visual para el Colectivo Ecológico MadreSelva, por medio del cual sus diseños proyecten criterios estandarizados para su visual.





Grupo Objetivo

Capítulo

2

Análisis del perfil del Colectivo Ecológico MadreSelva, los proyectos en los que presta sus servicios y grupo objetivo con el que trabajan.

Perfil de la institución a quien se apoya

Nombre de la institución: Colectivo Ecologista MadreSelva

Sector social al que pertenece: Ambiente

Dirección: 7 avenida 1-04 zona 2 Ciudad de Guatemala, Guatemala

Sitio web: www.madreselva.org

Teléfono: (502)22302578

Historial de la institución

El Colectivo Ecologista MadreSelva es una organización ecologista fundada en el año de 1996 como objetivo primordial trabajan sobre la defensa de los bienes naturales y la rica biodiversidad que existe en Guatemala.

MadreSelva es referente en el tema ambiental ecologista y en el acompañamiento a comunidades que defienden sus territorios y bienes naturales ante el embate del modelo desarrollo extractivista que promueve el Estado guatemalteco y el poderoso sector económico.

Actualmente el Colectivo Ecologista MadreSelva trabaja con las comunidades que le requieren para obtener asesoría técnica, política, legal y acompañamiento en sus luchas por sus derechos, territorios y bienes naturales.

Este es el logro más importante del colectivo: la demanda de acompañamiento de las comunidades parte de la confianza cimentada después de largos años de compromiso ético y coherente práctica política ecologista.

Las comunidades han elevado sus capacidades políticas, técnicas y organizativas; su articulación se han consolidado con la experiencia de sus propias luchas en medio de la ausencia de políticas y medidas de protección ambiental y social por parte de los estamentos de los sucesivos gobiernos y municipalidades.

A través de los 22 años con los que cuenta el Colectivo MadreSelva ha contado con el apoyo financiero de los cooperantes Hivos de Holanda, Christian Aid del Reino Unido, Federación Luterana de Alemania, Ayuda de la Iglesia

Noruega, AIN, Oxfam Solidaridad de Bélgica, Forum Syd de Suecia, Oxfam América, programa regional de Unión Europea, Misericordia de Alemania, Ibis de Holanda. Actualmente tienen el apoyo de AIN, Christian Aid, Oxfam Internacional, Alternative de Canadá, Greengrants de EEUU.

Misión

Acompañar la acción político social, legal y no violento de las comunidades y pueblos de Guatemala, en defensa de la vida, sus territorios y bienes naturales, con el sentido de alcanzar una vida digna en armonía con la naturaleza. Se impulsan modelos alternativos de vida que no comprometan el bienestar de las generaciones actuales y futuras.

Visión

El colectivo ha desarrollado sus potencialidades técnicas y políticas para realizar el trabajo de acompañamiento a comunidades y pueblos de Guatemala en defensa de la vida, territorio y bienes naturales.

Las comunidades han alcanzado condiciones para una vida digna en armonía con la naturaleza, que se organizan, participan y le exigen al Estado la inclusión equitativa con igualdad de derechos, respetando la diversidad y conservando su entorno natural para las generaciones presentes y futuras.



Servicios que presta

El Colectivo Ecologista MadreSelva es una organización sin fines de lucro dedicada al resguardo de la naturaleza y biodiversidad guatemalteca, dentro de los servicios que presta podemos mencionar:

- Bosques y bienes naturales
- Derecho al agua
- Minería
- Defensa del territorio
- Gestión ecológica de riesgo ciudadana
- Apoyo legal

Identidad visual

El imagotipo se divide en dos elementos, el isotipo es la parte simbólica de la marca representada por una planta de enredadera que representa la expansión que busca el Colectivo continuamente y el logotipo: siendo la parte textual MadreSelva Colectivo Ecologista.



Sitio Web

El Colectivo Ecologista MadreSelva cuenta con un sitio web y por medio del mismo muestran los proyectos de ayuda social que ha realizado a lo largo de los años en los que han incursionado en el tema de la biodiversidad en Guatemala.



Página Web MadreSelva (2012), recuperado de <http://madreselva.org.gt/?m=201208de> <http://madreselva.org.gt/>

Redes Sociales

Utilizan la red social de Facebook como medio de interacción con su grupo objetivo, la misma que es actualizada continuamente con información de proyectos en los cuales están trabajando.



Página de Facebook Colectivo MadreSelva (2015), recuperado de <https://www.facebook.com/MadreSelvaColectivo/>

Material editorial

A lo largo de su trayectoria, el Colectivo Ecologista MadreSelva ha diseñado materiales editoriales impresos sobre la conservación de la biodiversidad natural.



*Materiales didácticos realizados por el Colectivo Ecologista MadreSelva
(2019) Carlos González*

Caracterización del grupo objetivo

Ubicación geográfica

El Colectivo Ecologista MadreSelva, se ubica específicamente en el área metropolitana de Guatemala el mismo se localizada 7a Avenida 1-10 Zona 2 Guatemala de la ciudad Capital. Se encuentra localizada en el área centro-sur del país.

Característica sociodemográficas

País: Guatemala

Región: Área metropolitana de Guatemala

Rango de Edades: 20-60 años

Género: Mujeres y hombres

Etnia: Ladinos

Nivel de académico: Personas Universitarias con un grado mínimo de escolaridad a nivel diversificado Universitario

Religión: Predomina la religión católica y cristiana.

Características socioeconómicas

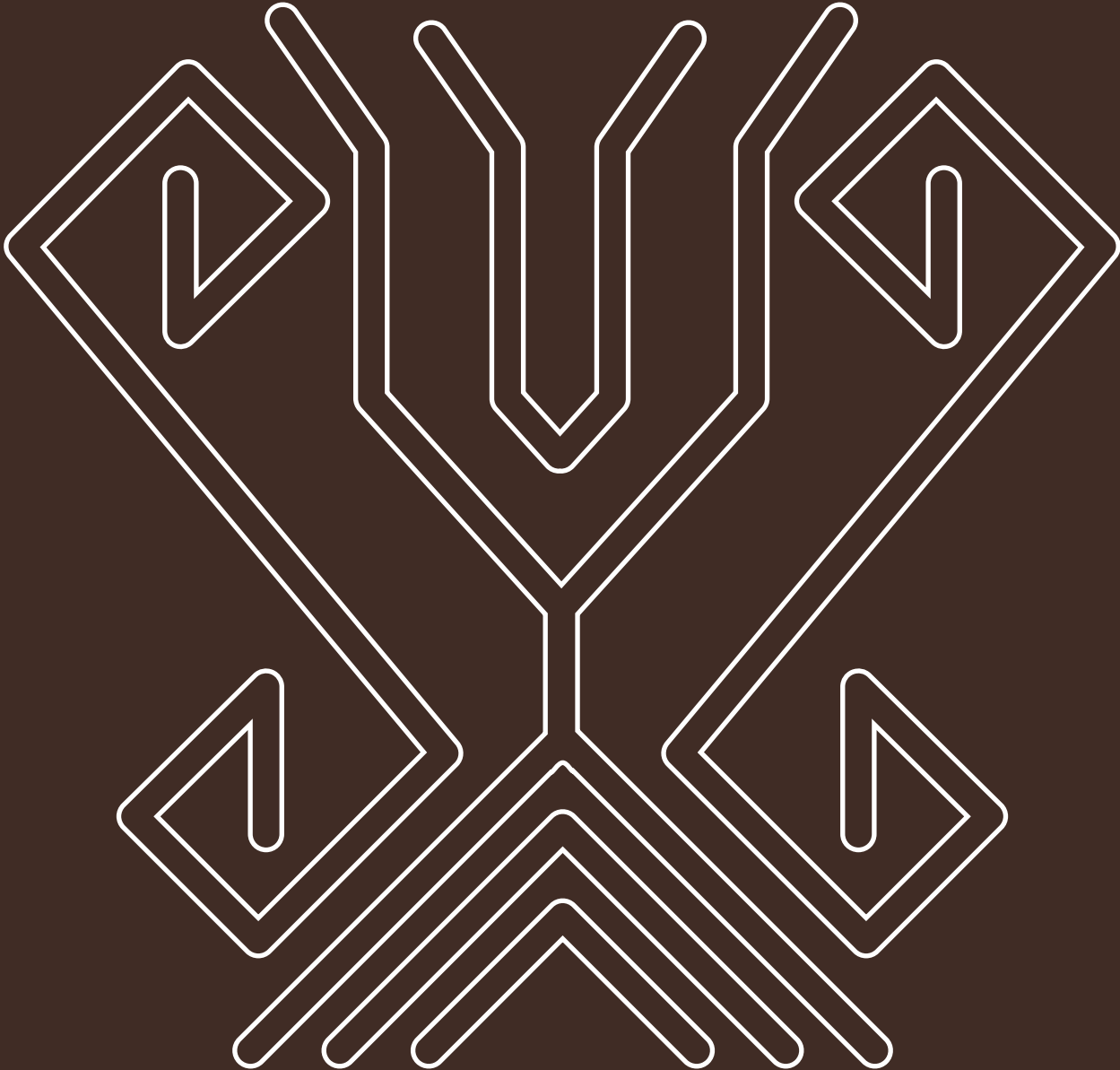
Ocupación: Medio ambiente

Ingresos: Q 3,500.00 a Q 12,000.00

Clase Social: El grupo objetivo pertenece a las clases sociales media baja y media, del área Urbana de la ciudad capitalina.

Características psicográficas

Cultura visual: Se forma a partir de varios rasgos y clasificaciones modernas, como el uso de redes sociales en todas sus plataformas, medios sociales de información como revistas digitales y el periódico en línea como otro recurso informativo. Estilo de vida: Rutinario trabajo de oficina por las mañanas, alternar vida social y estudios universitarios por las noches, compras los fines de semana al igual que intervenir en su tiempo recreativo.



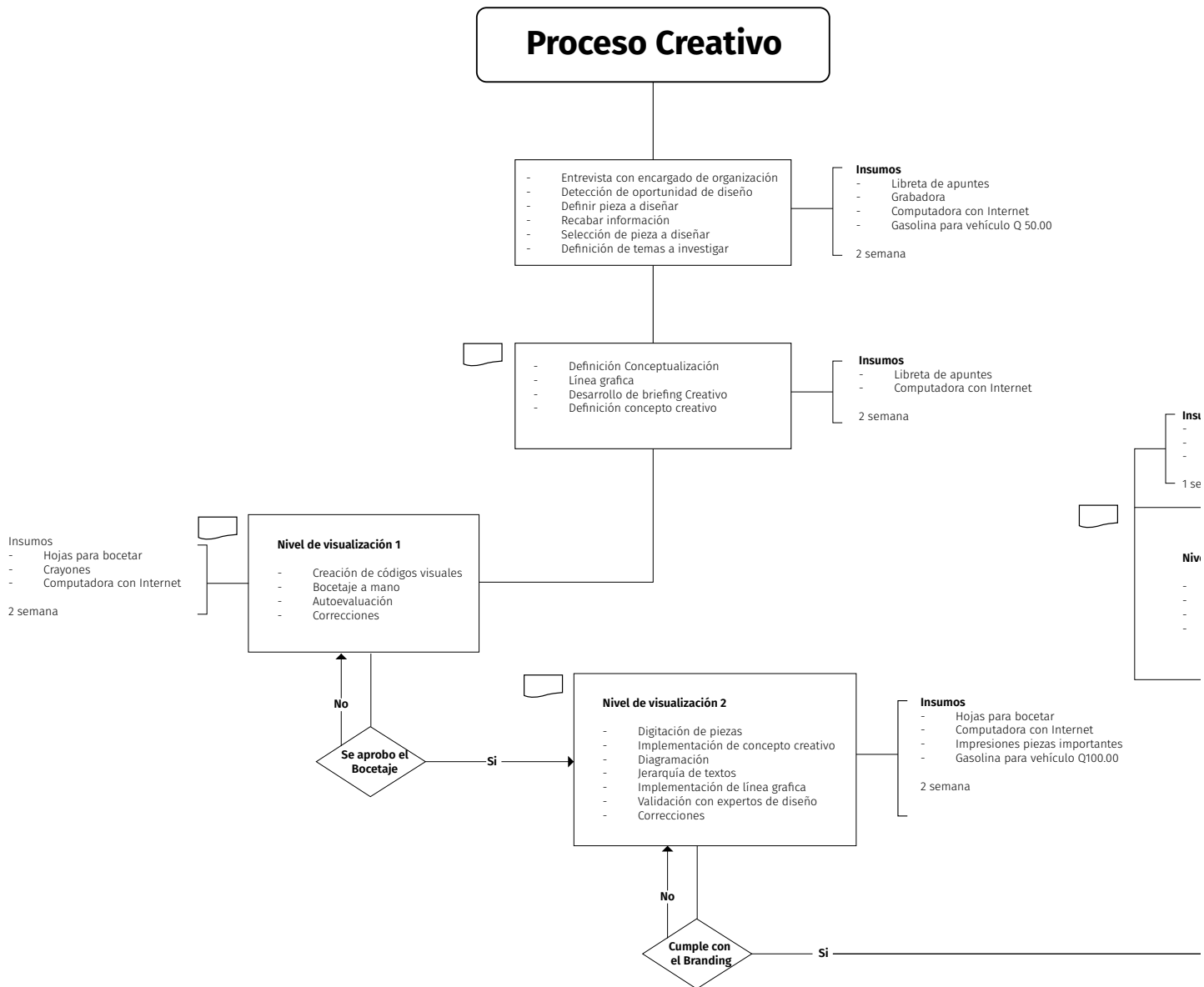
Planeación Operativa **Capítulo**

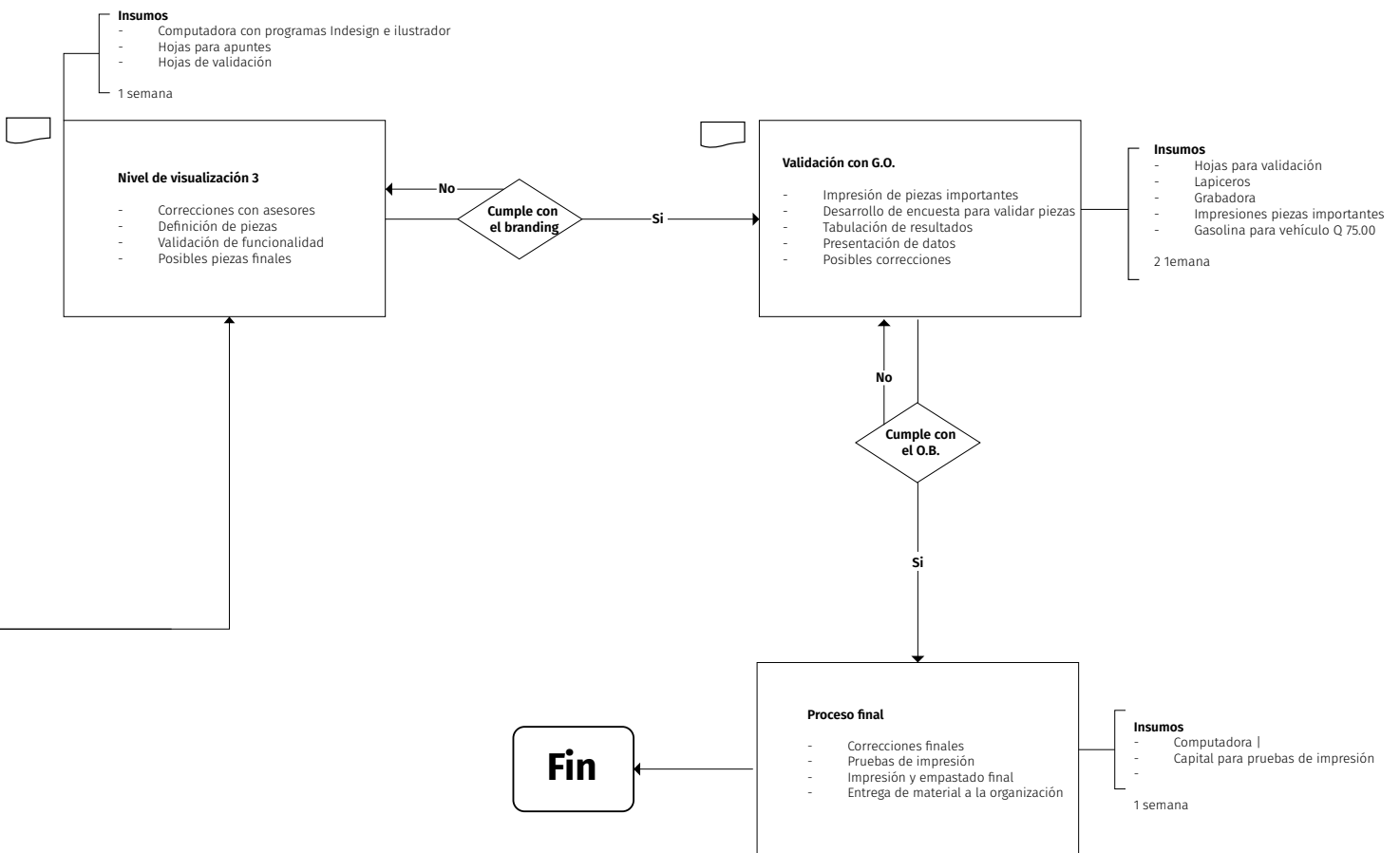
Planeación de proceso creativo, tomando en cuenta los pasos a seguir para su desarrollo e insumos a utilizar.



Flujograma

Un flujograma, también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos que describe paso a paso las acciones para determinado proceso a realizar.





Cronograma

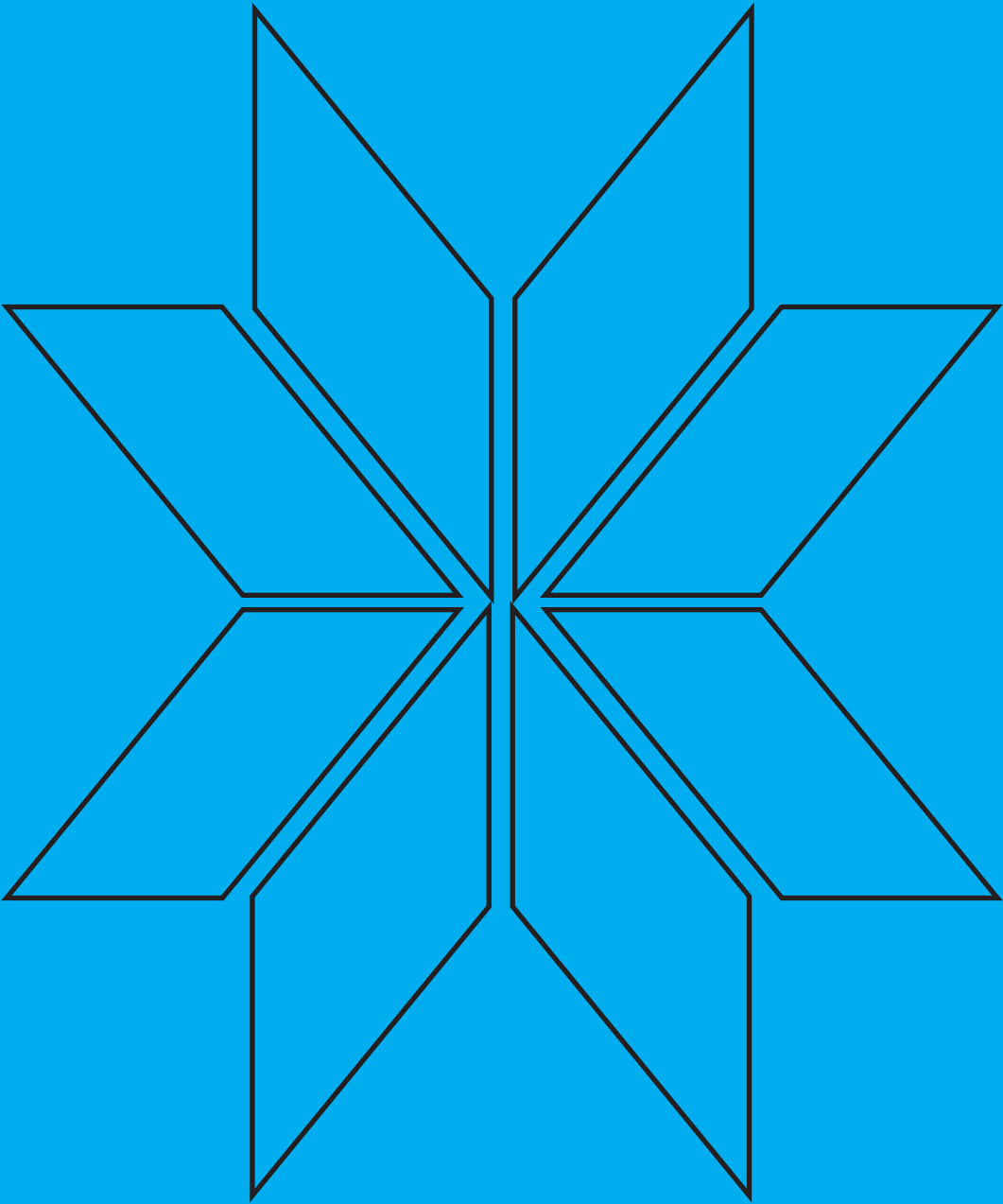
Cronograma es un listado de actividades, ordenados por fecha y tiempo; que marcan el inicio y el fin para ejecutar un proyecto.

ACTIVIDAD	Agosto					Septiembre				Octubre				Nov.			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
Planificación operativa	■																
Desarrollo de marco teórico		■	■														
Planificación y definición creativa			■														
Revisión de la fase creativa				■													
Desarrollo de propuestas gráficas					■												
Nivel 1 de bocetaje a mano						■											
Visualización de bocetaje							■										
Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación)								■									
Realización de ilustraciones									■								
Digitalización de propuestas nivel 2										■							
Evaluación del nivel 2 (Validación con Expertos en el tema y diseño)											■						
Correcciones de nivel 2												■					
Revisión de piezas con expertos													■				
Evaluación del nivel 3 (Validación con personas del grupo objetivo)														■			
Correcciones del nivel 3															■		
Presentación final de piezas																■	
Evaluaciones y conclusiones																	■
Lecciones aprendidas en desarrollo de proyecto																	■
Lecciones aprendidas en elaboración gráfica																	■
Lecciones aprendidas sobre costos																	■
Redacción y diagramación informe final																	■
Cierre de proyecto																	■

Previsión de recursos y costos.

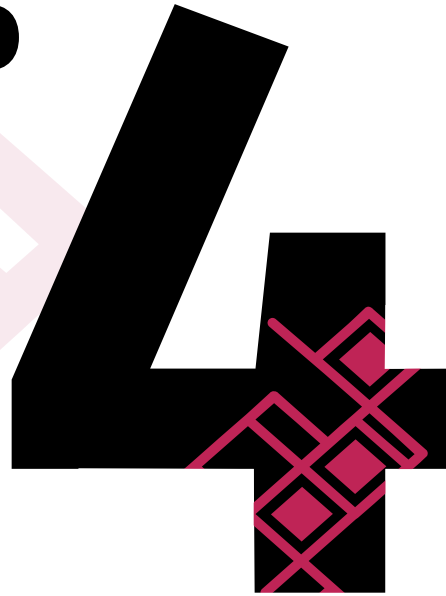
ACTIVIDAD	INSUMOS	COSTO
Revisión de Protocolo	Impresiones y transporte	Q25.00
Construcción de planeación operativa	Impresiones y transporte	Q35.00
Asesoría marco teórico	Impresiones y transporte	Q25.00
Planeación y Ensayos	Impresiones y transporte	Q40.00
Entrega de Modulo I	Impresiones y transporte	Q50.00
Referentes visuales	Impresiones y transporte	Q25.00
Corrección de protocolo	Impresiones y transporte	Q25.00
Desarrollo de concepto creativo	Hojas, lapiz y crayones	Q20.00
Desarrollo de Nivel 1 (autoevaluación)	Hojas, lapiz, crayones e internet	Q50.00
Asesoría de concepto creativo y premisas	Impresiones y transporte	Q25.00
Revisión de autoevaluación	Impresiones y transporte	Q25.00
Entrega de Modulo II	Impresiones y transporte	Q50.00
Desarrollo del Nivel 2	Impresiones y transporte	Q25.00
Revisión nivel 2, visualización y validación	Impresiones y transporte	Q35.00
Desarrollo de instrumentos para validación	Internet, hojas y transporte	Q60.00
Aplicación de instrumentos de validación	Fotocopias, lapiceros y transporte	Q75.00
Asesoría nivel 3 visualización y resultados de validación	Impresiones y transporte	Q50.00
Entrega modulo 3	Impresiones y transporte	Q80.00
Desarrollo de síntesis del proceso de aprendizaje	Internet, hojas y transporte	Q50.00
Conclusiones y recomendaciones	Impresiones y transporte	Q25.00
Diagramación y redacción de informe final	Impresiones y transporte	Q80.00
Entrega modulo 4	Impresiones y transporte	Q60.00
	TOTAL	Q935.00





Definición Creativa Capítulo

Estrategias para la aplicación en el manual de línea gráfica para el Colectivo Ecologista Madre-Selva por medio de preguntas y cuadros comparativos para fundamentar la pieza final a desarrollar.



Estrategia de la pieza

¿Qué respuesta de solución se propone ante el problema?

Se ha detectado una deficiencia en la imagen gráfica institucional manejada por la empresa, demostrando ser poco efectiva y atractiva para el grupo objetivo al que se intenta captar. Haciendo uso del diseño gráfico editorial y el diseño gráfico digital, se busca fortalecer la imagen corporativa a la vez de crear una línea gráfica uniforme y estilizada para dichas áreas de la empresa. Con esto se espera mejorar su imagen delante de su grupo objetivo y otras instituciones y que a su vez transmita los valores y objetivos que la empresa persigue.

¿Qué se dirá y cómo?

El Colectivo Ecologista MadreSelva es una empresa que ya tiene una voz con la cual habla con su grupo objetivo. Se planea darle continuidad para evitar que se desconozca el trabajo realizado anteriormente por la institución. Utilizando un manual de normas gráficas se espera diseñar una determinada cantidad de piezas gráficas digitales e impresas que ayuden a mejorar la imagen corporativa; asimismo, cree un vínculo de confianza y conocimiento con su respectivo grupo objetivo.

¿Cómo se transmitirán los mensajes?

El manual de normas gráficas busca reglamentar y estandarizar el uso de diferentes piezas gráficas digitales e impresas que sean de uso constante para el colectivo. Entre estas piezas se pueden mencionar el establecer una tipografía institucional y determinar su paleta de colores. Diseñar un logotipo y sus diferentes aplicaciones. Entre los materiales impresos podemos mencionar tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas, afiches y volantes. Dentro de los medios digitales página web, firmas de correos electrónicos, publicaciones de redes sociales y mailing.

¿Qué acción se quiere que la audiencia realice después de recibir los mensajes?

Se espera que los mensajes transmitidos por la institución a su grupo objetivo sean más efectivos y se comience a reconocer a la institución, que utilizando los lineamientos establecidos por el manual de normas gráficas, la institución se haga de una herramienta poderosa que le permita emitir un discurso constante hacia su audiencia a la vez de que esta le reconocerá por sus lineamientos gráficos marcados.

¿Qué señales indicarán que se ha resuelto el problema del cliente?

Sabremos que se soluciona el problema cuando su grupo objetivo y otras instituciones similares reconozcan al colectivo por sus diferentes piezas gráficas, su aplicación constante en las mismas y el tono con el que esta habla con su grupo objetivo, a la vez que su grupo objetivo le reconozca y responda a sus diferentes publicaciones.

¿Qué aspectos son requerimientos del proyecto?

El imago tipo es la pieza esencial de la institución. Este fue diseñado por su fundadora, quien falleció unos años después. Se considera un símbolo intangible de la institución, por lo que deberá ser indispensable su especificación de reglamento dentro del manual de normas gráficas. Se podrán agregar diferentes aplicaciones del mismo, así como también especificar una paleta de colores y una tipografía para representar la institución. Para la solución del problema se deberá resolver la creación de las diferentes piezas gráficas digitales según sea solicitado por la institución.

Recopilación de referentes visuales

Para tener un punto de partida fiable se buscaron referencias gráficas de casos análogos, y con ello tener un mejor marco de referencia de cómo abordar y resolver el problema de la mejor manera gráfica posible.

Para ello nos apoyaremos con referencia de tres trabajos de identidad gráfica realizados, el primero del ministerio de producción del gobierno de Perú, el segundo realizado para el Instituto Español de Comercio Español y como tercer referencia será el manual de marca realizado para Bogotá.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL GOBIERNO DEL PERÚ OFICINA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS

El manual de Identidad Visual tiene como objetivo difundir los criterios de aplicación y uso de la imagen institucional del Ministerio del Ambiente, a través de diversos elementos gráficos y modelos en los que se muestran los usos exactos. Este documento está dirigido a instituciones públicas o privadas que podrían elaborar alguna pieza publicitaria en alianza con el Ministerio del Ambiente.

GOBIERNO DE PERÚ



Página Web Visual labs(2014), recuperado de <http://visualweblabs.com/blog/tag/gobierno-del-peru/>

Las normativas que se rigen en cada recurso generado en el manual del Ministerio de la Producción del Gobierno de Perú que son: imagotipo, tipografía, paleta de colores e iconografía serán de mucho apoyo para tener como referencia y poder generar las cualidades y atribuciones que tendrá cada recurso dentro del manual de línea gráfica a desarrollar al Colectivo Ecologista MadreSelva.

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO ESPAÑOL

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL. BOOKS FROM SPAIN ICEX. INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO ESPAÑOL

Manual desarrollado a través de una convocatoria para crear la imagen de Books from Spain, una imagen que serviría para la promoción de los libros españoles en las grandes ferias internacionales.

Una propuesta sencilla pero eficaz, construimos un símbolo con lomos de libros y los colores amarillo y rojo de la bandera española, acompañado del logotipo Book from Spain construido con la tipografía Din. Diseñamos seguidamente los elementos de comunicación requeridos: papelería, impresos, publicaciones, elementos de promoción y merchandising, web, stands, etc



Página Web Visual labs(2013), recuperado de <http://sendinasociados.com/casestudy/books-from-spain-icex/>

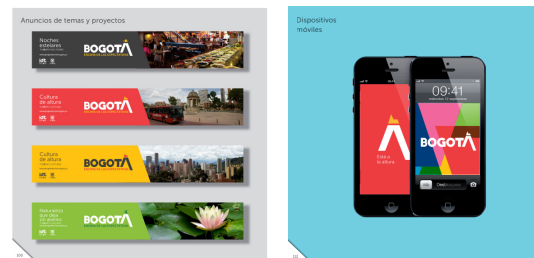
Del manual desarrollado al instituto de comercio español, como punto principal a favor está la orientación del manual, ya que este manual se trabajó de manera horizontal, que es la orientación que se trabajara en el manual de línea gráfica a desarrollar al Colectivo Ecologista MadreSelva, así mismo cabe destacar la utilización de los espacios y distribución de información con la que ellos representan cada recurso diagramado en este manual.

MANUAL MARCA BOGOTA

MANUAL DEL SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA BOGOTÁ

La marca de la ciudad es un instrumento de comunicación que apoya a los proyectos involucrados en la Estrategia de Mercadeo de Bogotá. Para el éxito y apropiación de la Estrategia y de la marca, se trabajó prioritariamente en un componente de comunicaciones que permita articular con las organizaciones aliadas, mensajes consistentes sobre la ciudad en los mercados internacionales.

La palabra Bogotá es el elemento principal de la marca, desarrollado una versión de la marca que apunta a resaltar uno de los valores particulares y más sobresalientes de Bogotá. Tomando como referente su ubicación sobre una meseta en la cordillera oriental de Los Andes colombianos a 2.600 metros sobre el nivel del mar, la evolución de la marca permite realizar asociaciones con los resultados de mayor altura, de calidad y de éxito.



Página Web bogotaturismo(2017), recuperado de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/MANUAL%20MARCA%20BOGOTA_BAJA%20copy.pdf

Un aspecto importante del manual Bogotá, es la importancia que le dan al branding institucional y como este da un efecto positivo al momento de representar a la marca con el público, así como la utilización del color dentro del manual para que el mismo pueda ser apreciado de manera armónica y no caiga en una sobresaturación, generando así esos descansos necesarios para la vista humana y dicho producto pueda ser agradable al público interesado en el manual de marca.

AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA PARA EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIESGO GOBIERNO DEL PERÚ

La elaboración de la presente guía de identidad visual ayudará a construir una misma personalidad, a impulsar la visión de un gobierno, cuyo objetivo es promover la unidad de los peruanos, generar espacios de consenso que permitan el desarrollo de políticas públicas que tiendan al crecimiento e inclusión de todos los sectores del país.

El presente documento busca integrar en una misma política, a las diferentes instancias del Gobierno en la difusión de mayor y mejor información sobre las tareas que éste realiza, estandarizando la comunicación para su indiscutible identificación.

De este modo, apoyándonos en las tonalidades, formas, composiciones tipografía y modos de uso, bajo una misma línea, la ciudadanía nos verá de la misma manera.



Página Web Visual labs(2013), recuperado de <http://sendinasociados.com/casestudy/books-from-spain-icex/>

Ventajas y desventajas de la pieza a diseñar

Para poder definir la pieza a diseñar, se evaluaron 3 formas de cómo representar la misma y cuál es la opción más pertinente por medio de las ventajas y desventajas que brinda cada pieza como el manual, folleto o material digital interactivo, llegando a la conclusión de que la pieza más recomendable para informar sobre la línea gráfica que se le trabajó a la organización es el manual.

PIEZA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
MANUAL	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Se puede dividir por secciones. ▶ Se puede leer en cualquier momento. ▶ Puede contener gran cantidad de hojas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ El material una vez impreso su información es estática y no podrá ser modificada a menos de realizar un nuevo tiraje del material. ▶ El manual está sujeto a sufrir desgaste físicos por su uso. ▶ Puede mojarse.
FOLLETOS	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Se puede leer en cualquier momento. ▶ El costo no es muy elevado Se puede hacer un folleto por tema. ▶ Se pueden re imprimir solo la sección que se deteriore. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Se puede extraviar alguna sección de los folletos. ▶ No se puede enviar de manera digital. ▶ Puede dañarse o mojarse.
MATERIAL DIGITAL INTERACTIVO	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Enviarse rápidamente por medio de la web. ▶ Es menos costoso ya que se ahorra la reproducción impresa. ▶ Se puede repartir por medio de cd. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Se necesita de una plataforma digital para acceder al material. ▶ El cd es mucho más fácil de perder o dañar que una revista o folleto. ▶ La vista se cansa más rápido por su lectura en una computadora.

Concepto creativo

El concepto creativo se genera a través de palabras relacionadas con: la biodiversidad de Guatemala y la manera en cómo el Colectivo Ecologista MadreSelva apoya el tema, buscando la fórmula de poder conectar de mejor manera a la organización con el grupo objetivo, por medio arduo trabajo del CMS y la biodiversidad que buscan continuamente resguardar.

Para poder generar el concepto creativo se utilizaron tres técnicas creativas diferentes, las cuales fueron: lluvia de ideas, relaciones forzadas y mapa conceptual y en cada una de las técnicas se eligió un concepto diferente de los cuales se elegirá el concepto final.

Lluvia de ideas

La lluvia de ideas es el proceso mediante el cual se enuncian distintas ideas para la generación de nuevas ideas evitando en todo momento la presencia de un juicio negativo sobre ellas a pesar de lo poco practicables que suenen.

musgo	lugar	Vida	Flora	Trabajo
biosfera	colores	Ecología	Fauna	Transformación
animales	bosques	Suelo	Hábitat	trascendencia
agua	humedad	Cuerpos de aguas	Organismo	Apoyo
tierra	vivir	Atmósfera	Diversidad	Lucha
vegetal	naturaleza	Especies	Tierra	Entrega
montañas	hojas	Animales	Vegetación	Esfuerzo
vegetación	árbol	Biosfera	Naturaleza	Labor
verde	fauna	Geosfera	Ecosistema	Trabajo
viento	nuestros	Comunidad	Aire	Faena
temperatura	paz	Capa de ozono	Oxígeno	Defensa
humedad	proveer	Bosques	Biodiversidad	Acciones
corriente	frondosidad	Selvas	Biótico	Gesto
Resguardo	Ayuda	Cuidado	Cambio	Acogimiento

Propuestas

Transformación que generan vida
 Lugar donde todo es verde
 Biodiversidad para vivir
 Transcendencias ecológicas
Esfuerzo que genera cambios

Frases Inductorias

Frases inductoras lo que buscamos es la generación de ideas para crear algo o para resolver un problema, sirviéndonos de diversos puntos de partida, para la asociación de las ideas de distintos campos posibles de significación.

Las frases inductoras las construimos con un artículo, un sustantivo y un adjetivo.

Artículos +	Sustantivos +	Adjetivos	=	Frase inductora
Los	+ aire	+ colores	=	Los vegetales vivir
El	+ agua	+ pureza	=	La biosfera verde
Los	+ bosque	+ humedad	=	Los arboles grandes
El	+ vida	+ libertad	=	El bosque limpio
Las	+ liberta	+ verde	=	Las montañas
Los	+ árbol	+ cuesta	=	Los vegetales vida
El	+ rio	+ biosfera	=	la biosfera color
Una	+ naturaleza	+ limpio	=	la libertad verde
La	+ vegetales	+ grandeza	=	El rio vida
El	+ biosfera	+ paz	=	La naturaleza colorida
Un	+ espacio	+ vida	=	Los espacios paz
Los	+ montañas	+ transformación	=	el aire vida

Propuestas

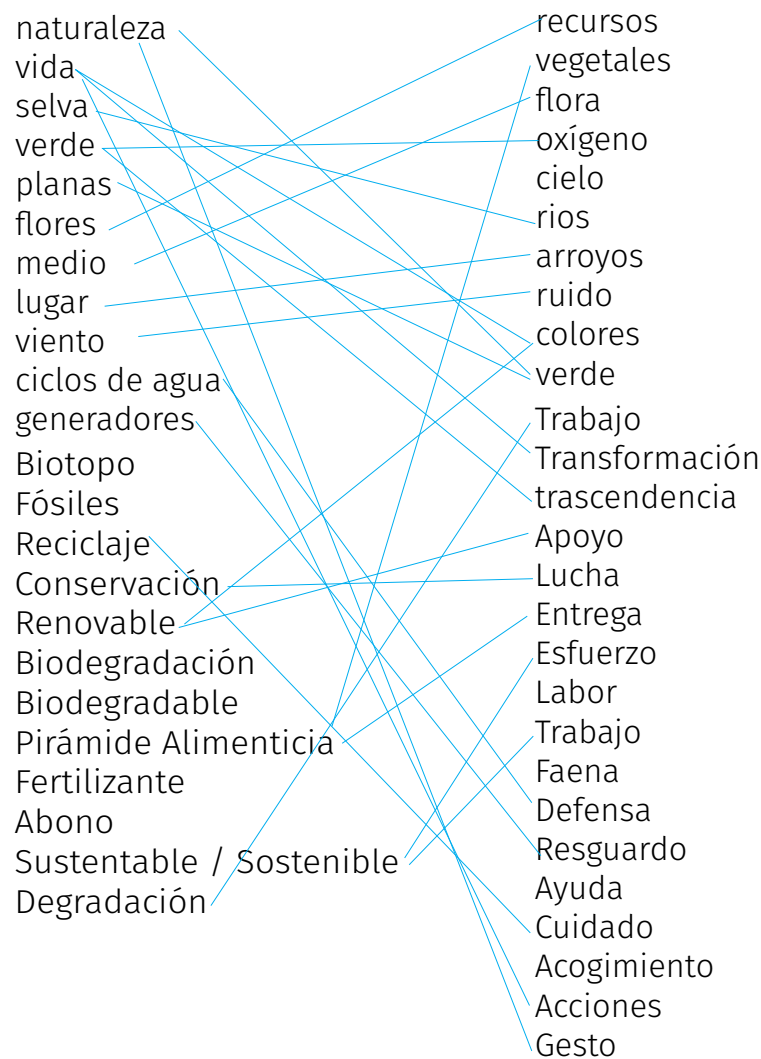
La biosfera verde

La naturaleza colorida

Una naturaleza transformada

Relaciones Forzadas

Consiste en relacionar un problema con características de conceptos o elementos elegidos al azar, se genera un listado de palabras. Luego se establece una conexión entre los aspectos de las palabras para encontrar nuevas ideas y soluciones.



Propuestas

Acciones que dan vida

- Generadores de oxígeno
- Protectores de la naturaleza
- Trabajo renovable

Concepto creativo

Análisis de conceptos creativos

Lluvia de ideas

Esfuerzos que generan cambios.

Relaciones forzadas

Colores que dan vida.

Frases Inductorias

Una naturaleza transformada

De las propuestas conceptuales desarrolladas con las diferentes técnicas creativas, se decidió trabajar con el concepto creativo generado a través de la técnica llamada relaciones forzadas el cual es: *Acciones dan vida*, ya que dicho concepto creativo se ve reflejado por medio de las acciones que realiza el Colectivo Ecologista MadreSelva en la naturaleza y el resguardo para la subsistencia de los ecosistema naturales, este bien natural puede ser representado dentro del manual del línea gráfica para el Colectivo Ecologista MadreSelva, por medio de toda la gama de colores y vida que nos ofrece la naturaleza.

Concepto creativo final

Acciones que dan vida

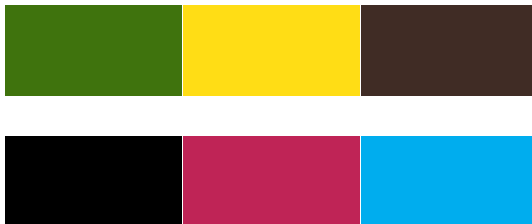
Premisas de diseño gráfico

Niemeyer (2013) Una premisa se formula gráficamente a partir de diversos recursos gráficos como esquemas, bocetos, croquis y otros que expresarán la idea de diseño esta es apoyada por un texto corto complementario en relación a esta idea poniendo de manifiesto la intención del proponente.

Grupo 1

Premisa cromática

A través de toda la gama en tonalidades que se encuentran en la biodiversidad de la naturaleza Guatemalteca, dichos colores se extraerán, de lagos, suelos, plantaciones y la luz natural que llena de vida a la naturaleza, y con ello se pueda expresar la vida que generan las acciones que realiza el Colectivo Ecologista MadreSelva.



Premisa Tipográfica

Se utilizará la familia tipográfica Fira San, para sus titulares, subtulares y cuerpos de texto ya que es una tipografía que refleja el dinamismo de la organización y los valores que transmite el Colectivo Ecologista MadreSelva que son modernidad e innovación.

Titulares (Fira San Bold)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()**

Sub titulares (Fira San Semi bold)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()**

Cuerpos de texto (Fira San regular)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Premisa de formato

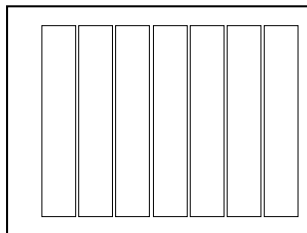
Para una fácil reproducción del manual de línea gráfica institucional y un mejor manejo, se decidió trabajar en formato tamaño carta en el cual se contempla que ya terminada la pieza con cortes y empastado quede con una dimensión total de 10.5"x 8".

Horizontal 10.5"x 8".



Premisa de diagramación

Retícula de columnas, dispuesta en 7 columnas verticales que son flexibles para separar diferentes tipos de información.



Premisa icónica

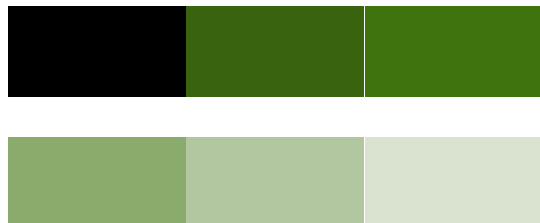
Los vectores trabajos de forma lineal darán un toque de limpieza y simplicidad que se quiere proyectar en las páginas del manual.



Grupo 2

Premisa cromática

Se representará una paleta de colores institucionales los cuales son negro y verde. Estos son los que se utilizarán para simbolizar a la marca y deben predominar en cualquier material que realicemos.



Premisa Tipográfica

Más que por diseño sostenible en sí mismo, la peculiaridad de Klima es la razón por la cual fue creada. Anderson (2018) decidió crear una tipografía de calidad y ofrecerla gratuitamente para que quienes quisieran cambiar el mundo de forma desinteresada a través del diseño. *La tipografía es el fundamento del buen diseño*

Klima tiene vacíos circulares en el interior de cada letra, aunque la estética no es tan agradable en tamaño grande, entre 9 y 11 puntos esos vacíos pasan desapercibidos por la absorción de tinta del papel.

Titulares (Klimba Bold)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()**

Sub titulares (Klimba Semi bold)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()**

Cuerpos de texto (Klimba regular)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Premisa icónica

Los vectores trabajos con colores planos darán un toque de limpieza y simplicidad que se quiere proyectar en las páginas del manual.



Premisa de formato

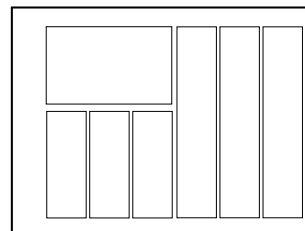
Para una fácil reproducción del manual de línea gráfica institucional y un mejor manejo, se decidió trabajar en formato tamaño carta en el cual se contempla que ya terminada la pieza con cortes y empastado quede con una dimensión total de 10.5" x 8".

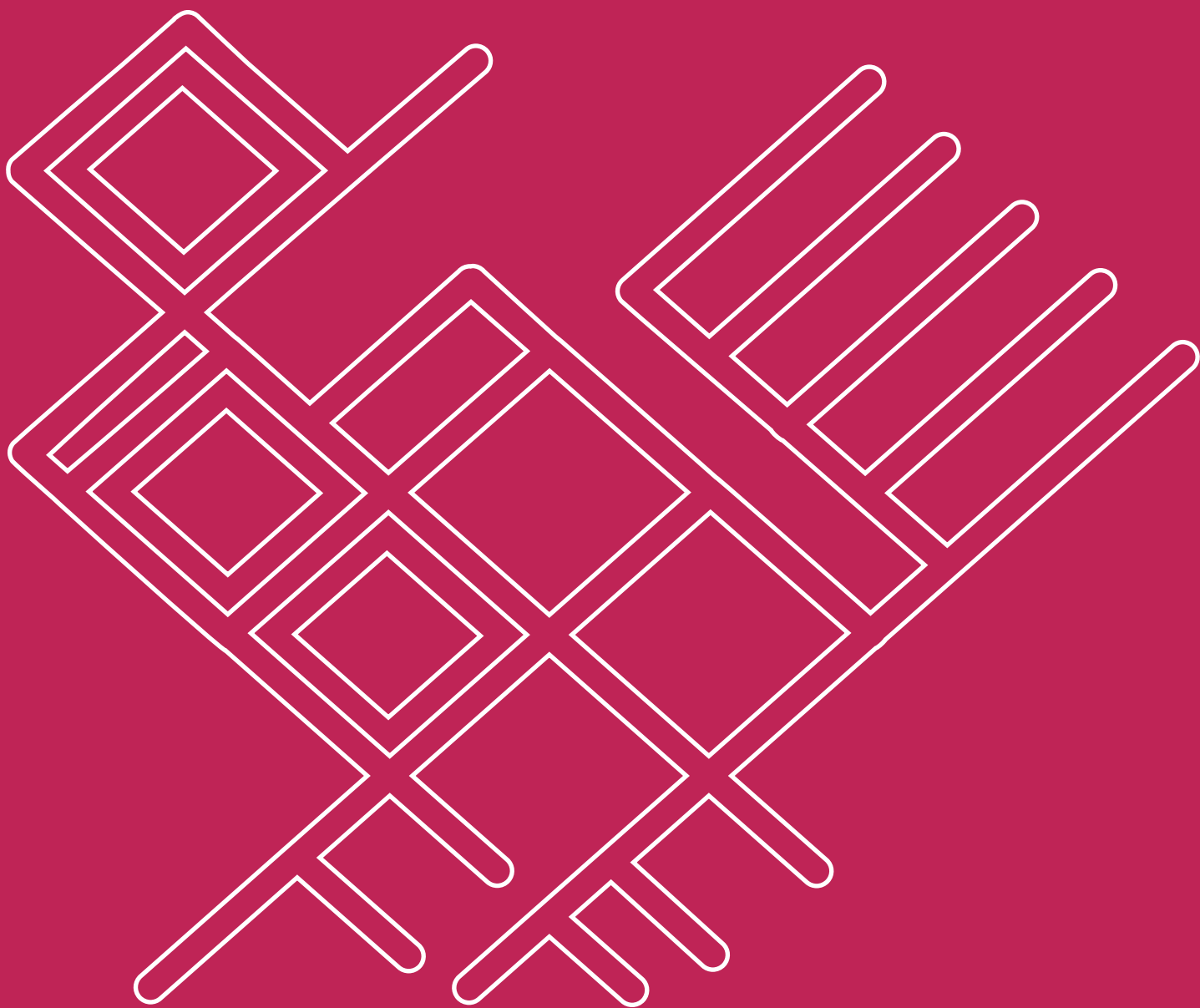
Horizontal 10.5" x 8".



Premisa de diagramación

Retícula jerárquica, basada en 6 columnas, con un área destinada al título, imagen o información que se necesite tenga mayor relevancia.





Marco Teórico

Capítulo

5

Descripción teórica conceptual del problema social y de comunicación, estética y funcional.



Resguardo de la Biodiversidad para el desarrollo humano

Cuando hablamos de biodiversidad nos referimos a las múltiples y diversas formas de cómo se manifiesta la vida en la tierra.

A través de las plantas, animales, hongos y microorganismos, sus diferencias genéticas y a las diferentes maneras como estos interactúan entre sí y con suma de los suelos, aire y agua que las rodean a estas interacciones las llamamos ecosistemas

La biodiversidad no es un concepto unívoco y menos un concepto que no tiene en cuenta el desarrollo de las comunidades humanas que inevitablemente interactúan con todas las otras especies y con todos los recursos naturales del territorio, hombre y naturaleza, según una clasificación general, son distintos, pero en íntima relación. (Convenio sobre Diversidad Biológica, 1992).

Las Amenazas a la Biodiversidad de Guatemala son un conjunto de presiones que se mantienen sobre la biodiversidad y promueven una degradación ambiental en Guatemala. (CONAP, 2012).

Actualmente la diversidad biológica se ve amenazada y es consecuencia del desarrollo humano ya que muchos ecosistemas han sido empobrecidos por la deforestación, la sobreexplotación de recursos naturales y contaminación siendo estas las principales causas de su deterioro.

La deforestación es uno de los problemas ambientales más serios de los últimos tiempos.

La tala de árboles es un proceso provocado generalmente por acción humana, en la que se destruye la superficie forestal, los cuales son removidos indiscriminadamente para beneficio de diversas actividades como son la construcción de pueblos, terrenos para la agricultura o ganadería. (Santillana, 2009).

Este tema se ha convertido de interés mundial debido a la importancia de los bosques y selvas por los diferentes servicios ambientales que proveen producción de agua, almacenamiento y captura de carbono, conservación de la biodiversidad, belleza escénica. La deforestación también afecta las actividades económicas y amenaza el sustento de la vida y la integridad cultural de las personas que dependen de los bosques además de problemas como degradación de suelos, inundaciones y azolve de los cuerpos de agua e infraestructura hidráulica. (Sofo, 2018)

Según datos recabados por la Universidad de Maryland (2018), El mundo perdió en 2017 tantos árboles tropicales como podrían caber en un país como Bangladesh o en una superficie que doble el tamaño de Andalucía.

En total han desaparecido 15,8 millones de hectáreas o, lo que es lo mismo: es como si se hubieran perdido 40 campos de fútbol cada minuto durante los 12 meses. La cifra del 2017 es la segunda más alta desde que la UMD comenzó a recolectar datos en el 2001, y solo un poco más baja que el récord en el 2016. (Diario El país 2018).

Cifuentes (2018), nos comenta que el territorio guatemalteco entre 1990 y el 2015, la cobertura de bosque pasó de ser 4, 748,000 a 3, 540,000 hectáreas, ósea una pérdida de 1,208,000 hectáreas; es decir que en 15 años se perdió el 25% de nuestros bosques. Otras tierras boscosas pasaron de ser 1,672,000 a 1,342,000 hectáreas.

Para el año 2017 la tasa de deforestación en el suelo nacional fue de 8.2%. (Sifgua, 2018).

El gobierno de Guatemala actualmente cuenta con un proyecto de reforestación. El programa, en el que se contempla sembrar tres millones de árboles de diferentes especies, es liderado por la esposa del mandatario Jimmy Morales junto con el Instituto Nacional de Electrificación (INDE) y el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN). Sosep 2017 (MARN 2017).

Algunas de las amenazas a la biodiversidad en Guatemala están:

Contaminación por desechos sólidos y líquidos: La introducción de cuerpos o corrientes de agua contaminados afecta los ecosistemas terrestres y acuáticos del país. Entre los principales contaminantes del territorio guatemalteco se encuentran los residuos industriales y mineros, los combustibles fósiles, los plaguicidas y los desechos de centros poblados. Un ejemplo de esto fue el uso de plaguicidas para el cultivo de algodón en la costa sur de Guatemala, lo cual propició la extinción de flora y fauna en la región (CONAP, 2012).

Incendios Forestales: Los efectos incluyen impactos directos a la salud humana, calidad del aire, agua y suelo y pérdida de inmensas áreas forestales. Entre las principales causas apuntadas por el

Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CEMEC- está la conducta humana y uso inapropiado del fuego, la deficiencia de los mecanismos de control, la deforestación industrial y las quemadas intencionales. (Cemec, 2017).

Deforestación y avance de la frontera agropecuaria: Esto se refiere a la transformación del suelo para propósitos agrícolas e industriales que afectan directamente al desarrollo de los ecosistemas en uso. Este es uno de los principales problemas en el subsector forestal de la biodiversidad en Guatemala.

Introducción de especies exóticas invasoras: Las invasiones biológicas son especies animales invasoras las cuales se establecen en un territorio e introducen cambios o amenazas para la diversidad biológica nativa.

De los factores principales que están causando la degradación en la biodiversidad de recurso que tenemos es la sobreexplotación de los recursos naturales se produce cuando se extraen los organismos o se explota los ecosistemas a un ritmo mayor que el de su regeneración natural. Por lo tanto, son varias las actividades que ocasionan este problema. El mayor impacto de la sobreexplotación es la pérdida de biodiversidad, es decir, la extinción del recurso. Agotamiento de minerales y combustibles fósiles, especies marinas caza de animales y de petróleo.

Así mismo la contaminación generada está teniendo un impacto negativo, esto debido al modelo de consumismo que llevamos.

Según Steiner (2017), la gestión inadecuada de los residuos se ha convertido en uno de los mayores problemas no solo medioambientales, sino también de salud y económicos en todo el mundo. Cada año, se generan en todo el planeta entre 7.000 y 10.000 millones de toneladas de residuos.

En los países desarrollados una persona produce, como media, 1 kilogramo de basura por día. En los países en vías de desarrollo se produce entre 400 y 700 gramos por habitante al día. (cempren, 2017).

En Guatemala, la investigadora de Belo Horizonte Abreu, ingeniera civil brasileña con especialidad en Saneamiento y posgrado en Gestión Ambiental por la Universidad de Aberdeen, Escocia devela el trasfondo de un problema de enormes magnitudes. Solo en Guatemala es probable que al año sean generadas más de 3 mil millones de toneladas de basura originarias.

La comuna capitalina calcula que cada vecino del municipio genera al año unas 730 libras de basura, que en su mayoría termina en el vertedero de la zona 3. El 68 por ciento son desechos orgánicos, 11 por ciento papel y cartón, seis por ciento plástico, cinco por ciento aluminio, cuatro por ciento vidrio y tres por ciento tela. (El periódico, 2018).

Mucha de esta basura que producimos no se recicla y termina en 14 de los 38 principales ríos con los que cuenta el país y están contaminados con desechos sólidos, materia orgánica,

microorganismos y contaminantes tóxicos. La basura que arrastran ríos como el Motagua ha ocasionado demandas internacionales por falta de políticas para frenar el problema. Los cuatro lagos más importantes del país también están contaminados con basura. (Prensa libre, 2017).

La humanidad necesita de ecosistemas sanos. Sin ellos, la tierra sería inhabitable. La pérdida de la biodiversidad contribuye a la inseguridad alimentaria y energética, aumenta la vulnerabilidad ante los desastres naturales, empeora las condiciones de salud, reduce la cantidad y calidad de agua.

Proteger la biodiversidad podría hacer la diferencia entre un planeta que pueda sostener a la población humana y uno que no.

Hoy en día el planeta cuenta 7.600 millones de personas por tal motivo es importante que preservemos la biodiversidad para que esta pueda cubrir las necesidades de las 9.000 millones de personas proyectadas para el año 2050 (ONU, 2018).

La Ley de Áreas Protegidas, Decreto Número 4-89 del Congreso de la República, declara de interés nacional la conservación de la diversidad biológica del país, esta ley da fundamento a la creación del Consejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP que tiene dentro de sus principales responsabilidades establecer, coordinar y administrar el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas SIGAP y conservar la diversidad biológica de Guatemala, siendo así decretado el *Día de la Biodiversidad el 22 de mayo* por la Asamblea General de las Naciones Unidas, defendiendo el tema central *Defendiendo la Biodiversidad* (CONAP, 1989 -2018)

En Guatemala tanto organizaciones gubernamentales como ong's están comprometidas al resguardo de la biodiversidad del país pues se cuenta con uno de los puntos de riqueza en biodiversidad biológica del planeta y esto compromete a las instituciones a buscar medidas de resguardo.



Identidad visual

Vivimos en una sociedad cambiante. Día a día aparecen nuevos avances en diferentes campos: tecnológica, educación, medicina, sociales y culturales. Y es innegable que en todas estas ramas el diseño tenga un papel fundamental en la implementación y difusión. Todos ellos buscan de una manera u otra transmitir mensajes, generar actitudes o comunicar a un grupo específico. Con tantos ámbitos tratando de llamar la atención de los usuarios, también es innegable decir que hoy en día existe una sobresaturación de elementos visuales en el mercado. Muchas de estas ideas buscan ser transmitidas de manera visual, debido a que el impacto que se genera en el espectador es mucho mayor. Con un promedio de cinco segundos de atención por persona, es importante transmitir en ese tiempo mensajes e ideas.

Quiñonez (2018), atrás quedan los años donde se consideraba al diseño como una herramienta con el único fin de vender. El mercado ha cambiado ya que actualmente las empresas ya no buscan vender productos físicos. Actualmente tratan de enfocarse en sentimientos, emociones e ideas. Con este tipo de productos, el campo del diseño gráfico se ha ampliado aún más y está comenzando a mostrar todo su potencial. Utilizándolo correctamente puede ser un aliado para contribuir en diferentes causas sin fines de lucro. Lo impensable hasta hace poco está sucediendo, el diseño gráfico está ayudando a obtener un cambio a través de un campo multidisciplinario para atraer a sus diferentes grupos.

La responsabilidad social ha sido uno de los nuevos temas de voga entre las grandes compañías. Se busca siempre vender los beneficios que conlleva el consumir su producto. Muchas de estas marcas buscan mostrar la ayuda que su marca genera y su contribución social a una u otra causa. Este tipo de diseño gráfico llevó al cuestionamiento de las mismas marcas y a su vez genera nuevas ideas sobre cómo el diseño gráfico puede aportar a campañas que buscan algún tipo de cambio social o cultural que no posean un trasfondo económico. Crear un diseño gráfico que busque un fin más humanitario es sin duda un reto de suma importancia en una sociedad capitalista, (Quiñonez, 2019).

Así mismo Quiñonez nos indica que el papel del diseñador gráfico es transformado de una simple herramienta de creación de publicidad efímera a la personificación de la voz de la empresa. En este papel, se debe saber interpretar las ideas de lo que la compañía busca transmitir a su grupo objetivo, plasmarlas de una manera que resulte atractiva para el mismo y que cuente con la aprobación de las altas esferas de la compañía, y finalmente difundir y hacer repicar dicho mensaje.

Gracias a esta nueva modalidad y rol que cumple el diseñador gráfico, sociedades y campañas que antes eran tan difícil hacer llegar a grupos y comunidades, cada día se están acercando a ellas y logrando dar a conocer su mensaje. Las campañas sociales, ambientales y ecológicas cada vez son un tema más recurrente dentro de las diferentes esferas sociales, ayudando

de esta manera a dar a conocer el mensaje y esparcirlo. Gracias al diseñador, este mensaje puede llegar a estos grupos de una manera más coherente, utilizando medios cada vez menos invasivos y amigables con la naturaleza, generando así una lógica y consecuencia en el discurso de estas entidades.

Marina (2013), comenta que “un manual de línea gráfica para una marca es un instrumento didáctico que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, atribuciones, conceptos gráficos y demás procedimientos usados por la propuesta visual de una marca, así como otros puntos que se consideren necesarios teniendo como marco de referencia los principios comerciales e históricos de la empresa”

Conociendo las necesidades que posee el colectivo, el estudiante encargado del proyecto puede ayudarlos a alcanzar el objetivo que persiguen con la implementación de un manual de normas gráficas y haciendo uso del Place Branding. Lafuente (2019) define la palabra Place Branding como: *Brand* significa marca en inglés, y Branding no es otra cosa que posicionamiento de marca. Es el objetivo de situar a tu marca en cabeza (como si fuera en un ranking) para que todo el mundo la conozca y hable bien de ella, para convertirla en un referente. *Place* significa sitio o lugar (entendido como un pueblo, una ciudad, una región, una comunidad autónoma o un país). Así que, al juntar ambas palabras, podríamos aventurar que Place Branding es el posicionamiento de la marca de un sitio o lugar

Dicho Branding busca desarrollar los códigos que caracterizan a la marca y generar un mejor posicionamiento de la marca, por lo que es importante que la marca y su imagen representen una visión clara de lo que significa el colectivo para el resguardo de la biodiversidad, esto originará una mejor conexión de empatía con los sectores objetivos de la organización que son los privados y públicos, para generar mayor participación de la población, y con ello consolidar los proyectos que la ONG genera para el país.

Cuando hablamos de los códigos de la marca, nos referimos a todos los atributos y rasgos que definen el aspecto visual que tendrá la marca: los elementos gráfico, cromáticos y tipográficos que busca apoyar y reforzar la marca, generando de esta manera una identidad corporativa sólida que se aplica a todos los medios de comunicación visuales generados por el colectivo, impactando de manera positiva en la recepción y entendimiento de sus mensajes por parte del grupo objetivo, (Lafuente, 2019).

Pero ¿A qué nos referimos cuando hablamos de una identidad corporativa? Etimológicamente, el término identidad “identidad” viene de la raíz latina “idem” que se traduce como “uno mismo”, mientras que la corporación es la persona jurídica de una organización de personas que se reúnen para decidir asuntos científicos, económicos, de interés general, etc. Así pues, podemos definir muy ampliamente a la identidad corporativa como la esencia o ser de una empresa. Costa (1999) describe “...la Identidad corporativa como la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido

al sentido que una persona tiene de su propia identidad. Es algo único. Incluye el historial de la organización, sus creencias y filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias”.

Así mismo en la identidad corporativa, se incluirá el conjunto coordinado de signos visuales por los cuales el grupo objetivo y el público en general reconocen instantáneamente a una entidad, grupo o institución, ya sea por la memorización de la marca o por encontrarse constantemente expuestos a la marca.

Eco (1973), nos dice que “El signo se utiliza para transmitir una información, para decir, o para indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también. Ello se inserta en un proceso de comunicación de este tipo: fuente – emisor – canal – mensaje – destinatario”. Aquellos signos que integran la identidad corporativa tienen una función y una característica de comunicación diferente. Estos signos se complementan entre sí, provocando una acción de sinergia que busca aumentar su potencial y eficiencia en conjunto. Según sus características estos pueden ser lingüísticos (designación verbal; logotipo), icónicos (marca gráfica o distintiva figurativa y portadora de un significado) o cromáticos (color elegido para identificarse). Estos signos, dentro del lenguaje de comunicación visual no deben ser únicamente parte de un proceso de comunicación, si no que a su vez

deben de poseer un significado por sí mismos.

Eco, en su libro Signo (1973), define “...entre emisor y destinatario ha de haber un código común, es decir, una serie de reglas que atribuyen un significado al signo, al instaurar dichas reglas el signo no es solamente un elemento que entra en el proceso de comunicación, sino que es una entidad que forma parte del proceso de significación”. El código dentro de la comunicación es definido como el lenguaje utilizado entre el emisor y el destinatario.

Estos códigos a su vez presentan dos variantes, ambas de suma importancia para la identidad corporativa: el código lingüístico natural y el código lingüístico escrito.

Se define al código lingüístico natural como aquel que hace uso del lenguaje hablado y de señas de un idioma específico. Entre sus características se encuentran que es instantáneo, no permanece el tiempo, se tiene acceso a él por el sentido del oído (lenguas orales) o la vista (lenguas de señas), hace uso de signos extralingüísticos (ademanos, posturas corporales, expresiones faciales, etc) y se aprende de manera espontánea a través de la adquisición lingüística (por transmisión de adultos a niños). El código lingüístico escrito, por el contrario se capta a través de la lectura (sentido de la vista), es exclusivo para aquellos que saben leer y escribir (No se aprende de manera espontánea, requiere un aprendizaje consciente), exige el conocimiento de ciertas normas de convenciones

por signos gráficos que al organizarse forman palabras.

Para la identidad corporativa, ambos lenguajes representan su voz, su pensamiento y su conciencia. Es por ello que dentro del lenguaje escrito existe un área específica encargada de la materialización visual del lenguaje verbal. La tipografía se define como el manejo y selección para crear elementos visuales que conlleven el uso de signos escritos. Para Morales (2016) “La tipografía juega un papel muy importante que va más allá de no desentonar con los demás elementos, pues el tipo de letra en sí mismo puede comunicar ideas como prestigio, emociones o alegría, además de que funciona como un signo de identidad.

No olvidemos que así como existe color corporativo también se trabaja con tipografía corporativa”. La tipografía nos permite de alguna manera el poder jugar y experimentar con los elementos gráficos del texto escrito: utilizar la riqueza del lenguaje como el espaciado de las letras, definir la forma de las letras de acuerdo al objetivo que queremos lograr, optimizar la legibilidad de los mensajes o transmitir pensamientos, emociones o sensaciones con la simple utilización de estos signos visuales.

El color es la forma más inmediata de comunicación no verbal (Ambrose y Harris, 2006). Lo cual nos ha llevado a una cierta comprensión de reaccionar sobre él de forma instintiva, ya que ningún otro elemento del diseño nos permite representar ideas y emociones como el color, y que nos brindara una idea inmediata en cómo responder ante el medio en el cual se representa sea impreso o por medios digitales.

Dicha reacción va asociada a tres componentes fundamentales de los que parte el color y la manera en que inciden a la hora de ser percibidos:

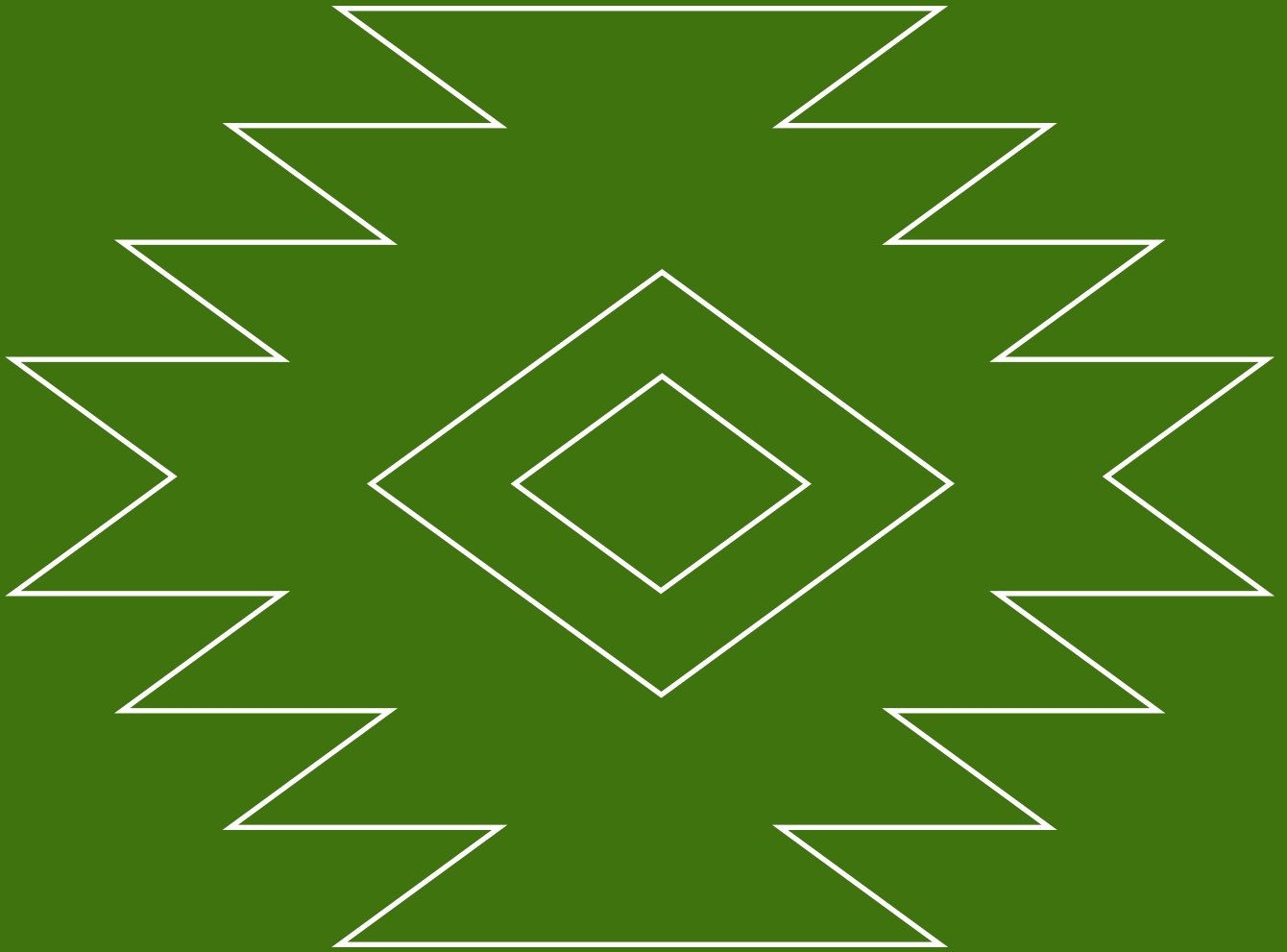
En donde el tono o color es la característica única de cada color que nos permite distinguirlo visualmente de los demás. Los tonos o colores están formados por luz de diferentes longitudes de onda.

Por otra parte la saturación o croma es la pureza del color, los niveles de saturación describen la tendencia del color a acercarse o alejarse del gris, en su máxima saturación, el color no contiene gris: se describe como vivo, brillante, rico etcétera. A medida que desciende la saturación, los colores contienen una cantidad cada vez mayor de gris, lo que produce tonalidades más tenues y apagadas.

El valor corresponde a la luminosidad u oscuridad del color, el cual se modifica añadiendo diferentes proporciones de blanco o negro al color, los colores mezclados con blanco se denominan matices, mientras que los mezclados con negro se denominan sombras. El valor no debe confundirse con la saturación, ya que ambos son independientes.







Niveles de visualización y evaluación gráfica

Capítulo



Etapas de desarrollo creación y validación de las las propuestas gráficas para implementar en el manual de línea grafica.



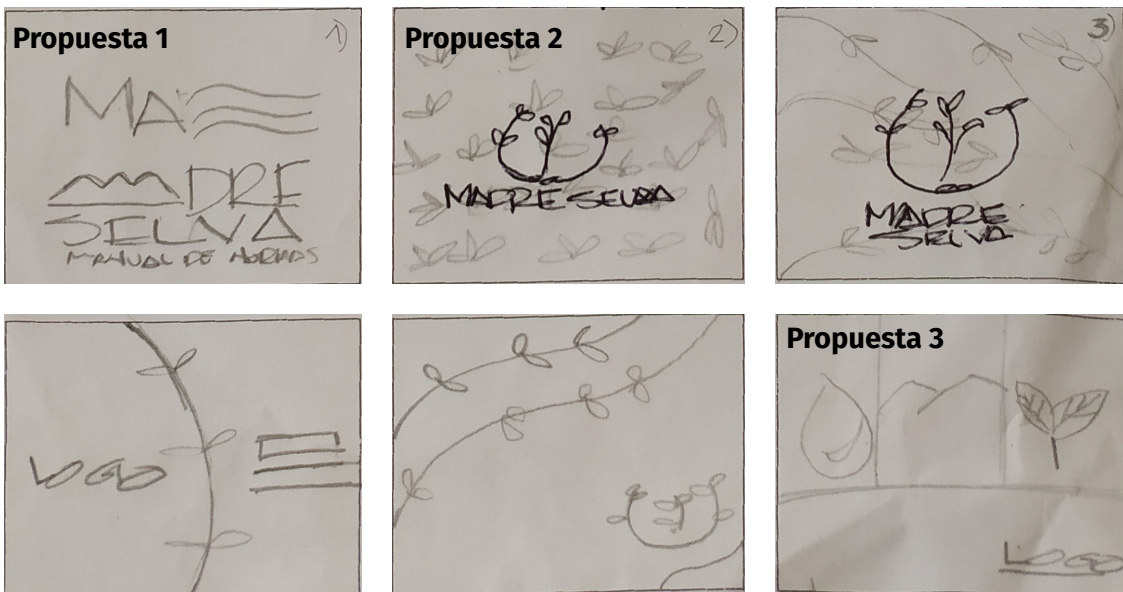
Nivel 1 de visualización

(bocetos iniciales a mano)

En esta fase se empezaron a diseñar los bocetos hechos a lápiz para manual, de los cuales se sometieron a través de un documento autoevaluación (ver anexo 1)

Portada

Se generaron 6 bocetos para la portada del manual de la línea gráfica visual para el Colectivo Ecologista MadreSelva de los cuales se escogieron dos propuestas que buscan expresar las características de la institución a través de ilustraciones.

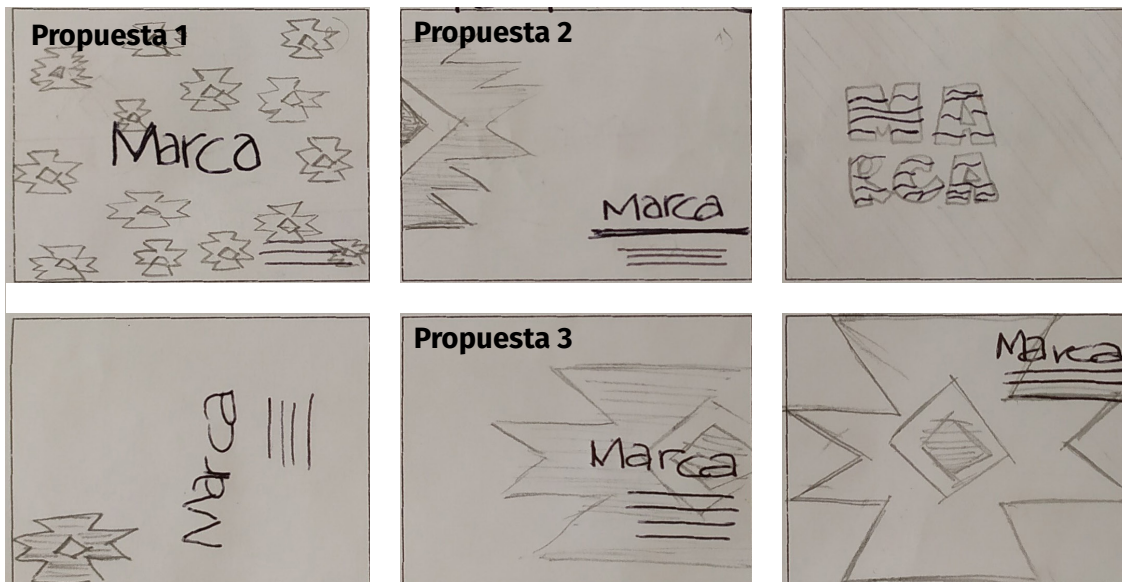


Se utilizó un instrumento de validación donde los criterios a evaluar son Pertinencia, memorabilidad, originalidad, legibilidad, composición visual, estilización, identidad visual, composición tipográfica, relación con el Colectivo Ecologista y lo que hacen, cada tema tendrá una ponderación de 1 a 5, dicho proceso pretende evaluar de manera objetiva los bocetos realizados por el proyectista y así poder obtener una respuesta objetiva, sobre cuáles son los diseños que reúnen las mejores condiciones para seguir trabajando en ellos.

PORTADA											
Nombre de la versión	Pertinencia	Memorabilidad	Originalidad	Legibilidad	Composición visual	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Diseño tipográfico	Relación con el CMS y lo que hace	RESULTADO / 50
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Propuesta 1	3	4	5	4	3	4	3	3	0	5	32
Propuesta 2	5	5	4	5	4	4	5	5	0	5	42
Propuesta 3	5	5	2	5	2	4	5	3	0	5	36

Portadillas

Para poder hacer una separación entre las secciones del manual para la línea gráfica visual del Colectivo Ecologista MadreSelva se desarrollaron portadillas en las cuales se utilizara iconografía extraída de telas típicas, así como la tipografía en bold para describir las secciones y tenga un buen peso visual.



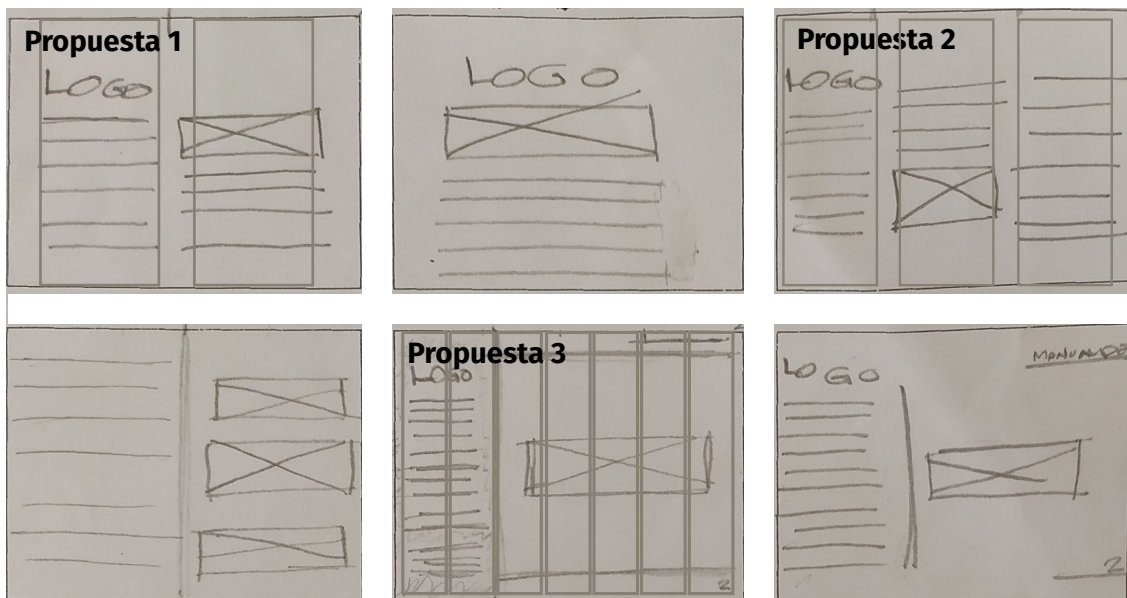
Se utilizó un instrumento de validación donde los criterios a evaluar son Pertinencia, memorabilidad, originalidad, legibilidad, composición visual, estilización, identidad visual, composición tipográfico, relación con el Colectivo Ecologista y lo que hacen, cada tema tendrá una ponderación de 1 a 5, dicho proceso pretende evaluar de manera objetiva los bocetos realizados

por el proyectista y así poder obtener una respuesta objetiva, sobre cuáles son los diseños que reúnen las mejores condiciones para seguir trabajando en

Nombre de la versión	PORTADILLAS											RESULTADO / 50
	Pertinencia	Memorabilidad	Originalidad	Legibilidad	Composición visual	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Originalidad	Relación con el CMS y lo que hace		
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Propuesta 1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
Propuesta 2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	36
Propuesta 3	3	4	5	4	3	4	2	3	2	5	5	33

Diagramación

La diagramación para las páginas interiores será de 4 columnas la cual permitirá tener una buena distribución de los elementos que se utilizaran como los son textos e ilustraciones, se presentan dos propuestas las cuales fueron sometidas a validación.

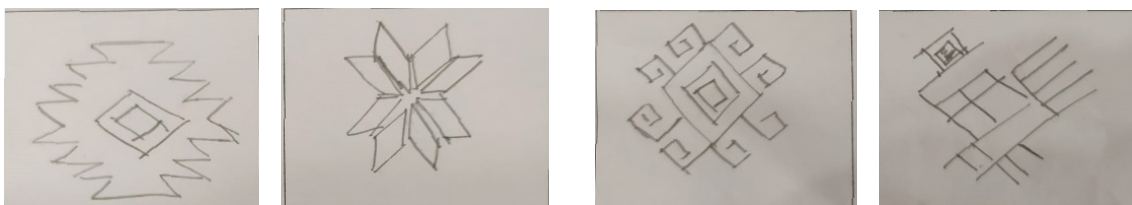


Se utilizó un instrumento de validación donde los criterios a evaluar son Pertinencia, memorabilidad, originalidad, legibilidad, composición visual, estilización, identidad visual, composición tipográfica, relación con el Colectivo Ecologista y lo que hacen, cada tema tendrá una ponderación de 1 a 5, dicho proceso pretende evaluar de manera objetiva los bocetos realizados por el proyectista y así poder obtener una respuesta objetiva, sobre cuáles son los diseños que reúnen las mejores condiciones para seguir trabajando en ellos.

Nombre de la versión	DIAGRAMACIÓN										RESULTADO / 50
	Pertinencia	Memorabilidad	Originalidad	Legibilidad	Composición visual	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Diseño de retícula	Relación con el CMS y lo que hace	
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Propuesta 1	3	4	5	4	3	4	3	3	0	5	32
Propuesta 2	3	4	5	3	3	2	3	3	3	3	32
Propuesta 3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47

Línea gráfica

Para la línea gráfica se trató de buscar una conexión que genere el sentimiento de lo que son y para quien lo hacen, y como lo relata el coordinador de la institución él Sr. Oscar Conde, Colectivo MadreSelva es su gente por la que continuamente están velando para que se cumplan los derechos que tiene como ciudadanos Guatemaltecos, y el público objetivo del Colectivo MadreSelva es toda la población de los departamentos y municipios, una característica usual tanto de la población que atienden como de los colaboradores del Colectivo MadreSelva es su vestimenta típica. A través de los patrones con los que cuentan las telas típicas, puedan ser extraídos y plasmados en la guía de línea gráfica para el Colectivo MadreSelva.



Nivel 2 de visualización

(bocetos digitales)

Concepto creativo

El concepto creativo para el desarrollo del manual de línea gráfica de identidad visual es:

“Acciones que dan vida”

Todas las partes involucradas en la encuesta estuvieron de acuerdo con el concepto creativo “Acciones que dan vida” ya que el mismo se ve expresado en el arduo trabajo que realiza el Colectivo Ecologista MadreSelva y se representa en la naturaleza que ellos protegen, toda esta vida que se encuentra da muchas posibilidades para generar gamas de colores por medio todos los elementos que encontramos en la selva y poder explotar cada uno de esos elementos.

Línea gráfica

La línea gráfica fue bien recibida por los encuestados por el atractivo de los iconos que fueron extraídos de los trajes típicos representativos a las aldeas donde el Colectivo Ecologista MadreSelva desarrolla sus proyectos, ya es una forma de conectar al Colectivo con los pueblos del área rural mismo que son identidad y cultura guatemalteca por medio de sus vestimenta típica.

PORTADA

Para el desarrollo de la portada se diseñó un patrón a partir de la forma define una hoja en la planta MadreSelva la cual está representada en el isotipo de marca dichas formas se repite tanto en tamaño como rotación dentro del área para representar la ilustración en la portada.

De las propuestas presentadas a los diseñadores tuvo mayor aceptación la portada con diferentes tonalidades y sobre la cual se trabajó los cambios comentados en la evaluación.



PORTADILLAS

Para poder hacer una separación de las secciones en el manual línea gráfica de identidad visual se desarrollaron portadillas, dentro de las cuales se utilizara iconos extraídos de telas típicas, ya que dicha característica está inmersa tanto en la vestimenta que utilizan muchos de los colaboradores del Colectivo Ecologista MadreSelva así como a las poblaciones que brindan apoyo.

Para los titulares en cada sección dentro del manual se usará una tipografía de tipo bold en un tamaño de 100 pts para que la misma no pierda protagonismo por los patrones generados a partir de iconos típicos, usados en las portadillas.



De las propuestas presentadas a los diseñadores tuvo mayor aceptación las portadillas que contenían el patrón icónico en repetición y sobre la cual se trabajó los cambios comentados en la evaluación.



PALETA CROMÁTICA

Se generó una paleta cromática secundaria acorde a la temática que el Colectivo Ecologista MadreSelva atiende, siendo esta la preservación de los ecosistemas naturales y sus recursos, de este modo poder utilizar y extraer toda la riqueza de tonos y saturaciones que se encuentran en la naturaleza viva de los ecosistemas guatemaltecos.

Los colores que se proponen son: Café que sirve para representar a los suelos, verde representativo en las hojas de las plantaciones en la naturaleza, celeste representando los lagos y ríos, amarillo que representa al Sol y como los rayos solares coadyuvan a la flora y fauna para su supervivencia y el fucsia que representa las orquídeas una planta representativa en muchos de los ecosistemas del país.

Cafe



C	M	Y	K
54	68	71	63

R	G	B
64	44	37

HEX
#402C25

Amarillo



C	M	Y	K
2	9	97	0

R	G	B
255	221	21

HEX
#FFDD15

Verde



C	M	Y	K
74	19	100	5

R	G	B
76	149	0

HEX
#4C9500

Turquesa



C	M	Y	K
77	32	100	21

R	G	B
0	173	238

HEX
#00ADEE

Fucsia



C	M	Y	K
20	98	53	5

R	G	B
191	36	86

HEX
#BF2456

TIPOGRAFÍA

Para redactar el contenido informativo en el brandbook se utilizará la familia tipográfica institucional Fira San la cual tendrá una variación de acuerdo a su uso en sus titulares, subtulares y cuerpos de texto, siendo esta una tipografía que refleja el dinamismo de la organización y los valores que transmite el Colectivo Ecologista MadreSelva que son modernidad e innovación.

Fira Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Fira Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Fira Sans Semi Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Fira Sans Bold

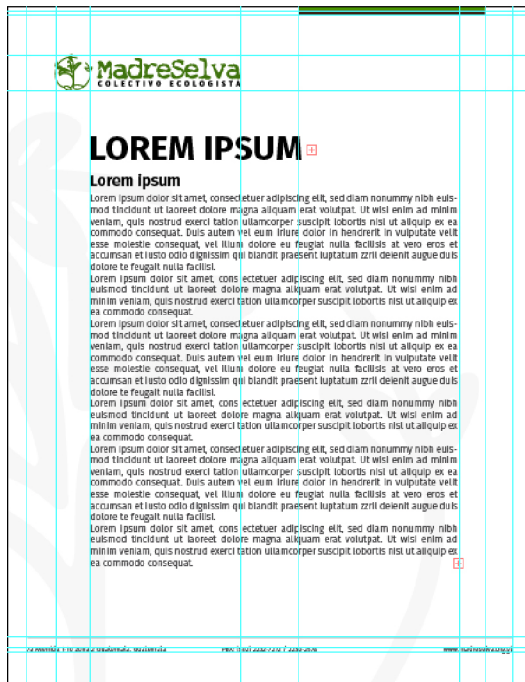
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()



BRANDING

Para la parte del branding se desarrollaron los diferentes materiales tanto impresos como los digitales.

Hoja membretada



Tarjeta de presentación



Firma electrónica



Validación con expertos del área

Para el desarrollo de la validación se recurrió a 8 profesionales. Dos de ellos orientados en el área de desarrollo de marca uno con enfoque al desarrollo de marca y uno con orientado al diseño editorial. Los encuestados hicieron críticas constructivas en cuanto a diseño se refiere y aportando nuevos replanteos de las piezas de diseño.

Los profesionales en el área de Diseño Gráfico que apoyaron este proceso fueron:

Licda. Ana Barrios
Marketing Digital / Totto Guatemala

Lic. Carlos Arrivillaga
Branding / d4 McCann

Lic. Jorge Quiñonez
Diseñador en Ubica Desarrollos

Licda. Melanie Anleu
Diseñadora en Samboro

Licda. Cynthia Villatorro
Marketing Digital / Suministros y Alimentos

Licda. Anaite Quevedo
Branding / Mango

Licda. Keren Garcia
Unidad de Divulgación / Usac-Arquitectura

Licda. Liberta Garrido
Diseño editorial

Para este segundo nivel de validación se calificó por medio de una encuesta (Anexo 5) donde se les presentaron las principales piezas para la implementación del manual de identidad corporativa. Así mismo se les pidió algún tipo de comentario para retoques finales en las piezas.

Nivel 3 de visualización

(prototipo final)

El nivel 2 de visualización fue de gran ayuda para poder llegar a esta última fase de visualización ya que por medio de los comentarios y validación que hicieron los profesionales en el área de diseño gráfico se mejoraron los diseños en este nivel. a partir de la validación con el Grupo Objetivo se pudo verificar la eficiencia de las piezas a implementar para el manual de línea gráfica de identidad visual, a partir de los datos obtenidos por medio de encuestas realizadas se procedieron a realizar los últimos cambios y con ello finalizar las piezas de diseño.

La validación en este nivel se realizó en las oficinas centrales del Colectivo Ecológico MadreSelva ubicadas en la zona 1 de la ciudad capital, por medio de una encuesta personal (Anexo 6) al equipo de trabajo que forma parte de la organización.

Portada

Por medio de los datos obtenidos en la encuesta (ver anexo 6) se conserva el color verde utilizado de fondo con menor saturación, el tono asignado al patrón utilizado en la portada se procedió a darle mayor saturación y obtener mejor visualización, el texto “Línea gráfica para identidad visual” la tipografía pasó de 20 a 24 puntos y de versión light a regular para tener mayor presencia.

Diseño utilizado en validación.



Actual - Diseño replanteados a partir de validación con Diseñadores Gráficos



validación de propuesta final: (ver anexo 7)

Portadillas

A través de los resultados obtenidos en las evaluaciones de las portadillas para la división de los temas dentro del manual de “Línea gráfica para la identidad visual” se conserva el tono utilizado con mayor saturación que es el fondo, el tono utilizado en los patrones se le da mayor saturación para no competir con el tono blanco de los textos.

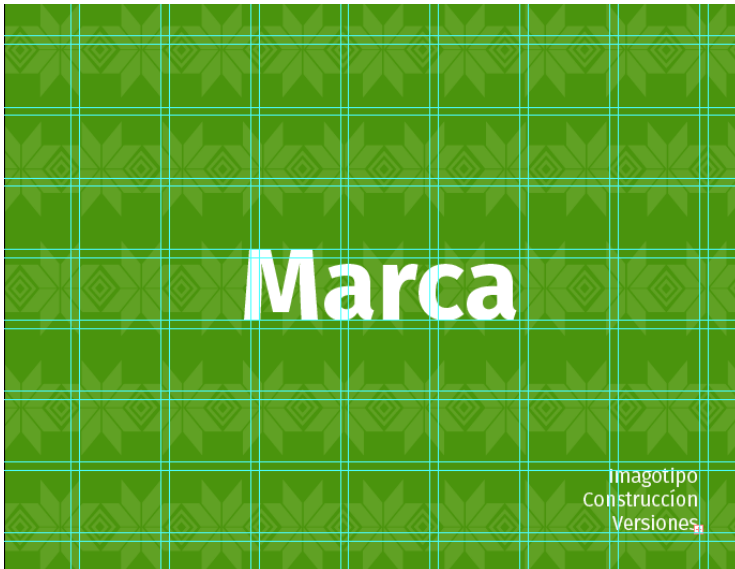
La tipografía tuvo una variación respecto a tamaño en el titular pasó de 100 puntos a 110 puntos y el contenido de 16 a 21 puntos así como variación de versión light a regular para tener mayor presencia.

Se mantuvo la retícula por módulos de 7x7

Diseño utilizado en validación.



Actual - Diseños replanteados a partir de validación con Diseñadores Gráficos



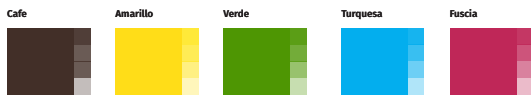
validación de propuesta final: (ver anexo 8)

Paleta de colores

La paleta cromática desarrollada hace alusión a la riqueza de colores que nos brinda la biodiversidad guatemalteca por medio de sus ecosistemas naturales, tonalidades que expresan y representan la vida que se encuentra en la naturaleza.

Se utilizaron tonos saturados, los cuales fueron replanteados nuevamente con mayor saturación para expresar la alegría y dedicación con la que trabaja la organización y que dan como resultado ecosistemas más llenos de vida natural.

Tonos utilizados en validación.



Actual - Tonos replanteados a partir de validación con Diseñadores Gráficos y Grupo Objetivo.

Cafe	Amarillo	Verde	Turquesa	Fucsia																																								
<table border="0"> <tr><td>C</td><td>M</td><td>Y</td><td>K</td></tr> <tr><td>54</td><td>68</td><td>71</td><td>63</td></tr> </table>	C	M	Y	K	54	68	71	63	<table border="0"> <tr><td>C</td><td>M</td><td>Y</td><td>K</td></tr> <tr><td>2</td><td>9</td><td>97</td><td>0</td></tr> </table>	C	M	Y	K	2	9	97	0	<table border="0"> <tr><td>C</td><td>M</td><td>Y</td><td>K</td></tr> <tr><td>74</td><td>19</td><td>100</td><td>5</td></tr> </table>	C	M	Y	K	74	19	100	5	<table border="0"> <tr><td>C</td><td>M</td><td>Y</td><td>K</td></tr> <tr><td>77</td><td>32</td><td>100</td><td>21</td></tr> </table>	C	M	Y	K	77	32	100	21	<table border="0"> <tr><td>C</td><td>M</td><td>Y</td><td>K</td></tr> <tr><td>20</td><td>98</td><td>53</td><td>5</td></tr> </table>	C	M	Y	K	20	98	53	5
C	M	Y	K																																									
54	68	71	63																																									
C	M	Y	K																																									
2	9	97	0																																									
C	M	Y	K																																									
74	19	100	5																																									
C	M	Y	K																																									
77	32	100	21																																									
C	M	Y	K																																									
20	98	53	5																																									
<table border="0"> <tr><td>R</td><td>G</td><td>B</td></tr> <tr><td>64</td><td>44</td><td>37</td></tr> </table>	R	G	B	64	44	37	<table border="0"> <tr><td>R</td><td>G</td><td>B</td></tr> <tr><td>255</td><td>221</td><td>21</td></tr> </table>	R	G	B	255	221	21	<table border="0"> <tr><td>R</td><td>G</td><td>B</td></tr> <tr><td>76</td><td>149</td><td>0</td></tr> </table>	R	G	B	76	149	0	<table border="0"> <tr><td>R</td><td>G</td><td>B</td></tr> <tr><td>0</td><td>173</td><td>238</td></tr> </table>	R	G	B	0	173	238	<table border="0"> <tr><td>R</td><td>G</td><td>B</td></tr> <tr><td>191</td><td>36</td><td>86</td></tr> </table>	R	G	B	191	36	86										
R	G	B																																										
64	44	37																																										
R	G	B																																										
255	221	21																																										
R	G	B																																										
76	149	0																																										
R	G	B																																										
0	173	238																																										
R	G	B																																										
191	36	86																																										
<table border="0"> <tr><td>HEX</td></tr> <tr><td>#402C25</td></tr> </table>	HEX	#402C25	<table border="0"> <tr><td>HEX</td></tr> <tr><td>#FFDD15</td></tr> </table>	HEX	#FFDD15	<table border="0"> <tr><td>HEX</td></tr> <tr><td>#4C9500</td></tr> </table>	HEX	#4C9500	<table border="0"> <tr><td>HEX</td></tr> <tr><td>#00ADEE</td></tr> </table>	HEX	#00ADEE	<table border="0"> <tr><td>HEX</td></tr> <tr><td>#BF2456</td></tr> </table>	HEX	#BF2456																														
HEX																																												
#402C25																																												
HEX																																												
#FFDD15																																												
HEX																																												
#4C9500																																												
HEX																																												
#00ADEE																																												
HEX																																												
#BF2456																																												

Tipografía

La tipografía establecida para el desarrollo de las piezas gráficas institucionales será la Fira Sans nos da una gran gama de opciones dentro de su familia tipográfica y esas opciones pueden ser aprovechadas en variaciones de acuerdo a su uso, siendo esta una tipografía que refleja el dinamismo de la institución y los valores que transmite el Colectivo Ecologista MadreSelva que son modernidad e innovación.

La familia tipográfica Fira Sans tuvo buen punteo en el proyecto tanto por los Diseñadores Gráficos como por el Grupo Objetivo al ser una fuente tipográfica que su mayor característica como lo indican sus creadores E. Spiekermann, R. du Carrois, A. Meiners y Botio Nikoltchev (2013) es su legibilidad que la hace fácil de comprender.

Actual - Tipografía replanteados a partir de validación con Diseñadores Gráficos y Grupo Objetivo.

Fira Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()

Fira Sans Regular

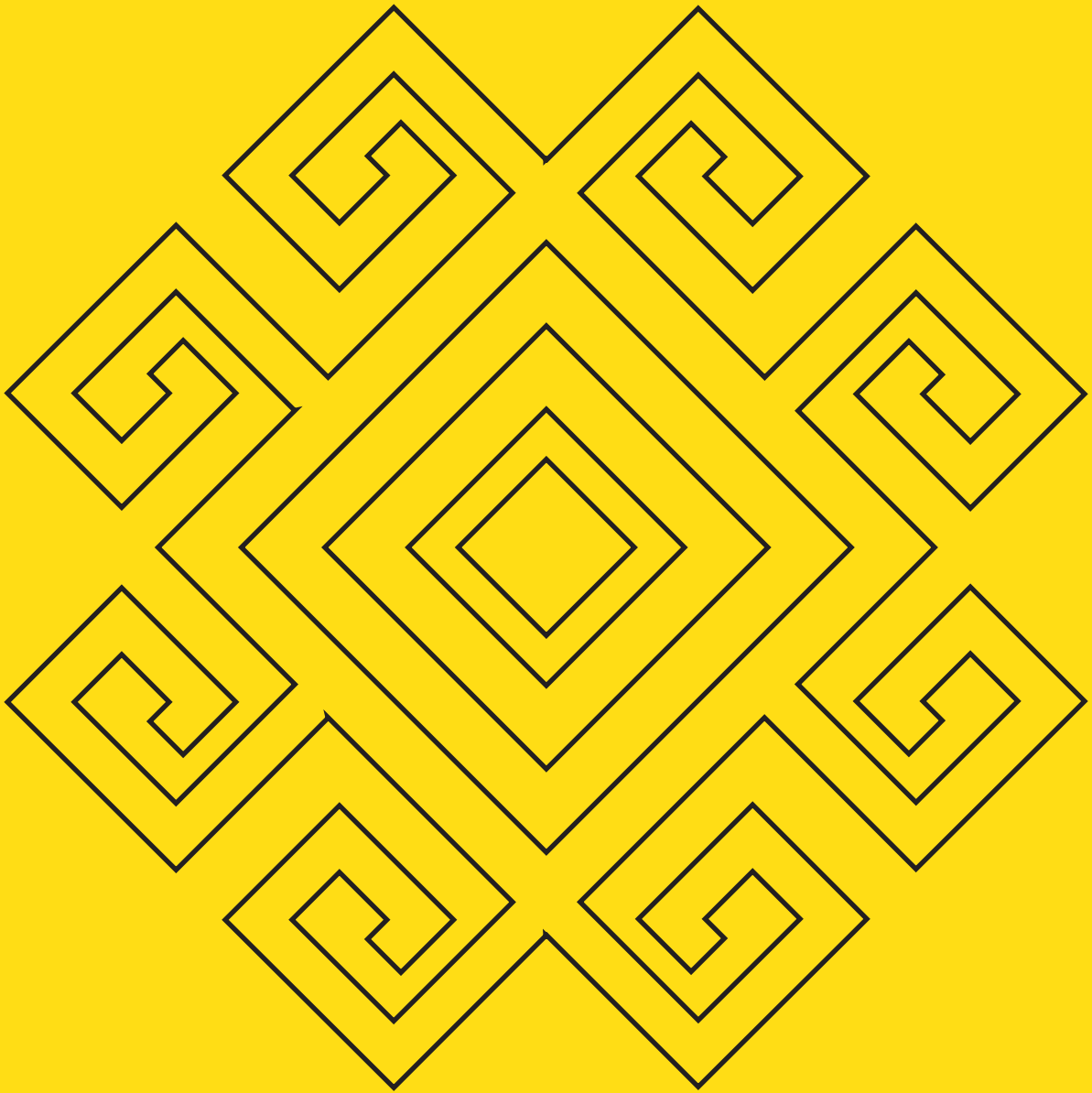
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()

Fira Sans Semi Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

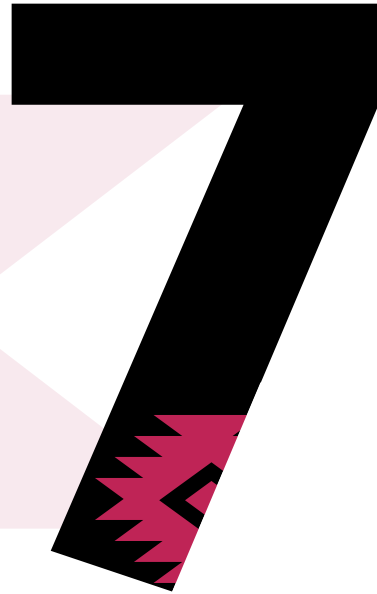
Fira Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()



Propuesta final

Capítulo



Visualización de piezas finales del proyecto A en su justificación y diseño final.



Portada y contraportada del manual

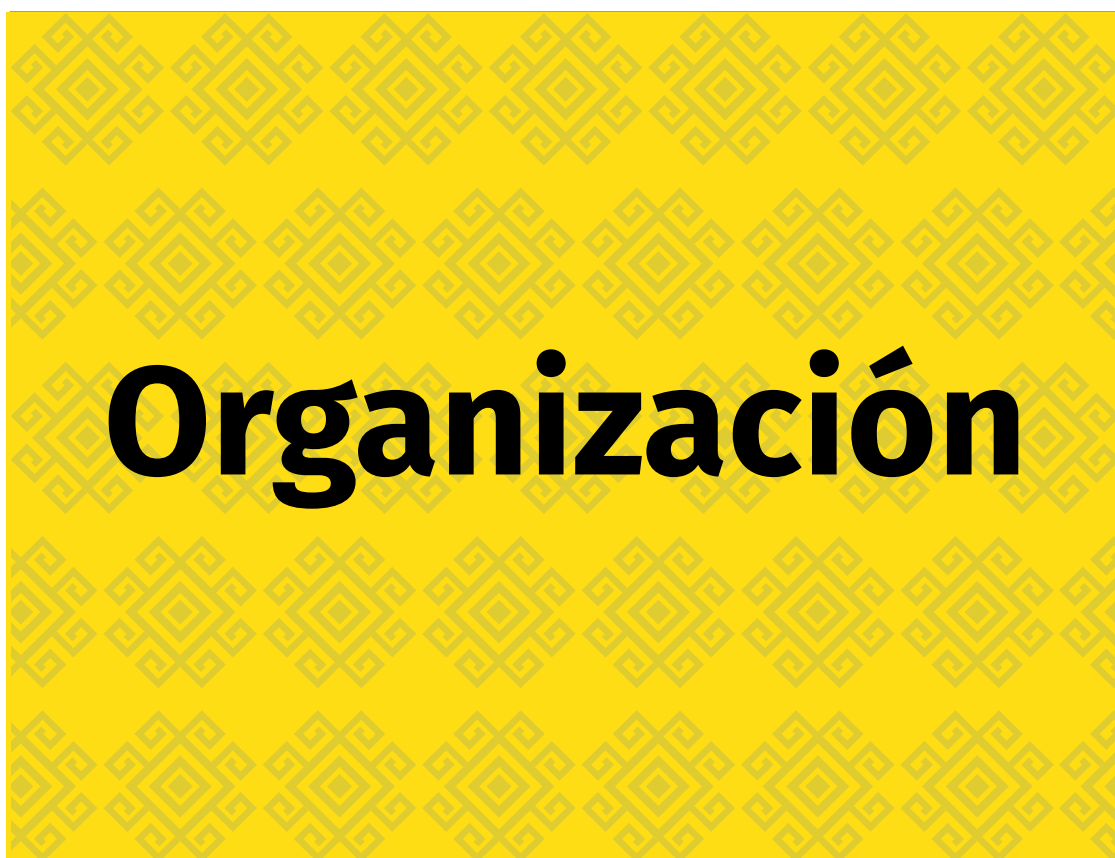


Página 1: Contenido

Página 2: Introducción

Contenido			
Organización	Marca	Normas	
Quiénes somos	Imagotipo	Reserva	16
Misión y visión	Construcción	Reducción	18
Arquetipo	Versiones	Usos inapropiados	19
	Imagotipo adaptación		
	Construcción adaptación		
	Versiones adaptación		
	Versiones lineal		
Color	Tipografías	Estilos visuales	
Colores institucionales	Tipografía institucional	Patrones	34
Aplicación de color	Tipografía secundaria	Fondos	36
Colores complementarios	Uso de tipografía	Fotografías Tratadas	38
Aplicación de color			
Papelería	Digitales	Uniforme	
Tarjeta de presentación	Fondos de escritorio	Camisa polo	54
Hoja membretada	Fondos para celular	Playera	55
Sobre DL	Firma electrónica	Gorra	56
Fólder	Sitio web		
Bloc de notas			

Página 3: Portadilla de organización



Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual

Quiénes somos

MadreSelva es una organización ecologista con más de 18 años de existencia trabajando en la defensa de los bienes naturales y la rica biodiversidad de Guatemala. Después de estos años de presencia activa, el Colectivo MadreSelva se ha convertido en un referente en el tema ecologista, en la defensa de los bienes naturales del país y en el acompañamiento de las comunidades que defienden sus territorios y bienes naturales ante el embate de un modelo de desarrollo extractivista que promueve el Estado y el poderoso sector económico.

Actualmente el Colectivo MadreSelva trabaja con las comunidades que le requieren para obtener asesoría técnica, política, legal y acompañamiento en sus luchas por sus derechos, territorios y bienes naturales. Este es el logro más importante del colectivo: la demanda de acompañamiento de las comunidades parte de la confianza cimentada después de largos años de compromiso ético y coherente práctica política ecologista. Las comunidades han elevado sus capacidades políticas, técnicas y organizativas, su articulación y se han consolidado con la experiencia de sus propias luchas en medio del gran vacío que deja la ausencia de políticas y medidas de protección ambiental y social por parte de los estamentos de los sucesivos gobiernos y municipalidades.

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual



Misión

Acompañar la acción político social, legal y no violenta de las comunidades y pueblos de Guatemala, en defensa de la vida, sus territorios y bienes naturales, para alcanzar una vida digna en armonía con la naturaleza. Impulsamos modelos alternativos de vida que no comprometan el bienestar de las generaciones actuales y futuras.

Visión

El colectivo ha desarrollado sus potencialidades técnicas y políticas para realizar el trabajo de acompañamiento a comunidades y pueblos de Guatemala en defensa de la vida, territorio y bienes naturales.

Comunidades han alcanzado condiciones para una vida digna en armonía con la naturaleza, que se organizan, participan y le exigen al Estado la inclusión equitativa con igualdad de derechos, respetando la diversidad y conservando su entorno natural para las generaciones presentes y futuras.

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual

Construcción

- 1. Valor de X**
Unidad de medida. Los tamaños, distancias y proporciones que deben existir entre los elementos gráficos del logotipo se basan con base a un cuadro perfecto.
- 2. Tipografía del nombre de la empresa**
La tipografía utilizada es Nose Bleed
- 3. Tipografía tipo de organización**
La tipografía utilizada es Fira Sans en su versión semibold.
- 4. Medidas imagotipo**
La relación entre ancho y alto del imagotipo, es la ejemplificada en esta referencia y sus espacios no deben de ser alterados bajo ningún fundamento.

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual

- 1.) Valor de X**

- 2. Tipografía del nombre de la empresa**

MadreSelva
- 3. Tipografía Tipo de organización**

COLECTIVO ECOLOGISTA
- 4. Medidas imagotipo**


Imagotipo Pag. 9

Marca

Imagotipo
Construcción
Versiones

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual



Isotipo Logotipo

Imagotipo

La imagen se divide en dos elementos:

- El isotipo es la parte simbólica de la marca simbolizada por una planta de emredadero, representa la expansión que busca el colectivo continuamente.
- El logotipo es la parte textual "MadreSelva colectivo ecologista".

Siempre se utilizará el imagotipo, que es la combinación imagen y texto. Este mismo no podrá ser modificado o separado de forma alguna que no se especifique en este manual.

Los tamaños tanto de isotipo como logotipo deberán ser siempre los relacionados en esta página.

Marca Pag. 9

Página 10:
Versiones

Página 11:
Imagotipo



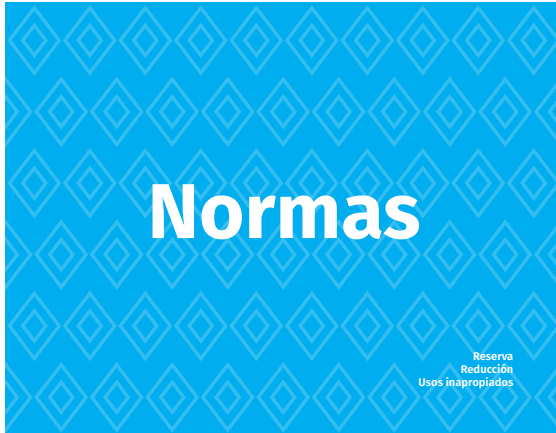
Página 13:
Versiones

Página 14:
Versión lineal



Página 12:
Construcción

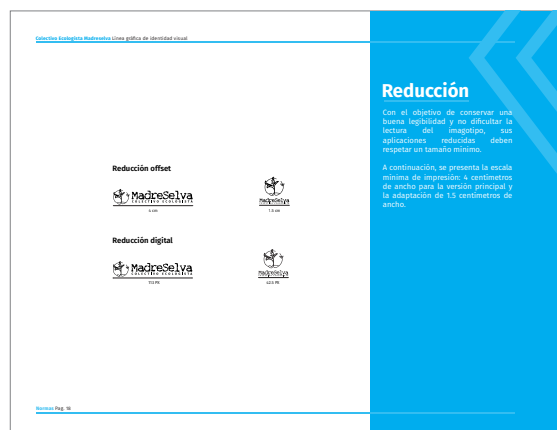
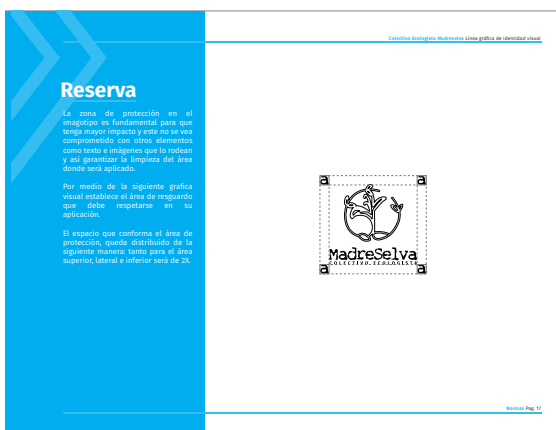




Página:
Normas
portadilla
Página 14:
Reserva



Página 19:
Usos
Incorrectos



Página:
Portadilla de marca
Página 9:
Imágotipo

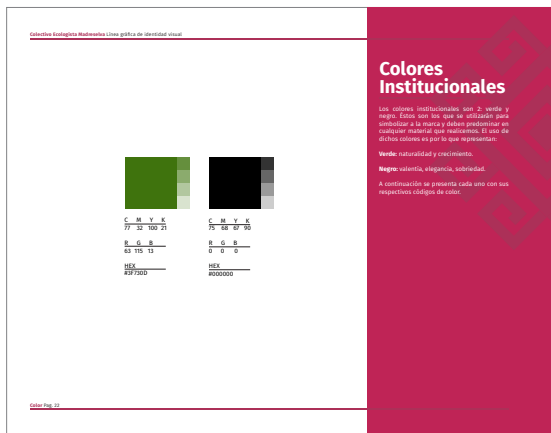
Página 20:
Usos
inapropiados

Página:
Color

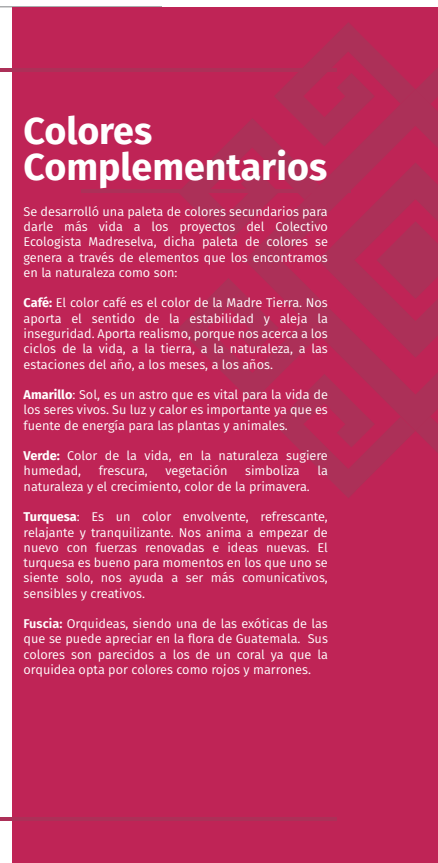
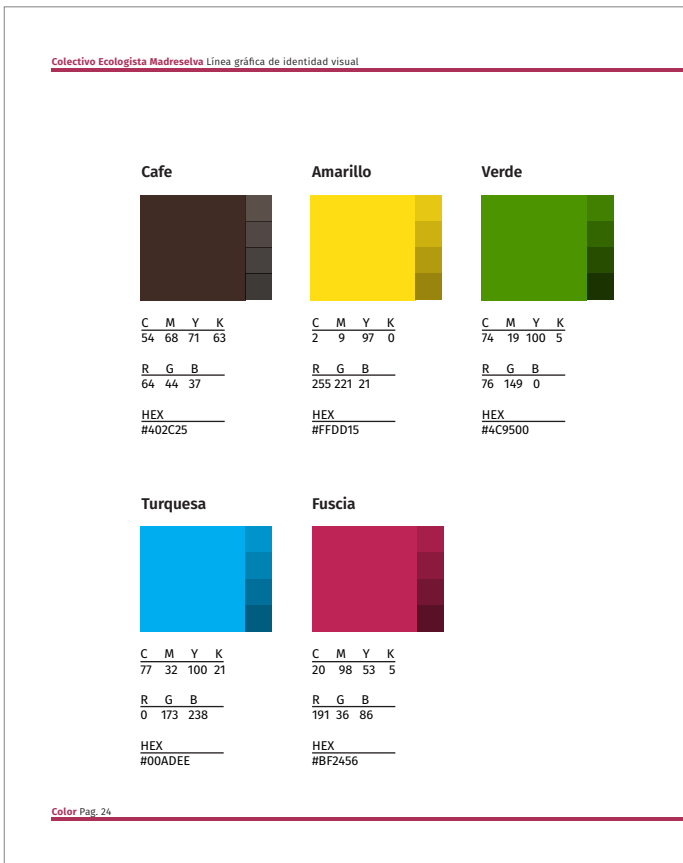


Página 22:
Colores
Institucionales

Página 23:
Aplicación
de colores



Página 24:
Colores
complementarios



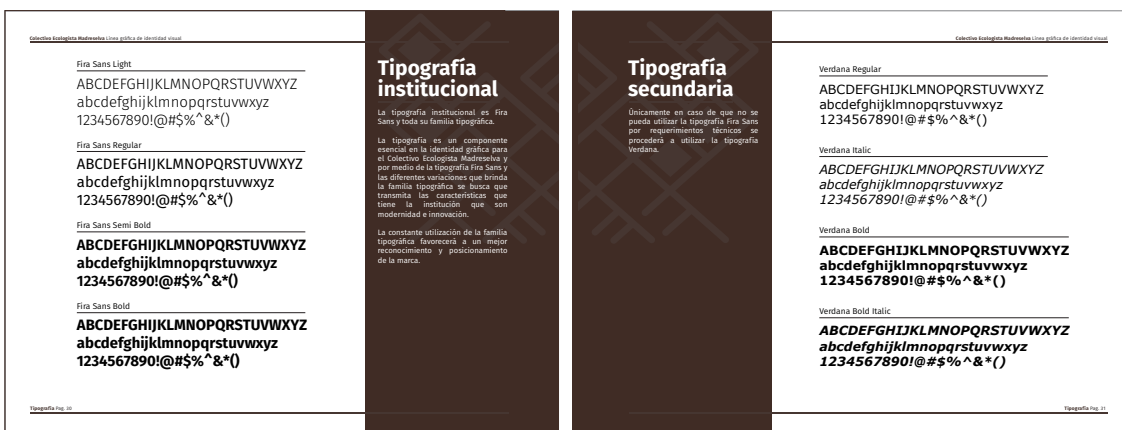


Página 27:
Aplicación sobre fondos

Página 28:
Contraste

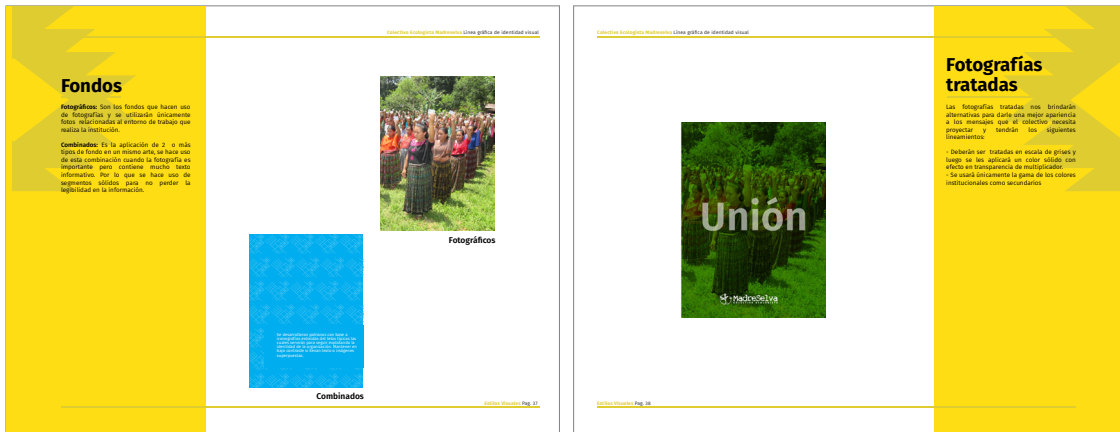


Página :
Tipografías portadilla



Página:
Portadilla de marca

Página 9:
Imagotipo



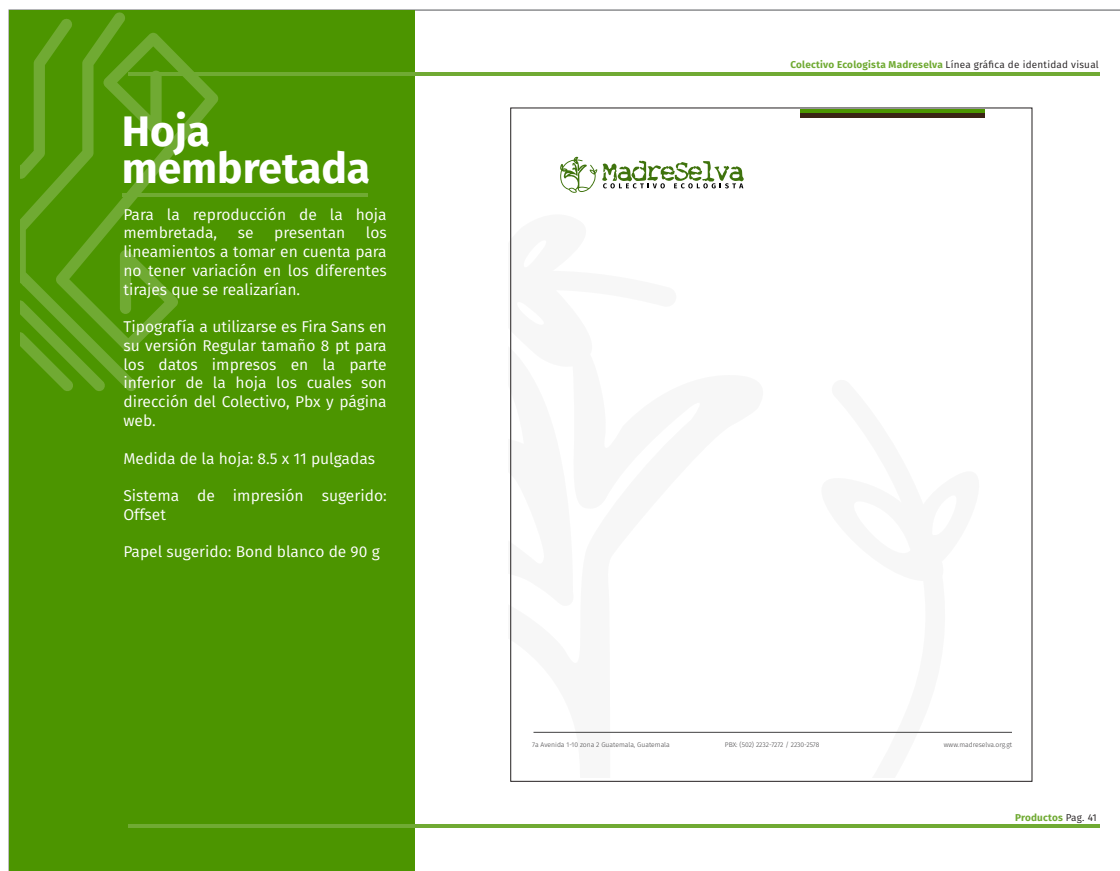
Página 37:
Fondos

Página 38:
Fotografías tratadas



Página :
Papelería
portadilla

Página 40:
Tarjeta
de presentación



Página 41:
Hoja membretada

Página 42:
Sobre DL

Página 43:
Visualización
documentos



Página 46:
Visualización



Página 44:
Folder

Página 45:
Bloc de notas





Página: Digitales

Página 48: Fondos de escritorio



Página 49: Fondos para celulares



Página 50: Visualización



Página 52: Sitio web

Página 51:
Firma electronica

Página:
Uniforme
portadilla

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual

Firma electrónica

Este elemento visual se utilizará para identificar sus sistemas electrónicos creados por el Colectivo a sus diferentes usuarios. En ella se encontrarán los siguientes elementos:

1. Imagen logo en su versión vertical.
2. Nombre del empleado.
3. Puesto.
4. Dirección de la organización.
5. Dirección web.



Oscar Conde
Coordinador

(502) 5507-1719
(502) 2322-7272
concooscar10@gmail.com
7a Avenida 1-10 zona 2 Guatemala
www.madreselva.org.gt

Uniforme Pag. 51

Uniforme

Camisa polo
Playera
Gorra

Página 54:
Camisa polo

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual



Camisa

La siguiente camisa de tipo polo servirá para poderse utilizar como parte del uniforme del Colectivo Ecologista MadreSelva y darle mayor realce a la identidad visual del Colectivo, contará con las siguientes características:

1. Será confeccionada en tela 100% algodón.
2. Se aplicará el uso de los colores institucionales.
3. El imagolotipo deberá ir a un tono y será bordado a la altura del pecho izquierdo de la prenda en un tamaño de 4".

Uniforme Pag. 54

Página 55:
Playera

Página 56:
Gorra

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual

Playera

La siguiente playera servirá para poderse utilizar como parte del uniforme del Colectivo Ecologista MadreSelva y darle mayor realce a la identidad visual del Colectivo, contará con las siguientes características:

1. Será confeccionada en tela hilo 20 100% algodón.
2. En color blanco.
3. Con el imagolotipo serigrafado en el pecho izquierdo en un tamaño de 4 pulgadas y el imaggio en un tamaño de 10" en la parte inferior derecha.



Uniforme Pag. 55

Colectivo Ecologista MadreSelva Línea gráfica de identidad visual

Gorra

La cual servirá para utilizarse en el trabajo de campo que realiza el Colectivo Ecologista MadreSelva, realizada en tela poliester con los colores corporativos y el logotipo bordado en el centro de la gorra con un diámetro de 2.5" de ancho.



Uniforme Pag. 56

Presupuesto

La previsión de recursos y costos permite al proyectista tener un dato aproximado de inversión de recurso humano, suministros y operacionales que son necesarios para la ejecución del proyecto de graduación.

Recursos humanos

- Diseñador Gráfico
- Asesor editorial

Costo del Proyecto

Q 19,475.00

Este valor es una donación al Colectivo Ecologista MadreSelva, ya que el proyecto forma parte del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación, previo a optar al título Universitario de Diseñador Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala y como aporte a la sociedad.

Detalle: (ver anexo 4)

Gastos de suministros

- Cuaderno
- Lapiceros
- Lápiz
- |Crayones

Gastos de operación

- Depresión de equipo de computo
- Energía eléctrica
- Acceso a Internet
- Impresiones
- Transporte
- Alimentación

Cotización

Para la reproducción del manual se recurrió a cotizar en empresas que se especializan en la impresión de material de alta calidad.

La cotización se realizó bajo las siguientes características.

- Impresión full color.
- Tamaño carta.
- 28 hojas en material couché de 90 gr.
- 2 hojas impresas para la portada y contra portada.
- Se imprimirán en papel couché de 120 gr.
- Encuadernación fina.

Las empresas consultadas fueron:

- iPrint
- Printstudio
- Alsegura

Se determinó que la opción para reproducir la pieza en cuanto a calidad y tiempo de entrega es la empresa iPrint, misma que se encuentra ubicada en el C.C. Tikal Futura, Calzada Roosevelt 22-43, Cdad. de Guatemala.

Con un costo de reproducción de Total por folleto Q188.00

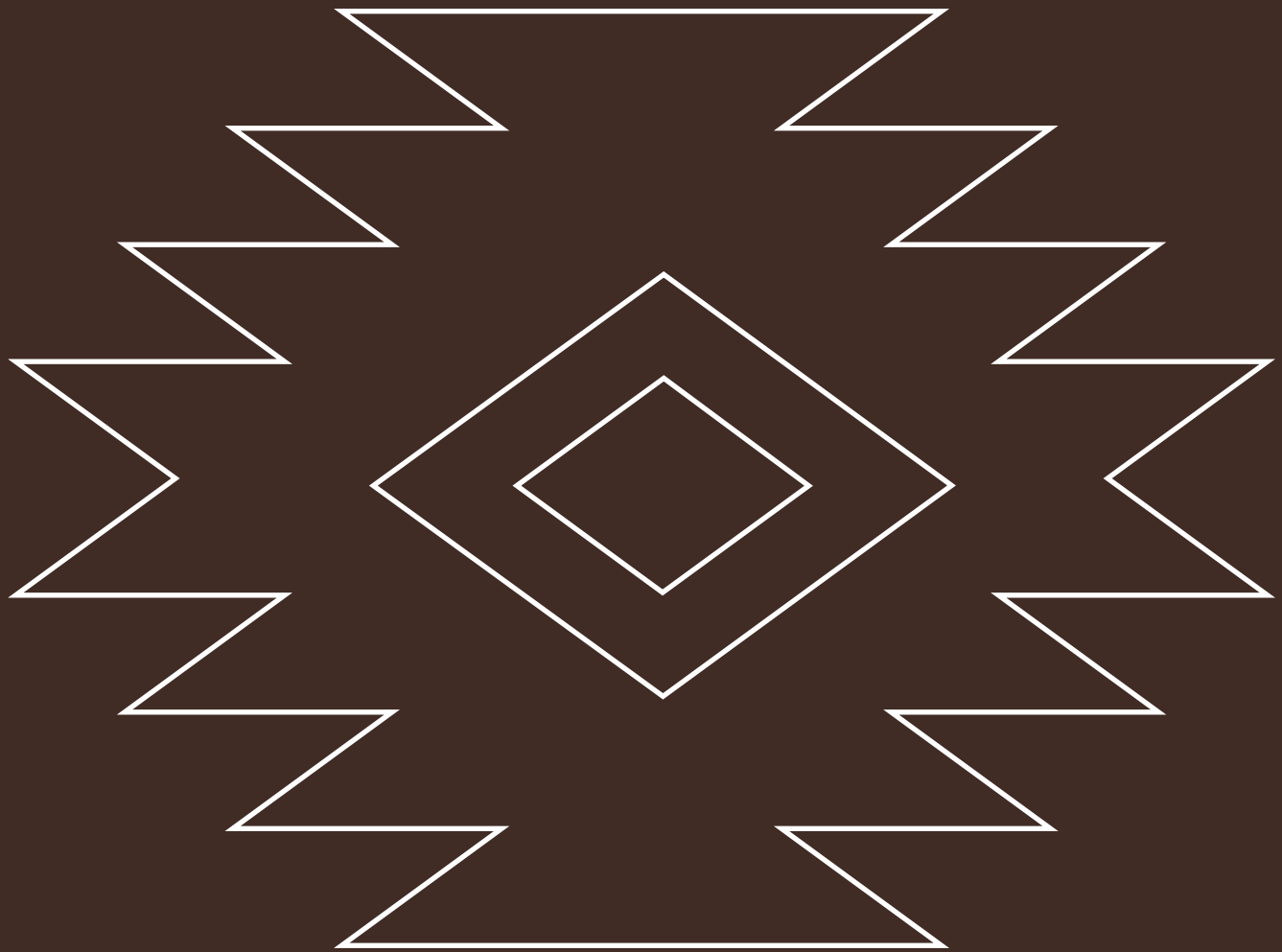
Detalle: (ver anexo 5)

Lineamientos de la puesta en práctica

Para la reproducción del manual de línea gráfica , se presentan los lineamientos a tomar en cuenta para no tener variación en los diferentes tirajes que se realizarán.

- Los colores de la guía no podrán ser alterados ya que se utilizaron los colores corporativos de la institución.
- Será impreso en tamaño carta y este no podrá tener variación para evitar deformación en la diagramación.
- Se recomienda realizar la impresión digital full color, bajo ningún fundamento se podrá imprimir en escala de grises.
- Para la impresión de la portada y contraportada se recomienda aplicar algún tipo de revestimiento para una mayor duración.
- El orden de la información no podrá ser alterado ya que lleva secuencia en la información.

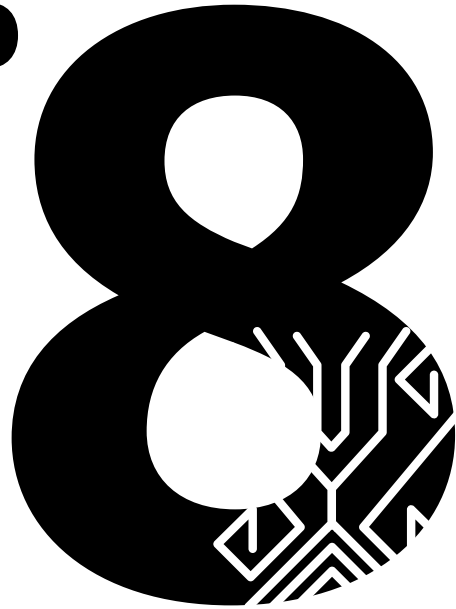




Lecciones aprendidas

Capítulo

Recomendaciones del proyectista en la ejecución del proyecto durante el desarrollo.



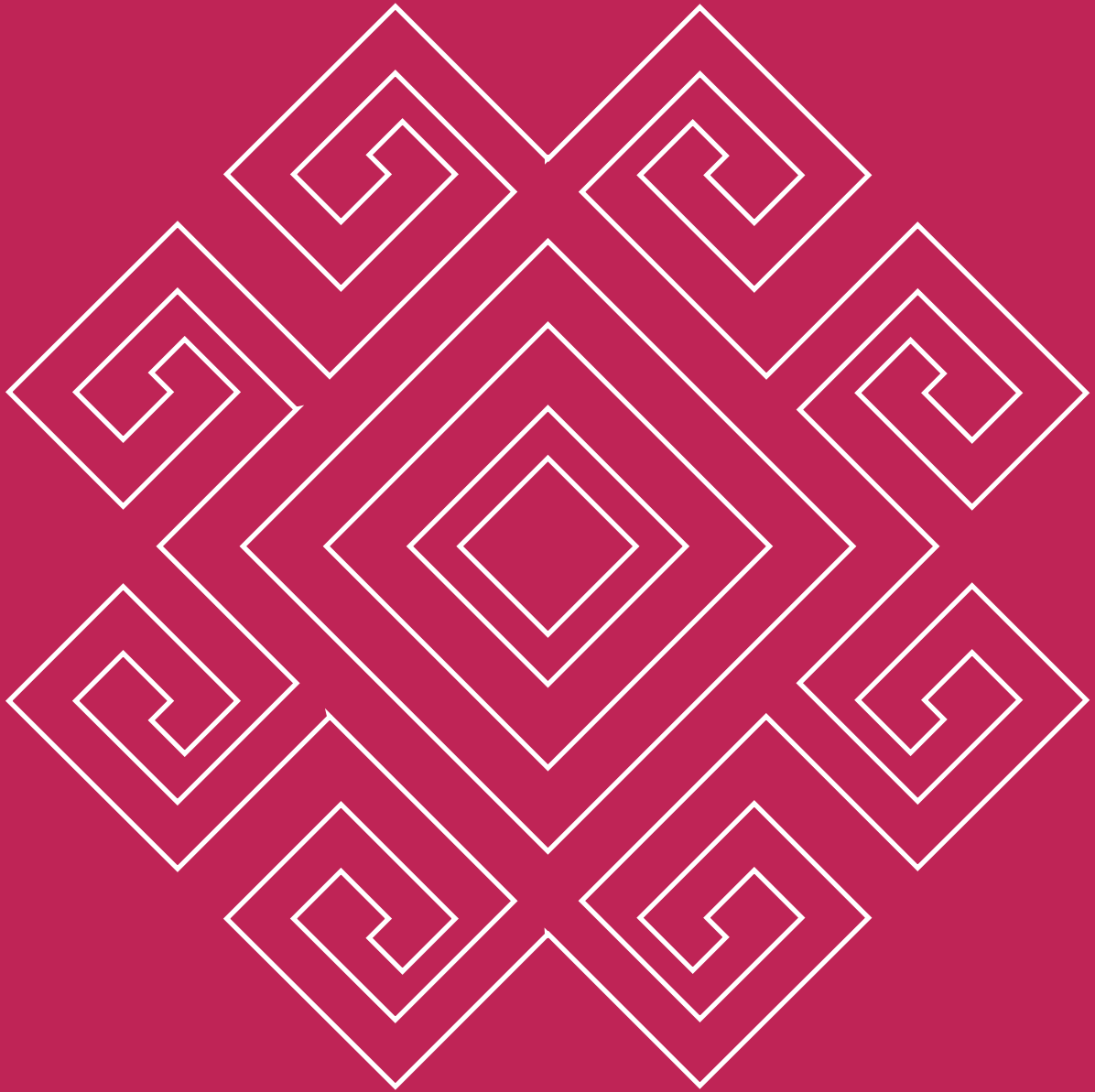
Lecciones aprendidas

Realizar un proyecto de identidad visual para el Colectivo Ecologista MadreSelva ha sido una experiencia enriquecedora en el ámbito profesional. Ya que por medio de una investigación diagnóstica que se realizó a la institución se pudo conocer la necesidad gráfica visual que tienen y cómo por medio de un material de identidad visual puede ser resuelto el problema.

1. Una vez identificado el proyecto que se realizará es importante consultar la mayor cantidad de referencias análogas esto con el fin de fundamentar de mejor manera cada paso que se fue dando en el desarrollo del proyecto.
2. Es importante generar un check list de toda la información que se necesita de parte de la organización al iniciar el proyecto ya que de esto dependerá el avance del proyecto y no verse interrumpido en el transcurso de su desarrollo por la falta de información que no se contempló o que la institución no la tenga a la mano.
3. Durante el desarrollo del proyecto es importante poder recurrir a especialistas del diseño gráfico ya que ayudarán a mejorar de manera sustancial la calidad de proyecto.
4. Durante todo el proceso es importante ir mostrando los avances que se están realizando a la institución esto con el fin de que se involucre y que se sientan identificados en todo momento con proyecto por medio de sus diferentes puntos de vista a través de las validaciones que se realizan como parte del proyecto de graduación.
5. Aceptar los criterios hacia las piezas que se están realizando tanto de los profesionales del diseño gráfico así como los realizados por la organización con ello se mejorará la calidad y propuesta final del proyecto.
6. Se debe tener siempre presente fechas establecidas en el cronograma de trabajo de lo contrario el no apegarnos con toda la seriedad del caso a estas metas establecidas puede que el proyecto se vea afectado en su desarrollo por no concluir tema o dejarlo a medias y esto se vea reflejado en el proyecto al finalizarlo ya que la carga de estudio comprendida para el proyecto de graduación en cuanto a tiempo es muy limitada.

7. Es importante desde el inicio de la práctica especificar bien los tipos de proyectos que se realizarán en la institución y hasta qué punto serán abordados, pues en muchas ocasiones las organizaciones necesitan que se les trabajen otros proyectos y el tiempo para desarrollar lo acordado es muy corto, es importante delimitarlos desde un inicio para poder entregar cada proyecto en los tiempos acordados y con ello evitar dejarlo inconcluso.





Conclusiones

Capítulo

9

Conclusiones de los resultados sobre la implementación de las piezas.



Conclusiones

Con la creación de un manual de normas gráficas se ha logrado estandarizar y regular las piezas gráficas propuestas por el Colectivo Ecologista MadreSelva, permitiendo mejorar la calidad de piezas visuales. El colectivo Madre Selva ha trabajado durante más de 18 años por la defensa de los bienes naturales y la biodiversidad guatemalteca, esto permitió definir la marca dentro del arquetipo de El Cuidador, lo cual ayudó a establecer los criterios de diseño para reflejar una actitud de lucha y paternidad en cada una de las piezas desarrolladas, a la vez que busca proyectar generosidad, compasión y cercanía. Además de utilizar el color verde como tonalidad predeterminado por la institución, este arquetipo permite enriquecer la paleta de colores con matices azules, grises y rojos. Finalmente se complementan estos colores con el uso de café y amarillo que representan el sol y la tierra, generando una gama de colores amplia y coherente con los encontrados dentro de la naturaleza.

Para la selección tipográfica se establecieron las familias tipográficas *Fira Sans* y *Verdana*, debido a que al ser tipografías *san serif* permiten una lectura fácil a la vez de que transmite profesionalidad y seriedad. El isotipo a su vez simboliza una enredadera que transmite la expansión de la lucha y de los ideales de la institución. La combinación de todos estos elementos visuales, permiten crear piezas gráficas y elementos visuales que ayudan a conformar una identidad de marca más sólida y transcendental

para las audiencias a las que está dirigida, permitiendo una mayor memorabilidad, un fortalecimiento y ampliación del posicionamiento de marca a lo largo del tiempo.

Las piezas de comunicación visual de la institución ahora cuentan con unos lineamientos que permiten un uso adecuado de los elementos gráficos. Para la diagramación de las piezas gráficas impresas se optó por una combinación de los colores institucionales establecidos y el uso de texturas creadas a partir del isotipo y los tejidos representativos del grupo objetivo. Esta combinación logró crear un impacto visual representativo y envolvente que expresa una simplicidad visual para evitar que los elementos gráficos compitan entre sí permitiendo transmitir la información adecuadamente. Esto permite que todos los elementos producidos por la empresa tengan coherencia entre ellos y ayuden a fortalecer la identidad del colectivo como marca.

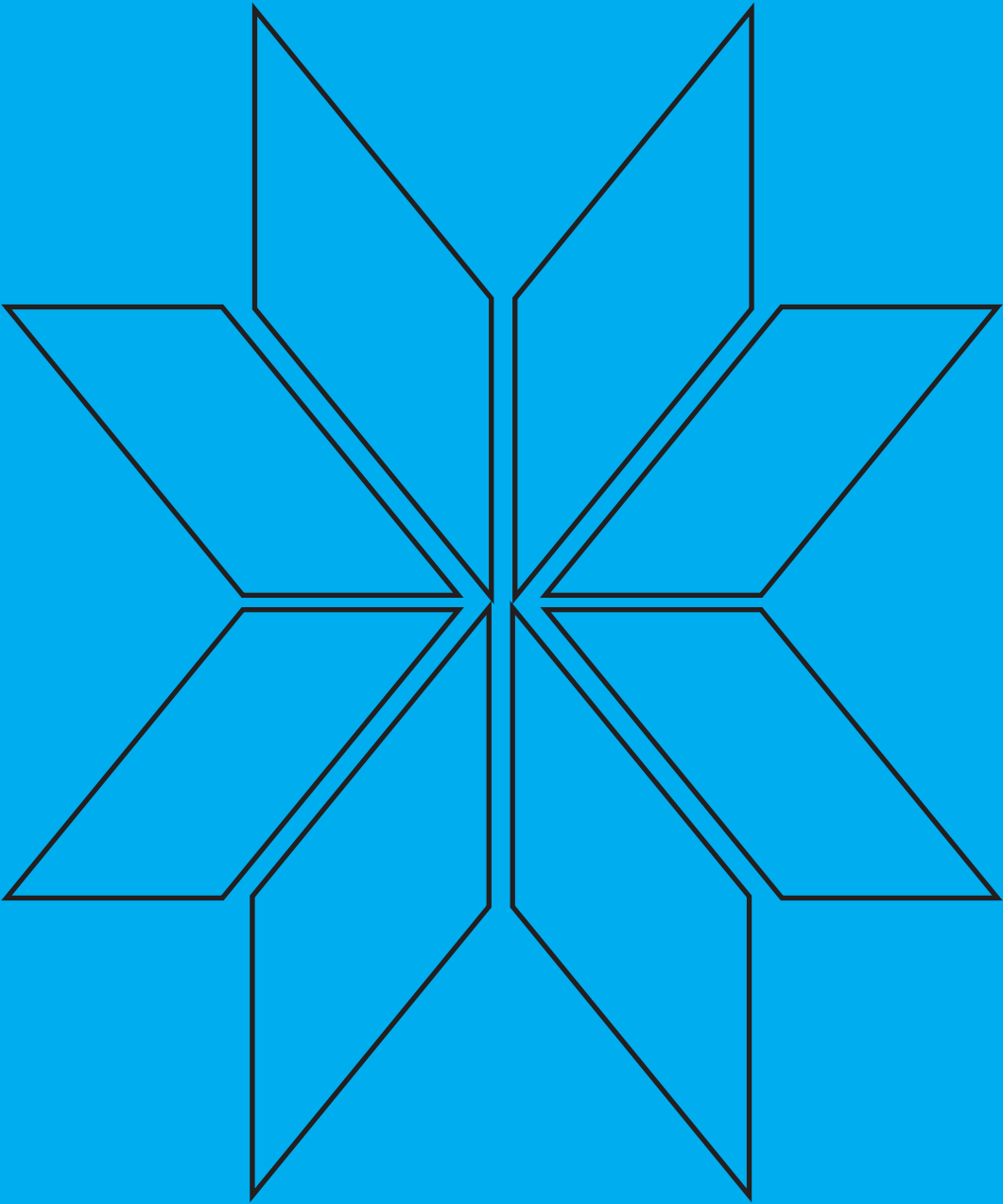
Para la diagramación de las piezas gráficas digitales se decidió implementar fotografía en una composición con las texturas generadas a partir de los tejidos de los grupos objetivos. Este tipo de tratamiento permite revisar que no se repita la palabra... crear piezas visuales más impactantes y que a su vez creen un vínculo con la audiencia a la que se desea llegar, ya que se busca reforzar este vínculo con la utilización de fotografías de lugares aledaños a la vivienda de la población o con los habitantes de las regiones.



Así se establecen dentro del manual de normas gráficas el uso adecuado de las piezas de uso más común, así como lineamientos para el adecuado uso de imagotipo para futuras piezas de carácter producidas por el colectivo y que no se encuentra regulado dentro del normativo.

Utilizando como base los colores originales de la marca, se agregaron una serie de tonos complementarios que representan el entorno en el cual el colectivo desarrolla sus actividades. Utilizando colores principalmente inspirados en la naturaleza, se asegura una coherencia entre la marca y su misión. Para los patrones que se establecieron en las piezas gráficas, se buscó plasmar parte de la identidad de los pueblos donde el colectivo tiene presencia. Se logró utilizando elementos inspirados en los tejidos representativos de cada comunidad. Permitted establecer un vínculo visual entre la marca y sus distintas audiencias. De esta manera se termina creando una identidad de marca más cercana y familiar con su grupo objetivo, buscando posicionar la marca como un elemento reconocible y representativo de su labor como institución.





Recomendaciones

Capítulo

10

Recomendaciones del proyectista a la organización, escuela de diseño gráfico y estudiantes de la carrera sobre el proyecto realizado.



A la organización

Por irrelevante que pueda parecer el uso del manual de línea gráfica institucional, es importante implementarlo en toda comunicación visual que genere la institución, ya que esto permitirá mantener una comunicación gráfica unificada y que el grupo objetivo de la institución pueda identificar de mejor manera las piezas visuales que desarrolla el Colectivo Ecologista MadreSelva.

Actualizar la imagen de comunicación visual que se tiene en las redes sociales, por medio de las normativas para lograr una mejor comunicación gráfica en el manual.

Facilitar este manual normativo a las personas que deseen generar comunicación gráfica para la institución.

A La Escuela de Diseño Gráfico

Que se puedan desarrollar proyectos de emprendimiento en los proyectos de graduación para dotar a los estudiantes de diferentes alternativas de trabajo en las que se puede incursionar.

Poder separar por semestre lo que es proyecto de graduación y EPS para que el estudiante tenga mejores tiempos y pueda desarrollar los proyectos de mejor manera.

Que el EPS sea de manera presencial desde su inicio, para que el estudiante pueda organizarse mejor.



A los estudiantes

Es importante tomarse el tiempo necesario para desarrollar el proyecto de graduación, dado que la combinación trabajo y estudio en estas instancias de la carrera complican el mismo por motivos de no poder acceder a la información de la , así como dudas que le surgen en el desarrollo del proyecto y muchas veces los horarios entre la organización y el proyectista no concuerdan.

Poder buscar proyectos afines a las capacidades que tiene el diseñador gráfico, ya sea editorial, sitios web's o publicidad, esto para que el desarrollo del proyecto sea más fácil de realizarlo desde sus capacidades y se puedan brindar buenos resultados.



Referencias electrónicas

Ambrose y Harris, 2006. Fundamentos del Diseño Creativo. (2ª ed.). Barcelona: Parramón.

Chaves, Norbelto. 2012. La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional. (3a.ed). Barcelona: Gustavo Gili

Costa, Joan. 2009. Imagen Corporativa en el siglo XXI. (2da.ed-4ª reimp). Buenos Aires: La Crujía.

Falcó, Carlos Puig. branderstand. 2018. <https://www.branderstand.com/-branding-que-es-branding/> (último acceso: 10 de agosto de 2019).

Giles, Ricardo, 2013, <http://thinkandstart.com/2013/branding-par-te-2-branding-estrategico/> (último acceso: 15 de septiembre de 2019).

García, Mario. 2017 [http://www.geekn-sn.info/patrones/Garcia, A. ¿Qué es lo básico que debe contener un Brand-book?](http://www.geekn-sn.info/patrones/Garcia,A.¿Quéeslo básico que debe contener un Brand-book?) (último acceso: 25 de agosto de 2019).

Galgo, Mariano. 2018 <https://piktochart.com/es/.../como-elegir-la-palette-de-colores-parte-entender-el-color/> (último acceso: 2 de septiembre de 2019).

Martinez, Ricardo. 2016 <https://fusiontribal.wordpress.com/2008/02/29/¿por-que-es-importante-la-imagen-corporativa-para-mi-empresa/> (último acceso: 8 de octubre de 2019).

Lupton, ellen, 2003 Graphic, dethinking

Oliva, Rolando. 2013 Material de apoyo para el desarrollo del Concepto Creativo, biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3446.pdf

Pazmiño, Carmen. 2012 <http://carmendelrosio123.blogspot.com/> último acceso: 9 de septiembre de 2019).

Sanchesm Angel. 2016 <https://valmad.es/blog/como-crear-la-linea-grafica-de-una-marca/> (último acceso: 2 de septiembre de 2019).

Rureta, Luciai. 2015 Manual de normas gráficas <https://www.luciairureta.com/manual-de-normas-graficas-que-es-y-por-que-es-tan-importante/> (último acceso: 12 de septiembre de 2019).

Anexos

ANEXO 1

Instrumento de Autoevaluación

Nombre de la versión	AUTOEVALUACIÓN										RESULTADO / 50
	Pertinencia	Memorabilidad	Originalidad	Legibilidad	Composición visual	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Diseño tipográfico	Relación con el CMS y lo que hace	

Autoevaluación	Es un procedimiento que pretende evaluar las propuestas de diseño de manera objetiva a través del cual el estudiante determina cuales reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se pondera de 0 a 5 puntos con los siguientes criterios de evaluación:
Pertinencia	Hace referencia a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que se está tratando. La pertinencia del diseño establece también si el mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo.
Memorabilidad	Un diseño es memorable si el receptor logra: a) Asociarlo con un recuerdo o evento importante o b) Recuerda repetidamente el mensaje y le sirve como referente. Las mejores campañas de comunicación visual, son aquellas que son memorables.
Fijación	La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.
Legibilidad	La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.
Composición visual	Se evalúa si la composición que se presenta, es armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo. (Desglose de tratamiento gráfico, ejemplos: Anomalía, economía, profusión, etc.
Abstracción	Si dentro de la composición, existen elementos contruidos a partir del principio de la abstracción, debe evaluarse si la misma se comprende, si adecuadamente una realidad y si comunica aquello para lo que fue creada.
Estilización	El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estética, agradable, armónica y debe contribuir a despertar el interes y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo. Desglose de técnicas utilizadas: vectorial, mano alzada, etc.)
Identidad Visual	La propuesta de diseño debe comunicar el concepto creativo en cualquiera de sus soportes. La determinación de sus identificadores visuales constituye un elemento muy valioso para potenciar la idea, evitando la ambigüedad en el mensaje.
Diseño tipográfico	Más allá de elegir las fuentes tipográficas adecuadas, el diseño tipográfico es la forma en que se ha incorporado la tipografía al diseño. La adecuación al tema, la legibilidad, la comprensión de los contenidos, se debe evaluar para establecer el aporte de este componente.
Relación con ONG	



ANEXO 2

Instrumento de validación con diseñadores y expertos Formulario de google docs

9/23/2020 Línea gráfica de identidad visual - para el Colectivo Ecologista MadreSelva

Línea gráfica de identidad visual - para el Colectivo Ecologista MadreSelva
Validación de recursos gráficos desarrollados para la implementación de un manual de normas gráficas.

1. **Cuál es el recorrido visual en la portada:**
Marca solo un óvalo.

Imagotipo de la ONG, texto" línea gráfica de identidad visual, color, patrón de hojas.
 Patrón de hojas, imagotipo de la ONG, color, texto" línea gráfica de identidad visual.
 Color, Imagotipo de la ONG, patrón de hojas, texto" línea gráfica de identidad visual.
 Otro: _____

2. **Al ver los iconos utilizados en las portadillas se puede observar que con su diseño:**
Marca solo un óvalo.

Pertenecen a una misma línea gráfica.
 Todos son completamente diferentes.
 Existe mezcla de líneas gráficas.

3. **¿Entre el icono y cuadro de color que soporta el texto de información?**
Marca solo un óvalo.

Existe buen contraste y saturación
 No existe buen contraste y saturación
 Se confunden los elementos y no contrastan.

<https://docs.google.com/forms/d/1vFr50Qp4I7oCp7TivLupjFZD3XKq3FwKpGvF0/edit> 1/3

9/23/2020 Línea gráfica de identidad visual - para el Colectivo Ecologista MadreSelva

4. **La diagramación utilizada en las hojas del brandbook.**
Marca solo un óvalo.

Facilita la lectura por su recorrido visual.
 Dificulta la lectura.
 Solo unas partes son difíciles de comprender.
 Otro: _____

5. **La relación entre el tamaño tipográfico del titular y el cuerpo de texto.**
Marca solo un óvalo.

Generan niveles jerárquicos claros
 No generan niveles jerárquicos claros
 Solo unas partes generan niveles jerárquicos

6. **Considera adecuada la paleta cromática institucional.**
Marca solo un óvalo.

Existe buen equilibrio entre los mismos.
 Los tonos no generan buena armonía
 Los colores no aplican al rol de la institución.
 Otro: _____

7. **El diseño de los materiales institucionales.**
Marca solo un óvalo.

Resalta su contenido visual.
 Genera ruido visual.
 No es relevante.

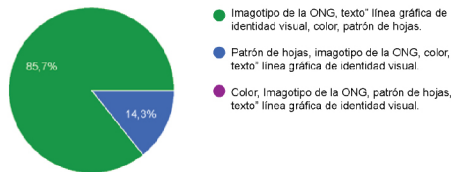
<https://docs.google.com/forms/d/1vFr50Qp4I7oCp7TivLupjFZD3XKq3FwKpGvF0/edit> 2/3

9/23/2020 Línea gráfica de identidad visual - para el Colectivo Ecologista MadreSelva

B. **Observaciones:**

RESULTADOS EN VALIDACIÓN

Cuál es el recorrido visual en la portada:



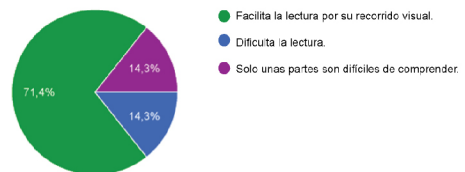
¿Entre el icono y cuadro de color que soporta el texto de información?



Al ver los iconos utilizados en las portadillas se puede observar que con su diseño:



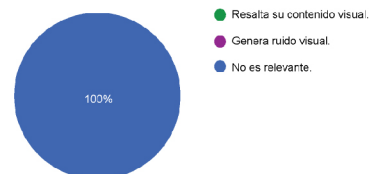
La diagramación utilizada en las hojas del brandbook.



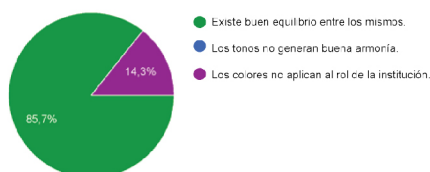
La relación entre el tamaño tipográfico del titular y el cuerpo de texto.



El diseño de los materiales institucionales.



Considera adecuada la paleta cromática institucional.



ANEXO 3

Instrumento de validación con Grupo Objetivo Formulario de google docs

11/12/2019

Manual de línea gráfica de identidad visual - para el Colectivo Ecologista MadreSelva

Manual de línea gráfica de identidad visual - para el Colectivo Ecologista MadreSelva

Validación de recursos gráficos desarrollados para la implementación de un manual de normas gráficas.

1. La portada representa a la organización:

Marca solo un óvalo.

- Los colores y patrón de hojas representa a la organización.
- Solo el color representa a la organización.
- No se asocia a la organización.

2. Las portadillas reflejan al grupo objetivo que apoya la organización:

Marca solo un óvalo.

- Sí, reflejan a las comunidades que se apoyan.
- No, solo unas reflejan a esas comunidades.
- No reflejan a las comunidades.

3. La paleta cromática y tipografía:

Marca solo un óvalo.

- Representan a la organización.
- Solo los colores la representan.
- No genera valor a la organización.

4. El tamaño tipográfico que informa las partes del manual

Marca solo un óvalo.

- Facilita su comprensión
- Solo los titulares facilitan su comprensión
- Los titulares como cuerpos de texto dificultan su comprensión.

5. La paleta cromática

Marca solo un óvalo.

- Genera buen contraste.
- Solo unos tonos generan buen contraste .
- No generan buen contraste.

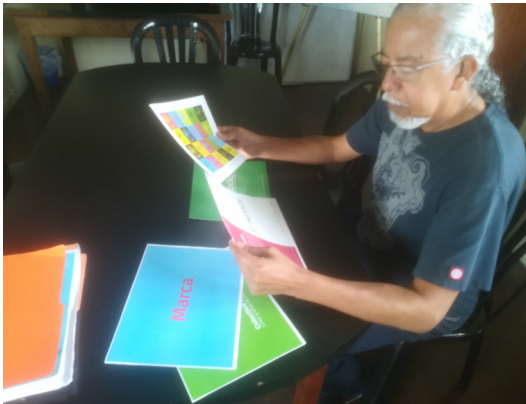
6. La composición visual entre textos e imágenes de las páginas:

Marca solo un óvalo.

- Es agradables.
- Contienen muchos espacios vacíos
- Hay sobresaturación de elementos.

RESULTADOS CON GRUPO OBJETIVO

Fotografía con el grupo objetivo en la implementación de la línea gráfica para el Colectivo Ecologista MadreSelva durante la validación de artes para el nivel 3 de visualización.



Validación con grupo objetivo, CMS
(2019) Carlos González

Fotografía de validación de campo con personas que atiende el Colectivo Ecologista MadreSelva, durante la validación de artes para el nivel 3 de visualización.



Validación con grupo afectado, San Buenaventura
(2019) Vivian López

La composición visual entre textos e imágenes de las páginas:

8 respuestas

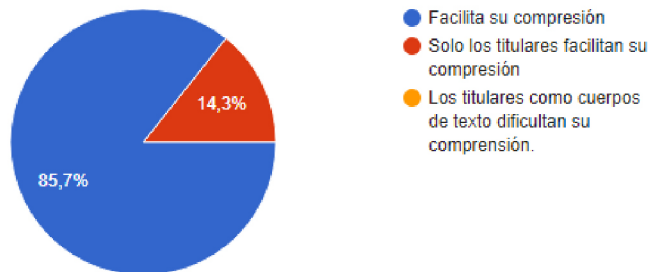


- Es agradables.
- Contienen muchos espacios vacíos.
- Hay sobresaturación de elementos.



El tamaño tipográfico que informa las partes del manual

7 respuestas



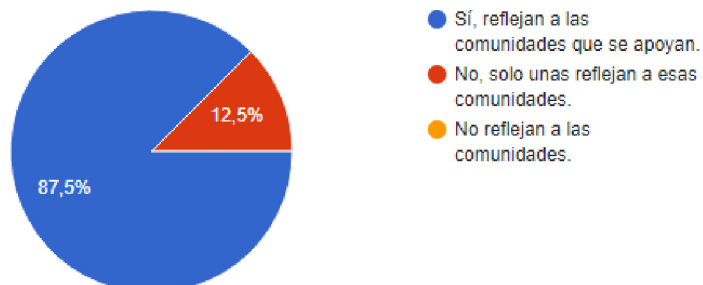
La portada representa a la organización:

8 respuestas



Las portadillas reflejan al grupo objetivo que apoya la organización:

8 respuestas



La paleta cromática

8 respuestas



- Genera buen contraste.
- Solo unos tonos generan buen contraste .
- No generan buen contraste.

La paleta cromática y tipografía:

8 respuestas



- Representan a la organización.
- Solo los colores la representan.
- No genera valor a la organización.



ANEXO 4

Costo de diseño

Recursos humanos

Servicios profesionales de diseño gráfico por trabajo realizado en el desarrollo del manual de línea gráfica para el Colectivo Ecologista madre selva.	Q 15,000.00
Asesor editorial que fue revisando continuamente el desarrollo del proyecto.	Q 4,500.00

Gastos de suministros

Cuadernos	Q 50.00
Lapiceros	Q 15.00
Lápiz	Q 10.00
Crayones	Q 150.00

Gastos de operación

Depresión de equipo de computo	Q 250.00
Energía eléctrica	Q 200.00
Acceso a Internet	Q 600.00
Pruebas de impresion, impresiones de material final y encuadernado.	Q 800.00
Transporte	Q 800.00

Total Q 19,475.00

ANEXO 5

Costo de reproducción

Cotización iPrint

C25-2019



Guatemala, 15 de noviembre de 2019

Estimado/a:
Carlos González
Presente.

Espero que al momento de recibir la presente Cotización sus actividades se estén Desarrollando con éxito, a continuación le detallo la cotización solicitada. Cualquier duda o comentario estoy para servirle.

Cantidad	Concepto	Total
28	Hojas tiro y retiro full color, en papel Couche	Q168.00
2	Hojas tiro y retiro en papel opalina	Q 20.00
1	Encuaderación Fina.	Q 0.00
	Total de un folleto	Q188.00

Observaciones:

- Los precios incluyen IVA
- Forma de Pago: 75% de Anticipo y 25% Contra Entrega
- Tiempo de entrega: 03 Días hábiles.
- Emitir Cheque a nombre de **Centro Técnico Publicitario Iprim**
- Cotización valida por **7 días**
- Por Cheque Rechazado se cobra **Q.150.00**

Atentamente.

Karla Cruz

Asesora de ventas

iPrint


C.C. Tikal Futura, sótano 1 local S102 FRENTE al parqueo de motos


iprint.guate@gmail.com

Cel. 2440-0698

Cotización printstudio

Inicio Ingresar

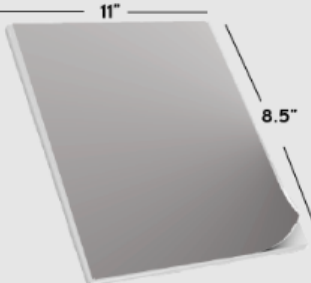


Quienes Somos  Galería Ubicación Soporte

Web2Print

1 Cotizador **2** Carga el archivo **3** Prueba de impresión **4** Resumen de orden **5** Cuenta a pagar **6** Orden generada

GALERIA **OPCIONES** **Especificaciones**



Las medidas son en formato cerrado

Número de copias: 1

Número de páginas interiores: 54

Medidas: 8.5" x 11"

Tipo papel interiores: Couché 80 mate

Color de impresión interiores: Impresión full color

Tipo barniz interiores: Sin barniz

Tipo papel portada: Bond 80

Color de impresión portada: Impresión fullcolor portada

Tipo Impresión portada: Impresión 2 lados Impresión 1 lado

Tipo barniz Portada: Sin Barniz

Tipo de acabado: Pegado en caliente

Días hábiles *: Entrega 5 días

Costo total Q.1129.21

Aceptar Cotización

* El tiempo de entrega corre después de aprobados los artes.

Inicio Sobre Nosotros PrintStudio Galería Ubicación Soporte Política

Cotización alsegura

Recibimos una solicitud de cotización por folletos de 54 páginas:

2 hojas (4 páginas) full color, tiro y retiro en Opalina

25 hojas (50 páginas) full color, tiro y retiro en Couche 80

El encuadernado que podríamos ofrecer sería con lomo pegado, por la cantidad de páginas:

1 unidad Q350.00

25 unidades Q260.00 cada uno

Quedamos atentos

Saludos cordiales,

Ana Laura Segura

Gerente Comercial

☎ 2313 0420 | 2295 9968

🏠 13 calle 4-44 Zona 10 CC La Llave Local 5

🌐 grafserimpresiones.com





Guatemala, marzo 04 de 2021.

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **CARLOS ALBERTO GONZÁLEZ RAMÍREZ**, Carné universitario: **200819656**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA LA IDENTIDAD VISUAL DEL COLECTIVO ECOLOGISTA MADRESELVA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

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

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



Lic. Maricella Saravia
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

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

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

Oficina: Centro Histórico, 1ª. Calle 10-26 Z 1.
Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

***Diseño de línea gráfica para la identidad visual del Colectivo Ecologista
MadreSelva.***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Carlos Alberto González Ramírez

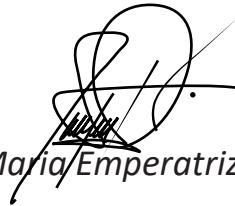
Asesorado por:



Licda. Erika Grajeda Godínez



Licda. Anahí Dafne Ramírez Pérez



Licda. María Emperatriz Pérez

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



MSc. Arg. Edgar Armando López Ríos
Decano

