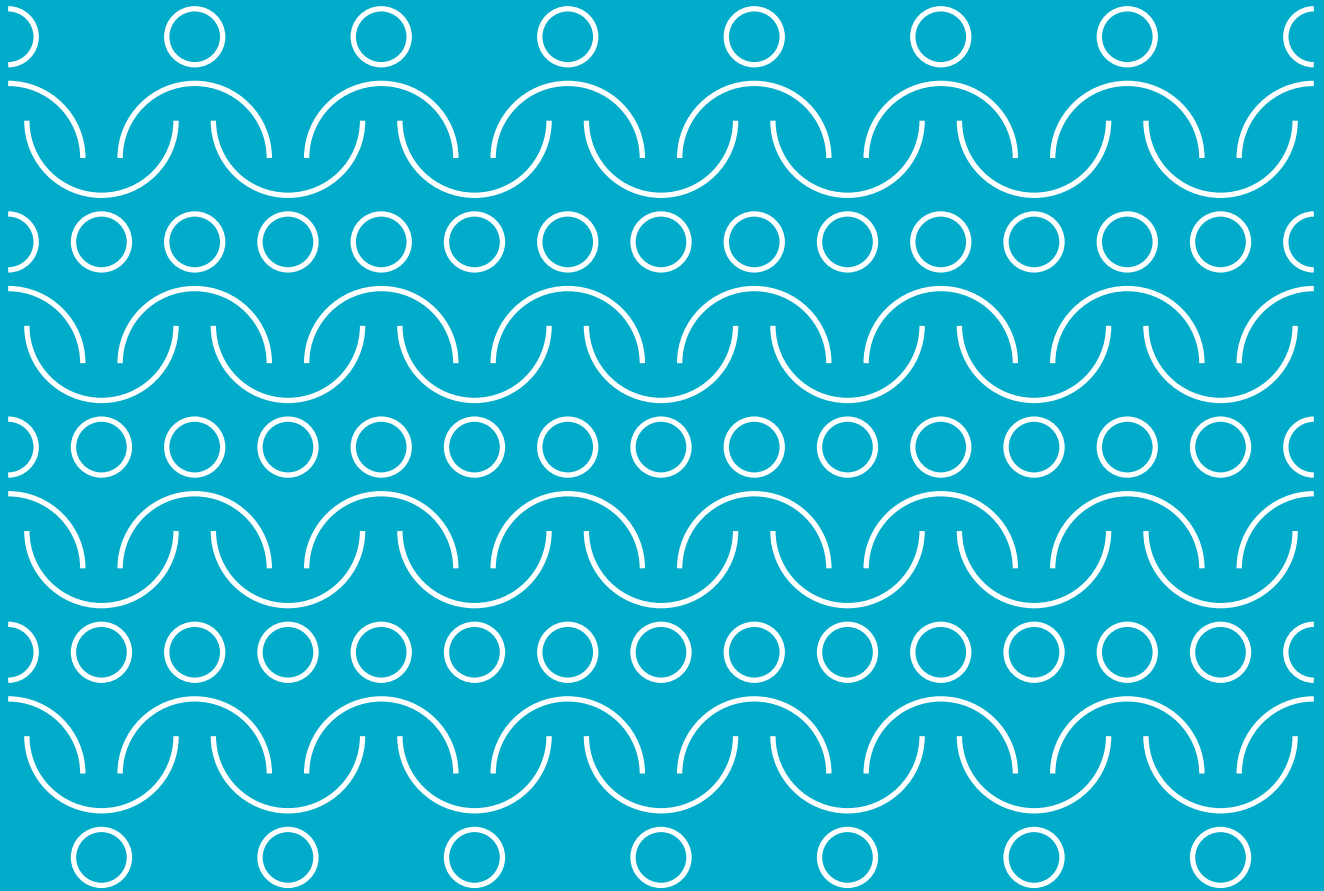


Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico



Diseño de imagen institucional y material gráfico
para la Escuela de Ciencias Lingüísticas
de la Universidad de San Carlos de Guatemala,
Ciudad de Guatemala.

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

Diseño de imagen institucional y material gráfico
para la Escuela de Ciencias Lingüísticas
de la Universidad de San Carlos de Guatemala,
Ciudad de Guatemala.

Proyecto desarrollado por:
Pedro Herrera Brito
para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico.

Guatemala, junio de 2022

Nómina de autoridades

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. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal examinador

Licda. Lourdes Eugenia Pérez
Asesora Metodológica

M.A. María Alejandra Muñoz
Tercer Asesora

Lic. Alberto José Paguaga
Examinador

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio De León Vilaseca
Secretario Académico

Agradecimiento y dedicatoria

A Dios, diseñador del universo,
quien me permitió empezar y culminar
esta etapa, a pesar de las tantas limita-
ciones y carencias.

A mis padres, Pedro y María,
por haberme brindado todo lo que
tuvieron a su alcance y nunca limitar
mis horizontes.

A Jessica por toda su ayuda incondicio-
nal durante todos estos años.

A mi familia, tíos y primos, quienes
siempre creyeron en mi capacidad.

A la Sección Socioeconómica de la Uni-
versidad de San Carlos de Guatemala por
el apoyo económico que recibí durante
los 4 años y medio que duró la carrera.

A mis catedráticos, por sus enseñanzas,
consejos e inspiración.

A la Universidad de San Carlos de Guate-
mala por permitirme recibir educación
superior gratuita y de calidad.

Índice

Introducción

Antecedentes	14
Definición del problema	16
Justificación	17
Objetivos	19

14 - 19

Perfiles

La institución	22
Antecedentes gráficos	26
El Grupo Objetivo	28
Organigrama	30

22 - 30

Planeación operativa

Flujograma	32
Cronograma	34
Previsión de costos	36

32 - 36

Marco teórico

Introducción	38
Primer ensayo	39
Segundo ensayo	44
Conclusión	51

38 - 51

Definición creativa

Briefing	54
6 W's	55
Ventajas y desventajas	56
Metodología	57
Referencias visuales	58
Insight	60
Concepto	62
Premisas	64

54 - 64

Producción gráfica

Nivel 1	66
Nivel 2	74
Nivel 3	78
Conclusiones	82
Propuesta final	84
Visualización final	94
Presupuesto	110

66 - 110

Síntesis del proceso

Conclusiones	114
Recomendaciones	115
Lecciones aprendidas	116
Fuentes consultadas	120

114 - 120

Apéndice	124
Anexos	138

Presentación

El presente informe evidencia cada etapa del Proyecto de Graduación realizado en la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, desde los fundamentos teóricos, la planificación, la ideación de conceptos hasta su posterior ejecución.

Se mantuvo como base la metodología del Diseño Centrado en las Personas, demostrando que el diseño gráfico puede contribuir al desarrollo de la sociedad, pues se coloca el bienestar de las personas como fin principal.

El proyecto consistió en el desarrollo de la imagen institucional como una de las principales necesidades de comunicación de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala -ECCLL- institución comprometida con el desarrollo de Guatemala a través de la educación superior.

CAPÍTULO
01

Introducción

Antecedentes

A nivel nacional

La educación cumple un rol muy importante en el desarrollo de la sociedad, tanto a nivel económico, cultural como al el bienestar social. La razón es que, a través de la educación se transmiten los conocimientos de generación en generación, cultura y valores, por mencionar algunos. Sin embargo, el mundo y la sociedad están en constante cambio, las necesidades actuales provocan que la educación deba estar en constante evolución para poder estar al nivel de los requerimientos actuales.¹ Es en este punto en el que la educación lingüística toma un protagonismo importante, ya que la globalización y el avance de las tecnologías han permitido el acercamiento a nuevas culturas, idiomas y el desarrollo de nuevos conocimientos, esto se ve reflejado principalmente en la educación superior, en el que el alcance de cierto contenido se limita a un idioma, en la mayoría de ocasiones éste idioma es el inglés,² idioma que se ha convertido en un estándar a nivel mundial. Actualmente aprender un idioma, principalmente uno extranjero, se ha vuelto una necesidad y ha dejado de ser un lujo, para el desarrollo personal, académico y económico de las personas; y como efecto, el desarrollo de la sociedad.

Dos de las principales razones por la que los guatemaltecos aprenden un segundo idioma son la calidad de educación, debido que Guatemala es un país en vías de desarrollo y una de las alternativas para la superación es estudiar en el extranjero; la otra razón es el tema laboral, ya que ser bilingüe puede mejorar el ingreso económico de las personas.³ Sin embargo, estos motivos pueden ir más allá del ámbito económico, por naturaleza el hombre ha tenido la necesidad de poder comunicarse con pueblos vecinos de diferentes culturas e idiomas⁴ para satisfacer sus necesidades y para poder extender los conocimientos hacia nuevas culturas. Por esto la importancia de la lingüística en el desarrollo y avance de la sociedad.

Guatemala, actualmente, ocupa el puesto número 46 a nivel mundial en el dominio del inglés, según el ranking anual de la organización Education First⁵ a nivel de Centro América por debajo de Costa Rica. Esto demuestra que un porcentaje pequeño de la población tiene acceso a la educación bilingüe, específicamente español e inglés. Este porcentaje mayoritariamente se ubica en la capital, debido a que es ahí donde se encuentran las mejores oportunidades del país.

1 Mario Castillo, "Desafíos de la educación en la sociedad actual", Diálogos educativos Vol. 12 (Costa Rica, 2012): 55, <http://www.dialogoseducativos.cl/revistas/n24/castillo>

2 Mirian Chávez, "La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza superior", Dominio de las ciencias Vol. 3 (Ecuador, 2017): 760, <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

3 Sandra Vi. "¿Puede hablar inglés?", Prensa Libre, consultado 10 de abril, 2020, www.prensalibre.com/economia/guatemala-guatemala-ocupa-puesto-53/

4 Erasmus. "Sobre la ciencia lingüística", Erasmus, consultado 02 de mayo, 2020, erasmus.ufm.edu/sobre-la-ciencia-linguistica/

5 Education First. "Ranking mundial más grande según su dominio de inglés", Education First, consultado 02 de mayo, 2020, www.ef.com/es/epi/

A nivel institucional

En Guatemala existen múltiples escuelas para la enseñanza de idiomas, sin embargo, solo existen 3 universidades que ofrecen el nivel técnico y licenciatura. De éstas, dos enseñan únicamente el inglés y sólo la Universidad de San Carlos de Guatemala a través del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC tiene la oferta académica para la enseñanza - aprendizaje de 15 idiomas extranjeros y vernáculos.

El Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC es un programa que pertenece a la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual fue fundado en el año de 1976⁶.

La Escuela de Ciencias Lingüística tiene a su cargo el Programa Autofinanciable Centro de Aprendizaje de Lenguas -CALUSAC-, la cual fue anexada a la Escuela de Ciencias Lingüísticas en el año 2004. Actualmente CALUSAC atiende aproximadamente a 24,000 estudiantes por bimestre.⁷

Las funciones de la Escuela de Ciencias Lingüísticas son dos: Preparar a traductores e intérpretes a través de sus carreras a nivel técnico y licenciatura, y a través del programa CALUSAC enseña idiomas, principalmente, a los jóvenes sancarlistas. Además de esto, la Escuela realiza actividades culturales que involucran los idiomas.

6 Calusac. "Nuestra Historia", Calusac, consultado 02 de mayo, 2020, <http://calusac.usac.edu.gt/>

7 María Muñoz (Planificadora de la Escuela de ciencias Lingüísticas), en conversación con el autor, marzo de 2020.

Definición del problema

La Escuela de Ciencias Lingüísticas a través del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC es el único centro en Guatemala que enseña 15 idiomas, incluyendo idiomas mayas y árabe; además de ofrecer dos carreras universitarias.

Como resultado de las encuestas realizadas a estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según se aprecia en el resultado del diagnóstico de comunicación (ver apéndice No. 1) de la Escuela, se concluyó que a pesar de que la ECCLL ofrece servicios educativos únicos, que ninguna otra institución en Guatemala tiene, existe un desconocimiento de la institución por parte de los estudiantes y entre quienes laboran en la Universidad, además existen ocasiones en que la Escuela es confundida con su programa CALUSAC, debido a que éste tiene una mayor afluencia de estudiantes y comparten el mismo edificio.

Justificación del proyecto

Trascendencia

A nivel de comunicación visual

La intervención del proyecto con relación al problema de comunicación visual, pretende darle una mayor visibilidad a la institución, además de poder convertir de manera tangible la diferenciación de esta entidad con el resto de instituciones del país, al ser la única Escuela que cuenta con carreras universitarias en Lingüística e impartir cursos de 15 idiomas. Además, se pretende transmitir gráficamente la modernización que la institución ha tenido en los últimos años, al poder impartir todos los cursos en línea.

A nivel de comunicación

La Escuela de Ciencias Lingüísticas, según sus propias estadísticas, tiene alrededor de 600 alumnos a nivel técnico y licenciatura, y CALUSAC en el último año atendió a más de 54 mil estudiantes⁸. Con el proyecto se busca que la difusión de la Escuela sea mayor, especialmente a los jóvenes que están por graduarse del diversificado, ya que son los potenciales estudiantes para las licenciaturas que la Escuela ofrece.

Incidencia

El diseñador gráfico como profesional dedicado entre otras competencias, a la realización de proyectos de imagen gráfica o institucional, involucra elementos más allá de lo estético, tomando la investigación como herramienta principal para el desarrollo de proyectos con sustentos teóricos y prácticos, con el fin de llevar a cabo un proyecto que no solamente tendrá impacto visual, sino también como resultado, según Wheeler Alina,⁹ una imagen fuerte que destaque de la multitud y que emita confianza y superioridad en la mente de las personas.

A través de los códigos de diseño, se pretende transmitir la modernidad y calidad educativa que la institución ofrece a sus estudiantes, es decir, hacer notorias de manera visual las cualidades de la Escuela de Ciencias Lingüísticas para poder ser reconocida como la mejor opción para quienes desean ser profesionales lingüistas y/o para quienes quieren aprender un idioma nacional o extranjero.

8 María Muñoz (Planificadora de la Escuela de ciencias Lingüísticas), en conversación con el autor, marzo de 2020.

9 Alina Wheeler. "Designing brand identity", (Canada: John Wiley & Sons, Inc, 2013), 2

Factibilidad

La Escuela de Ciencias Lingüísticas se encuentra en una transformación digital por lo que resulta viable poder desarrollar este proyecto, desde su planificación hasta su desarrollo y evaluación, dado que cuenta con el visto bueno de la institución, además de que lo consideran importante y necesario.

Debido a que la mayor parte de la difusión del contenido del proyecto se pretende hacer digital, resulta viable en cuanto a costos. Se considera factible la posibilidad de que existan materiales impresos, debido a que la institución cuenta con un presupuesto limitado pero viable, destinado a la difusión.

Objetivos

General

Contribuir con la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de la investigación, gestión y producción de diseño gráfico en su misión de ejercer liderazgo en la formación de profesionales de alto nivel académico con principios éticos, de justicia, responsables, competitivos y comprometidos con el desarrollo de la multiculturalidad y plurlingüismo de la sociedad guatemalteca.

Específico de comunicación

Facilitar la identificación y difusión de información hacia los estudiantes de la Escuela de Ciencias Lingüísticas y futuros estudiantes, a través del diseño de material gráfico institucional.

Específico de diseño

Diseñar la imagen institucional de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, para la reproducción en medios digitales e impresos, con el fin de mejorar la visualización de la institución en el contexto académico.

CAPÍTULO
02

Perfiles

Perfil de la institución

Características del sector social

Guatemala es un país en vías de desarrollo y una de las maneras en las que la población puede superar es teniendo una educación de calidad lo que incluye el dominio de un idioma extranjero (principalmente Inglés) para poder obtener más oportunidades, tanto laborales, para poder devengar un mejor salario; como académicos para poder optar a estudiar en cualquier parte del mundo y poderse especializar en países denominados "primermundistas".¹⁰

La globalización ha tomado un protagonismo muy importante en la educación mundial y su principal herramienta en esta coyuntura es el internet, en la antigüedad y sin el internet en la sociedad, eran muy pocas las personas privilegiadas quienes podían conocer nuevas culturas y tener acceso a la educación. Afortunadamente, el acceso a la información ha cambiado. Ahora cualquier información está a un clic de distancia y el método de aprendizaje se ha extendido, dejando a la educación tradicional. En la actualidad se puede ver lo que sucede al otro lado del mundo en cuestión de segundos, y la comunicación es inmediata. Esto ha dado paso a que el inglés tome un rol muy importante, abriendo nuevas oportunidades y horizontes académicos y profesionales, debido a que actualmente es el idioma estandarizado para la comunicación a nivel mundial.¹¹

Breve reseña histórica

En 1975, como resultado del análisis, se creó el Instituto de Lenguas de la Universidad, el cual fue posteriormente denominado Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos -CALUSAC-. El Centro de Aprendizaje de Lenguas, CALUSAC, inició actividades en 1976 con una inscripción de 495 alumnos en idiomas extranjeros y lenguas nacionales.

En febrero del 2004 se creó la Escuela no Facultativa de Ciencias Lingüísticas de la Universidad, según consta en el punto sexto del Acta No. 16-2004, fusionar el CALUSAC a la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad.¹²

10 Sandra Vi. "¿Puede hablar inglés?"

11 Sandra Vi. "¿Puede hablar inglés?"

12 Calusac. "Nuestra Historia"

Filosofía

Misión

La Escuela de Ciencias Lingüísticas es la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de organizar, dirigir y desarrollar reeducación superior del Estado en el campo de las ciencias lingüísticas y la enseñanza de idiomas vernáculos y extranjeros. Ejercer liderazgo en la formación de profesionales de alto nivel académico, con principios éticos, de justicia, responsables, competitivos y comprometidos con el desarrollo de la multiculturalidad y plurilingüismo de la sociedad guatemalteca.

En cumplimiento de sus funciones de investigación, docencia y extensión, atiende las necesidades educativas de la población estudiantil universitaria y la población en general, aplicando recursos tecnológicos y científicos para el alcance de sus fines y objetivos, promoviendo la gestión y vinculación con los distintos sectores académicos, económicos, sociales y políticos a nivel nacional e internacional. Debe Impulsar de manera permanente la difusión de la cultura e identidad nacional a través de las diferentes manifestaciones lingüísticas en la sociedad globalizada.

Visión

Ser la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de formar profesionales en Ciencias Lingüísticas con una sólida base social y humanista, así como de la formación de competencias de comunicación en idiomas vernáculos y extranjeros de los estudiantes de las diferentes unidades académicas de la Universidad, y de la población general, particularmente en las ramas del conocimiento académico, social, técnico y científico. Da a conocer la cultura de los pueblos de los diferentes idiomas que se enseñan a través de todos sus programas, apoyándose en recursos humanos profesionales, altamente capacitados, aplicando procesos metodológicos de punta y tecnología apropiada. Se desarrollan y ofrecen estudios de calidad y pertinencia en correspondencia con las necesidades del campo académico, científico, social y laboral. Sus estudios son acreditados y certificados en el ámbito nacional e internacional y cumple su misión con eficiencia y eficacia. Plenamente comprometida con el desarrollo pluricultural y plurilingüe, así como, con el dialogo internacional, se integra eficazmente en el marco de la globalización y la sociedad del conocimiento y la comunicación. Sus acciones y relaciones se rigen por sólidos principios éticos de responsabilidad y justicia, así como en la reglamentación legal de su estructura organizacional y académica en la búsqueda constante de liderazgo y excelencia.

Fines

- a) Formar profesionales con valores éticos, principios morales con el más alto nivel académico, con orientación social y humanística.
- b) Desarrollar programas de formación continua, a nivel de pregrado y postgrado para el aprendizaje de los distintos idiomas vernáculos y extranjeros orientados a los distintos sectores de la sociedad.
- c) Desarrollar programas de investigación aplicada, orientados hacia el estudio y solución de la problemática lingüística e intercultural, para contribuir con su solución.
- d) Desarrollar programas para la vinculación y gestión de la escuela de ciencias lingüísticas, con los distintos sectores de la sociedad en el ámbito nacional e internacional.
- e) Desarrollar programas de proyección social, que tiendan hacia el desarrollo económico y social sostenible de la sociedad guatemalteca.
- f) La escuela orientará la formación profesional a la promoción del desarrollo económico y social sostenible con un alto contenido de los conocimientos y la práctica de valores éticos y principios morales.
- g) La escuela promoverá el estudio y la investigación de la realidad lingüística y la cultura nacional, en torno a la problemática de desarrollo y aplicación del conocimiento científico de las lenguas.

Objetivos

- a) Fomentar en los estudiantes interés por los estudios lingüísticos y culturales de idiomas mayas, garífuna, xinca y el español de Guatemala.
- b) Proporcionar al recurso humano de Educación Superior en el campo de las Ciencias Lingüísticas, los conocimientos científicos, capacidad crítica y objetiva que les permita afrontar y resolver problemas de la realidad.
- c) Formar profesionales que utilicen los elementos estructurales, lexicológicos y fonéticos de las lenguas estudiadas, que apliquen correctamente las normas gramaticales de la lengua española y que se desenvuelvan satisfactoriamente en las otras lenguas nacionales y/o extranjeras aprendidas.
- d) Formar Lingüistas y Técnicos en Traducción Jurada, así como profesionales con el dominio científico-técnico de diferentes idiomas.
- e) Formar profesionales que utilicen los elementos estructurales, lexicológicos y fonéticos de las lenguas estudiadas, que apliquen correctamente las normas gramaticales de la lengua española y que se desenvuelvan satisfactoriamente en las otras lenguas nacionales y/o extranjeras aprendidas.
- f) Fomentar el intercambio académico internacional, para facilitar a los estudiantes de la Escuela, estudios en el extranjero y, a los estudiantes extranjeros, estudios en el ámbito nacional.
- g) Promover entre los estudiantes una actitud científica, crítica, que contribuya con el desarrollo lingüístico, para vincular la Ciencia Lingüística con el ejercicio profesional, y lograr la integración de investigadores y profesionales en los procesos socioculturales.
- h) Promover el estudio e investigación científica de la realidad cultural y lingüística de la nación, su problemática, desarrollo y aplicaciones científicas de las lenguas de nuestro país.
- i) Formar profesionales con valores éticos y morales del más alto nivel académico en la especialidad lingüística.
- j) Capacitar a los jóvenes y adultos, en procesos de formación continua a nivel de pre grado y post grado, para el aprendizaje de las distintas lenguas nativas y extranjeras.

Antecedentes gráficos


Facebook es la única red social en que la institución ha realizado publicaciones para divulgar información, la Escuela de Ciencias Lingüísticas como tal, no realiza publicaciones en redes sociales muy seguido, pero el Centro de Aprendizajes de Lenguas (CALUSAC), programa que pertenece a la Escuela de Ciencias Lingüísticas, es la entidad que más publicaciones realiza, debido a la cantidad de alumnos y cursos que se ofrecen bimestralmente.

Las publicaciones realizadas parecen ser diseñadas (Figura 1) de manera empírica, debido a que no siguen una línea que las identifique como pertenecientes a una sola organización, cada pieza es realizada según sea la necesidad sin seguir lineamientos de premisas de diseño como de tipografía, color o retícula. Además, según la encuesta realizada a estudiantes de diseño en el diagnóstico de comunicación (ver apéndice No. 2), la mayoría de las piezas son poco atractivas visualmente.

ASIGNACIÓN EXAMEN PRIMERA RECUPERACIÓN EN CONTROL ACADÉMICO


Enviar correo electrónico a solorzano.monica@usac.edu.gt con el asunto: **Asignación 1era. Retrasada**. En el mensaje del correo colocar nombre completo, registro académico, código del curso, nombre del curso, docente del curso y adjuntar recibo de pago cancelado.

RECUERDA
Fechas de asignación: del 26 al 29 de junio



**4TO. AÑO
SEGUNDO SEMESTRE 2020
LICENCIATURA EN CIENCIAS LINGÜÍSTICAS CON ESPECIALIDAD EN TRADUCCIÓN**

HORA	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
7:00 - 8:00	Integración Casos, Babel Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración de Pruebas I Luis, Andrea Loreti 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas de la Traducción Luis, María Sosa 1do. Año
8:00 - 9:00	Integración Casos, Babel Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración de Pruebas II Luis, Andrea Loreti 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas de la Traducción Luis, María Sosa 1do. Año
9:00 - 10:00	Pruebas de la Traducción Luis, María Sosa 1do. Año	CURSOS OPCIONALES Reducción Traduc. y Gestión Luisa Lengua de Señas Propiedades de Texto Luisa	Integración Casos, Babel Luis, Carla Acuña 1do. Año	Test Especializado de A+B Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas de la Traducción Luis, María Sosa 1do. Año
10:00 - 11:00	Pruebas de la Traducción Luis, María Sosa 1do. Año	CURSOS OPCIONALES Reducción Traduc. y Gestión Luisa Lengua de Señas Propiedades de Texto Luisa	Integración Casos, Babel Luis, Carla Acuña 1do. Año	Test Especializado de A+B Luis, Carla Acuña 1do. Año	CURSOS OPCIONALES Reducción Traduc. y Gestión Luisa Lengua de Señas Propiedades de Texto Luisa
11:00 - 12:00	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año	Test Especializado de A+B Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año
12:00 - 13:00	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año	Test Especializado de A+B Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año
13:00 - 14:00	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año	Test Especializado de A+B Luis, Carla Acuña 1do. Año	Integración Simulada Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año	Pruebas Casos, de Trad. Luis, Carla Acuña 1do. Año



IDIOMA INGLÉS INTENSIVOS HORARIO (MARZO)

Horario sujeto a cambios por haberse finalizado el curso en todo los momentos

INTENSIVO 1				
HORARIO	DÍA	SALÓN	EDIFICIO	PROFESOR
JORNADA VESPERTINA				
17:00 - 19:00	Lunes a Viernes	14	5-13	Elita Riquelme

INTENSIVO 2				
HORARIO	DÍA	SALÓN	EDIFICIO	PROFESOR
JORNADA MATUTINA				
08:00 - 10:00	Lunes a Viernes	200	5-1	Carlos Samayoa
08:00 - 10:00	Lunes a Viernes	100	5-1	Mario A. González
08:00 - 10:00	Lunes a Viernes	121	5-1	Juan Carlos Estrella
JORNADA VESPERTINA				
17:00 - 19:00	Lunes a Viernes	14	CALUSAC	Verónica Ochoa
17:00 - 19:00	Lunes a Viernes	15	CALUSAC	Melissa Flores
17:00 - 19:00	Lunes a Viernes	1	5-13	Daniela Méndez

INTENSIVO 3				
HORARIO	DÍA	SALÓN	EDIFICIO	PROFESOR
JORNADA MATUTINA				
08:00 - 10:00	Lunes a Viernes	10	CALUSAC	Juan Carlos Aguayo
JORNADA VESPERTINA				
17:00 - 19:00	Lunes a Viernes	8	CALUSAC	Miguel Vargas

INTENSIVO 4				
HORARIO	DÍA	SALÓN	EDIFICIO	PROFESOR
JORNADA MATUTINA				
08:00 - 10:00	Lunes a Viernes	8	CALUSAC	Karla Chugachón
JORNADA VESPERTINA				
17:00 - 19:00	Lunes a Viernes	23	5-13	Lorena Hernández

Inicio de clases: Lunes 2 de marzo de 2020
Examen final: jueves 26 de marzo de 2020
Entrega de notas: viernes 27 de marzo de 2020

CALUSAC INTENSIVOS VIRTUAL

**INSCRIPCIONES DEL 28 DE FEBRERO
AL 02 DE MARZO**

LUNES A SÁBADO DE 07:00 a 18:00 HRS.
(Edificio 513, 3er. Nivel)

DOMINGO DE 08:00 a 12:00 HRS.
(Edificio 513, 1do. Nivel)

**INICIO DE CLASES
LUNES 02 DE MARZO**

Estudiantes del Interior de la República y extranjeros realizar inscripción en línea, enviar requisitos escaneados al correo reporta@calusac.virtual@usac.edu.gt





Figura 1.
Recopilación de antecedentes gráficos.
Escuela de Ciencias Lingüísticas, USAC. 2020

Perfil del Grupo Objetivo

La Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala es la unidad académica creada por el Consejo Superior Universitario con el objeto de formar profesionales de las Ciencias Lingüísticas, así como de desarrollar programas de docencia, investigación y proyección social, en relación con las lenguas nacionales y extranjeras.

Características geográficas

Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central (Ciudad Universitaria, Ciudad de Guatemala), residentes de la ciudad, municipios aledaños a la región metropolitana y un reducido porcentaje de estudiantes provenientes de departamentos limítrofes como Sacatepéquez y Chimaltenango.

Características sociodemográficas

Primario

Estudiantes de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que oscilan entre los 18 y 25 años de edad. Actualmente alrededor de 600 alumnos, un porcenta-

je mayoritario de mujeres, de alrededor del 80%. El 18.5% cuenta con vehículo propio, mientras el 81.5% utiliza el transporte público, mayormente transmetro y transurbano.

Secundario

Administrativos y docentes de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, con un grado académico mínimo de Licenciatura. Las edades comprenden entre los 27 y 60 años aproximadamente. Cuentan con vehículo propio y el nivel socioeconómico al que pertenecen la mayoría son D1, C3, C2 y C1,¹³ con ingresos personales desde Q7,200.00 hasta Q25,600.00.

Características socioeconómicas

El 48% de los universitarios no cuentan con un empleo para poder sostenerse, ya que dependen directamente de los padres, por el contrario, el 52% trabaja para poder sostenerse.¹⁴ El nivel socioeconómico al que pertenecen son D2, D1 y C3, con ingresos familiares mensuales desde Q3,400 hasta Q11,900.¹⁵

13 Dirección General de Investigación USAC. "Lista de puestos y salarios 2017", Digi, Consultado en mayo 01, 2020, <https://digi.usac.edu.gt/convocatoria2018/formatos/salarios2017.pdf>

14 Ingrid Cárdenas. "Usac presenta datos estadísticos sobre su población estudiantil", Soy Usac, Consultado en mayo 01, 2020, <https://soy.usac.edu.gte/?p=9746>

15 Alks consultores. "Niveles socioeconómicos en Guatemala", Alks consultores, consultado 02 de mayo, 2020, www.alkconsultores.com

Características psicográficas

La gran mayoría son jóvenes, que dependen económicamente de sus padres por lo que sus principales sueños y ambiciones son de convertirse en profesionales para poder independizarse, dedicarse a lo que les apasiona, tener una estabilidad económica y ayudar económicamente a sus familias. Poseen habilidad para el aprendizaje de nuevos idiomas, sus principales intereses son socializar con amigos y familiares de manera física y por medio de redes sociales, ya que el uso de la tecnología es parte del día a día, además de la lectura, música y demás pasatiempos¹⁶.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

La institución imparte principalmente sus clases de manera presencial, tanto a sus alumnos del técnico y licenciatura. Pero en los últimos años desarrollaron la modalidad de clases en línea, y hasta el presente año, todas las clases pueden ser cursadas en línea, a través de plataformas como Google Meet y Zoom.

¹⁶ Ingrid Cárdenas. "Usac presenta datos estadísticos sobre su población estudiantil"

Organigrama de la institución

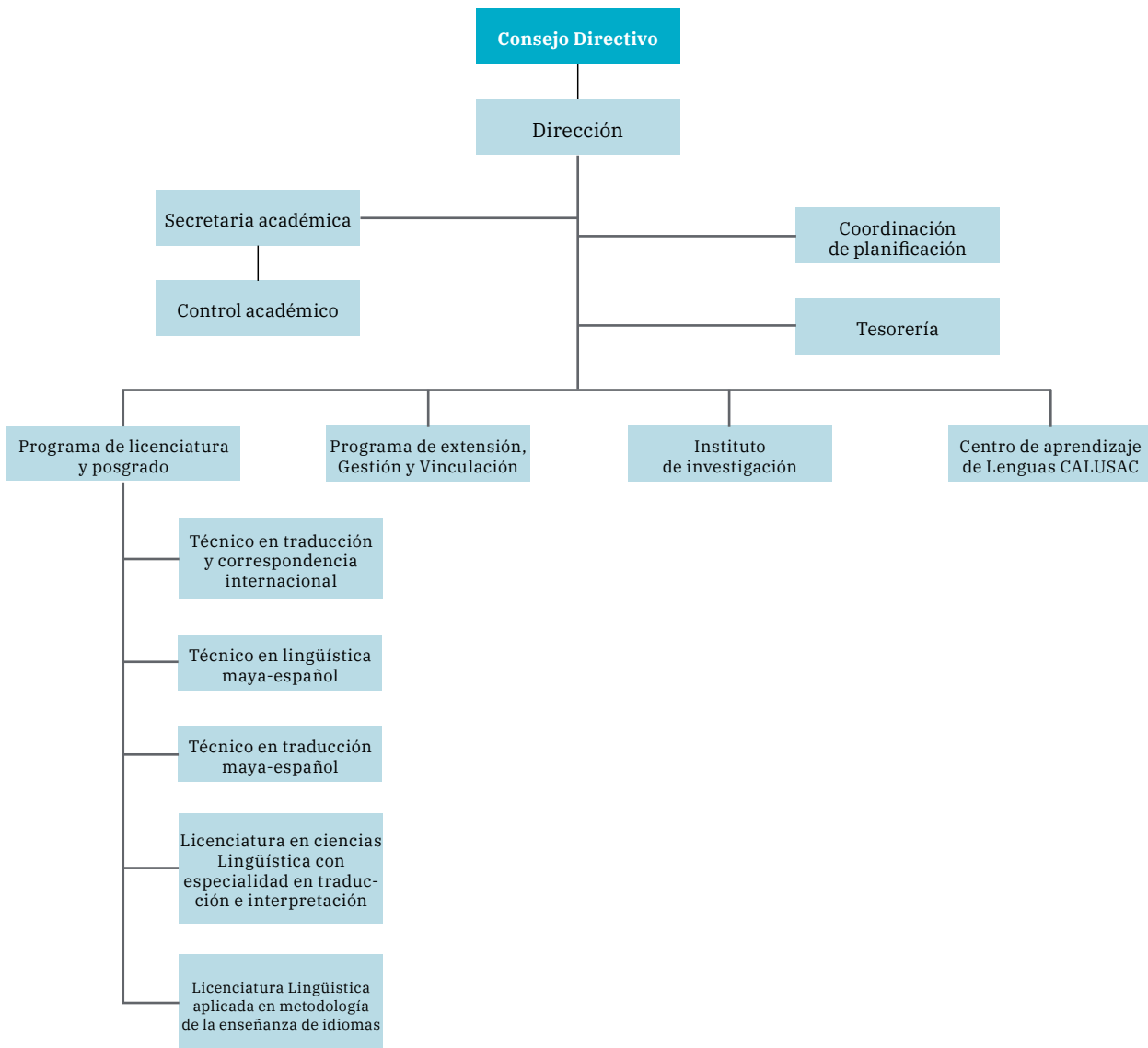
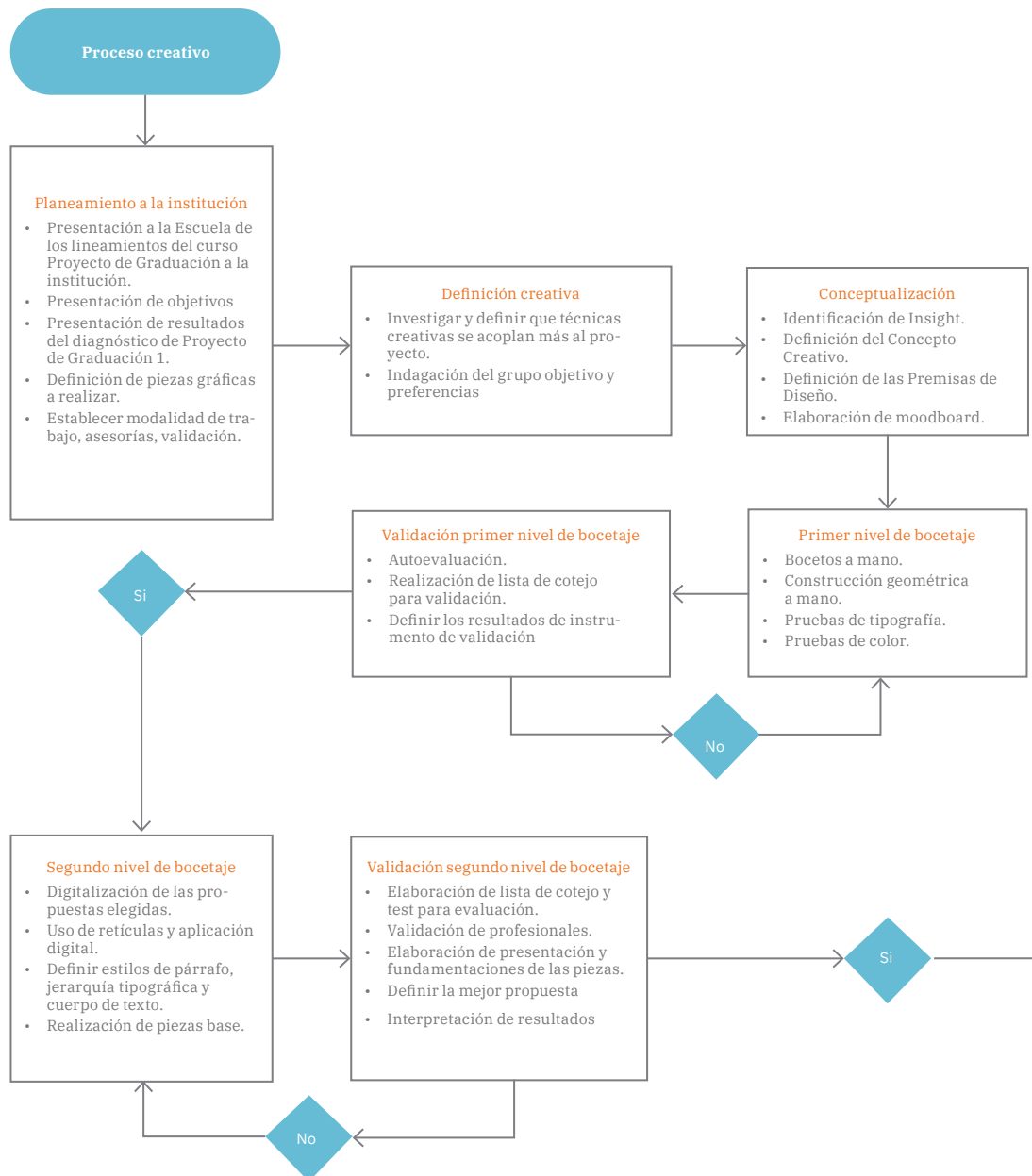


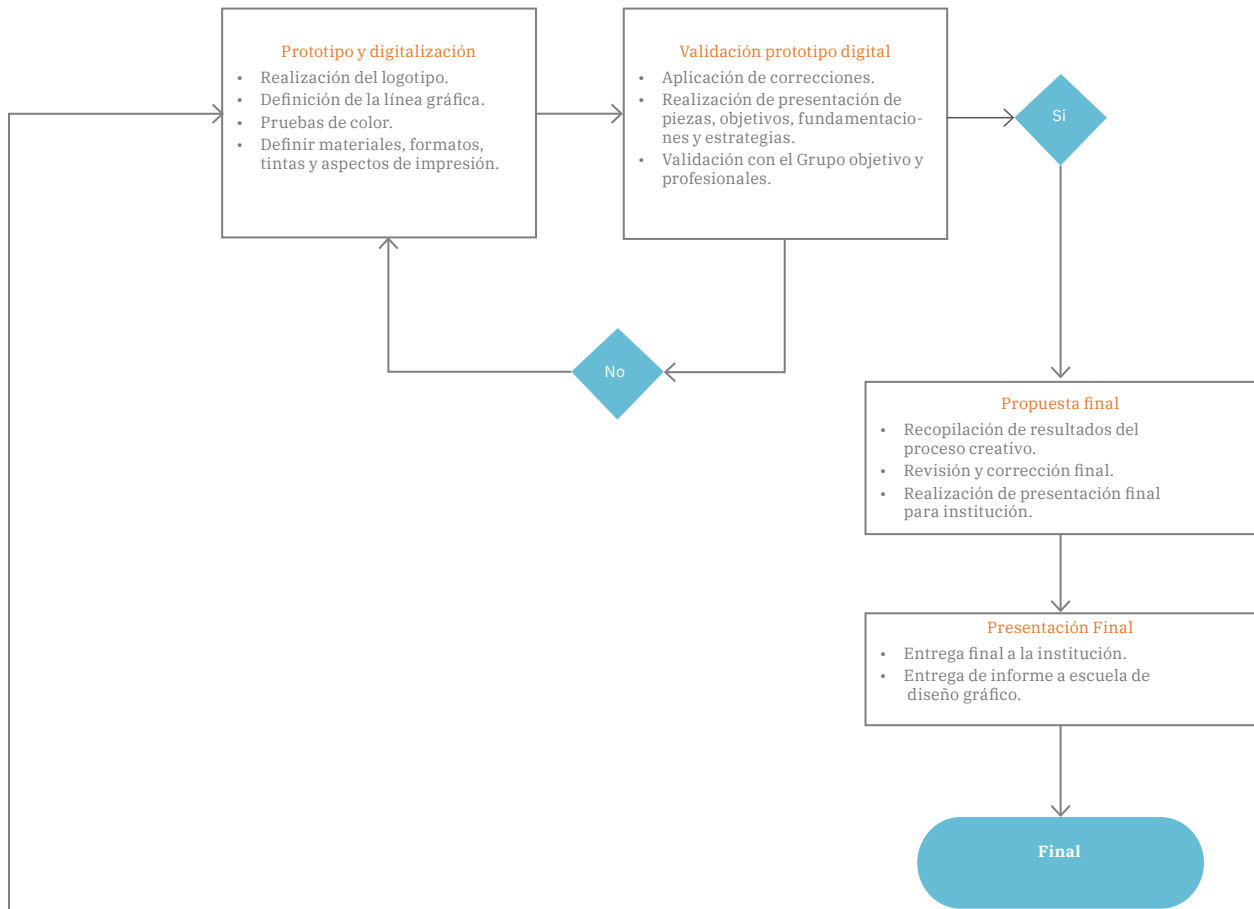
Figura 2.
Organigrama de la ECCLL,
Escuela de Ciencias Lingüísticas, USAC. 2020

CAPÍTULO
03

Planeación operativa

Flujograma





Cronograma de trabajo

Agosto				
Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Definición de las piezas gráficas para desarrollar.				
Recopilación de información teórica para el marco teórico.				
Realización de entrevistas con directivos, docentes y alumnos de la Escuela de Ciencias Lingüísticas.				
Revisión y cambios del protocolo.				
Desarrollo de las 6W's.				
Desarrollo y redacción de Insight y Concepto.				

Septiembre					
Actividad	Semana 5	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Desarrollo y redacción de Insight y Concepto.					
Recopilación de referencias visuales.					
Recopilación de tendencias mega, macro y micro de Branding.					
Primer nivel de bocetaje.					
Desarrollo de bocetos digitales.					
Nuevas propuestas de logotipo.					
Validación con profesionales.					

Octubre					
Actividad	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13
Definición del logotipo y códigos de diseño.					
Desarrollo de las piezas de imagen institucional.					
Realización de cambios sugeridos por el asesor y jefa.					
Validación con el Grupo Objetivo					
Desarrollo de las piezas restantes de la imagen institucional.					
Realización de últimos cambios.					

Noviembre			
Actividad	Semana 14	Semana 15	Semana 16
Diseño de las propuestas finales.			
Entrega de artes finales a la institución.			
Presentación final ante asesores.			
Redacción y diagramación del informe final.			

Previsión de recursos y costos

Recurso / material	Costo por mes/ individual	Subtotal (3 meses)
Internet	Q200.00	Q600.00
Energía eléctrica	Q80.00	Q240.00
Sketchbook para bocetaje	Q24.00	Q24.00
Marcadores, lápices y lapiceros	Q30.00	Q30.00
Pruebas de impresión	Q50.00	Q50.00
Depreciación de equipo	Q220.00	Q1,110.00
Total		Q2,054.00

CAPÍTULO
04

Marco teórico

Importancia de la educación bilingüe

Introducción

El marco teórico que a continuación se desarrolla, tiene como finalidad dar a conocer los principios y conceptos fundamentales para la comprensión de la finalidad e incidencia social de este proyecto y como a través del diseño gráfico se puede contribuir a los problemas sociales del país.

El primer ensayo parte de los conceptos básicos de la educación, lingüística y educación bilingüe para comprender la importancia social y personal del aprendizaje de idiomas. Ya que el aprendizaje de idiomas y el rol tan importante que cumple el aprendizaje de idiomas en una sociedad moderna.

El segundo ensayo trata sobre los conceptos propios del diseño gráfico que sirven como herramienta para el desarrollo de la investigación y posterior ejecución de las piezas gráficas. Con la finalidad de poder justificar las decisiones de diseño.

Educación

Según la Real Academia Española la educación significa "crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes. Acción y efecto de educar", y por otro lado menciona al verbo educar como: "dirigir, encaminar, doctrinar". Se hacen referencia a estos dos términos con el fin de comprender desde la gramática la esencia de la palabra "educación", de esta manera se puede decir que la educación es un proceso cultural¹⁷ de la sociedad en el que se transmiten conocimientos de diversos tipos. Este proceso incluye a alguien que transmite, enseña o dirige un conocimiento y a quien recibe o aprende ese conocimiento, la RAE menciona que el segundo sujeto normalmente es un niño o joven, esto debido a que al nacer no se poseen conocimientos y la conducta del ser humano es impredecible a diferencia de los demás seres del mundo natural¹⁸. Por lo tanto desde el nacimiento hasta la juventud son las etapas en las que se reciben la mayor cantidad de conocimientos que determinan la cultura de cada sujeto.

Lingüística

La lingüística y la necesidad del hombre de sistematizarla nació junto con la humanidad, esto debido a que la dispersión

de los pueblos provocó que se hablaran lenguas distintas y surgieran problemas de comunicación.¹⁹ Otro aspecto de la cultura que varía según el contexto es la manera de comunicarse, desde la antigüedad esto no ha variado.

Una de las personas más relevantes que aportó a definir el término "lingüística" fue el lingüista Ferdinand de Saussure (1857-1913). Se determinó que el habla, la principal herramienta del lenguaje es utilizado de manera individual. En otras palabras, a pesar de que existan reglas gramaticales del uso correcto de las palabras y el orden que deben de seguir, cada persona las utiliza según el contexto, experiencias y su propia idea de comunicar, entre otros factores. Por esta razón Saussure y posteriores lingüistas le dieron dirección al estudio lingüístico y definirla como "ciencia de lenguaje".²⁰

Esta capacidad de los seres humanos es la que probablemente nos distingue más del resto de seres vivos y estudiarla es mucha más compleja de lo que parece, su estructura se divide en dos partes: la lengua y el habla, la primera hace referencia a las reglas y normas surgidas en una cierta sociedad y la segunda a la aplicación de estas reglas y normas en la comunicación.²¹

17 Aníbal de León. "Qué es la educación", Educere (Venezuela, 2007): <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35603903>

18 Aníbal de León. "Qué es la educación"

19 Erasmus. "Sobre la lingüística"

20 Erasmus. "Sobre la lingüística"

21 Erasmus. "Sobre la lingüística"

Estos aspectos están presentes en todas las sociedades, ambas partes están presentes independientemente del país o cultura, aplicándolas cada una a su manera y necesidad.

Traducción

La traducción es un proceso en el que se pasa de un idioma a otro cualquier documento escrito, estos pueden ser de carácter oficial, en el caso de Embajadas o Cortes, en el que se manejan documentos delicados; también pueden ser libros, escritos por el autor en un idioma, pero traducidos a más idiomas para su distribución.²² La traducción cumple un rol importante en la difusión del conocimiento.

A pesar de que una persona bilingüe tenga la capacidad de trasladar un texto de un idioma a otro; la labor de los profesionales de la traducción implica la aplicación de conocimientos que van más allá del simple hecho de hablar dos idiomas, ya que involucra la comprensión de los contextos e ideas que solo ellos pueden comprender, con la finalidad de traducir un documento con la máxima fidelidad de las ideas expuestas en el idioma original.²³

Interpretación

Al igual que la traducción, la finalidad es la misma, trasladar información de un idioma a otro, sin embargo, hay una diferencia marcada, la interpretación es a través del habla, ya no por medios escritos. Esto sucede cuando existen personas que necesitan comunicarse en idiomas diferentes, por lo que necesitan a un intermediario para que la comuni-

cación pueda existir. De igual forma, existen técnicas y conceptos para ejercer esta profesión, con la finalidad de que la comunicación sea certera y se trasladen las ideas y pensamientos con fidelidad.²⁴

Idiomas vernáculos de Guatemala y extranjeros

Guatemala es un país considerablemente pequeño, sin embargo, con una gran riqueza cultural en el que conviven cuatro pueblos, el Maya, el Garífuna, el Xinka y los no indígenas (también llamados Ladinos); de estos pueblos 22 idiomas son de la familia de los mayas, dando un total de 25 idiomas en Guatemala, siendo el español el idioma oficial, según el Artículo 143 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

La diversidad cultural del país ha dado como resultado que casi la mitad de las personas maya hablantes sean bilingües, siendo el español su segundo idioma,²⁵ este resultado no es una sorpresa, debido a que en el país las clases son impartidas en español y los libros de texto oficiales también son escritos en ese idioma, por lo que la población maya es guiada a ser bilingüe.

Por otro lado, en 2014, de 573,610 hablantes nativos del español que se consideraron bilingües, el 24.5% (140,534 personas) habla inglés y el 23.9% (137,093 personas) habla el K'iche' como segundo idioma.²⁶ Estos datos evidencian la preferencia por aprender el idioma inglés, probablemente no por discriminación hacia los idiomas vernáculos (aunque las condiciones y las necesidades del país no fomentan el aprendizaje)

22 Amparo Hurtado, Traducción y traductología, (España: Cátedra Lingüística, 2001), 2

23 Amparo Hurtado, Traducción y traductología

24 Joseph Raz, "Algunas características generales de la interpretación", La intención en la interpretación, consultado 15 de agosto, 2020, https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10443/1/doxa20_07.pdf

25 INE, ENCOVI, 2014

26 INE

sino por el panorama que el idioma inglés puede brindar, al ser el idioma más influyente a nivel mundial; provocando que en la actualidad estudiar un idioma extranjero, especialmente el inglés, sea una necesidad y no un lujo como probablemente lo era hace algunas décadas.²⁷

La educación superior en Guatemala

Se entiende por “educación superior” a la última etapa o fase de la educación académica. Es el nivel de la enseñanza profesional.²⁸ En el marco legal guatemalteco, este nivel académico se fundamenta en la sección Quinta de Constitución Política de la República de Guatemala, desde el artículo 82 hasta el 90. En el artículo 82 establece que la Universidad de San Carlos de Guatemala es una institución autónoma y la única universidad estatal, además de ser la más antigua del país. Según la Constitución, son obligaciones de las universidades la formación profesional, la divulgación de la cultura, la práctica de la investigación y la cooperación al estudio, así como coadyuvar a la solución de los problemas nacionales (Art. 82 y 85).²⁹

Además de la universidad Estatal, en la actualidad existen 14 universidades privadas.³⁰ La cantidad de universidades es poca, comparada con la cantidad de la población, 15 millones en 2018 aproximadamente según el INE (Instituto Nacional de Estadística), en contraste, Costa Rica cuenta con más de 40 uni-

versidades y la población del país es de aproximadamente 5 millones.³¹

El último censo realizado por el INE en el 2018, dio como resultado que solo el 4.56% de la población cuenta con alguna licenciatura, siendo la Universidad de San Carlos de Guatemala, la universidad con más alumnos a nivel nacional, con alrededor de 200,000 en 2019.³² Por consiguiente, es la universidad con más responsabilidad al preparar mayor porcentaje de profesionales del país

Por estas razones, la USAC tiene una gran responsabilidad en la preparación de profesionales del país, por lo que la calidad y la modernización del sistema educativo deben ser constantes para adaptarse a las necesidades sociales, aplicando nuevas técnicas y métodos de enseñanza, con el fin de que la educación impartida no quede obsoleta y los alumnos llenen los estándares internacionales de conocimientos y habilidades.

27 Mirian Chávez, “La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza superior”

28 Douglas Abadía, “Educación superior en Guatemala”, La hora, consultado 07 de agosto, 2020, <https://lahora.gt/educacion-superior-en-guatemala-parte-i/>

29 Douglas Abadía, “Educación superior en Guatemala”

30 CEPS, “Universidades”, CEPS, consultado 07 de agosto, 2020, <https://www.ceps.edu.gt/ceps/>

31 Datos macro, “Costa Rica: Economía y demografía”, Datos macro, consultado 07 de agosto, 2020, <https://datosmacro.expansion.com/paises/costa-rica>

32 Soy Usac, “La Tricentenaria: una universidad en expansión”, Soy Usac, consultado 07 de agosto, 2020, <https://soy.usac.edu.gt/?p=3815#:~:text=La%20USAC%20es%20una%20de,1950%20a%20200%2C000%20en%202019>

Metodología para la enseñanza

“Los métodos de enseñanza son los componentes más dinámicos del proceso de enseñanza-aprendizaje, pues están basados en las acciones de los profesores y estudiantes”.³³ En otras palabras, la metodología determina las partes y el proceso que se debe de seguir para la enseñanza, en el que están estrechamente vinculados los profesores y los alumnos. Entre los criterios de varios expertos, las clasificaciones de los métodos de enseñanza pueden ser: inductivos, deductivos y analítico-sintéticos; y orales, visuales y prácticos; por mencionar algunos.

Nuevas metodologías de enseñanza.

Durante muchos años el sistema educativo se regía como una enseñanza dictatorial, en el que el profesor era el que tenía todo el conocimiento y los alumnos se dedicaban a repetir o memorizar, pero a pesar de todo era un método que funcionaba, de esa manera se educaron muchos profesionales, sin embargo, el mundo está en constante cambio y la educación se debe de adaptar a las necesidades del alumno.³⁴

El protagonista de los cambios constantes del sistema educativo es la tecnología, probablemente antes de la llegada del internet, un profesor era incuestionable debido a que no existían o eran poco accesibles las fuentes para poder corroborar algún tipo de información, lo que ahora no sucede. En segundo lugar, se puede saber si lo que alguien está

diciendo es verídico o la información se está tergiversando. De esta manera la educación ha revolucionado y en ocasiones el salón de clases es innecesario, para darle paso a la era digital.

E-learning en la enseñanza superior

Como se mencionó anteriormente, la tecnología ha tomado un rol importante en el proceso educativo y ha permitido que la adquisición de conocimientos sea más accesible y rápida. El término E-learning proviene del inglés y se puede traducir como “aprendizaje virtual o aprendizaje electrónico”.³⁵ En otras palabras, el E-learning es un método de enseñanza no presencial en el que se utiliza la tecnología para impartir y recibir clases; permite a que el contenido pueda ser consultado cuantas veces sea necesario para poder comprender y si existieran dudas se realizan de manera remota.

De esta manera muchas más personas podrán adquirir conocimientos y estar a la vanguardia respecto a los conocimientos que se producen alrededor del mundo. Por eso la importancia de que el E-learning sea cada vez más utilizada como herramienta principal en la educación superior en Guatemala. Algunas desventajas son el hecho de que no todo el país tiene acceso a internet, sin embargo, las posibilidades se van ampliando y mejorando, es decir, se hace cada vez más posible aplicar este método educativo.

33 Washington Rosel, “Consideraciones generales de los métodos de enseñanza y su aplicación en cada etapa del aprendizaje”, Revista Habanera de ciencias Médicas, consultado 07 de agosto, 2020, http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1729-519x2009000200016

34 Camila Londoño, “6 metodologías de enseñanza que todo profesor innovador debería conocer”, Elige educar, consultado 07 de agosto, 2020, <https://eligeeducar.cl/6-metodologias-ensenanza-profesor-innovador-deberia-conocer>

35 Fundéu, “e-learning, anglicismo traducible por aprendizaje virtual”, Fundéu, consultado 08 de agosto, 2020, <https://www.fundeu.es/recomendacion/e-learning/#:~:text=«e-learning»%2C%20anglicismo,por%20«aprendizaje%20virtual»%20%7C%20Fundéu&text=Fundéu%20es%20una%20fundación%20patrocinada,de%20comunicación%20y%20en%20Internet>

Principales beneficios de hablar más de un idioma

Existen estudios que han demostrado que las personas bilingües adquieren beneficios cognitivos, probablemente no sean tan considerables, pero los beneficia en funciones cognitivas relacionadas con la atención. Tres de los aspectos positivos de ser bilingüe son: 1. Aprendizaje de nuevas estrategias cognitivas, 2. Mejor comprensión de la primera lengua, 3. Aumento del control cognitivo.³⁶ Estos son solo algunos aspectos mencionados de manera resumida para comprender que aprender un segundo idioma no solo es satisfactorio a nivel personal y social, sino que también es bueno para la mente y el intelecto.

En el aspecto social, los beneficios de ser bilingüe influyen bastante en las posibilidades de crecimiento personal. En Guatemala se puede decir que los dos aspectos más importantes son: más oportunidades laborales y mayores oportunidades académicas.

La educación es un tema muy importante para Guatemala, debido a que es uno de los principales medios para el desarrollo de la sociedad, por lo que los temas relacionados a ella son de vital importancia.

La educación bilingüe ha dejado de ser una habilidad exclusiva para unos pocos. La lingüística y lo que ella conlleva son parte fundamental del desarrollo del país, ya que la preparación de la sociedad posibilita el poder competir y alcanzar a países en mejores condiciones tanto económicas como culturales, ya que es parte de la humanidad la superación, tanto colectiva como individual.

36 Alfredo Ardilla. "Ventajas y desventajas del bilingüismo", Forma y función (Colombia, 2012): <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21928398005>

Fundamentos de diseño

Factores de la metodología que se relacionan con el proceso de diseño.

El diseño como proceso

Desarrollar proyectos de diseño involucra a diversas ciencias y profesiones, debido a la gran variedad de proyectos en el que los diseñadores pueden trabajar, esto provoca que estandarizar los proyectos sea un proceso un tanto complicado, ya que no se pueden dar por sentadas las soluciones a todos estos, aunque sean del mismo tipo, incluso el contexto, época y tipo de personas pueden alterar los resultados; por estas razones el proceso de diseño también es una mezcla de acciones intuitivas,³⁷ es decir, muchas veces el diseñador aplica sus propios criterios según sean sus experiencias.

Sin embargo, a pesar de que cada proyecto es único y se adapta a las necesidades de las personas, épocas o contexto, existen métodos que ayudan a llevar de manera ordenada cada proyecto, estos métodos tienen la ventaja de que son flexibles y pueden utilizarse en múltiples proyectos de diseño, tres de los métodos más populares son, el Método proyectual, el Design thinking y el Diseño centrado en las personas.

Design Thinking

Este popular método fue desarrollado por el Instituto de Diseño de la Universidad de Standord en California (EEUU) en los años 70 y hasta la actualidad la consultora Ideo.org es la principal precursora del mismo método.³⁸ Este método tiene como finalidad empatizar con el usuario final de cada pieza o producto, para realizar proyectos a la “medida” de las personas. Son 5 los pasos que se deben de seguir para realizar este método.³⁹

1. Empatizar

Como Diseñador, los problemas que tratas de resolver no son los tuyos, son problemas de otras personas. Para diseñar para estas personas debes adquirir la empatía por lo que ellos son como personas y lo que es importante para ellos.

2. Definir

Es preciso determinar bien el desafío del proyecto basado en lo aprendido del usuario y su contexto. Después de transformarse en un experto instantáneo del problema adquiriendo una empatía invaluable por la persona de la cual estás diseñando, esta etapa es sobre crear coherencia sobre la variada información que se ha reunido.

3. Idear

Aquí empieza el proceso de diseño y la generación de múltiples ideas. Esta etapa entrega los conceptos y los recursos para hacer prototipos y crear soluciones

37 Ellen Lupton, *Graphic Design Thinking*, (España: Editorial Gustavo Gili, 2012), 4

38 Design Thinking, “¿Qué es el Design Thinking?”, Design Thinking, consultado 22 de agosto, 2020, <http://www.designthinking.es/inicio/>

39 Institute of Design at Standord, *An introduction to Design Thinking Process Guide*, Institute of Design at Standford

innovadoras. Todas las ideas son válidas y se combina todo desde el pensamiento inconsciente y consciente, pensamientos racionales y la imaginación.

4. Prototipar

El modo Prototipos es la generación de elementos informativos como dibujos, artefactos y objetos con la intención de responder preguntas que nos acerquen a la solución final. O sea, no necesariamente debe ser un objeto sino cualquier cosa con que se pueda interactuar.

5. Evaluar

Este paso consiste en solicitar feedback y opiniones sobre los prototipos que se han creado de los mismos usuarios y colegas además de ser otra oportunidad para ganar empatía por las personas de las cuales estas diseñando de otra manera.⁴⁰

Diseño Centrado en las Personas

Este método tiene una visión en el apoyo social, debido a que propone a los proyectos de diseño para apoyar en la solución de problemas sociales, le da un valor más importante y deja de lado la creencia que el diseño es puramente estético.

La consultora estadounidense de diseño IDEO, es la máxima referente en este método de diseño, en todos sus proyectos colocan como fin principal a las personas, es decir, el destinatario final de cada proyecto.

Adoptar un diseño centrado en el ser humano significa creer que todos los problemas, incluso los aparentemente intratables como la pobreza, la igualdad de género, y agua limpia, son solubles. Además, significa creer que las personas que enfrentan esos problemas todos los

días son las que tienen la clave para su respuesta. El diseño centrado en el ser humano ofrece soluciones a problemas, para comprender profundamente las personas a las que buscan servir, soñar decenas de ideas y crear nuevas soluciones innovadoras enraizadas en las necesidades reales de las personas.⁴¹

La investigación y su influencia dentro del proceso de diseño

Probablemente la investigación es uno de los temas más grandes y menos explorados en el diseño. Desde el nacimiento de escuelas como la Bauhaus en Alemania, que contribuyeron a establecer la percepción actual que se tiene del diseño, se ha buscado una metodología propia del diseño.⁴²

La prestigiosa agencia internacional de diseño "2x4" utiliza la investigación visual para analizar contenido, generar ideas y comunicar puntos de vista. "De hecho, no utilizamos el término 'investigación' (research), porque nuestro método es cualitativo. Preferimos el término 'especulación'", explica Georgianna Scout, socia de la firma. Los estudios especulativos de 2x4 examinan el espacio conceptual que ocupa una marca observando el producto desde ángulos diversos y contradictorios.⁴³

La investigación proporciona un mejor panorama para poder desarrollar proyectos más estéticos y que se adapten a las necesidades, no es lo mismo diseñar para adultos que para niños; además de lo estético, a través de la investigación se puede contribuir a la sensación del bienestar humano,⁴⁴ desarrollando pro-

40 Institute of Design at Standord, An introduction to Design Thinking Process Guide

41 Ideo.org, The Field Guide to Human-Centered Design, consultado 05 de septiembre, 2020, ideo.org

42 No solo usabilidad, "Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en el diseño", No solo usabilidad, consultado 22 de agosto, 2020, http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.html

43 Ellen Lupton, Graphic Design Thinking, (España: Editorial Gustavo Gili, 2012), 38-39

44 No solo usabilidad, "Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en el diseño"

yectos que influyan en el mejoramiento de problemas sociales. En este punto es cuando el diseño gráfico pasa de ser puramente estético a ser una disciplina que puede aportar de forma positiva a la sociedad.

Técnicas de conceptualización

Tras haber realizado la investigación necesaria para el desarrollo de cada problema, el siguiente paso es comenzar con la parte creativa en la que se deben de dar soluciones de la mejor manera posible, esto no significa que siempre debe de ser la solución más rebuscada, en ocasiones es la más simple. En esta etapa existen diversas técnicas que se pueden utilizar, algunas se adaptan mejor que otras a cada proyecto y en la mayoría de ocasiones queda a discreción la elección de cual utilizar, una de la técnica más popular es el Diseño centrado en las personas y es el desarrollado en este proyecto.

Design kit

Además de desarrollar un método de investigación, la consultora IDEO, ha creado sus técnicas para la realización de proyectos basados en este método, llamado “Design Kit”. El kit aborda los temas desde la Inspiración, Ideación e Implementación.⁴⁵ Para el desarrollo de diversos proyectos, en el que se considera como parte más importante del proyecto al destinatario final.

Entrevista

Una de las principales maneras de poder llegar a conocer los pensamientos y sentimientos de las personas es a través de las entrevistas, ya que se tiene un con-

tacto directo con ellos, de esta manera se puede obtener la perspectiva de quienes son afectados por el problema y se puede empatizar. Basándose en las técnicas de IDEO, las entrevistas son utilizadas en la etapa de inspiración del proyecto. “El diseño centrado en el ser humano consiste en llegar a las personas para las que está diseñando y escucharlas en sus propias palabras. Las entrevistas pueden ser un poco abrumadoras, pero al seguir estos pasos a continuación, desbloqueará todo tipo de conocimientos y comprenderá que nunca se sentará detrás de su escritorio”.⁴⁶

Get Feedback

Para la etapa de ideación, el *feedback* (retroalimentación) es una herramienta muy útil, ya que el proceso no lo desarrolla el diseñador a solas, sino que recibe el acompañamiento de las personas involucradas en el proyecto, de esta manera se reciben las perspectivas que el diseñador probablemente no puede tener, esto incrementa las posibilidades de que el proyecto sea más efectivo. “Solicitar comentarios sobre sus ideas y prototipos es un elemento central de la fase de ideación y ayuda a mantener a las personas para las que está diseñando en el centro de su proyecto. También es un camino directo para diseñar algo que esas mismas personas adoptarán. Si el objetivo de un prototipo es probar una idea, la recopilación de comentarios de los usuarios potenciales es lo que impulsa las cosas.”⁴⁷

45 Ideo.org, “Methods”, Design kit, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://www.designkit.org/methods>

46 Ideo.org, “Interview”, Design kit, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://www.designkit.org/methods/interview>

47 Ideo.org, “Get Feedback”, Design kit, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://www.designkit.org/methods/get-feedback>

Insight

El insight es un término que comenzó a tener importancia en la publicidad, con el fin de que los consumidores pudieran conectar sus emociones y sentimientos con los productos, con la intención de persuadirlos a comprarlos. “La base de que definir un insight supone buscar una motivación no revelada y a menudo inconsciente. Por lo tanto, no lo podemos encontrar por medio de una metodología estructurada”.⁴⁸

El insight puede definirse como un “des-tello de consciencia”, un “¡Eureka!” en el que el sujeto “capta” e “internaliza” una verdad revelada que trasciende su propio estado de consciencia, su propio ser. Es una comprensión súbita de una situación o problema y puede ocurrir inesperadamente, luego de un trabajo profundo, simbólicamente, o mediante el empleo de diversas técnicas afines.⁴⁹

Insight de Branding

Existen diversos tipos de insight, cada uno apunta hacia los distintos contextos en los que se involucra el Grupo Objetivo. Para el desarrollo del presente proyecto, se enfocó en el insight estratégico o de branding, debido a que su enfoque va hacia el desarrollo de marcas, debido a que busca verdades universales, es decir, que tengan el mismo significado en cualquier parte del mundo. Así mismo permite que las marcas sean permanentes o que estén vigentes la mayor cantidad de años posibles, ya que no se ajusta a tendencias de la época.⁵⁰

Concepto creativo

El concepto creativo va intrínsecamente relacionado con el insight, puede resumirse en una frase atractiva que conecte con el insight, además será la guía para la materialización visual de las piezas que se desarrollen en el proyecto. La realización del concepto creativo se facilita cuando se identifica un insight certero, el siguiente paso es darle la solución creativa al problema identificado a través del concepto creativo. “El concepto creativo materializa el eje de comunicación con un mensaje atractivo, sencillo y evocador a ojos del consumidor. Y una manera de hacerlo es basándose en aquellos insights reveladores que se identificaron en el estudio de la conducta y el comportamiento del destinatario”.⁵¹

El concepto creativo se desarrolla a través de distintas técnicas, sin embargo, en este proyecto se utilizó el método del Diseño Centrado en las Personas, este método cuenta con sus propias herramientas de conceptualización y la consultora IDEO es la máxima referente de este método.

48 Tristán Elósegui, “¿Qué es un insight?”, Tristán Elósegui, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/>

49 Vicente Seguí Sendra, El Insight en Psicología, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://psicopedia.org/wp-content/uploads/2015/11/El-Insight-En-Psicologia.pdf>

50 Javier Donis, Clasificación de Insights, aplicaciones y el uso de las tendencias para identificarlos y enco-dificarlos en conceptos creativos a través del storytelling, (Guatemala, Junio 2020)

51 Araceli Castelló, Los insights como concepto creativo, Revista Mediterránea de comunicación, (España, Junio 2009), https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/93571/1/ReMedCom_10_02_04.pdf

Imagen corporativa

La imagen corporativa o institucional, mejor conocida por los diseñadores como Branding, es una rama del diseño gráfico dedicada a la realización de marcas, en ocasiones desde cero o la reestructura de una imagen ya existente. En ocasiones el término es confundido con la realización de un logotipo, si bien, el logotipo es parte de la imagen institucional, abarca muchas cosas más.

La imagen corporativa literalmente es la imagen de una corporación o institución, ya que a través de ella se determinan premisas y reglas que se deben de seguir para que una marca sea inmediatamente reconocida, ya sea por sus colores, tipografía, forma, etc. "Identidad es un término que tiene un sentido cultural y estratégico. Es lo que hace que cada empresa sea diferente de todas las demás, única e irrepetible. Por lo tanto, ésta es una cuestión esencialmente de gestión de la empresa, tal como lo son la administración, la organización, la producción, las relaciones con la persona, etc."⁵²

La importancia de la imagen corporativa trasciende lo visual, ya que funciona para posicionar a una marca, por eso es tan fácil diferenciar a Coca-Cola de Pepsi, y viceversa, a pesar de que venden los mismos productos.

"A medida que la competencia crea infinitas opciones, las empresas buscan formas de concretar emocionalmente con los clientes, volverse insustituible y crear pequeñas relaciones. Una marca fuerte se destaca en una densa multitud. Las personas se enamoran de las marcas, confían en ellas y creen en su superioridad"⁵³

Identidad corporativa

La imagen e identidad corporativa suelen ser confundidos, sin embargo, a pesar de que ambas están relacionadas, son términos separados. La identidad corporativa a diferencia de la imagen corporativa es intangible, no es visual y es el resultado de muchos otros procesos.

Pensemos, para utilizar una analogía, en la identidad de un individuo. En su identidad biológica, su ADN, sus cromosomas- está todo el potencial de su futuro desarrollo en la vida. Este potencial cristalizará y será realizado a lo largo de su existencia por medio del contacto con los demás, la sociedad, la cultura y el entorno en que vive. Si cada individuo es capaz de descubrir su propia identidad, es decir, todo aquello que lo hace diferente de todos los demás individuos, único e irrepetible, y sabe acordar a esto sus proyectos personales, entonces cada uno se desarrollará en plenitud y será lo que efectivamente desea y puede ser.⁵⁴

Criterios funcionales del diseño de marcas

En la actualidad la tecnología ha sido tanto un aliado como un enemigo en el desarrollo de marcas, ya que utilizar programas de diseño ha dejado de ser exclusivo para los diseñadores y cualquiera con conocimientos técnicos puede realizar un logotipo, incluso hay aplicaciones en línea que hacen todo el trabajo por las personas. Sin embargo, para desarrollar marcas funcionales se deben de seguir normas, estas normas van más allá de lo estético, si bien la estética es parte fundamental, no lo es todo.

Existen diversas teorías para la normalización de marcas funcionales, la mayoría de estas coinciden, sin embargo,

⁵² Joan Costa, Diseñar para los ojos, (Bolivia: Grupo Editorial Design, 2003), 93

⁵³ Alina Wheeler, Designing brand identity, (Canada: John Wiley & Sons, Inc, 2013), 2

⁵⁴ Costa, Diseñar para los ojos, 93

para el desarrollo de este proyecto se consideraron los criterios establecidos por Alina Wheeler. Este criterio establece ocho características con las que debe de contar una marca funcional

1. Memorable y apropiado.
2. Inmediatamente reconocible.
3. Proporciona una imagen consistente de la empresa.
4. Comunica claramente la personalidad de la empresa.
5. Legalmente protegible.
6. Tiene un valor duradero.
7. Funciona bien en todos los medios y escalas.
8. Funciona tanto en blanco y negro como en color.⁵⁵

Para poder alcanzar los criterios de funcionalidad se debe de hacer énfasis en el uso de los códigos de diseño, tales como la tipografía, el color y la diagramación de las piezas de diseño.

Jerarquías tipográficas

“La jerarquía es un modo lógico y visual de expresar la importancia relativa de los diferentes elementos de un texto, puesto que proporciona una guía visual sobre su organización. La jerarquía del texto facilita una disposición clara del texto de una forma fácil de entender y sin ambigüedades”.⁵⁶

Esta jerarquía se puede representar de distintas maneras, colocando con mayor escala el texto principal como títulos, subtítulos, etc. hasta llegar al texto de párrafo. Otra manera es a través del uso de distintos estilos tipográficos, ya sean

más gruesas, delgadas o con rasgos que los hagan diferenciar del resto.

El color como elemento de diseño

El color también es fundamental en el desarrollo de un proyecto de diseño, ya que es uno de los elementos que más emociones y significado puede aportar al proyecto. La elección de los colores trasciende lo meramente estético, si bien es importante una buena combinación y estética, los colores van ligado a psicología y como cada color influye en la percepción de los objetos. Por eso es importante considerar la psicología del color antes de seleccionar cualquier color.

“La percepción del color está asociada con la luz y con el modo en que ésta se refleja. Nuestra percepción del color cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente”.⁵⁷

Diagramación y retículas

La diagramación está estrechamente relacionada con el diseño editorial, sin embargo, puede adaptarse a múltiples medios. Su principal función es la de distribuir todos los elementos de una pieza de diseño dentro del formato a utilizar con el fin de realizar composiciones con guías y que cada elemento ocupe su lugar.⁵⁸

La principal herramienta para distribuir los elementos en el espacio es la retícula, la cual consiste en dividir el formato en líneas que servirán para de-

55 Alina Wheeler, *Designing brand identity*, 28

56 Ambrose-Harris, *Fundamentos de la tipografía*, 134

57 Wucius Wong, *Principios del diseño en color*, (España: Editorial Gustavo Gili, 1992), 25

58 Agencia Chang, “¿Qué es la diagramación y cuál es su importancia dentro del Diseño Editorial?”. Agencia Chang, consultado 05 de septiembre, 2020, <http://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>

limitar el texto o imagen, en la mayoría de casos estas líneas no son visibles en el resultado final, aunque en algunas ocasiones por decisión estética o funcional estas líneas se vuelven en parte visual de la composición.

La retícula es utilizada por el tipógrafo, diseñador gráfico, fotógrafo y diseñador de exposiciones para resolver problemas en dos y tres dimensiones.

El diseñador gráfico y el tipógrafo lo utilizan para diseñar anuncios de prensa, folletos, catálogos, libros, publicaciones periódicas, etc., y el diseñador de exposiciones para concebir su plan de exposiciones y escaparates.

Al organizar las superficies y los espacios en forma de cuadrícula, el diseñador se encuentra en una posición favorable para disponer texto, fotografía y diagramas de acuerdo con criterios objetivos y funcionales. Los elementos pictóricos se reducen a unos formatos del mismo tamaño. El tamaño de las imágenes se determina según su importancia para el sujeto.⁵⁹

Existen diversos formatos de retícula, cada uno posee sus ventajas y desventajas, regularmente cada retícula tiene una finalidad distinta a las demás, sin embargo, no existe una regla o ley definida para el uso exclusivo de ciertas retículas en determinados proyectos. Dos estilos de retículas populares son las de columna y modulares.

Retícula de columnas

Estas retículas se representan a través de líneas verticales que forman columnas, la cantidad de columnas puede va-

riar según sea la necesidad, además del ancho del párrafo que se espera colocar. Esta retícula evita que existan múltiples divisiones verticales, además de que es versátil para poder ordenar textos y elementos de manera vertical. Regularmente es el estilo de retícula utilizado en los periódicos.⁶⁰

Retícula modular

Al igual que en la retícula de columnas, está formado por columna, a diferencia que en este estilo de retícula se trazan líneas verticales, formando cuadros llamados “módulos”, la cantidad de estos módulos puede variar según sea la necesidad. La ventaja de utilizar esta retícula es que determina los espacios en donde se debe de colocar cada elemento, estos espacios pueden ser alternados y utilizados de diferente manera con la finalidad de que la diagramación sea dinámica y no sea monótona en el caso de que existan varias páginas o formatos por diagramar.⁶¹

59 Josef Müller-Brockmann, Grid systems Raster systeme, (Suiza: Niggli Verlag, 1981), 13

60 Revista digital, “Retículas en diseño gráfico”, Revista digital, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-disenio-grafico/#:~:text=Una%20ret%C3%ADcula%20modular%20es%20una,crean%20%C3%A1reas%20llamadas%20zonas%20espaciales.>

61 Revista digital, “Retículas en diseño gráfico”

Conclusión

El diseño gráfico es una profesión muy poco conocida en la actualidad, sin embargo el desarrollo de proyectos sociales permite visibilizar la importancia de esta profesión, ya que posiblemente la imagen más común que se tiene de un diseñador es la de hacer publicidad o dibujos.

La importancia de la investigación es evidente en los resultados de proyectos de diseño, la fundamentación en conceptos teóricos permite que la propuesta de diseño sea más certera. Esto es evidente en el desarrollo de la estrategia de diseño, insight y concepto creativo, ya que las decisiones no son arbitrarias, sino basadas en la teoría.

Las metodologías de diseño como el Diseño Centrado en las Personas, permiten que el diseñador gráfico esté comprometido en el desarrollo de proyectos que contribuyan en beneficio de la sociedad.

CAPÍTULO
05

Definición creativa

Briefing de Diseño

El proyecto consiste en realizar desde la investigación, conceptualización y producción de la imagen (marca) institucional de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Incluye la realización de 16 piezas de uso institucional desde el logotipo hasta la hoja membretada, todas estas aplicando las premisas de diseño que se establecerán en el manual de normas gráficas (Brandbook) con el fin de que a partir de este proyecto, todas las piezas de diseño tengan coherencia visual, buena estética y calidad gráfica.

Se busca que la reproducción se facilite a través de los diferentes medios de comunicación, tanto digitales como las redes sociales e impresas.

A través del proyecto se busca representar la esencia y la razón de ser, de la institución, para su futura difusión y posicionamiento como marca.

El proyecto se espera ejecutar desde agosto hasta octubre de 2020 para ser entregado oficialmente en la primera quincena de noviembre, con la finalidad de que su difusión y uso comience a partir de enero de 2021.

6 W's

¿Qué?

Imagen institucional que identificará a la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el contexto académico y a través de los diferentes medios digitales e impresos donde la Escuela tenga cobertura.

¿Quién?

- Usac: es la marca Paraguas, debido a que es la institución a la que pertenece la Escuela.
- Escuela de Ciencias Lingüísticas: como marca institucional.
- Personal administrativo: son los clientes, usuarios y quienes supervisan el proyecto.
- Alumnos: Grupo Objetivo primario del proyecto.
- Aspirantes: son los potenciales usuarios del proyecto.

¿Cómo?

- Papelería oficial
- Manual de marca
- Redes sociales: Facebook como principal red de comunicación
- Afiches: de promoción e información
- Banners: de promoción e información

¿Por qué?

Porque la visibilidad es uno de los problemas más relevantes que la institución debe solucionar para que pueda ser conocida por más personas dentro y fuera de la Universidad.

¿Cuándo?

- Desarrollo: de agosto a septiembre de 2020
- Aplicación: a partir de enero de 2021, en todo momento en que la institución en necesite identificarse.
- Bimestralmente en el inicio de los cursos de idiomas.
- Anualmente en la promoción de la Escuela a los aspirantes de los diferentes colegios e institutos de la ciudad de Guatemala y municipios aledaños.

¿Dónde?

- Usac: como instalación más grande para compartir información y realizar publicidad.
- Escuela de Ciencias Lingüísticas: como principal instalación para realizar las actividades, compartir información y realizar publicidad.

Ventajas y desventajas

Ventajas

- El proyecto llega a solucionar el principal problema de comunicación, la identificación de la institución, hallazgo encontrado en el diagnóstico de comunicación. (Ver apéndice 1)
- Proyecto con gran relevancia para la institución y todos los que pertenecen a ella, tanto alumnos como directivos.
- El proyecto ayudará al posicionamiento de la institución.
- Tendrá mucha visibilidad.
- Es un apoyo como retribución a la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ofrecer la educación superior de manera gratuita.
- El proyecto definirá la estética y calidad de las futuras piezas de diseño que la institución realice.

Desventajas

- Carencia en el tiempo de producción.
- Gran peso del proyecto sobre el epe-sista debido a la importancia y repercusión del proyecto.
- Falta de contacto físico con la institución y las personas involucradas en el desarrollo del proyecto debido al estado de emergencia.
- Falta de involucramiento de las autoridades que tienen la facultad de decidir sobre el camino del proyecto.

Metodología

Diseño centrado en las personas

Basado en el método del diseño centrado en las personas y tomando como referencia las técnicas de la consultora de diseño Ideo.org se realizaron entrevistas a directivos, docentes y alumnos de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, formulando preguntas (ver apéndice No. 1) acerca del mundo de la lingüística, con la finalidad de comprender la esencia de la profesión a la que se dedican, también para conocer más acerca de ellos, sus preocupaciones y opiniones.

De esta manera se pudieron comprender aspectos sencillos y a la vez complejos acerca de la Escuela y de quienes están involucrados en ella, desde comprender la diferencia entre la traducción y la interpretación, hasta todo el proceso que se lleva a cabo para poder ejercer la profesión de la manera más profesional posible. Además se pudo obtener información acerca de las opiniones y experiencias personales de ser bilingües y estar sumergidos en todos los temas afines a la lingüística.

Mapa de empatía del Grupo Objetivo

¿Qué dice / hace?

La labor social que realizan es importante en la sociedad, sin embargo, por ser una profesión que no busca ser protagonista, el trabajo que realizan es muy poco conocido.

¿Qué escucha?

Su profesión no es valorada por el desconocimiento de las personas, hay quienes creen que por el simple hecho de que alguien sea bilingüe puede ser traductor o intérprete.

¿Qué ve?

Debido a que la profesión auxilia a muchas otras profesiones, siempre buscan estar actualizados, además la investigación es esencial para ejercer de mejor manera su profesión.

¿Qué siente?

Que son un intermediario importante en la comunicación y en la difusión de nuevos conocimientos.

Referencias de tendencias visuales

Previo al desarrollo del concepto creativo, se buscaron referencias con base en criterios de modernidad y tendencia con la finalidad de poder desarrollar un proyecto con características que actualmente demanda el mundo del diseño.

Las categorías investigadas fueron las universidades, tanto internacionales como latinoamericanas e instituciones afines a la lingüística, traducción e interpretación para obtener una percepción más precisa del ámbito educativo.

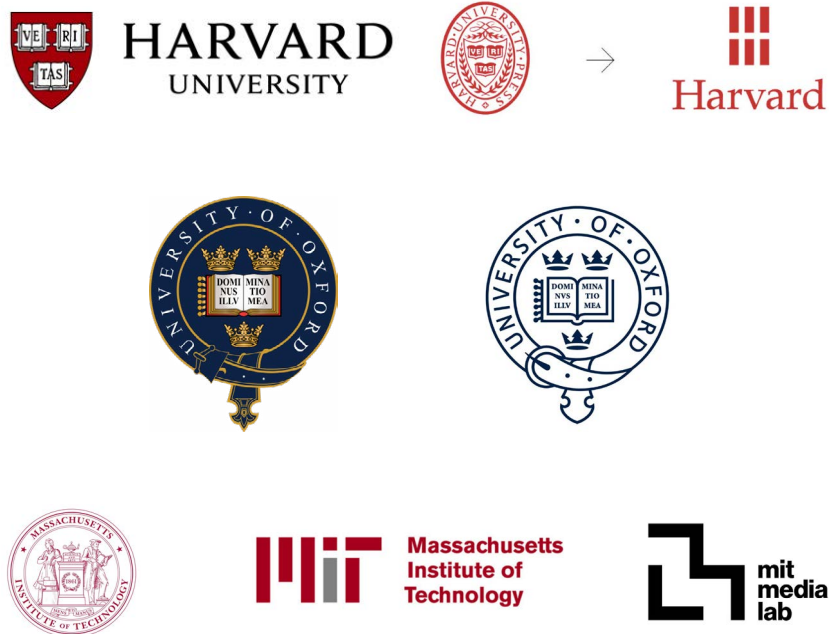


Figura 3.
Recopilación logotipos de universidades internacionales.
Pedro Herrera. 2020



Figura 4.
Recopilación logotipos de universidades latinoamericanas.
Pedro Herrera. 2020



Figura 5.
Recopilación logotipos de instituciones afines a la lingüística.
Pedro Herrera. 2020

Insight

Debido a la naturaleza del proyecto, el tipo de insight adecuado es el "estratégico" o de "branding". Por lo tanto, debía contener una verdad humana universal además de ser atemporal, para que persista con el tiempo.

Get Feedback *(Retroalimentación)*

Siguiendo con las técnicas y proceso de Ideo.org, se utilizó el Feedback para poder encontrar el insight más adecuado, a partir de las entrevistas antes mencionadas. Se realizó una lluvia de ideas, con las respuestas de los entrevistados, encontrando las respuestas más relevantes y constantes referente a la esencia de la profesión, y su aporte a la sociedad.

A partir de estas referencias se presentaron los hallazgos ante las personas involucradas (jefa inmediata, docente y alumnas) con la finalidad de recibir comentarios acerca de estos, además de que pudieran describir el insight con el que se sintieron más identificados.

"Somos un puente
de comunicación
entre personas."

Herrera

Esta oración es en resumen la descripción de la labor que realizan los profesionales de la lingüística, intérpretes y traductores. Ya que en esencia, su labor está en ser un intermediario entre dos idiomas diferentes, el poder de los idiomas está en unir personas, provocando que la comunicación sea posible, abriendo las posibilidades para el intercambio de las tradiciones culturales.

Este intercambio de conocimientos sería difícil o inexistente y no hubiera permitido el avance de las civilizaciones, si no fuera por quienes se dedican al estudio de la lingüística.

Concepto creativo

El concepto creativo debía hacer referencia y conectar con el insight, de esta manera a través de una lluvia de ideas y de escuchar varias veces las entrevistas realizadas, se pudo llegar que además de conectar con el insight, pudiera tener potencial para poder ser representado de manera visual.

Get Feedback

Se mantuvo la técnica y proceso de Ideo.org. De esta manera se pudo presentar las propuestas surgidas de la lluvia de ideas, con la finalidad de recibir comentarios del Grupo Objetivo y recibir sugerencias de mejoras en la redacción con la intención de representar con mayor certeza la esencia de la institución.

"Conectamos personas a través de los idiomas."

Herrera

El concepto nace del insight "somos un puente de comunicación entre personas", debido a que la función principal de un puente es la de unir dos extremos diferentes. El término "conectar" remite a contextos más amplios, además de que en la actualidad tiene una relación intrínseca con la unión, debido a que las tendencias de la comunicación giran en torno a las redes sociales y la tecnología,

De esta manera se podrá empatizar de mejor manera con el G.O. a través de un lenguaje que conocen y permitirá que el concepto esté en tendencia.

Premisas de diseño

Iconográfico

Símbolos e íconos minimalismo con la menor cantidad de detalles posible, fácil de ser reconocidos y visibles sobre cualquier medio de difusión. Aplica para el isotipo y recursos gráficos.

Tipográfico

Utilización de dos fuentes tipográficas, Serif y Sans Serif, pertenecientes a la misma familia tipográfica. De esta manera se podrá conectar con el concepto de lados opuestos de los puentes para generar contraste en las jerarquías.

Color

Debido a que existe un color específico que identifica a la institución, se busca diversificar los colores para evitar la monotonía, agregando un segundo color complementario y tonos secundarios, decisión que también hace referencia al concepto de lados opuestos.

Layout

Con la finalidad de no limitar las posibilidades para la distribución de los elementos en cada pieza de diseño, se seleccionó una retícula modular de 6 columnas por 6 filas, tanto para formatos verticales como horizontales.

CAPÍTULO
06

Producción gráfica

Nivel 1 de visualización

Objetivos

Partiendo de las premisas del concepto creativo “Conectamos personas a través de los idiomas”, se consideraron 2 aspectos importantes, que ayudarán a conectar con el insight “Somos un puente de comunicación entre personas.”

1. Personas: debido a que la profesión tiene un enfoque social por todo lo que conlleva, las personas son parte importante para la profesión, ya que hacia ellas va dirigido todo el trabajo que realizan.
2. Conexión: la esencia de los profesionales es la de conectar y fungir como un puente entre dos personas o más que hablan idiomas distintos y hacer posible la comunicación como si hablaran un mismo idioma.

Criterios a evaluar

- Evidencia del concepto creativo en las propuestas del isotipo.
- Calidad gráfica y estética.
- Cumplimiento de las tendencias de diseño, previamente investigadas.

Proceso

- Tras haber determinado el concepto creativo y determinar la estética según las tendencias, se comenzaron a realizar figuras y símbolos, haciendo énfasis en la conexión entre personas.
- Luego se seleccionaron los símbolos con mayor potencial para finalmente realizar la composición del isotipo.
- Por último, se seleccionaron los mejores 3 bocetos para ser autoevaluados y seleccionar la mejor propuesta.



Figura 6.
Boceto 1. Ideas generales del concepto.
Pedro Herrera. 2020

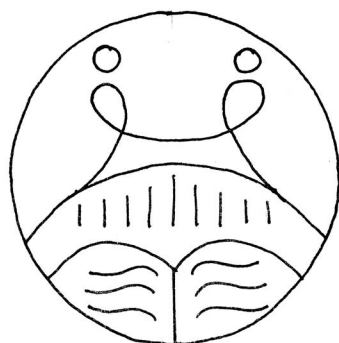


Figura 8.
Boceto 3. Propuesta de isotipo.
Pedro Herrera. 2020



Figura 9.
Boceto digital 1. Propuesta de isotipo.
Pedro Herrera. 2020

Propuesta 1

Debido a la formalidad de la institución se eligió un isotipo circular, además de que hace alusión al logotipo de la USAC, universidad a la que pertenece la Escuela de Ciencias Lingüísticas.

Está conformado por un libro como base, líneas que simulan la ondas de la voz y dos personas que se conectan en la cima de todo haciendo alusión a la profesión de la traducción e interpretación.

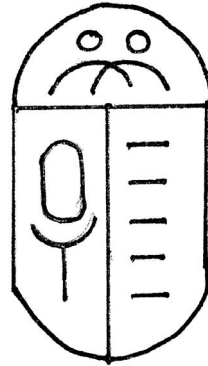


Figura 10.
Boceto 4. Propuesta de isotipo.
Pedro Herrera. 2020



Figura 11.
Boceto digital 2. Propuesta de isotipo.
Pedro Herrera. 2020

Propuesta 2

Esta propuesta está basada en la conexión entre personas, teniendo como cimiento dos elementos importantes, el micrófono y los libros que hacen alusión a la traducción e interpretación.

Para la composición se utilizaron elementos minimalistas y abstractos, con elementos que son fáciles de reconocer, debido a que se tomó de inspiración los íconos utilizados normalmente en los teléfonos celulares.

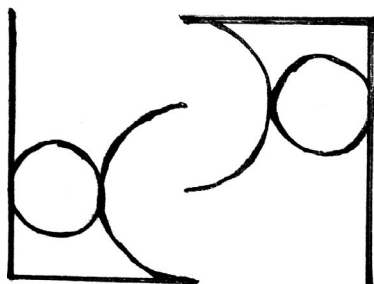


Figura 12.
Boceto 5. Propuesta de isotipo.
Pedro Herrera. 2020



Figura 13.
Boceto digital 3. Propuesta de isotipo.
Pedro Herrera. 2020

Propuesta 3

A diferencia de las propuestas anteriores, esta hace énfasis en la conexión entre personas, omitiendo la parte de traducción e interpretación con la intención de ser más general en cuanto a la lingüística, previendo que en el futuro se puedan incorporar nuevas carreras.

Además, de esta manera se involucra al programa de CALUSAC y futuros programas que puedan incorporarse.

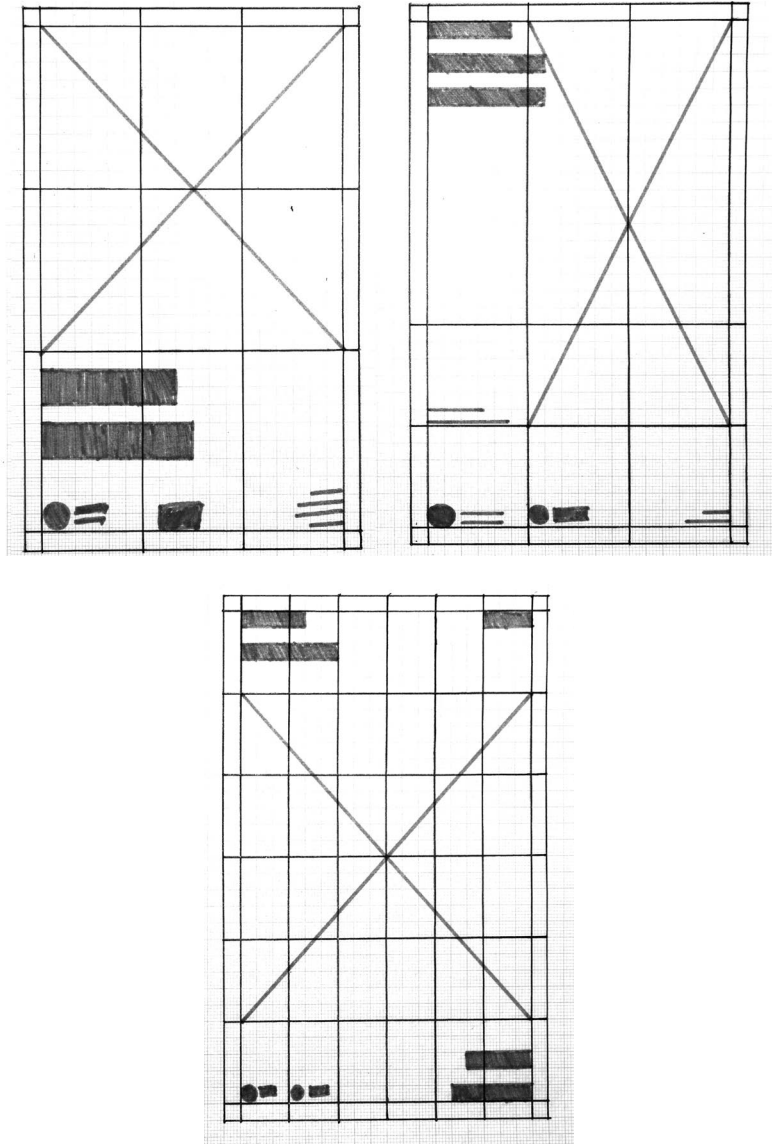


Figura 14.
Bocetos de retículas.
Pedro Herrera. 2020

Conclusiones

- Considerando las recomendaciones del asesor gráfico y los criterios personales del epesista, a través de una lista de una matriz de autoevaluación (ver apéndice No. 7), se consideró como mejor opción la propuesta número 3, ya que contaba con los 3 criterios mencionados al principio del capítulo:
 1. Evidencia del concepto creativo en las propuestas del isotipo.
 2. Calidad gráfica y estética.
 3. Cumplimiento de las tendencias de diseño, previamente investigadas.
- Los directivos de la institución también eligieron la propuesta número 3 como la mejor, ya que a criterio de ellos, representaba de mejor manera a la Escuela de Ciencias Lingüísticas.
- La retícula seleccionada es la modular de 6 columnas x 6 filas, esto debido a que se consideró más dinámica ya que permite la utilización de más módulos según sea la necesidad de cada pieza.

Nivel 2 de visualización

Objetivos

- Evaluar los criterios personales desarrollados tanto en el logotipo de la institución como en las piezas gráficas.
- Recibir retroalimentación y sugerencias de profesionales dedicados al desarrollo de marcas, para mejorar el los argumentos y calidad del proyecto.

Criterios a evaluar

- Incidencia del insight en el logotipo y piezas de diseño presentadas.
- La aplicación del concepto creativo en las premisas de diseño y su implementación en cada pieza de diseño.
- Criterios de la marca como calidad gráfica, pregnancia, singularidad y reproducibilidad, basados en los 14 criterios de Norberto Chávez.
- Las premisas de diseño aplicadas: iconografía, tipografía, cromatología, diagramación y formato.

Proceso

- Se digitalizaron las propuestas de logotipo con mayor potencial y calidad.
- La institución seleccionó la propuesta que mejor le pareció, la misma propuesta que el asesor de EPS consideró como la más pertinente.

- Se desarrolló un documento de Google Forms (ver apéndice No. 4) para que los expertos pudieran evaluar el proyecto.
- Se organizaron sesiones a través de Google Meet en las que se expuso el proyecto, luego los expertos dieron sus comentarios y sugerencias.

Perfil de los informantes

Licenciados en Diseño Gráfico, con experiencia en el desarrollo de marca, egresados de la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

Pablo Zeceña

Director creativo de Anti Studio (Estudio de Branding basado en Guatemala y Japón).

Axel Flores

Docente de la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC (Experto en el desarrollo de marcas).

Fernando Grosjean

Director Creativo Digital de Volvo

Ludwing García

Licenciado en Diseño Gráfico, actualmente trabaja en Japón.

Ann Vogel

Licenciada en Diseño Gráfico, Egresada de la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

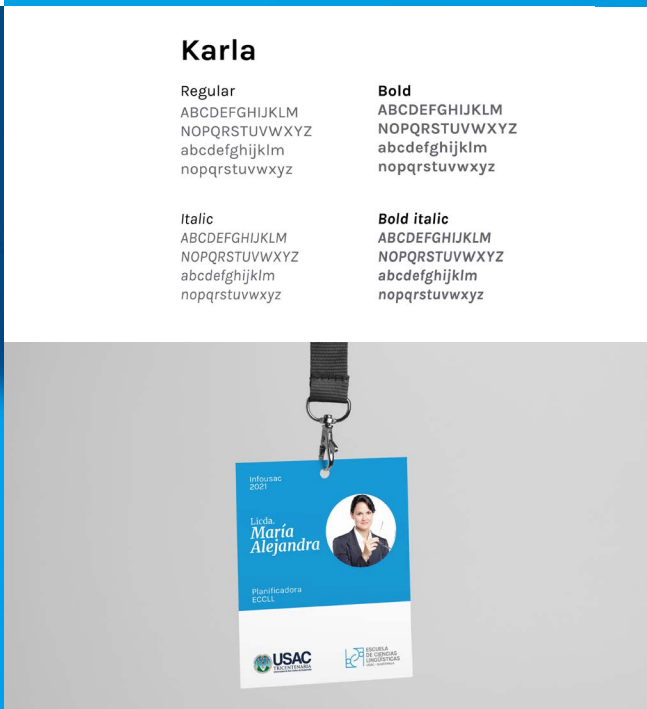
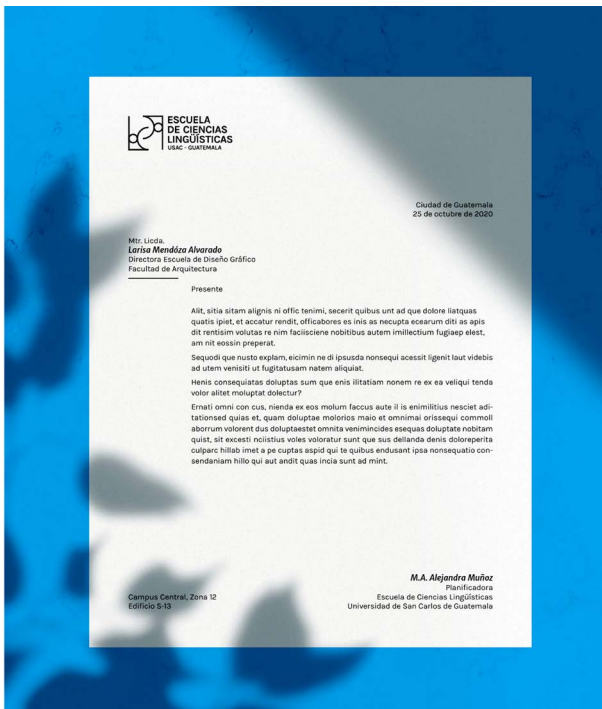
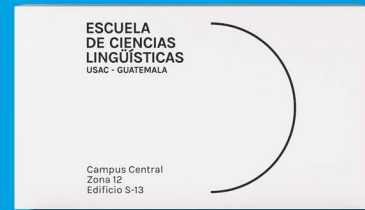


Figura 15.
Piezas para validación con expertos.
Pedro Herrera. 2020

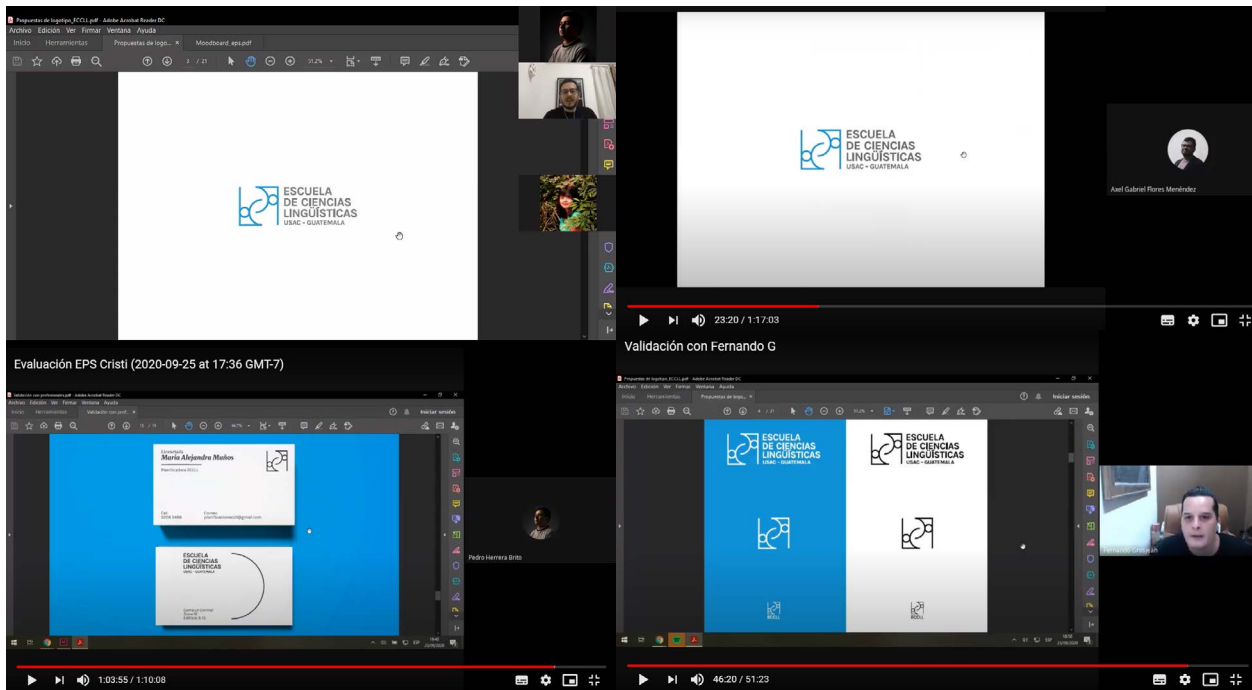


Figura 16.
Validación con expertos.
Pedro Herrera. 2020

Conclusiones

- El insight y concepto creativo fueron bien recibidos, la mayoría de expertos coincidieron en que el concepto era representado en el logotipo.
- Los expertos mencionaron que los recursos utilizados como las líneas, representaban eficazmente el concepto de puente y conexión.
- La simpleza y limpieza del imago tipo fue bien recibido por la mayoría de expertos, coincidieron en que el minimalismo era comprensible.
- Las premisas de diseño fueron acertadas, según la mayoría de expertos.
- En el aspecto tipográfico, los expertos coincidieron en que se podía mejorar, ya que algunas letras se perciben muy juntas, a causa de la tilde y diéresis.
- Se hizo la recomendación que se siguiera trabajando con los elementos gráficos abstractos para representar el concepto, además de que se podrían explotar las líneas y generar patrones a partir de ellas.

Nivel 3 de visualización

Objetivos

- Analizar la aceptación del logotipo y piezas de diseño.
- Recibir retroalimentación de parte del Grupo Objetivo, debido a que ellos serán los usuarios finales del proyecto, tanto administrativos, docentes y alumnos.
- Validar si el proyecto cumple con el objetivo de identificar a la Escuela de Ciencias Lingüísticas.

Criterios a evaluar

- Cumplimiento del objetivo de comunicación: Facilitar la identificación y difusión de información hacia los estudiantes de la Escuela de Ciencias Lingüísticas y futuros estudiantes, a través del diseño de material gráfico institucional.
- Legibilidad de la tipografía y jerarquía tipográfica.
- Composición y recorrido visual.
- Atracción visual del logotipo, tipografía y paleta de color.

Proceso

- Tras haber recibido la retroalimentación de los expertos en la etapa anterior, se realizaron los cambios pertinentes al logotipo y piezas gráficas.

- Se contactó individualmente a los alumnos de la Escuela, Grupo Objetivo primario, para poder realizar una sesión individual de Google Meet, con la finalidad de presentar el proyecto y recibir comentarios.
- Debido a la falta de tiempo de los administrativos y docentes de la Escuela, Grupo Objetivo secundario, se realizó un documento de Google Forms (ver apéndice No. 6), de esta manera se pudo realizar la validación.

Perfil de los informantes

Administrativos, docentes y alumnas activas de la institución.

Licda. Renata Martínez
Secretaria académica la ECCLL

M.A. María Alejandra Muñoz
Planificadora de la ECCLL

Licda. Johanna Vega
Docente de la ECCLL

Cindy Marielos Tocaya
Alumna del Octavo semestre

Ariana Coronado
Alumna del Octavo semestre

María José Tubac
Alumna del Octavo semestre

Ester Alejandra Maldonado
Alumna del Octavo semestre

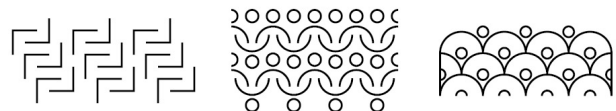
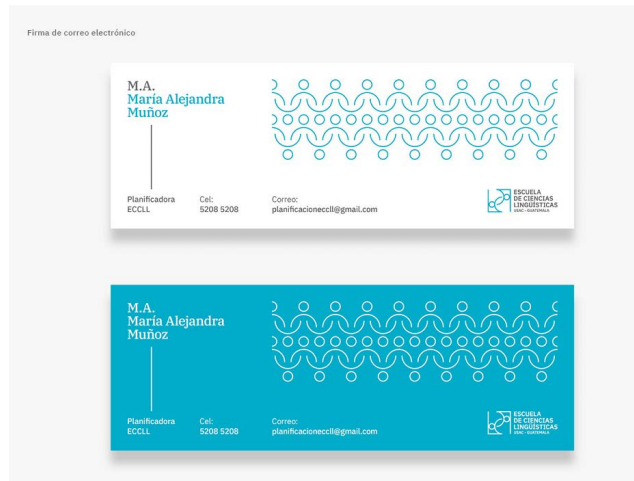


Figura 17.
Piezas para validación con el Grupo Objetivo.
Pedro Herrera. 2020

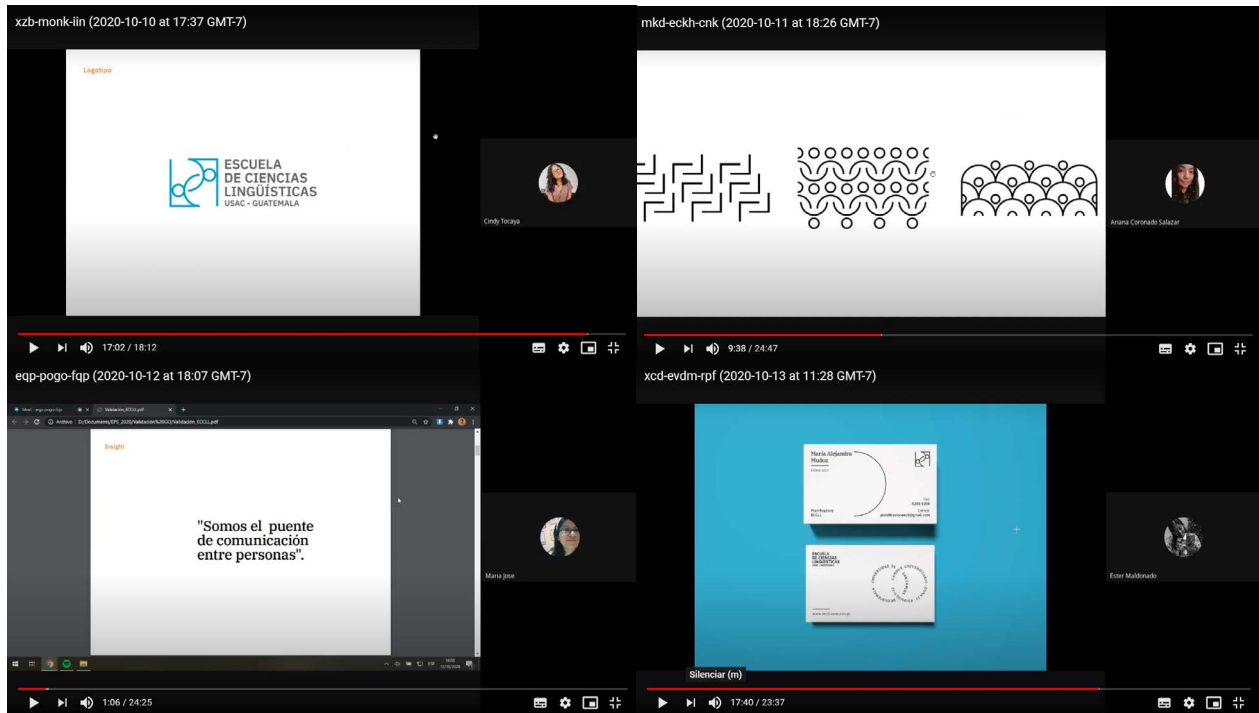


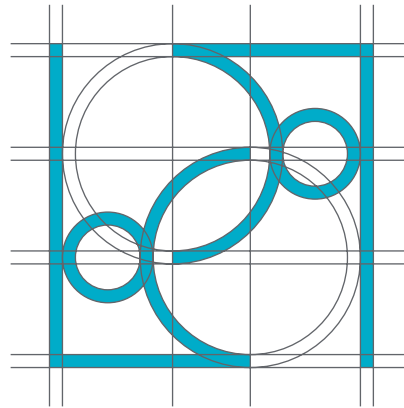
Figura 19.
Validación con el Grupo Objetivo.
Pedro Herrera. 2020

Conclusiones

- El proyecto en general fue bien recibido, tanto a nivel conceptual como a nivel gráfico, el grupo objetivo se consideró identificado. Las piezas las consideran atractivas e ideales para identificar la institución.
- Todas las personas que validaron, dieron su aceptación hacia el logotipo, consideraron que cumple con el objetivo de identificar a la Escuela de Ciencias Lingüísticas, ya que el insight y concepto creativo estaban reflejados en el logotipo y demás piezas gráficas.
- La selección tipográfica la consideraron atractiva y legible, además de alguien mencionó en que el estilo tipográfico es parecido al utilizado en la traducción jurada.
- No hubo problema en la legibilidad y recorrido visual de las piezas, mencionaron que las piezas son comprensibles y limpias
- Los colores les pareció que tenían relación con la USAC; especialmente a las alumnas, les pareció bien que se propusieran colores nuevos para reforzar el color institucional ya utilizado, para darle más dinamismo a las piezas, además les pareció muy interesante la manera en que se justificó la elección de un segundo color.

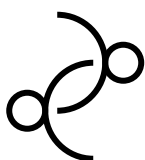
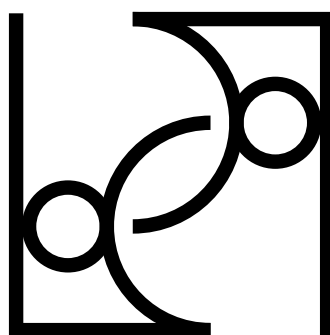
*Fundamentación
de la propuesta final*

Isotipo



Partiendo del concepto creativo, que refleja la esencia de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, se tomaron como palabras clave “conexión” y “personas”, por lo que el elemento humano era indispensable en la representación del símbolo (isotipo), haciendo referencia abstracta de la conexión entre dos personas.

Para completar el símbolo, se colocaron las iniciales de la Escuela: ECCLL, con la finalidad de hacer una conexión directa con ella.



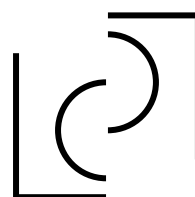
Personas conectadas

+



E=
Escuela

+



CLL=
Ciencias Lingüísticas

Wordmark

ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS USAC - GUATEMALA

Debido a la extensión del nombre de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, se optó por colocar cada palabra en una fila diferente, para incrementar el tamaño de las letras y evitar futuros problemas de legibilidad. También se colocaron las siglas de la universidad y país al que la institución pertenece.

La tipografía utilizada es IBM Plex Sans, una tipografía Sans Serif, seleccionada gracias a su legibilidad y terminaciones geométricas, similares al símbolo, además de ser una tipografía moderna y elegante.

El color utilizado en el Wordmark es el Pantone Cool Gray 10 C, Para generar una neutralidad entre el color primario y secundario.

Selección tipográfica

IBM Plex Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

¿? . , “ ¡ ! # ()

IBM Plex Serif

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

¿? . , “ ¡ ! # ()

La tipografía primaria, y la utilizada en el logotipo es **IBM Plex Sans**, debido a que posee características diferenciales, además de una anatomía moderna y limpia. Estas características son ideales para la lectura impresa y digital.

La tipografía secundaria es **IBM Plex Serif**, se eligió con la intención de generar contraste con la primaria, debido a que anatómicamente poseen rasgos diferenciales muy marcados. Además, de esta manera se mantiene el concepto de dualidad y lados opuestos con conexión.

Ambas tipografías pertenecen a la misma familia IBM Plex, cada una posee 14 variantes, con esto se podrá diversificar y alternar su uso según sea la necesidad y el medio de reproducción.

Selección cromática



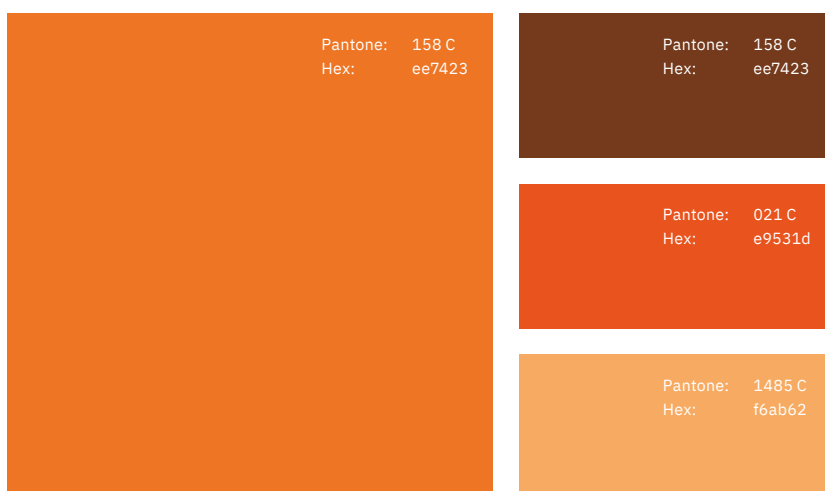
Tomando como base el color celeste “agua”, color establecido como institucional, por las autoridades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se eligió un color secundario: el naranja.

Esto debido a que el naranja es el complementario del color institucional, es decir, su ubicación en el círculo cromático es opuesta. De esta manera la elección de color está relacionada con el concepto creativo, en el que dos lados opuestos se conectan.

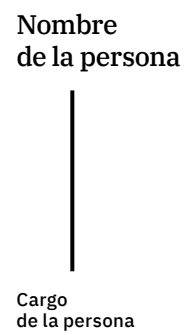
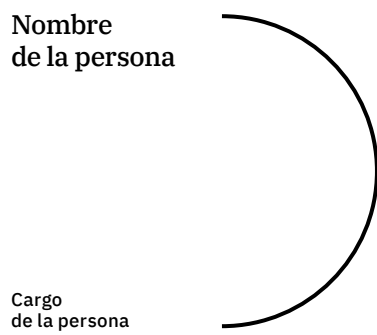
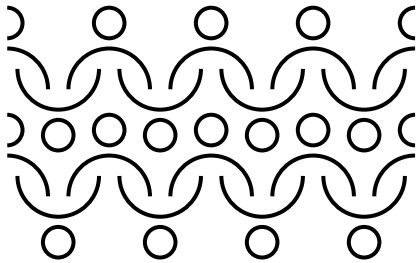
Colores primarios



Colores complementarios



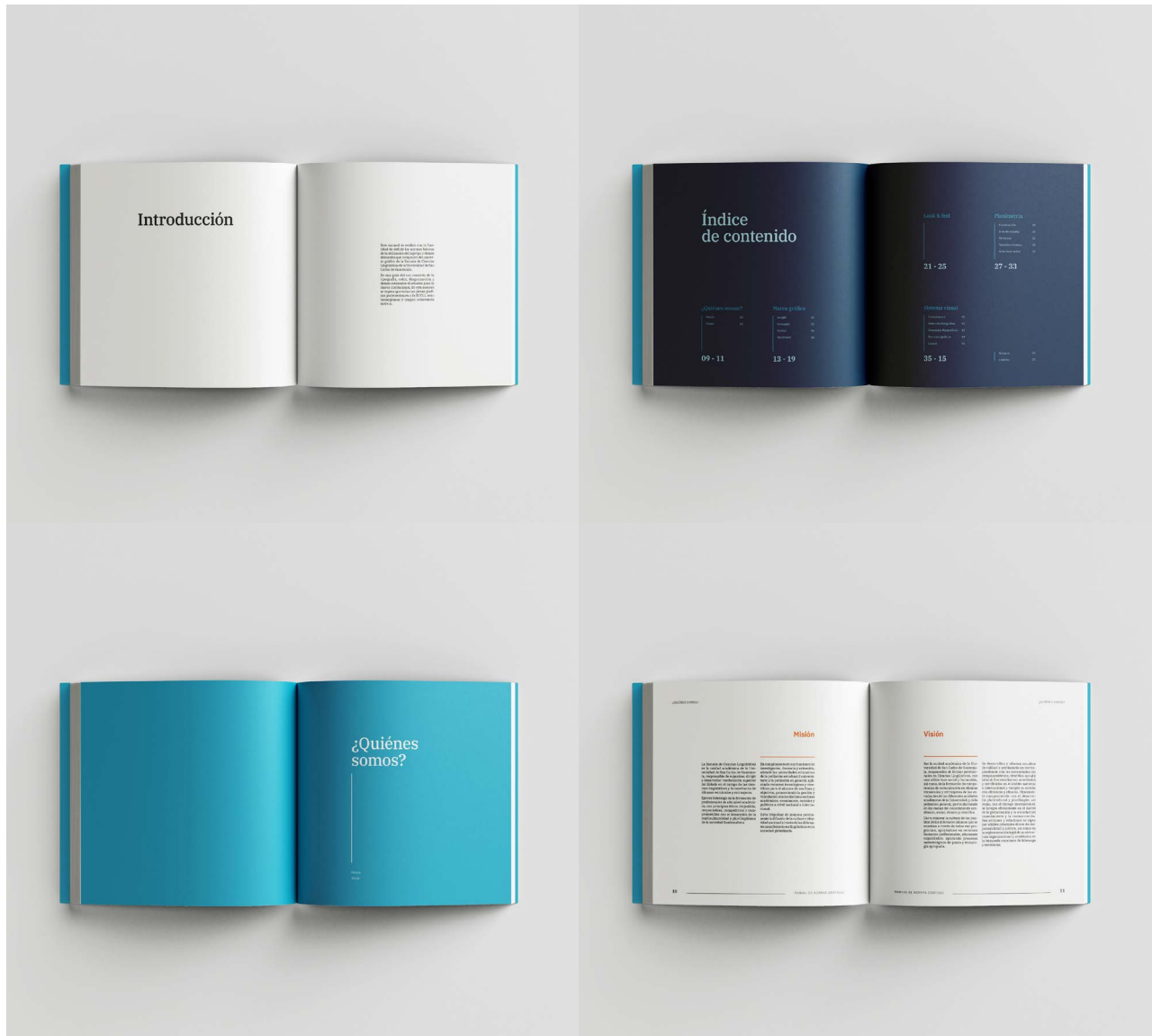
Recursos gráficos



*Visualización final
de las piezas*

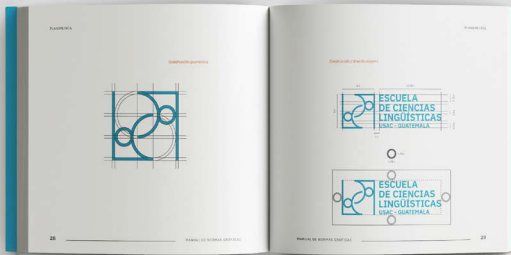
*Manual
de normas gráficas*













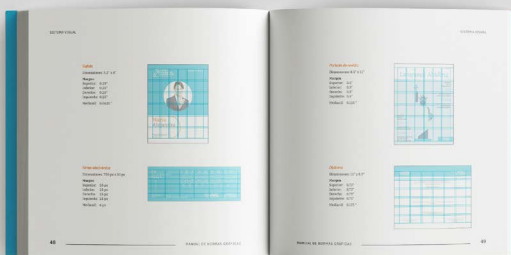
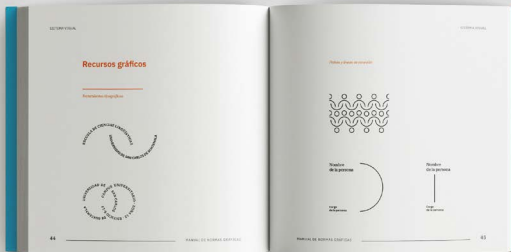




Imagen institucional







*Banners
de bienvenida*



Posts
para Facebook

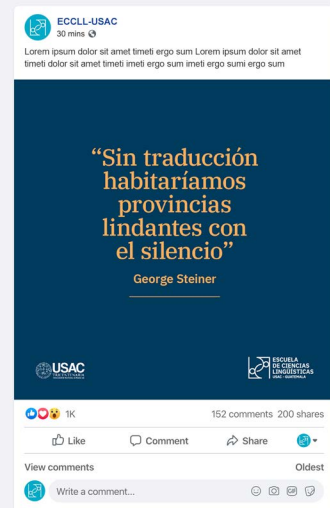


Imagen institucional

Descripción	Cantidad / horas	Costo por hora	Subtotal
Desarrollo del protocolo y marco teórico.	70	Q75.80	Q5,306.00
Definición de piezas y redacción de las 6 W's.	40	Q150.00	Q6,000.00
Entrevistas y realización del Brief.	40	Q150.00	Q6,000.00
Desarrollo del insight y concepto creativo.	80	Q144.55	Q11,564.00
Investigación y recopilación de tendencias.	40	Q150.00	Q6,000.00
Bocetos a mano y digitales	40	Q106.13	Q4,245.00
Propuesta de línea gráfica final.	40	Q139.05	Q5,562.00
Diseño y diagramación de las 16 piezas.	160	Q150.00	Q24,000.00
Total			Q68,677.00

*Afiches, piezas publicitarias
y posts para Facebook*

Descripción	Cantidad / horas	Costo por hora	Subtotal
Investigación y recopilación de tendencias. Proyectos B y C.	22	Q150.00	<i>Q3,300.00</i>
Ilustraciones proyectos B y C.	20	Q95.52	Q1,910.00
Diseño y diagramación de los afiches y proyecto B.	20	Q150.00	Q3,00.00
Diseño y diagramación del proyecto C	10	Q150.00	Q1,500.00
Total			<i>Q9,710.00</i>

Aporte Total del proyecto

Q78,387.00

Nota: estos costos constituyen el aporte que genera EPS y Proyecto de Graduación.

CAPÍTULO
07

Síntesis del proceso

Conclusiones

- Este proyecto contribuye con la Escuela de Ciencias Lingüísticas a lograr sus objetivos en beneficio de la sociedad guatemalteca a través de las piezas gráficas realizadas, gracias a que la investigación y gestión del proyecto sustentan las decisiones de diseño tomadas a fin de tener coherencia e identidad. Se comprobó con las entrevistas realizadas al Grupo Objetivo, ya que consideraron certera la manera de representar e identificar la esencia de su profesión.
- La Escuela de Ciencias Lingüísticas es una institución líder a nivel nacional en su área por lo que el proyecto podrá potencializar esta característica a través de su imagen y facilitando el proceso de comunicación visual con los actuales y futuros estudiantes.
- La validación con expertos evidenció que el proyecto posee coherencia visual y calidad gráfica en cada una de las piezas, además de que son idóneas para ser adaptadas a distintos medios, tanto digitales como impresos.

Recomendaciones

A la Escuela de Ciencias Lingüísticas

- Seguir con el involucramiento de epesistas, ya que esto permite desarrollar de mejor manera los aspectos y problemas de comunicación visual que la institución pueda tener, además de que esto permite el desarrollo profesional de los estudiantes.
- Involucrar a las autoridades con el poder de decisión desde el principio del proceso, ya que esto permitirá desarrollar un mejor proyecto con las características deseadas, incluso permitirá tener una mejor comunicación entre el epesista y autoridades.

A los diseñadores

- Ejecutar un proyecto en el área de diseño que más les guste y dominen, con la finalidad de evitar inconvenientes en el desarrollo de alguna pieza, además de que este proceso les permitirá mejorar en el área en el que pretenden trabajar en un futuro.
- Buscar y elegir problemáticas de la sociedad donde realmente quieran influir, ya que el diseño gráfico puede ser un apoyo importante en la solución de múltiples problemas a los que se enfrenta la sociedad guatemalteca.

A la Escuela de Diseño Gráfico

- Seguir y mejorar con la buena calidad educativa que ofrece, además de nunca perder el sentido social que todos deberían tener, ya que a través de esta profesión se puede hacer mucho por la sociedad.
- Fomentar el proceso de investigación, debido a que son pocos los cursos en los que se profundiza este tema, además de que los docentes tienen métodos distintos de investigación, esto dificulta la adaptación de los alumnos a un método en específico en el proceso de EPS.

Lecciones aprendidas

Al iniciar el proceso

- Importancia de la lingüística y las profesiones afines, como la traducción e interpretación, en la difusión de conocimiento y apoyo a prácticamente todas las profesiones existentes.
- Importancia la investigación y la teoría para el sustento del proyecto de comunicación visual, con la finalidad de realizar un proyecto eficaz.
- Habilidad para redactar e interpretar conceptos y términos de la teoría, para posteriormente aplicarlos al proyecto.
- Organización, disciplina y cumplimiento de tiempos establecidos, trabajando con la presión de un proyecto real.

Durante las etapas de visualización, evaluación y validación

- Habilidad para sostener y fundamentar los criterios de diseño aplicados en el proyecto, con base en conceptos teóricos, interpretados de la mejor manera posible.
- Aceptar la retroalimentación de los expertos en diseño y considerar el criterio propio cuando existan opiniones divididas.
- Considerar la importancia de las opiniones del Grupo Objetivo, debido a que son ellos quienes tienen la pers-

pectiva desde el problema de comunicación visual.

- Habilidad para empatizar y comprender desde varias perspectivas los problemas de la institución.

Al final del proceso

- Conocer la importancia de un buen insight en la fundamentación y desarrollo de un proyecto real de diseño.
- Consistencia en el desarrollo de cada etapa, debido a que cada idea puede ser mejorada y la primera que surge no siempre es la mejor.
- Trabajar bajo presión, además de comprender y adaptarse a las circunstancias, debido a que no todo puede ser favorable ya que siempre existirán los contratiempos.
- Mejora en la utilización y ejecución de métodos de investigación y sus técnicas, debido a que es una habilidad esencial en el desarrollo de proyectos.

Al iniciar el proceso

- Importancia de la lingüística y las profesiones afines, como la traducción e interpretación, en la difusión de conocimiento y apoyo a prácticamente todas las profesiones existentes.
- Importancia la investigación y la teoría para el sustento del proyecto de comunicación visual, con la finalidad de realizar un proyecto eficaz.
- Habilidad para redactar e interpretar conceptos y términos de la teoría, para posteriormente aplicarlos al proyecto.
- Organización, disciplina y cumplimiento de tiempos establecidos, trabajando con la presión de un proyecto real.

Al final del proceso

- Conocer la importancia de un buen insight en la fundamentación y desarrollo de un proyecto real de diseño.
- Consistencia en el desarrollo de cada etapa, debido a que cada idea puede ser mejorada y la primera que surge no siempre es la mejor.
- Trabajar bajo presión, además de comprender y adaptarse a las circunstancias, debido a que no todo puede ser favorable ya que siempre existirán los contratiempos.
- Mejora en la utilización y ejecución de métodos de investigación y sus técnicas, debido a que es una habilidad esencial en el desarrollo de proyectos.

Durante las etapas de visualización, evaluación y validación

- Habilidad para sostener y fundamentar los criterios de diseño aplicados en el proyecto, con base en conceptos teóricos, interpretados de la mejor manera posible.
- Aceptar la retroalimentación de los expertos en diseño y considerar el criterio propio cuando existan opiniones divididas.
- Considerar la importancia de las opiniones del Grupo Objetivo, debido a que son ellos quienes tienen la perspectiva desde el problema de comunicación visual.
- Habilidad para empatizar y comprender desde varias perspectivas los problemas de la institución.

*Fuentes
Consultadas*

- Abadías, Douglas. «Educación superior en Guatemala», La hora, consultado 07 de agosto, 2020, <https://lahora.gt/educacion-superior-en-guatemala-parte-i/>
- Agencia Chang. «¿Qué es la diagramación y cuál es su importancia dentro del Diseño Editorial? », Agencia Chang, consultado 05 de septiembre, 2020, <http://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>
- Alks consultores. «Niveles socioeconómicos en Guatemala.» Alks consultores. Consultado en mayo 02, 2020. www.alkconsultores.com
- Ardilla, Alfredo. «Ventajas y desventajas del bilingüismo», Forma y función, Colombia, 2012; <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21928398005>
- Calusac. «Nuestra Historia.» Calusac. Consultado en mayo 02, 2020. <http://calusac.usac.edu.gt/>
- Cárdenas, Ingrid. «Usac presenta datos estadísticos sobre su población estudiantil.» Soy Usac, Consultado en mayo 01, 2020, <https://soy.usac.edu.gte/?p=9746>
- Castelló, Araceli. Los insights como concepto creativo, Revista Mediterránea de comunicación, (España, Junio 2009), https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/93571/1/ReMedCom_10_02_04.pdf
- Castillo, Mario. «Desafíos de la educación en la sociedad actual.» Diálogos educativos Vol. 12. Costa Rica, 2012, <http://www.dialogoseducativos.cl/revistas/n24/castillo>
- CEPS. «Universidades», CEPS, consultado 07 de agosto, 2020, <https://www.ceps.edu.gt/ceps/>
- Chávez, Mirian. «La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza superior.» Dominio de las ciencias Vol. 3. Ecuador, 2017, 760, <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Costa, Joan. Diseñar para los ojos. Bolivia: Grupo Editorial Design, 2003
- Datos macro. «Costa Rica: Economía y demografía», Datos macro, consultado 07 de agosto, 2020, <https://datosmacro.expansion.com/paises/cota-rica>
- De León Anibal. «Qué es la educación”, Educere (Venezuela, 2007): <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35603903>

- Design Thinking. «¿Qué es el Design Thinking?», Design Thinking, consultado 22 de agosto, 2020, <http://www.designthinking.es/inicio/>
- Dirección General de Investigación USAC. «Lista de puestos y salarios 2017», Digi, Consultado en mayo 01, 2020, <https://digi.usac.edu.gt/convocatoria2018/formatos/salarios2017.pdf>
- Donis, Javier. «Clasificación de Insights, aplicaciones y el uso de las tendencias para identificarlos y encodificarlos en conceptos creativos a través del storytelling», Guatemala, Junio 2020
- Education First. «Ranking mundial más grande según su dominio de inglés.» Education First, consultado en mayo 02, 2020. www.ef.com.es/eipi/
- Elósegui, Tristán. «¿Qué es un insight? », Tristán Elósegui, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/>
- Erasmus. «Sobre la ciencia lingüística.» Erasmus. Consultado en mayo 02, 2020. erasmus.ufm.edu/sobre-la-ciencia-linguistica/
- Fundéu. «e-learning, anglicismo traducible por aprendizaje virtual», Fundéu, consultado 08 de agosto, 2020, <https://www.fundeu.es/recomendacion/e-learning/#:~:text=«e-learning»%2C%20anglicismo,por%20«aprendizaje%20virtual»%20%7C%20Fundéu&text=Fundéu%20es%20una%20fundación%20patrocinada,de%20comunicación%20y%20en%20Internet>
- Harris, Ambrose. Fundamentos de la tipografía
- Hurtado, Amparo. Traducción y traductología, España: Cátedra Lingüística, 2001
- Ideo.org. The Field Guide to Human-Centered Design, consultado 05 de septiembre, 2020, ideo.org
- Institute of Design at Standord. An introduction to Design Thinking Process Guide, Institute of Design at Stanford
- Instituto Nacional de Estadística, ENCOVI, 2014
- Londoño, Camila. «6 metodologías de enseñanza que todo profesor innovador debería conocer», Elige educar, consultado 07 de agosto, 2020, <https://eligeeducar.cl/6-metodologias-ensenanza-profesor-innovador-deberia-conocer>

- Lupton, Ellen. *Graphic Design Thinking*, (España: Editorial Gustavo Gili, 2012)
- Müller-Brockmann, Josef. *Grid systems Raster systeme*, Suiza: Niggli Verlag, 1981
- No solo usabilidad. «Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en el diseño», *No solo usabilidad*, consultado 22 de agosto, 2020, http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.html
- Raz, Joseph. «Algunas características generales de la interpretación», *La intención en la interpretación*, consultado 15 de agosto, 2020, https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10443/1/doxa20_07.pdf
- Rosel, Washington. «Consideraciones generales de los métodos de enseñanza y su aplicación en cada etapa del aprendizaje», *Revista Habanera de ciencias Médicas*, consultado 07 de agosto, 2020, http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1729-519x2009000200016
- Seguí, Vicente. *El Insight en Psicología*, consultado 05 de septiembre, 2020, <https://psicopedia.org/wp-content/uploads/2015/11/El-Insight-En-Psicologia.pdf>
- Soy Usac. «La Tricentenario: una universidad en expansión», *Soy Usac*, consultado 07 de agosto, 2020, <https://soy.usac.edu.gt/?p=3815#:~:text=La%20USAC%20es%20una%20de,1950%20a%20200%20C000%20en%202019>
- Vi, Sandra. «¿Puede hablar inglés?» *Prensa Libre*. Consultado en abril 10, 2020. www.prensalibre.com/economia/guatemala-guatemala-ocupa-puesto-53/
- Wheeler, Alina. *Designing brand identity*. Canada: John Wiley & Sons, Inc, 2013
- Wong, Wucius. *Principios del diseño en color*, España: Editorial Gustavo Gili, 1992

Apéndice

Diagnóstico de comunicación Escuela de Ciencias Lingüísticas USAC

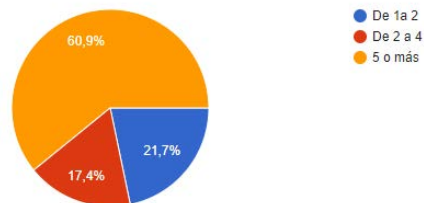
El presente cuestionario se realiza con el fin de obtener los primeros resultados del diagnóstico de comunicación e identidad visual de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la USAC, previo a realizar el Ejercicio Práctico Supervisado (EPS).

- ¿Cuántos bimestres has estudiado en Calusac?
- Idioma que estudias o estudiaste
- ¿Cuál es el medio por el que te enteras de los horarios y demás actividades?
- ¿Cuál es la red social que más frecuentas?
- ¿Has escuchado acerca de la Escuela de Ciencias Lingüísticas?
- ¿Cómo consideras la calidad gráfica de las publicaciones?
- ¿Consideras que la estética de las publicaciones provocan un impacto visual?
- ¿Consideras que las publicaciones tienen coherencia visual entre sí?
- ¿Consideras que el diseño de las publicaciones transmite innovación y modernidad?
- ¿Los signos (elementos de diseño) contienen suficiente claridad y contraste que faciliten la lectura?
- ¿Los signos llaman la atención lo suficiente para no pasar desapercibidos?
- ¿Los signos satisfacen el grado de diferenciación necesario o se pierden en el conjunto como unos más?
- ¿Los signos parecen contemporáneos y actuales?

Apéndice No. 2
Respuestas de Google Forms

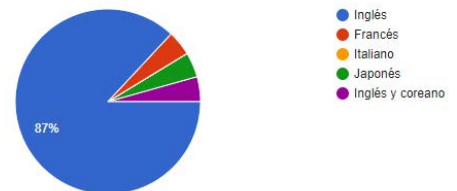
¿Cuántos bimestres has estudiado en Calusac?

23 respuestas



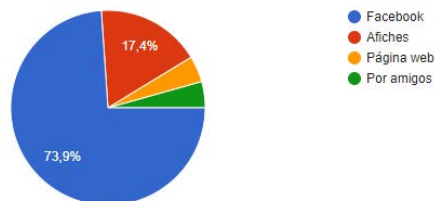
Idioma que estudias o estudiaste

23 respuestas



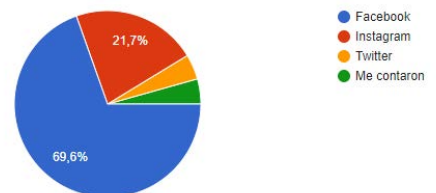
¿Cuál es el medio por el que te enteras de los horarios y demás actividades?

23 respuestas



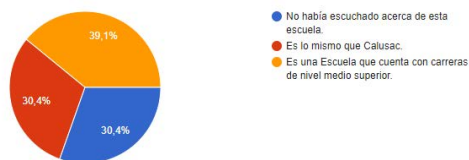
¿Cuál es la red social que más frecuentas?

23 respuestas



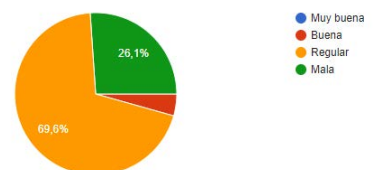
¿Has escuchado acerca de la Escuela de Ciencias Lingüísticas?

23 respuestas



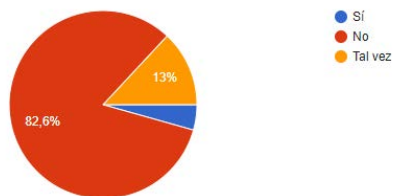
¿Cómo consideras la calidad gráfica de las publicaciones?

23 respuestas



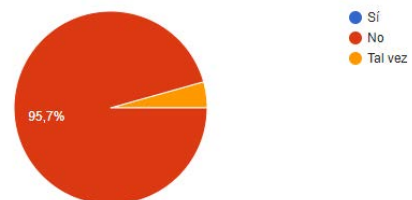
¿Consideras que la estética de las publicaciones provocan un impacto visual?

23 respuestas



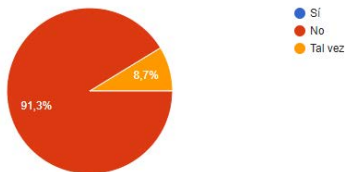
¿Consideras que las publicaciones tienen coherencia visual entre sí?

23 respuestas



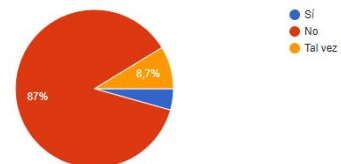
¿Consideras que el diseño de las publicaciones transmite innovación y modernidad?

23 respuestas



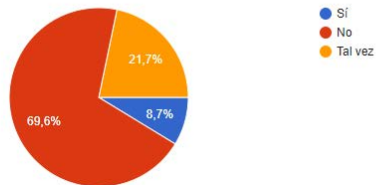
¿Los signos (elementos de diseño) contienen suficiente claridad y contraste que faciliten la lectura?

23 respuestas



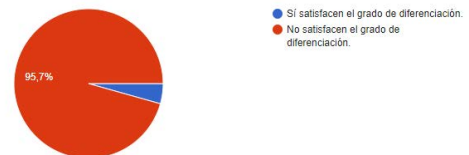
¿Los signos llaman la atención lo suficiente para no pasar desapercibidos?

23 respuestas



¿Los signos satisfacen el grado de diferenciación necesario o se pierden en el conjunto como unos más?

23 respuestas



*Apéndice No. 3
Cuestionario para Entrevista al G.O.
Para encontrar Insight*

**Entrevista
Grupo Objetivo
Estudiantes / administrativos**

- ¿Cuáles son tus pasatiempos?
- ¿Qué redes sociales frecuentas?
- Momento del día en que más frecuentas las redes
- ¿Escuchas alguna radio?
- ¿Qué tan frecuente ves televisión/Netflix?
- ¿Qué medios utilizas para mantenerte informado?
- Qué opinas sobre la emergencia del COVID, como lo has manejado.
- ¿Qué contenido relacionado con tu carrera te gusta ver? ya sea en blogs, artículos, libros, revistas, YouTube, etc.
- ¿Cómo consideras el estado actual de Guatemala respecto al aprendizaje de idiomas?
- ¿Qué piensas sobre el Ranking de EF?, Guatemala ocupa actualmente el puesto 46.
- ¿Consideras que la educación bilingüe en Guatemala es importante? ¿Por qué?
- ¿Qué te motivó a estudiar idiomas?
- ¿Qué te motivó a estudiar en la ECCLL?
- ¿Cuál ha sido tu mejor experiencia estudiando en la ECCLL?
- ¿Qué beneficios te ha dado estudiar un segundo idioma?
- ¿Cuál consideras que es el mayor beneficio de ser bilingüe?
- Si pudiera describir en una oración el mayor aporte de las Ciencias Lingüísticas a la sociedad, ¿cuál sería?
- ¿Cuál es la labor más importante de tu profesión? traductor e intérprete?
- Si pudiera describir en una oración la esencia de tu profesión, ¿cuál sería?
- Si pudiera describir en una sola palabra la esencia de la profesión ¿cuál sería?
- ¿Cuál considera que es el mayor reto en el aprendizaje de idiomas?
- ¿Cuáles son los retos que el COVID han presentado en el aprendizaje?
- ¿Consideras que las clases en línea son el futuro de la educación bilingüe?
- ¿Cómo crees que la ECCLL debe ser percibida por las demás escuelas y facultades?
- ¿Cómo crees que la ECCLL debe ser percibida por la sociedad guatemalteca?
- Gráficamente ¿cómo te imaginas a la ECCLL? Colorida, seria, juvenil, moderna, clásica, etc.

Cuestionario para validación con profesionales a través de Google Forms y Google Meet

El fin de este formulario es el de evaluar los criterios de diseño aplicados al proyecto de Branding para la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, desarrollado por el estudiante de Diseño Gráfico: Pedro Herrera.

Criterios generales

- Calidad gráfica general
- Vigencia
- Pregnancia
- Singularidad
- Reproducibilidad
- Relación con la temática del proyecto.

Código iconográfico

- Ajuste tipológico
- Suficiencia
- Compatibilidad semántica

Código tipográfico

- Selección tipográfica
- Jerarquía tipográfica
- Legibilidad

Código cromático

- Armonía de color
- Contraste de color

Layout

- La distribución de los elementos de diseño favorece la jerarquía visual.
- La distribución de los elementos facilita el recorrido visual.

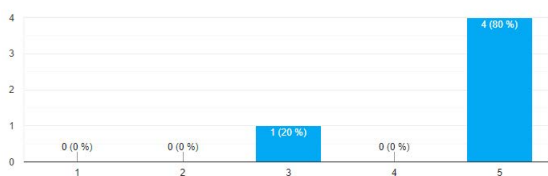
Formato

- Los formatos utilizados facilitan la manipulación de los materiales.
- Los formatos utilizados pueden ser reproducidos con facilidad.

Apéndice No. 5 Respuestas de Google Forms

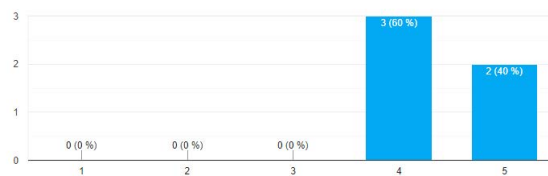
Calidad gráfica general (Calidad de diseño de los elementos iconográficos, calidad de las familias tipográficas, calidad cromática, etc.)

5 respuestas



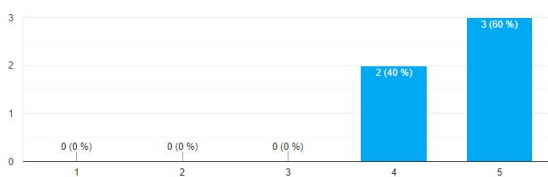
Vigencia (Los signos son contemporáneos, no serán obsoletos en un periodo a largo plazo en la vida de la institución).

5 respuestas



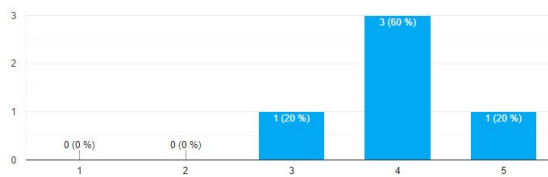
Pregnancia (Capacidad que tienen las forma de ser recordadas).

5 respuestas



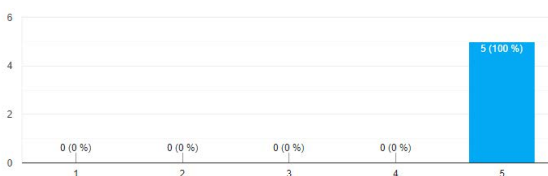
Singularidad.

5 respuestas



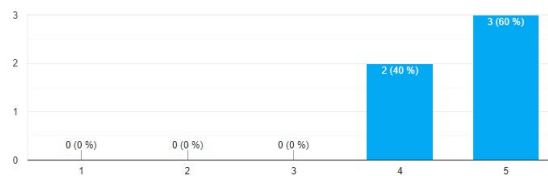
Reproducibilidad (Es capaz de ser reproducido, en condiciones óptimas de legibilidad, en soportes y situaciones de lo más heterogéneos).

5 respuestas



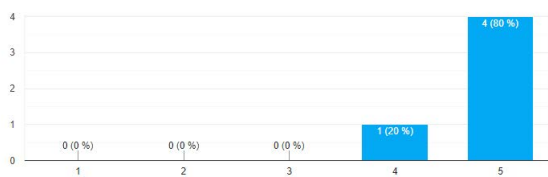
Relación con la temática del proyecto.

5 respuestas



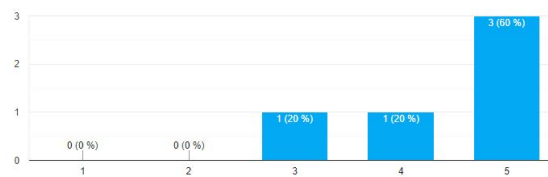
Ajuste tipológico (Los identificadores gráficos constituyen una comunidad heterogénea).

5 respuestas



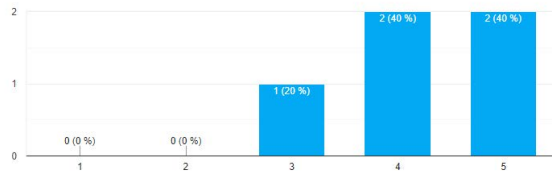
Suficiencia (Los signos son suficientes para cubrir las necesidades de identificación, los signos son los necesarios, y nada más que los necesarios).

5 respuestas



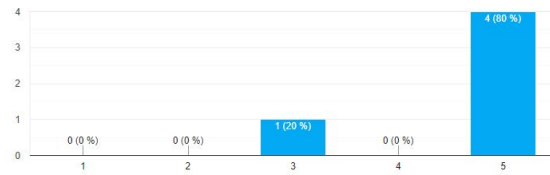
Compatibilidad semántica (El signo no debe hacer referencias explícitas a significados incompatibles o contradictorios con la identidad de la organización).

5 respuestas



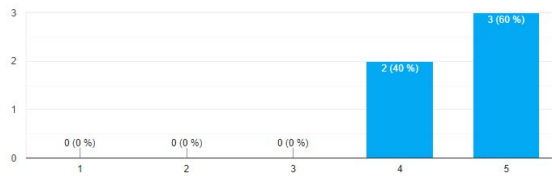
Selección tipográfica.

5 respuestas



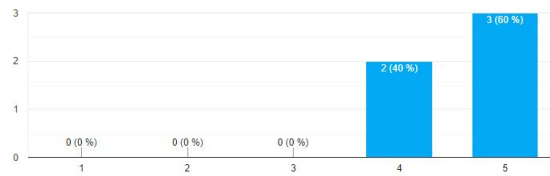
Jerarquía tipográfica.

5 respuestas



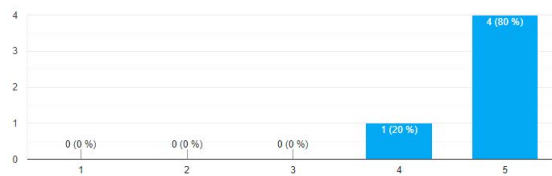
Legibilidad

5 respuestas



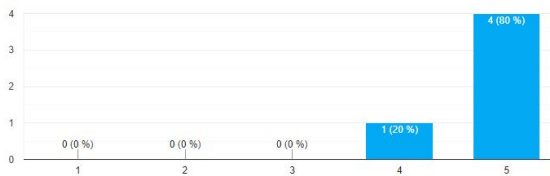
Armonía de color.

5 respuestas



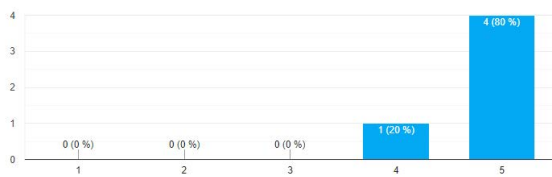
Contraste de color.

5 respuestas



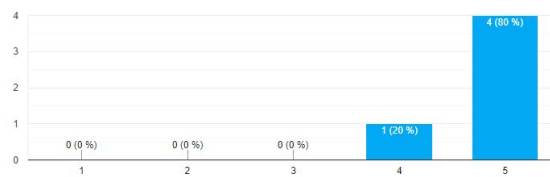
La distribución de los elementos de diseño favorece la jerarquía visual.

5 respuestas



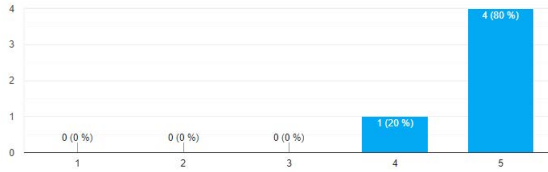
La distribución de los elementos facilita el recorrido visual.

5 respuestas



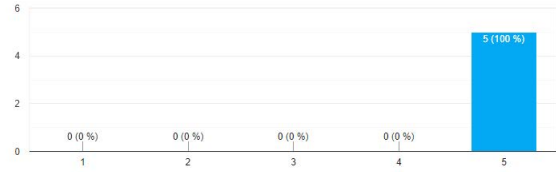
Los formatos utilizados facilitan la manipulación de los materiales.

5 respuestas



Los formatos utilizados pueden ser reproducidos con facilidad.

5 respuestas



Comentarios generales

Algún comentario general que te gustaría hacer.

3 respuestas

Super!

*Observaciones dadas en la sesión de Google Meet.

El proyecto y el concepto están muy bien logrados, me gustaría ver el isotipo tener líneas un tanto más gruesas, esperando que la mayor parte de la representación del material se dé de forma local y con materiales de bajo costo y pueda llegar a perderse en algún momento. En legibilidad es la única área que coloqué un 4 y la razón es que el tracking de eccl me parece un tanto ajustado. Me gustaría ver más exploraciones en el layout. Solo como algo extra dejo este link como una referencia que me parece hizo un trabajo muy completo en un área similar

<https://www.behance.net/gallery/43027661/voice-speech-and-voice-training>

Cuestionario para validación con el Grupo Objetivo a través de Google Forms y Google Meet

El fin de este formulario es el de evaluar los criterios de diseño y funcionalidad de la imagen institucional de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, proyecto de graduación del estudiante de Diseño Gráfico, Pedro Herrera.

Atracción

- ¿Le resulta visualmente atractivo el logotipo?
- ¿Las piezas de diseño le parecen visualmente atractivas?

Selección tipográfica y legibilidad

- ¿Los dos tipos de letra seleccionados favorecen a la legibilidad?
- ¿Los tamaños de letra en las piezas evidencian la importancia de cada texto?
- ¿El tamaño de letra en las piezas favorece una lectura agradable?

Objetivo de comunicación

- ¿Considera que el logotipo cumple con el objetivo de identificar a la ECCLL?

Cromatología

- ¿La combinación de colores le parece atractiva?
- ¿Considera que la selección de color mantiene relación con los colores de la Usac?

Composición y recorrido visual

- ¿Considera que el orden en que se encuentran los elementos gráficos facilitan la secuencia de la lectura? *
- ¿Le resulta fácil diferenciar el orden entre cada uno de los elementos (título, subtítulo y texto)?
- ¿Considera que el uso de elemento gráficos como líneas, tratamientos con las letras y patrones aportan valor a las piezas de diseño?

Apéndice No. 7 Respuestas de Google Forms

¿Le resulta visualmente atractivo el logotipo?

6 respuestas



● Sí
● No

Comentarios

5 respuestas

Al tener varios elementos es más llamativo ya que se requiere de enfocarse para identificar cada elemento y genera que se le preste más atención y se aprecie más el trabajo realizado.

Me gusta lo bien pensados que están cada uno de los trazos.

¡¡Me encanta!! Se nota que pensó muy bien cada aspecto para llegar a ese logo tan bonito.

Me gusta la forma y el color

Muy moderno y limpio

¿Considera que el logotipo cumple con el objetivo de identificar a la ECCLL?

6 respuestas



● Sí
● No

Comentarios

4 respuestas

Representa las principales cualidades de la escuela y profesión (conectar personas /culturas).

Identifica muy bien a la ECCLL.

Después de todo, dentro de éste están las siglas de la ECCLL

El color debe ser nuestro Pantone como Escuela

¿Los dos tipos de letra seleccionados favorecen a la legibilidad?

6 respuestas



● Sí
● No

Comentarios

3 respuestas

La tipografía es inclusive un poco parecida a la que se utiliza en las traducciones legales y cambian muy bien las mostradas anteriormente.

Al ser limpios y claros, se pueden evitar malentendidos.

Son simples, pero siempre atractivas para la vista.

¿Los tamaños de letra en las piezas evidencian la importancia de cada texto?

6 respuestas



● Sí
● No

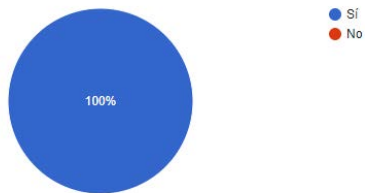
Comentarios

1 respuesta

La manera en que se unen los textos es genial.

¿El tamaño de letra en las piezas favorece una lectura agradable?

6 respuestas



Comentarios

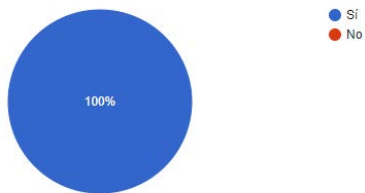
2 respuestas

Todo esta proporcional al tamaño de una tarjeta de presentación y la atención visual que se le presta a los datos de la misma, ya que generalmente (y personalmente) se busca primero el nombre de la persona y luego el cargo que ocupa y la línea conecta justamente esos datos.

El tamaño es perfecto.

¿La combinación de colores le parece atractiva?

6 respuestas



Comentarios

3 respuestas

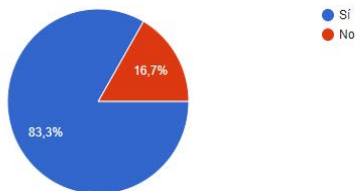
La combinación de colores hace que sea más vistosa.

Es simple y llamativa.

Me fascina el hecho de que la elección de colores no sea solo porque son complementarios, si no que también porque se conectan y eso va de la mano con lo que hace la escuela, conecta a las personas. Me pareció un detalle precioso y bien pensado.

¿Considera que la selección de color mantiene relación con los colores de la Usac?

6 respuestas



Comentarios

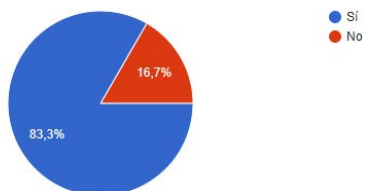
2 respuestas

Me gusta más el segundo diseño.

Son minimalistas y elegantes.

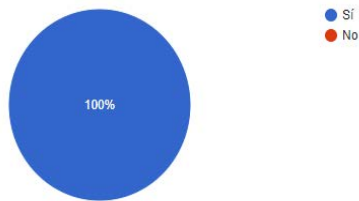
¿Las piezas de diseño le parecen visualmente atractivas?

6 respuestas



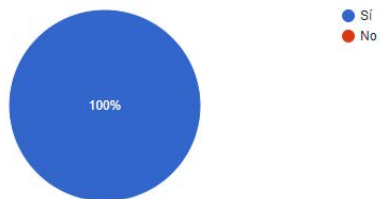
¿Considera que el orden en que se encuentran los elementos gráficos facilitan la secuencia de la lectura?

6 respuestas



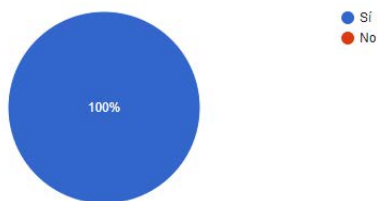
¿Le resulta fácil diferenciar el orden entre cada uno de los elementos (título, subtítulo y texto)?

6 respuestas



¿Considera que el uso de elemento gráficos como líneas, tratamientos con las letras y patrones aportan valor a las piezas de diseño?

6 respuestas



Algún comentario general del proyecto que desee agregar.

5 respuestas

Todo está muy bonito, incluir el anaranjado y gris como colores nuevos le da un toque visual muy llamativo y deja de ser "simple" ya que ahora solo se utiliza el celeste (aqua).

¡Es un excelente proyecto! Captura precisamente la esencia de la ECCLL.

Se nota la dedicación que Pedro le está poniendo y espero que las autoridades de la ECCLL lo vean también y utilicen sus diseños tan bien hechos.

Gracias por su excelente trabajo!

El proyecto y presentación estuvieron concisos, claros y nunca perdió de vista el objetivo

*Apéndice No.7
Matriz de autoevaluación
Primer nivel de visualización*

	Propuesta 1	Propuesta 2	Propuesta 3
Memorable y apropiado para la institución	4	4	5
Inmediatamente reconocible	4	4	5
Proporciona una imagen consistente de la institución	3	3	4
Comunica claramente la personalidad de la institución	5	3	4
Legalmente protegible	5	5	5
Tiene un valor duradero	3	4	4
	24/30	23/30	27/30

**Basado en los 8 criterios de Alina Wheeler.*

Anexos

Cotización

Manual
de normas gráficas



CLIENTE:	PEDRO HERRERA	COTIZACIÓN No.:	0010015
EMAIL:	201605047@farusac.edu.gt	FECHA:	17 de Noviembre
TELÉFONO:	54670514	COTIZACIÓN VÁLIDA:	7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
54	IMPRESION DUPLEX COLOR / FULL COLOR CARTA BOND	Q. 11.00	Q. 594.00
	Tiro / Full Color	Q. 0.00	Q. 0.00
	Retiro / Full Color	Q. 0.00	Q. 0.00

Total Q. 594.00

NOTA: El valor de esta cotización esta sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.

El cliente acepta los diseños como artes finales en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha



22961696 / 97 - 47406809
cotizaciones@lastminute.net.gt
www.lastminute.net.gt

Tarjetas
de presentación



CLIENTE:	PEDRO HERRERA	COTIZACIÓN No.	0010013
EMAIL:	201605047@farusac.edu.gt	FECHA:	17 de Noviembre
TELÉFONO:	54670514	COTIZACIÓN VÁLIDA:	7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR CIENTO	TOTAL
300	TARJETAS PRESENTACION BN (CIENTO) BACK LIGHT	Q. 0.00	Q. 0.00
300	Tiro / Blanco y negro	Q. 45.00	Q. 135.00
300	Retiro / Blanco y Negro	Q. 45.00	Q. 135.00

Total **Q. 270.00**

NOTA: El valor de esta cotización esta sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.

El cliente acepta los diseños como artes finales en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha



22961696 / 97 - 47406809
cotizaciones@lastminute.net.gt
www.lastminute.net.gt

Lilian Patricia Guzmán Ramirez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 8 de noviembre de 2021.

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

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación **"Diseño de imagen institucional y material gráfico para la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala"** del estudiante **Pedro Herrera Brito** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con carné universitario **201605047**, previo a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

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

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente,

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



Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras

*“Diseño de imagen institucional y material gráfico
para la Escuela de Ciencias Lingüísticas
de la Universidad de San Carlos de Guatemala”*

Proyecto de Graduación desarrollado por:


Pedro Herrera Brito

Asesorado por:


Licenciada
**Lourdes Eugenia
Pérez Estrada**

Diseñadora Gráfica No. G-24


Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada


MSc. Alberto José Padilla González

Imprimasev


M.A. María Alejandra Muñoz



“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


MSc. Arq. Edgar Armando Lopez Pazos
Decano



