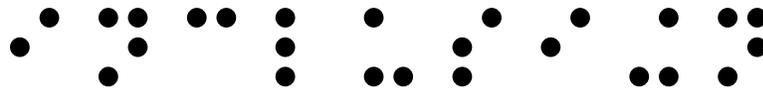
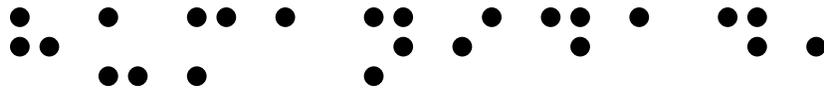


Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Diseño de identidad visual y manual de normativas gráficas como apoyo a los procesos de comunicación de la exposición de arte “Palabras Prestadas” de la Fundación Rozas-Bostrán, Ciudad de Guatemala, Guatemala

Rolando Andrés Castillo Serrano



         
H u m a n i d a d ,

        
i n c l u s i ó n

    
y a r t e



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de identidad visual y manual de normativas gráficas
como apoyo a los procesos de comunicación de la exposición
de arte “Palabras Prestadas” de la Fundación Rozas-Botrán,
Ciudad de Guatemala, Guatemala**

Proyecto de graduación desarrollado por Rolando Andrés Castillo Serrano para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Guatemala, julio de 2023

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

Nómina de autoridades

Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Vocal II

MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque

Vocal III

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas

Vocal IV

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola

Vocal V

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez

Secretario Académico

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

Tribunal examinador

MSc. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Asesora Metodológica

Lcda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

Tercer Asesor

Msc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

Agradecimientos

A Dios, por todo, en especial por permitirme ser parte de su obra y enseñarme el significado del amor, la belleza y la creatividad.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala por ser un segundo hogar y haberme permitido formarme académica y profesionalmente.

A los catedráticos de la Escuela de Diseño Gráfico, por compartir su conocimiento y experiencia, ayudándonos a crecer como profesionales, pero sobre todo como personas.

A la Fundación Rozas-Botrán, por permitirme colaborar en una iniciativa tan innovadora y valiosa para la inclusión social en Guatemala.

A la Lcda. Thelma Castillo, por su compromiso con el proyecto y compartir su valioso conocimiento.

A mis asesores, por guiarme en cada etapa y ayudar a que este resultado fuese posible.

Dedicatoria

A Jesús, a mis padres, a mis hermanas, a mis sobrinos y a mi abuela. Las personas que más amo y quienes siempre me han acompañado y apoyado incondicionalmente.

Índice

Capítulo

01

Introducción _____ **12**

Antecedentes _____ 14

Problema de comunicación visual _____ 16

Justificación _____ 17

Objetivos _____ 19

Capítulo

02

Perfiles _____ **20**

Perfil de la institución _____ 22

Análisis de antecedentes gráficos _____ 30

Perfil del grupo objetivo primario _____ 32

Perfil del grupo objetivo secundario _____ 34

Capítulo

03

Planeación operativa _____ **36**

Flujograma _____ 38

Cronograma _____ 40

Previsión de recursos y costos _____ 43

Capítulo

04

Marco teórico _____ 44

Inclusión social de personas con discapacidad por medio del arte _____ 47

El diseño gráfico como una herramienta social para la inclusión _____ 54

Capítulo

05

Definición creativa _____ 62

Concepto de *brief* _____ 64

Conceptualización _____ 69

Insight _____ 73

Concepto creativo _____ 75

Premisas de diseño _____ 76

Capítulo

06

Producción gráfica y validación _____ 80

Nivel 1 de visualización _____ 82

Nivel 2 de visualización _____ 88

Nivel 3 de visualización _____ 95

Fundamentación final _____ 103

Visualización de propuesta final _____ 108

Capítulo

07

Síntesis del proceso _____ 140

Lecciones aprendidas _____ 142

Conclusiones _____ 144

Recomendaciones _____ 145

Fuentes consultadas _____ 146

Apéndice _____ 150

Índice de figuras

Figura n.º 1. Organigrama de la Fundación Rozas-Bostrán 2020	23
Figura n.º 2. Antecedentes gráficos de la Fundación Rozas-Bostrán	31
Figura n.º 3. Flujograma del proyecto de graduación	38
Figura n.º 4. Cronograma del proyecto de graduación	40
Figura n.º 5. Recopilación de referentes visuales basados en las tendencias estéticas.	78
Figura n.º 6. Bocetos a mano del logotipo	84
Figura n.º 7. Digitalización de bocetos del logotipo	85
Figura n.º 8. Bocetos de la diagramación para el afiche promocional	86
Figura n.º 9. Digitalización de la primera versión del afiche promocional	86
Figura n.º 10. Logotipo y hoja membretada para validación con expertos en diseño	91
Figura n.º 11. Diseño de afiche y tarjeta para validación con expertos en diseño	92
Figura n.º 12. Evidencia de las reuniones virtuales con los expertos de diseño	93
Figura n.º 13. Diseño de logotipo, materiales para validación con el grupo objetivo	98
Figura n.º 14. Diseño de afiche y tarjeta para validación con el grupo objetivo	99
Figura n.º 15. Diseño de gafete y playera para validación con el grupo objetivo	100
Figura n.º 16. Evidencia de las reuniones virtuales con el grupo objetivo	101
Figura n.º 17. Composición y estructura del logotipo final	103
Figura n.º 18. Ejemplo de edición de imagen con los recursos gráficos propuestos	104
Figura n.º 19. Ejemplo de Post para Facebook y hoja membretada	106
Figura n.º 20. Post promocional para Facebook e Instagram	107
Figura n.º 21. Portada del manual de normas gráficas	109
Figura n.º 22. Primer montaje de páginas interiores del manual de normas gráficas	110
Figura n.º 23. Segundo montaje de páginas interiores del manual de normas gráficas	111
Figura n.º 24. Tercer montaje de páginas interiores del manual de normas gráficas	112
Figura n.º 25. Páginas, portada y contraportada del manual de normas gráficas	113
Figura n.º 26. Propuesta final para tarjetas de presentación	114
Figura n.º 27. Propuesta final para tarjetas de presentación	114

Figura n.º 28. Propuesta final para firma de correo electrónico	115
Figura n.º 29. Propuesta final para gafete	115
Figura n.º 30. Propuesta final de hoja membretada	116
Figura n.º 31. Propuesta final de folder	116
Figura n.º 32. Montaje digital de afiche promocional	117
Figura n.º 33. Montaje digital de afiches promocionales	118
Figura n.º 34. Montaje digital de textos de sala	119
Figura n.º 35. Montaje digital del primer afiche con protocolos de higiene	120
Figura n.º 36. Montaje digital del segundo afiche con protocolos de higiene	121
Figura n.º 37. Montaje digital del tercer afiche con protocolos de higiene	122
Figura n.º 38. Propuesta final de la playera para los organizadores	123
Figura n.º 39. Ejemplo de publicación normal en Facebook	124
Figura n.º 40. Ejemplo de publicación normal en Instagram	125
Figura n.º 41. Ejemplo de historia en Instagram	126
Figura n.º 42. Comparación del diseño para las portadas de las redes sociales	127
Figura n.º 43. Ejemplos de diapositivas de la presentación de PowerPoint	128
Figura n.º 44. Ejemplos de la guía para edición de video	129
Figura n.º 45. Montaje digital de fondo de pantalla para <i>smartphone</i>	130
Figura n.º 46. Montaje digital de fondo de pantalla para computadora	131
Figura n.º 47. Ejemplo de cédulas informativas	132
Figura n.º 48. Montaje digital del bifoliar informativo	133
Figura n.º 49. Montaje digital de afiche informativo en versión negro	134
Figura n.º 50. Montaje digital de afiche informativo en versión blanco	135
Figura n.º 51. Montaje digital de infografías primera y segunda parte	136
Figura n.º 52. Montaje digital de infografías tercera, cuarta y quinta parte	137
Figura n.º 53. Publicaciones de la metodología para Facebook e Instagram	138
Figura n.º 54. Tabla de presupuesto con el aporte total del epesista a la institución	139



T o d o s



s o m o s



l a v e r d a d e r a



o b r a d e a r t e

Presentación

Con el objetivo de contribuir en la inclusión social de personas con discapacidad la Fundación Rozas-Bostrán ha organizado, desde el año 2017, una exposición de arte multisensorial donde participan varios artistas para crear una experiencia inclusiva que permita a las personas con discapacidad visual disfrutar de las pinturas y esculturas.

Se realiza mediante descripciones denotativas de las obras narradas y musicalizadas, reproducidas en un recorrido por el espacio cultural. El nombre del proyecto es “Palabras Prestadas”, el cual surge de la idea de utilizar la narración de descripciones poéticas realizadas por escritores sobre cada obra artística.

En conjunto, con esta exposición, la fundación tiene la gran oportunidad de desarrollar materiales gráficos basados en la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual realizada por el pintor, muralista y poeta salvadoreño José Alberto García Santamaría, quien a través de proceso de enseñanza-aprendizaje permite que las personas con discapacidad visual utilicen la pintura y escultura como medio de expresión.

Capítulo

01



l n t r o d u c c i ó n

Antecedentes

La discapacidad visual es una condición que perjudica a la población que la padece. Interfiriendo en el desarrollo de sus actividades cotidianas, así como su desenvolvimiento social y en general, en la calidad de vida que poseen. La ceguera es el tipo de discapacidad visual más severo que puede limitar a las personas en acciones esenciales como el caminar sin ayuda, recibir información a través de medios visuales o comunicarse con otras personas.

Según datos recopilados en 2010 por la OMS (Organización Mundial de la Salud) el número estimado de personas con discapacidad visual ascendía a 285 millones en todo el mundo, de las cuales 39 millones eran ciegas. El 90 % de personas con esta discapacidad viven en países de bajos ingresos lo cual dificulta el acceso a la prevención, tratamiento y rehabilitación.

Guatemala posee un alto porcentaje de población que sufre algún tipo de problema por discapacidad, de acuerdo con los resultados de la segunda encuesta nacional de discapacidad de 2016 presentados por el Consejo Nacional Para la Atención de las Personas con Discapacidad (CONADI), el Instituto Nacional de Estadística (INE), CBM y UNICEF, el 10.2 % de la población guatemalteca tiene algún tipo de discapacidad, esto representa aproximadamente 1.6 millones de personas en las que se encuentran las personas con discapacidad visual.

Además de las dificultades antes mencionadas, todas las barreras que supone tener una deficiencia visual o de cualquier tipo se maximizan al exponerse en procesos sociales como interacción interpersonal, interpretación y percepción social.

Considerando que la discapacidad no es una problemática que únicamente tiene como raíz el individuo afectado, más bien es un constructo social amplio donde personas, instituciones y actividades producen limitantes de participación en diversos aspectos y/o recursos a los cuales cualquier persona debería de tener los medios para acceder basándonos en la premisa del derecho humano a la igualdad y no discriminación.

La inclusión de personas con discapacidad es el eje principal de la solución para esta problemática, permitiendo que estas aprovechen los beneficios de las actividades relacionadas con las áreas sociales, como pueden ser: educación, deporte, trabajo, cultura y actividades de recreación.

La Fundación Rozas-Bostrán, se enfoca en el cuidado y atención de la salud, en el desarrollo de la cultura a través de las artes visuales y la conservación del patrimonio cultural. Fomentando la inclusión de distintos grupos sociales por medio del arte y la cultura. La fundación no solamente trabaja con iniciativas propias, también, posee proyectos en colaboración con varias instituciones enfocadas en la atención de esta problemática como lo es Palabras Prestadas donde comúnmente participa el Comité Pro Ciegos y Sordos de Guatemala.

Esta es una exposición de arte visual para personas invidentes, la cual se realiza mediante un recorrido especializado con guías, musicalización y narraciones denotativas de cada obra, basadas en descripciones hechas por escritores guatemaltecos de las obras artísticas. A diferencia de otros programas solidarios con objetivos sociales, este trabaja absolutamente con voluntariado, sin presupuesto y depende de la calendarización general.

Problema de comunicación visual

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, “las personas con discapacidades incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales (por ejemplo de audición o visión) a largo plazo”, estas discapacidades al interactuar con diversas barreras, pueden impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás.

La existencia de iniciativas que fomentan la inclusión y permiten a las personas tomar parte activamente en todas las áreas sociales contribuye con la idea que todos puedan pertenecer a un sistema en el cual sea asequible vivir equitativamente sin depender de limitantes producto de poseer capacidades distintas al resto.

Palabras Prestadas se ha realizado por tres años consecutivos, siendo una experiencia inclusiva que es innovadora en el país en cuanto a exposiciones artísticas se trata. Existe un problema de desconocimiento de la iniciativa no solo por parte del grupo beneficiado, también, por las personas e instituciones que funcionan como el medio de acceso.

Provocando un problema en la comunicación externa para la Fundación Rozas-Bostrán ya que los participantes potenciales no saben la extraordinaria vía de acceso hacia el arte que se está brindando, de igual manera dificulta el acercamiento con posibles voluntarios y colaboradores, quienes no relacionan el proyecto con la institución e ignoran su larga trayectoria en iniciativas sociales.

Justificación

Trascendencia

La importancia de intervenir el problema de comunicación de la institución y fortalecer este proyecto de inclusión social se manifiesta en datos como los presentados en la última encuesta de discapacidad (ENDIS) realizada en 2016 por CONADI, INE, CBM y UNICEF, donde entre los resultados más importantes se menciona que en Guatemala una de cada tres familias tiene por lo menos un integrante con discapacidad, incluyendo en este dato a las personas con discapacidad visual.

La exposición y difusión de proyectos como Palabras Prestadas ayuda a que más personas conozcan las oportunidades de participación en roles de la vida de los cuales frecuentemente son excluidos. En este programa han participado una gran cantidad de personas con discapacidad visual de diversas edades.

Con la identidad visual propia del programa, que funcionará como elemento reconocible y útil para su difusión, apoyada con una estrategia apropiada de comunicación, sería posible mejorar la imagen social del proyecto y los procesos de transmisión con los diferentes grupos objetivos. De esta manera, contribuir con la Fundación Rozas-Bostrán para lograr la inclusión de personas con discapacidad visual brindándoles un entrada al mundo del arte.

Incidencia

El diseño de una identidad visual para el proyecto servirá como base fundamental sobre la cual desarrollar una estrategia de comunicación enfocada en exponer la labor de la Fundación Rozas-Bostrán en la realización de “Palabras Prestadas”, el propósito y su trayectoria.

De igual manera establecerá los parámetros gráficos para una comunicación eficaz y coherente. Con la finalidad de contribuir a la consecución de los objetivos de la institución y facilitar la colaboración de los voluntarios de las distintas instituciones en el área de ejecución de piezas gráficas.

Factibilidad

El programa es relativamente nuevo en comparación con los otros proyectos de la institución, por lo cual existe un amplio interés para desarrollar la estrategia de identidad visual con libertad creativa, siempre manteniendo la coherencia con la identidad institucional.

La Fundación Rozas-Bostrán también cuenta con relaciones interinstitucionales que podrían colaborar para la investigación, validación y puesta en marcha de los elementos diseñados para la identidad visual. Con la finalidad principal de contribuir a la sociedad guatemalteca por medio de la inclusión, este proyecto cuenta con la disposición total de la fundación, los asesores expertos y los colaboradores, como las capacidades (conocimiento, habilidades y actitudes) del proyectista especializado en diseño gráfico.

Objetivos del proyecto

General

Contribuir con la Fundación Rozas-Bostrán a través de la gestión y producción de diseño gráfico en su labor social para la inclusión de personas guatemaltecas con discapacidad visual por medio del arte y la cultura como una solución permanente para el desarrollo humano integral en Guatemala.

Específico de comunicación

Apoyar los procesos de comunicación externos de la exposición artística Palabras Prestadas, a través del diseño de una identidad visual que permita difundir este programa como una oportunidad de participación en el arte para personas con discapacidad visual.

Específico de diseño

Desarrollar la identidad visual y el manual de normativas gráficas para facilitar la ejecución de piezas de comunicación a los colaboradores de las distintas instituciones, con recursos visuales propios y aptos para transmitir efectivamente la información en los distintos medios.

Capítulo

02



P e r f i l e s

Perfil de la institución

Fundación Rozas-Botrán

16 calle 4-66 zona 14
Guatemala, Ciudad
Teléfonos: (+502) 23667064 / (+502) 23667123
msolorzano@fundacionrozasbotran.org
<https://fundacionrozasbotran.org/>

La Fundación Rozas-Botrán es una organización sin fines de lucro cuyo fundamento es la responsabilidad social. Se dedica a servir al país en las áreas de salud, educación e investigación científica para la salud; arte y cultura. Desde sus inicios en 1915 se consolidó la misión de “El Arte de Ayudar”. Precisamente fue una galería de arte que, unida a la responsabilidad de inversión social, dio lugar al surgimiento de esta institución.

Visión

Ser una institución líder con nivel de capacidad mundial en la gestión de proyectos de desarrollo social en salud y cultura en Centroamérica y Panamá.

Misión

Promover la investigación y la educación para la salud de los habitantes más vulnerables de la región centroamericana y panameña por medio de la ejecución de programas de investigación, diagnóstico y educación en genética y metabolismo humano y gestionamos proyectos culturales para transformar vidas.

Objetivo General

Aportar soluciones permanentes para el desarrollo humano integral por medio de la salud y la cultura.

JUNTA DIRECTIVA



Figura n.º 1. Organigrama de la Fundación Rozas-Bostrán 2020
Fuente: elaboración propia

Programas y proyectos de la institución

Campus Médico San José INVEGEM/Rozas-Bostrán ONG

El Instituto para la Investigación Científica y la Educación de las Enfermedades Genéticas y Metabólicas atiende oportuna y adecuadamente el tratamiento de personas y familias afectadas por enfermedades genéticas hereditarias en la población guatemalteca y centroamericana. Aplica la investigación científica, la tecnología contemporánea y la educación en áreas de diagnóstico, prevención de acuerdo a la demanda y la formación de recursos humanos especializados, con principios éticos y morales, para mejorar la calidad de vida de los pobladores. Especialidades: cáncer, leucemias, derrame cerebral y diabetes tipo MODY entre otras.

Hospicio San José

Fue fundado en Guatemala en 1989. Es una entidad no gubernamental y no lucrativa, con proyección social a nivel nacional. Atiende como pacientes internos a niños VIH positivo y niños que son seronegativos, de forma ambulatoria a niños y adultos VIH positivos, pacientes que han sido expuestos al virus y aquéllos que son seronegativos.

COELI

Este nuevo proyecto es pionero en la certificación especializada para la integración laboral de personas con capacidades y necesidades diferentes. Se propone como un referente a nivel nacional para la multiplicación del nuevo concepto de servicio al prójimo.

CREA

El Centro de Rescate, Estudio y Análisis Científico para el Arte da un soporte científico a la práctica de la conservación del patrimonio artístico y a la restauración de bienes culturales en Guatemala. Complementa su función con el apoyo a las actividades de la Fundación Rozas Botrán en materia de manejo y conservación de obras de arte.

Programas solidarios con objetivos sociales

Espacio cultural Rozas-Bostrán - El Arte de Ayudar

Es una plataforma para el debate y la reflexión del conjunto de disciplinas artísticas visuales que posibilitan la comunicación, el desarrollo intelectual y la sensibilización de los seres humanos por medio de diferentes manifestaciones artísticas. Está compuesta por dos espacios expositivos en Guatemala y una alianza el extranjero; un Museo dentro de una universidad, un patrimonio artístico con un perfil temporal, que sale al mercado de arte para cubrir necesidades de las instituciones del Campus Médico San José; una recopilación histórica del arte mesoamericano, con énfasis en arte actual, que se presenta en diferentes lugares del mundo para visibilizar internacionalmente a los artistas y sus obras; y la capacidad de participar en eventos masivos de educación artística. Atiende diversos públicos con programas incluyentes y participativos.

Arte en Mayo

Es un festival internacional de arte que durante 25 años consecutivos se ha dedicado a la recaudación de fondos y ha fortalecido y divulgado los movimientos artísticos desarrollados en el área mesoamericana desde finales del siglo XX hasta el presente. Es un espacio de encuentro para las manifestaciones de diversos artistas, cuya generosidad ha permitido afirmar “el arte de ayudar” a las instituciones establecidas en el Campus Médico San José.

Arte en las calles

Fundación Rozas Bostrán -en alianza con Paseo Cayalá- presenta anualmente nuevos modos expresivos dentro del espacio urbano, en la búsqueda de una ciudad distinta. Las calles y avenidas citadinas se transforman en áreas más humanas que influyen positivamente en el ánimo de los transeúntes. El hecho de salir a la calle se convierte en un cuestionamiento de la función del arte, que deja atrás el discurso creado para un ámbito cerrado, buscando un diálogo más allá de un compromiso social ajustado a circunstancias particulares.

Función cultural y social de los espacios

Culturalmente, los espacios promueven la preservación, investigación, comunicación, educación, exposición, mediación y gestión del conjunto de los testimonios de las artes visuales creados a partir de la segunda mitad del siglo XX en la región conocida históricamente como Mesoamérica. Su función social consiste en colaborar con las instituciones que la Fundación Rozas-Bostrán respalda, que están enfocadas en la salud de los sectores más vulnerables de Guatemala. Para lograrlo, se apela a la solidaridad de los artistas y se acuerda con ellos un porcentaje de donación de las obras de arte, con el propósito de captar fondos.

Tanto los dos espacios de exposiciones como el MURB, cada uno con su propia individualidad, tienen como objetivo el impulso de artistas nacionales e internacionales de arraigada trayectoria, así como la proyección de aquellos jóvenes emergentes que trabajan de forma consistente y que manifiestan proyección de futuro. La selección de cada uno de ellos está guiada por la calidad de su obra. Se trata de ofrecer seriedad y credibilidad en cada propuesta.

Espacios Culturales

La Fundación Rozas-Bostrán opera sus actividades hacia el público desde tres espacios culturales en la ciudad de Guatemala: Zona 14, Paseo Cayalá y Museo UNIS Rozas-Bostrán de Arte Contemporáneo (MURB). Los tres forman parte de la Plataforma Internacional para la Divulgación del Arte de la Fundación. Dentro de los agentes del sistema que se forma en torno a ellos se encuentran artistas, gestores, museólogos, museógrafos, curadores, medios de comunicación y los diferentes públicos.

La relación del artista y los espacios

Los espacios son el primer paso para los artistas dentro del mundo del arte. En un principio, participan en una exposición colectiva y seguidamente aspiran a una muestra individual. Durante las exposiciones se promocionan las obras entre coleccionistas, críticos de arte y curadores.

Los espacios de la Fundación Rozas-Bostrán cumplen un papel fundamental en el proceso artístico contemporáneo. La promoción y difusión de los artistas que expone, la colocación de su obra con coleccionistas y en instituciones, su firme apoyo al arte actual tratando de mover a sus artistas a través de la Plataforma Internacional de Arte, sus inversiones en producción de obra o catálogos los han convertido en agentes esenciales y únicos dentro de un ambiente evidentemente competitivo.

Galería al aire libre

Una alianza estratégica para la promoción cultural ha dado lugar a la creación de un espacio para el fortalecimiento de la vida familiar al aire libre por medio de un concepto innovador de paneles en una plaza abierta a diferentes públicos. Se mantiene “viva” y dinámica como un estudio para los artistas y como un taller para la audiencia.

MURB (Museo UNIS Rozas-Bostrán Contemporáneo)

Es el primer museo a nivel mundial instalado dentro de los espacios arquitectónicos de una universidad, que integra la academia y la cultura, para transformar a la persona a través del arte. Alberga las colecciones de artes visuales de la Fundación Rozas-Bostrán, por medio de las cuales ofrece una visión amplia, sensible y abierta del mundo, a favor de la vida y los valores. Su rol es educativo, a la comunidad universitaria y a su entorno geográfico cercano, con programas inspiradores, accesibles e incluyentes.

Características del sector social en el cual incide la institución

La Fundación Rozas-Bostrán desarrolla diversos proyectos autónomos y en asociación con varias instituciones, teniendo el propósito de contribuir con la sociedad guatemalteca desde el marco de la cultura, la educación y la salud. Es por esto que distintos sectores sociales se benefician de la labor que realiza la Fundación, algunos de los cuales se mencionan a continuación.

Niños internos VIH, niños internos en exposición, niños y adultos VIH externos, pacientes en exposición a VIH y negativos externos, pacientes por accidentes no laborales, quienes son atendidos en el Hospicio de San José con el objetivo de ofrecerles una mejor calidad de vida, canalizando las donaciones de todos los bienhechores guatemaltecos, individuales, de empresas privadas, organismos internacionales, conjuntamente con el aporte gubernamental, para atender y aliviar el sufrimiento de cada uno de los pacientes en forma integral.

La Fundación cuenta con dos espacios culturales (zona 14 y Cayalá), el primer campus museo del mundo creado en alianza con la Universidad del Istmo y un museo multisensorial (Museo de la Quinta), dedicados a llevar el arte a la población guatemalteca del área metropolitana, de igual forma crear un medio de exposición para artistas nacionales e internacionales, no solamente dentro de las instalaciones, también en el entorno cercano y global de la ciudad de Guatemala como lo hacen con la exposición “Arte en las calles”.

Refiriéndonos específicamente al programa de la Fundación que se aborda en el proyecto, la exposición Palabras Prestadas, el grupo social favorecido es:

Personas con discapacidad visual, residentes del área de la ciudad de Guatemala, que van desde la etapa escolar primaria hasta la etapa de adulto mayor, relacionados o miembros de instituciones y grupos organizados dedicados al servicio de personas con discapacidad.

La experiencia de estas personas con respecto a su participación en el ámbito cultural por lo general se ve reducida al deporte, por lo cual resultan grandemente interesados en el arte como medio de expresión e inclusión. Al tomar parte de esta forma de comunicación adaptada especialmente a sus necesidades, desarrollan sensibilidad y capacidad artística, además, se invita al diálogo, creando un camino de empatía y comprensión.

Análisis de los antecedentes gráficos de la institución

La Fundación Rozas-Bostrán posee una identidad gráfica con características definidas, siendo las más destacables el uso de los colores rojo y blanco, el logotipo, el tipo de diagramación constante en todas las presentaciones de los distintos programas y el tono de comunicación.

Las piezas gráficas priorizan la transmisión de información, valores, enfoque y filosofía. El tono de la institución es responsable, confiable, expresivo y solidario. Los valores que sobresalen en sus publicaciones son la responsabilidad y cultura. Sus canales de comunicación guardan coherencia con la identidad, mantiene una línea gráfica y posee submarcas para cada proyecto.

El estándar de calidad de sus identificadores visuales es adecuado, pero algunos proyectos no poseen identificadores propios. La señalética se basa casi exclusivamente en artes para sala de exposiciones u otros programas.

Los medios más utilizados son los digitales, las publicaciones en sus redes sociales son constantes al igual que las actualizaciones en el sitio web, también utilizan medios físicos en menor cantidad, por ejemplo: mupis, folletos y artes de sala. En los antecedentes se observa una continuidad en el tono, tipo de gráficos y mensaje con algunas renovaciones según la edición o línea visual establecida.



Figura n.º 2. Antecedentes gráficos de la Fundación Rozas-Bostrán
 Fuente: <https://fundacionrozasbotran.org/>

Perfil del grupo objetivo

Las características de los grupos objetivos fueron definidas con base en la información obtenida en la entrevista realizada a la directora del Departamento de Cultura de la Fundación Rozas-Bostrán, sobre a la experiencia en la organización de las ediciones anteriores del programa y el registro de los antecedentes mostrados en las plataformas públicas de la institución.

Grupo objetivo primario

Autoridades del sector académico y cultural que toman decisiones administrativas en cuanto a la habilitación de espacios o servicios, con capacidad de convocatoria para brindar accesos a personas con discapacidad visual hacia la exposición.

Características sociodemográficas

- **Rango de edad:** 40 - 55 años
- **Género:** masculino y femenino
- **Estado civil:** casado - soltero
- **Profesión:** directores, administradores y representantes de instituciones dedicadas al sector de educación y cultura.
- **Nivel académico y experiencia laboral:** la mayoría poseen un nivel académico avanzado con estudios universitarios en cultura, educación, servicio social, administración y museología. Tienen un grado de experiencia profesional considerable con un recorrido a nivel nacional e incluso internacional.

Características geográficas

- **Nacionalidad:** guatemalteca
- **Residencia:** ciudad de Guatemala
- **Región:** centroamericana
- **Área metropolitana:** urbana

Características socioeconómicas

- **Nivel socioeconómico:** la mayoría de las personas que ocupan cargos con capacidad de decisión administrativa a nivel público y privado poseen un nivel socioeconómico A, B o C1 (alto y medio alto).

Características psicográficas

Son personas con entusiasmo por la colaboración que siempre están atentos a las necesidades de las personas que conviven en su entorno. Muestran capacidad de liderazgo y la experiencia suficiente para desenvolverse en su ámbito profesional. Buscan la excelencia, siempre tratan de aprender, enseñar y proponer soluciones para el beneficio y progreso común. Tienen un alto nivel de interés por el progreso social de Guatemala. Cuentan con valores y principios arraigados tradicionales, sin embargo, realizan un esfuerzo constante por estar actualizados e informados respecto a la realidad nacional e internacional. Pertenecen a las generaciones Baby Boom y generación X.

Relación del grupo objetivo con la institución

Se tienen antecedentes donde la Fundación Rozas-Bostrán se asocia con distintas instituciones para la puesta en marcha de proyectos de beneficio social. Esta relación se ha visto fortalecida con la construcción de programas con modalidad inclusiva. Existe respeto y admiración mutua por la labor que se realiza.

Muestran gran aceptación hacia este tipo de iniciativas y expresan el deseo de involucrar a sus instituciones en asociaciones de esta índole para beneficiar a los sectores de la sociedad con características de vulnerabilidad. Consideran a la Fundación Rozas-Bostrán como una institución pionera y referente en el marco de la cultura y el arte, que impacta de manera positiva en la sociedad guatemalteca.

Perfil del grupo objetivo

Grupo objetivo secundario

Escritores y narradores que contribuyen en la creación de la interfaz multisensorial de la exposición. Prestando sus habilidades para construir una experiencia artística a través de descripciones sobre las obras y narraciones de las mismas, reproducidas durante el recorrido en la exposición.

Características sociodemográficas

- **Rango de edad:** 25 - 40 años (dentro de los escritores voluntarios hay adultos mayores de 60 años).
- **Género:** masculino - femenino
- **Estado civil:** casados - solteros
- **Profesión:** artistas, locutores, escritores, estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación de varias universidades, miembros y autoridades de instituciones y grupos organizados dedicados al servicio de los discapacitados visuales, autoridades académicas de varias universidades.
- **Nivel académico y experiencia laboral:** por lo general los participantes poseen un nivel académico alto con estudios avanzados. Son profesionales y estudiantes de ciencias de la comunicación, arte y literatura. Algunos poseen un grado de experiencia profesional considerable con un recorrido a nivel nacional e incluso internacional.

Características geográficas

- **Nacionalidad:** guatemalteca
- **Residencia:** ciudad de Guatemala
- **Región:** centroamericana
- **Área metropolitana:** urbana

Características socioeconómicas

Nivel socioeconómico: Los voluntarios poseen un nivel socioeconómico de los segmentos C2, C3 y D1, lo que significa que pertenecen al nivel Medio. La mayoría son estudiantes universitarios del sector público y privado, o profesionales que actualmente laboran. Al realizar esta tarea de manera generosa se hace evidente que su fin principal es contribuir con la sociedad guatemalteca sin buscar una retribución o lucro.

Características psicográficas

Son personas con un sentido de responsabilidad social amplio, que buscan realizar un cambio en la vida de las personas poniendo en práctica sus destrezas. En muchas ocasiones esta motivación deriva de alguna experiencia en el acercamiento con personas de capacidades distintas, por ejemplo, amigos o familiares con algún tipo de discapacidad. Además, poseen un gusto especial por el mundo artístico especialmente de la escritura, narración, pintura y escultura. Pertenecen a las generaciones Baby Boom, generación X y Millennials. Muestran disposición a participar en movimientos inclusivos, basan su criterio de decisión en el beneficio común que estos representan. No se rehúsan a la exploración de nuevos medios de expresión.

Relación del grupo objetivo con la institución

La relación de este grupo con la institución es cercana. El grupo considera que este proyecto es una vía de desarrollo personal y colectivo. Se identifica con la visión incluyente de la fundación Rozas-Bostrán, al servir al prójimo y participar en un proyecto. Participa constantemente en las iniciativas de la institución, especialmente en aquellas con un enfoque social y/o artístico.

Capítulo

03



P l a n i f i c a c i ó n
o p e r a t i v a

Flujograma

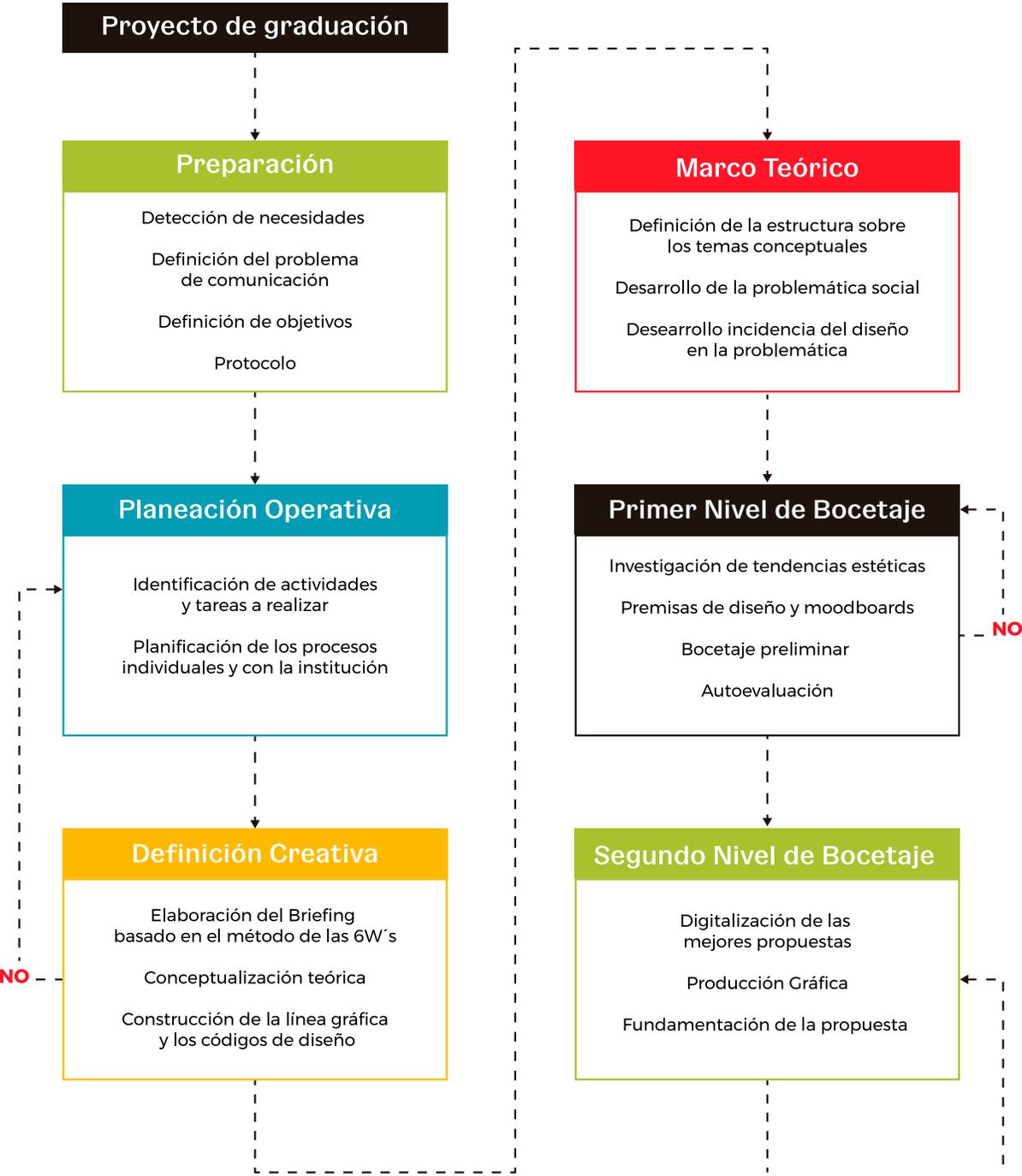


Figura n.º 3. Flujograma del proyecto de graduación
Fuente: elaboración propia

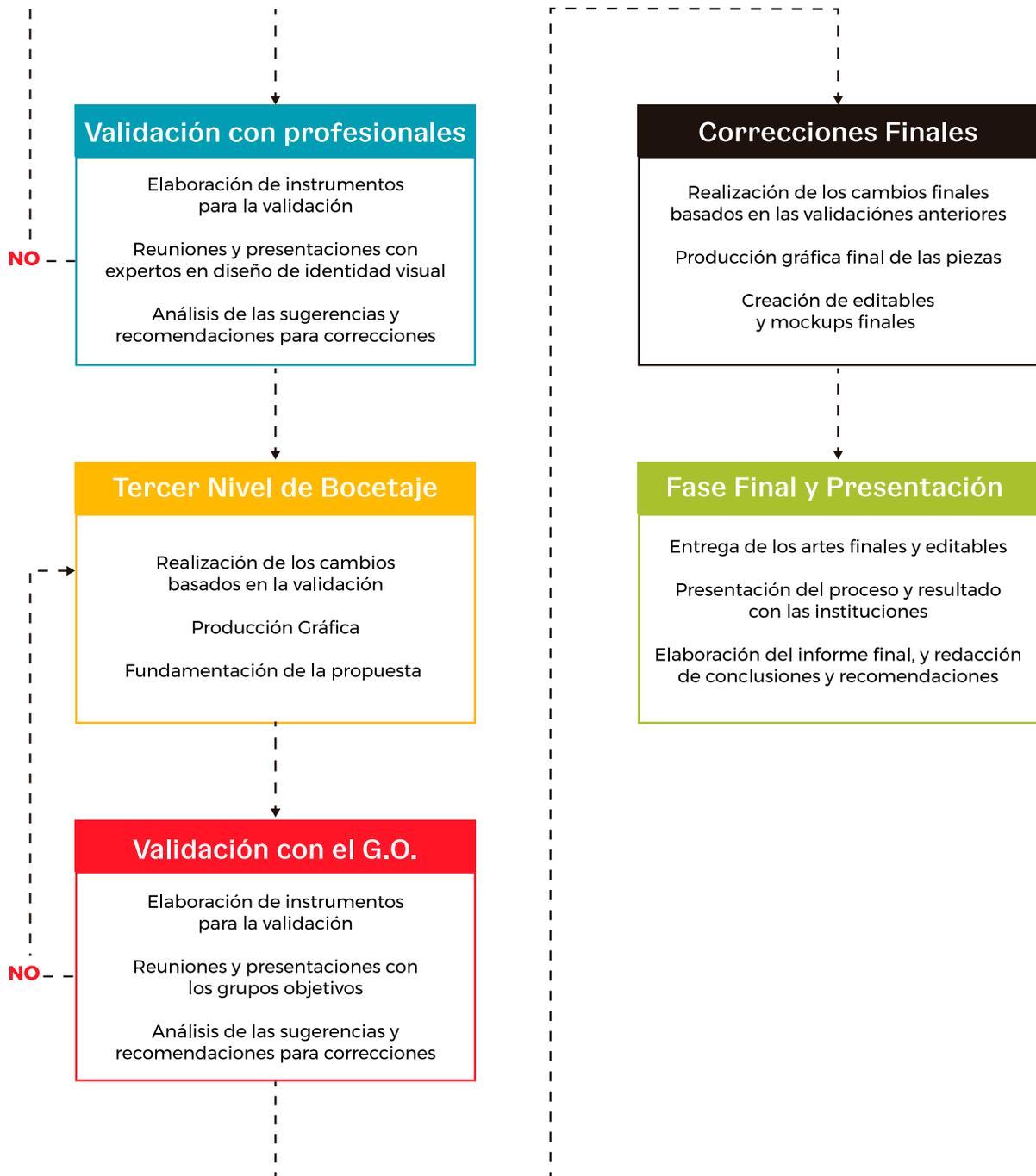


Figura n.º 3. Flujograma del proyecto de graduación
Fuente: elaboración propia

Cronograma

Julio 2020					
Actividad	1-4	5-11	12-18	19-25	26-31
Reunión virtual con los miembros de la institución	■				
Creación del brief y finalización del protocolo	■	■			
Análisis del grupo objetivo		■			
Recopilación teórica y referentes visuales			■		
Investigación de temas principales del marco teórico				■	■

Figura n.º 4. Cronograma del proyecto de graduación
Fuente: elaboración propia

Agosto 2020					
Actividad	1	2-8	9-15	16-22	23-31
Planeación operativa					
Definición de la dirección creativa					
Aplicación de técnicas creativas					
Ideación del insight y del concepto creativo					
Definición de los códigos de diseño					

Septiembre 2020					
Actividad	1-5	6-12	13-19	20-26	27-30
Desarrollo de instrumentos para validación					
Visualización nivel 1					
Autoevaluación					
Visualización nivel 2					
Validación con expertos de diseño					

Figura n.º 4. Cronograma del proyecto de graduación
Fuente: elaboración propia

Octubre 2020					
Actividad	1-3	4-10	11-17	18-24	25-31
Visualización nivel 3					
Validación con el grupo objetivo					
Análisis y resumen de los comentarios de la validación					
Realización de modificaciones sugeridas en las validaciones					
Producción gráfica final de todas las piezas					

Noviembre 2020					
Actividad	1-7	8-14	15-18		
Producción gráfica final					
Presentación y entrega de editables					
Entrega de informe final					

Figura n.º 4. Cronograma del proyecto de graduación
Fuente: elaboración propia

Previsión de recursos y costos

Recursos Humanos

- Proyectista especializado en diseño gráfico.
- Artistas, locutores y escritores.
- Especialistas en museología.
- Personas con discapacidad visual con interés en el arte.
- Guías e instructores familiarizados con la discapacidad visual.
- Asesores expertos en diseño gráfico, especializados en diseño de identidad.

Costos materiales

Cuadernos para bocetaje	Q 50.00
Lapices, crayones y marcadores	Q 200.00
Reglas, sacapuntas, borrador.	Q 25.00
Licencias de software	Q 800.00
Impresiones de prototipos, pruebas y validaciones	Q 1,500.00
Depreciación del equipo	Q 1,500.00
Transporte	Q 400.00
Electricidad (5 meses)	Q 500.00
Internet (5 meses)	Q 1,250.00

Total	Q 6,225.00
--------------	-------------------

Capítulo

04



M a r c o

t e ó r i c o

En Guatemala como en la mayoría de países de Latinoamérica, el tema de inclusión social ha surgido ante el ojo público como una de las bases para la consecución de la cohesión e igualdad social. Es indudable la necesidad de afrontar problemáticas específicas, donde se han visto avances en las últimas décadas, pero que aún no se han erradicado. Los altos índices de pobreza, la desigualdad, la discriminación y exclusión social son barreras que impiden a las personas disfrutar de una vida digna y el pleno goce de sus derechos.

Las personas con discapacidad son de los grupos que históricamente han sido más excluidos en áreas sociales como la educativa y la profesional. Es pertinente que todos los sectores se involucren para crear un marco de acción positiva que garantice los derechos fundamentales a todos los ciudadanos. Esta perspectiva permite que las personas pasen de ser objetos de caridad a ser sujetos de derecho.

Es evidente la importancia de reflexionar en todos los tipos de discapacidad, como lo es la discapacidad visual, hay que entender que surge de un entorno que no reconoce las necesidades y diferencias de estas personas. Considerando los obstáculos que esto representa en la participación de los diversos aspectos de la vida.

En el presente ensayo se aborda el tema de la discapacidad visual y como se puede plantear una estrategia inclusiva desde el ámbito cultural. Pensando en el arte como un medio idóneo y accesible para la inclusión de personas con discapacidad visual como un esfuerzo de progreso social colectivo. Tomando como referencia el programa Palabras Prestadas.

Inclusión social de personas con discapacidad por medio del arte

El término “discapacidad” proviene del latín y significa “cualidad de ser inválido o perder alguna capacidad”, este es el nombre que se le da a la condición de las personas que presentan alguna deficiencia física, sensorial o intelectual que afecta la forma en que interactúan y se desenvuelven en su entorno.

Este concepto puede ser entendido desde varias perspectivas, si nos enfocamos en el punto de vista social tomando como base los derechos humanos, específicamente el derecho a la no-discriminación, podemos percibir una problemática social que invita a la conciencia colectiva, ya que las personas con esta condición tienen que superar diversas barreras que dificultan su plena participación.

Partiendo de la premisa que la discapacidad es una construcción social, como lo mencionan García y Fernández en su artículo, que no es considerada como la consecuencia de una deficiencia que tiene su origen en el individuo, más bien como procesos amplios que suponen barreras a la participación y dificultan todos los aspectos de la vida de estas personas: educación, empleo, salud, vida social y política. Es de suma importancia como ciudadanos y profesionales reconocer que es un asunto de todos en el cual debemos analizar las respuestas y soluciones que le estamos dando.

Si se considera a la discapacidad simplemente como una “enfermedad” estamos encasillando la condición en el margen de la normalidad y se subestima la importancia de la sociedad. También, debemos tomar en cuenta los pensamientos de equidad e igualdad muy relevantes en la actualidad, reconociendo el concepto de inclusión como elemento esencial que trata de identificar y realizar los cambios sistémicos necesarios en los ámbitos personales, profesionales, políticos y culturales que garanticen la integración de los grupos de personas con capacidades distintas y el pleno goce de sus derechos para el desarrollo de una calidad de vida aceptable.

Personas con discapacidad visual

La discapacidad visual es una disminución total o parcial de la vista. Según la OMS y la Clasificación Internacional de Enfermedades se clasifica la deficiencia visual en dos grupos según el tipo de visión: de lejos y de cerca. Las personas que tienen esta condición enfrentan dificultad para percibir y descifrar información gráfica, por ejemplo, el lenguaje escrito. En el presente, la sociedad está sumamente arraigada a los medios de comunicación lo que representa un obstáculo crítico para la inclusión. Las personas con ceguera necesitan ayuda óptica para leer un texto si este no está escrito en braille.

El sistema braille se trata de un sistema de lectura y escritura táctil que es el principal medio de comunicación de las personas con discapacidad visual profunda. Se basa en formar símbolos para cada letra o número combinando 6 puntos. Los puntos que estén en relieve representan una letra o signo de la escritura en caracteres visuales. El tamaño y distribución de los 6 puntos forman el llamado signo generador. Las terminaciones nerviosas de la yema del dedo captan este tamaño. Este signo sólo permite 64 combinaciones de puntos.

Además de los problemas anteriores, suelen tener inconvenientes para desplazarse en un ambiente público de manera autónoma, ya que las condiciones de accesibilidad no consideran las necesidades de este grupo de personas. Es posible crear un entorno en el cual se favorezca el desenvolvimiento de todos los individuos, como lo menciona Amante en su libro, para que las personas con discapacidad visual no solamente puedan tener una calidad de vida digna sino que la mantengan, es indispensable realizar acciones que promuevan la salud, prevención, rehabilitación e integración. Permitiéndoles contribuir con el desarrollo socioeconómico de su comunidad. La circunstancia de ser una persona invidente no le impide por sí misma la capacidad de trabajar, contribuir y disfrutar de su condición como ser humano con derecho a la igualdad de oportunidades.

La percepción de la discapacidad (incluyendo la visual) ha ido cambiando a lo largo de la historia y el desarrollo humano, los pensamientos y creencias han colaborado con esto, al igual que los avances científicos y tecnológicos. La responsabilidad de mejorar las condiciones no le pertenece únicamente al Estado, es un deber colectivo que debe abarcar la atención médica, fomentar el empleo, práctica deportiva o de recreación, al igual que dar acceso al medio cultural y artístico.

El arte como motor de inclusión social

La cultura es inseparable del proceso de socialización, las ideas, costumbres, creencias, comportamientos y tradiciones, caracterizan a los miembros de una sociedad. Las manifestaciones artísticas al ser el fruto de la inspiración que se nutre de las expresiones culturales representan un medio sumamente valioso para la inclusión.

Todas las formas de expresión artística, por ejemplo: una pintura, una escultura, un libro, una película; son canales potenciales para la integración de grupos que han sido marginados de alguna manera. Uno de los pasos fundamentales del proceso incluyente es la etapa de concientización, a la cual el arte se adapta muy bien, ya que en un mundo globalizado, dominado por la tecnología estamos expuestos a una enorme cantidad de obras artísticas.

La esencia del arte como un proceso creativo que permite a las personas profundizar en aspectos como la empatía, la afectividad, la creatividad o las relaciones interpersonales, como lo mencionan Coca, Olmos y García en su informe, crea un marco de autonomía, autoestima y expresión que empodera a personas de capacidades diversas y contribuye con el cambio tan necesario sobre el concepto de discapacidad que se tiene en las sociedades latinoamericanas, incluyendo la guatemalteca.

La inclusión social en Guatemala

En Guatemala, como en muchos países del mundo, la mayor parte del entorno en el que viven las personas no videntes, carece de sistemas adecuados (físicos y logísticos) para su movilización y desenvolvimiento, lo que produce un exclusión de las áreas educativas y laborales, afectando su capacidad de independencia social y económica.

La inclusión es un tema relevante en la actualidad para la población guatemalteca, sin embargo, no se le da el mismo interés que a problemáticas como la inseguridad o la corrupción. Pese a esto, se han tomado medidas a favor de la inclusión, por ejemplo, dentro del marco jurídico y político nacional teniendo como estandarte institucional al CONADI que se encarga del asesoramiento y coordinación de políticas que aseguran el cumplimiento de derechos y libertades para personas con cualquier tipo de discapacidad.

En el campo de infraestructura y planificación urbana, podemos tomar como referente el avance del sector público considerando algunas necesidades de este grupo de personas en el desarrollo del medio de transporte (Transmetro) y en el sector privado en los últimos años ha tomado como modelo los planteamientos arquitectónicos y de ingeniería.

También, podemos mencionar el progreso que ha tenido el ámbito académico en esta temática, liderado por iniciativas de las universidades nacionales que realizan esfuerzos en investigación y establecen programas que promueven la participación integral. Dado es el caso del proyecto de investigación *Inclusión educativa de estudiantes con discapacidad en la Universidad de San Carlos de Guatemala: seguimiento y estudio de casos bajo la perspectiva interseccional*, del año 2017.

Importancia del arte y la cultura en Guatemala

Manteniendo una perspectiva donde el trabajo de inclusión es un esfuerzo conjunto que debe ser llevado hacia todos los aspectos de la vida humana, incluyendo la cultura. Debemos analizar la importancia de dicho entorno en Guatemala, Araujo en su ensayo menciona algunos aspectos que nos ayudan a tener una idea más aterrizada sobre esto.

Las veinticinco etnias que componen Guatemala: veintidós de origen maya, la garífuna, una xinca y una mestiza o ladina, hacen de este un país multicultural, multiétnico y multilingüe. La cultura es tan significativa que aporta un porcentaje del PIB nacional, cuantificado por lo que producen las industrias y empresas legalmente inscritas añadido a las actividades de la economía informal. Es más que simplemente un aspecto económico porque genera identidad individual y colectiva, así como un sentimiento de pertenencia e inclusión en las personas como en los grupos.

En el caso específico del arte, comprendido como pieza esencial del entorno cultural, ayuda a entender el valor de proyectos de inclusión para personas discapacitadas por medio del arte como lo están llevando a cabo en la Fundación Rozas-Bostrán con el programa Palabras Prestadas y la metodología de enseñanza de artes plásticas. Que cualquier persona pueda ser partícipe de una exposición artística como espectador o artífice impacta positivamente en la sociedad guatemalteca.

Al igual que en una pintura o una fotografía, los medios de comunicación cifran sus mensajes en imágenes gráficas y textos escritos, esto se ha convertido en algo predispuesto, casi automático, que predomina a nivel mundial dificultando el acceso a la información a las personas invidentes. Razón por la cual es necesario crear las condiciones de acceso adecuadas para todo el mundo, es en este punto donde el diseño gráfico puede intervenir y tomar un papel importante en el plano social.

Como lo menciona Melenje, para conseguir transformar a la sociedad desde el diseño, el profesional tiene que integrarse e identificarse con el contexto, para que sea capaz de elaborar discursos visuales que comuniquen correctamente.

Partiendo de la coherencia del mensaje, evitando entender una pieza o incluso una marca como un producto que solo puede ser interpretado por aquellas personas que el constructo social ha etiquetado como “capaces”, encargándose de priorizar otros aspectos como lo que significa el material diseñado, la aceptación del diseño por parte del grupo al que se dirige, el nivel de accesibilidad al mensaje que tendrán personas con capacidades distintas y cuál será su impacto en la sociedad.

El acto de considerar involucrar a los sectores con características de vulnerabilidad en la gestión comunicacional del diseño estimula a que se entienda la labor del diseñador gráfico como una participación en favor y al servicio de todos.

Es importante pensar cómo la sociedad aborda los temas de diferencias, que han sido tratados de forma discriminatoria o excluyente, ya sea por género, etnia, estrato social o, en este caso, por discapacidad. Considerando que la discapacidad se erradica si se reconocen las diferencias de todas las personas.

La importancia de la inclusión radica en la consideración de esta, como una de las formas de garantizar la totalidad de los derechos humanos. Atendiendo el valor inherente de cada persona, al apreciar su dignidad y sus diferencias. Esto, con el objetivo de construir una mejor sociedad para todos, teniendo o no, alguna discapacidad.

La situación de las producciones artísticas tiene que ver con el caso de las personas con discapacidad visual, que sin una adaptación de la obra, no tienen acceso al discurso artístico que generalmente es de manera visual. Lo que nos demuestra que el fin primordial de la inclusión no se limita a la parte académica o laboral, debe de llegar a todos los aspectos de la vida.

Muchas veces no se es consciente de la importancia del diseño gráfico ante la sociedad. Tampoco se tiene una idea clara de cómo se puede aportar desde el campo de acción de la profesión en las soluciones que se presentan a las distintas problemáticas sociales. Todavía existe un gran porcentaje de marcas y empresas que no ven necesario contratar los servicios de un diseñador gráfico. En algunos casos se tiende a pensar que el material de diseño se realiza en poco tiempo y no es necesario ser un profesional para su realización.

El diseño gráfico tiene la responsabilidad de transmitir mensajes que impacten positivamente en la sociedad. A través de él existe la posibilidad de crear materiales visuales que aporten al desarrollo, identificar problemas con la capacidad de brindar soluciones y conectar efectivamente con las personas transformando su entorno.

La comunicación visual atiende a los sistemas de conocimiento y conciencia que puede mediar en la forma de sentir, de pensar o incluso de actuar de las personas. Pensando en el diseño como un proceso de creación visual con propósito, que es capaz atender a las problemáticas, como es el caso de la exclusión de personas con discapacidad visual. Y funcionar como una herramienta competente para comunicar visualmente con responsabilidad, conocimiento y creatividad. Así mismo, contribuyendo con proyectos que traten de mejorar la realidad dentro de la sociedad, según es el caso del presente proyecto para la inclusión social de personas con discapacidad visual por medio del arte.

El diseño gráfico como una herramienta social para la inclusión

Aunque los orígenes del diseño gráfico manifiestan una disciplina que propone soluciones a las necesidades de comunicación particulares de los productos masivos con fines en esencia económicos, la realidad actual solicita un nuevo tipo de participación por medio de proyectos con enfoque social. La medida del plano de acción del diseño social o del diseñador como agente de cambio puede definirse dentro de los fundamentos del diseño gráfico, colaborando con otras disciplinas y áreas con las cuales se relaciona de manera natural.

Dos de los pilares del diseño gráfico son el proceso creativo y de investigación, en los cuales se pueden utilizar conceptos como el *design thinking* (pensamiento de diseño) que propone el planteamiento de un reto que conduzca a soluciones para una problemática, desde la comprensión del entorno. Teniendo una perspectiva que hace posible actuar desde el campo del diseñador, empleando lo gráfico y la imagen como medio de comunicación en favor de un objetivo concreto, siendo en este caso la inclusión.

Es evidente que cada esfuerzo que se realiza para ayudar a resolver una problemática social tiene requisitos propios de comunicación, por ejemplo en los movimientos de igualdad presentan un carácter propagandístico, enfocado en visibilizar algún tipo de conciencia social. El diseño gráfico que se encarga de transmitir mensajes de forma efectiva por medio de la gráfica tiene la capacidad de intervenir y mejorar este proceso de comunicación. La investigación es una prioridad para cumplir con esta funcionalidad, entendiendo los distintos criterios para ofrecer respuestas a un problema común y para la generación de conocimiento colectivo.

Esta posibilidad de involucrar el campo de acción del diseño gráfico con las evidentes necesidades sociales crean un espacio propicio para el diseño centrado en las personas (*human-centered design*) que es un marco de diseño y gestión que desarrolla soluciones integrando la perspectiva humana en todos los pasos del proceso de resolución de problemas. El diseño centrado en las personas consta de tres fases:

- 1. Inspiración:** identificamos un desafío que merece la pena.
- 2. Ideación:** tenemos la oportunidad para el diseño.
- 3. Implementación:** aportamos una solución innovadora.

Se trata de entender a las personas para las que se está diseñando y hacerlo a partir de su perspectiva, tomando esto como una base para llegar a una solución innovadora. El *human-centered design* es un método que se ha adoptado en los negocios, pero de hecho, ha sido usado para resolver problemas relacionados con la pobreza, equidad de género, recursos naturales, etcétera. Tiene un enfoque práctico y repetible que consiste en entender a las personas y producir ideas para solucionar, probando una y otra vez hasta que lo diseñado valide su eficacia para poner en funcionamiento la idea.

IDEO.org lanzó una guía de campo del diseño centrado en las personas con el nombre de Design Kit, que brinda varios métodos de diseño que están pensados para ayudar a diseñadores, a organizaciones de carácter social o a empresas a desarrollar con éxito procesos creativos que culminen en productos y/o servicios efectivos para el desarrollo humano. Entendiendo a definir el problema que se desea abordar y la estrategia que marcará la pauta que nos oriente en cada paso hasta validar la efectividad del trabajo. La estructura del *brief* es la síntesis de la planificación específica para cada pieza comunicacional a realizar, permite analizar cada aspecto de la gestión comunicacional de un proyecto. Puede ser estructurado a partir de las 6Ws, en sus dimensiones (¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Para qué/¿Por qué?), a manera de *bullets*, inicialmente y luego como un párrafo que contempla cada una de estas interrogantes.

Así mismo, continuando con la etapa creativa apegada al enfoque del diseño social, nos llevará a indagar en el contexto del problema y las características de los grupos de personas involucradas con la intención de encontrar esas verdades humanas; experiencias que se encuentran dentro del mundo interno y externo de dichos grupos, también conocidos como *insights*.

El Collins English Dictionary define al *insight* como:

«Un penetrante y frecuentemente repentino entendimiento, de una situación compleja o problema»

- Inglés británico.

«La capacidad de ver y comprender claramente la naturaleza interna de las cosas, de una manera intuitiva»

- Inglés americano.

Se puede decir entonces, que el *insight* es el entendimiento del carácter oculto en la forma de pensar, sentir y actuar de las personas que generan oportunidades para solucionar un problema a través de estrategias fundamentadas en verdades latentes y a menudo inconscientes. Un *insight* se obtiene por medio de la investigación del grupo objetivo para obtener información sobre el individuo y su entorno, esto posibilita el conocimiento de cómo conectar de manera adecuada en todos los medios donde se tenga presencia.

En el mundo del *marketing*, un *insight* es contundente porque tiene relevancia en cuanto a la dinámica del consumidor y la categoría. Es significativo porque contiene información interpretada y entendible acerca del consumidor, que se construye a través de las capacidades de observación, análisis y empatía.

Con esta verdad podemos desarrollar una idea, un concepto creativo que nos ayude a comunicar el mensaje correctamente de una forma que sea relevante a través de una historia inspirada en la realidad de nuestro grupo objetivo.

El concepto creativo es un conjunto de información que sintetiza todos los elementos que nos permiten transmitir la información necesaria y comunicar con el público al que dirigimos el mensaje elegido. Forma por tanto, una de las partes más importantes del proceso creativo, en él se vuelca el mayor esfuerzo para dejar bien definido el mensaje que se desea transmitir para cumplir con los objetivos de comunicación.

Al tener total claridad en los aspectos anteriores podemos iniciar el desarrollo de la parte visual de la estrategia. Con los parámetros establecidos por el proceso investigativo y el estudio de la información obtenida, es el momento donde la inventiva del diseñador entra en juego.

Diseño de identidad visual y su aplicación al proyecto

Función de la identidad visual y sus características:

Una marca es un término que encapsula múltiples características y elementos. Pero en términos generales es el conjunto de características tangibles e intangibles del protagonista de algún tipo de intercambio ya sea de bienes o servicios. La marca debe de poseer una identidad visual única, que la distinga del resto.

Debe de estar constituida por elementos gráficos que representen correctamente la personalidad, valores e ideas. Además de apoyar a la consecución de los objetivos de la institución, producto o proyecto a la que pertenecen. El fin de una identidad visual es desarrollar una imagen positiva en la mente del grupo objetivo y crear una conexión entre ambas partes para fortalecer la identidad. Los componentes más importantes son:

El logotipo como representación visual de una marca

Es uno de los símbolos gráficos más importantes para una entidad determinada. Siendo este, un sello capaz de reflejar gráficamente la filosofía, identidad y labor de una institución. Este no debe de ser confundido como una marca como tal. Es el elemento que estará más expuesto y debe de alinearse con la naturaleza de la marca, para esto debe de cumplir con las algunas características esenciales.

- **Simplicidad:** para que sea reproducible y reconocible.
- **Memorabilidad:** debe de tener una estética simple, que resulte fácil de mantener en la mente del grupo objetivo.
- **Trascendencia:** debe de ser atemporal, percibirse como actual y fresco sin importar el avance del tiempo.
- **Suficiencia:** debe estar conectado con la entidad a la cual representa, el propósito de la compañía tendría que estar plasmado en el logotipo.

La tipografía como base para el diseño de una identidad visual

Inconscientemente, todos nos fijamos en la tipografía, ya que es el medio que nos permite leer y entender el mensaje; incentiva a indagar sobre la marca y su significado. La primera selección de tipografía de importancia es la del logotipo, para asegurarnos que comunique los pilares de marca. En segunda instancia se debe seleccionar otra tipografía diferente para todas las comunicaciones y mensajes. Ambas deben complementarse para transmitir la estrategia de la marca. El uso de la tipografía debe ser consistente, es decir, se debe utilizar en todas las comunicaciones: folletos, posters, papelería y cualquier otra aplicación gráfica que lleve texto.

El color y su influencia en la identidad de una marca

La importancia de la elección en la paleta de color de una marca radica en que no todos los colores generan el mismo sentimiento. Ya sea por las sensaciones que generan en nuestro cerebro de forma innata, por asimilación con la naturaleza o por construcción social, los colores suelen llevar asignados una serie de valores o atributos que nos producen una u otra emoción, Esto se entiende como la psicología del color. Algunos diseñadores consideran al color como la representación visual más importante de la marca, al estar presente en todas las piezas de comunicación, por esta razón la paleta de color debe de estar diseñada con investigación previa.

Elementos gráficos, patrones e iconografía

Una marca también está compuesta por elementos gráficos que en conjunto construyen un sistema de significación y distinción. La iconografía y patrones forman parte del universo visual de una marca, podemos identificar un material propio de una institución simplemente reconociendo los símbolos o abstracciones que suelen utilizar en sus piezas de comunicación.

Otros medios diferenciadores que el público reconoce en una identidad visual y que en la actualidad muchas marcas los utilizan como el recurso visual principal en sus campañas son la fotografía e ilustración, ya que la mayoría de medios de comunicación cifran los mensajes mediante imágenes, superando incluso al lenguaje escrito. Al igual que el famoso dicho “una imagen vale más que mil palabras” una fotografía o ilustración de alguien realizando una acción específica suele ser más impactante y permite un periodo de recepción del mensaje más reducido que un texto extenso describiendo la misma acción.

Esta es la razón por la que el estilo fotográfico que abarca el encuadre, plano, tipo de modelos, tono de comunicación, color, etc. Y el estilo de ilustración que se entiende como el tipo de trazo, color, diseño de personajes, tendencia, técnica, etc. son parte de los recursos creativos que componen una marca.

En la sociedad actual, la importancia del diseño se extiende en la posibilidad de transmitir ideas por medio de la imagen, tipografía, color, forma y todos los elementos que integran los fundamentos del diseño gráfico.

Siendo evidente la capacidad del diseño gráfico de intervenir en la comunicación, no debe enfocarse simplemente en vender. Se tiene que priorizar el sentido humano, distinguiendo el tipo de impacto que tendrá el mensaje visual a nivel social.

La constante participación en proyectos de índole social, mejora y fortalece la percepción que se tiene del diseño gráfico por parte de las personas. Incluso se pueden suprimir algunos estigmas sociales que se tienen sobre esta profesión.

Ya que los discursos comunicacionales en el diseño gráfico son predominantemente visuales, se generan obstáculos y barreras para la comprensión de los mensajes por parte de sectores como las personas con discapacidad visual. Es fundamental reconocer e identificar los criterios adecuados en la construcción del lenguaje para lograr un diseño gráfico inclusivo.

Capítulo

05



         
D e f i n i c i ó n

       
c r e a t i v a

Concepto de *brief*

6W´s

¿Qué?

Identidad visual y manual de normas gráficas.

¿Quién?

El manual de normas gráficas será utilizado por voluntarios, estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación, diseñadores de la institución y otros interesados. Las personas que tendrán contacto con la identidad visual son los tutores o acompañantes de los grupos de personas que asisten a la exposición, escritores, artistas, pintores, escultores y narradores.

¿Cómo?

La identidad visual será expuesta a través de piezas físicas en la sala de exposiciones, en medios digitales y redes sociales principalmente. Las personas con discapacidad visual pueden identificar la exposición por medio de elementos multisensoriales que creen una interfaz que permita experimentar el arte. La identidad gráfica debe hacer énfasis en el concepto de “palabras” y representar correctamente a la inclusión social, debe ser moderno, transmitir la esencia y los valores institucionales, así como cumplir con los objetivos del proyecto e ir alineado con la imagen institucional de la fundación.

¿Cuándo?

Es importante que la Fundación tenga la identidad gráfica definida cuando se haga la difusión y promoción del evento, cuando se realicen las invitaciones a los artistas, colaboradores y participantes y cuando se realice el registro audiovisual de la edición 2021 en la sala de exposición.

¿Dónde?

- Ubicación de la exposición: Galería de arte Rozas-Botrán, zona 14, Ciudad de Guatemala.
- La marca será expuesta en: piezas gráficas en la sala de exposiciones, redes sociales y pagina web de la institución, invitaciones, videos documentales, correos electrónicos.

¿Por qué/Para qué?

Los objetivos principales de este proyecto son: la inclusión social de personas ciegas o con discapacidad sensorial mediante el arte; que las personas reconozcan a la exposición, sus participantes, organizadores y colaboradores, al igual que identifiquen su trayectoria; para que haya uniformidad y coherencias en todas las piezas gráficas propias de la exposición; que contribuya a concienciar a los miembros sociales a nivel municipal, académico y administrativo sobre la importancia de tomar acciones en favor de la inclusión a personas discapacitadas.

Piezas gráficas por realizar

Identidad visual y manual de normas gráficas de la exposición Palabras Prestadas. Piezas que conformaran la identidad gráfica de la exposición:

1. Manual de normas gráficas
2. Logotipo
3. Tarjeta de presentación
4. Firma (correo electrónico)
5. Playera/Camisa
6. Cafete
7. Folder
8. Hoja membretada
9. Diploma de agradecimiento
10. Invitación para participar
11. Plantilla para presentación (Power Point) y para la edición de videos con la identidad visual.
12. Material informativo de protocolos de higiene dentro de la galería. Uso de desinfectante, mascarilla y distanciamiento.
13. Imágenes de portada para las *fanpages* de la fundación (Facebook, Twitter y YouTube).
14. Plantillas de publicaciones para Facebook e Instagram. (Informativas, promocionales y documentales).
15. Fondos de pantalla para (computadora y *smartphone*).
16. Poster promocional y ejemplo de aplicación en MUPI

Segmentación y mensaje de comunicación

Grupo objetivo primario

Autoridades del sector académico y cultural que toman decisiones administrativas en cuanto a la habilitación de espacios o servicios, con capacidad de convocatoria para brindar accesos a personas con discapacidad visual hacia la exposición.

Grupo objetivo secundario

Escritores y narradores que contribuyen en la creación de la interfaz multisensorial de la exposición. Prestando sus habilidades para construir una experiencia artística a través de descripciones sobre las obras y narraciones de las mismas, reproducidas durante el recorrido en la exposición.

Efecto *feedback* esperado

Que haya uniformidad y coherencia en todas las piezas gráficas propias de la exposición que contribuya con la transmisión efectiva de los mensajes de comunicación para que las personas reconozcan el programa, sus participantes, organizadores y colaboradores, además de identificar los valores y la visión de Palabras Prestadas.

Experiencias frente a estos mensajes de comunicación

Que comprendan la importancia de tomar acciones en favor de la inclusión a personas con discapacidad visual y que reconozcan al arte como un medio idóneo para construir un entorno social más inclusivo. Entendiendo la discapacidad visual desde la perspectiva de igualdad como un sistema de barreras en el entorno del individuo que limita su participación social dejando de lado los estigmas sociales y estereotipos perjudiciales.

Objetivo que la institución quiere conseguir

La inclusión de personas guatemaltecas con discapacidad visual por medio del arte y la cultura como una solución permanente para el desarrollo humano integral en Guatemala.

Cuadro Comparativo

Ventajas

- El proyecto cuenta con piezas enfocadas para ambos medios (físicos y digitales).
- Este proyecto brinda la oportunidad de explotar elementos gráficos con bastante libertad creativa.
- La identidad visual servirá como guía para piezas futuras que realicé la Fundación Rozas-Bostrán.
- Por su carácter inclusivo, es un proyecto con aporte social.
- El proyecto se puede difundir en conjunto a los otros programas.
- Se tiene la oportunidad de transmitir el enfoque que llame a la conciencia de una manera innovadora.
- Se cuenta con referencias de antecedentes realizados por la institución.

Desventajas

- No puede ser una identidad limitada en la parte gráfica, ya que personas con discapacidad visual tendrán contacto con esta.
- La cantidad y tipo contenido por pieza varía con respecto a las piezas físicas y sus adaptaciones digitales para su efectividad.
- El surgimiento de otra emergencia sanitaria podría afectar la programación de la exposición y su logística.
- Los materiales se tendrán que trabajar con una fecha de referencia ya que no se tiene una fecha establecida por las situaciones sanitarias que se han afrontado en la actualidad a nivel mundial
- No todas las personas con discapacidad visual poseen lectores de pantalla, lo que les dificulta el uso de las redes sociales.

Conceptualización

Técnica de investigación

Entrevistas al grupo objetivo

Enfoque creativo

Diseño centrado en el ser humano
Design Kit de IDEO.org

Método de inspiración

Entrevista

Método de ideación

Criterios de diseño

Método de implementación

Prototipos en vivo

Premisas de investigación

- La importancia de la inclusión social
- Arte y cultura
- Discapacidad
- Solidaridad
- Las palabras y la comunicación
- Mundo multisensorial

Investigación con el G.O.

Preguntas de motivaciones

- ¿Cuál es la importancia para que todos los sectores de la sociedad se involucren en la inclusión?
- Desde su perspectiva ¿Cómo podemos ayudar a construir un mundo más inclusivo?
- ¿Qué le motivaría a participar en actividades de inclusión para personas con discapacidad visual?
- ¿Qué valores y cualidades deben de caracterizar a un movimiento o proyecto inclusivo?
- ¿Qué tipo de emociones experimenta al hablar de la discapacidad visual?
- ¿Qué tipo de emociones experimenta usted al participar de una actividad para la inclusión de personas con discapacidad en la sociedad?
- ¿Qué opina sobre este tipo de programas, que tratan de aportar a la inclusión social de las personas con discapacidad social en el país?

Investigación con el G.O.

Preguntas de razones

- ¿Tiene usted de alguna capacidad diversa (discapacidad) o tiene relación con alguien de esta condición?
- ¿Qué significa o representa una discapacidad?
- ¿Qué significa la inclusión?
- ¿Cuál considera que es la importancia de las palabras en la comunicación social?
- ¿Usted o su institución ha participado en alguna actividad en favor de las personas con discapacidad?
- ¿Conoce sobre la fundación Rozas-Bostrán? ¿Qué opina sobre la labor social y cultural que realiza?
- ¿Ha participado en alguna exposición o programa de la Fundación Rozas-Bostrán?
- ¿Ha tenido acceso a una campaña de concientización sobre la discapacidad?

Investigación con el G.O.

Preguntas de dinámica social

- ¿En qué aspectos de la sociedad se ven apartadas las personas con discapacidad?
- Desde su punto de vista, ¿Cómo está el tema de inclusión en la actualidad de Guatemala?
- ¿Usted o su institución ha participado en alguna actividad en favor de las personas con discapacidad?
- ¿Cómo usted o su institución puede aportar al movimiento inclusivo desde su campo de acción?
- ¿Cree que en las instituciones académicas y laborales se le da la suficiente importancia a esta problemática?
- ¿Considera que el arte puede ayudar a la inclusión de personas con discapacidad? ¿De qué forma?
- ¿Cuál es la importancia del arte en la inclusión social?
- Describa en tres palabras, inclusión.
- Describa en tres palabras, el programa Palabras Prestadas.

Insight

Este *insight* fue encontrado gracias a las entrevistas con los grupos objetivos y el análisis de las respuestas. Lo cual formó parte de la etapa de investigación para la conceptualización.

**“No es un discapacitado,
es un ser humano”**

- Humanidad -

No debemos considerar la discapacidad como la característica más relevante de una persona. Que el ser humano tenga algún tipo de discapacidad es simplemente una condición, ya sea consecuencia de la genética o provocada por un factor externo accidental, que evidentemente no decidió tener, ni la misma persona, ni las que la rodean.

No es solamente alguien que no puede ver o escuchar, es una persona con anhelos, deseos, sueños y sentimientos propios. De igual manera, la inclusión requiere un sentimiento de humanidad, que nos lleve hacia un marco de solidaridad, comprensión, entendimiento, colaboración, amor y respeto para generar un verdadero cambio como sociedad.

Tipología del *insight*

Sociedad *insight*

en su categoría de “creencias”

El *insight* se vincula con la percepción que comúnmente tiene la sociedad de las personas con discapacidad y apela a un replanteamiento de estas ideas para generar un cambio desde una perspectiva humanista. Siendo un *insight* colectivo (social) sin llegar a ser universal, ya que no todas las personas entienden correctamente esta condición (lo cual sería ideal), ni individual porque es un concepto compartido.

***Insights* de marca**

Se relaciona directamente al contexto relacionado a la megatendencia de cohesión e igualdad social que se refleja en las diversas luchas sociales de libertad y paridad de derechos de las personas sin importar sus preferencias, características, ideologías o condiciones; a través de la concientización e integración, manifestadas a nivel mundial como lo son el movimiento por la igualdad de género y los movimientos contra la discriminación.

Mega-tendencia

Cohesión e igualdad social.

Macro-tendencia

Inclusión social de personas con discapacidad.

Micro-tendencia

Inclusión de personas con discapacidad al arte plástico.

Concepto creativo

El concepto creativo surge del *insight* y de las respuestas de los entrevistados, en donde resaltaban la cualidad humana, el respeto a las diferencias y la importancia de estas iniciativas.

“Humanidad, la obra maestra”

Obra maestra es un término que se utiliza para referirse al trabajo más sobresaliente de la carrera de un individuo o colectivo con respecto a creatividad, profundidad y belleza.

La idea de la inclusión de personas con discapacidad, como cada intento de progreso social, tiene un enfoque humano con sentido del bien común. La Fundación trata de empoderar a las voces de personas que afrontan problemáticas que son invisibilizadas comúnmente, dándoles acceso a un área social en la cual deben de tener posibilidades de participar.

Por lo tanto, el sentido de humanidad tiene que ser percibido como el protagonista del programa a través de la identidad gráfica. Este concepto plantea que la característica más importante de una persona no es que tenga una discapacidad, sino que es una persona con sensibilidad a la belleza del arte incluso como artista. Igualmente, humanidad es un concepto general, que no delimita edad, género, etnia o profesión, esto relacionado con la idea de que todos debemos crear un mundo libre e inclusivo para todos.

Premisas de diseño

Código Tipográfico

Para transmitir un mensaje claro y con fuerza pero que a su vez transmita el carácter innovador del programa a través de la modernidad, el marco tipográfico estará enfocado en tipografías *sans serif*. Ya que están ligadas con la actualidad, y se caracterizan por ser más legibles.

Este estilo de tipografías transmite modernidad, fuerza, dinamismo, minimalismo. Para crear armonía con la parte iconográfica se utilizará el tipo geométrico, las fuentes dentro de esta categoría han estado de moda por mucho tiempo, y en la actualidad son muy utilizadas especialmente cuando se desea transmitir un mensaje claro y breve. Se busca combinar elementos que mezclan estabilidad con dinamismo.

Código iconográfico

El sistema de lenguaje braille es el principal medio de comunicación de una persona con discapacidad visual profunda. Se trata de un sistema de lectura y escritura táctil. Este sistema sirve de inspiración iconográfica, marcando una clara tendencia geométrica que tiene como elemento principal el círculo.

Permite crear un contraste que funciona como un recurso para darle énfasis a los componentes gráficos que lo requieran. También, facilita que las personas con discapacidad visual puedan relacionarse y entender la identidad de la exposición.

Imagen y textura

El concepto de las imágenes está basado en el arte humanista, en donde se pone en el centro de la escena al ser humano. El Humanismo resalta las cualidades de la naturaleza humana lo cual se relaciona con el concepto creativo.

En las imágenes que se utilizan, las personas deben de ser el punto focal. Representando a las personas como obras de arte en una galería para reforzar el concepto, añadiendo texturas de pinturas al óleo inspirada en la técnica más popular en las obras del humanismo renacentista.

Código lingüístico

Se tomará los textos como elemento principal para la transmisión de los mensajes de comunicación. Estos deben de ser claros, breves y con fuerza. Presentando los valores del programa y haciendo evidente el tema de inclusión. Debe de ser coherente con la identidad de la Fundación y representar claramente la relación del programa con el arte. El tono de la comunicación debe de ser de responsabilidad, confianza y sensibilidad.

Código cromático

La paleta de color, en esencia, está compuesta los colores blanco y negro. Además de dar una estética sobria, minimalista, moderna y elegante, esta decisión está relacionada con uno de los propósitos principales del programa que se quiso representar en la gráfica: visibilizar la importancia de la inclusión de personas con discapacidad al arte, lo cual no ha sido tan relevante como debiera por muchos años en la sociedad.

La paleta principal está apegada al significado cultural y psicológico de cada color. Representando la diversidad, la humanidad, el amor y la cultura. Manteniendo la línea estética de la Fundación y dándole un carácter propio a la identidad visual de la exposición.

Formato y *layout*

Manteniendo la esencia geométrica e inspirado en la retícula del sistema braille. La diagramación se estructura en columnas y filas, formando unidades de igual proporción. El formato se mantendrá rectangular priorizando la dirección vertical, variando a la dirección horizontal en las piezas que lo requieran.

Referentes visuales



GUGGENHEIM BILBAO

The British
Museum

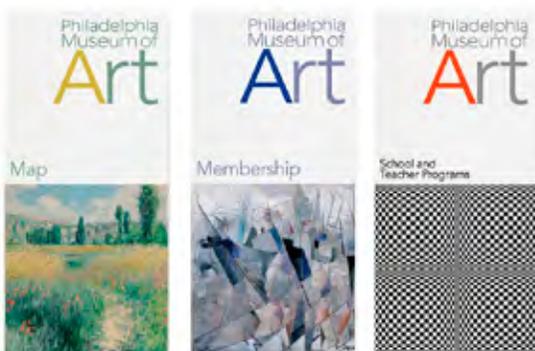


Figura n.º 5. Recopilación de referentes visuales basados en las tendencias estéticas
Fuente: elaboración propia

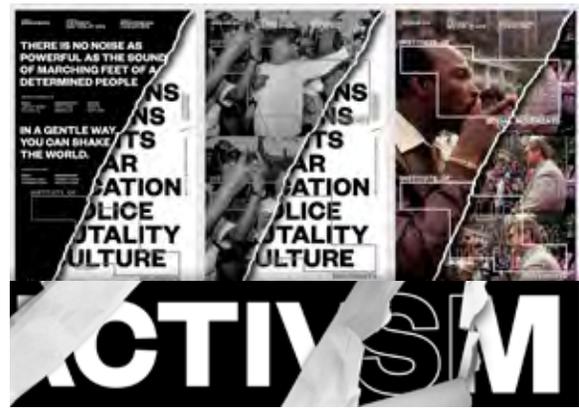


Figura n.º 5. Recopilación de referentes visuales basados en las tendencias estéticas
Fuente: elaboración propia

Capítulo

06

P r o d u c c i ó n g r á f i c a
y v a l i d a c i ó n

Nivel 1 de visualización

Proceso

Para la primera etapa de visualización se decidió trabajar en los elementos fundamentales de la identidad visual que servirán como referentes para la totalidad de las piezas. Seleccionando el logotipo y el *key visual* (poster promocional) como las bases de para la línea gráfica.

Se inició con bocetos rápidos como una lluvia de ideas ilustrada con el fin de crear el mayor número de soluciones creativas simples basadas en el concepto creativo. Posteriormente se llevó a un mejor nivel las propuestas más interesantes agregando mayor detalle, relacionado los trazos en una retícula geométrica. Por último, se realizó la autoevaluación de cada idea, que servirá como guía para el siguiente nivel de bocetaje.

Objetivos

Construir propuestas creativas y actuales que transmitan adecuadamente el mensaje de comunicación a través de una estética basada en las premisas y códigos derivados del concepto creativo.

Producir una guía de criterios de evaluación que permita comprobar, en primera instancia, la funcionalidad, el nivel estético y la carga atrayente de cada boceto.

Criterios para evaluar

- **Atractivo:** si posee un nivel de cualidades visuales que resultan agradables. Si llama la atención o despierta interés.
- **Pertinencia:** si es adecuado u oportuno según el mensaje de comunicación y el público objetivo, o que viene a propósito para el objetivo comunicacional.
- **Memorabilidad:** la capacidad de ser recordado o que deja un impacto duradero. El tipo de sensación o efecto que causa en la primera impresión.
- **Distinción:** si tiene una estética propia y se entiende el mensaje con claridad.
- **Composición:** calidad disposición de los elementos en el formato y su recorrido visual.
- **Calidad gráfica:** estilo definido, calidad de los elementos gráficos y su estética.
- **Carga conceptual:** Si se apega al concepto creativo y a las premisas. El mensaje y las connotaciones (valores y cualidades) son evidentes.
- **Equilibrio:** la relación de los elementos y la armonía que se crea en la composición.

Bocetaje manual del imagotipo

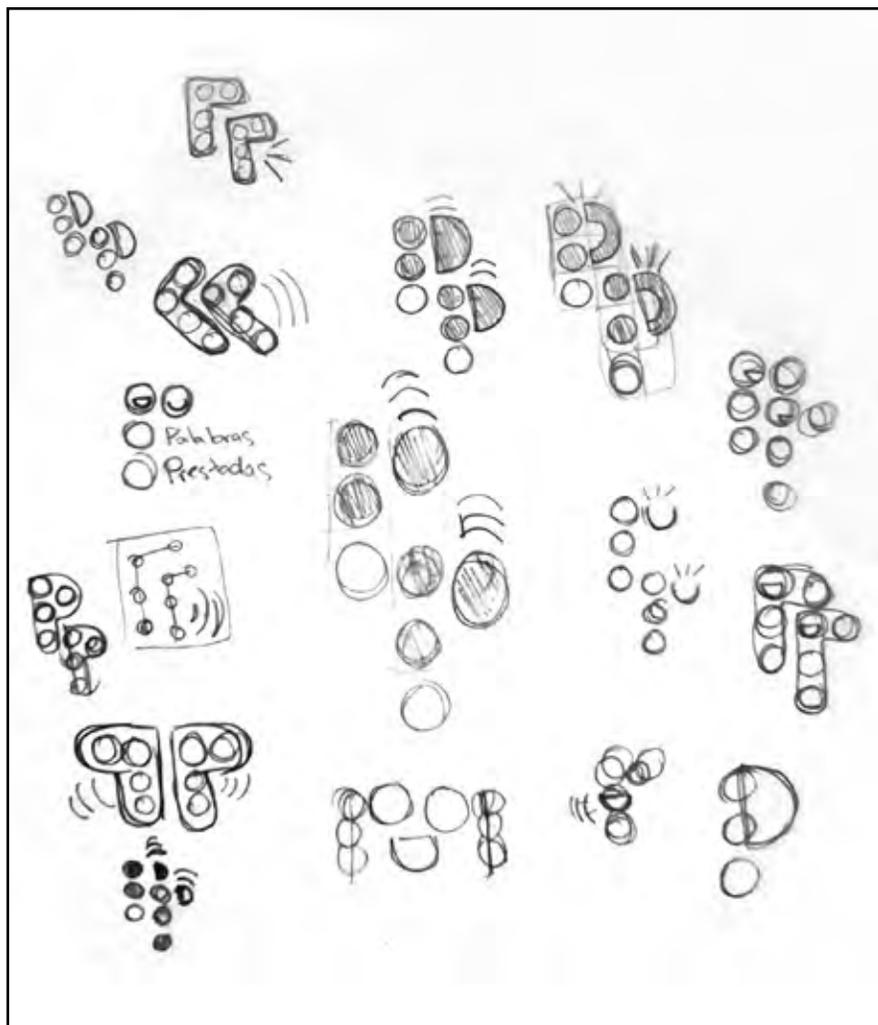


Figura n.º 6. Bocetos a mano del logotipo
Fuente: elaboración propia

Digitalización de las tres mejores propuestas

Las propuestas para el logotipo construyen una composición que combina la codificación de la letra P en el sistema Braille y su escritura en el abecedario común. También, se representa el concepto creativo de humanidad mediante un rostro.

1)



2)



3)



Figura n.º 7. Digitalización de bocetos del logotipo
Fuente: elaboración propia

Bocetaje del afiche promocional

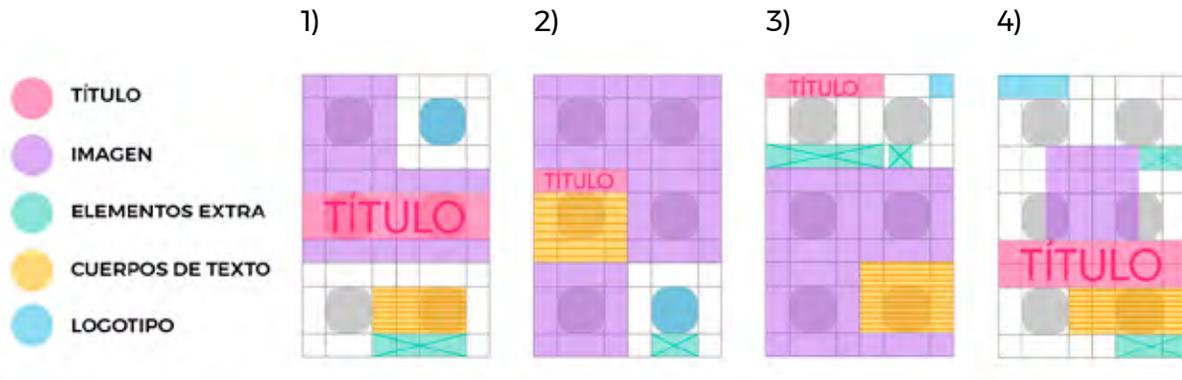


Figura n.º 8. Bocetos de la diagramación para el afiche promocional
Fuente: elaboración propia

Digitalización de la mejor propuesta del afiche promocional

Se realizó la digitalización de la primera propuesta de afiche con la línea gráfica aplicada en dos versiones con fondos de tonos distintos. El diseño fue basado en el cuarto boceto que fue el mejor puntuado en la autoevaluación.



Figura n.º 9. Digitalización de la primera versión del afiche promocional
Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Existe una constante en las propuestas, pero varían algunos elementos que hacen a la primera y las dos últimas propuestas, las más interesantes. Se realiza un análisis de referentes simétricos y asimétricos que ayuda a comprender de mejor forma las composiciones. La inspiración en el sistema Braille, añadido con el concepto “humano” se transforma en el aspecto más interesante y llamativo del logotipo.

Las propuestas mejor puntuadas según el instrumento de autoevaluación son la segunda y tercera. En las reuniones con la representante de la institución se mostraron las dos propuestas del logotipo y se decide continuar desarrollando ambas ideas.

Debe de haber integración de todos los elementos, siguiendo un orden en la distribución que permita la comprensión del mensaje. El *key visual* debe de contener los referentes visuales necesarios que permitan adaptar la línea gráfica en todas las piezas. De igual forma debe de permitir la variación del contenido específicamente en los cuerpos de texto. Una vez definida la estructura se tienen que plantear versiones de esta, las otras propuestas pueden servir de inspiración para ello.

Nivel 2 de visualización

Proceso

Se realizaron entrevistas por medio de reuniones virtuales en la plataforma Google Meet. Se explicó el perfil de la institución, problemática de comunicación y los grupos objetivos del proyecto. También, se presentó etapa de investigación para *insight*, la conceptualización y las propuestas del material de diseño. Los profesionales compartieron sus opiniones y sugerencias con respecto al proyecto, complementando este proceso con formularios de evaluación sobre los criterios establecidos.

Objetivos

- Comprobar la definición creativa y la aplicación del concepto en los elementos diseñados.
- Evaluar los criterios gráficos y técnicos de las propuestas de logotipos y línea gráfica.
- Definir la metodología y el instrumento para validación con el propósito de llegar a un *feedback* claro y específico sobre cada pieza de diseño.

Criterios a evaluar

Criterios generales:

- Calidad gráfica
- Vigencia
- Pregnancia
- Singularidad
- Versatilidad
- Relación con el concepto creativo
- Relación con la temática del proyecto

Criterios específicos de los códigos de diseño

Código iconográfico:

- Ajuste tipológico
- Suficiencia
- Compatibilidad semántica

Código tipográfico:

- Selección tipográfica
- Jerarquía tipográfica
- Legibilidad
- Comprensión lectora

Código cromático:

- Armonía cromática
- Contraste y jerarquía visual
- Especificaciones técnicas para su reproducción

Código lingüístico:

- Comprensión del mensaje
- Lenguaje pertinente al propósito de comunicación

Formato :

- Especificaciones técnicas para la reproducción impresa
- Especificaciones técnicas para la reproducción digital
- Facilita la manipulación de los materiales

Layout:

- Unidad visual
- Jerarquía y recorrido visual
- Dinámica de lectura y comprensión

Perfil de los informantes

Diseñadores gráficos profesionales especializados en el área de *branding* (diseño de identidad visual):

Axel Flores

Docente de la Escuela de Diseño Gráfico USAC

Pablo Zeceña

Director creativo de Anti Studio

Ludwing García

Licenciado en Diseño Gráfico

Fernando Grosjean

Director creativo digital de Volvo

Cristy Cabrera

Licenciada en Diseño Gráfico, egresada de la Escuela de Diseño, USAC

María Gutiérrez

Licenciada en Diseño Gráfico

María Teresa Fernández

Diseñadora gráfica en de la Fundación Rozas-Bostrán

Propuestas a evaluar

a)  Palabras
Prestadas

b) 
 Palabras
 Prestadas



Figura n.º 10. Logotipo y hoja membretada para validación con expertos en diseño
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 11. Diseño de afiche y tarjeta para validación con expertos en diseño
Fuente: elaboración propia

Validación con expertos

Las validaciones se llevaron a cabo en la plataforma Google Meet, además, se solicitó a los informantes que completaran un instrumento de Google Forms. Se realizaron durante la semana del 21 al 25 de septiembre del año 2020.



Figura n.º 12. Evidencia de las reuniones virtuales con los expertos de diseño
Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Contar con la opinión de profesionales ayuda a pulir detalles que algunas veces pasan desapercibidos. Y contribuye a ver desde una perspectiva diferente las decisiones respecto al diseño, ya que, desde la experiencia, aportan sugerencias e ideas con bases objetivas.

La conceptualización es recibida positivamente ya que el *insight* y el concepto creativo conectan correctamente con las personas y la problemática social. Se menciona repetidamente el potencial para ser explotados en la identidad gráfica. Las propuestas del logotipo también tienen una buena aceptación y la mayoría de los profesionales se inclinaron por la propuesta A.

Las sugerencias de la validación con expertos son:

- Mejorar la construcción de la propuesta de logotipo A que fue la de mayor aceptación.
- Corregir el uso del *tracking* y el *kerning* en la tipografía del logotipo, así como en las piezas en general.
- Verificar la selección tipográfica considerando su factibilidad en costo y estética.
- Modificar los patrones en cuanto a composición modular, y apegarse más al concepto mediante este elemento.

Nivel 3 de visualización

Proceso

Se realizaron presentaciones individuales a los miembros de los dos grupos objetivos por medio de las plataformas Google Meet y Zoom. En dichas reuniones se le realizó una entrevista siguiendo una guía que planteaba preguntas con respecto a los criterios a evaluar antes mencionados. Por último, se trasladaron las respuestas de las entrevistas a formularios de Google Forms.

Objetivos

- Comprobar la eficacia de las decisiones de diseño y de las modificaciones realizadas en las piezas a partir de las sugerencias realizadas por los expertos en etapa anterior.
- Validar el cumplimiento del objetivo del proyecto de contribuir con la Fundación en su labor de inclusión social de personas con discapacidad visual, representando a la exposición como una oportunidad de participación en el arte para estas personas.
- Recibir *feedback* directamente de los grupos objetivos para optimizar la propuesta de solución.

Criterios a evaluar

Comprensión

- Los materiales dejan en claro toda la información sobre la exposición.
- Claridad de la relación del sistema braille en la identidad.
- La identidad visual permite reconocer la exposición como una iniciativa de la Fundación Rozas-Bostrán
- Comprensión del mensaje de comunicación.

Involucramiento

- Capacidad de visibilizar la labor del programa y de la Fundación en el área de la inclusión social a través de la identidad visual.
- La identidad visual permite que se reconozca a la exposición como una oportunidad de participar en el arte que tienen las personas con discapacidad visual.
- Capacidad de motivar la participación en la exposición y en programas de inclusión de personas con discapacidad a través de la identidad visual.
- La identidad visual facilita el acceso a la exposición para las personas con discapacidad visual.

Atracción

- Atractivo visual de los materiales diseñados.
- Los elementos gráficos (código iconográfico, código tipográfico, código lingüístico, *layout* y formato) son llamativos e interesantes.
- Memorabilidad y distinción de la identidad visual.

Aceptabilidad

- La identidad visual transmite claramente el mensaje y representa adecuadamente a la exposición y a la Fundación Rozas-Bostrán.
- La identidad visual transmite la importancia del sentido humano en el tema de inclusión social.
- Comprobar qué valores y conceptos transmite la identidad visual.

Perfil de los informantes del grupo objetivo

Grupo objetivo primario

Autoridades del sector académico y cultural que toman decisiones administrativas en cuanto a la habilitación de espacios o servicios, con capacidad de convocatoria para brindar accesos a personas con discapacidad visual hacia la exposición:

Aldo Bianchi

Director del museo de la Universidad del Istmo

Liza Mesías

Licenciada en comunicación social, miembro del despacho de comunicación social y difusión cultural del Ministerio de Deporte y Cultura.

Gabriel Escobar

Jefe del área de incidencia política del Consejo Nacional para la Atención de Personas con Discapacidad.

Gustavo Jurado

Exdirector y catedrático de la escuela de diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Grupo objetivo secundario

Escritores y narradores que contribuyen en la creación de la interfaz multisensorial de la exposición. Prestando sus habilidades para construir una experiencia artística a través de descripciones sobre las obras y narraciones de las mismas, reproducidas durante el recorrido en la exposición:

Miriam de León

Escritora

Nicté Serra

Escritora

Propuestas a evaluar

a)  **Palabras Prestadas**

b)  **Palabras Prestadas**



 **Palabras Prestadas**



Figura n.º 13. Diseño de logotipo, materiales para validación con el grupo objetivo
Fuente: elaboración propia

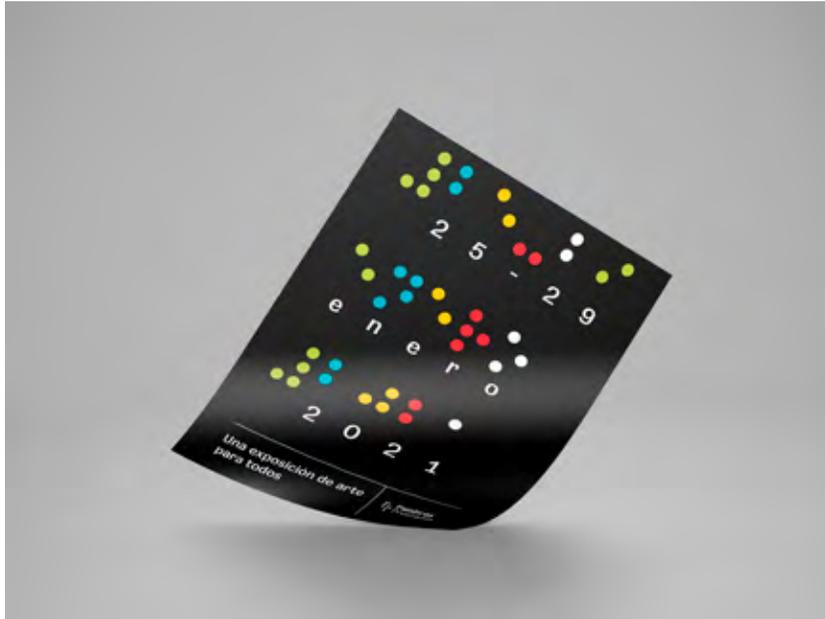


Figura n.º 14. Diseño de afiche y tarjeta para validación con el grupo objetivo
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 15. Diseño de gafete y playera para validación con el grupo objetivo
Fuente: elaboración propia

Validación con el grupo objetivo

Las validaciones se llevaron a cabo en la plataforma Google Meet, además, se les solicitó a los informantes que llenaran un instrumento de Google Forms. Se realizaron durante la semana del 12 al 16 de octubre del año 2020.

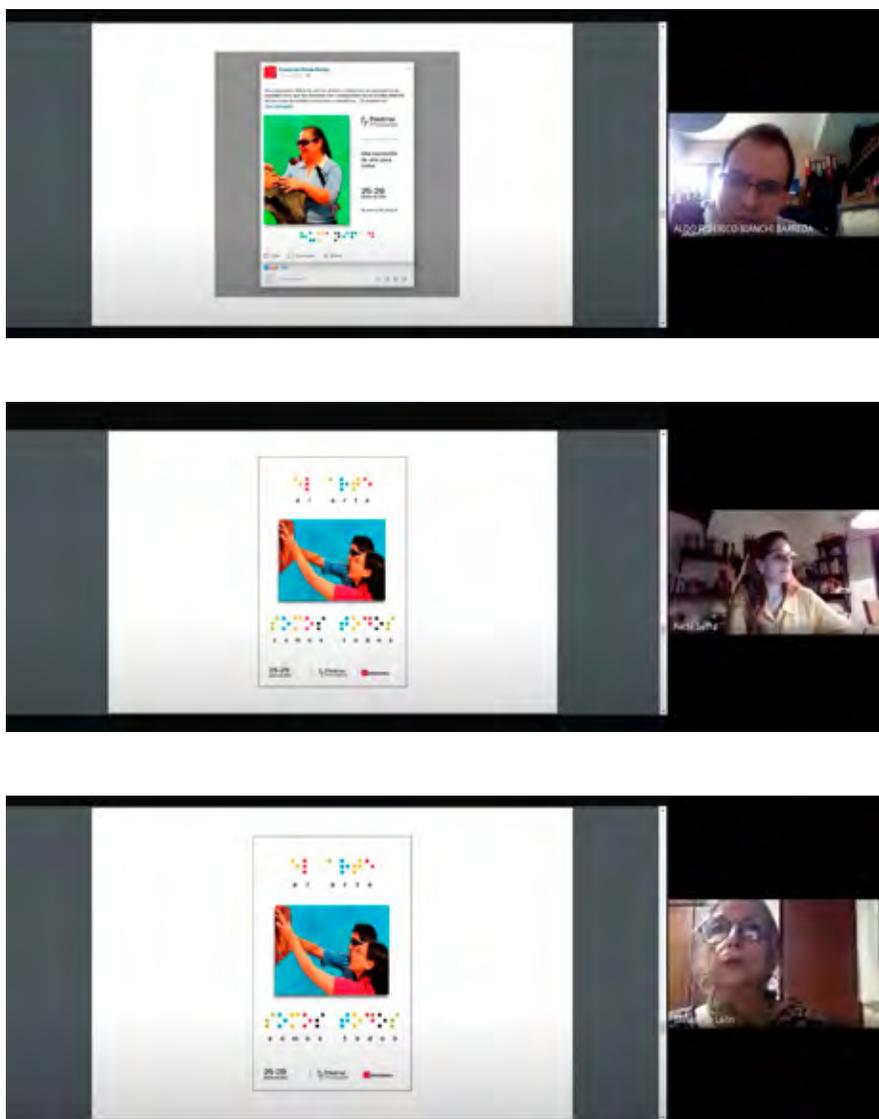


Figura n.º 16. Evidencia de las reuniones virtuales con el grupo objetivo
Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Al realizar las validaciones con el grupo objetivo, además de validar la consecución de los objetivos de comunicación, se puede apreciar la importancia del diseño gráfico y el impacto positivo que debe tener en la sociedad.

Se legitima las metodologías de investigación y conceptualización de diseño enfocadas en las personas, ya que se hace evidente la conexión que se crea entre las personas con el diseño a través de los *insights* y conceptos creativos.

Algunas de las sugerencias de las validaciones con los grupos objetivos fueron:

- Definir qué tipo de fondo se utilizará en cada pieza, tanto en las digitales como en las impresas.
- Agregar más imágenes sobre la fundación, la sala de exposiciones y antecedentes de la exposición.
- Comprobar si la escritura braille en las piezas es técnicamente correcta.
- Aumentar el tamaño de la información sobre la exposición y la frecuencia que aparece el logotipo de la fundación en las piezas

Fundamentación de la propuesta final

Logotipo

La construcción del logotipo surge de la combinación entre la codificación de la letra P en el sistema braille y su forma en el sistema latino. Ya que es la inicial de las dos palabras del nombre de la exposición funciona como un icono reconocible. En la construcción también se pueden apreciar dos rostros que representan la humanidad y la palabra.



Figura n.º 17. Composición y estructura del logotipo final
Fuente: elaboración propia

Código iconográfico

Palabras Prestadas tiene una identidad marcada no solo por sus colores, también por el uso del sistema braille como elemento visual. Para cualquier composición gráfica de la exposición puede usarse el patrón que surge en los puntos de la codificación en frases cortas para las piezas de comunicación. Para que se relacione cada codificación con su respectiva letra del abecedario común se diferenciara con la secuencia de color de la paleta. Además, se traduce la palabra y se coloca en la parte inferior del patrón centrando cada letra. Cuando se desea aplicar en fondos con color negro, es la misma secuencia, pero se reemplaza el negro con el blanco. Este orden se repite al finalizar el ultimo color. Los textos tendrán un solo tono: en negativo del fondo para contrastar.



Imágenes

El tratamiento de las imágenes asemeja una pintura en una sala de exposiciones para representar a las personas como una obra maestra, esto con relación al concepto. El fondo se reemplaza por una textura de pintura al óleo para que resalten las personas. Además, se implementa un efecto de pintura al óleo inspirado en la técnica más común de la pintura humanista. Para crear una sensación de relieve las imágenes presentan una sombra como la que proyectan las pinturas. En fondos de color se añade un efecto de iluminación como el de las obras artísticas expuestas en salas y museos.



Figura n.º 18. Ejemplo de edición de imagen con los recursos gráficos propuestos
Fuente: elaboración propia

Código cromático

La paleta de colores se inspiró en el cuadro “El nacimiento de Venus” de Sandro Botticelli. Siendo una de las obras más icónicas del humanismo renacentista, movimiento cultural que resalta la valoración del ser humano y la búsqueda de su bien lo que permite representar el concepto creativo mediante el color. De igual manera la selección de los tonos se deriva de la psicología del color y el significado que poseen: verde-humanidad, azul-libertad, amarillo-cultura y rojo-amor. Otra de las razones de la presencia del rojo en la paleta se debe a que es el color institucional de la fundación.



Código Tipográfico

Para el logotipo, títulos principales y traducción de los patrones del braille al alfabeto latín se utiliza la tipografía Gangster Grotesk, la cual pertenece a la categoría humanista similar a la utilizada en obras pertenecientes al movimiento de este mismo nombre, que remarca el concepto y transmite una sensación de sofisticación, elegancia y modernidad. En los subtítulos y cuerpos de textos como párrafos de contenido general se utiliza la tipografía *san-serif* Montserrat que por sus características resulta bastante legible manteniendo la armonía y jerarquías con la tipografía anterior.

Gangster Grotesk

Montserrat

Formato

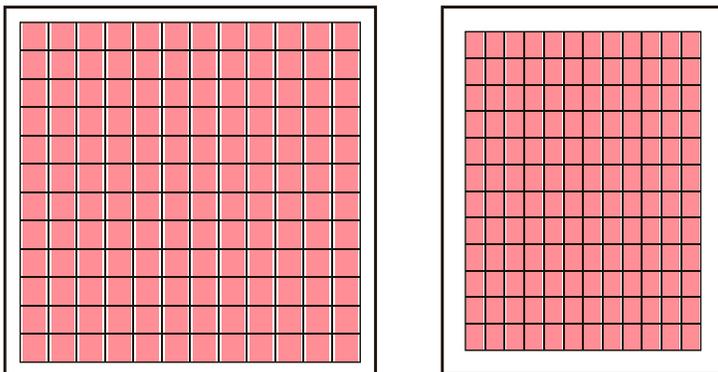
Los formatos para todas las piezas de comunicación se adaptan al medio para cual están pensados. Las piezas de formato impreso por ejemplo la papelería y material de difusión, tienen formato rectangular con dimensiones principalmente carta y tabloide para facilitar su proceso de reproducción. En las piezas digitales el formato es cuadrado, esto con el fin de que las imágenes sean utilizables en distintas redes sociales (a excepción de las portadas de Facebook, Twitter e Instagram que requieren de medidas específicas).



Figura n.º 19. Ejemplo de Post para Facebook y hoja membretada
Fuente: elaboración propia

Sistema de retículas

Las retículas para la diagramación de todas las piezas de Palabras están estructuradas en 12 columnas por 12 filas. Este tipo de retícula es bastante utilizado en piezas de comunicación en la actualidad ya que es flexible y permite una amplia variedad de diseños para medios digitales e impresos.



Código lingüístico

Los textos son uno de los elementos principales para la transmisión de los mensajes de comunicación. Estos son claros, breves y con fuerza. Se presentan frases que llaman remarcando la importancia de la humanidad y la inclusión de todas las personas en el arte. Se hace evidente el tema de inclusión y el propósito de la exposición. Es coherente con la identidad de la Fundación y representar claramente los esfuerzos que realizan en ámbito cultural. Tono de la comunicación: responsable, sensible y consciente.



Figura n.º 20. Post promocional para Facebook e Instagram
Fuente: elaboración propia

Visualización de la propuesta final

Marca: imagotipo e isotipo

 **Palabras**
Prestadas



 **Palabras**
Prestadas

 **Palabras**
Prestadas

 **Palabras**
Prestadas

 **Palabras**
Prestadas

Manual de normas gráficas

Manual que cuenta con capítulos de normas básicas para el uso del logotipo y de todos los componentes de la identidad visual (marca), especificando las características de las imágenes que se usaran en las distintas plataformas en donde la exposición esté presente. Dimensiones: 11 x 8.5 pulgadas.



Figura n.º 21. Portada del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

Manual de normas gráficas



Figura n.º 22. Primer montaje de páginas interiores del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

Manual de normas gráficas



Figura n.º 23. Segundo montaje de páginas interiores del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

Manual de normas gráficas



Figura n.º 24. Tercer montaje de páginas interiores del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

Manual de normas gráficas



Figura n.º 25 . Páginas, portada y contraportada del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

Tarjeta de presentación



Figura n.º 26. Propuesta final para tarjetas de presentación, dimensiones: 9 x 5 centímetros
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 27. Propuesta final para tarjetas de presentación, dimensiones: 9 x 5 centímetros
Fuente: elaboración propia

Firma (correo electrónico)



Figura n.º 28. Propuesta final para firma de correo electrónico, dimensiones: 400 x 100 píxeles
Fuente: elaboración propia

Gafete



Figura n.º 29. Propuesta final para gafete, dimensiones: 8.5 x 10.5 centímetros
Fuente: elaboración propia

Hoja membretada y folder



Figura n.º 30. Propuesta final de hoja membretada, dimensiones: 8.5 x 11 pulgadas
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 31. Propuesta final de folder, dimensiones: 9.2 x 11.6 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Afiches promocionales

Afiche para mupi promocional de la exposición que se instalaría en elementos de mobiliario urbano (parada de bus) situados en los lugares más concurridos o céntricos de la ciudad de Guatemala. Dimensiones: 120 x 175 centímetros.

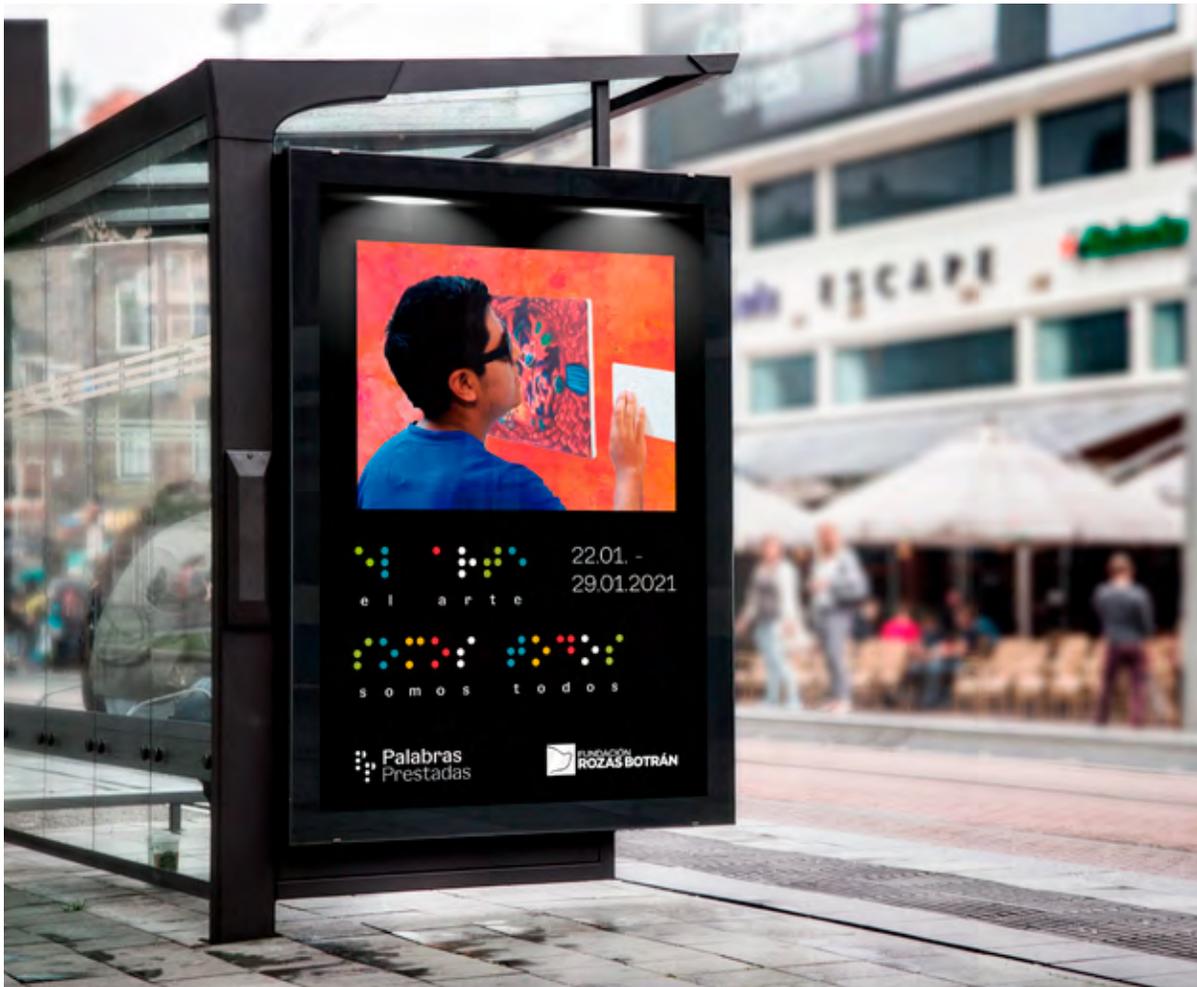


Figura n.º 32. Montaje digital de afiche promocional, dimensiones: 120 x 175 centímetros
Fuente: elaboración propia

Afiches promocionales

Afiche para Mupi promocional de la exposición que se instalaría en elementos de mobiliario urbano (valla publicitaria) situados en los lugares más concurridos o céntricos de la ciudad de Guatemala. Dimensiones: 120 x 175 centímetros.

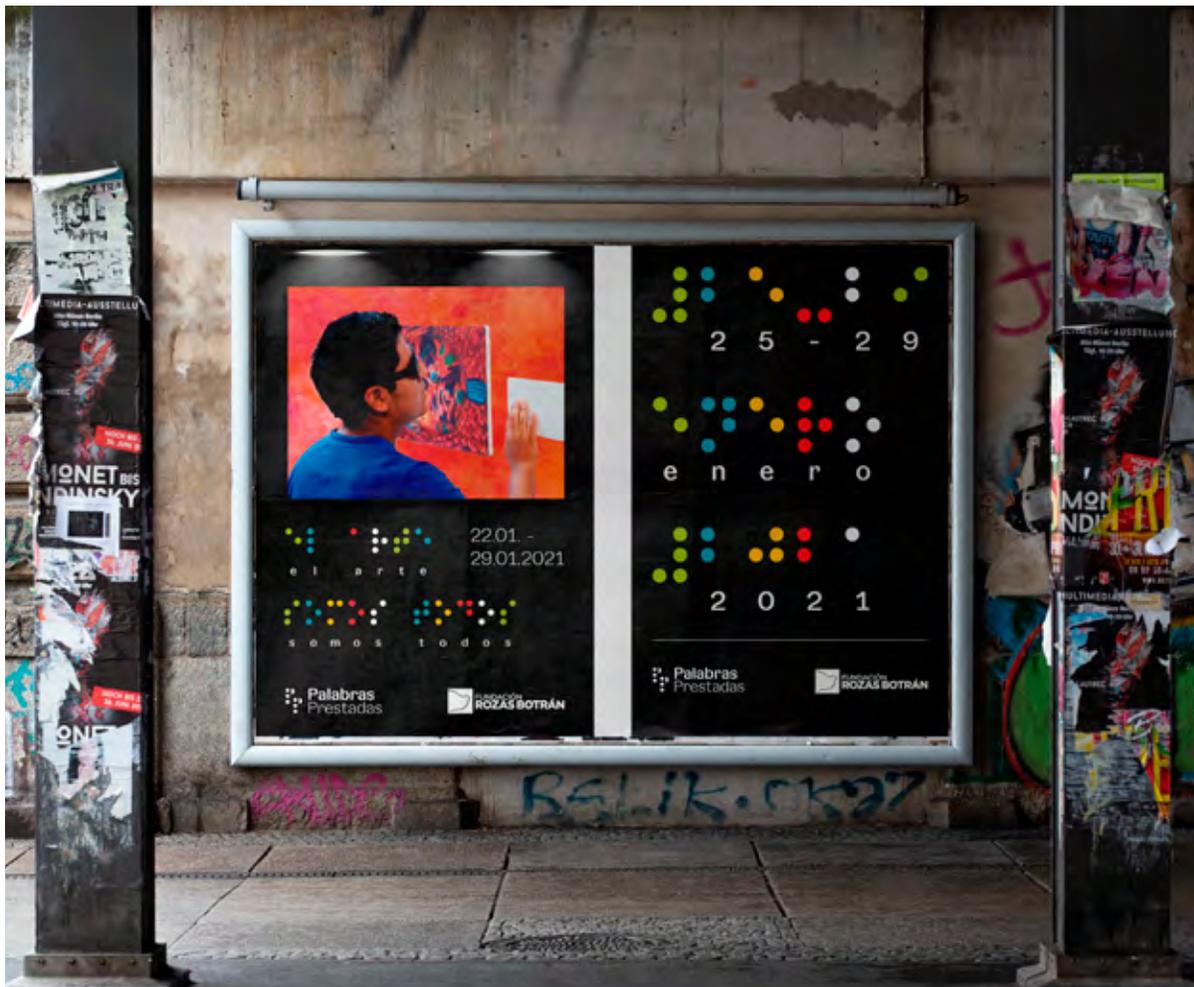


Figura n.º 33. Montaje digital de afiches promocionales, dimensiones: 120 x 175 centímetros cada uno
Fuente: elaboración propia

Afiches promocionales

Póster o afiche para anunciar y dar información sobre la exposición con el objetivo de difundirla entre el público que asista al centro cultural de la Fundación. Dimensiones: 11 x 17 pulgadas.

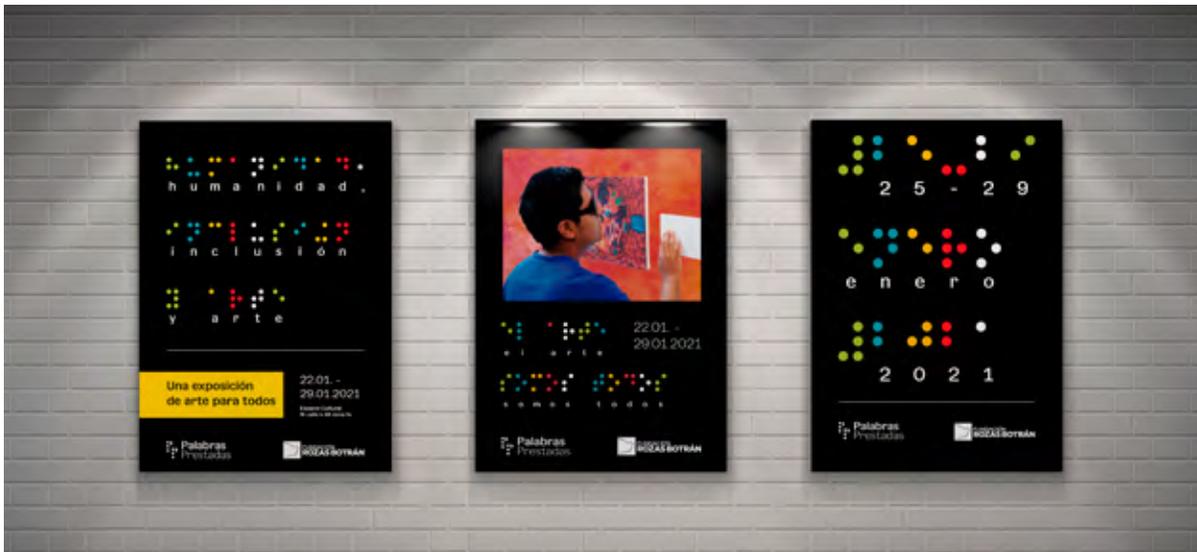


Figura n.º 34. Montaje digital de textos de sala, dimensiones: 11 x 17 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Material informativo de protocolos de higiene dentro de la galería

Cartel para incentivar el uso de gel desinfectante. Dimensiones: 11 x 8.5 centímetros.



Figura n.º 35. Montaje digital del primer afiche con protocolos de higiene
Fuente: elaboración propia

Material informativo de protocolos de higiene dentro de la galería

Cartel para incentivar el uso de mascarilla durante el recorrido.
Dimensiones: 11 x 8.5 centímetros.



Figura n.º 36. Montaje digital del segundo afiche con protocolos de higiene
Fuente: elaboración propia

Material informativo de protocolos de higiene dentro de la galería

Cartel para recordar guardar el distanciamiento social durante el recorrido. Dimensiones: 11 x 8.5 centímetros.



Figura n.º 37. Montaje digital del tercer afiche con protocolos de higiene
Fuente: elaboración propia

Playera para organizadores



Figura n.º 38. Propuesta final de la playera para los organizadores
Fuente: elaboración propia

Plantillas de publicaciones para Facebook e Instagram

Plantilla de post promocional para Facebook.
Dimensiones: 1000 x 1000 píxeles.

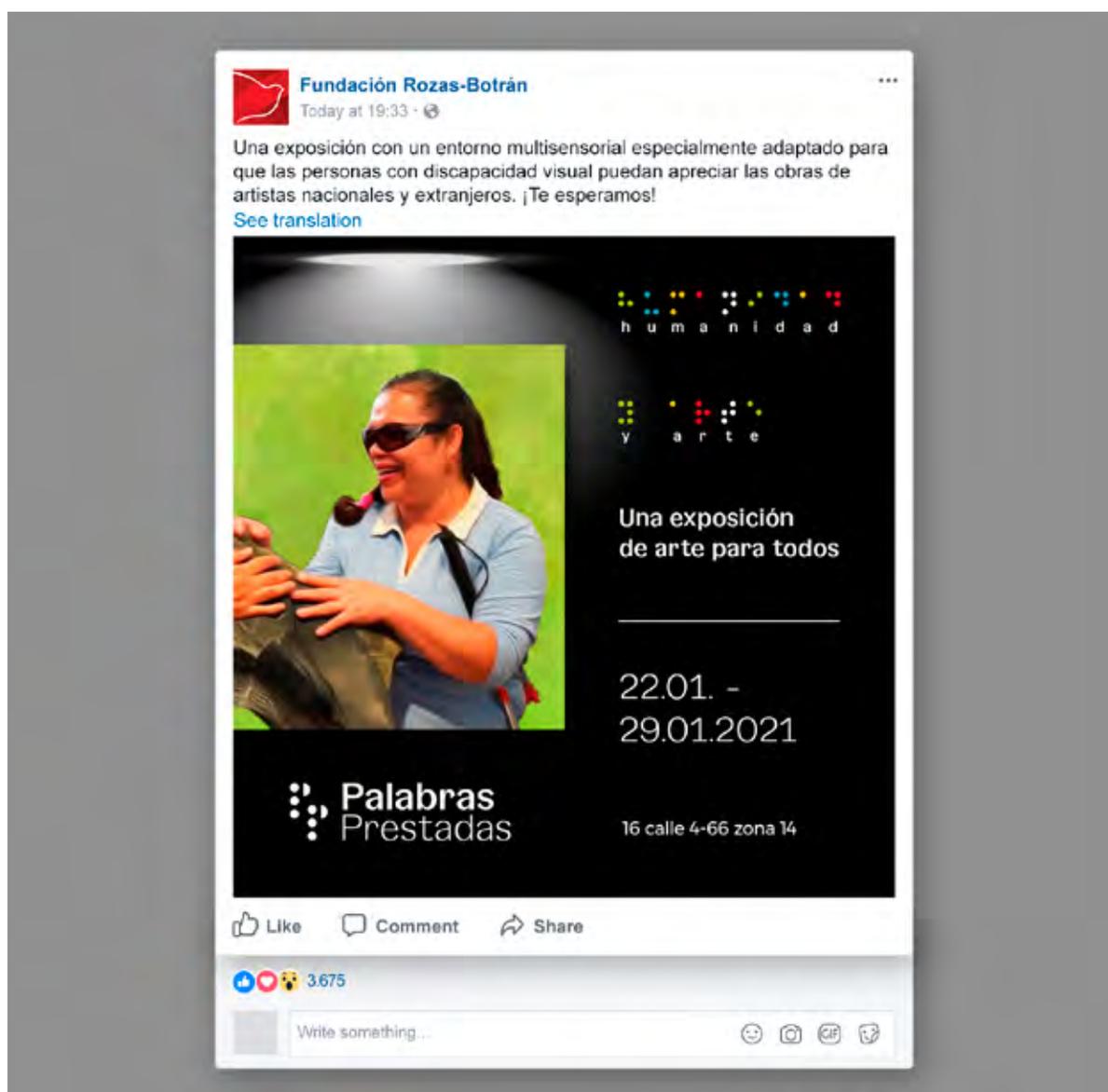


Figura n.º 39. Ejemplo de publicación normal en Facebook
Fuente: elaboración propia

Plantillas de publicaciones para Facebook e Instagram

Plantilla de post informativo para Instagram.
Dimensiones: 1000 x 1000 píxeles.

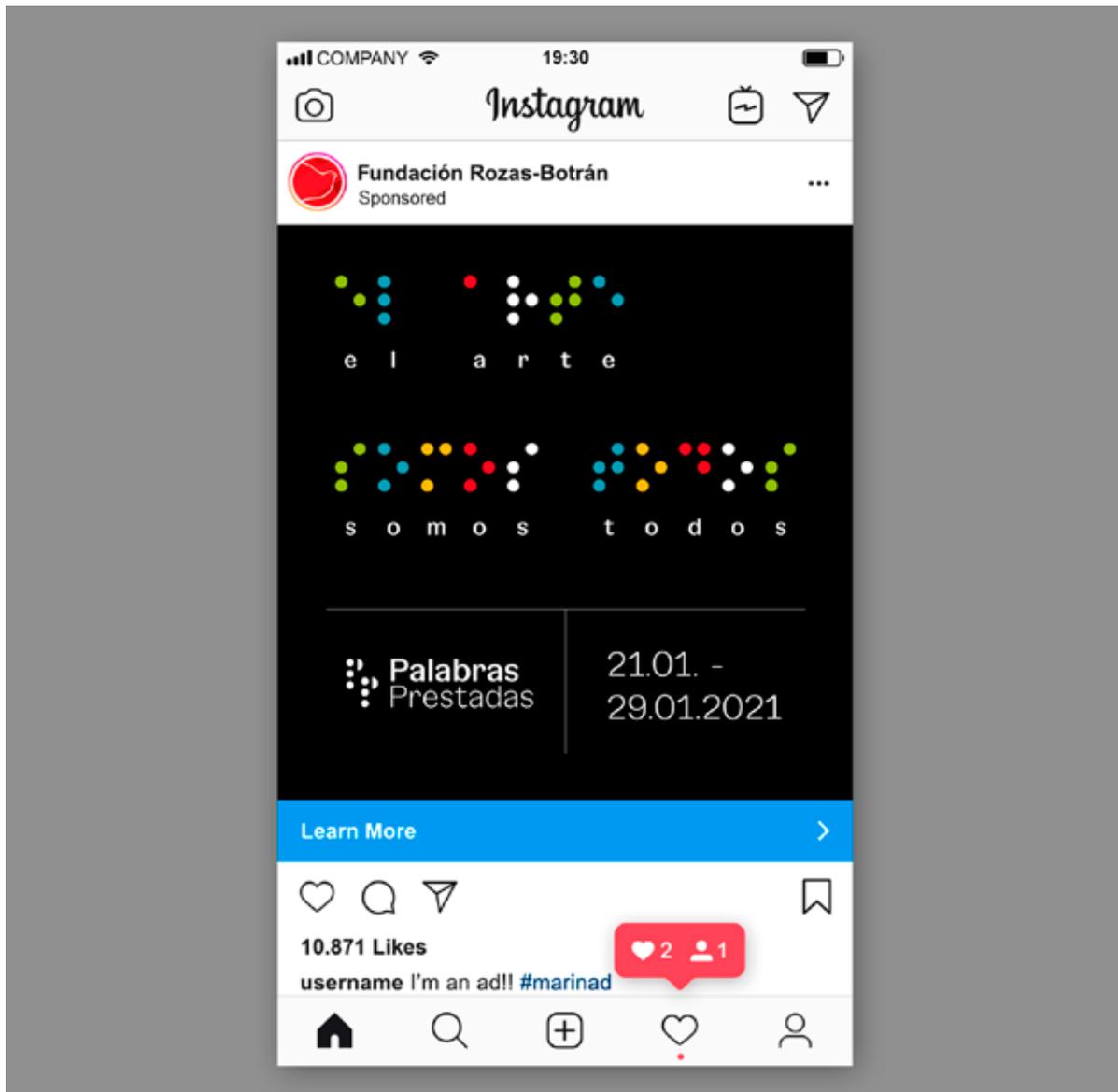


Figura n.º 40. Ejemplo de publicación normal en Instagram
Fuente: elaboración propia

Plantillas de publicaciones para Facebook e Instagram

Plantilla de historia para Facebook e Instagram.
Dimensiones: 750 x 1334 píxeles.

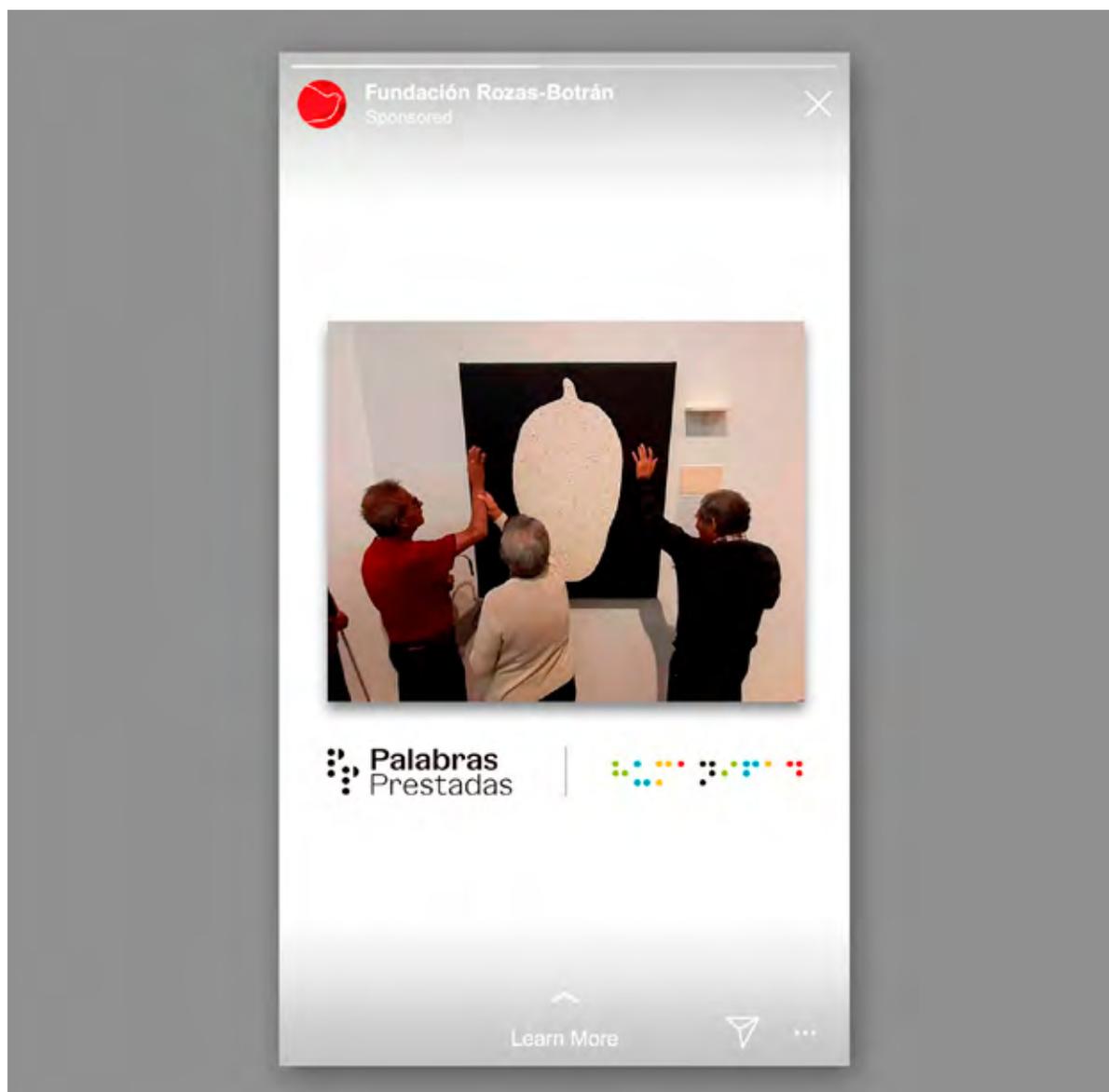


Figura n.º 41. Ejemplo de historia en Instagram
Fuente: elaboración propia

Portadas para redes sociales

Imagen de portada para la página de Facebook de la fundación.

Dimensiones: 820 x 312 píxeles.

Imagen de portada para la página de Twitter de la Fundación.

Dimensiones: 1500 x 500 píxeles.

Imagen de portada para la página de YouTube de la Fundación.

Dimensiones: 2560 x 1440 píxeles.

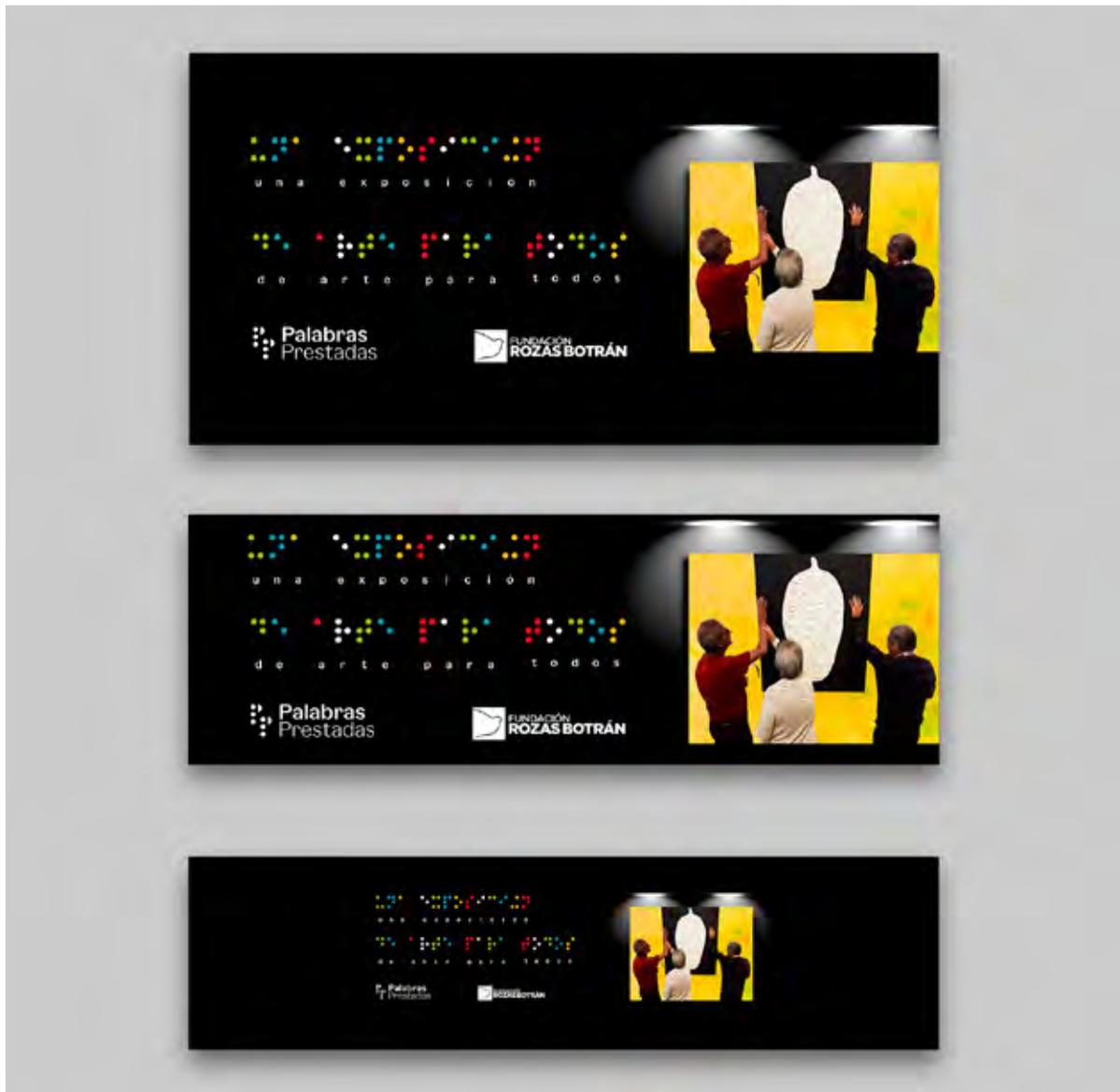


Figura n.º 42. Comparación del diseño para las portadas de las redes sociales

Fuente: elaboración propia

Plantilla para presentación de PowerPoint

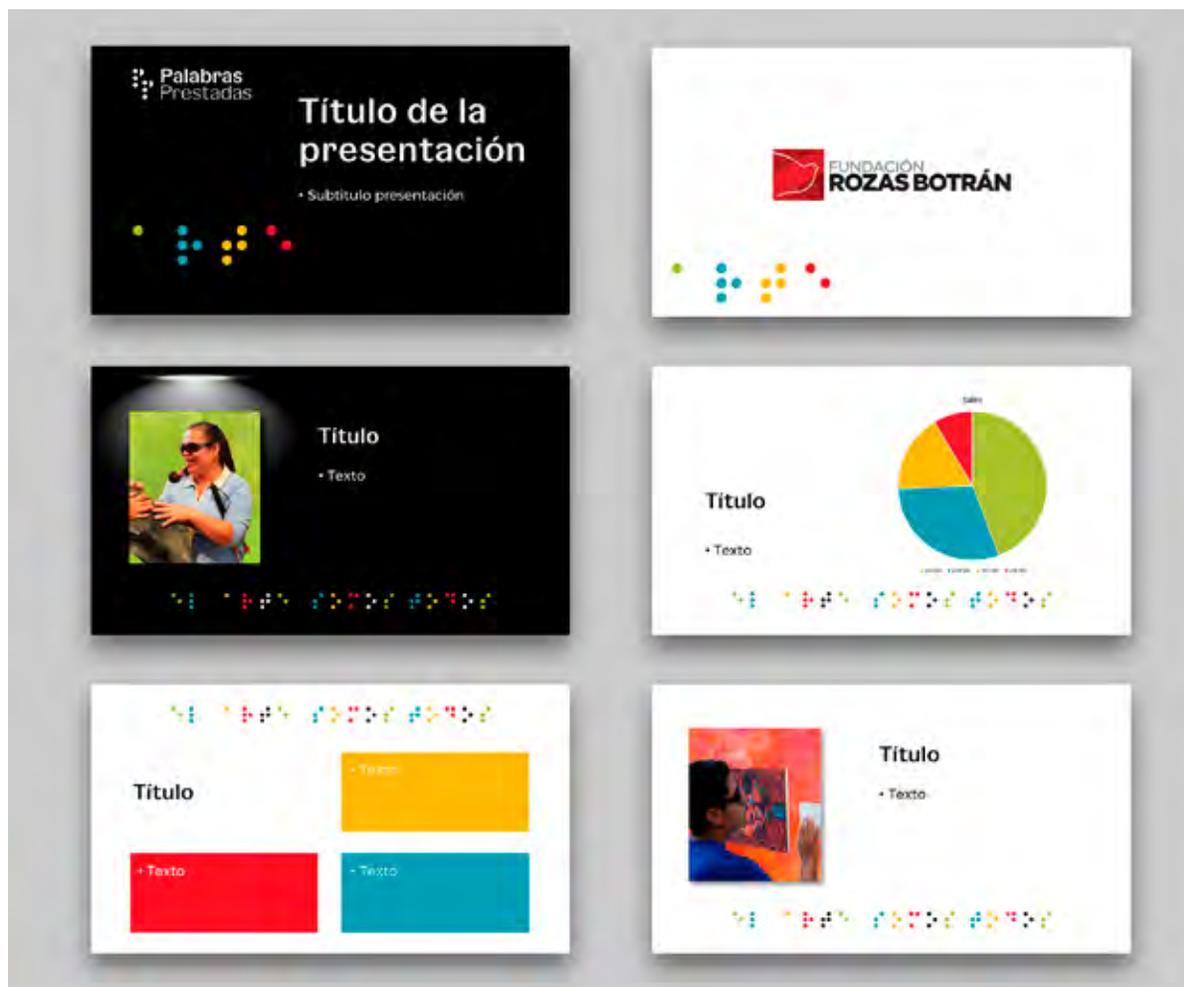


Figura n.º 43. Ejemplos de diapositivas de la presentación de PowerPoint
Fuente: elaboración propia

Guía para edición de video con la nueva identidad visual

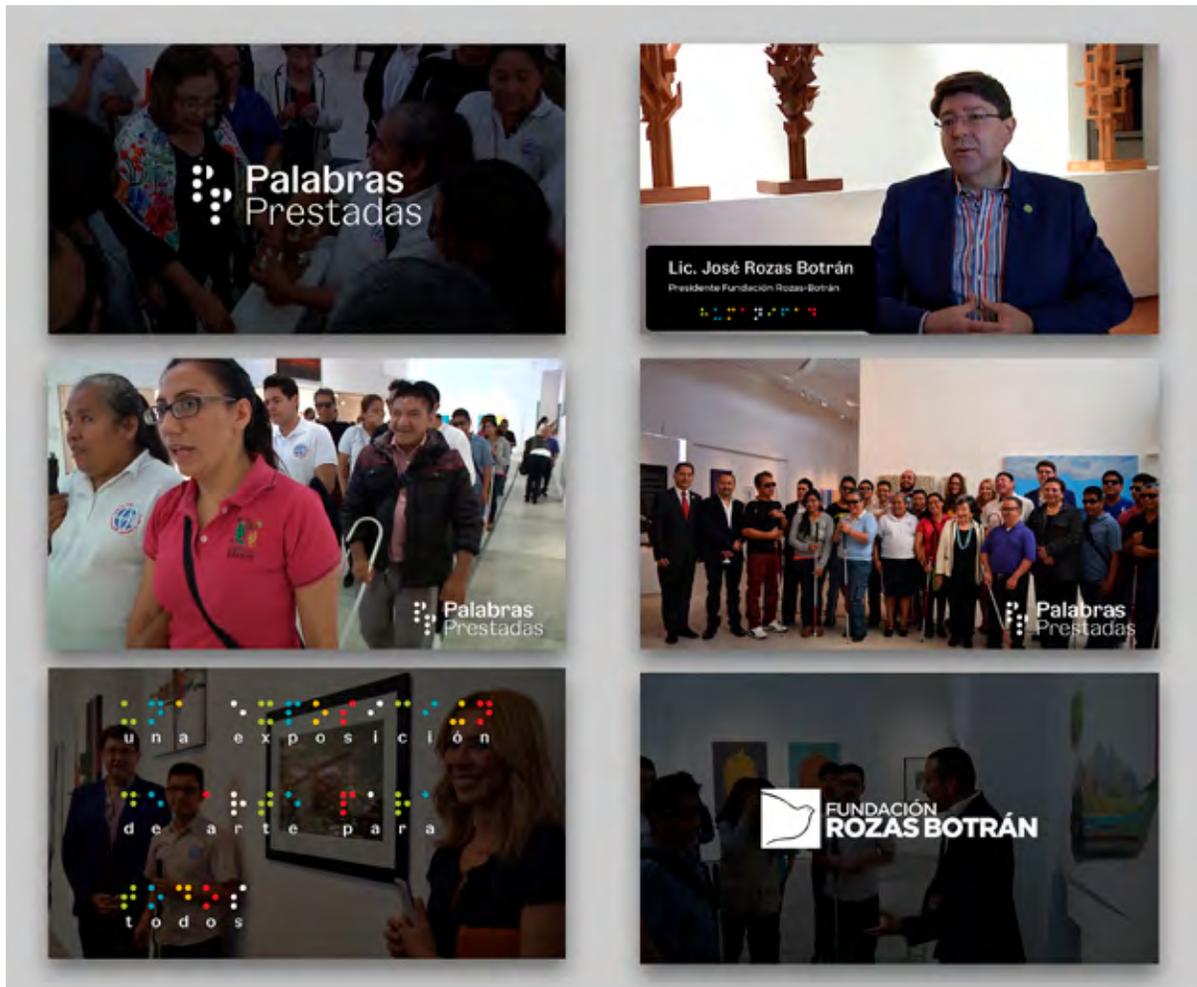


Figura n.º 44. Ejemplos de la guía para edición de video, dimensiones: 1920 x 1080 píxeles
Fuente: elaboración propia

Fondo de pantalla para *smartphone* y computadora

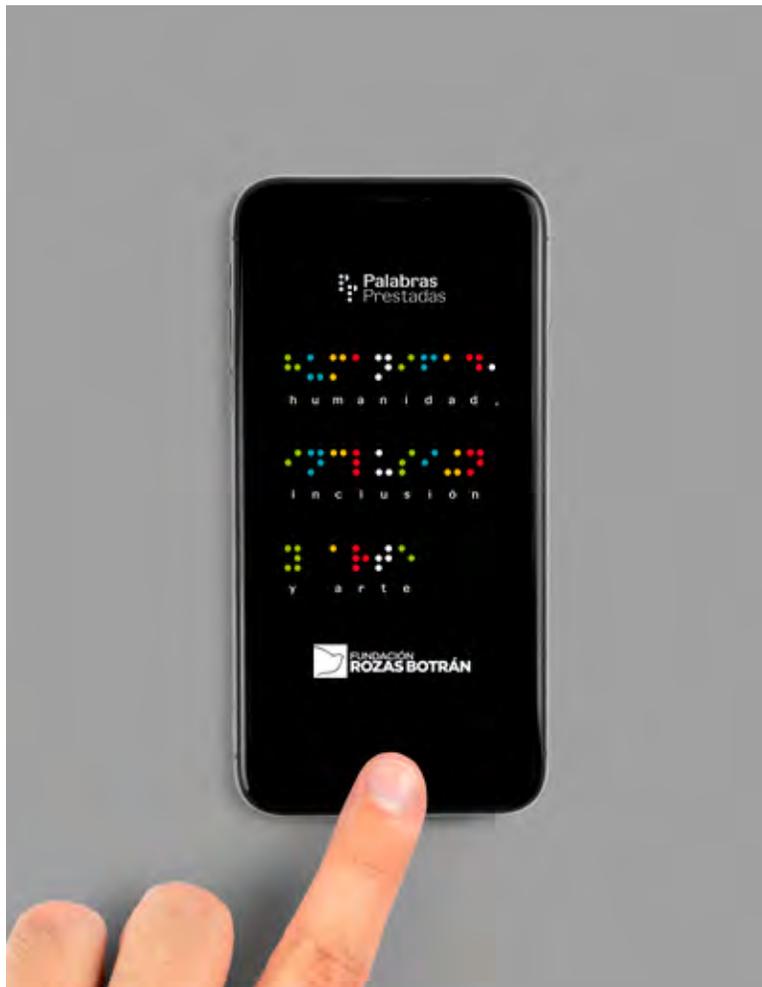


Figura n.º 45. Montaje digital de fondo de pantalla para *smartphone*, dimensiones: 1080 x 1920 píxeles
Fuente: elaboración propia

Fondo de pantalla para *smartphone* y computadora

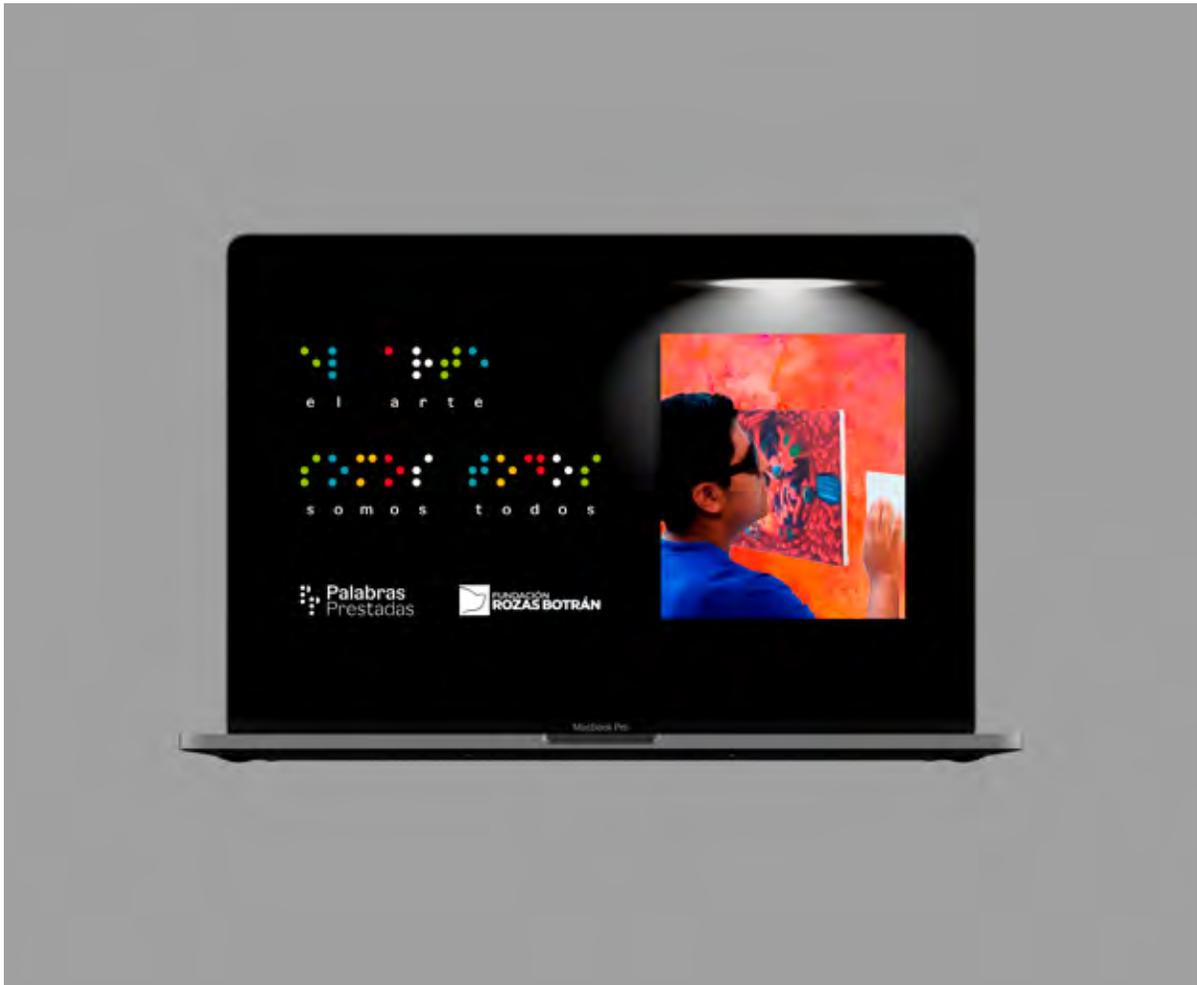


Figura n.º 46. Montaje digital de fondo de pantalla para computadora, dimensiones: 3840 x 2160 píxeles
Fuente: elaboración propia

Cédulas informativas para las obras



Figura n.º 47. Ejemplo de cédulas informativas, dimensiones: 12 x 9 centímetros
Fuente: elaboración propia

Bifoliar informativo



Figura n.º 48. Montaje digital del bifoliar informativo, dimensiones: 10 x 5 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Afiches informativos para el centro cultural



Figura n.º 49. Montaje digital de afiche informativo en versión negro, dimensiones: 11 x 17 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Afiches informativos para el centro cultural



Figura n.º 50. Montaje digital de afiche informativo en versión blanco, dimensiones: 11 x 17 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Infografías sobre metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual



Figura n.º 51. Montaje digital de infografías primera y segunda parte, dimensiones: 17 x 11 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Infografías sobre metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual



Figura n.º 52. Montaje digital de infografías tercera, cuarta y quinta parte, dimensiones: 17 x 11 pulgadas
Fuente: elaboración propia

Post: infografías sobre metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual

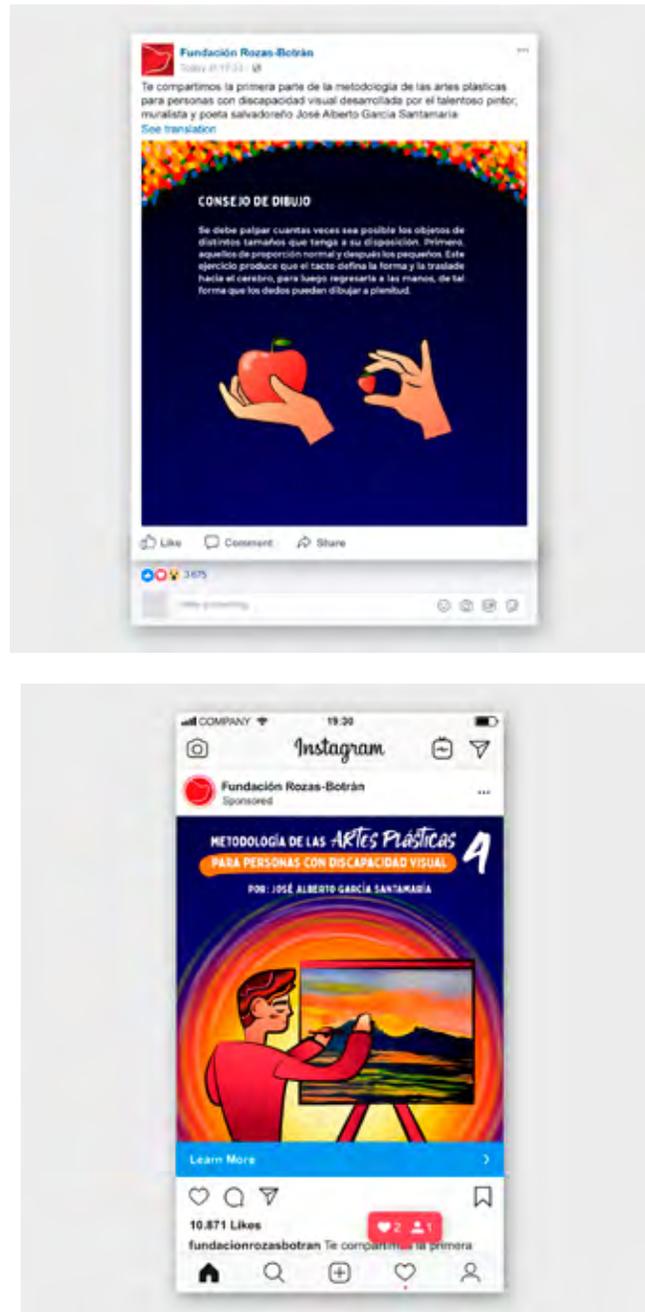


Figura n.º 53. Publicaciones de la metodología para Facebook e Instagram, dimensiones: 1000 x 1000 píxeles

Fuente: elaboración propia

Presupuesto

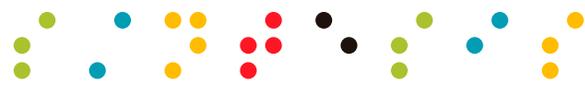
Aporte del epesista de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Costos de investigación, proceso creativo y diseño.	
Identidad visual y manual de normas gráficas (16 piezas de diseño) el proyecto Palabras Prestadas.	
Investigación y proceso creativo: Q 28,250.00	Diseño: Q 21,375.00
5 infografías sobre la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual y sus adaptaciones para redes sociales.	
Investigación y proceso creativo: Q 6,600.00	Diseño: Q 7,000.00
3 Materiales informativos (afiches, bifoliar, cédulas de las obras) sobre la exposición Palabras Prestadas.	
Investigación y proceso creativo: Q 1,500.00	Diseño: Q 2,250.00
Costos operativos.	
Q 4,720.00	
Total final (IVA incluido)	Q 83,750.50

Figura n.º 54. Tabla de presupuesto con el aporte total del epesista a la institución
Fuente: elaboración propia

Capítulo

07



S í n t e s i s



d e l p r o c e s o

Lecciones aprendidas

En la fase inicial del proyecto se consolidaron los siguientes aprendizajes:

- Entendimiento sobre el significado de la discapacidad y la importancia de la inclusión social para crear oportunidades en todos los ámbitos sociales para las personas con esta condición.
- Habilidad para realizar el acercamiento con una institución y gestionar un diagnóstico de comunicación en todas sus partes. Desarrollo de investigación utilizando instrumentos y guías útiles para esta etapa.
- Planificación en tiempo y organización. Atención del cuidado en las relaciones interpersonales y la ética profesional.

En la fase de visualización, evaluación y validación del proyecto se consolidaron los siguientes aprendizajes:

- Reconocer las validaciones como una excelente herramienta para conocer la opinión de profesionales, que ayuda a pulir detalles que algunas veces pueden pasar desapercibidos. Lo cual posibilita ver desde una perspectiva diferente las decisiones respecto al diseño, ya que, desde la experiencia, aportan sugerencias e ideas con bases objetivas.
- Habilidad para gestionar reuniones virtuales en distintas plataformas. Y el uso de metodologías de investigación y conceptualización para diseño enfocadas en las personas.
- Documentar cada proceso que se lleva a cabo ordenadamente llevando un registro evidenciable.

En la fase final del proyecto se consolidaron los siguientes aprendizajes:

- Comprender la importancia de representar gráficamente el concepto creativo las piezas de comunicación para para validar el trabajo de la etapa de investigación y los procesos creativos.
- Habilidad de adaptación a los cambios o contratiempos que surgen en los procesos de manera natural. Habilidad para integrar propuestas gráficas siguiendo una línea funcional comprobada.
- Comunicación efectiva con todas las partes involucradas en el proyecto. Trabajo colaborativo, inteligencia emocional y manejo del estrés.

Conclusiones

- La identidad visual de la exposición Palabras Prestadas permite que las personas reconozcan este programa como una oportunidad para la inclusión social, a través del carácter y los valores de esta experiencia artística transmitidos en la línea gráfica. Esto ayuda a la Fundación Rozas-Bostrán en la labor que realiza para incluir a las personas con discapacidad en la sociedad por medio del arte y la cultura.
- El proceso de validación permite determinar que las piezas de comunicación facilitan la creación de medios de acceso a la exposición para las personas con discapacidad visual y motivan el acercamiento de participantes y voluntarios, difundiendo la información pertinente y el propósito del programa. Así mismo, se evidencia en el mensaje la importancia del sentido humano en la inclusión y los esfuerzos que realiza la Fundación en el desarrollo de iniciativas inclusivas.
- Al involucrar proyectos de índole social en el proceso de graduación profesional, la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala aporta al desarrollo humano y directamente al progreso del país.
- La escuela realiza una notable labor en la formación profesional a nivel de competencias y ética fomentando la responsabilidad social. Esto permite la capacidad de generar soluciones efectivas a los problemas de comunicación de distintos programas e instituciones enfocados en mejorar el bienestar de los miembros de la sociedad.

Recomendaciones

- A la Fundación Rozas-Bostrán, continuar innovando con programas culturales de este tipo para que más personas puedan apreciar el arte y encontrar un espacio de reconocimiento. Además, difundir estas iniciativas en los medios digitales sería propicio para fortalecer la comunicación a través de las redes sociales de la institución.
- A los estudiantes de Diseño Gráfico, atender la importancia del diseño gráfico y el impacto positivo que debe tener en la sociedad. Reconocer las metodologías de investigación y conceptualización de diseño enfocadas en las personas, ya que se hace evidente la conexión que se crea entre las personas con el diseño a través de los *insights* y conceptos creativos.
- A la Escuela de Diseño Gráfico, que se mantengan los extraordinarios procesos de formación académica y se procuren metodológicas organizadas y puntuales desde los primeros semestres de la carrera para mejorar la comprensión en proyectos de gestión de diseño gráfico de la magnitud del proyecto de graduación.

Fuentes consultadas

Amante, Alicia. *Discapacidad: lo que todos debemos saber*. Washington, D.C: Organización Panamericana de la Salud, 2006. Edición en PDF. https://conadisperu.gob.pe/observatorio/wp-content/uploads/2019/01/lo_que_todos_debemos_saber.pdf.

Ancin, Irene. “La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca”. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 15 de agosto de 2018. Acceso el 3 de agosto de 2020. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/identidad-visual-marca.html>.

Araujo, Max. “Guatemala: La cultura, motor de su desarrollo integral”. *Revistas Científicas de la Universidad de Cádiz*, 2014. Acceso el 2 de agosto de 2020. <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2014.i15.13>.

Benemérito Comité Pro Ciegos y Sordos de Guatemala. “¿Quiénes Somos?”. Acceso el 14 de abril de 2020. <https://prociegosysordos.org.gt/QuienesSomos.php>.

Brandia. “La importancia de la tipografía en las marcas”. Acceso el 3 de agosto de 2020. <https://brandia.com.mx/la-importancia-de-la-tipografia-en-las-marcas/>.

Buda Marketing, “La importancia del color en el diseño de tu marca”. Acceso el 3 de agosto de 2020. <https://budamarketing.es/importancia-color-diseno/>.

Collins. “Insight”. Acceso el 30 de agosto de 2020. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/insight>.

CONADI Guatemala. “Presentación”. Acceso el 14 de abril de 2020. <http://conadi.gob.gt/web/presentacion/>.

CONADI Guatemala. “Presentación de resultados de la encuesta

nacional de discapacidad”. Acceso el 13 de abril de 2020. <http://conadi.gob.gt/web/2017/03/21/presentacion-de-resultados-de-la-encuesta-nacional-de-discapacidad/>.

Merca2.0. “4 claves para identificar insights que den valor a tu marca”. Acceso el 2 de agosto de 2020. <https://www.merca20.com/4-claves-para-identificar-insights-que-den-valor-a-tu-marca/>.

DISCAPNET. “Diseño para todos: Lenguaje Braille”. Acceso el 30 de agosto de 2020. <https://www.discapnet.es/areas-tematicas/disenio-para-todos/accesibilidad-de-comunicacion/lenguaje-braille>.

Donis, Javier. “Del concepto del brief al *insight* y el *Storytelling*”. Clase pronunciada en la Universidad de San Carlos de Guatemala, 21 de julio de 2020.

Elizondo, Ingrid, Jessica García y María Carranza. *Guía de inclusión educativa universitaria de personas con discapacidad*. Guatemala: Dirección General de Investigación Programa Universitario de Investigación en Educación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 2018. <http://iips.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2018/05/GU%C3%8DA-DE-INCLUSI%C3%93N-DISCAPACIDAD-USAC-2018.pdf>.

Fundación Rozas-Bostrán. “Cultura y Arte”. Acceso el 14 de abril de 2020. <https://fundacionrozasbotran.org/cultura-y-arte/>.

Fundación Rozas-Bostrán. “Historia”. Acceso el 14 de abril de 2020. <https://fundacionrozasbotran.org/>.

Fundación Rozas-Bostrán. “Hospicio San José”. Acceso el 14 de abril de 2020. <https://fundacionrozasbotran.org/hospicio-san-jose/>.

Fundación Rozas-Bostrán. “Testimonial acerca de la Exposición “Palabras Prestadas” de la Fundación Rozas-Bostrán”. Acceso el 15 de abril de 2020. <https://fundacionrozasbotran.org/universidad-mesoamericana-palabras-prestadas/>.

García Ruiz, Alix Solángel y Aleida Fernández Moreno. “La inclusión para las personas con discapacidad: entre la igualdad y la diferencia”. *Revista Ciencias de la Salud* 3, no. 2, 1 de Diciembre de 2005. Acceso el 2 de agosto de 2020. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56230213>.

Ilabs. “¿Qué es el diseño centrado en personas (*human-centered design*) y cómo puede ayudarte a emprender?”. Acceso el 30 de agosto de 2020. <https://ilab.net/la-metodologia-del-s-xxi-diseño-centrado-en-personas/>.

Innovadores. “¿Qué es el diseño centrado en las personas?”. Acceso el 30 de agosto de 2020. <https://innovadores.larazon.es/es/que-es-el-diseño-centrado-en-las-personas>.

La Hacienda Studio. “Modelo de diseño del doble diamante”. Acceso el 29 de junio de 2020. <https://medium.com/la-hacienda-studio/modelo-de-diseño-del-doble-diamante-2625d9b0b3af#>.

Melenje, Andrea. “Itinerario: Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales”. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, vol. 14, n°47, 29 de abril de 2014. Acceso el 2 de agosto de 2020. http://fido.palermo.edu/publicacionesdc/archivos/459_libro.pdf.

Naciones Unidas. “Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad”. Acceso el 14 de abril de 2020. <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>.

OMS. “10 datos sobre la ceguera y la discapacidad visual”. Acceso el 13 de abril de 2020. <https://www.who.int/features/factfiles/blindness/es/>.

Rey, Nuria, Melba Marmolejo y Rafael Luque. “Mediación desde el diseño gráfico social para la integración de refugiados emprendedores en Ecuador”. *i+Diseño* vol. 13, 1 de abril de 2018. Acceso

el 2 de agosto de 2020. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/459_libro.pdf.

Websmultimedia. "El concepto creativo". Acceso el 30 de agosto de 2020) <https://www.websmultimedia.com/noticias/el-concepto-creativo>.

Apéndice

Entrevista para el grupo objetivo primario



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Entrevista G.O. Primario

Esta entrevista tiene como fin entender el contexto de la inclusión de personas con discapacidad en Guatemala. Así mismo, se espera recabar información y opiniones de expertos en esta materia como lo es su persona, para una conceptualización adecuada e inclusiva en el desarrollo del diseño gráfico para esta exposición de arte dirigida para personas con discapacidad visual.

Sobre el entrevistado:

- Nombre
- Edad
- Zona en la que reside:
- Profesión
- Carrera o estudios
- Institución y cargo que ocupa
- Transporte que más utiliza
- La red social que más utiliza y de qué forma la emplea
- Tipo de contenido ve en las redes sociales (memes, información, tendencias, etc.)
- Pasatiempos y actividades que le gusta realizar
- Expresión artística favorita
- Prefiere televisión/ plataformas de streaming como Netflix/ ninguno

Opiniones sobre la emergencia sanitaria:

¿Cómo afecta a su estilo de vida la emergencia sanitaria (COVID-19)?

¿Qué retos plantea la nueva normalidad?

¿Cómo desempeña sus labores? (de forma virtual o presencial)

¿Qué experiencia o enseñanza ha dejado esta pandemia?

Sobre la temática del proyecto y su contexto (Insight):

- ¿Tiene usted de alguna capacidad diversa (discapacidad) o tiene relación con alguien de esta condición?
- Para usted ¿Qué significa o representa una discapacidad?
- ¿En qué aspectos de la sociedad se ven apartadas las personas con discapacidad?
- Para usted ¿Qué significa la inclusión?
- Desde su punto de vista, ¿Cómo está el tema de inclusión en la actualidad de Guatemala?
- ¿Usted o su institución ha participado en alguna actividad en favor de las personas con discapacidad?
- ¿Cómo usted o su institución puede aportar al movimiento inclusivo desde su campo de acción?
- ¿Cree que en las instituciones académicas y laborales se le da la suficiente importancia a esta problemática?

Entrevista para el grupo objetivo primario

- ¿Considera que el arte puede ayudar a la inclusión de personas con discapacidad? ¿De qué forma?
- ¿Qué retos cree que deben afrontar las personas con discapacidad en la nueva normalidad post pandemia?
- Según su opinión ¿Qué significa el concepto "Palabra"?
- ¿Cuál es la importancia de las palabras en la comunicación social?

Sobre la Fundación Rozas-Bostrán:

- ¿Conoce sobre la fundación Rozas-Bostrán?
- ¿Qué opina sobre la labor social y cultural que realiza?
- ¿Conoce el programa Palabras Prestadas?
- ¿Qué opina sobre este tipo de programas que tratan de aportar a la inclusión social de las personas con discapacidad social?
- ¿Ha participado en alguna exposición de la Fundación Rozas-Bostrán?

Emociones y motivaciones:

- ¿Qué percepción tiene y cuál debería de tener la sociedad sobre este grupo de personas?
- ¿Cuál es la importancia que todos los sectores de la sociedad se involucren en la inclusión?
- ¿Cómo podemos ayudar a construir un mundo más inclusivo?
- ¿Qué le motivaría a participar en actividades de inclusión para personas con discapacidad visual?
- ¿Qué valores y cualidades deben de caracterizar a un movimiento o proyecto inclusivo?
- ¿Ha tenido acceso a una campaña de concientización sobre la discapacidad?
- ¿En qué medio o plataforma? ¿Cuál fue el mensaje de la campaña?
- ¿Qué tipo de emociones experimenta al hablar de la discapacidad visual?
- ¿Qué tipo de emociones experimenta al participar de una actividad de inclusión de personas con discapacidad a la sociedad?

Dinámica de palabras

- Describa en tres palabras, inclusión

Entrevista para el grupo objetivo secundario



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Entrevista G.O. Secundario

Esta entrevista tiene como fin entender el contexto de la inclusión de personas con discapacidad en Guatemala. Así mismo, se espera recabar información y opiniones de expertos en esta materia como lo es su persona, para una conceptualización adecuada e inclusiva en el desarrollo del diseño gráfico para esta exposición de arte dirigida para personas con discapacidad visual.

Sobre el entrevistado:

- Nombre
- Edad
- Zona en la que reside:
- Profesión
- Carrera o estudios
- Institución y cargo que ocupa
- Transporte que más utiliza
- La red social que más utiliza y de qué forma la emplea
- Tipo de contenido que ve en las redes sociales (memes, información, tendencias, etc.)
- Pasatiempos y actividades que le gusta realizar
- Expresión artística favorita
- Prefiere televisión/ plataformas de streaming como Netflix/ ninguno

Opiniones sobre la emergencia sanitaria:

¿Cómo afecta a su estilo de vida la emergencia sanitaria (COVID-19)?

¿Qué retos plantea la nueva normalidad?

¿Cómo desempeña sus labores? (de forma virtual o presencial)

¿Qué experiencia o enseñanza ha dejado esta pandemia?

Sobre la temática del proyecto y su contexto (Insight):

- ¿Tiene usted alguna capacidad diversa (discapacidad) o tiene relación con alguien de esta condición?
- Para usted ¿Qué significa o representa una discapacidad?
- ¿En qué aspectos de la sociedad se ven apartadas las personas con discapacidad?
- Para usted ¿Qué significa la inclusión?
- Desde su punto de vista, ¿Cómo está el tema de inclusión en la actualidad de Guatemala?
- ¿Usted o su institución ha participado en alguna actividad en favor de las personas con discapacidad?
- ¿Cómo usted o su institución puede aportar al movimiento inclusivo desde su campo de acción?
- ¿Cree que en las instituciones académicas y laborales se le da la suficiente importancia a esta problemática?

Entrevista para el grupo objetivo secundario

- ¿Considera que el arte puede ayudar a la inclusión de personas con discapacidad? ¿De qué forma?
- ¿Qué retos cree que deben afrontar las personas con discapacidad en la nueva normalidad post pandemia?
- Según su opinión ¿Qué significa el concepto "Palabra"?
- ¿Cuál es la importancia de las palabras en la comunicación social?

Sobre la Fundación Rozas-Bostrán:

- ¿Conoce sobre la fundación Rozas-Bostrán?
- ¿Qué opina sobre la labor social y cultural que realiza?
- ¿Conoce el programa Palabras Prestadas?
- ¿Qué opina sobre este tipo de programas que tratan de aportar a la inclusión social de las personas con discapacidad social?
- ¿Ha participado en alguna exposición de la Fundación Rozas-Bostrán?

Emociones y motivaciones:

- ¿Qué percepción tiene y cuál debería de tener la sociedad sobre este grupo de personas?
- ¿Cuál es la importancia que todos los sectores de la sociedad se involucren en la inclusión?
- ¿Cómo podemos ayudar a construir un mundo más inclusivo?
- ¿Qué le motivaría a participar en actividades de inclusión para personas con discapacidad visual?
- ¿Qué valores y cualidades deben de caracterizar a un movimiento o proyecto inclusivo?
- ¿Ha tenido acceso a una campaña de concientización sobre la discapacidad?
- ¿En qué medio o plataforma? ¿Cuál fue el mensaje de la campaña?
- ¿Qué tipo de emociones experimenta al hablar de la discapacidad visual?
- ¿Qué tipo de emociones experimenta al participar de una actividad de inclusión de personas con discapacidad a la sociedad?

Dinámica de palabras

- Describa en tres palabras, inclusión
- Describa en tres palabras, el programa "palabras prestadas"

Presupuesto general

Descripción	Horas	Precio por hora	Total
Diseño de identidad visual, Palabras Prestadas			
Fase 1: Investigación			
Antecedentes de comunicación	10	150 Q	1,500.00
Definición del problema de comunicación	15	150 Q	2,250.00
Justificación del proyecto	10	150 Q	1,500.00
Objetivos	3	150 Q	450.00
Perfil de los grupos objetivos	12	150 Q	1,800.00
Entrevistas con grupos objetivos	8	150 Q	1,200.00
Marco Teórico	86	150 Q	12,900.00
Investigación de casos análogos	6	150 Q	900.00
Subtotal	150	Q	22,500.00
Fase 2: Planeación operativa			
Planeación de actividades	8	125 Q	1,000.00
Cronograma y flujograma	2	125 Q	250.00
Subtotal	10	Q	1,250.00
Fase 3: Definición creativa (conceptualización)			
Brief de diseño (6w's - ¿Qué? ¿Quién? ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo?)	12	150 Q	1,800.00
Definición de Insights y Conceptos Creativos	12	150 Q	1,800.00
Recopilación de referentes sobre tendencias estéticas Mega, Macro y Micro.	3	150 Q	450.00
Premias de diseño y Moodboards	3	150 Q	450.00
Subtotal	30	Q	4,500.00
Fase 4: Producción gráfica y validación			
Nivel 1 de visualización (bocetaje a mano)	8	125 Q	1,000.00
Autoevaluación	1	125 Q	125.00
Nivel 2 de visualización (bocetaje digital)	24	125 Q	3,000.00
Validación con expertos	6	125 Q	750.00
Nivel 3 de visualización (Artes finales)	N/A	N/A	
Manual de normas gráficas	40	125 Q	5,000.00
Logotipo	24	125 Q	3,000.00
Tarjeta de presentación	3	125 Q	375.00
Firma (correo electrónico)	2	125 Q	250.00
Playera/Camisa	2	125 Q	250.00
Gafete	3	125 Q	375.00
Folder	2	125 Q	250.00
Hoja membretada	2	125 Q	250.00
Diploma de agradecimiento	3	125 Q	375.00

Invitación para participar	2	125	Q	250.00
Plantilla para presentación en Power Point y guía para la edición de videos	6	125	Q	750.00
Material informativo de protocolos de higiene y prevención.	6	125	Q	750.00
Imágenes de portadas para las redes sociales de la Fundación (Facebook, Twitter y Youtube).	5	125	Q	625.00
Plantillas de publicaciones para Facebook e Instagram. Informativas, promocionales y documentales.	16	125	Q	2,000.00
Fondos de pantalla para escritorio de computadora y teléfonos.	2	125	Q	250.00
Poster promocional para MUPI	4	125	Q	500.00
Validación con el grupo objetivo	7	125	Q	875.00
Lineamientos para la puesta en marcha	3	125	Q	375.00
Subtotal	171		Q	21,375.00
Total	361		Q	49,625.00

Infografías, metodología de las artes plásticas				
Fase 1: Investigación	20	150	Q	3,000.00
Fase 3: Definición creativa (conceptualización)	24	150	Q	3,600.00
Fase 4: Producción gráfica	N/A	N/A		

Infografía sobre la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual 1	12	100	Q	1,200.00
--	----	-----	---	----------

Infografía sobre la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual 2	12	100	Q	1,200.00
--	----	-----	---	----------

Infografía sobre la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual 3	12	100	Q	1,200.00
--	----	-----	---	----------

Infografía sobre la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual 4	12	100	Q	1,200.00
--	----	-----	---	----------

Infografía sobre la metodología de las artes plásticas para personas con discapacidad visual 5	12	100	Q	1,200.00
--	----	-----	---	----------

Adaptaciones para redes, infografía 1	2	100	Q	200.00
---------------------------------------	---	-----	---	--------

Adaptaciones para redes, infografía 2	2	100	Q	200.00
---------------------------------------	---	-----	---	--------

Adaptaciones para redes, infografía 3	2	100	Q	200.00
---------------------------------------	---	-----	---	--------

Adaptaciones para redes, infografía 4	2	100	Q	200.00
---------------------------------------	---	-----	---	--------

Adaptaciones para redes, infografía 5	2	100	Q	200.00
---------------------------------------	---	-----	---	--------

Total	114		Q	13,600.00
--------------	------------	--	----------	------------------

Material Informativo				
Bifoliar con información sobre la exposición Palabras Prestadas.	5	150	Q	750.00

Cédulas informativas de las obras y sus autores para la exposición.	5	150 Q	750.00
Afiches informativos para la sala de exposiciones del proyecto Palabras Prestadas.	15	150 Q	2,250.00
Total	25	450 Q	3,750.00

Costos operativos	Meses	Precio por mes	Total
Depresiación de equipo	5	400 Q	2,000.00
Energía eléctrica	5	150 Q	750.00
Internet residencial	5	250 Q	1,250.00
Total		Q	4,000.00

Proyecto: Diseño de identidad visual, Palabras Prestadas	Q 49,625.00
Proyecto: Infografías, metodología de las artes plásticas	Q 13,600.00
Proyecto: Materiales Informativos	Q 3,750.00
Costos operativos	Q 4,000.00
Total	Q 70,975.00
IVA	Q 12,775.50
Total Final	Q 83,750.50

Instrumento de validación para el nivel 1 de propuestas: autoevaluación.

CRITERIO	BOCETO 1	BOCETO 2	BOCETO 3	BOCETO 4
ATRACTIVO	9	7	10	10
PERTINENCIA	10	9	10	9
MEMORABILIDAD	10	9	10	10
DISTINCIÓN	8	9	9	9
COMPOSICIÓN	9	10	9	10
CALIDAD GRÁFICA	8	8	10	10
CARGA CONCEPTUAL	10	10	10	10
EQUILIBRIO	10	10	9	10
VIGENCIA	7	7	9	8
TOTAL	81	79	86	86

CRITERIO	BOCETO 1	BOCETO 2	BOCETO 3	BOCETO 4
ATRACTIVO	7	9	10	10
PERTINENCIA	9	10	10	8
MEMORABILIDAD	10	10	9	9
DISTINCIÓN	10	8	7	10
COMPOSICIÓN	8	10	10	9
CALIDAD GRÁFICA	8	9	10	10
CARGA CONCEPTUAL	10	10	9	8
EQUILIBRIO	7	10	10	10
VIGENCIA	10	7	10	10
TOTAL	79	83	85	84

Instrumento para la validación con los expertos

Criterios Generales				
Escala de valoración: 1 = deficiente / 3 = satisfactorio / 5 = excelente				
Calidad gráfica general (Calidad de diseño de los elementos iconográficos, calidad de las familias tipográficas, calidad cromática, etc.) *				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vigencia (Los signos son contemporáneos, no serán obsoletos en un periodo a largo plazo en la vida de la institución). **				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pregnancia (Capacidad que tienen la marca de ser recordada). **				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Singularidad (cualidades distintivas y auténticas) *				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación con el concepto creativo y la temática del proyecto *				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Crterios especficos de los cdigos de diseo

Escala de valoracin: 1 = deficiente / 3 = satisfactorio / 5 = excelente

CDIGO ICONOGRFICO

Logotipo
Elementos grficos (iconos, texturas, formas, etc.)
Ilustracin
Direccin de arte y fotografa

Ajuste tipolgico (Los identificadores grficos constituyen una comunidad heterognea). * *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

Suficiencia (Los signos son suficientes para cubrir las necesidades de identificacin, los signos son los necesarios, y nada ms que los necesarios). * *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

Compatibilidad semntica (El signo no debe hacer referencias explcitas a significados incompatibles o contradictorios con la identidad de la organizacin). *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

Instrumento para la validación con los expertos

CÓDIGO TIPOGRÁFICO					
Selección tipográfica *					
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Jerarquía tipográfica *					
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Legibilidad *					
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
CÓDIGO CROMÁTICO					
Armonía cromática *					
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Contraste y jerarquía visual en los colores *

- 1 2 3 4 5
-

LAYOUT / COMPOSICIÓN

La distribución de los elementos favorece la jerarquía y el recorrido visual *

- 1 2 3 4 5
-

La distribución de los elementos facilita la dinámica de lectura y comprensión *

- 1 2 3 4 5
-

FORMATO

Los formatos utilizados facilitan la manipulación de los materiales *

- 1 2 3 4 5
-

Instrumento para la validación con los expertos

Los formatos utilizados aportan a la reproducción impresa y digital *				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CÓDIGO LINGÜÍSTICO

El uso del lenguaje facilita la comprensión del mensaje *				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

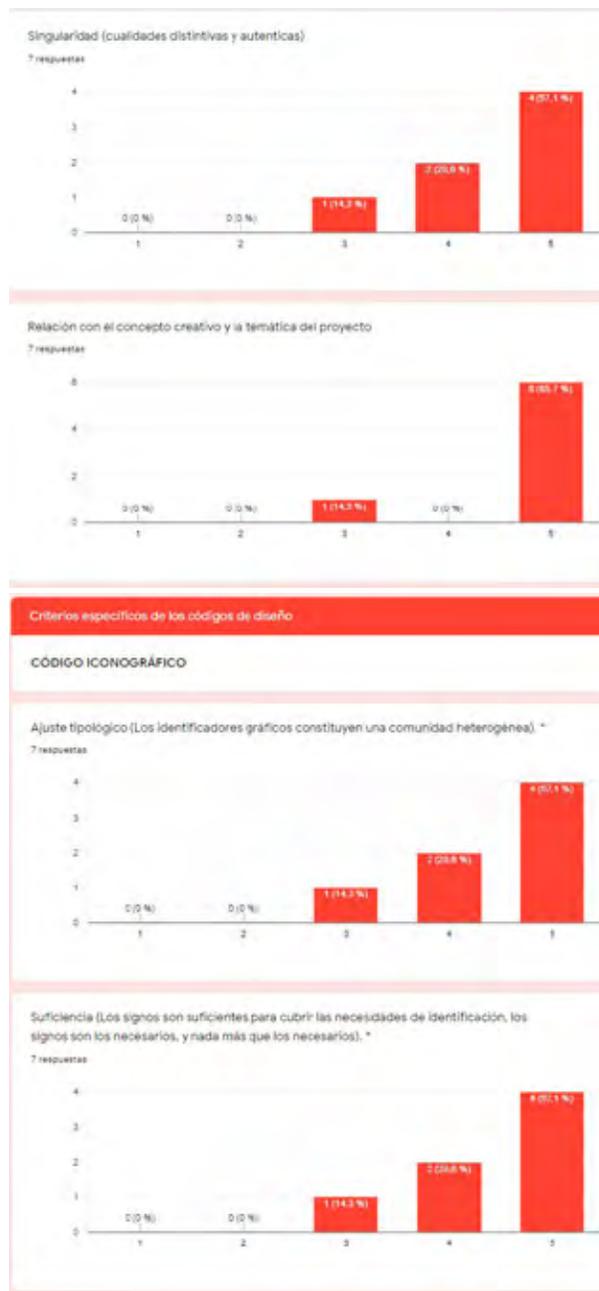
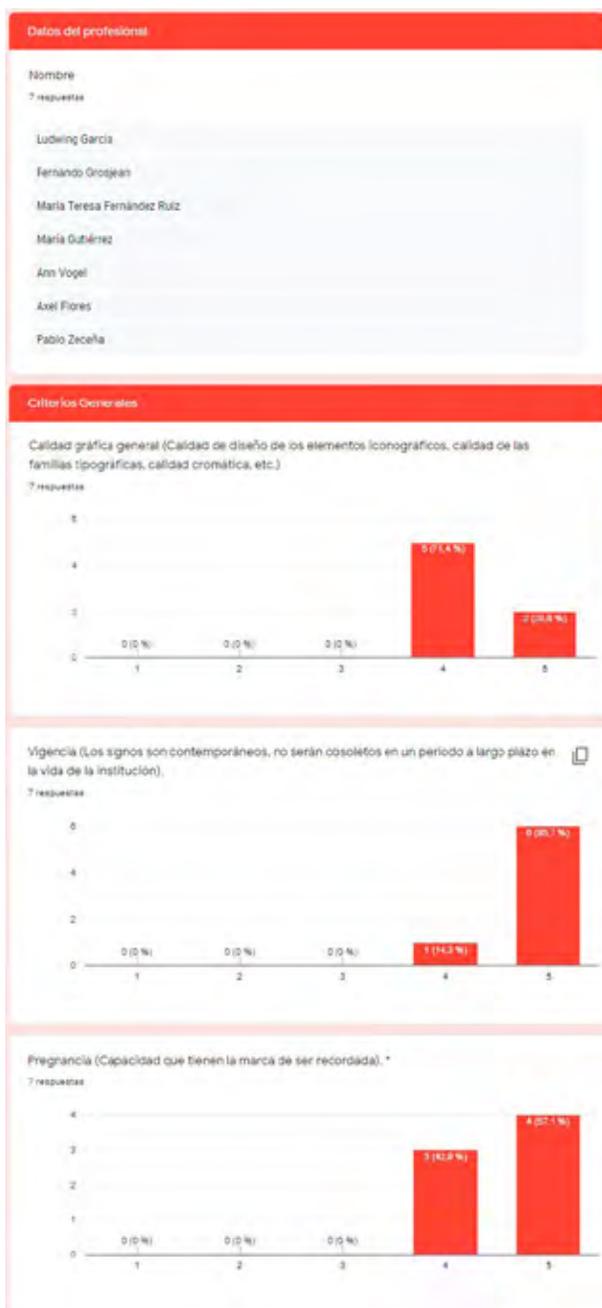
El uso del lenguaje es pertinente al propósito de comunicación *				
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muchas gracias :D

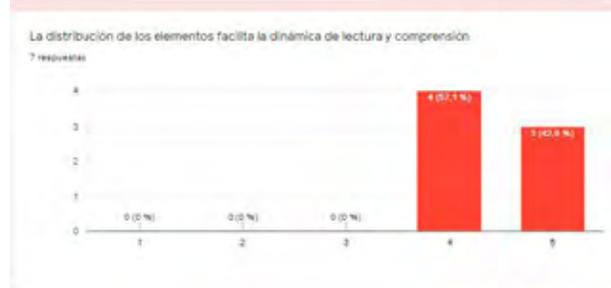
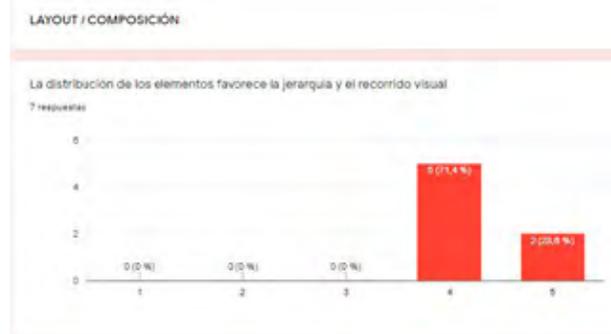
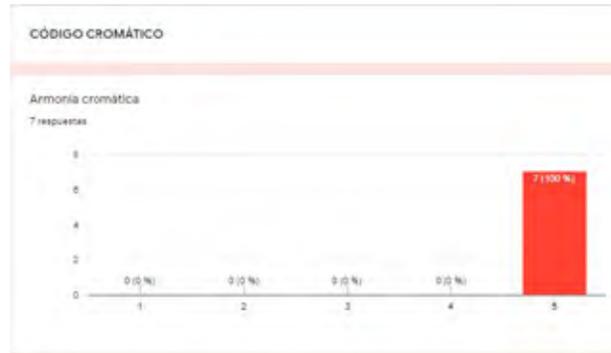
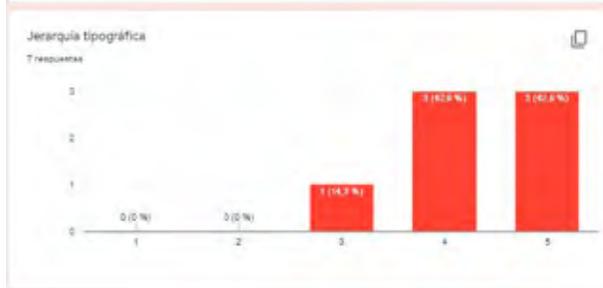
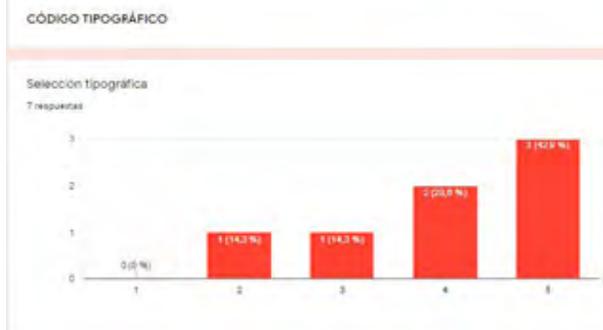
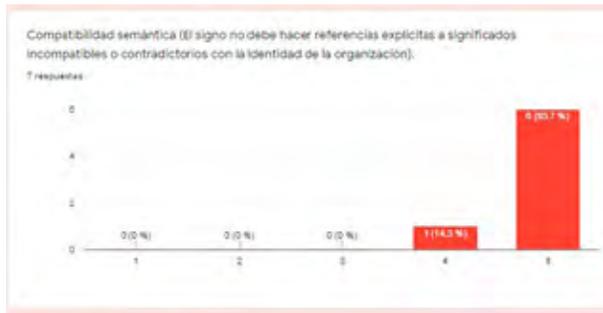
Si tienes una sugerencia o comentario específico de alguna elemento gráfico puedes dejarlo a continuación.

Tu respuesta

Resultados de la validación con los expertos



Resultados de la validación con los expertos



Resultados de la validación con los expertos



Muchas gracias :D

Si tienes una sugerencia o comentario específico de alguna elemento gráfico puedes dejarlo a continuación.

5 respuestas

De las propuestas de logo la segunda es más interesante, rompe un tanto con el esquema retícula de siempre. No sé si usar Cirka sea la mejor selección para el logo. En la propuesta del patrón se pierde el sentido que le habías dado al :)

Yo sé que pangram pangram hace fonts bonitas, pero estás usando dos fonts de ellos, me gustaría que buscaras algunas más como Gansler Grotesk. La frase el arte somos todos me resulta un poco sosá y cheery. Los layouts los están haciendo muy rígidos especialmente en las tarjetas de presentación, si pueden exploren más.

- Separar un poco las P's en la Opción A, siempre hay problemas para reproducir en espacios reducidos los elementos muy pegados.
- Es necesario tanto interlineado entre palabras prestadas?
- La opción B está bien ejecutada pero le hace falta "agarrar", la opción A es mucho mejor.

El primer logotipo es muy bueno, creo que es conveniente agrandar y mover para centrar la forma de la boca que forma la P, para que se entienda mejor la cara; en los patrones de fondo, estos deben de ser menos y más espaciados.

Explora con la tipografía

Instrumento para la validación con el grupo objetivo primario

Atracción

¿Los materiales presentados (tarjetas de presentación, post de redes sociales, afiches, etc.) le parecen visualmente atractivos?

Sí

No

Comentario:

Tu respuesta _____

Seleccione los elementos gráficos que le parezcan llamativos e interesantes:

Imagen

Texto

Color

Formas

Comentario:

Tu respuesta _____

¿La identidad visual de la exposición es fácil de recordar y reconocer?

Sí

No

Comentario:

Tu respuesta _____

Comprensión

¿Los materiales dejan en clara toda la información sobre la exposición (fechas y ubicación)?

Sí

No

Comentario:

Tu respuesta _____

¿Es clara la relación del sistema braille en la identidad visual?

Sí

No

Comentario:

Tu respuesta _____

¿La identidad visual permite reconocer la exposición como una iniciativa de la Fundación Rozas-Boján?

Sí

No

Comentario:

Tu respuesta _____

Instrumento para la validación con el grupo objetivo primario

Aceptabilidad
¿La identidad visual representa claramente a una exposición de arte?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No
Comentario:
Tu respuesta _____
Seleccione cualidades que transmiten los elementos gráficos:
<input type="checkbox"/> Amor
<input type="checkbox"/> Inclusión
<input type="checkbox"/> Igualdad
<input type="checkbox"/> Respeto
<input type="checkbox"/> Arte
<input type="checkbox"/> Cultura
Comentario:
Tu respuesta _____
¿La identidad visual transmite la importancia del sentido humano en el tema de inclusión social?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No
Comentario:
Tu respuesta _____

Involucramiento
¿Los materiales visibilizan la labor del programa y de la Fundación en el área de la inclusión social?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No
Comentario:
Tu respuesta _____
¿La identidad visual permite que se reconozca a la exposición como una oportunidad de participar en el arte que tienen las personas con discapacidad visual?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No
Comentario:
Tu respuesta _____

Instrumento para la validación con el grupo objetivo primario

<p>¿La marca visual motiva su participación en la exposición y en programas de inclusión de personas con discapacidad?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Comentario:</p> <p>Tu respuesta _____</p>
<p>¿La marca visual motiva a facilitar el acceso a la exposición para las personas con discapacidad visual?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Comentario:</p> <p>Tu respuesta _____</p>
<p>¿Considera que la identidad visual y los materiales contribuyen con la inclusión social de personas con discapacidad visual?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Comentario:</p> <p>Tu respuesta _____</p>

Resultados de la validación con el grupo objetivo primario

Nombre
4 respuestas

Aldo Bianchi
Gustavo Jurado
Liza Mesías
Gabriel Escobar

Profesión y Cargo
4 respuestas

Director del museo de la Universidad del Istmo
Ex director y catedrático de la escuela de diseño gráfico de la facultad de arquitectura de la Universidad de San Carlos
Licenciada en comunicación social, miembro del despacho de comunicación social y difusión cultural del Ministerio de Deporte y Cultura.
Jefe del área de incidencia política del Consejo Nacional para la Atención de Personas con Discapacidad.

Atracción

¿Los materiales presentados (tarjetas de presentación, post de redes sociales, afiches, etc.) le parecen visualmente atractivos?
4 respuestas

100% SI No

Comentario:
1 respuesta

Solo con el post de redes sociales se debería de modificar el Braille para que se entienda para las personas sin discapacidad visual ya que la mayoría no sabe Braille.

Seleccione los elementos gráficos que le parezcan llamativos e interesantes:
4 respuestas

Elemento	Respuestas	Porcentaje
Imagen	3	75 %
Texto	4	100 %
Color	4	100 %
Formas	4	100 %

Comentario:
1 respuesta

Me hubiera gustado el logo en color

¿La identidad visual de la exposición es fácil de recordar y reconocer?
4 respuestas

100% SI No

Comentario:
1 respuesta

Hablando de la primera propuesta de logotipo aplicada a la identidad gráfica

Comprensión

¿Los materiales dejan en clara toda la información sobre la exposición (fechas y ubicación)?
4 respuestas

100% SI No

¿Es clara la relación del sistema braille en la identidad visual?
4 respuestas

100% SI No

Comentario:
1 respuesta

Se necesita un conocimiento anterior para realmente captar. Saber como se gráfica el Braille para entender.

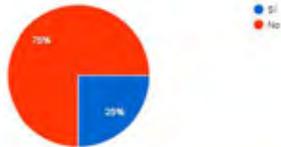
¿La identidad visual permite reconocer la exposición como una iniciativa de la Fundación Rozas-Boján?
4 respuestas

100% SI No

Resultados de la validación con el grupo objetivo primario

¿Hay algún elemento que no entienda con claridad?

4 respuestas



Comentario:

1 respuesta

Por una cuestión técnica, verificar y recibir consejo sobre las distancias de los puntos del Braille.

Aceptabilidad

¿La identidad visual representa claramente a una exposición de arte?

4 respuestas



Comentario:

2 respuestas

Pero se necesitan ejemplos del espacio expositivo

Seleccione cualidades que transmiten los elementos gráficos:

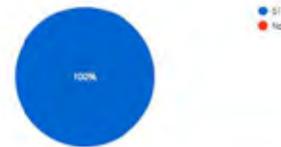
4 respuestas



Involucramiento

¿Los materiales visibilizan la labor del programa y de la Fundación en el área de la inclusión social?

4 respuestas



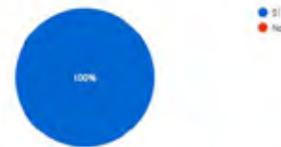
Comentario:

1 respuesta

Se podría incluir algo sobre las ediciones pasadas

¿La identidad visual permite que se reconozca a la exposición como una oportunidad de participar en el arte que tienen las personas con discapacidad visual?

4 respuestas



Comentario:

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

¿La identidad visual transmite la importancia del sentido humano en el tema de inclusión social?

4 respuestas



Resultados de la validación con el grupo objetivo primario



Instrumento para la validación con el grupo objetivo secundario

Atracción
¿Los materiales presentados (tarjetas de presentación, post de redes sociales, afiches, etc.) le parecen visualmente atractivos?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
Comentario: Tu respuesta _____
Seleccione los elementos gráficos que le parezcan llamativos e interesantes:
<input type="checkbox"/> Imagen <input type="checkbox"/> Texto <input type="checkbox"/> Color <input type="checkbox"/> Formas
Comentario: Tu respuesta _____
¿La identidad visual de la exposición es fácil de recordar y reconocer?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
Comentario: Tu respuesta _____

Comprensión
¿Los materiales dejan en clara toda la información sobre la exposición (fechas y ubicación) ?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
Comentario: Tu respuesta _____
¿Es clara la relación del sistema braille en la identidad visual?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
Comentario: Tu respuesta _____
¿La identidad visual permite reconocer la exposición como una iniciativa de la Fundación Rozas-Bostrán?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
Comentario: Tu respuesta _____
¿Hay algún elemento que no entienda con claridad?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
Comentario: Tu respuesta _____

Instrumento para la validación con el grupo secundario

Aceptabilidad

¿La identidad visual representa claramente a una exposición de arte?

Sí
 No

Comentario:
Tu respuesta _____

Seleccione cualidades que transmiten los elementos gráficos:

Amor
 Inclusión
 Igualdad
 Respeto
 Arte
 Cultura

Comentario:
Tu respuesta _____

¿La identidad visual transmite la importancia del sentido humano en el tema de inclusión social?

Sí
 No

Comentario:
Tu respuesta _____

Inclusión

¿Los materiales visibilizan la labor del programa y de la Fundación en el área de la inclusión social?

Sí
 No

Comentario:
Tu respuesta _____

¿La identidad visual permite que se reconozca a la exposición como una oportunidad de participar en el arte que tienen las personas con discapacidad visual?

Sí
 No

Comentario:
Tu respuesta _____

¿La marca visual motiva su participación como voluntario, narrador, escritor o guía de la exposición?

Sí
 No

Comentario:
Tu respuesta _____

¿Considera que la identidad visual y los materiales contribuyen con la inclusión social de personas con discapacidad visual?

Sí
 No

Comentario:
Tu respuesta _____

Resultados de la validación con el grupo objetivo secundario

Nombre
2 respuestas

Nicolé Serra
Miriam de León

Profesión y Cargo
2 respuestas

2
1
0

2 (100%)

Escritora

Atracción

¿Los materiales presentados (tarjetas de presentación, post de redes sociales, afiches, etc.) le parecen visualmente atractivos?
2 respuestas

100%

• Sí
• No

Comentario:
0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

Seleccione los elementos gráficos que le parezcan llamativos e interesantes:
2 respuestas

Imagen 2 (100%)
Texto 2 (100%)
Color 2 (100%)
Formas 2 (100%)

0 1 2

¿La identidad visual de la exposición es fácil de recordar y reconocer?
2 respuestas

100%

• Sí
• No

Comentario:
0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

Comprensión

¿Los materiales dejan en clara toda la información sobre la exposición (fechas y ubicación)?
2 respuestas

100%

• Sí
• No

Comentario:
1 respuesta

Debería decrecer el tamaño de la información y del logotipo de la Fundación

¿Es clara la relación del sistema braille en la identidad visual?
2 respuestas

100%

• Sí
• No

Comentario:
0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

¿La identidad visual permite reconocer la exposición como una iniciativa de la Fundación Rozas-Boján?
2 respuestas

50%

50%

• Sí
• No

Resultados de la validación con el grupo objetivo secundario

Comentario:

1 respuesta

Debería de crecer más para que se note que es de la Fundación

¿Hay algún elemento que no entienda con claridad?

2 respuestas



Comentario:

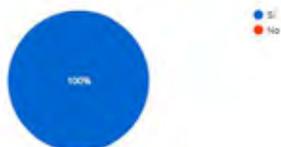
1 respuesta

No tocan los cuadros

Accesibilidad

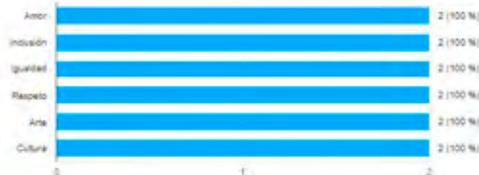
¿La identidad visual representa claramente a una exposición de arte?

2 respuestas



Seleccione cualidades que transmiten los elementos gráficos:

2 respuestas



Comentario:

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

¿La identidad visual transmite la importancia del sentido humano en el tema de inclusión social?

2 respuestas



Involucramiento

¿Los materiales visibilizan la labor del programa y de la Fundación en el área de la inclusión social?

2 respuestas



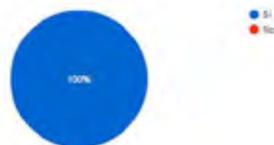
Comentario:

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

¿La identidad visual permite que se reconozca a la exposición como una oportunidad de participar en el arte que tienen las personas con discapacidad visual?

2 respuestas



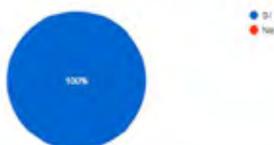
Comentario:

1 respuesta

De participar en el arte como artistas no, de ver arte si

¿La marca visual motiva su participación como voluntario, narrador, escritor o guía de la exposición?

2 respuestas



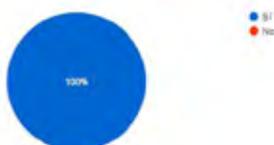
Comentario:

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

¿Considera que la identidad visual y los materiales contribuyen con la inclusión social de personas con discapacidad visual?

2 respuestas



Guatemala, marzo 17 de 2023

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de identidad visual y manual de normativas gráficas como apoyo a los procesos de comunicación de la exposición de arte "Palabras Prestadas" de la Fundación Rozas-Bostrán***, del estudiante **Rolando Andrés Castillo Serrano** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario número: **201605098**, previamente a conferírsele el título de **Diseñador Gráfico** en el grado académico de Licenciado.

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.

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



Keila Ivonne Lepe
Licenciada en Letras
Colegiado núm. 29 550

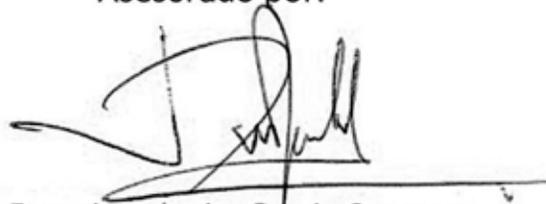
***“Diseño de identidad visual y manual de normativas gráficas
como apoyo a los procesos de comunicación de la exposición
de arte “Palabras Prestadas” de la Fundación Rozas-Bostrán”***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Rolando Andrés Castillo Serrano

Asesorado por:



Lic. Francisco Javier Donis Guerrero



Lcda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada



Msc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

•• •• •• •• •• •• •• •• ••

•• •• •• •• •• •• •• •• ••

•• •• •• •• ••



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA