



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de identidad gráfica institucional
para el fortalecimiento de los procesos
de comunicación de la Fundación para la
Autorrealización y Capacitación Especial
de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental
-FACES-, departamento de Guatemala**

**Proyecto de graduación desarrollado por:
Brenda Lucía Ortíz Román**



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 gráfica institucional
para el fortalecimiento de los procesos
de comunicación de la Fundación para la
Autorrealización y Capacitación Especial de
Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-,
departamento de Guatemala**

Proyecto de graduación desarrollado por:
Brenda Lucía Ortíz Román
Previo a optar al título de: Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, mayo 2022

“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

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos	Decano
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Vocal I
Lcda. Ilma Jufith Prado Duque	Vocal II
Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas	Vocal III
Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola	Vocal IV
Br. Laura del Carmen Berganza Pérez	Vocal V
Arq. Marco Antonio de León Vilaseca	Secretario Académico

Tribunal examinador

Lcda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada	Asesora
MSc. Alberto Jose Paguaga Gonzalez	Examinador
Arq. Marco Antonio de León Vilaseca	Asesor
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos	Decano
Arq. Marco Antonio de León Vilaseca	Secretario Académico

Agradecimientos

A mis padres, Ana y Hugo, por permitirme llegar a este punto de la vida. Por los consejos, la paciencia, el amor y el apoyo incondicional a mis sueños.

A mis abuelitas Lucy y Gloria, por criarme desde pequeña, enseñarme lo que es bueno y lo que es malo. Por amarme incondicionalmente y demostrarlo de distintas maneras.

A mi abuelo Rodolfo, por ser un gran ejemplo de superación y determinación. Por animarme a alcanzar mis objetivos.

A mi abuela Luisa, por todas las enseñanzas a lo largo de la vida. Por todo el amor dado hasta el último día.

A mis amigos, por darme ánimos en momentos difíciles. Por las risas, lágrimas y experiencias que compartimos.

A *Fer*, por todas las vivencias que hemos compartido. Por el apoyo incondicional que me has dado y por enseñarme lo que es realmente el amor, aquel que es capaz de evolucionar y trascender en el tiempo.

A mí, por jamás rendirme a pesar de todas las adversidades y por siempre dar lo mejor.

Presentación

Proyectos universitarios como este son herramientas importantes para la visibilización de ciertos grupos que generalmente son excluidos de la sociedad y del mundo laboral. Un ejemplo de ello son las mujeres y hombres con discapacidad intelectual, quienes suelen tener menos oportunidades que una persona promedio para integrarse. Por esta razón, es importante apoyar e impulsar la labor de instituciones como Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-.

Siendo el propósito del presente proyecto, llegar a familias que desconocen la existencia de instituciones que brindan este tipo de apoyo. La discriminación es un problema social difícil de erradicar por lo que la divulgación de este tema representa un logro importante.

ÍNDICE

Índice de figuras	12
Capítulo 1 - Introducción	17
Antecedentes	19
Problema de comunicación visual	23
Justificación	24
Objetivos	26
Capítulo 2 - Perfiles	29
Perfil de la institución	31
Perfil del grupo objetivo	38
Relación entre el G.O. y Fundación FACES	40
Capítulo 3 - Planeación operativa	43
Flujograma	45
Cronograma	48
Previsión de recursos y costos	52
Capítulo 4 - Marco teórico	55
La discapacidad intelectual y su escasa visibilidad en medios de comunicación	57
Fundamentos de diseño	64

Capítulo 5 - Definición creativa **69**

Estrategia de la pieza de diseño	71
Referencias visuales	74
Premisas de diseño	77
Definición del concepto creativo	79

Capítulo 6 - Producción gráfica **83**

Nivel 1 de visualización	85
Nivel 2 de visualización	94
Nivel 3 de visualización	99
Fundamentación de la propuesta final	108
Visualización de la propuesta final	110
Linamientos para puesta en práctica	121
Presupuesto	122

Capítulo 7 - Síntesis del proyecto **125**

Lecciones aprendidas	127
Conclusiones	128
Recomendaciones	128
Referencias	131

Capítulo 8 - Anexos **139**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de áreas de estudio de la Encuesta Nacional de Discapacidad de Guatemala.	pág. 21
Figura 2. Logotipo Fundación FACES.	pág. 35
Figura 3. Captura de pantalla de la página web de Fundación FACES.	pág. 36
Figura 4. Organigrama general de Fundación FACES	pág. 37
Figura 5. Organigrama de la junta directiva de Fundación FACES.	pág. 37
Figura 6. Flujograma	pág. 45
Figura 7. Cronograma de julio	pág. 48
Figura 8. Cronograma de agosto	pág. 49
Figura 9. Cronograma de septiembre	pág. 50
Figura 10. Cronograma de octubre	pág. 51
Figura 11. Cronograma de noviembre	pág. 51
Figura 12. Tabla de previsión de recursos y cortos	pág. 52
Figura 13. Referencias de color	pág. 74
Figura 14. Referencias de tipografía	pág. 74
Figura 15. Referencias de iconografía	pág. 75
Figura 16. Referencias de patrones y texturas	pág. 75
Figura 17. Referencia de formato y retículas para manual de identidad	pág. 76

Figura 18. Referencia de formato y retículas de papelería	pág. 76
Figura 19. Bocetaje de logos a mano alzada	pág. 87
Figura 20. Bocetaje de portadillas para manual de identidad a mano alzada	pág. 88
Figura 21. Bocetaje de logos digital, primera propuesta	pág. 88
Figura 22. Bocetaje de logos digital, segunda propuesta	pág. 89
Figura 23. Bocetaje de logos digital, tercera propuesta	pág. 89
Figura 24. Bocetaje de logos digital, cuarta propuesta	pág. 89
Figura 25. Bocetaje de iconografía digital	pág. 90
Figura 26. <i>Mockups</i> de papelería, primera propuesta	pág. 91
Figura 27. <i>Mockups</i> de papelería, segunda propuesta	pág. 91
Figura 28. <i>Mockups</i> de papelería, tercera propuesta	pág. 92
Figura 29. <i>Mockups</i> de papelería, cuarta propuesta	pág. 92
Figura 30. Bocetaje digital de línea gráfica	pág. 94
Figura 31. Evidencia de validación con profesionales	pág. 96
Figura 32. Evidencia de validación con profesionales	pág. 97
Figura 33. Propuesta final de imagotipo	pág. 99
Figura 34. <i>Mockups</i> de la propuesta final de papelería	pág. 100
Figura 35. <i>Mockups</i> de la propuesta final de mercadería	pág. 101
Figura 36. <i>Mockups</i> de la propuesta final del Manual de identidad gráfica	pág. 102
Figura 37. <i>Mockups</i> de la propuesta final del Manual de identidad gráfica	pág. 103

Figura 38. <i>Mockups</i> de la propuesta final del Manual de identidad gráfica	pág. 104
Figura 39. <i>Mockups</i> de la propuesta final del Manual de identidad gráfica	pág. 105
Figura 40. Evidencia de validación con el grupo objetivo	pág. 107
Figura 41. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (1/10)	pág. 110
Figura 42. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (2/10)	pág. 111
Figura 43. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (3/10)	pág. 112
Figura 44. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (4/10)	pág. 113
Figura 45. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (5/10)	pág. 114
Figura 46. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (6/10)	pág. 115
Figura 47. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (7/10)	pág. 116
Figura 48. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (8/10)	pág. 117
Figura 49. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (9/10)	pág. 118
Figura 50. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (10/10)	pág. 119
Figura 51. <i>Mockups</i> del Manual de identidad gráfica	pág. 120
Figura 52. Tabla de presupuesto	pág. 122

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La Asociación Americana sobre Discapacidad Intelectual y del Desarrollo (AAIDD, antes AAMR) en la actualización de información en la 11ª edición define la discapacidad intelectual de la siguiente manera:

“La discapacidad intelectual se caracteriza por limitaciones significativas tanto en funcionamiento intelectual, como en conducta adaptativa, tal y como se ha manifestado en habilidades adaptativas, conceptuales y prácticas. Esta discapacidad se origina antes de los 18 años” (AAIDD 2010).

Además de definirla, la AAIDD, se encarga de segmentarla en diferentes niveles según la severidad con la que se presente en la persona que la padece. Estas se clasifican desde un grado leve hasta un grado profundo, variando según la limitación de capacidades de aprendizaje o de desarrollo que se puedan presentar a lo largo de la vida. Existe una gran diversidad de causas que pueden dar pie a que un niño desarrolle algún tipo de discapacidad intelectual, sin embargo, no existe un patrón específico para que esto suceda, teniendo en cuenta que puede darse por muchas razones.

Por supuesto, el diagnóstico de alguna discapacidad intelectual no queda al criterio de una persona particular, este debe ser realizado por un profesional. Partiendo de una serie de pruebas y análisis de habilidades sociales, cognitivas y de aprendizaje. La única excepción a la regla es el Síndrome de Down. Este puede ser detectado incluso desde el vientre materno con una prueba de laboratorio, a razón de ser el resultado de la presencia de una copia extra del cromosoma 21, ya sea parcial o total (Pueschel 2003).

No obstante, a pesar de las definiciones oficiales que se tienen y la información que se puede obtener en internet sobre estas discapacidades, resulta ser muy superficial, sobretodo cuando se intenta obtener información de registros propios de Guatemala. Este fenómeno se debe a que en el país es habitual definir todas las discapacidades de forma general, sin segmentación de grupos, como puede comprobarse en el estudio ENDIS de 2016 en Guatemala. No se considera que cada una tiene diferencias notables, además, las necesidades son distintas en cada persona que las padece. Es decir, no es lógico pensar que una persona con discapacidad auditiva tenga las mismas limitaciones o problemas que una persona con

alguna discapacidad visual o intelectual. Evidentemente esto exime a las personas que padezcan más de una discapacidad.

Según los datos estadísticos del último informe mundial sobre la discapacidad, publicado por la Organización Mundial de la Salud y el Banco Mundial en 2011, se estima que más de mil millones de personas viven con algún tipo de discapacidad; es decir, alrededor del 15 % de la población mundial. Estas cifras son mayores a las estimaciones previas de la OMS. Sin embargo, estas estadísticas no hacen distinción específica sobre las personas con discapacidad intelectual, más bien engloba a todas las personas con alguna discapacidad. Convirtiendo en un problema estimar el porcentaje real de personas con discapacidad intelectual, pero se puede asumir que es mucho menor al porcentaje mencionado anteriormente.

A nivel nacional, las estadísticas, según el último censo realizado sobre la cantidad de población que padece alguna discapacidad, tampoco hacen distinción específica sobre las personas con discapacidad intelectual. Cabe resaltar que el informe más reciente con el que se cuenta es el de la Encuesta Nacional de Discapacidad en Guatemala de 2016, año en el cual la población total del país era de 16.58 millones. No obstante, según el último censo poblacional realizado a nivel nacional, la misma oscila cerca de los 17.26 millones de personas (INE 2018).

En la Encuesta Nacional de Discapacidad de Guatemala 2016 se señala una mayor cantidad de población con discapacidades en el área central con un 16 %. También se cuenta con un 15 % en el área noreste, un 6 % en el noreste y un 5 % en las regiones del sureste del país. También se informa que el 5 % de los niños y

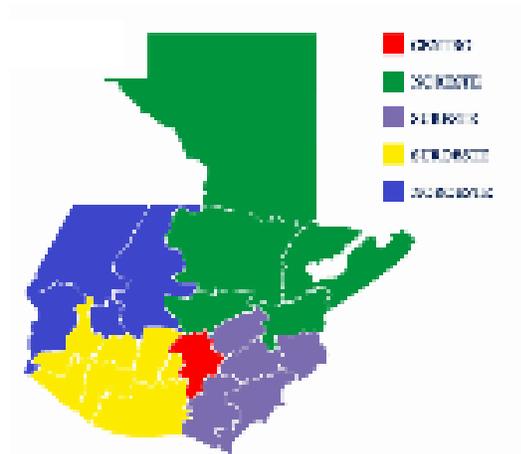


Figura 1. Mapa de áreas de estudio de la Encuesta Nacional de Discapacidad de Guatemala.
Fuente: ENDIS 2016

niñas entre 2 a 17 años cuenta con alguna discapacidad. Mientras que el 12 % de los adultos entre 18 a 49 años se ven afectados, con mayor incidencia en mujeres mayores de 50 años, correspondiente al 26.3 %. Además de un porcentaje de 26 % en adultos de 50 años en adelante (ENDIS 2016).

Es importante aclarar que estos resultados no representan la totalidad de las personas que poseen una discapacidad intelectual en Guatemala, sino al total de personas con minusvalía en el país. Esto indicaría que el porcentaje es menor al expuesto con anterioridad.

La falta de visibilidad puede afectar de forma negativa tanto a las personas que viven con discapacidad como a sus familias, porque se ven envueltos en discriminación por parte de las personas que no tienen conocimientos reales sobre lo que implica que una persona cuente con capacidades distintas. Esto no quiere decir que no sean capaces de realizar las mismas actividades que una persona promedio, sino que su aprendizaje puede ser más lento o necesitar formas de enseñanza distintas a las convencionales. La discriminación puede venir desde cualquier ámbito, teniendo la posibilidad de afectar el desarrollo de estas personas dentro de la sociedad, sus oportunidades de recibir educación y las oportunidades para obtener un trabajo digno.

El sitio web del Servicio de Información sobre Discapacidad de España informa sobre la triple discriminación que pueden llegar a sufrir las personas con

discapacidad intelectual al iniciar en el mundo laboral. Esta consiste en un bloqueo de recursos de inserción laboral, una oferta formativa prelaboral inadecuada y pocas oportunidades de empleo (Federación Dincat, comunicado s.f.). A pesar que este informe es basado en situaciones que se viven en España, puede tomarse como una referencia para este país. La gran diferencia es que en Guatemala las oportunidades de empleo pueden ser incluso más reducidas y suelen ser brindadas únicamente por ciertas empresas.

En Guatemala empresas como McDonald's apoyan la inclusión laboral empleando a personas con Síndrome de Down, retraso mental moderado, entre otras discapacidades (McDonald's Guatemala). Mientras que otras como Supermercados La Torre, apoyan a diversas instituciones en favor de la inclusión social como la Fundación Margarita Tejada (Supermercados La Torre).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) impulsó un proyecto de inclusión social y laboral. Siendo su objetivo principal brindar asistencia técnica que promueva y proteja los derechos de las personas con discapacidad para conseguir oportunidades de trabajo decentes. Este estaba provisto para comenzar en marzo de 2018 y finalizar en febrero de 2020, según los informes, este proyecto fue completado (PNUD Guatemala).

Actualmente no existe una forma en la que se concientice a la población de forma masiva por tratarse de un tema minimizado. Existen varias instituciones que cumplen esta labor como FUNDABIEM, el Instituto Neurológico de Guatemala, el Centro de Capacitación Ocupacional, por mencionar algunas. Sin embargo, estas se encargan de brindar atención a niños o jóvenes quienes, al alcanzar la mayoría de edad, suelen tener menos apoyo. Esto suele ocasionarles un retroceso o estancamiento en el aprendizaje (Fundación FACES). Todas las personas merecen una vida digna y la oportunidad de obtener la capacidad de valerse por sí mismos.

Problema de comunicación visual

La Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES- cuenta con 20 años de experiencia en el campo de la inclusión social y laboral de personas con discapacidad intelectual en Guatemala. Sin embargo necesitan de una identidad visual capaz de comunicar sus valores institucionales o despertar emociones en el grupo objetivo.

Fortaleciendo así los procesos de comunicación, y mejorando la memorabilidad para nuevos clientes. Ya que actualmente cuentan con pocas interacciones en redes sociales y una cantidad limitada de alumnos. Llevando esto a sabotear sus objetivos de crecimiento como entidad de educación especial ocupacional no lucrativa y de servicio y tomando en cuenta que las instalaciones cuentan con el espacio suficiente para capacitar a más personas, el incremento de la población interna es un objetivo a alcanzar.

FACES actualmente busca un mayor reconocimiento a nivel nacional para poder seguir formando ciudadanos productivos para la sociedad que logren alcanzar el desarrollo de sus capacidades mentales al máximo. Lo cual no ha funcionado como se esperaba pero puede mejorar. Su labor no se ve condicionada por la imagen gráfica, sin embargo su alcance ante el grupo objetivo si lo hace.

Justificación

TRASCENDENCIA

Se sabe que la marca es la primera impresión que se deja ante los clientes (Serra y Atmetlla 2015). Por lo tanto esta debe ser visualmente atractiva y comunicar los valores de la institución. Dado que la marca tiene problemas en esas dos categorías, se busca plantear una reestructuración de la misma, desde la imagen gráfica hasta la corporativa. Además de crearle una personalidad con la que se pueda identificar el grupo objetivo. Definiendo así la creación de un *branding* y un manual de identidad gráfica institucional que contenga las reglas para el manejo correcto de la marca a largo plazo. Tratando de generar un cambio significativo en la manera que es percibida la institución, dándole mayor visibilidad ante la competencia y atrayendo a más personas que se puedan ver beneficiadas por sus servicios. Actualmente se atienden 18 personas, 12 de forma interna en la institución y 6 a quienes se les da seguimiento laboral.

INCIDENCIA

El propósito principal de realizar una intervención a la marca de Fundación FACES es garantizar que los elementos implementados en ella cumplan con los principales criterios de selección más importantes tales como la memorabilidad, el significado y ser agradable (Kotler y Lane 2009). Representando así los servicios y la labor social que lleva a cabo. Asimismo, enfatizando la fortaleza de marca por medio de los conceptos de diferenciación y relevancia.

Mientras que la diferenciación se refiere a la capacidad que posee una marca para distinguirse de su competencia, la relevancia se refiere a qué tan atractiva puede ser para llamar al público objetivo (De Toro 2009). Ambas se encuentran estrechamente relacionadas y construyen la fuerza de la misma, un concepto que sería ampliamente aprovechado por la institución. Además, se solventará la necesidad de contar con un manual de identidad gráfica institucional que posea ciertas reglas para desarrollar la marca y que esta tenga congruencia con lo que pretende comunicar.

FACTIBILIDAD

La disposición de cambio por parte de la Fundación FACES y sus colaboradores es real. Dentro de la institución se considera importante cambiar la imagen institucional para conseguir una nueva forma de ser percibidos por la sociedad. Existió apoyo hacia el presente proyecto por parte de los encargados, ya que la comunicación fue activa y se tuvo las mismas expectativas sobre el resultado del mismo, tanto por parte de los colaboradores de la fundación como por la epesista. La intencionalidad fue obtener una perspectiva más real y tangible de lo que se deseaba comunicar, esto se logró por medio de la interacción activa entre ambas partes.

Por parte de la epesista se contó con buena disposición para trabajar en conjunto con la fundación y buscar solución a la problemática, en la medida de lo posible, a través del diseño gráfico. Para completar lo requerido se utilizaron ocho horas diarias de trabajo en casa. Según los conocimientos aprendidos durante la carrera, la epesista, desarrolló capacidades y habilidades correctas para concluir con este proyecto de la mejor manera.

En cuanto a los fondos disponibles para la implementación de los cambios necesarios, estos fueron absorbidos por la fundación. Fundación FACES cuenta con los fondos para realizar los cambios de forma casi inmediata al momento de tener los productos terminados.

Objetivos

GENERAL

Colaborar con Fundación FACES por medio de la gestión y producción de diseño gráfico, con el fin de difundir la labor social que realiza al formar seres humanos dignos a través de la capacitación e inserción laboral de personas con discapacidad intelectual.

ESPECÍFICOS

Comunicación visual

Apoyar en los procesos de comunicación de la Fundación FACES por medio del diseño de una identidad visual que fomente el reconocimiento de su labor como institución y de los servicios que presta a jóvenes y adultos que presenten algún tipo de discapacidad intelectual.

Diseño Gráfico

Diseñar una identidad corporativa que transmita los valores de Fundación FACES con el propósito de crear una marca que sea representativa, memorable, atractiva, agradable y que posea un significado definido.

CAPÍTULO 2

PERFILES

Perfil de la institución

Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental (FACES)

- **Horario:** atención al público de 7 a.m. a 3 p.m.
- **Dirección:** 31 av. "A" 3-27 zona 11. Utatlan II, Ciudad de Guatemala.
- **Teléfonos:** (502) 2434 6631 y (502) 2439 4656
- **Página web:** www.fundacionfacesguatemala.org
- **Correo de atención:** info@fundacionfaces.org

(FACES s.f.)

SECTOR SOCIAL

La Fundación FACES es una entidad de educación especial ocupacional no lucrativa y de servicio destinada a la capacitación e inserción laboral de personas con discapacidad intelectual, motriz y de lenguaje que promueve actividades científicas, educativas, deportivas, sociales, culturales, técnicas y de servicios profesionales por medio de programas y talleres. Especializados en el campo de la atención de jóvenes y adultos con discapacidad intelectual de 15 años en adelante provenientes principalmente de la ciudad y municipios aledaños como Mixco y Villa Nueva, para garantizar su desarrollo integral dentro de la sociedad.

HISTORIA

La Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES- surge de la idea de la licenciada Olga Alicia González de Berger y un grupo de padres de familia y colaboradores, además del aporte técnico, docente y administrativo del Centro para El Desarrollo Psicopedagógico Integral - CEDEPI - (entidad privada), quienes creyeron en el proyecto para jóvenes y adultos con discapacidad intelectual.

Sin embargo, el proyecto con visión integral de inversión social y de servicio para atender a sectores sin recursos económicos no se consideró viable como entidad privada, por lo cual se construyó - FACES - como una institución no lucrativa para facilitar la obtención de recursos y el desarrollo de proyectos para cumplir con sus objetivos sociales. Reconociendo su Personalidad Jurídica el 11 de octubre del año 2,000. Con reconocimiento Nacional e Internacional, mismo que le ha permitido ser miembro desde 1999 de THE ARC (Association for Retarded Citizens of USA) y la inducción de procesos laborales de la Asociación de Paz y Bien de Sevilla- España (2000) (FACES s.f.).

FILOSOFÍA

Misión

“Formar seres humanos dignos a través de la capacitación e inserción laboral, de personas con discapacidad intelectual; para que por medio de actividades integrales acordes a sus capacidades, destrezas sociales y habilidades de autoayuda, desarrollen el potencial de aprendizaje que les permita alcanzar la calidad de vida que les integre a la sociedad y gozar del ejercicio de su ciudadanía” (FACES s.f.).

Visión

“Ser una entidad pionera en la Autorrealización y Capacitación Especial de jóvenes y adultos con Discapacidad intelectual, identificada con la inclusión social de alumnos egresados e insertados laboralmente, de reconocida credibilidad nacional e internacional por las actividades que realiza; con personal multidisciplinario, con mística de trabajo y compromiso social” (FACES s.f.).

Valores

- **Respeto:** a los derechos humanos sin paternalismo ni asistencialismo.
- **Igualdad:** como promoción para la convivencia de todas las personas.
- **Equidad:** para fomentar las oportunidades.
- **Democracia justa:** participativa con espíritu crítico y constructivo.
- **Inclusión social:** como práctica de vida.
- **Solidaridad:** reciprocidad y apoyo mutuo con las personas individuales y jurídicas.
- **Disciplina:** criterio de seguimiento y medición de resultados.
- **Compromiso social:** permanente, para mejorar la calidad del trabajo que realizamos.
- **Transparencia:** racionalidad en el manejo de los recursos de la organización.

(FACES s.f.)

SERVICIOS QUE PRESTA

Son una entidad de educación especial ocupacional no lucrativa que cuenta con programas educativos de competencias sociales tales como computación, artísticos culturales, expresión corporal y deportes, entre ellos atletismo, baloncesto y fútbol. Además de contar con el área de talleres ocupacionales “La Colmena” donde se realizan actividades como panadería, carpintería, reciclaje, bisutería, cocina y maquila (empaques de fármacos y otros). Atendiendo a jóvenes y adultos con discapacidades intelectuales, síndrome de Down, síndrome de Asperger y autismo a partir de los 15 años (FACES s.f.).

GRUPO OBJETIVO

Jóvenes y adultos de 15 años en adelante con alguna discapacidad intelectual, motriz o del lenguaje, síndrome de Down, síndrome de Asperger o autismo que se encuentren dentro del radio de la Ciudad de Guatemala o municipios aledaños (FACES s.f.).

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Fundación FACES es una institución autofinanciable ya que la cuota mensual oscila entre los Q1,130. Sin embargo, como no todas las personas cuentan con el mismo nivel socioeconómico se realizan diversas actividades con el objetivo de conseguir donaciones y recaudar fondos (FACES 2020).



Figura 2. Logotipo Fundación FACES.
Fuente: <https://www.facebook.com/Fundaci%C3%B2n-FACES-708285422575569>

IDENTIDAD VISUAL

Antecedentes gráficos

Logotipo

El logotipo actual maneja dos colores, celeste y amarillo. Cuenta con dos elementos gráficos que representan dos caras, jugando con el concepto de *faces* (caras en inglés). Es la versión más utilizada, tanto en documentos como en las redes sociales. Sin embargo, en playeras y ciertos documentos más formales se utiliza sin el recuadro de fondo, utilizando solo los elementos gráficos y la frase “Yo puedo... déjame intentarlo”.

Redes sociales

Cuentan con una página en Facebook donde se denominan como Organización no gubernamental (ONG) y un perfil en Instagram. Sin embargo, en ambos perfiles, la palabra Fundación se encuentra tildada con acento grave y no agudo, como se usa en idioma español, dificultando así la búsqueda de la misma.

Página web

Cuentan con una página web que no ha sido actualizada en muchos años y se encuentra abandonada. Poseen el dominio y pagan por él pero no es funcional como desearían. (FACES 2020) El diseño actual no es ordenado y la página no es intuitiva, es fácil perderse entre tanta información que se presenta.



Figura 3. Captura de pantalla de la página web de Fundación FACES Fuente: elaboración propia

ORGANIGRAMA

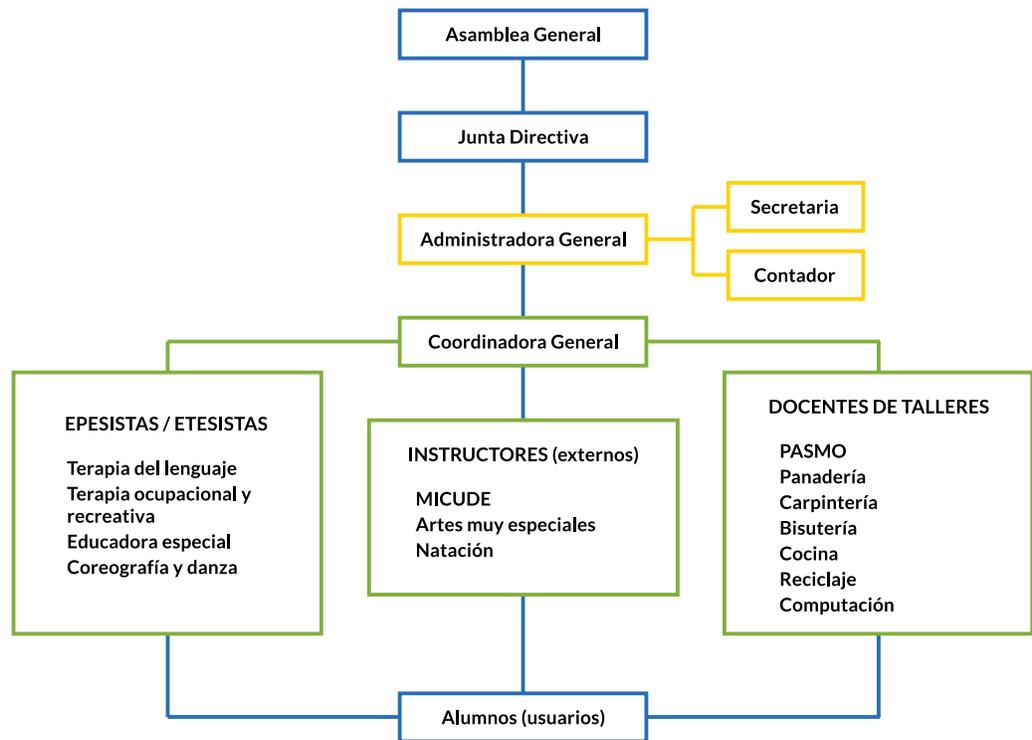


Figura 4. Organigrama general de Fundación FACES
Fuente: elaboración propia

JUNTA DIRECTIVA

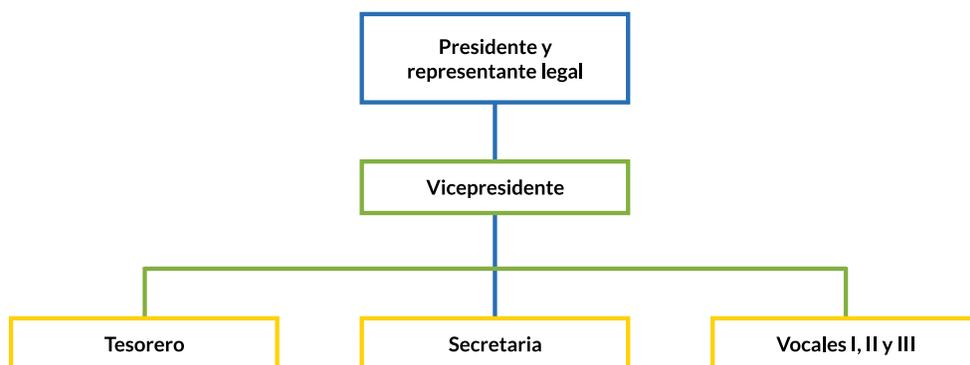


Figura 5. Organigrama de la junta directiva de Fundación FACES
Fuente: elaboración propia

Perfil del grupo objetivo

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

Características geográficas

Residentes de la ciudad capital o municipios aledaños.

Características sociodemográficas

Familias con uno o más miembros que tengan alguna discapacidad intelectual, motriz o del lenguaje, síndrome de Down, síndrome de Asperger o autismo de 15 años en adelante.

Características psicográficas

La prioridad de estas familias son los gastos del hogar, gastos básicos como comida, servicios de luz y agua, estudios de los hijos. Les interesa salir en familia y conocer personas que se encuentren en la misma situación para empatizar. Participan en actividades de sus comunidades o de los lugares donde viven. Se preocupan por el bienestar de su familia.

Los jóvenes atendidos por la institución suelen tener una personalidad activa, cuando sienten que pueden entrar en confianza con una persona pueden darle mucha atención. Suelen ser amigables con las personas que los tratan con respeto. Para algunos puede ser difícil entrar en confianza pero al pasar esa barrera, sus interacciones suelen ser muy interesantes. Son personas de las cuales se puede aprender mucho.

Estas familias suelen tener un estilo de vida hogareño. Invierten tiempo para poder estar con sus familias y atender las necesidades especiales que puedan llegar a tener. Son bastante entregados a sus responsabilidades y suelen dividirse las tareas del hogar. Encuentran la diversión en las actividades familiares e incluso en conocer y relacionarse con otras familias que se puedan encontrar en situaciones similares a las que ellos viven.

Aparte de asistir a FACES y realizar terapias de forma independiente, estos jóvenes y adultos suelen tener aficiones como deportes, cocina, artes, etc., que complementan su personalidad y estilo de vida. Su vida suele ser bastante activa ya sea dentro o fuera de sus casas según las posibilidades de sus familias y las aptitudes de cada persona. Sin embargo, es necesario tomar en cuenta que las edades pueden variar mucho, por lo tanto no todos tienen las mismas capacidades o posibilidades a nivel físico.

GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

Características geográficas

Residentes de la ciudad capital o municipios aledaños.

Características sociodemográficas

Mujeres y hombres capacitadores o terapeutas con conocimientos de psicología, interesadas en la superación de personas con discapacidad intelectual. Movidas por su amor a la profesión y con metas claras de ayudar a la población que puede encontrarse con dificultades en su desarrollo.

Características psicográficas

La prioridad de estas personas es su familia, cumplir con las necesidades básicas tanto propias como de su familia, preocupándose también por encontrar momentos de ocio, entretenimiento y relajación. Entre sus intereses se encuentra realizar actividades en familia, con amigos y dedicarle tiempo a su trabajo.

Son personas apasionadas por lo que hacen, ya que buscan el bienestar de las personas que atienden dentro de la institución, incluso creando vínculos, sintiendo cariño y admiración por ellos debido a los retos a los que se enfrentan día con día. Suelen tener una personalidad muy abierta, son amables, dedicadas y muy empáticas. Se desenvuelven bien en el trabajo con amabilidad y dulzura, siendo firmes en los momentos adecuados. Además, tienen una preocupación genuina por promover la inclusión de las personas con discapacidad intelectual en la sociedad, siendo esta una de sus principales motivaciones en el ámbito laboral.

Su estilo de vida es hogareño. Invierten tiempo para estar en familia y son entregadas a sus responsabilidades dentro del hogar. Sin embargo, cuentan con un grupo de amigas con las cuales se relacionan constantemente. La convivencia con personas ajenas a su familia ya sea amigos o vecinos es parte de sus momentos de ocio, completando así una vida cotidiana metódica en la cual las rutinas suelen ser importantes.

Relación entre el G.O. y Fundación FACES

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

Este grupo objetivo se refiere principalmente a los padres de familia o encargados de un alumno de Fundación FACES (una persona con algún tipo de discapacidad intelectual). Además de posibles nuevos clientes, es decir personas que busquen el apoyo que brinda la institución en el desarrollo de habilidades físicas, cognitivas y psicológicas por medio de la capacitación e inserción social y laboral de personas con algún tipo de discapacidad intelectual de 15 años en adelante.

GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

Este grupo objetivo se refiere a los trabajadores internos de Fundación FACES, es decir terapeutas, capacitadores, maestros, psicólogos, personal administrativo, etc. Que trabaja fervientemente por conseguir que la institución sea una entidad de educación ocupacional no lucrativa y de servicio que pueda brindar la ayuda necesaria a personas con discapacidad intelectual en Guatemala y obtenga resultados positivos en el desarrollo de estas personas. Además de crear vínculos emocionales y una gran admiración con los alumnos de la institución y sus familias.

¿POR QUÉ DOS GRUPOS OBJETIVO?

La razón principal para tener dos grupos objetivo es porque se necesita tanto la perspectiva de los clientes, siendo ellos el grupo objetivo primario, como la de los colaboradores internos, siendo el grupo objetivo secundario, para comprender de una mejor manera las necesidades de comunicación visual de la institución. Además de obtener una perspectiva más amplia de la forma en que es percibida por estos dos grandes grupos.

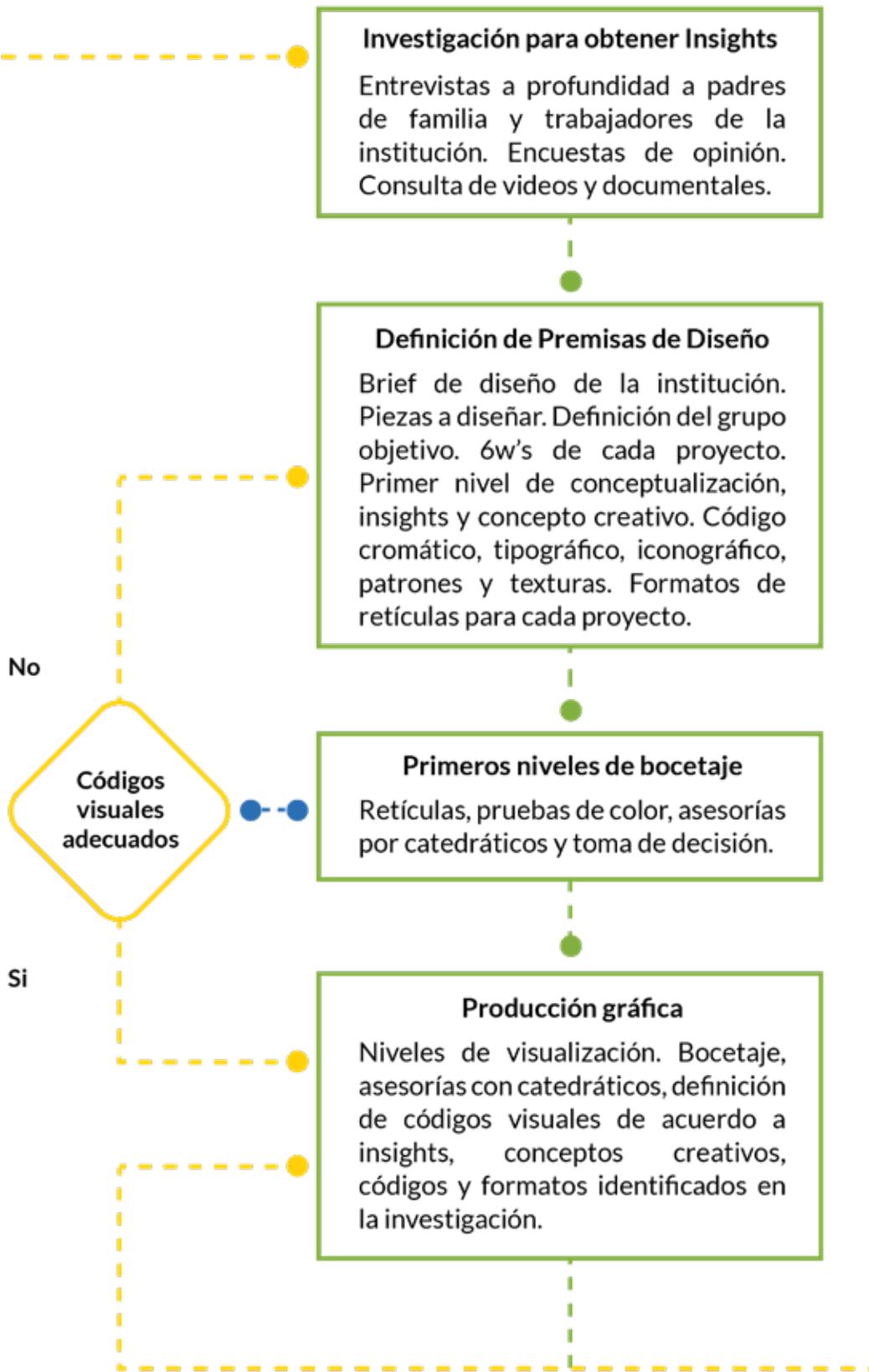
Por otro lado, es necesario subrayar que se trata de dos proyectos en uno, ambos institucionales, siendo el principal la definición de una nueva identidad gráfica y el secundario el manual de identidad gráfica. El primero dirigido específicamente a los clientes/usuarios actuales y potenciales y el segundo a los colaboradores de Fundación FACES, ya que, ellos harán uso de la línea gráfica de manera principal y deben comprender el uso adecuado de la misma.

CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN OPERATIVA

FLUJOGRAMA





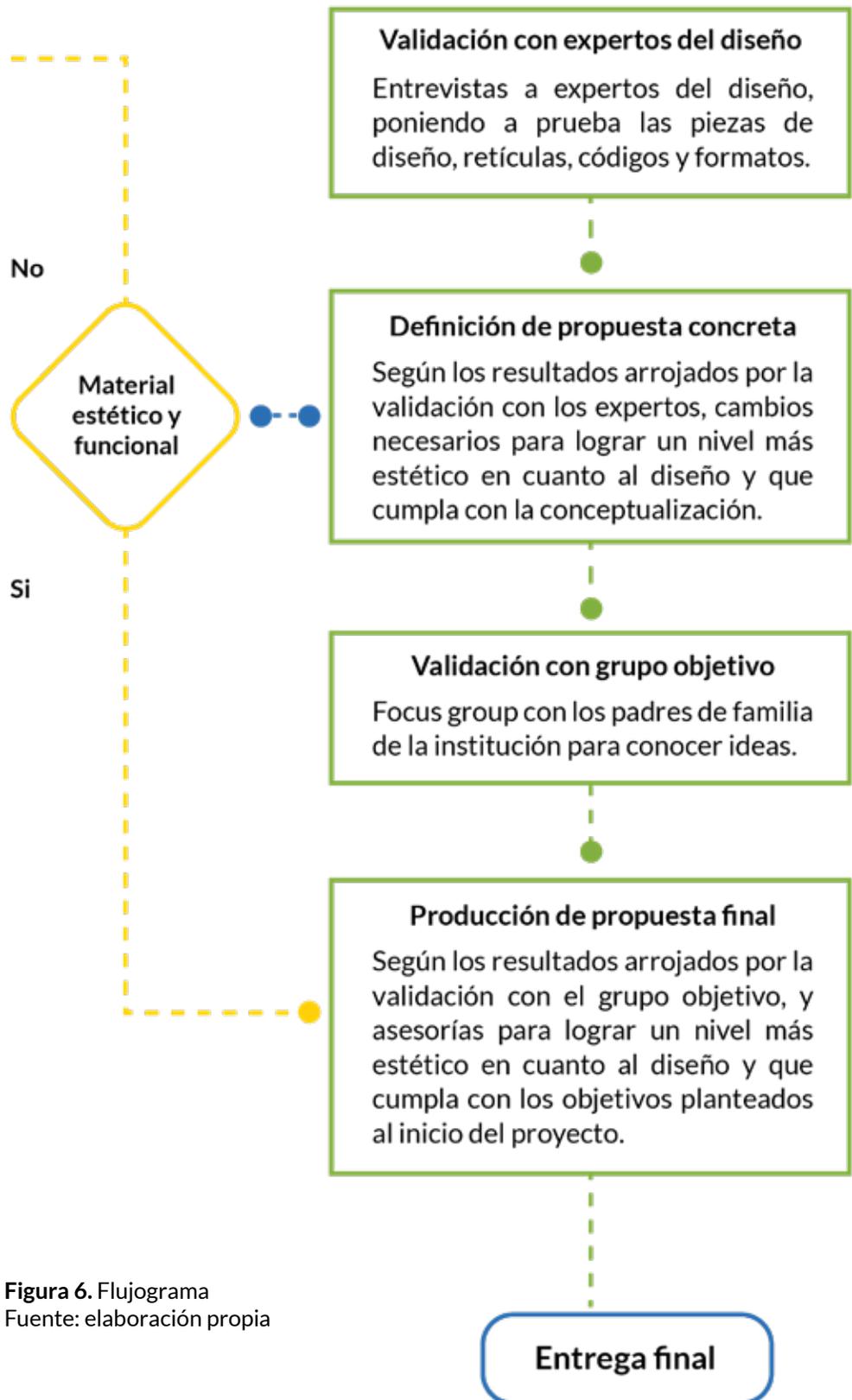


Figura 6. Flujograma
Fuente: elaboración propia

CRONOGRAMA

JULIO	SEMANA			
Revisión del Protocolo por la tercera asesora.	■			
Entrega del Protocolo a la asesora metodológica.		■		
Entrega del Protocolo a la Unidad de Graduación.			■	
Investigación para el Marco Teórico.				■

Figura 7. Cronograma de julio
Fuente: elaboración propia

CRONOGRAMA

AGOSTO	SEMANA			
Definición de 6w's.	■			
Desarrollo del Marco Teórico.	■	■	■	
Última revisión de Protocolo por la asesora metodológica.			■	
Primera entrega de Marco Teórico.			■	
Coevaluación de Marco Teórico con compañeros de clase.			■	
Entrevistas a padres de familia y trabajadores de la institución para obtener insights.				■
Investigación extra para definir insights.			■	■
Identificación de insights y conceptos creativos.				■
Definición de premisas de diseño.				■

Figura 8. Cronograma de agosto
Fuente: elaboración propia

CRONOGRAMA

SEPTIEMBRE	SEMANA			
Definición de premisas de diseño.				
Presentación y entrega de premisas de diseño.				
Primeras propuestas de diseño.				
Correcciones correspondientes al feedback.				
Feedback de la institución.				
Revisión del Marco Teórico por la tercera asesora.				
Validación con expertos del diseño.				
Última revisión del Protocolo y Marco Teórico por la tercera asesora.				
Última revisión del Protocolo y Marco Teórico por la tercera asesora.				

Figura 9. Cronograma de septiembre
Fuente: elaboración propia

CRONOGRAMA

OCTUBRE	SEMANA			
Correcciones correspondientes al feedback de la institución y asesores.	■			
Definición final de piezas de diseño.			■	
Validación con grupo objetivo.			■	
Asesoría de guía de estilos para el informe final				■
Correcciones correspondientes al feedback de la institución, asesores y grupo objetivo.			■	
Entrega de primeras piezas del material gráfico.				■

Figura 10. Cronograma de octubre
Fuente: elaboración propia

NOVIEMBRE	SEMANA			
Correcciones correspondientes al feedback de la institución y asesores.	■			
Última entrega del material gráfico.	■			
Últimos cambios y revisiones al informe final.	■			
Entrega del informe final.			■	

Figura 11. Cronograma de noviembre
Fuente: elaboración propia

PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

	PREVISIÓN DE RECURSOS	COSTOS	
	Energía eléctrica	Q 900.00	
	Internet	Q 900.00	
	Investigación	Q 3,000.00	
	Conceptualización	Q 3,000.00	
	Propuestas de branding.	Q 4,000.00	
	Propuestas de merchandising	Q 1,000.00	
	Gastos varios	Q 200.00	
	Propuestas de branding.	Q 2,500.00	
	Propuestas de merchandising	Q 8,000.00	
	TOTAL	Q 23,500.00	

Figura 12. Tabla de previsión de recursos y costos
Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 4

MARCO TEÓRICO

La discapacidad intelectual y su escasa visibilidad en medios de comunicación

Cuando se habla sobre la discapacidad intelectual es probable que el diseñador tenga algunas ideas ambiguas de lo que esto implica. Lo que probablemente no sabe es la existencia de distintos tipos. Además del hecho que cada uno puede tener distintas causas y consecuencias, sin mencionar que las formas de detección no son las mismas en todos los casos. Por esa razón, desde una edad temprana es necesaria la educación especial adecuada, para quien la padece, según sus necesidades y capacidades. Posteriormente, en una edad adulta, resulta esencial la constante estimulación de sus mentes. Además, es necesaria una capacitación adecuada para incorporarse al mundo laboral. Es probable que para un diseñador no se encuentre la forma en la que se puede incursionar para hacer más conocida esta problemática social. Sin embargo, como comunicadores de ideas esta responsabilidad se encuentra latente.

Al pensar en personas con discapacidad intelectual lo más seguro es que la idea que venga a la mente sea la de una persona que necesita más cuidados y tiene una forma de aprender más lenta. En parte esta afirmación es cierta, pero no puede ser tomada como una afirmación totalmente acertada, porque esta condición implica mucho más que eso.

Según la 11.^a edición del informe de la Asociación Americana sobre Discapacidad Intelectual y del Desarrollo -AAIDD- “La discapacidad intelectual se caracteriza por limitaciones significativas tanto en funcionamiento intelectual, como en conducta adaptativa, tal y como se ha manifestado en habilidades adaptativas, conceptuales y prácticas. Esta discapacidad se origina antes de los 18 años” (AAIDD 2010). A raíz de esta definición se pueden sacar un par de afirmaciones. La discapacidad intelectual marca diferencias en la conducta, habilidades y prácticas; además de ciertas limitaciones en el funcionamiento intelectual.

La definición anterior no puede comprenderse por sí sola, es necesario obtener conocimiento previo de ciertos términos. Por recomendaciones de un artículo sobre la discapacidad intelectual, publicado en la DownCiclopedia de la Fundación Iberoamericana Down21 (2016), debe acompañarse por cinco premisas de carácter explicativo.

1. Las limitaciones en el funcionamiento deben ser consideradas conforme al contexto del ambiente en el que se desarrolla y en comparación a personas de su edad y cultura.
2. Para que una evaluación sea válida, debe tomarse en cuenta la diversidad cultural y lingüística, así como las diferencias de comunicación, aspectos sensoriales, motores y conductuales.
3. En una persona, las limitaciones coexisten con las capacidades.
4. El objetivo principal para la descripción de limitaciones es la creación de un perfil de necesidades de apoyo.
5. Mantener apoyos personalizados y apropiados durante un largo periodo, puede llegar a ser beneficioso en la vida de una persona con discapacidad intelectual (Flórez, 2016).

Estas definiciones son más que nada utilizadas para el diagnóstico y clasificación. Pero yendo más allá de los tecnicismos se necesita de una definición que pueda englobar las necesidades que pueden traer este tipo de condiciones.

Por ejemplo, en la entrevista del programa de televisión *Desayunos Informales*, de Uruguay (2018), con la presidenta de la Fundación Nuestro Camino se obtuvo una definición más amplia y fácil de comprender. Debido a que esta es brindada desde su experiencia como presidenta de la fundación y como madre de un joven con discapacidad intelectual.

Comenta que la discapacidad intelectual, no se trata de una enfermedad sino de una condición, muchas veces genética, que les da características diferentes a las personas. Pero esto no quiere decir que no puedan salir adelante, más bien necesitan mucha ayuda y estimulación para hacerlo. Además, de la atención y aceptación de los padres desde el momento del diagnóstico. Acompañado por la estimulación temprana y acompañamiento escolar especializado según la medición previa de sus capacidades. Sin perder la inten-

ción de brindarles autonomía en cierto punto de su vida, porque el factor libertad termina siendo determinante para su desarrollo (Rubio 2018).

Por otro lado, no todas son iguales, existen diversos tipos que dependen de diversas situaciones. No obstante, esto no hace referencia a los diferentes síndromes o trastornos que existen como parte de las discapacidades intelectuales. Más bien, estas están determinadas por grados; leve, moderado, grave y profundo. Según su cociente intelectual.

Quienes pertenecen a un nivel leve cuentan con un cociente intelectual entre 50 y 70. Siendo aproximadamente un 85 % del total de discapacitados intelectuales (Incluyeme 2017). Teniendo princi-

palmente un retraso en el campo cognitivo y afectación de la etapa sensoriomotora. La cual se refiere a la forma en la que los bebés van comprendiendo el mundo, por medio de estímulos que reciben del ambiente o que ellos mismos provocan (Vergara 2017).

En el nivel de discapacidad intelectual moderada, el cociente intelectual se encuentra por debajo del 50. Implicando una necesidad constante de supervisión pero que puede ser superada con distintas terapias llevándolos a estar preparados para el mundo laboral.

Las personas pertenecientes al nivel grave poseen un cociente intelectual entre 20 y 35, presentando, usualmente, daño a nivel neurológico. Se encuentran con problemas del habla y habilidades motoras pero pueden llegar a comunicarse y a entender comunicación oral sencilla. Necesitan de una supervisión constante y procesos de aprendizaje diferentes.

El grado profundo suele ser poco frecuente pero se trata de personas con un cociente intelectual de menos de 20 puntos. Necesitan cuidados constantes y mucha supervisión en su vida diaria. Generalmente su tasa de supervivencia

no es muy alta. Poseen grandes problemas neurológicos, dificultades de desarrollo, además de otras discapacidades graves, sin mencionar, grandes limitaciones a nivel sensoriomotor. Comprenden instrucciones y gestos mientras sean sencillos y directos (Castillero 2017).

Pero más allá de los tipos que pueden existir no todos son derivados por las mismas causas. Estas se ven condicionadas por diversos factores, desde la vida de la familia previa al nacimiento, durante el embarazo o el nacimiento, hasta en los primeros años de vida. Por otro lado, las consecuencias que esto puede traer dependen del ambiente y contexto en el que se desarrolla, la ayuda externa de profesionales que pueda recibir e incluso de la atención de los padres. Sin mencionar que las formas de detección también suelen ser distintas.

De acuerdo con el portal web Plena Inclusión, creado por el movimiento asociativo español de base familiar, que defienden los derechos de las personas con discapacidad intelectual y otras discapacidades del desarrollo, existen cuatro causas para la discapacidad intelectual. Las cuales pueden darse antes, durante o después del nacimiento de una persona. Dividiéndose en trastornos genéticos como el síndrome de X Frágil; trastornos cromosómicos como el síndrome de Down; causas biológicas / orgánicas como enfermedades durante el embarazo, asfixia del bebé durante el parto, un golpe en la cabeza tras el nacimiento y causas ambientales como el consumo de drogas durante el periodo de gestación.

Medline Plus, un recopilatorio de artículos de la Biblioteca Nacional de Medicina de los Estados Unidos (2020), indica que a pesar de existir muchas causas

para la discapacidad intelectual los médicos suelen encontrar una razón específica solo en un 25 % de los casos. No obstante, amplía más las causas, clasificando como las más comunes a las infecciones durante o después del nacimiento; anomalías cromosómicas; ambientales; metabólicas como los niveles altos de bilirrubina en los bebés; nutricionales como la desnutrición y tóxicas como la exposición a sustancias ilícitas en cualquier etapa del desarrollo.

En cuanto a las formas de detección un buen punto de partida resulta ser la observación del funcionamiento intelectual y la conducta adaptativa (Center for Parent Information & Resources 2016). El funcionamiento intelectual se refiere a la habilidad para aprender, resolver problemas, pensar, etc. Mientras que la conducta adaptativa se refiere a las destrezas que el niño puede hacer en comparación a otros niños de su edad como vestirse, ir al baño, comer, etc. Normalmente su detección no es inmediata, a menos que los signos sean demasiado evidentes, por lo general pueden detectarse durante la primera etapa de vida estudiantil. Otra forma para detectarlo es por medio de análisis de sangre al recién nacido para identificar algunas enfermedades que puedan causar discapacidades intelectuales.

Pero también existen las formas de detección prenatales por medio de pruebas que pueden identificar enfermedades en el feto. Estas suelen ser recomendadas a mujeres mayores de 35 años o con antecedentes familiares de determinadas enfermedades. Entre las que destacan la Amniocentesis (Instituto de Educación del Paciente 2011) o la Muestra de Vellosidades Coriónicas (Simpson, Otano 2007). Ambas son capaces de detectar trastornos genéticos en distintas etapas gestales, siendo poco recomendadas por el riesgo de un aborto espontáneo.

Las consecuencias que la detección de estos trastornos pueden traer son muy variadas. Desde ser una noticia difícil de asimilar para los padres (Down España 2016), exclusión por parte de la sociedad (Plena Inclusión 2018) hasta la falta de independencia como consecuencia de la sobreprotección (Telemadrid 2017).

Sin embargo, no todas las consecuencias son negativas, según testimonios de personas con Síndrome de Down, recopilados por Telemadrid (2017), se puede tener un trabajo, una pareja, gustos, aficiones, sueños y hacer muchas cosas que puede hacer una persona promedio. Las diferencias son evidentes pero se puede llevar una vida autónoma hasta cierto punto si se atienden sus necesidades especiales a una edad temprana. Estas personas buscan ser tratados como cualquier otro y vencer los estereotipos creados por la sociedad.

Como se pudo observar en el punto anterior, la educación especial para las personas con discapacidad intelectual resulta ser esencial para el buen desarrollo de la mente y dependiendo del grado de discapacidad que se tenga, puede ser necesaria como un acompañamiento toda la vida, para evitar la regresión o estancamiento del aprendizaje (FACES 2020). En Guatemala existen centros de enseñanza especial o de terapias especializadas en distintas discapacidades, tales como FUNDABIEM, el Instituto Neurológico de Guatemala, el Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad -CONADI-, entre otros. Cada uno especializado en distintas discapacidades y con distintos fines como educar, albergar o capacitar, según sea su campo de trabajo (Currículo Nacional Base Guatemala 2017).

Durante la edad adulta, resulta esencial la constante estimulación de sus mentes además de una capacitación adecuada para incorporarse al mundo laboral. Sin embargo, la mayoría de instituciones en Guatemala ofrecen ayuda a niños o jóvenes antes de su mayoría de edad, dando apoyo más limitado a los adultos, para quienes aún es necesario contar con ayuda como terapias ocupacionales o capacitaciones laborales para

valerse por sí mismos. Esta tarea es llevada a cabo por pocas instituciones como la Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES- y la Fundación Margarita Tejadada especializada en el Síndrome de Down.

Ha sido demostrado por diversos testimonios recopilados por la Fundación Aura (2017) que son totalmente capaces de trabajar al recibir una capacitación previa y clara sobre su trabajo. Algunos jefes y compañeros de trabajo incluso comentan que pueden ser trabajadores excelentes y muy dedicados. El problema principal para lograr una inclusión completa es que el mundo está diseñado para un solo tipo de personas y esto dificulta la integración de personas con capacidades diferentes o necesidades de enseñanzas distintas (Plena Inclusión 2018).

Después de explicar todos los conceptos y explorar un poco más a fondo lo que es la discapacidad intelectual, queda una pregunta en el aire. Como diseñador gráfico o comunicador de ideas, ¿de qué forma se puede incursionar para hacer más conocida esta problemática social? Tanto el desconocimiento de la profundidad del tema

como derribar los estereotipos por medio de la difusión de información. El diseño gráfico se puede convertir en una herramienta de visibilización e integración social.

Víctor Margolin (2011), considera que “el diseño no debe verse más como una estrategia de desarrollo de productos, sino como una manera de pensar, una ideología, y un camino que permita mejorar las condiciones del mundo”. Esta es una razón más por la cual se desarrolla el diseño basado en el usuario, investigando sus necesidades, creando estrategias para un grupo objetivo que puedan generar un cambio en el campo y se enfoque en el servicio a las personas.

El poco conocimiento de la discapacidad intelectual en el país es una gran oportunidad para crear diseños, campañas y de más que creen conciencia en la población. Además de informar e impulsar a instituciones que brinden este tipo de ayuda para que su labor pueda ser más conocida y llegue a más personas. Por medio del diseño inclusivo se deja de considerar de manera fría a las personas para considerarlas agentes capacitados. No se les discrimina y se les hace partícipes de procesos para su empoderamiento y visibilización (Arango 2018).

En conclusión, la discapacidad intelectual es un concepto poco explorado por la sociedad en general. Es un concepto definido de diversas maneras, siendo la más acertada que es una condición que puede afectar el funcionamiento intelectual y la capacidad adaptativa de quienes viven con ella. No todas son iguales, ni necesitan de los mismos cuidados, ya que, existen los niveles leve, moderado, grave y profundo. Las causas por las que se deriva tampoco son iguales y pueden variar desde las prenatales, durante la gestación o nacimiento, hasta las postnatales, dependiendo del contexto en el que se dé el embarazo y no todas logran ser detectadas ya que el 75 % se dan por causas desconocidas. Cuando hablamos de formas de detección tampoco hay una sola forma, debido a que, cada uno requiere estudios distintos pero se puede realizar en su mayoría por medio de la observación del comportamiento. En cuanto a las consecuencias resultan ser muy variadas y dependen del apoyo brindado desde varios aspectos de la vida, como la educación especial en la edad temprana, la capacitación e inclusión laboral en la edad adulta y la más importante la aceptación familiar. Como comunicadores resulta casi imperativo colaborar a esparcir los mensajes sociales que a estas comunidades poco visibilizadas no se les permite expresar.

Fundamentos de diseño

Al hablar sobre el diseño gráfico, la población en general, usualmente piensa en hermosas piezas publicitarias, ilustración, tipografía y colores por todas partes, pensando que siempre se trata de algo empírico. Sin embargo, desde la perspectiva de un diseñador gráfico, se requiere un proceso de investigación riguroso que permita conocer al grupo objetivo que se tiene en mente. Este debería estar acompañado de diversas técnicas de conceptualización, que permitan encontrar soluciones adecuadas a lo que se busca comunicar. Además, resulta muy importante el uso correcto del lenguaje, para evitar que se pierda seriedad o credibilidad en la transmisión del mensaje. Teniendo resueltos los puntos anteriores es momento de ver más allá y encontrar las tendencias que mueven al grupo objetivo. Combinándolos con tipografías, retículas y colores específicos acorde al concepto creado, se vuelve posible la construcción de un diseño memorable para su posterior difusión dentro de los medios masivos de comunicación actuales.

Es bien sabido que la investigación es un elemento importante para el proceso previo al diseño de cualquier material. Las opiniones de investigadores expertos con respecto al tema son diversas. Comenzando por Blessing (2004) quien señala que “La investigación en Diseño tiene como objetivo aumentar nuestra comprensión del fenómeno de diseño en toda su complejidad en el desarrollo y la validación de los conocimientos, métodos y herramientas para mejorar la situación observada en diseño”. Siguiendo con Wolfgang (2007) quien considera que el objetivo final de la investigación es mejorar la práctica profesional en el diseño por medio de conocimientos específicos probados científicamente. Ambos concuerdan que la investigación colabora en el desarrollo correcto de cualquier práctica que se busque desarrollar.

Por otro lado y en una postura más específica en cuanto al diseño, se encuentra Blessing (2004). Indicando que la investigación de diseño pasa por tres fases claves, la basada en experiencias, la intelectual y la experimental. Esta postura se complementa con la de Herrera (2010) quien indica que se considera crítica la búsqueda de información de carácter serio para la creación de marcos teóricos que ayuden a comprender de una mejor manera la información que se desea transmitir. Tomando en cuenta estos criterios es entendible que no existe una fórmula exacta para investigar. No obstante es importante apoyarse de herramientas que sean de beneficio para obtener los resultados deseados.

Actualmente se conocen tres tipos de investigación en diseño. Primero, la investigación dentro del diseño la cual incluye estudios históricos y estéticos de las artes. Segundo, la investigación a través del diseño la cual se refiere a el diseño basado en proyectos, investigando sobre materiales y desarrollo. Tercero, la investigación para el diseño que

hace referencia al propósito de crear como resultado de la investigación (Universidad de Palermo 2007). Es necesario encontrar el tipo de investigación que más se adecúe a las necesidades del diseñador y del proyecto que se está desarrollando. Sin dejar de lado la posibilidad de combinarlas.

Derivandose de estos tipos de investigación, se crean una gran cantidad de técnicas que evolucionan con el paso de los años. Una de las que está tomando fuerza en la actualidad es la de las 6 w 's. Se trata de una técnica de investigación introspectiva donde se hacen las preguntas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué? o ¿para qué? Con el propósito de esclarecer los objetivos del diseño y obtener de forma simultánea un camino más claro para acercarse al grupo objetivo (Donis 2020). Además, es conocido por ser un método periodístico utilizado para resumir, en las primeras líneas del artículo, la información más relevante. De esta manera creando una premisa que resulte atractiva para atrapar al lector. Suele ser bastante útil cuando se necesita resumir de una forma concisa (HOMUORK 2016). Funcionando, de igual forma, dentro del diseño gráfico.

En contraste, es necesario consi-

derar que el diseño es todo un proceso que debe desarrollarse de manera correcta. Considerando que se trata de una constante construcción entre las acciones intuitivas y las deliberadas. Como se ha mencionado previamente, la investigación es determinante para encontrar el camino que resulte más favorecedor para la práctica realizada. Se vuelve necesaria la aplicación de diversas técnicas para conocer al grupo objetivo. Como la entrevista, que resulta ser bastante efectiva. Además de una constante revisión de conceptos y tendencias para permanecer al día con las tendencias de la época (Lupton 2011).

Luego de una investigación exhaustiva, es necesaria la conceptualización, acompañada del desarrollo de diversas técnicas. Estas son un conjunto de métodos con distintos niveles. Comenzando por los métodos creativos, derivando en las técnicas de pensamiento, realización de nuevas propuestas, para terminar en la conceptualización y posteriormente a un diseño (Marín 2010). Sin embargo, muchas veces no es sencillo, a pesar de tener buenas ideas, es complicado ponerlas en orden lógico y funcional.

Conceptualizar se define como el proceso de generar ideas sobre un tema específico, facilitando su comprensión posterior. Este resulta ser un proceso cotidiano para los humanos, siendo más que nada involuntario. Aprender a llevarlo a cabo para el beneficio de una marca o un individuo es cuando deja de ser un proceso cotidiano para convertirse en parte del proceso de cualquier diseñador que desarrolle una idea (Ideas con Café 2017). Por esta razón, la conceptualización está acompañada de técnicas creativas que son de gran ayuda para el desarrollo de las ideas. Estas van desde las más simples como el *brainstorming*, hasta las más complejas los 6 sombreros (COWORKINGFY 2017). Todas creadas con el propósito de brindar soluciones a la búsqueda de ideas o planificación de proce-

sos. Además de una constante innovación necesaria para las marcas, productos o empresas.

Posterior a los procesos de investigación y conceptualización, llega el momento de diseñar. Reunir las ideas más sobresalientes, crear una pieza que pueda distinguirse de las demás y ser memorable. En este punto entra a colación otro punto muy importante. Conocer la manera en que el grupo objetivo habla y encontrar la forma más conveniente de dirigirse a él. Idealmente, la marca debería hablar en el mismo tono que los consumidores para obtener su atención. No obstante, esto no debería entorpecer la identidad que ya se ha establecido (Núñez 2018). Es por eso que se vuelve imperativo que un diseñador tenga buen manejo del lenguaje. Conocer las palabras y su forma correcta de emplearlas. Evitar errores de gramática y ortografía a pesar de manejar un tono más informal, según pueda ser necesario.

Contar con una mala ortografía pone en peligro tanto la imagen del diseñador como la de la marca con la que se trabaja. Es una responsabilidad bastante grande que de no ser tomada en serio puede traer muchas consecuencias negativas para la marca. Desde pérdidas de prestigio, tiempo, dinero y material, por mencionar algunas. Además, las faltas de ortografía en cualquier tipo de contenido hacen que este pierda calidad y valor automáticamente (Gutierrez 2020). Definitivamente no trae consecuencias positivas para ninguno de los involucrados.

Según las palabras de Heraclio Atencio, director y estratega especialista en sistemas de *branding*, empaques y sitios web, para tener éxito es primordial poder comunicar eficazmente, diferenciar, crear identidad, facilitar y optimizar la funcionalidad y los recursos que generen experiencias únicas y agradables para el consumidor. Ese es el fin del diseño gráfico, comunicar. Transmitir mensajes claros que tengan un fin,

ya sea comercial o más profundo. Pero no basta con simplemente decirlo, sino encontrar la manera de hacerlo. Saber a quienes se dirige y la forma en que van a recibir este mensaje.

En conclusión, el diseño gráfico es un proceso para comunicar. Este debe ser respaldado por medio de una investigación profunda que arroje resultados concretos para construir mensajes que sean relevantes. Además de utilizar diversas técnicas, tanto investigativas como creativas, para conocer el grupo objetivo y encontrar la manera de hablar con ellos. También es necesario conocer las tendencias y comportamientos de los posibles clientes para llamar su atención. Es necesario verificar el uso correcto del lenguaje para evitar la pérdida del mensaje que se desea transmitir. Tomando en cuenta que es necesario contar con conocimientos básicos de ortografía para no incurrir en errores que puedan traer consecuencias negativas para los involucrados. Y por último, encontrar el punto específico para llegar al consumidor, crear una experiencia única que se vuelva memorable. Siendo diferente a cualquier otra propuesta dentro del mercado.

CAPÍTULO 5

DEFINICIÓN CREATIVA

Estrategia de la pieza de diseño

Con el paso de los años, la imagen gráfica institucional de una marca necesita evolucionar para mantenerse relevante. Consultar las tendencias y aplicarlas de una manera en la que se pueda conservar su esencia, pero que aún así se transmita el mensaje inicial. Demostrando innovación y permanencia en el mercado actual.

Para construir una identidad gráfica institucional es conveniente definir ciertos elementos gráficos que se vuelvan representativos. Comenzando por los colores, ya que serán una parte fundamental en la identificación de la misma. Elegir tonos de color específicos que puedan transmitir el espíritu de la marca se vuelve necesario al momento de poder generar sentimientos en los consumidores y conseguir atraer al grupo objetivo que se busca. Hacer la elección de una tipografía puede parecer bastante sencillo. Sin embargo, se

debe analizar qué mensaje transmite, considerar si este se adecúa al concepto creativo y a los valores de la institución. Por último, establecer la iconografía, tipo de ilustración o fotografía que coincida con las premisas mencionadas con anterioridad.

Después de establecer los elementos gráficos es necesario utilizarlos en todos los contextos posibles, para crear una identidad gráfica institucional que sea consistente.

LAS 6W'S

Se trata de una estrategia de conceptualización que debe responder a las preguntas: ¿qué?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿cómo?, ¿cuándo? y ¿por qué? o por sus siglas en inglés *what?, who?, where?, how?, when? and why?* Respondiendo a estas preguntas es posible generar un concepto conciso que sea capaz de explicar de forma sencilla la idea principal al lector.

En este caso, se aplicó esta técnica para comprender más a fondo el problema de comunicación visual que se necesitaba resolver y encontrar la manera más efectiva de hacerlo. Dividiendo el proyecto en dos partes específicas; la identidad gráfica institucional y el manual de identidad gráfica institucional.

IDENTIDAD GRÁFICA INSTITUCIONAL

¿Qué?

Actualización de la marca FACES.

¿Quién?

Padres de familia o encargados de una persona con discapacidad intelectual que buscan una fundación que les brinde apoyo.

¿Dónde?

Será presentada en Facebook, red social utilizada por la fundación, en el portal web de la misma y en todos sus documentos, es decir en toda su imagen gráfica.

¿Cuándo?

Para ser resuelto en los meses de agosto y septiembre.

¿Cómo?

Por medio de la investigación e identificación de *insights* del grupo objetivo.

¿Por qué? / ¿Para qué?

Atraer posibles clientes y potenciales colaboradores, a través de una nueva perspectiva de la fundación.

Concepto de brief

Actualización de la marca FACES por medio de la investigación e identificación de *insights* de padres de familia o encargados de una persona con discapacidad intelectual que busquen apoyo de una fundación. Esta será presentada en su página de Facebook, en su portal web y en todos sus documentos, con el propósito de atraer posibles clientes y potenciales colaboradores, a través de una nueva perspectiva de la fundación. Se encuentra programada para ser resuelta en los meses de agosto y septiembre.

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA INSTITUCIONAL

¿Qué?

Definición de las instrucciones para el uso correcto de la marca (logo, colores, tipografía, iconografía, etc).

¿Quién?

Actuales y posibles nuevos colaboradores internos de la Fundación FACES.

¿Dónde?

Archivo digital (PDF) compartido con la administradora y coordinadora general vía correo electrónico.

¿Cuándo?

Para ser resuelto en los meses de septiembre y octubre.

¿Cómo?

Por medio de una serie de reglas establecidas sobre la correcta utilización de la marca.

¿Por qué? / ¿Para qué?

Para evitar el uso inadecuado de la nueva marca.

Concepto de brief

Definición de las instrucciones para el uso correcto de la marca (logotipo, colores, tipografía, iconografía, etc) por medio de una serie de reglas establecidas para que los actuales y posibles nuevos colaboradores internos de la fundación FACES eviten el uso inadecuado de la misma. Esta será distribuida por medio de un archivo PDF compartido con la administradora y coordinadora general vía correo electrónico. Se encuentra programado para ser resuelto en los meses de septiembre y octubre.

Referencias visuales

CÓDIGO CROMÁTICO



Figura 13. Referencias de color
Fuente: <https://paletasdeclores.com/tag/colores-fuertes/>

CÓDIGO TIPOGRÁFICO



Figura 14. Referencia de tipografía
Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/382172718383886677/>

CÓDIGO ICONOGRÁFICO



Figura 15. Referencia de iconografía

Fuente: <https://isotipo.org/icono-diseno-web-tendencia-2020/>

CÓDIGO PATRONES Y TEXTURAS

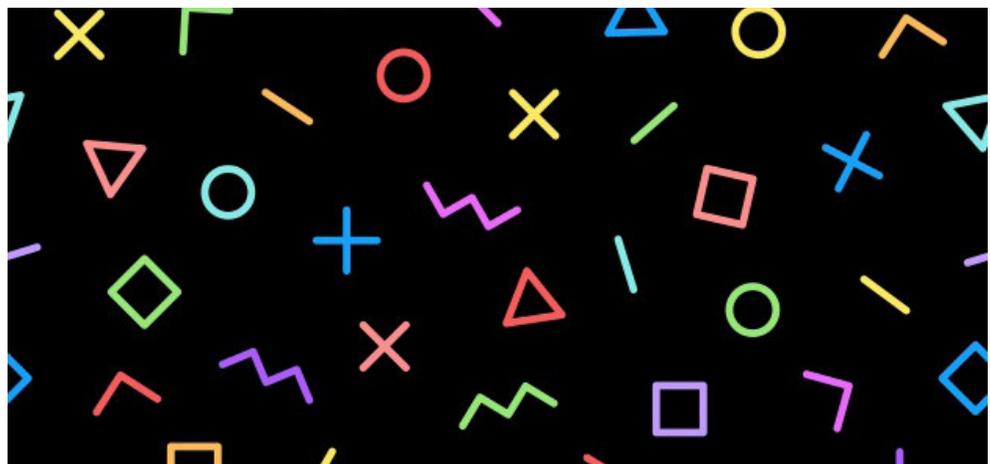


Figura 16. Referencia de patrones y textura

Fuente: <https://in.pinterest.com/pin/118923246398935685/>

CÓDIGO FORMATO Y RETÍCULAS

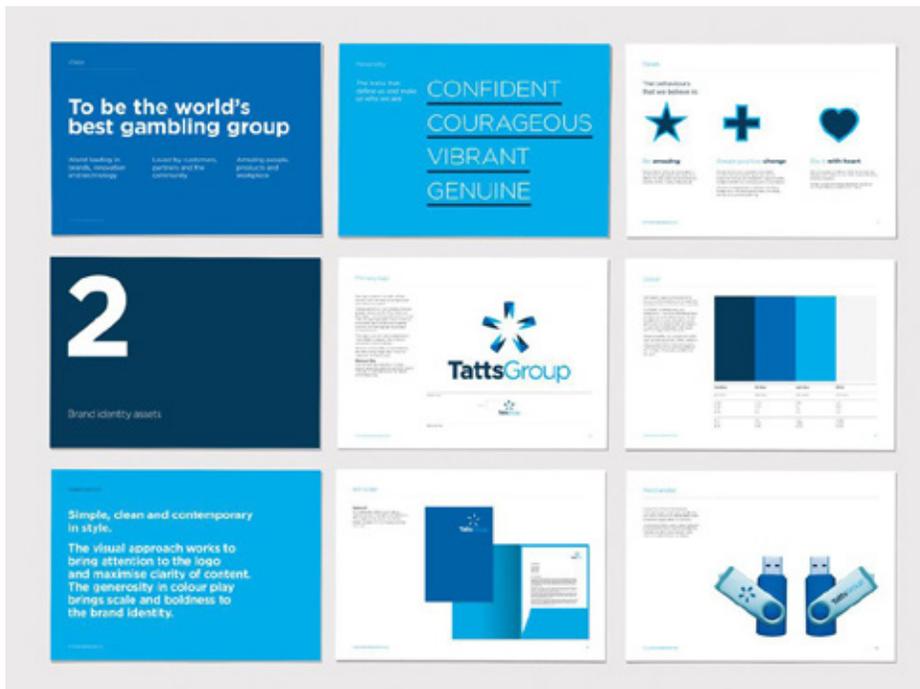


Figura 17. Referencia de formato y retículas manual de identidad
Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/288582288596659541/>



Figura 18. Referencia de formato y retículas papelería
Fuente: <https://cargocollective.com/dawidcmok/National-Museum-in-Warsaw>

Premisas de diseño

COLORES

Amarillo: este color representa al Síndrome de Down. También refleja felicidad, positividad y optimismo. Evoca alegría y energía. FACES es un lugar de crecimiento para personas con DI, por lo tanto debe mostrar ese positivismo.

Azul: este color representa al Autismo. Transmite estabilidad, armonía y calma, creando un contraste con la energía del amarillo. Además evoca confianza, una característica que se quiere reflejar en cuanto a FACES, ya que es un lugar seguro para las personas con DI y sus familiares pueden confiar en que están en buenas manos.

Verde: este color representa las oportunidades. Está relacionado con el crecimiento y la generosidad. En FACES se encuentran muchas oportunidades para crecer como persona, ser cada vez mejor. Se aprenden diversos valores que aportan al desarrollo humano de los alumnos y los colaboradores de la fundación.

TIPOGRAFÍA

Lato: en el imagotipo se representa en dos estilos diferentes: italic y bold. No obstante posee una gran variedad de ellos, lo cual permite generar textos más dinámicos y versátiles.

Según la psicología de la tipografía, las palo seco transmiten seguridad, modernidad y alegría. Además de presentar una buena legibilidad tanto en textos impresos como digitales. Tomando en cuenta que Fundación FACES está buscando una renovación de imagen gráfica y atraer público más joven. Lato se convierte en una opción perfecta para la modernización de su estilo.

ICONOGRAFÍA

El tipo de íconos escogidos consiste en una abstracción de las imágenes necesarias. Aplicados en su mayoría en el sitio web, papelería y *merchandising* con el fin de crear composiciones más dinámicas.

El estilo es principalmente con bordes redondeados para ser reconocidos más fácilmente y evitar que sean percibidos como algo fuerte. Hablamos de una institución amigable que ofrece ayuda y eso es lo que se quiere reflejar a sus posibles nuevos clientes.

RETÍCULAS

Manual de identidad corporativa: se ha elegido una retícula modular de 3 columnas, facilitando la jerarquía visual de los elementos. En ella tendrán una gran predominancia las imágenes o complementos gráficos, para obtener un estilo mucho más dinámico que al momento de una consulta rápida, se pueda encontrar el área que se busca. Por ejemplo la tipografía, colores, logo, entre otros aspectos.

Logotipo: se escogió una cuadrícula de 8x8 logrando una gran simetría. Creando un equilibrio tanto en relación al isotipo como al logotipo para crear un imagotipo agradable a la vista y reconocible de forma fácil.

Papelería corporativa: se buscaba un diseño poco cargado de color pero que sea representativo, con los colores corporativos en un solo lado de las hojas. El logotipo ocupa un espacio que lo convierte en un elemento reconocible, sin embargo que no protagonista. Texto de contacto en la parte inferior de la hoja, ya sea a la derecha o al centro.

Definición del concepto creativo

Como parte del proceso de conceptualización se realizaron una serie de entrevistas a padres de familia y trabajadores de la institución con el fin de obtener razones y motivaciones para pertenecer a ella. Por medio de un modelo de entrevista a profundidad que permite detectar *insights* y del análisis de las respuestas, encontrar un concepto creativo adecuado (consultar anexos 1 y 2).

Adicionalmente, se realizó una investigación de fuentes de consulta externas como videos y textos, y así poder recopilar testimonios de personas con algún tipo de discapacidad intelectual o cercanas a ellos que pudieran arrojar diferentes perspectivas sobre esta temática (consultar anexo 3).

Tomando en cuenta esta investigación se encontraron varias palabras o términos claves que son importantes en todos los contextos consultados.

PALABRAS CLAVE

Autonomía - independencia - desarrollo de capacidades - derechos - oportunidades - desarrollo de habilidades sociales - calidad de vida - apoyo - edad adulta - chicos especiales - superación personal - cariño - autorrealización - salud - aprendizaje - visibilidad - necesidades - talleres ocupacionales - educación personalizada - sinceridad - esfuerzo - ánimo - plenitud en el ámbito psicosocial - capacitación prelaboral - práctica - aportar - experiencia - lograr un cambio en la sociedad - mantenimiento de capacidades - incorporación a la sociedad - buen desarrollo del autoestima - ambiente seguro - respeto - profesionales - experiencias similares - mejora en la relación familiar - socializar - ser parte de algo - amabilidad - no rendirse - disponibilidad.

Por medio de los testimonios y la recopilación de las palabras clave, se llegó a la selección de diferentes *insights* que a su vez derivan conceptos creativos, hasta encontrar los más representativos para el proyecto.

INSIGHT

Su capacidad de salir adelante a pesar de las barreras que les pone la sociedad

CONCEPTO CREATIVO

Romper las barreras que nos dividen por medio de la inclusión.

La sociedad crea barreras para cualquier ser humano que sea diferente a lo convencional. Llevando a su discriminación y a la limitación de sus oportunidades. Sin embargo, con un poco de ayuda y dedicación, todos somos capaces de lograr lo que nos proponemos. De eso se trata la inclusión, brindar un ambiente seguro para el desarrollo de todo individuo sin ningún tipo de restricción. No importa nuestra condición sino nuestra disposición.

CAPÍTULO 6

PRODUCCIÓN GRÁFICA

Nivel 1 de visualización

OBJETIVOS

- Definir una conexión clara entre las premisas de diseño, *insights* y conceptos creativos.
- Bocetar las primeras ideas con el fin de encontrar posibles soluciones efectivas para resolver el problema de comunicación visual.
- Valorar las propuestas gráficas de forma objetiva con el propósito de seleccionar las mejores que cumplan con los criterios establecidos previamente; concepto de *brief*, concepto creativo, *insight*, premisas de diseño y objetivos del proyecto.

PROCESO

Posteriormente al establecimiento de las ideas principales, premisas de diseño y conceptualización, se realizaron entrevistas a parte del personal de Fundación FACES con el fin de conocer sus pensamientos sobre el proyecto y comprender la forma en la que este se había llevado a cabo hasta el momento de la entrevista (consultar anexo 4).

Se estableció una retícula de 8x8 para el logotipo. Mientras que para el manual de identidad gráfica institucional y las piezas de papelería se escogió una retícula de tres columnas, basándose en las mega, macro y micro tendencias de diseño.

Los formatos varían según las piezas de diseño:

Manual de identidad gráfica institucional con un formato horizontal de 11" x 8.5"

Hojas membretadas en tamaño carta 8.5" x 11 y oficio 8.5" x 13"

Tarjetas de presentación en formato horizontal 3.5" x 2" tiro y retiro

Sobres membretados en formato horizontal 8.6" x 4.3"

Carnets en formato vertical 2.16" x 3.35"

El proceso de bocetaje comenzó con bocetos a mano alzada de diferentes propuestas de logo. Seguidos de propuestas para el manual de identidad gráfico. Posteriormente se realizó la digitalización de las mismas. Siendo sometidas a una autoevaluación objetiva, con el fin de decidir cuales eran las mejores opciones.

Se llegó a la conclusión de cuatro propuestas que fueron presentadas a asesorías con la institución y el asesor gráfico del proyecto. Dando como resultado la eliminación de tres de ellas para continuar la construcción de una única propuesta que fue mejorada al alcanzar el nivel dos de visualización.

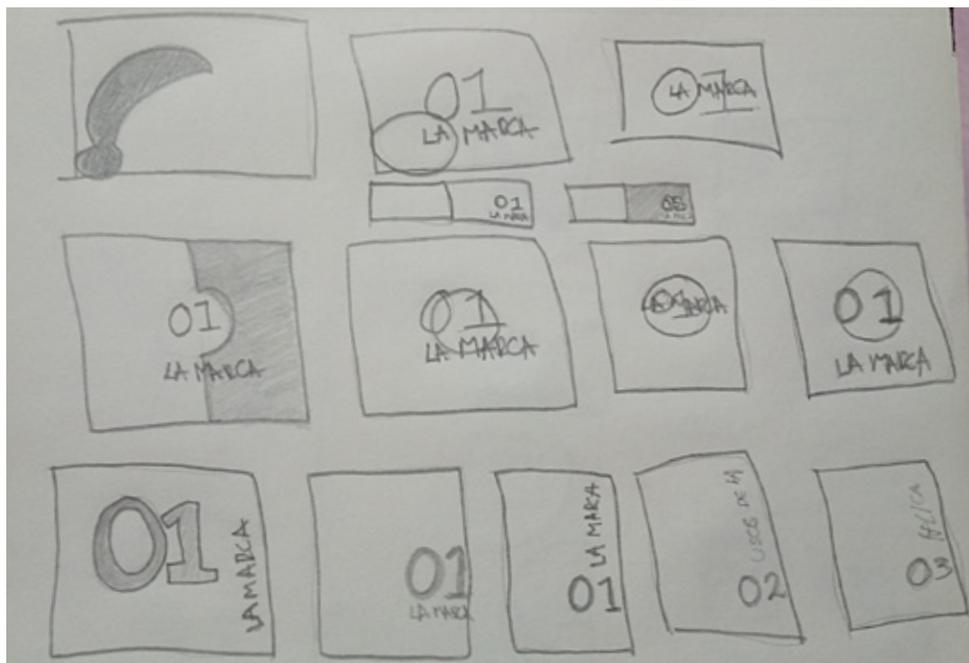


Figura 20. Bocetaje de portadillas para manual de identidad a mano alzada
Fuente: elaboración propia



Figura 21. Bocetaje de logos digital, primera propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 22. Bocetaje de logos digital, segunda propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 23. Bocetaje de logos digital, tercera propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 24. Bocetaje de logos digital, cuarta propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 25. Bocetaje de iconografía digital
Fuente: elaboración propia



Figura 26. Mockups de papelería, primera propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 27. Mockups de papelería, segunda propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 28. Mockups de papelería, tercera propuesta
Fuente: elaboración propia



Figura 29. Mockups de papelería, cuarta propuesta
Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- En este nivel de visualización se establecieron las bases necesarias para avanzar en el proceso y así encontrar resultados satisfactorios, que cumplieran con los requisitos básicos de la estética y las recomendaciones de los asesores. Además de establecer un inicio sólido en el desarrollo del proyecto tomando en cuenta la valiosa información recopilada con anterioridad.
- El proceso de bocetaje a mano resulta fundamental para aclarar las ideas y descartar aquellas que no tengan un buen nivel gráfico o que no transmitan el mensaje que se busca plasmar. Sin embargo, al momento de digitalizar los elementos se consigue una perspectiva más cercana al resultado final, dándole un enfoque diferente y permitiendo captar los errores o aciertos de la propuesta.
- Por medio de una autoevaluación objetiva sobre las piezas gráficas, sus fortalezas y debilidades, además del apoyo de los asesores y el criterio de visualización de la institución, se obtuvieron resultados que cumplen con los criterios de todos los involucrados.

Nivel 2 de visualización

OBJETIVOS

- Dar a conocer los primeros niveles de bocetaje del desarrollo de la línea gráfica.
- Comprobar la funcionalidad y estética del material gráfico, desde una perspectiva objetiva que pueda contribuir al buen desarrollo del proyecto.
- Verificar que el nivel de diseño gráfico de las propuestas cumplen con el concepto creativo, las necesidades del cliente y si se adecúan al grupo objetivo al cual va dirigido.

PROCESO

Al momento de tener una única propuesta establecida se procedió al mejoramiento de la pieza gráfica y a un mayor trabajo de bocetaje digital. Esta fue mejorando y evolucionando de forma progresiva hasta conseguir un resultado atractivo y mejor definido que las primeras propuestas. A partir de este punto comienzan las validaciones con personas externas al proyecto, comenzando con la validación por profesionales del diseño.

BOCETOS



Figura 30. Bocetaje digital de línea gráfica
Fuente: elaboración propia

CRITERIOS A EVALUAR

- Estética
- Composición visual
- Aplicación de fundamentos de diseño
- Aplicación de concepto creativo
- Unidad visual
- Jerarquías
- Psicología del color
- Legibilidad
- Criterios de comunicación visual
- Criterios de composición visual
- Impacto visual y memorabilidad

Metodología y uso de instrumentos

Se realizaron dos entrevistas vía Google Meet con expertos del diseño. En las cuales se realizó una presentación de los materiales gráficos con su respectiva explicación de conceptos y simbolismo de cada una de las partes. Posteriormente se hizo una serie de preguntas para conocer las opiniones de los profesionales. Por último, se dejó abierto el espacio para cualquier consejo, sugerencia o *feedback* que consideraran importante.

Se envió un formulario que fue construido desde la misma perspectiva de las preguntas realizadas en la entrevista. Las valoraciones se realizaron por medio de una escala de 5. Donde 1 es la valoración más baja y 5 la valoración más alta, según el criterio que se estaba evaluando. Este es equivalente a la versión corta y con menos duración para la validación, un resumen. También tenía un espacio abierto con el fin de compartir sugerencias, comentarios o *feedback*.

A todos los profesionales se les envió el formulario para su resolución (consultar anexo 5).

PARTICIPANTES

- Dos catedráticas de la universidad (Lcda. Cindy Ruano y Lcda. María Gutiérrez).
- Dos expertos del diseño (Fernando Grosjean y Lic. Pedro Pablo Reyes).
- Dos trabajadoras de la institución (Coordinadora y Administradora)

PERFIL DEL INFORMANTE

Profesional del diseño, catedrático, con conocimientos avanzados en el área de diseño que se necesita evaluar. Dispuestos a colaborar, con tiempo suficiente y conocimientos que puedan ser de beneficio para el desarrollo del proyecto.



Figura 31. Evidencia de validación con profesionales
Fuente: elaboración propia

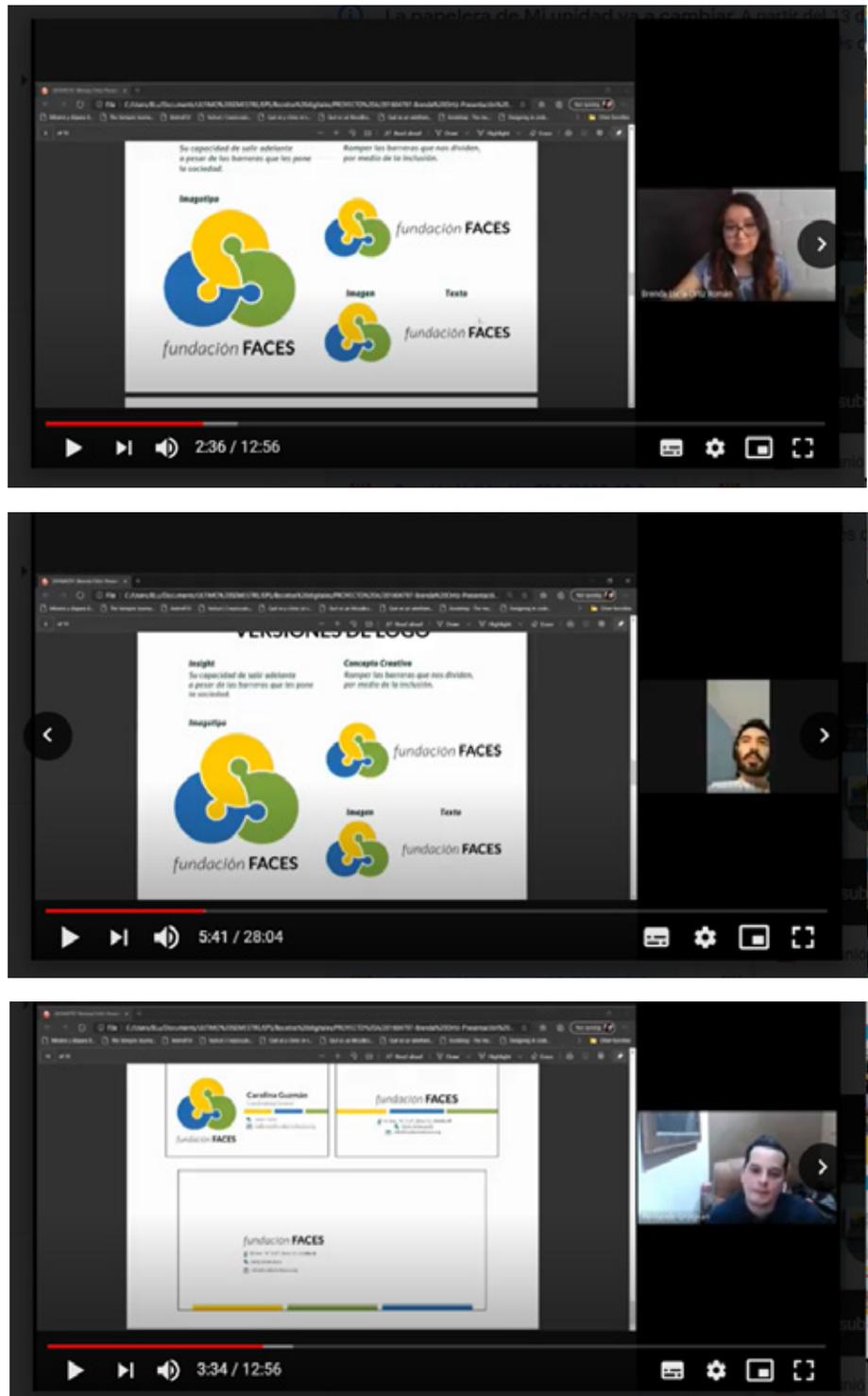


Figura 32. Evidencia de validación con profesionales
Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- Resulta fundamental tener en mente lo que se necesita obtener de la validación. Más allá de la aprobación de las piezas gráficas es conveniente entender de forma objetiva la opinión de los expertos. De manera que esto ayude al desarrollo del proyecto.
- Tomar en cuenta las observaciones de los profesionales es primordial. Sin embargo, es necesario no perder el criterio propio y comprender que cada individuo tiene una percepción diferente y usualmente sus opiniones están condicionadas por ella. No obstante, al momento de tener una observación recurrente es conveniente prestar atención a la misma.
- Obtener opiniones de personas ajenas al proyecto resulta favorable, porque de esta manera se puede saber si se está manejando de una forma correcta para ser entendible por el público. Las validaciones resultan ser necesarias al conocer las ideas diferentes que se pueden transmitir a través de las piezas gráficas.

Nivel 3 de visualización

OBJETIVOS

- Conocer las opiniones y las reacciones del grupo objetivo al respecto del posible cambio en la línea gráfica a la que se encuentran acostumbrados.
- Verificar el nivel de aceptación que tiene el cambio de perspectiva que se pretende dar a Fundación FACES por medio de una modificación radical de la imagen gráfica.
- Comprender el impacto visual y la memorabilidad que pueden tener las piezas gráficas frente al grupo objetivo real de la fundación.

PROCESO

Tras escuchar y comprender los comentarios de los expertos del diseño gráfico, además de varias asesorías con la institución y los asesores, se logró alcanzar una propuesta gráfica satisfactoria. La cual cumplía con los requerimientos de simetría, balance en los colores y representaba de forma técnica el concepto creativo. Posteriormente se sometió a una validación con el grupo objetivo, donde se presentaron todas las piezas gráficas incluyendo el logo, papelería y *merchandising*.

BOCETOS



Figura 33. Propuesta final de imago tipo
Fuente: elaboración propia

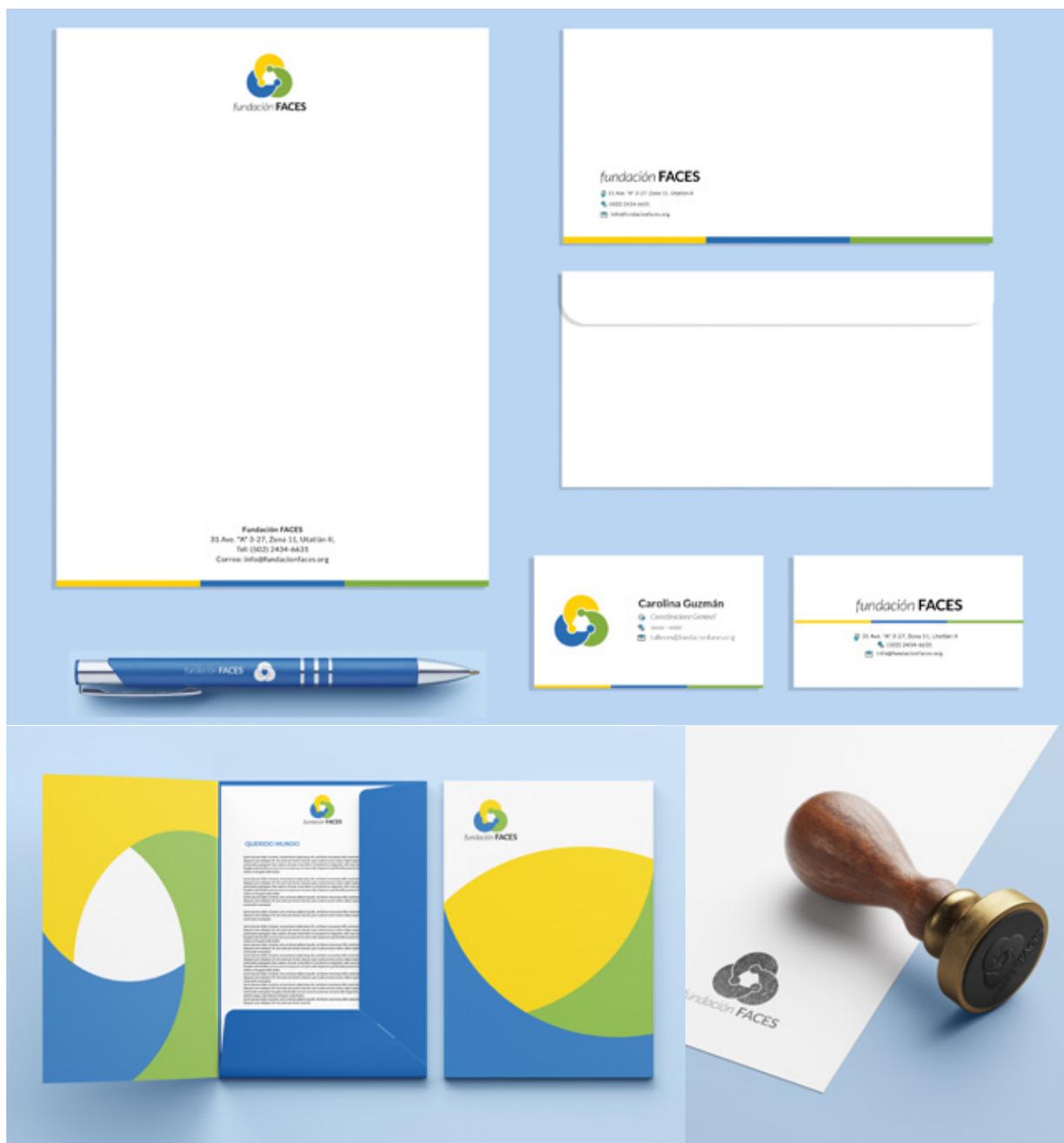


Figura 34. Mockups de la propuesta final de papelería
Fuente: elaboración propia



Figura 35. Mockups de la propuesta final de mercadería
Fuente: elaboración propia



Figura 36. *Mockups* de la propuesta final del Manual de identidad gráfica
Fuente: elaboración propia



Figura 37. *Mockups* de la propuesta final del Manual de identidad gráfica
Fuente: elaboración propia



Figura 38. Mockups de la propuesta final del Manual de identidad gráfica
Fuente: elaboración propia



Figura 39. *Mockups* de la propuesta final del Manual de identidad gráfica
Fuente: elaboración propia

CRITERIOS A EVALUAR

- Compresión
- Atracción
- Cumplimiento de objetivos
- Representación de la institución
- Aceptación
- Involucramiento
- Identificación con la marca
- Legibilidad
- Impacto visual y memorabilidad

Metodología y uso de instrumentos

Se realizó un *focus group* por medio de la plataforma Zoom con el grupo objetivo y la presencia de la administradora y la coordinadora de la fundación. Comenzando con una explicación de la dinámica y aclaraciones previas. Posteriormente se proyectó la presentación de las piezas gráficas con el fin de captar expresiones. Más adelante se abrió un espacio para comentarios o interrogantes específicas que tuvieran al respecto del material. Después se procedió a realizar las preguntas del instrumento de validación dejando momentos abiertos específicos para *feedback* o dudas que pudieran tener. Luego se tuvo una intervención de las autoridades de la institución. Por último los agradecimientos por su participación.

Se utilizó un modelo de preguntas para tener orden en la reunión (consultar anexo 6).

PARTICIPANTES

- Cinco padres de familia como participantes activos del *focus group*.
- Dos trabajadoras de la institución en acto de presencia.

PERFIL DEL INFORMANTE

Padres de familia o encargados de una o más personas con discapacidad intelectual, motriz o del lenguaje, síndrome de Down o autismo, de 15 años en adelante que buscan una fundación que les brinde apoyo para continuar con su desarrollo mental. Son personas trabajadoras que residen en la ciudad capital o municipios aledaños.

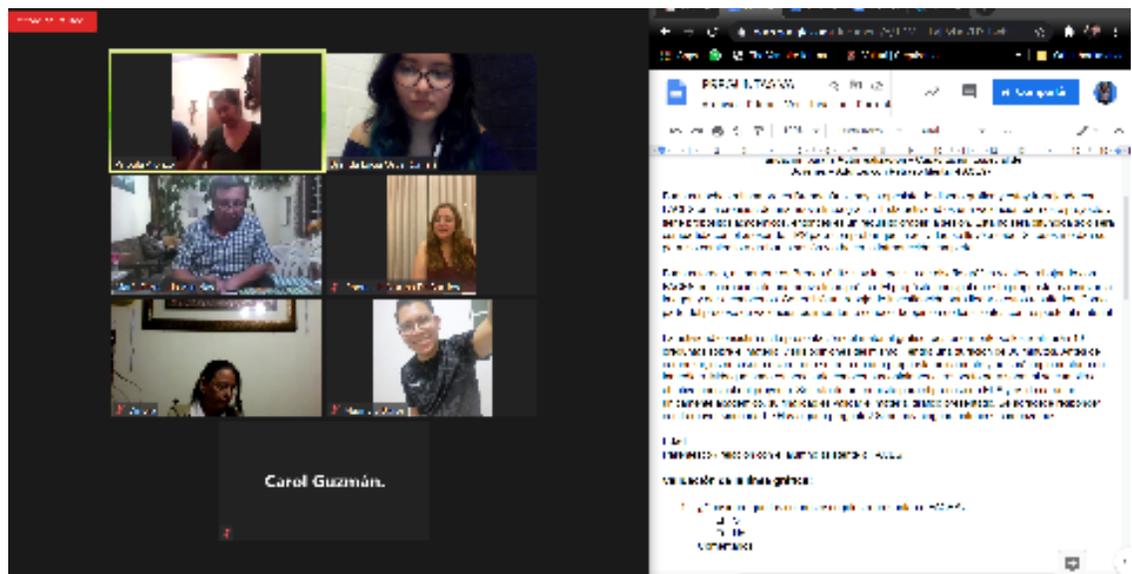


Figura 40. Evidencia de validación con el grupo objetivo
Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- Al lograr fomentar la participación activa durante el *focus group* se garantiza una mejor obtención de resultados que sean funcionales para el grupo objetivo. Resulta esencial conseguir opiniones objetivas con el fin de comprender que es funcional y que no.
- Es conveniente tomar en cuenta las observaciones del grupo objetivo manteniendo la objetividad con las piezas gráficas que han sido evaluadas. Además de comprender qué cambios son necesarios y no afectan la transmisión de los conceptos, ni la estética visual establecida desde las premisas de diseño.
- Tener la capacidad de observar y captar las reacciones que tiene el grupo objetivo ante las piezas, esto puede brindar información valiosa, incluso más que las palabras en la etapa de toma de decisiones. Las expresiones pueden expresar opiniones objetivas que no se ven comprometidas con la incomodidad que pueda sentir un ser humano al dar a conocer sus verdaderos pensamientos.

Fundamentación de la propuesta final

Código cromático - Línea gráfica

Se asignaron tres colores principales por la representación que tiene cada uno dentro de la comunidad de amigos y familiares de personas con discapacidad intelectual. Amarillo simboliza el Síndrome de Down, azul simboliza el Autismo y verde simboliza las oportunidades. Se crea un equilibrio para la utilización de los colores en la misma medida con el fin de representar que los tres pilares poseen el mismo nivel de importancia y se apoyan entre sí.

Dentro del manual de identidad gráfica institucional, se le asignó un color a cada capítulo con el fin de hacerlo más representativo e identificable para el grupo objetivo. Tomando en cuenta que el capítulo 2 es el más corto y posee el color azul, se tomó la decisión de utilizarlo en la portada y contraportada.

En el imagotipo se cuenta con un equilibrio de los tres colores, utilizando la misma cantidad de espacio y forma. Creando simetría visual, siendo este determinado por la retícula.

Código tipográfico - Línea gráfica

Se conservó la misma familia tipográfica propuesta en el primer nivel de visualización, Lato. Por su versatilidad y diferentes estilos que pueden ser combinados. Por ejemplo, en el imagotipo se hace una combinación del estilo *regular-italic* con *black*, creando un contraste que da énfasis a las siglas de la fundación, haciéndolas más reconocibles. Además posee una buena legibilidad tanto para archivos digitales como documentos impresos.

En los títulos se utiliza el estilo *black* para crear énfasis y destacarse del resto de contenido, con una alineación central. En el cuerpo de texto se utiliza el estilo regular justificado a la izquierda para evitar crear una mancha de color y ayudar a agilizar la legibilidad. Los estilos Bold e Italic son utilizados para resaltar palabras u oraciones que deben destacar por su importancia dentro del cuerpo de texto. Además de apoyar en la creación de subtítulos.

Formato - Manual de identidad gráfica institucional

El formato digital es de 8.5" x 11", tamaño carta. Por ser un tamaño estándar para archivos en PDF. Elaborado tanto en formato de pliegos como en páginas sueltas para adaptarse a las necesidades del grupo objetivo.

El formato impreso sería de 8.5" x 13", tamaño oficio. Por ser de un tamaño similar a la papelería legal. Además de facilitar la lectura y ofrecer un buen tamaño para la visualización de los elementos.

Código visual - Manual de identidad gráfica institucional

Se utilizó una retícula de 6 columnas con un medianil de 0.5" de ancho. Cuenta con un margen superior e inferior de 1.18"; exterior de 0.5" e interior de 1.5".

Esta retícula beneficia la colocación de los elementos y el recorrido visual, debido a que la diagramación ha sido realizada en módulos circulares. Los cuales son limitados por las columnas con la intención de tener una retícula y secuencia coherente a lo largo del documento.

Dependiendo de las necesidades de la página se ubican uno o dos módulos circulares. Los textos abarcan 2 columnas para mejorar su legibilidad y el recorrido visual, al igual que los elementos gráficos. Tanto el texto de descripción como el número de página están colocados fuera del margen de la misma, con el fin de facilitar su visibilidad al momento de buscar por número de página, al estar cerca de los bordes.

Construcción geométrica del imagotipo

Se utilizó una retícula circular, compuesta por siete círculos. El delimitador es el que especifica cuánto espacio será utilizado para la altura y anchura del isotipo. Los círculos grandes especifican el espacio a utilizar por cada mancha de color grande. Creando una intersección entre los tres círculos se delimita la composición general del isotipo. Los círculos pequeños están colocados sobre el centro de las intersecciones de cada círculo grande. Estos últimos son de utilidad para delimitar el espacio extra que se tendrá por parte de cada color más allá de la intersección que desaparecerá para dar un equilibrio a los tres colores. Además de determinar la medida de x para las dimensiones del imagotipo.

Las dimensiones están compuestas por 6 x para el isologo y 1.75 x de excedente en cada lado para el elemento tipográfico en horizontal. Mientras que en vertical se compone por 5.75 x para el isologo y 1 x para el elemento tipográfico. Teniendo una separación de 0.25 x entre ambos elementos.

Visualización de la propuesta final

Manual de Identidad Gráfica para la Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-

Formato horizontal: 13" x 8.5"

Portada y contraportada empastado de lomo cuadrado

Papel bond 80 gramos, full color, impresión láser

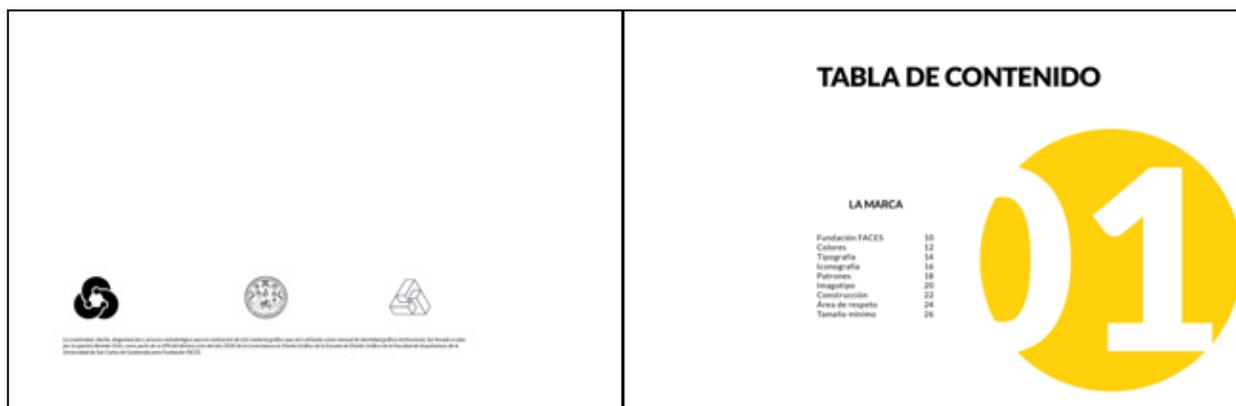
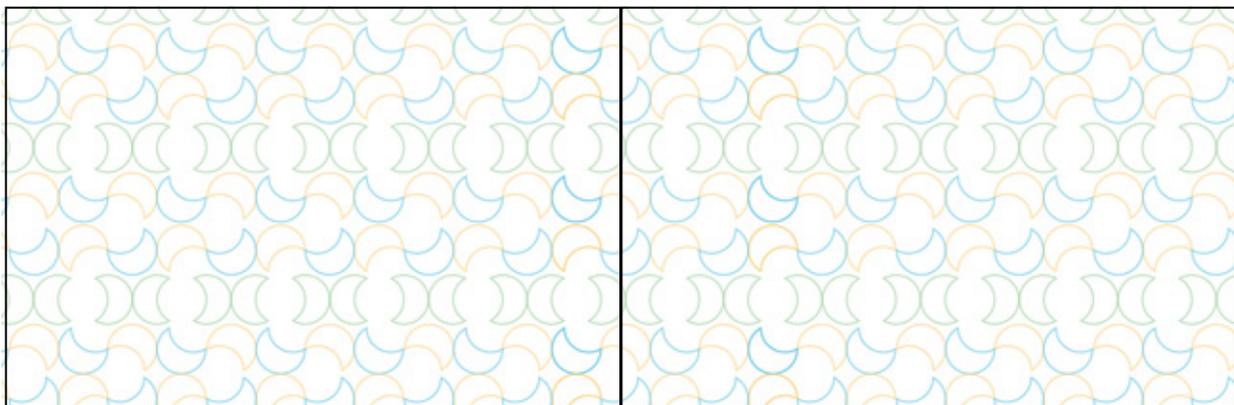


Figura 41. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (1/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 42. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (2/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 43. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (3/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 44. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (4/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 45. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (5/10)
 Fuente: elaboración propia



Figura 46. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (6/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 47. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (7/10)
Fuente: elaboración propia

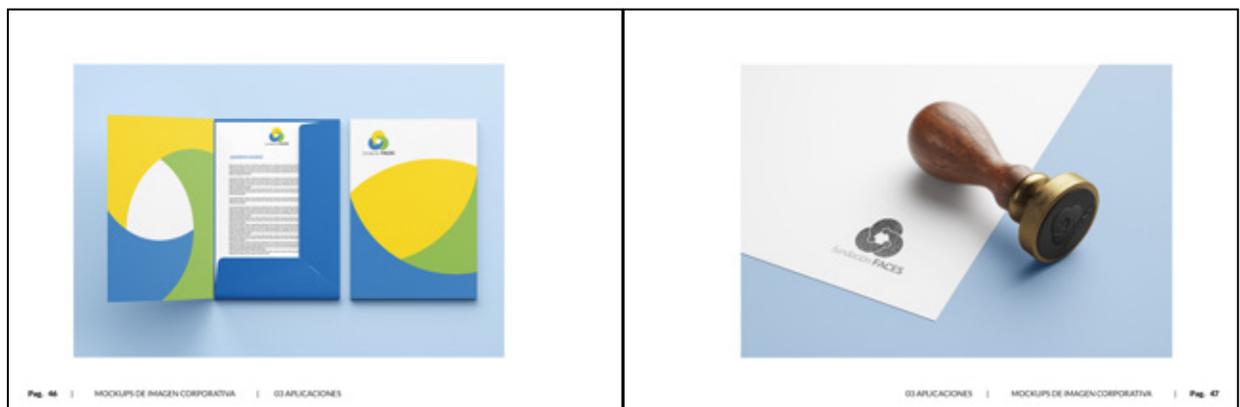
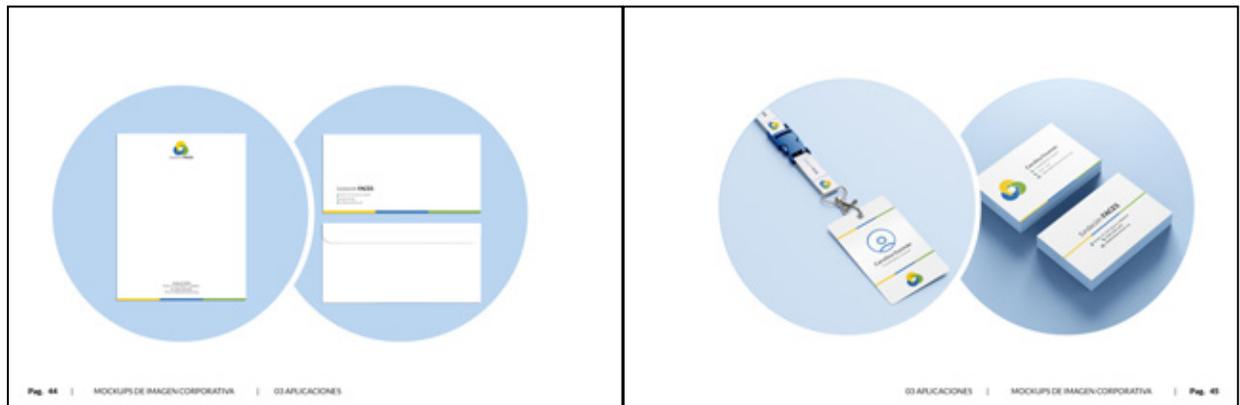


Figura 48. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (8/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 49. Diagramación final del Manual de identidad gráfica (9/10)
Fuente: elaboración propia



Figura 51. Mockups del Manual de identidad gráfica
Fuente: elaboración propia

Lineamientos para puesta en práctica

Área de respeto del logo

Se estableció un área de respeto en torno al imagotipo para evitar la interferencia de elementos gráficos externos que puedan distorsionar su percepción. El área de respeto está determinada por un mínimo de 2 medidas de x hacia los cuatro lados (arriba, abajo, izquierda y derecha). Sin embargo, es preferible aumentar al máximo este espacio para separarlo del resto de elementos de la página como texto e imágenes.

Tamaños mínimos de impresión del logo

Elemento iconográfico 0.48" x 0.46"

Elemento tipográfico 1.6" x 0.20"

Imagotipo 1.5" x 1.2"

Especificaciones para imprimir el manual de identidad gráfica

Formato horizontal 13" x 8.5"

Portada y contraportada empastado de lomo cuadrado

Páginas impresas en papel bond 80 gramos full color, impresión láser

**** PRESUPUESTO**

PIEZA DE DISEÑO	COSTOS
Propuestas de logo	Q 2,000.00
Iconografía	Q 1,500.00
Patrones y texturas	Q 500.00
Papelería (tarjeta de presentación, carnet, hojas y sobres membretados, sello institucional, carpeta)	Q 1,000.00
Uniformes	Q 100.00
Merchandising (agenda, pachones, pines, tazas, lapiceros, gorras, camisas)	Q 1,000.00
Diagramación manual de identidad gráfica institucional	Q 6,000.00
Elaboración de mockups	Q 85.00
Depreciación del equipo	Q 900.00
Servicio de luz eléctrica	Q 900.00
Servicio de internet	Q 900.00
Investigación previa (definición de proyectos, conceptos de brief, problemática social, discapacidad intelectual)	Q 3,310.00
Investigación (definición de grupo objetivo, entrevistas, cuestionarios)	Q 3,863.00
Conceptualización (identificación de insights, creación de conceptos)	Q 23,500.00
Bocetaje y validación	Q 4,550.00
TOTAL	Q 50,108.00

Figura 52. Tabla de presupuesto
Fuente: elaboración propia

*** Este valor es una donación para la institución, debido a que los proyectos formaron parte del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación, del estudiante como procedimiento académico y aporte a la sociedad guatemalteca.*

CAPÍTULO 7

SÍNTESIS DEL PROYECTO

Lecciones aprendidas

Cada uno de los procesos llevados a cabo en la realización de un proyecto, como el expuesto con anterioridad, da paso a la obtención de muchos conocimientos nuevos. Además de encontrar distintas perspectivas de la vida que benefician al crecimiento humano y profesional, por tratarse de realidades ajenas a la propia. Debido a la temática específica tratada, es posible ampliar las ideas que se tienen en cuanto a la discapacidad intelectual en general, los tipos existentes, causas y consecuencias. Conocer puntos de vista distintos, desde el ámbito personal, familiar y profesional. Además de deconstruir pensamientos, ideas y creencias implantadas por la sociedad, observando la existencia de otras realidades diferentes a la propia.

Por otro lado, cuando se realizan investigaciones tan exhaustivas se desarrolla la habilidad para la investigación profunda, pasión por conocer y comprender, desde un estado empático las distintas perspectivas de vida. Asimismo, generar destrezas con respecto a la planificación y el diagnóstico de problemas de comunicación visual, como en la organización y optimización del tiempo según va siendo requerido por el desarrollo del proyecto. Sin mencionar el reforzamiento de las habilidades para la toma de decisiones y la admisión de la crítica desde un punto de vista objetivo.

Siguiendo con el progreso del proyecto, durante las etapas de visualización se llega a un alto nivel de comprensión sobre la importancia de un plan de acción capaz de establecer las actividades y los tiempos específicos en los que se deben desarrollar. Igualmente, tener un buen manejo de las emociones para afrontar las situaciones que se encuentran fuera del control del investigador con el fin de evitar situaciones que puedan perjudicar el desempeño del proyecto. Adicionalmente, es necesario comprender el propósito de las validaciones, someter las piezas gráficas a diferentes perspectivas objetivas y que arrojen resultados diversos contribuyendo a la mejora de los resultados finales.

En la etapa final del proceso es fundamental estar abierto a obtener nuevos conocimientos y formas diferentes de realizar procesos que se han llevado a cabo con regularidad anteriormente. De igual forma, prepararse para que las presentaciones de los materiales sean impecables y pueda haber gran satisfacción de todos los involucrados.

Conclusiones

El trabajo de gestión y producción de diseño gráfico en pos del cambio radical de la identidad gráfica de la marca FACES beneficia el reconocimiento de su labor social hacia personas con discapacidad intelectual. Dando una perspectiva sustancialmente distinta se consigue atraer la atención del público objetivo, desde el punto de vista gráfico, la cual puede desembocar en interés por conocer más sobre la fundación y sus servicios.

La producción de material gráfico de la mano con la investigación a profundidad permitió encontrar soluciones favorables para el problema de comunicación visual. Pudiendo brindar una identidad gráfica institucional relacionable con la labor y servicios brindados por Fundación FACES. Además de lograr ser representativo y memorable, características necesarias en instituciones de esta índole. Cualidades comprobadas durante la validación final con el grupo objetivo, teniendo un buen recibimiento por los clientes habituales de la institución.

Cada propuesta de diseño fue creada tomando en cuenta los valores de Fundación FACES, hasta concretar piezas finales que respondieron a la memorabilidad, atractivo visual y con un significado definido. Asimismo, genera unidad visual para la institución fortaleciendo una de sus debilidades más evidentes desde el punto de vista gráfico. Al proporcionarle una identidad visual definida representativa fue posible darle mayor reconocimiento y destacar de instituciones con una finalidad similar.

Recomendaciones

A la institución

Facilitar información, fotografías y materiales específicos que sean solicitados por los alumnos en el tiempo solicitado, debido a que se deben cumplir con fechas desde el ámbito académico y estas no se pueden retrasar. Al agilizar la entrega de los mismos se garantiza un tiempo menor en la elaboración del material gráfico acordado.

Velar por el seguimiento del enfoque gráfico nuevo que se le ha dado a la institución. Actualizándose en cuanto a las tendencias y a los comportamientos de instituciones similares para encontrar puntos que pueden ser referenciales y que los hagan destacar con el fin de promover la labor de la fundación y llegar a más personas que puedan necesitarlos.

Asegurarse de no descuidar la identidad visual y no separar su camino del establecido originalmente para conservar la unidad e individualidad que los hace destacar. El área gráfica es fundamental, debido a que suele ser la primera impresión que se deja en los clientes y esta no se olvida.

A la escuela

Debido a que el proceso de investigación resulta de una importancia tan grande para la correcta comprensión de la institución con la que se está trabajando, sería de beneficio para todas las partes involucradas que se dieran las instrucciones completas sobre el proyecto de graduación y todo lo que implica desde el primer semestre, adicionalmente a la guía metodológica, ya que esta no siempre es totalmente clara, con el fin de que cada estudiante sea responsable de manejar su tiempo de investigación de manera conveniente según las necesidades de su proyecto.

La creación de cursos o reuniones introductorias que traten el proceso de graduación a profundidad previas a la asignación de cursos resultaría de beneficio para la orientación de los alumnos. Además de asegurar que la información trasladada a las instituciones al momento de contactarlas sea clara y no se preste a malas interpretaciones, como ofrecer más trabajo del que se puede realizar o algún otro tipo de confusión.

Brindando guías más específicas que sean capaces de explicar con amplitud la magnitud que debe tener cada uno de los proyectos de forma general, podría evitarse que los alumnos reciban sobrecargo de actividades al no comprender que pueden estar expuestos al aprovechamiento de las instituciones por no considerar el trabajo de diseño como algo complicado. Del mismo modo, asegurarse que todas las secciones han recibido el material en el tiempo específico evitaría atrasos en los procesos de ciertos grupos.

A los alumnos

Resulta fundamental asegurarse que todas las partes han comprendido los proyectos de la misma manera con el fin de evitar malentendidos en el desarrollo del mismo. Comprender que es necesario explicar cada detalle de forma específica y consultar si se ha entendido.

Mantener una comunicación activa con los catedráticos es esencial durante todo el proceso. Ya que puede sentirse el respaldo de las autoridades en caso de situaciones ajenas al estudiante. Además de tener un mejor control de los archivos de apoyo, guías y fechas importantes.

Crear horarios específicos con el fin de organizar los tiempos que se le dedicarán a cada parte del proyecto. Asimismo, una buena planificación puede ser de beneficio para evitar divagar y perder el tiempo en procesos no tan importantes. La clave es apegarse a los tiempos establecidos y no gastarlos en actividades externas, de ser así, es recomendable buscar reponer el tiempo perdido.

Referencias

- América Economía. “La comunicación eficaz en el diseño gráfico, ¿es primordial?”. Acceso 10 de septiembre de 2020. <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/la-comunicacion-eficaz-en-el-dise-no-grafico-es-primordial>.
- Arango, S. y Arango C. para World Economic Forum. “La discapacidad intelectual: el diseño como herramienta de visibilización e integración social”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <https://es.weforum.org/agenda/2018/12/la-discapacidad-intelectual-el-dise-no-como-herramienta-de-visibilizacion-e-integracion-social/>.
- Carnevale, A. “Aspectos genéticos del Síndrome de Down” I Ciclo de conferencias sobre Síndrome de Down. México: Instituto John Langdon Down, 1973.
- Castillero, O. para Psicología y Mente. “Tipos de discapacidad intelectual (y características)”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <https://psicologiaymente.com/clinica/tipos-discapacidad-intelectual>.
- Center for Parent Information & Resources. “Discapacidades Intelectuales”. Acceso el 6 de octubre de 2020. <https://www.parentcenterhub.org/discapacidadesintelectuales/#diagnosticar>.
- COWORKINGFY. “Técnicas de creatividad | Los 15 mejores métodos para desarrollar el pensamiento creativo”. Acceso el 10 de septiembre de 2020. <https://coworkingfy.com/tecnicas-de-creatividad/>.
- CREENA / NHBBZ. “Definición de discapacidad intelectual”. Acceso el 10 de agosto de 2020. https://creena.educacion.navarra.es/web/necesidades-educativas-especiales/equipo-de-psiquicos/discapacidad-intelectualp/definicion-de-discapacidad-intelectual/#Asociacion_Americana_de_discapacidades_intelectuales_y_del_desarrollo.
- Currículo nacional base Guatemala. “Discapacidad intelectual, características”. Acceso el 16 de abril de 2020. https://cnb.mineduc.gob.gt/wiki/Orientaciones_para_facilitar_la_inclusi%C3%B3n_de_estudiantes_con_necesidades_educativas_especiales_asociadas_a_discapacidad_en_escuelas_multigrado/Discapacidad_intelectual.

- Currículo nacional base Guatemala. “Discapacidad intelectual”. Acceso el 16 de abril de 2020. http://cnbguatemala.org/wiki/Manual_de_atenci%C3%B3n_a_las_Necesidades_Educativas_Especiales_en_el_aula/Tipos_de_discapacidades/Discapacidad_intelectual.
- Currículo nacional base Guatemala. “Instituciones que apoyan a las personas con Necesidades Educativas Especiales”. Acceso el 6 de octubre de 2020. http://cnbguatemala.org/wiki/Manual_de_atenci%C3%B3n_a_las_Necesidades_Educativas_Especiales_en_el_aula/Instituciones_que_apoyan_a_las_personas_con_Necesidades_Educativas_Especiales.
- De Toro, Juan Manuel. *La marca y sus circunstancias: Guía completa del brand management*. España: Ediciones Deusto, 2009.
- Desayunos Informales. “Discapacidad intelectual: aprendizaje, desarrollo y oportunidades”, vídeo de YouTube. Acceso el 13 de agosto de 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=-yy9Cd2Z1dE>.
- Down España. “El regalo de Sofía: cómo nuestra hija con Síndrome de Down nos enseñó a comenzar de nuevo”, vídeo de YouTube. Acceso el 13 de agosto de 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=wjnlo3d3DqA>.
- Florez, J. “Discapacidad intelectual: ¿Qué es? ¿Qué define? ¿Qué se pretende?”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <https://www.downciclopedia.org/neurobiologia/discapacidad-intelectual-que-es-que-define-que-se-pretende.html>.
- Fondo de Población de las Naciones Unidas. Acceso el 16 de abril de 2020. <https://lac.unfpa.org/es/news/las-cifras-del-censo-en-guatemala-una-oportunidad-para-el-desarrollo-del-pa%C3%ADs>.
- Fundación Aura. “Seis mitos de las personas con discapacidad intelectual”, vídeo de YouTube. Acceso el 13 de agosto de 2020. https://www.youtube.com/watch?v=H2A9_pDwl8U.
- Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-. Acceso el 12 de agosto de 2020. <http://www.fundacionfacesguatemala.org/>.
- Guijosa, V. para la Universidad de Palermo. “Investigación en diseño”. Acceso el 13 de agosto de 2020. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=14&id_articulo=5444.

- Herrera, Miguel Angel. “Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño”. Acceso el 13 de agosto de 2020. http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm.
- HOMUORK. “Las 6 W: técnicas periodísticas para preparar nuestras presentaciones”. Acceso el 13 de agosto de 2020. https://www.homuork.com/es/6-w-tecnicas-periodisticas-preparar-nuestras-presentaciones_150_102.html.
- Ideas con Café. “Conceptualización de ideas en diseño gráfico”. Acceso el 13 de agosto de 2020. <https://ideasconcafe.com/conceptualizacion-de-ideas-en-diseno-grafico/>.
- Inclúyeme. “Diferentes tipos de discapacidad intelectual”. Acceso el 6 de octubre de 2020. <https://www.incluyeme.com/diferentes-tipos-discapacidad-intelectual/>.
- Instituto de Educación del Paciente para MedlinePlus. “Amniocentesis - Serie - Indicación”. Acceso el 6 de octubre de 2020. https://medlineplus.gov/ency/presentations/100192_1.html.
- Lupton, E. *Design Thinking: Intuición, Acción, Creación*. España: Editorial Gustavo Gill, 2011.
- Marín, A. “Técnicas y métodos creativos aplicados a la conceptualización del diseño”. Acceso el 10 de septiembre de 2020. <https://core.ac.uk/download/pdf/76598927.pdf>.
- McDonald’s Guatemala. “McDonald’s les da oportunidad laboral a las personas con habilidades distintas”. Acceso el 10 de agosto de 2020. <https://mcdonalds.com.gt/mcdonalds-les-da-oportunidad-laboral-las-personas-con-habilidades-distintas/>.
- MedlinePlus. “Discapacidad intelectual”. Acceso el 6 de octubre de 2020. <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/001523.html>.
- Milena Guterrez. “¿Por qué un diseñador gráfico debe tener buena ortografía?”. Acceso 10 de septiembre de 2020. <https://madnessprint.es/por-que-un-disenador-grafico-debe-tener-buena-ortografia/>.

- Ministerio de Educación de Guatemala. *Manual de Atención a las Necesidades Educativas Especiales en el Aula*. Guatemala: Digeesp, 2006.
- NIH. “¿Cómo diagnostican los profesionales de la salud las IDD”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <https://espanol.nichd.nih.gov/salud/temas/idds/informacion/diagnostica>.
- Organización Mundial de la Salud -OMS-. Acceso el 16 de abril de 2020. <https://www.who.int/disabilities/es/>.
- Organización Mundial de la Salud y Banco Mundial. “Informe Mundial sobre la Discapacidad”. Acceso el 16 de abril de 2020. https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf.
- Plena Inclusión. “¿Cuáles son las causas de la discapacidad intelectual?”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <https://www.plenainclusion.org/discapacidad-intelectual/preguntas-frecuentes/primeras-preguntas/causas-discapacidad-intelectual>.
- Plena Inclusión. “¿Qué es la discapacidad intelectual”, vídeo de YouTube. Acceso el 13 de agosto de 2020. https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=WZj97uGQ37I&feature=emb_logo.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- Guatemala. “Abordando la Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad en Guatemala”. Acceso el 10 de agosto de 2020. <https://www.gt.undp.org/content/guatemala/es/home/projects/abordando-la-inclusion-laboral-para-personas-con-discapacidad-en.html>.
- Pueschel, Siegfried. *Síndrome de Down: Hacia un futuro mejor: Guía para los padres*. España: Elsevier, 2003.
- Ramirez, M. “Enseñando y aprendiendo: Aplicando la técnica de las 6 w’s”. Acceso el 13 de agosto de 2020. <https://fyq2000.wordpress.com/2015/11/29/aplicando-la-tecnica-de-las-6w/>.
- Resultados del Censo Poblacional. Acceso el 16 de abril de 2020. <https://www.censopoblacion.gt>.
- Serra, Juan Carlos y Emili Atmetlla. *Todo lo que debe saber sobre gestión de la farmacia. Marketing*. Barcelona: Profit Editorial, 2015.

- Servicio de Información sobre Discapacidad. “Critican la “triple discriminación” de las personas con discapacidad intelectual en el acceso al trabajo”. Acceso el 10 de agosto de 2020. <https://sid-inico.usal.es/noticias/critican-la-triple-discriminacion-de-las-personas-con-discapacidad-intelectual-en-el-acceso-al-trabajo-2/>.
- Steven G. Gabbe, Jennifer R. Niebyl, Joe Leigh Simpson, Mark B Landon, Henry L Galan, Eric RM Jauniaux, Deborah A Driscoll, Vincenzo Berghella y William A Grobman. *Obstetrics: Normal and problem pregnancies*. New York: Churchill Livingstone, 2007.
- Sulkes, S. para MD, Golisano Children’s Hospital at Strong, University of Rochester School of Medicine and Dentistry. “Discapacidad Intelectual”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <https://www.msmanuals.com/es/hogar/salud-infantil/trastornos-del-aprendizaje-y-del-desarrollo/discapacidad-intelectual>.
- Supermercados La Torre. “Amando a Guate”. Acceso el 10 de agosto de 2020. https://www.supermercadoslatorre.com/web/index.php/responsabilidad_social.
- Tamarit, J. para EDUforics. “Mis 10 mejores páginas sobre discapacidad intelectual”. Acceso el 12 de agosto de 2020. <http://www.eduforics.com/es/mis-10-mejores-paginas-discapacidad-intelectual/>.
- Telemadrid. “Eso no se pregunta: Síndrome de Down”, vídeo de YouTube. Acceso el 13 de agosto de 2020. https://www.youtube.com/watch?v=3Hh11vO_Jxg.
- UNICEF. “Informe de la II Encuesta Nacional de Discapacidad en Guatemala (ENDIS)”. Acceso el 16 de abril de 2020. <https://www.unicef.org/guatemala/informes/ii-encuesta-nacional-de-discapacidad-en-guatemala>.
- Verdugo Alonso, Miguel Ángel y Belén Gutiérrez Bermejo. *Discapacidad intelectual: adaptación social y problemas de comportamiento*. Madrid: Pirámide, 2009.
- Vergara, C. para Actualidad en Psicología. “Etapa sensoriomotora”. Acceso el 6 de octubre de 2020. <https://www.actualidadenpsicologia.com/etapa-sensoriomotora/>.

Vilma Núñez. “El tono de comunicación de las marcas en Internet y en redes sociales”. Acceso el 10 de septiembre de 2020. <https://vilmanunez.com/el-tono-de-comunicacion-de-las-marcas-en-internet-y-en-redes-sociales/>.

WebSalud. “Síndrome de Down”. Acceso el 16 de abril de 2020. <https://websalud.es/sindrome-de-down/>.

Wikipedia. “Síndrome de Down” Acceso el 16 de abril de 2020. https://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_de_Down#Diagn%C3%B3stico.

CAPÍTULO 8

ANEXOS

Anexo 1 - Entrevista a profundidad

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

Questionario para entrevista Familiars

Buenos días, me presento, mi nombre es Brenda Ortiz y esta entrevista es con propósitos meramente investigativos y su información personal no será difundida, es exclusivamente para el ejercicio de EPS que estoy realizando con la Fundación FACES. Esta sesión estará siendo grabada y si está de acuerdo procedemos a las preguntas. Estas son de diferentes tipos: personales, sobre FACES, preguntas sobre su hijo y un par de preguntas sobre la pandemia. Si en algún momento no quiere contestar alguna de estas preguntas es libre de hacerlo. Si tengo su autorización comenzamos.

Primero le realizaré una serie de preguntas personales

Nombre:

Edad:

En qué zona vives:

Qué medio de transporte usas:

Cuál es tu nivel de estudios:

Cuál es tu condición laboral actual:

Quiénes más viven en tu casa:

Cuál es su ingreso familiar estimado:

Cuánto dinero se invierte en terapias para Adam, tomando en cuenta FACES:

Preguntas personales para crear un perfil

1. ¿Usted ve televisión o alguna plataforma de streaming como Netflix?
2. ¿Qué le gusta ver? / ¿Qué tipo de películas ve?
3. ¿Escucha radio? ¿Cuáles estaciones?
4. ¿Tiene el hábito de leer? ¿Qué lee?
5. ¿Qué dispositivo se le hace más práctico para leer? o prefiere un libro físico
6. ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
7. ¿Qué redes sociales utilizas con más frecuencia?

8. ¿Qué tipo de contenido ve en FB? Memes / videos graciosos / informativos etc.

Ahora una serie de preguntas sobre FACES

1. ¿Cómo conociste la fundación?
2. ¿Qué la motivó a escoger a FACES?
3. ¿Para usted qué significa FACES?
4. ¿Qué aspectos positivos le ves?
5. ¿Cómo los están apoyando ahora durante la pandemia? ¿y antes?
6. ¿Antes de la pandemia tu ibas mucho a FACES, para acompañar a Adam?

Ahora una serie de preguntas sobre Adam - Insight

1. ¿Qué parentesco tienes con él?
2. ¿Cómo es su relación?
3. ¿Cuál es el diagnóstico de Adam?
4. ¿Cuándo te enteraste?
5. ¿Cómo te sentiste cuando te enteraste?
6. ¿Qué es lo que más admiras de Adam?

Ahora una serie de preguntas sobre Adam - Detectar emociones

1. ¿Considera que es importante estar bien informado sobre el diagnóstico específico que pueda tener tu hijo?
2. ¿Adam necesita o necesitaba cuidados especiales?
3. ¿Ha sido fácil cuidar de Adam?
4. ¿Cómo manejas el estrés?
5. ¿Adam te cambió la vida?

6. Contame alguna experiencia positiva que hayas tenido con Adam
7. ¿Cómo te sentis cuando estás en compañía de Adam?
8. ¿Cómo crees que los demás miembros de la familia se sienten con el diagnóstico de Adam?
9. ¿Sentís el apoyo de ellos?
10. ¿Qué frases te dice Adam con mayor frecuencia?

Ahora un par de preguntas sobre la pandemia

1. ¿Cómo les ha afectado la pandemia?
De forma económica, su esposo se quedó sin trabajo pero agradece tener salud.
2. ¿Qué retos se han presentado en cuanto a la educación de Adam durante la pandemia?
3. ¿Cómo crees que él percibe lo que está pasando?

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

Cuestionario para entrevista Familiares

Buenos días, me presento, mi nombre es Brenda Ortiz y esta entrevista es con propósitos meramente investigativos y su información personal no será difundida, es exclusivamente para el ejercicio de EPS que estoy realizando con la Fundación FACES. Esta sesión estará siendo grabada y si está de acuerdo procedemos a las preguntas. Estas son de diferentes tipos: personales, sobre FACES, preguntas sobre su hijo y un par de preguntas sobre la pandemia. Si en algún momento no quiere contestar alguna de estas preguntas es libre de hacerlo. Si tengo su autorización comenzamos.

Primero le realizaré una serie de preguntas personales

Nombre: Priscila Alonzo de Wolley
Edad: 55 años
En qué zona vives: 11 de la capital
Qué medio de transporte usas: Carro - transportada en él -- transporte público
Cuál es tu nivel de estudios: Secretaria bilingue
Cuál es tu condición laboral actual: Ama de casa
Quiénes más viven en tu casa: Esposo y 2 hijos (Kristel y Adam)
Cuál es su ingreso familiar estimado: Actualmente 1 ingreso fijo de Q5,000 (pandemia)
Cuánto dinero se invierte en terapias para Adam, tomando en cuenta FACES: Q2,000

Preguntas personales para crear un perfil

1. ¿Usted ve televisión o alguna plataforma de streaming como Netflix?
No veo mucha televisión y Netflix para nada.
2. ¿Qué le gusta ver? / ¿Qué tipo de películas ve?
Programas de entretenimiento como La Voz.
3. ¿Escucha radio? ¿Cuáles estaciones?
Todo el tiempo, le encanta la estación Globo, la Fabulosa y Joya.
4. ¿Tiene el hábito de leer? ¿Qué lee?
Le gusta leer la Biblia todos los días pero no tiene un hábito de lectura constante.

5. ¿Qué dispositivo se le hace más práctico para leer? o prefiere un libro físico
Prefiere un libro físico, prefiere sentir el papel
6. ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
Escuchar música, es lo que más le gusta
7. ¿Qué redes sociales utilizas con más frecuencia?
WhatsApp y Facebook
8. ¿Qué tipo de contenido ve en FB? Memes / videos graciosos / informativos etc.
Le gusta ver historias, videos de perritos, mensajes bonitos - de Dios, motivacionales, etc.

Ahora una serie de preguntas sobre FACES

1. ¿Cómo conociste la fundación?
Desde que Adam era muy pequeño existía -CEDEPI- otra fundación que tiene relación con -FACES- es más que nada para niños pequeños, FACES es para 15 años en adelante. Las actividades de ambas fundaciones se hacían juntos así que ahí la conoció y decidió seguir con ellos, ya que pudo observar su trabajo con los niños y adultos en ambas fundaciones.
2. ¿Qué la motivó a escoger a FACES?
Varias situaciones, Adam se encontraba en un colegio, no convencional, pero enfocado al estudio. Sin embargo él necesitaba un cambio, por su edad necesitaba aprender otras cosas. Además el factor cercanía ya que ellos viven en la misma colonia donde se encuentra ubicado FACES (Utatlán II). Con todo lo de la pandemia, Adam solo pudo estar mes y medio dentro de FACES, pero tienen una buena perspectiva sobre la fundación por su cercanía con ellos.
3. ¿Para usted qué significa FACES?
FACES es una forma de ayudar a los jóvenes a que sean más independientes, les enseñan valores, convivencia entre ellos, es muy bonita, todos se ven contentos. Les enseñan cosas para ellos mismos, para su vida diaria, como levantar sus platos, arreglar sus camas, cosas que una mamá se siente acostumbrada a hacer por ellos pero que les enseñan a tener su independencia. Levantar los platos, poner la mesa, incluso a barrer. Esto Adam lo aprendió en el poco tiempo que estuvo en la fundación, no se diga lo que hubiera aprendido en más tiempo. Para ellos es importante aprender cosas que lo llamaríamos como cotidianas. La idea de FACES es que ellos sean parte de la sociedad, enseñándoles oficios, trabajos o algo que les llame la atención. Es un lugar muy bueno y muy especial.
4. ¿Qué aspectos positivos le ves?
El amor, cariño con el que las maestras trabajan con los jóvenes. Terapia ocupacional, es una terapeuta ocupacional, muy buena persona. A pesar de ser pocos es un equipo bien completo, con una estructura bien hecha con el fin de ayudar a los jóvenes y esto se nota en el amor con el que hacen su trabajo.

5. ¿Cómo los están apoyando ahora durante la pandemia? ¿y antes?

Durante la pandemia, no es ayuda constante, se hacen llamadas por medio de Google Meet para que todos los alumnos se puedan ver. Incluso la maestra de educación física se comunicó con todos para hacer ejercicio. Se siente el apoyo de comunicación por medio de WhatsApp, el personal está dispuesto a responder preguntas y dudas que los padres puedan tener. Al inicio les dieron trabajo para hacer en hojas, esto se dejó hacer, no por una razón específica, pero se especula que es mejor que todos estén juntos para realizar el trabajo, ya que esto los motiva.

Antes de la pandemia tienen escuela para padres, gran cantidad de actividades de recreación, bailes como el paabanc, están muy interesados en el baile. No pudieron tener mucha interacción por el poco tiempo que Adam estuvo en FACES pero están informados de las actividades que se llevaban a cabo antes de esta situación.

6. ¿Antes de la pandemia tu ibas mucho a FACES, para acompañar a Adam?

Ir a FACES es exclusivo para los alumnos, con la intención de darte independencia y no distraerlos para que se puedan concentrar en su educación, progreso, crear relaciones entre ellos, etc. El personal de FACES es quien se encarga de todo. El único momento para que los padres estén presentes es cuando hay escuelas para padres o algún evento de carácter especial, como presentaciones, bailes, etc.

Ahora una serie de preguntas sobre Adam - Insight

1. ¿Qué parentesco tienes con él?

Segundo hijo.

2. ¿Cómo es su relación?

Adam se siente muy identificado con ella, más que con algún otro miembro de la familia. La relación es de mucha cercanía por el hecho de ser ama de casa y siempre estar ahí, es con quien se relaciona más debido al tiempo que pasan juntos.

3. ¿Cuál es el diagnóstico de Adam?

Retraso psicomotriz, esto le afectó su habla, su motricidad fina. Un retraso quiere decir que no pudo aprender muchas cosas en relación a otras personas de su edad. Adam ya tiene 17 años y no lee ni escribe fluido a pesar de conocer y saber todas las letras. Poco a poco avanza, además del apoyo de FACES, Adam recibe terapias del lenguaje por parte de una terapeuta externa. Actualmente estas son por videollamada sin embargo no se logra dar el mismo desenvolvimiento que se daba de forma presencial, ya que esto es algo muy importante para estas personas.

4. ¿Cuándo te enteraste?

Cuando tenía un año más o menos notaron que él no abría sus manos y no reaccionaba a los sonidos. Al consultarle al pediatra dijo que era necesario esperar para ver su evolución. Al llevarlo con el neurólogo, dijo que sí tendría un problema en su desarrollo más adelante. A partir de este punto comenzaron a ver la diferencia.

5. ¿Cómo te sentiste cuando te enteraste?

Asustada, porque se dio cuenta que sería algo muy diferente, al ver el crecimiento de otros niños y su desarrollo de forma convencional, se piensa mucho en el futuro del hijo, ya que sabe que los padres no son eternos. Los errores más comunes que cometen los padres es protegerlos demasiado porque esto les hace daño, no es algo intencional pero lo descubren conforme pasa el tiempo. Protegerlos tanto solo trae inseguridad sobre el futuro porque no saben cómo será su futuro o si podrán valerse por sí mismos, porque es su futuro. El futuro es su mayor temor porque es incierto.

6. ¿Qué es lo que más admiras de Adam?

Es muy listo, un ser humano muy lindo, dulce, acomedido (servicial), muy especial.

Ahora una serie de preguntas sobre Adam - Detectar emociones

1. ¿Considera que es importante estar bien informado sobre el diagnóstico específico que pueda tener tu hijo?

Si es importante, lo más posible para poder guiarlo en su camino, entender sus actitudes y evitar cometer errores. A pesar de estar desesperado con ciertas actitudes o situaciones aprender a actuar para no afectar al niño ya sea de forma psicológica o física, ya que se les afecta de forma más elevada que a un niño promedio. Es importante aprender la forma de convivir y la mejor forma de tratarlos para ayudarlos a crecer.

2. ¿Adam necesita o necesitaba cuidados especiales?

Personalmente no los necesitaba, nada demasiado especial, solo los cuidados de su mamá y las terapias que ha tenido durante su vida. Su desarrollo fue bastante bueno.

3. ¿Ha sido fácil cuidar de Adam?

En comparación a otros casos ha sido fácil.

4. ¿Cómo manejas el estrés?

Poniéndose en las manos de Dios porque es quien le da paz y sabiduría para estar tranquila para ella misma y para él. A Adam hay que darle tranquilidad a pesar de todas las situaciones adversas que pueda traer la vida. Por ejemplo con la pandemia a pesar de ver tantas noticias y estar enterado tampoco es necesario estar enterado y él entiende la situación pero es importante darle paz a pesar de todo lo que puede estar pasando.

5. ¿Adam te cambió la vida?

Si, aprendió a ser mucho más humana. Conocer personas diferentes, con corazones diferentes, gente muy buena. Le cambió la vida para bien.

6. Contame alguna experiencia positiva que hayas tenido con Adam

Que le diera la oportunidad de conocer a más personas, otro tipo de personas, otras mamás con otros corazones, que se encuentran en una situación similar. Corazones bondadosos,

muy buenos eso es una experiencia positiva. Gente alrededor que es diferente, dispuesta a ayudar y que los ve a ellos con amor.

7. ¿Cómo te sentís cuando estás en compañía de Adam?
Muy bien, le gusta observarlo, cómo se comporta y se desarrolla.

8. ¿Cómo crees que los demás miembros de la familia se sienten con el diagnóstico de Adam?
A su esposo le costó mucho al principio, la aceptación fue difícil pero en la actualidad él se siente identificado con Adam ya sabe cómo tratarlo y llevar una relación con él. La aceptación suele ser difícil para todos. Actualmente todos lo entienden y tratan de comprenderlo. Su suegra y su cuñada son muy buenas con él al igual que su otra hija, Kristel, la hermana mayor de Adam. Los buenos tratos siempre son agradecidos. Todos han llegado a aceptar la situación y se le quiere tal y como es.

9. ¿Sentís el apoyo de ellos?
En ese aspecto se siente el apoyo de la familia.

10. ¿Qué frases te dice Adam con mayor frecuencia?
No dice alguna frase como tal, él acepta los comentarios, pero sabe cómo pedir las cosas que quiere o necesita. No es muy de expresar su cariño por medio de las palabras, acepta lo que se le dice y es platicador en cuanto a los temas que le interesan o llaman su atención. No dice frases directas, su forma de expresarse es diferente.

Ahora un par de preguntas sobre la pandemia

1. ¿Cómo les ha afectado la pandemia?
De forma económica, su esposo se quedó sin trabajo pero agradece tener salud.

2. ¿Qué retos se han presentado en cuanto a la educación de Adam durante la pandemia?
Es un poco más difícil porque para él es muy importante salir, convivir con sus compañeros y más personas en general. Todo es muy comunicacional. Le gusta convivir con la gente y el encierro lo desespera. A pesar de tener contacto casi diario con su terapeuta del habla y sentir que eso lo está ayudando puede darse cuenta de la diferencia. Estas terapias han sido una ayuda importante para su educación.

3. ¿Cómo crees que él percibe lo que está pasando?
Habla mucho de la pandemia, su palabra favorita del momento es coronavirus. Se encuentra hablando de eso todos los días, incluso le gusta bailar una canción al respecto. Incluso llegó a ser un tema de preocupación porque hace unos días (previos al día de la entrevista) uno de sus vecinos falleció (probablemente por el virus) y al momento de escuchar la conmoción en la vecindad, él se percató mucho sobre esta situación. Se preocupó por la tristeza, entendió la situación y él interpreta la muerte a su manera, no usa la palabra muerte pero si la comprende y en su lugar usa la palabra desmayo. Busca

noticias por su cuenta en internet porque quiere estar informado de la situación, pide ver noticias, se encuentra conmocionado y está pendiente y busca saber más y conocer noticias. Está pendiente y consciente porque quiere retomar sus actividades cotidianas, pregunta por ellas. Practicaba karate, iba al gimnasio, le hace falta ir a FACES también. Se encuentra pendiente sobre todo porque las personas hablan de eso y él se encuentra pendiente de toda la información que pueda recolectar por sus medios.

Storytelling (previo a la pandemia)

Priscila es una mujer de 55 años, vive con su esposo y sus dos hijos en la zona 11 de la ciudad capital. Todas las mañanas se levanta temprano para cocinar el desayuno para la familia y despertarlos. Su rutina comienza por llevar a su hijo menor, Adam de 17 años, a la fundación FACES donde recibe terapia ocupacional, del habla y motriz. Adam necesita este tipo de educación debido a su diagnóstico de retraso psicomotor.

Mientras tanto su hija mayor, K, se prepara para su trabajo y se dirige a él. Su esposo se prepara para su trabajo y está listo a las 8 de la mañana para irse.

Al dejar a Adam, a las 7 de mañana, en FACES regresa a su casa para hacer el qué hacer del hogar. Cuando está cerca las 12 del mediodía regresa, caminando, a FACES, para ir a traer a Adam. Cuando regresan a su casa ella prepara el almuerzo y ambos comen juntos.

Después de comer y lavar los platos, Adam, se baña y se cambia para dirigirse al karate o para su terapia del habla, esto depende del día de la semana. Para su clase de karate ambos caminan juntos y Priscila espera por él junto a los padres de otros alumnos en una pequeña sala. En cuanto a la terapia del lenguaje, esta es recibida en la casa de su suegra con la ayuda de la terapeuta y Adam acude solo. Regresan a la casa para que Adam vuelva a bañarse. Mientras Priscila se prepara para la hora del café y el regreso de su esposo. A las 8 de la noche aproximadamente regresa su hija mayor. Todos cenar juntos. Adam y su papás ven la televisión un rato en la sala mientras Priscila lava los trastos y Kristel descansa en su habitación. Cuando ya es hora de dormir todos se van a sus cuartos a descansar.

Anexo 2 - Entrevista para obtener *insights*

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

Entrevista para padres -FACES-

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES.
Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y para uso exclusivo de la investigación de EPS

Nombre (un nombre y un apellido) *

Carmen de Marroquín

Edad

67

Parentesco / relación con el alumno asistente a FACES *

Mamá

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

Es necesaria

https://docs.google.com/forms/d/1gktzVLrJhu971_Ca4UXQNqK5ZzBSNJ-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 1/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

¿Cuáles son sus razones para escoger a la Fundación FACES como institución? *

En Faces los chicos avanzan en todo sentido, sobre todo en sus relaciones para con los demás, además de aprender a interactuar entre ellos.

¿Cómo se beneficia su familia por medio de la colaboración de la Fundación FACES? *

Nuestro compartir ha mejorado

Según su criterio ¿cómo se beneficia su familiar al asistir a FACES? *

Es más alegre y más sociable

¿Qué es lo que más admira de su familiar asistente a FACES? *

Su disponibilidad para ayudar

¿De qué manera los está apoyando FACES durante la emergencia por el COVID? *

Dándo ideas para seguir apoyando a nuestro hijo

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVLrJhu971_Ca4UXQNqK5ZoS8SNU-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 2/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

Entrevista para padres -FACES-

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES.
Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y para uso exclusivo de la investigación de EPS

Nombre (un nombre y un apellido) *

Lorena najera

Edad

53

Parentesco / relación con el alumno asistente a FACES *

Hermana

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

Muy buena ya q su principal objetivo es q las personas con discapacidad sean incorporadas a la sociedad comi personas q pueden desenvolverse x si solas.

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVLRJhu971_Ca4UXQNqK5Zz0BSNJ-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 3/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

¿Cuáles son sus razones para escoger a la Fundación FACES como institución? *

1.x q necesito apoyo para q mi hermano aprenda a deselvolverse y sea una persona util a la sociedad _____

¿Cómo se beneficia su familia por medio de la colaboración de la Fundación FACES? *

Estoy muy agradecida con la fundacion ya q mi hermano ha aprendido hablar bien _____

Según su criterio ¿cómo se beneficia su familiar al asistir a FACES? *

Aprendiendo hablar mejor.aprendiendo a escribir y ser una persona indipendiente _____

¿Qué es lo que más admira de su familiar asistente a FACES? *

Su aprendizaje _____

¿De qué manera los está apoyando FACES durante la emergencia por el COVID? *

Enviando tareas haciendo videollamadas y ejercicios a traves de videos _____

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVLrJhu971_Ca4UXONqK5ZoBSNU-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 4/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

Entrevista para padres -FACES-

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES.
Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y para uso exclusivo de la investigación de EPS

Nombre (un nombre y un apellido) *

Priscila de Wolley

Edad

55

Parentesco / relación con el alumno asistente a FACES *

Madre

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

Muy buena , porque nuestros jovenes y adultos especiales aprenden y crecen en su autoestima y saber que pueden hacer todo por si mismos.

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVLRJhu971_Ca4UXQNqK5Zz0BSNJ-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 5/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

¿Cuáles son sus razones para escoger a la Fundación FACES como institución? *

Por su profesionalismo, dedicacio, amor y respeto hacia los jovenes .

¿Cómo se beneficia su familia por medio de la colaboración de la Fundación FACES? *

Aprendemos como guiar a nuestros jovenes .

Según su criterio ¿cómo se beneficia su familiar al asistir a FACES? *

Aprender a ser independiente

¿Qué es lo que más admira de su familiar asistente a FACES? *

Lo rapido que aprende .

¿De qué manera los está apoyando FACES durante la emergencia por el COVID? *

Emocional ya que reunen a los jovenes para saludarse y conviven un momento por video .

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVLrJhu971_Ca4UXONqK5ZoBSNU-G-TrzCL_5a9g/edit#responses 6/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

Entrevista para padres -FACES-

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES.
Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y para uso exclusivo de la investigación de EPS

Nombre (un nombre y un apellido) *

Vivian Bosque

Edad

30

Parentesco / relación con el alumno asistente a FACES *

Hermana

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

Muy importante, ya que hay pocas oportunidades para los jóvenes con discapacidad intelectual en el país.

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVrJhu971_Ca4UXQNqK5Zz0BSNJ-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 7/9

11/18/2020 Entrevista para padres -FACES-

¿Cuáles son sus razones para escoger a la Fundación FACES como institución? *

La capacitación de jóvenes con discapacidad intelectual, la atención personalizada a cada chico según sus necesidades. Y la terapia ocupacional.

¿Cómo se beneficia su familia por medio de la colaboración de la Fundación FACES? *

Mi hermano puede socializar en un ambiente seguro. Logra aprender tareas y oficios nuevos para el, aprender a desenvolverse en un área diferente al hogar y poder ser más independiente. Al mismo tiempo es un apoyo en cuanto a tener profesionales asesorándolo y apoyándolo.

Según su criterio ¿cómo se beneficia su familiar al asistir a FACES? *

Puede socializar y tener amistades con experiencia similares, aprender cosas nuevas, sentirse independiente, tener una rutina diaria y sentirse parte importante de algo.

¿Qué es lo que más admira de su familiar asistente a FACES? *

Su amabilidad, sus ganas de aprender y no rendirse. El poder ver lo mejor siempre de cada situación. Y su creatividad.

¿De qué manera los está apoyando FACES durante la emergencia por el COVID? *

Manteniendo contacto en línea con el grupo, enviando diversas actividades para realizar con los jóvenes y realizando alguna clase en línea.

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1gk1zVLrJhu971_Ca4UXONqK5ZoBSNU-G-TrzCl_5a9g/edit#responses 8/9

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

Entrevista para trabajadores

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES. Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Nombre completo *

Carolina Guzmán Mendoza

Puesto que ocupa en Fundación FACES *

Coordinadora General

¿Cuáles son sus motivaciones para trabajar en la Fundación FACES? *

Hacer visible además de promover las inclusion de las personas con discapacidad intelectual

¿Cuáles son las funciones que usted cumple dentro de la institución? *

Coordinacion del personal, asi como fortalecimiento de redes interinstitucionales

¿Cuál cree usted que es la finalidad de FACES? ¿A dónde se dirige la institución? *

Brindar calidad de vida a personas con discapacidad intelectual a traves de talleres ocupacionales

https://docs.google.com/forms/d/1-wdagraH_gmp-ABoKhwuCFN_Br8TUYHbOptKKaVwiedt#responses 1/9

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

¿Qué es lo que más admira de la población asistente a FACES? *

su capacidad de salir adelante a pesar de las bareras que la sociedad les pone

Según su criterio ¿cómo se beneficia la población asistente a FACES con la labor que ustedes llevan a cabo? *

Se hace visible la poblacion y las necesidades que poseen, disfrutan de actividades recreativas y ocupacionales que favorecen la salud mental, emocional y fisica de cada uno.

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

muy importante ya que es de las pocas instituciones que de dedican a esta poblacion en edad adulta

¿Por qué cree que es importante darle difusión a la institución? *

Para que los servicios puedan llegar a más población que actualmente se encuentra en sus casas sin una orientación.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1-wIdagrahIH_gmp-ABoKhwuCiN_Br8TUYHbOpkKKaVwied8#responses 2/9

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

Entrevista para trabajadores

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES.
 Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Nombre completo *
 Yoselyn Karina Vásquez Chávez

Puesto que ocupa en Fundación FACES *
 Secretaria

¿Cuáles son sus motivaciones para trabajar en la Fundación FACES? *
 El amor al trabajo y el apoyo a los chicos

¿Cuáles son las funciones que usted cumple dentro de la institución? *
 Funciones secretariales

¿Cuál cree usted que es la finalidad de FACES? ¿A dónde se dirige la institución? *
 A la autorrealización y plenitud en el ámbito psicosocial de los alumnos, y apoyo a la capacitación en conjunto con los padres de familia.

https://docs.google.com/forms/d/1-wdagrahiH_gmp-ABokhwuCFN_Bi8TUYHbOplKKaVwiedt#responses 3/9

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

¿Qué es lo que más admira de la población asistente a FACES? *

La superación

Según su criterio ¿cómo se beneficia la población asistente a FACES con la labor que ustedes llevan a cabo? *

Se beneficia en todos los ámbitos psicólogos, sociales y de autorrealización. Así mismo en la capacitación e independencia de cada uno.

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

Es de suma importancia, ya que no hay muchas instituciones con la misión que se lleva a cabo en la fundación.

¿Por qué cree que es importante darle difusión a la institución? *

Porque hay muchas personas que necesitan apoyo y no saben de la institución. Además que en el país hay instituciones en su mayoría para otras discapacidades.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1-wIdagrahIH_gmp-ABoKhwuCIN_Br8TUYHbOpkKKaVwied8#responses 4/9

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

Entrevista para trabajadores

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES.
 Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Nombre completo *
 Dámaris Claudette Ramos González

Puesto que ocupa en Fundación FACES *
 Terapeuta Ocupacional

¿Cuáles son sus motivaciones para trabajar en la Fundación FACES? *
 Lograr la mayor autonomía en los jóvenes-adultos con discapacidad intelectual a través de la experiencia y la práctica.

¿Cuáles son las funciones que usted cumple dentro de la institución? *
 Encargada del grupo "A" en el taller prelaboral

¿Cuál cree usted que es la finalidad de FACES? ¿A dónde se dirige la institución? *
 La capacitación prelaboral para personas con discapacidad intelectual, para posteriormente realizar una inclusión laboral.

https://docs.google.com/forms/d/1-wdagraH_gmp-ABoKhwuCfN_Bi8TUYHbOptKKaVw/edit#responses 5/9

11/18/2020

Entrevista para trabajadores

¿Qué es lo que más admira de la población asistente a FACES? *

El interés en el nuevo aprendizaje, su amor, su responsabilidad, su sinceridad.

Según su criterio ¿cómo se beneficia la población asistente a FACES con la labor que ustedes llevan a cabo? *

Considero que el beneficio se da en ambas vías (familiar- joven/adulto con DI); al momento que analizamos el grado de discapacidad del joven que ingresa a nuestra fundación, procedemos a iniciar un plan de trabajo personalizado, reestructurando o modificando actividades que nos permita lograr la mayor independencia en nuestros jóvenes en las áreas familiar, social y en algunos casos laboral. Por otro lado, el padre de familia o encargado de nuestro joven encuentra el beneficio a través de esa semi o independencia total, ya que no necesita de mayor supervisión o en su defecto tener que realizar x o y acción por el joven-adulto con DI. Todo esto se logra por medio de las actividades planificadas que se realizan y se refuerzan día a día con nuestra población en las áreas recreativa, social, deportiva, ocupacional y cognitiva con un objetivo trazado.

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

En la actualidad son muchas las instituciones que día a día trabajan en beneficio de la población con discapacidad intelectual, sin embargo en algunas instituciones su población a tratar llega a la edad de los 18 años. Sino son insertados a la sociedad en el ámbito laboral, son enviados a sus casas; y todo el trabajo y logros en la etapa infantil y adolescencia se pierden en su mayoría, pues no existe un seguimiento en la edad adulta.

Es aquí donde FACES hace una pequeña contribución a esa población guatemalteca con diagnóstico de discapacidad intelectual, pues dependiendo el grado en el que se encuentre nuestro joven o adulto, buscamos trabajar y reforzar día a día todas aquellas actividades de la vida diaria que son tan indispensables para el ser humano para mantener una autonomía, fortaleciendo el desarrollo ocupacional a través de talleres, donde ellos se permitan desenvolverse y sentirse útiles y productivos por medio de la elaboración de nuestros productos artesanales. Integrándolos y haciéndolos participes de actividades recreativas que favorezcan el desarrollo personal por medio de las relaciones sociales, aún en su edad adulta.

11/18/2020

Entrevista para trabajadores

¿Por qué cree que es importante darle difusión a la institución? *

Creo que es muy importante dar a conocer nuestros servicios, pues como bien mencioné anteriormente en la mayoría de instituciones no se le da un seguimiento en la edad adulta, y se pierde todo el trabajo realizado, así mismo creo que nuestra población está en el derecho de una oportunidad laboral, claro está, con sus debidas capacitaciones en el ámbito laboral; o que alguna empresa nos permita poder dar seguimiento a nuestro programa de trabajo protegido, ellos también merecen darse la oportunidad de sentirse útiles a su familia, y por ende a la sociedad.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

Entrevista para trabajadores

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La entrevista es necesaria para conseguir un buen resultado de diagnóstico en el ejercicio de EPS y realizar los proyectos correspondientes según las necesidades de comunicación visual de FACES. Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación.

Nombre completo *
Carmen Julia Jacobo Mendez

Puesto que ocupa en Fundación FACES *
Capacitadora del Grupo B

¿Cuáles son sus motivaciones para trabajar en la Fundación FACES? *
Aportar a la atención de la población con discapacidad y el cariño que les tengo los alumnos de la Fundación.

¿Cuáles son las funciones que usted cumple dentro de la institución? *
darle atención al grupo B, en las áreas: jardín, modicidad fina y gruesa, habilidades de la vida diaria, actividad terapéutico manual, estimulación del lenguaje.

https://docs.google.com/forms/d/1-wdagraH_gmp-ABoKhwuCfN_Br8TUYHbOplKKaVwiedt#responses 8/9

11/18/2020 Entrevista para trabajadores

¿Cuál cree usted que es la finalidad de FACES? ¿A dónde se dirige la institución? *

Su finalidad es la capacitación de los alumnos para insertarlos laboralmente, aunque el grupo que yo atiendo ya no esta en edad laboral y sus capacidades son limitadas, entonces el grupo es de mantenimiento, tratando de detener su retroceso lo mas posible.

¿Qué es lo que más admira de la población asistente a FACES? *

El deseo y el animo que tienen de asistir a la Fundación y que cada día se esfuerzan por desempeñar de la mejor manera las actividades en clase.

Según su criterio ¿cómo se beneficia la población asistente a FACES con la labor que ustedes llevan a cabo? *

En su desenvolvimiento social, pues en la fundación todos deben aprender a convivir y saber controlar su temperamento, también a que ellos se den cuenta que con constancia pueden lograr muchas cosas.

¿Qué tan importante cree usted que es la labor que FACES lleva a cabo en Guatemala? *

Es muy importante aunque no mucha gente conoce de la Fundación. La mayoría de instituciones que atienden a personas con discapacidad se dedican especialmente a niños y adolescentes y a las personas mayores de 18 ya no las atienden y en la fundación es esa la población que atiende jóvenes y adultos.

¿Por qué cree que es importante darle difusión a la institución? *

Como dije anteriormente es muy poca gente la que conoce de la Fundación entonces la difusión es importante para que mas población conozca de FACES y puedan ingresar y así mas personas con discapacidad tengan la capacitación y logren ser insertados a un trabajo acorde a sus capacidades.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1-wIdagrahH_gmp-ABoKhwuCIN_Br8TUYHbOpkKKeVwied8#responses 9/9

Anexo 3 - Investigación adicional

Investigación Extra

En una entrevista una señora dice que no es una enfermedad es una condición genética que les da características diferentes por medio de mucha ayuda y mucha estimulación salir adelante. - fundadora de nuestro camino. Rosario

importancia de la atención de los padres y aceptación - acompañamiento a los padres a partir del diagnóstico de sus hijos al momento de ser diagnosticadas durante el embarazo. lo más importante es la aceptación.

inclusión, derribar las barreras para obtener resultados positivos de la inclusión, por eso es importante la educación especial tanto de las personas con esta condición como con los maestros y las instituciones que van a realizar la inclusión.

estimulación temprana, acompañamiento escolar, todos son distintos. medir capacidades de la persona para saber a que es apto para incluirlos.

pueden llegar a ser los mejores trabajadores si son capacitados de forma completa y específica a sus capacidades ya que después del entrenamiento son más responsables y cumplidos que un trabajador promedio.

las limitaciones van desde el momento que la misma familia no les da autonomía y no deja que se desarrollen de forma libre a como lo necesitan

ENTREVISTA 2018 - DESAYUNOS INFORMALES - NUESTRO CAMINO - Rosario Rubio - Uruguay

Entrevista de padres con una hija con síndrome de down, testimonio - Down España - 2016 - Fundación MAPFRE

La noticia fue difícil al principio pero al momento de verla la aceptación fue clave porque la aman y la aceptan, se dan cuenta que las diferencias no son demasiadas, con la atención necesaria puede llevar una vida bastante normal, solo les lleva un poco más de tiempo pero con esfuerzo y voluntad todo es posible.

Abuelos - Pensar en la persona más allá de su condición los hace verla como una persona y no como una condición, son personas cariñosas y que pueden avanzar a un ritmo distinto. la estimulación, la atención desde la edad temprana es esencial para el buen desarrollo.

Maestras - aporta felicidad y amor a sus compañeros de clase, enseñarle a los otros niños a aceptar lo diferente desde edad temprana da paso a la inclusión, los niños se llevan bien con Sofía.

Puede ser difícil en un inicio pero con las atenciones necesarias se logra un desarrollo grande y aporta mucho a la familia.

IMPORTANCIA DE LA ATENCIÓN ESPECIAL DESDE TEMPRANA EDAD ADEMÁS DE LA EDUCACIÓN TRADICIONAL.

Wittgenstein al inicio, los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo.

Plena inclusión - sitio web informativo sobre la discapacidad intelectual - video publicado en su cuenta de YouTube - 2018

Qué es la discapacidad intelectual - etiquetas peyorativas a personas diferentes o con pensamientos que se consideran tontos (sinónimo)

Se considera como discapacidad intelectual del desarrollo y es detectada antes de los 18 años ya que es evidente, cuando esta discapacidad es producida por algún tipo de accidente no después de los 18 años es clasificada de una manera diferente, la discapacidad intelectual se da antes, durante o después del nacimiento y debe ser detectado antes de los 18 años. condiciones

Limitaciones significativas del desarrollo intelectual, limitaciones en las conductas adaptativas conceptuales, sociales y prácticas a las personas.

no es lo mismo que una enfermedad mental, sin embargo se pueden tener ambas, una no exime a la otra.

Enfoque en las personas, capacidades, necesidades y su relación con el entorno, el entorno adecuado puede ser beneficioso para su desarrollo, la aceptación, **el mundo está diseñado para un solo tipo de personas**, excluyendo automáticamente a quienes tienen capacidades diferentes o necesidades de enseñanzas diferentes. las oportunidades también son necesarias, la sobreprotección también puede ser mala, se les debe dar la oportunidad de participar en la sociedad.

Entrevista a neuropediatra Dr. Fernando Mulas - INVANEP - 2010

Discapacidad intelectual:

Causas y motivos para el desarrollo de una discapacidad intelectual. Injuria cerebral (INVESTIGAR)

Puede tener causas genéticas, metabólicas, degenerativas o malformativas. intrauterina perinatal y postnatal.

Entrevistas a personas con Síndrome de Down sobre estereotipos y preguntas que usualmente no se deberían hacer. - Eso no se pregunta - Telemadrid 2017 - subida 2018 - creencias populares desmentidas - diversas opiniones - personas que recibieron apoyo y ayuda desde temprana edad

Todos con trabajos o pertenecientes al ámbito de estudio o a la terapia ocupacional.

¿Sufres por tener síndrome de down?

La mayoría contestó que no porque lo ven como algo normal en ellos, no es un impedimento, se aprende más con más apoyo, no es una enfermedad, es tener distintas limitaciones en comparación a otras personas, son cromosomas extras en el par 21 (consultar)

¿Por qué siempre están felices y siempre les gustan los abrazos?

Es individual de cada persona, no es algo general para todas las personas, son personas cariñosas, les gusta demostrar su cariño y recibir el cariño de otras personas. No es una característica general

¿Te han tratado mal por tener síndrome de down?

hay diferencias notables, depende de la percepción de cada persona y su entorno es algo condicionado al ambiente en el que se desenvuelven y la educación de las personas del entorno, reciben miradas de personas en la calle sobretodo de niños con curiosidad, rechazo en la escuela, estas situaciones usualmente les afectan de forma negativa porque ellos no saben porque deberían ser discriminados. Las malas palabras, las malas miradas o maltratos que pueden estar normalizados suelen afectarlos de forma emocional. buscan un trato normal como el que se le daría a cualquiera no como si fueran niños porque no lo son. piden respeto, dignidad y trato normal, son personas.

¿Tienes pareja?

Si pueden tenerla, les pueden gustar las personas, llevar una vida normal, una relación con mucho amor pero prefieren avanzar poco a poco, tienen sueños y anhelos como cualquier otro, no todos la desean, queda en cada persona, cada uno tiene su pensamiento independiente, no está condicionado por esta condición.

¿qué se te da bien hacer?

Depende de cada persona, sus capacidades, desde la tecnología, el arte, audiovisuales, cocina, los deportes. sus aficiones se desarrollan como las de cada persona, según sus gustos personales a partir de eso pueden decidir lo que les gusta. Leer, memorizar, escribir.

¿tiene ventajas tener síndrome de down?

la superación que se puede dar por medio del apoyo y el esfuerzo. obviamente no todos piensan lo mismo

¿puedes hacer cosas que las personas piensan que no puedes hacer?

puede haber poco conocimiento de las otras personas ya que no conocen realmente lo que conlleva tener esta condición. pueden trabajar, tienen diversos trabajos en los que pueden desarrollarse a pesar de necesitar un poco más de ayuda al principio. es con esfuerzo eso es innegable. en la vida se puede hacer de todo, con esfuerzo.

¿Cuál es tu mayor preocupación?

el futuro en cuanto a superación personal, conseguir una pareja, **la pérdida de los padres**, preocupaciones sociales por lo que se informan por medio de las noticias, el apoyo de los padres es muy esencial, pérdida de seres queridos, conseguir lo que se propone.

¿puedes cuidar de ti mismo? solo

la autonomía depende mucho de cada persona, de sus capacidades, de lo que se les ha enseñado y conforme a sus necesidades, la necesidad de autonomía es esencial desde que son pequeños, enseñarles a hacerlo por su cuenta y a pedir ayuda cuando la necesitan, aseo y cuidado personal, son capaces de hacer sus propias cosas e incluso ir solos por la calle.

¿Cuál es tu sueño?

sueños normales, sueños relacionados a sus aficiones y lo que les gusta. aprender, casarse. trabajar por sí mismos, por su cuenta, **independencia**, practicar. vivir la vida y ser felices.

Entrevista a personas con discapacidad intelectual - Aura Fundación - 2017 - desmintiendo mitos

Las personas con discapacidad intelectual son todas iguales? no todas son iguales, todas tienen pasiones distintas, aficiones distintas, ni siquiera en cuanto a la comida.

son infantiles? no, les gusta hacer bromas pero no les gusta ser tratados como niños cuando son adultos, pueden vivir solas.

siempre están enfermas? no, pueden tener salud delicada pero esto es por otros factores.

siempre están felices? no no siempre, pueden tener días tristes, como cualquier otro

no son capaces de tomar sus propias decisiones? claro que pueden no son dependientes, no les gusta la sobreprotección, son creencias que se tienen muy arraigadas con la cultura general pero no por eso son ciertas

no pueden trabajar? son totalmente capaces de hacerlo con la capacitación correcta, al enseñarles bien el trabajo que deben hacer.

Entrevistas a personas con Síndrome de Asperger sobre estereotipos y preguntas que usualmente no se deberían hacer. - Eso no se pregunta - Telemadrid 2017 - subida 2018 - creencias populares desmentidas - diversas opiniones - personas que recibieron apoyo y ayuda desde temprana edad

Todos con trabajos o pertenecientes al ámbito de estudio o a la terapia ocupacional.

¿eres diferente a la mayoría de la gente?

sí, pero no les parece algo malo en general, siempre se han sentido diferentes, este diagnóstico puede darse tiempo después, otras perspectivas de cómo ver la vida, pueden necesitar atención diferente, su mente funciona distinto a la gente de su edad.

Anexo 4 - Entrevista necesidades de comunicación visual

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La encuesta es necesaria para conseguir un buen resultado en la investigación perteneciente al EPS de Diseño Gráfico.

Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación. Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Nombre *

Carolina Guzmán

Puesto que ocupa en Fundación FACES *

Coordinadora general

Linea gráfica de FACES

Las preguntas que vienen a continuación están realizadas con el propósito de conocer, desde la perspectiva de los trabajadores de FACES, la manera adecuada de atraer nuevos beneficiarios y potenciales colaboradores. Además de poder entender de que manera consideran que debe realizarse el cambio de la línea gráfica y a quines se buscan atraer por medio de esta.

¿Por qué considera que es importante darle una nueva imagen gráfica a FACES? *

Por la edad de la población, queremos hacer llegar más juventud. Y hace un tiempo no se ha actualizado.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Qa1v0llh-mcb1Rd1vs1qcmSTSve6K0XB068Rv/ed/#responses> 1/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué quisiera que FACES lograra por medio de esta actualización de imagen? *

Captar población más joven

¿A que tipo o tipos de personas quisiera atraer por medio de la nueva línea gráfica? *

Jóvenes entre 15 y 25 años

¿Por qué quisiera atraer a ese tipo o tipos de personas que menciona en su respuesta anterior? *

Por que son potencialmente más activos, y con cumplen con los objetivos de la Fundación

¿Qué NO le gustaría ver como resultado de esta actualización de la imagen gráfica?

Algo repetido.
Poco original
No llamativo

Apadrinamientos, donaciones y patrocinios

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la dinámica de los apadrinamientos, las donaciones y los patrocinios que se hacen a FACES. Además de entender la manera en que se puede atraer a estos posibles colaboradores económicos.

¿Cómo funcionan los apadrinamientos de FACES? *

A través de empresas o personas que deciden realizarlos voluntariamente o por medio de gestión de padres de familia

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Caihr0lh-mcb1Rd1va1qcmSTSveBKIXB068Rw/edit#responses> 2/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿De qué manera se pueden hacer donaciones a FACES? *

Directamente a la Fundación de manera efectivo o por medio de depósito a cuenta bancaria

¿Cómo funcionan los patrocinios de FACES? *

?

¿De qué manera han logrado obtener estos aportes anteriormente? *

Gestiones administrativas

Voluntariado

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la posición de la institución ante el voluntariado y de que manera se podrían ver beneficiados por la ayuda de los mismos. Si considera que no es algo que FACES pueda necesitan conteste NO a todas las preguntas de esta sección.

¿Considera que sería importante atraer voluntarios para colaborar con FACES? ¿Por qué? *

Sin duda es parte de nuestros objetivos.

¿Qué características deben tener estos voluntarios? *

Activos
Empáticos
Jóvenes
Proactivos

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Qa1v0llh-mcb1Rd1vs1qcmSTSve6KIXB068Rv/edit#responses> 3/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué labor o labores realizarían estos voluntarios? *

Depende mucho de las necesidades de la Fundación y los intereses y habilidades del voluntario.

¿FACES ha contado con voluntarios anteriormente? ¿Qué labores han realizado? *

No.
Sólo han trabajado proyectos sociales

Redes Sociales

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer el manejo de las redes sociales de FACES en la actualidad y de que manera cree que podría mejorarse. Además de conocer que tipo de contenido cree apropiado mostrar en las redes sociales de FACES.

¿Qué redes sociales le pareciera importante que FACES mantenga activas? Marque toda las que crea relevantes *

Facebook
 Instagram
 Twitter
 YouTube
 Otro: _____

¿Quién o quienes se encargan del manejo de las redes sociales de FACES? *

Personal administrativo

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Caihv0lh-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rw/edit#responses> 4/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué tipo de contenido han publicado hasta la fecha? *

Visual donde se plasma la labor que se realiza dentro de la Fundación

¿Qué tipo de contenido quisieran publicar en las redes sociales de FACES? *

Visual
Que conlleve interacción con la población

¿Cuál sería el propósito de publicar ese tipo de contenido al que hace referencia en su respuesta anterior? *

Captar voluntarios
Captar grupo focal
Concientizar a la población

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formulario

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Qa1v0ll-mcb1Rd1vs1qcmSTSve6KIXB068Rv/edit#responses> 5/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La encuesta es necesaria para conseguir un buen resultado en la investigación perteneciente al EPS de Diseño Gráfico.

Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación. Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Nombre *
Dámaris Ramos

Puesto que ocupa en Fundación FACES *
Terapeuta Ocupacional

Línea gráfica de FACES

Las preguntas que vienen a continuación están realizadas con el propósito de conocer, desde la perspectiva de los trabajadores de FACES, la manera adecuada de atraer nuevos beneficiarios y potenciales colaboradores. Además de poder entender de que manera consideran que debe realizarse el cambio de la línea gráfica y a quines se buscan atraer por medio de esta.

¿Por qué considera que es importante darle una nueva imagen gráfica a FACES? *

Es sumamente necesario darse a conocer, pues la fundación como tal lleva 18 años en labor, y es muy poca la gente que tiene conocimiento de ella y su trabajo.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Caihv0lh-mcb1Rd1va1qcmSTSveBKIXB068Rw/ed/#responses> 6/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué quisiera que FACES lograra por medio de esta actualización de imagen? *

Enfatizar la importancia de la autonomía de las personas con discapacidad intelectual, a través de las oportunidades laborales y su desarrollo de habilidades.

¿A que tipo o tipos de personas quisiera atraer por medio de la nueva línea gráfica? *

Considero que principalmente a la población que actualmente tenga en su círculo familiar alguna persona con discapacidad intelectual, posteriormente, a estudiantes, terapeutas, deportistas, talleristas, inclusive al gobierno, pues a través de su apoyo socioeconómico, educativo y laboral se abre una brecha de oportunidades para nuestra población.

¿Por qué quisiera atraer a ese tipo o tipos de personas que menciona en su respuesta anterior? *

Creo firmemente en el derecho que tienen las personas con discapacidad intelectual, a desarrollar sus habilidades en cualquier área que le otorgue una oportunidad de autonomía para obtener una calidad de vida.

¿Qué NO le gustaría ver como resultado de esta actualización de la imagen gráfica?

Que inspire lástima hacia nuestra población tratante.

Apadrinamientos, donaciones y patrocinios

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la dinámica de los apadrinamientos, las donaciones y los patrocinios que se hacen a FACES. Además de entender la manera en que se puede atraer a estos posibles colaboradores económicos.

¿Cómo funcionan los apadrinamientos de FACES? *

.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Qa1v0llh-mcb1Rd1vs1qcmSTSve6K0XB068Rv/ed/#responses> 7/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿De qué manera se pueden hacer donaciones a FACES? *

• _____

¿Cómo funcionan los patrocinios de FACES? *

• _____

¿De qué manera han logrado obtener estos aportes anteriormente? *

• _____

Voluntariado

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la posición de la institución ante el voluntariado y de que manera se podrían ver beneficiados por la ayuda de los mismos. Si considera que no es algo que FACES pueda necesitan conteste NO a todas las preguntas de esta sección.

¿Considera que sería importante atraer voluntarios para colaborar con FACES? ¿Por qué? *

Es importante pues les permite interactuar en el área social, desde un enfoque terapeutico, y a su vez les enseñan a seguir desarrollandose como personas inpedientes.

¿Qué características deben tener estos voluntarios? *

Pro-activos, entusiastas, positivos, motivadores, con un sentido humano de responsabilidad, con conocimientos básicos de la discapacidad intelectual.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Caihr0lh-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rk/edit#responses> 8/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué labor o labores realizarían estos voluntarios? *

Depende en qué área se necesita trabajar.

¿FACES ha contado con voluntarios anteriormente? ¿Qué labores han realizado? *

Sí, han realizado actividades de convivencia social.

Redes Sociales

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer el manejo de las redes sociales de FACES en la actualidad y de que manera cree que podría mejorarse. Además de conocer que tipo de contenido cree apropiado mostrar en las redes sociales de FACES.

¿Qué redes sociales le pareciera importante que FACES mantenga activas? Marque toda las que crea relevantes *

Facebook

Instagram

Twitter

YouTube

Otro: _____

¿Quién o quienes se encargan del manejo de las redes sociales de FACES? *

Administración

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Qailv0llh-mcb1Rd1vs1qcmSTSve6KIXB068Rv/edit#responses> 9/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué tipo de contenido han publicado hasta la fecha? *

Hasta donde tengo conocimiento, un programa de televisión nacional donde se participó.

¿Qué tipo de contenido quisieran publicar en las redes sociales de FACES? *

La difusión del producto que se labora y pequeñas cápsulas, del desarrollo de los productos.

¿Cuál sería el propósito de publicar ese tipo de contenido al que hace referencia en su respuesta anterior? *

Mostrar al público que la persona con discapacidad puede llegar a laboral de una forma exitosa, cuando se da el debido acompañamiento terapéutico y familiar, logrando su autonomía.

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Caihv0lh-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rw/ed9#responses> 10/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La encuesta es necesaria para conseguir un buen resultado en la investigación perteneciente al EPS de Diseño Gráfico.

Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación. Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Nombre *

Dinora del Carmen Paiz de Ochoa

Puesto que ocupa en Fundación FACES *

Administradora General

Línea gráfica de FACES

Las preguntas que vienen a continuación están realizadas con el propósito de conocer, desde la perspectiva de los trabajadores de FACES, la manera adecuada de atraer nuevos beneficiarios y potenciales colaboradores. Además de poder entender de que manera consideran que debe realizarse el cambio de la línea gráfica y a quines se buscan atraer por medio de esta.

¿Por qué considera que es importante darle una nueva imagen gráfica a FACES? *

Poder estar a la vanguardia y trascender, además considero que sería un vínculo de comunicación efectiva con nuestra población objetiva y público en general.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Qailv0lh-mcb1Rd1vs1qcmSTSve6KIXB068Rv/ed/#responses> 11/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué quisiera que FACES lograra por medio de esta actualización de imagen? *

Posesionarnos y llegar a ser plenamente identificados, para atraer a más población

¿A que tipo o tipos de personas quisiera atraer por medio de la nueva línea gráfica? *

A familiares y amigos de personas con discapacidad intelectual, que necesita de nuestros servicios y público en general.

¿Por qué quisiera atraer a ese tipo o tipos de personas que menciona en su respuesta anterior? *

Porque es parte de nuestra misión, formar seres humanos dignos proporcionándoles los conocimientos para alcanzar la calidad de vida que les permita la integración a la sociedad

¿Qué NO le gustaría ver como resultado de esta actualización de la imagen gráfica?

Que se pierda la esencia del logo, el eslogan y sus colores: amarillo, verde y azul celeste

Apadrinamientos, donaciones y patrocinios

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la dinámica de los apadrinamientos, las donaciones y los patrocinios que se hacen a FACES. Además de entender la manera en que se puede atraer a estos posibles colaboradores económicos.

¿Cómo funcionan los apadrinamientos de FACES? *

Por medio de donaciones en efectivo en forma mensual o anual. Previo se presenta un listado con el historial de los alumnos de escasos recursos y es el padrino quien decide el importe y la forma de su apadrinamiento. La fundación entrega un recibo contable libre del impuesto del ISR y se compromete a informar periódicamente sobre los avances de su apadrinado, haciéndolo participe de las actividades especiales que se realizan durante el año en la Fundación.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Caihr0lh-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rw/ed9#responses> 12/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿De qué manera se pueden hacer donaciones a FACES? *

Por medio de nuestra cuenta bancaria o en forma directa a nuestras oficinas si es en efectivo; también pueden ser donaciones en especie, para el funcionamiento de algunos de nuestros talleres

¿Cómo funcionan los patrocinios de FACES? *

Toda donación es amparada por un recibo contable y los fondos que se recaudan, son utilizados para el sostenimiento de la institución en beneficio de nuestra población. Si se realiza un evento se reconoce al patrocinador colocando su marca en la publicidad que se utilice.

¿De qué manera han logrado obtener estos aportes anteriormente? *

Gestiones realizadas directamente a personas de espíritu altruista que de alguna u otra forma apoyan nuestra labor.

Voluntariado

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la posición de la institución ante el voluntariado y de que manera se podrían ver beneficiados por la ayuda de los mismos. Si considera que no es algo que FACES pueda necesitar conteste NO a todas las preguntas de esta sección.

¿Considera que sería importante atraer voluntarios para colaborar con FACES? ¿Por qué? *

Sí, porque Fundación FACES no cuenta con los suficientes recursos económicos para contratar mucho personal de planta; el poder contar con recurso humano voluntario, es muy valioso para las instituciones no lucrativas como FACES

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oahr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSve8KXKB068Rk/ed#responses> 13/26

11/18/2020

Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué características deben tener estos voluntarios? *

Principalmente se necesita que tengan una actitud positiva, que sean personas responsables con grandes deseos de colaborar con la causa, tener conocimiento y estar familiarizados con personas con discapacidad intelectual, un factor muy importante que posean valores morales como, la honestidad, el respeto, la tolerancia, entre otros.

¿Qué labor o labores realizarían estos voluntarios? *

Dependiendo de las habilidades y disponibilidad de cada quien y de las necesidades que en su momento se presenten en la institución. Previo estudio de factibilidad.

¿FACES ha contado con voluntarios anteriormente? ¿Qué labores han realizado? *

Si, hemos tenido voluntarios cuando realizamos actividades especiales para recaudar fondo, por ejemplo: una carrera, una kermes, un desfile, exposición de autos clásicos y demás. Es importante contar con el apoyo de los mismos, se les han asignado diferentes actividades acorde a sus habilidades y disponibilidad (Realizar juegos, hacer rifas, atender ventas de diferentes productos y más)

Redes Sociales

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer el manejo de las redes sociales de FACES en la actualidad y de que manera cree que podría mejorarse. Además de conocer que tipo de contenido cree apropiado mostrar en las redes sociales de FACES.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oalr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTsvBkIXB068Rk/ed/#responses>

14/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué redes sociales le pareciera importante que FACES mantenga activas? Marque toda las que crea relevantes *

Facebook

Instagram

Twitter

YouTube

Otro: pagina web

¿Quién o quienes se encargan del manejo de las redes sociales de FACES? *

Carolina Guzmán y Dinora Paiz (neófitas en la materia)

¿Qué tipo de contenido han publicado hasta la fecha? *

Información del que hacer de la fundación y actividades especiales que se realizan (La página Web se encuentra en construcción)

¿Qué tipo de contenido quisieran publicar en las redes sociales de FACES? *

Temas actualizados de importancia relacionados con la discapacidad intelectual que sean de interés y de utilidad tanto para los padres de familia de nuestros usuarios, como de la población en general. La importancia de nuestro trabajo, entrevistas a los egresados para plasmar sus experiencias exitosas de vida productiva y de sus familias

¿Cuál sería el propósito de publicar ese tipo de contenido al que hace referencia en su respuesta anterior? *

Informar y beneficiar a las personas con temas de su interés. Que conozcan las experiencias de vidas productivas de personas con discapacidad intelectual

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La encuesta es necesaria para conseguir un buen resultado en la investigación perteneciente al EPS de Diseño Gráfico.

Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación. Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Nombre *

Carmen Jacobo

Puesto que ocupa en Fundación FACES *

Capacitadora de talleres

Línea gráfica de FACES

Las preguntas que vienen a continuación están realizadas con el propósito de conocer, desde la perspectiva de los trabajadores de FACES, la manera adecuada de atraer nuevos beneficiarios y potenciales colaboradores. Además de poder entender de que manera consideran que debe realizarse el cambio de la línea gráfica y a quines se buscan atraer por medio de esta.

¿Por qué considera que es importante darle una nueva imagen gráfica a FACES? *

Porque la publicidad es importante para llamar la atención de las personas que pudieran necesitar los servicios de la Fundación

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0OaIh0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTsvBkIXB068Rk/edit#responses> 17/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué quisiera que FACES lograra por medio de esta actualización de imagen? *

Que sea conocida por mas personas

¿A que tipo o tipos de personas quisiera atraer por medio de la nueva linea gráfica? *

Pues a las personas que necetan de los servicios que presta la fundacion

¿Por qué quisiera atraer a ese tipo o tipos de personas que menciona en su respuesta anterior? *

Porque son ellos los el tipo de población que la fundacion necesita para poder seguir con sus labores

¿Qué NO le gustaría ver como resultado de esta actualización de la imagen gráfica?

Que no sea llamativa a la vista del publico

Apadrinamientos, donaciones y patrocinios

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la dinámica de los apadrinamientos, las donaciones y los patrocinios que se hacen a FACES. Además de entender la manera en que se puede atraer a estos posibles colaboradores económicos.

¿Cómo funcionan los apadrinamientos de FACES? *

Pueden ser por la midad de la cuotas que se pagan mensualmente o en su totalidad, dandole el apadrinamiento a las personas que mas lo necesitan

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oaltr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSve8KIXBi068Rv/ed8#responses> 18/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿De qué manera se pueden hacer donaciones a FACES? *

Por medio de depositos bancarios o en efectivo

¿Cómo funcionan los patrocinios de FACES? *

Los que tiene actualmente se han logrado.ppr gestiones de los trabajadores de la Fundación y algunos se reciben cada mes y otros cada 6 meses

¿De qué manera han logrado obtener estos aportes anteriormente? *

Lo mencioné anteriormente por gestiones de los empleados de la Fundación

Voluntariado

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la posición de la institución ante el voluntariado y de que manera se podrían ver beneficiados por la ayuda de los mismos. Si considera que no es algo que FACES pueda necesitan conteste NO a todas las preguntas de esta sección.

¿Considera que sería importante atraer voluntarios para colaborar con FACES? ¿Por qué? *

Sí, porque con los ingresos mensuales de la fundacion no es suficiente para pagar a mas personal

¿Qué características deben tener estos voluntarios? *

Que sean pro activos ybcon entusiasmo ya que los alumnos necesitan de personas energicas que los contagien de alegría y que tengan conocimientos en el tarato con la población de Faces

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0OaIh0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rk/edit#responses> 19/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué labor o labores realizarían estos voluntarios? *

Dependiendo sus conocimientos

¿FACES ha contado con voluntarios anteriormente? ¿Qué labores han realizado? *

Voluntarios como tal no que yo recuerde, lo que si se es que han tenido practicantes tanto de la univrsidad como granduandos a nivel medio

Redes Sociales

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer el manejo de las redes sociales de FACES en la actualidad y de que manera cree que podría mejorarse. Además de conocer que tipo de contenido cree apropiado mostrar en las redes sociales de FACES.

¿Qué redes sociales le parecere importante que FACES mantenga activas? Marque toda las que crea relevantes *

Facebook

Instagram

Twitter

YouTube

Otro: Whatsapp

¿Quién o quienes se encargan del manejo de las redes sociales de FACES? *

La adminstradora y la coordinadora

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oaltr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSve8KIXB068Rk/ed8#responses> 20/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué tipo de contenido han publicado hasta la fecha? *

Actividades que se realizan con los alumnos

¿Qué tipo de contenido quisieran publicar en las redes sociales de FACES? *

Todo lo relacionado a las actividades diarias con los alumnos, para que los padres y las personas se enteren de lo que se realiza diariamente con los alumnos

¿Cuál sería el propósito de publicar ese tipo de contenido al que hace referencia en su respuesta anterior? *

que los padres y las personas se enteren de lo que se realiza diariamente con los alumnos

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oalr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rk/ed/#responses> 21/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Necesidades de Comunicación Visual de FACES

Buen día las preguntas que vienen a continuación son única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto de EPS de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, correspondiente a la alumna Brenda Lucía Ortiz Román con el carnet 201604797. La encuesta es necesaria para conseguir un buen resultado en la investigación perteneciente al EPS de Diseño Gráfico.

Responda de la forma más sincera y concisa posible a las preguntas que vienen a continuación. Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Nombre *

Yoselyn Vásquez

Puesto que ocupa en Fundación FACES *

Secretaria

Línea gráfica de FACES

Las preguntas que vienen a continuación están realizadas con el propósito de conocer, desde la perspectiva de los trabajadores de FACES, la manera adecuada de atraer nuevos beneficiarios y potenciales colaboradores. Además de poder entender de que manera consideran que debe realizarse el cambio de la línea gráfica y a quines se buscan atraer por medio de esta.

¿Por qué considera que es importante darle una nueva imagen gráfica a FACES? *

Porque es una institución que necesita actualizarse y renovar su imagen a las nuevas tendencias de diseño.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oaltr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSve8KIXBi068Rv/ed8#responses> 22/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué quisiera que FACES lograra por medio de esta actualización de imagen? *

Que lograra un impacto en la sociedad y se diera a conocer

¿A que tipo o tipos de personas quisiera atraer por medio de la nueva línea gráfica? *

Todo el publico

¿Por qué quisiera atraer a ese tipo o tipos de personas que menciona en su respuesta anterior? *

Para que conozcan a FACES y sepan de la labor que se realiza y también puedan ayudar a crear una mejor promoción

¿Qué NO le gustaría ver como resultado de esta actualización de la imagen gráfica?

Una imagen o concepto equivocado de FACES

Apadrinamientos, donaciones y patrocinios

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la dinámica de los apadrinamientos, las donaciones y los patrocinios que se hacen a FACES. Además de entender la manera en que se puede atraer a estos posibles colaboradores económicos.

¿Cómo funcionan los apadrinamientos de FACES? *

Se buscan personas O instituciones que puedan brindar un apoyo económico a uno de nuestros alumnos de escasos recursos, así mismo se le brinda el informe correspondiente del avance y logros que se obtienen con el chico beneficiado.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oaltr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rk/edit#responses> 23/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿De qué manera se pueden hacer donaciones a FACES? *

Apadrinamientos, donaciones monetarias o en especie. También ayudando a dar a conocer la fundación para que lleguen mas alumnos.

¿Cómo funcionan los patrocinios de FACES? *

Faces trata de patrocinarse por sí misma en las redes sociales y con la participación en diferentes actividades con otras instituciones.

¿De qué manera han logrado obtener estos aportes anteriormente? *

Buscando espacios disponibles para instituciones como la nuestra.

Voluntariado

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer la posición de la institución ante el voluntariado y de que manera se podrían ver beneficiados por la ayuda de los mismos. Si considera que no es algo que FACES pueda necesitan conteste NO a todas las preguntas de esta sección.

¿Considera que sería importante atraer voluntarios para colaborar con FACES? ¿Por qué? *

Sí

¿Qué características deben tener estos voluntarios? *

Principalmente que sean de buen corazón para atender a nuestra población con paciencia y amor.

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oaltr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSve8KIXB068Rk/ed0#responses> 24/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué labor o labores realizarían estos voluntarios? *

Depende de que tiempo estarían en la institución _____

¿FACES ha contado con voluntarios anteriormente? ¿Qué labores han realizado? *

Sí _____

Redes Sociales

Esta sección de preguntas son realizadas con el fin de conocer el manejo de las redes sociales de FACES en la actualidad y de que manera cree que podría mejorarse. Además de conocer que tipo de contenido cree apropiado mostrar en las redes sociales de FACES.

¿Qué redes sociales le pareciera importante que FACES mantenga activas? Marque toda las que crea relevantes *

Facebook

Instagram

Twitter

YouTube

Otro: _____

¿Quién o quienes se encargan del manejo de las redes sociales de FACES? *

La administradora y coordinadora _____

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oaltr0lh-mcb1Rd1vs1qcmSTSveBKIXB068Rk/edit#responses> 25/26

11/18/2020 Necesidades de Comunicación Visual de FACES

¿Qué tipo de contenido han publicado hasta la fecha? *

Contenido inclusivo, de aprendizaje y de las labores que se realizan en la fundación.

¿Qué tipo de contenido quisieran publicar en las redes sociales de FACES? *

Nuevos talleres implementados para los alumnos

¿Cuál sería el propósito de publicar ese tipo de contenido al que hace referencia en su respuesta anterior? *

Llamar la atención del público

¡Muchas gracias por su colaboración!
Recuerde que toda la información compartida en esta encuesta será confidencial y de uso exclusivo para la investigación de EPS.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Google Formularios

<https://docs.google.com/forms/d/1P3z0Oalhr0ih-mcb1Rd1vs1qcmSTSve8KIXB068Rk/ved#responses> 26/26

Anexo 5 - Validación profesionales

Brenda Lucía Ortíz Román - 201604797
Sección B / PG2

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico Proyecto de Graduación/EPG
Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de
Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-

Herramienta de validación con expertos de diseño gráfico

Aclaraciones previas a la grabación de la sesión:

Buenas tardes mi nombre es Brenda Ortiz, soy la epesista de diseño gráfico y estoy trabajando con FACES en la creación de una nueva línea gráfica. Esta actividad es una validación para este proyecto y tiene propósitos académicos, entonces es un requisito grabar la sesión. Si me da su permiso comienzo a grabar la sesión y a hacer la introducción completa.

Presentación al inicio de la grabación de la sesión:

Buenas tardes, mi nombre es Brenda Lucía Ortíz Román, soy estudiante de último año de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Este proyecto se está llevando a cabo para Fundación FACES, quienes se encargan de brindarles talleres ocupacionales y programas tanto educativos como recreativos a jóvenes y adultos de 15 años en adelante, con algún tipo de discapacidad intelectual.

Se trata de un rebranding con la intención de renovar y unificar la imagen gráfica de FACES, sin perder su esencia. Además de atraer a nueva clientela, posibles colaboradores monetarios o voluntarios que brinden sus servicios de acuerdo a sus habilidades y capacidades.

El concepto creativo es "Romper las barreras que nos dividen por medio de la inclusión", promoviendo la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad intelectual.

Nombre:

Profesión o puesto de trabajo:

Generalidades de la línea gráfica:

La paleta de color está estructurada por 3 colores. El color amarillo que representa el Síndrome de Down, el color azul que representa el Autismo y el color verde que las oportunidades y la esperanza.

1. ¿Considera que los tonos escogidos para la paleta de color son los adecuados según el concepto creativo?

Sí
 No

Comentarios:

2. ¿Considera que la tipografía escogida tiene buen nivel de legibilidad? Tanto para material digital como impreso.

Sí
 No

Comentarios:

3. ¿Considera que el estilo de iconografía escogida es la adecuada para el grupo objetivo de la institución? Considerando que su objetivo es atraer personas jóvenes.

- Sí
- No

Comentarios:

Construcción de imagotipo:

4. ¿Considera que el imagotipo expresa el concepto creativo? "Romper las barreras que nos dividen por medio de la inclusión"

- Sí
- No

Comentarios:

5. ¿Considera que el imagotipo tiene suficiente impacto visual para ser memorable?

- Sí
- No

Comentarios:

6. ¿Qué opina sobre la construcción geométrica del imagotipo?

- Sí
- No

Comentarios:

Identidad gráfica institucional:

7. ¿Considera que existe unidad gráfica en la propuesta para la papelería institucional?

- Sí
- No

Comentarios:

8. ¿Considera que existe un buen nivel de composición gráfica en el modelo de carnet para el personal?

- Sí
- No

Comentarios:

Sugerencias Finales:

.

Anexo 6 - Validación grupo objetivo

Brenda Lucía Ortiz Román - 201604797
Sección B / PG2

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico Proyecto de Graduación/EPS
Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de
Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-

Herramienta de validación con grupo objetivo

Aclaraciones previas a la grabación de la sesión:

Buenas noches mi nombre es Brenda Ortiz, soy la epesista de diseño gráfico y estoy trabajando con FACES en la creación de una nueva línea gráfica. Esta actividad es una validación para este proyecto y tiene propósitos académicos, entonces es un requisito grabar la sesión. Esta no será difundida solo será compartida con el asesor de EPS para comprobar que la actividad se llevó a cabo. Si todos me dan su permiso comienzo a grabar la sesión y a hacer la introducción completa.

Presentación al inicio de la grabación de la sesión:

Buenas tardes, mi nombre es Brenda Ortiz, soy la epesista de diseño gráfico y estoy trabajando con FACES en la creación de una nueva línea gráfica. El propósito principal de esta propuesta es renovar la imagen y dar a conocerlos. Se realizó un trabajo de investigación para llegar a estos resultados. Como parte del proceso de validación es importante conocer la opinión de los clientes con respecto al material.

La actividad consistirá en la presentación del material gráfico, posteriormente se les realizarán 10 preguntas sobre el material y sus opiniones del mismo. Tendrá una duración de 30 minutos. Antes de comenzar, es necesario aclarar que se trata de una propuesta únicamente y no será implementada de inmediato. Más que nada es necesario conocer sus opiniones al respecto para saber si se cumplió el objetivo principal del proyecto. Se trata de un requisito para el proceso de EPS y es de carácter únicamente académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado. Se agradece responder con la mayor sinceridad. ¿Hay alguna pregunta? Si no hay ninguna entonces comenzamos.

Edad:

Parentesco / relación con el alumno asistente a FACES:

Validación de la línea gráfica:

1. ¿Considera que los colores escogidos representan a FACES?

Sí
 No

Comentarios:

2. ¿El tipo de letra utilizado en el contenido es fácil de leer?

Sí
 No

Comentarios:

3. ¿Considera que el material expresa el concepto creativo "Romper las barreras que nos dividen, por medio de la inclusión"?

- Sí
- No

Comentarios:

4. ¿Considera que los elementos en la propuesta de papelería son fáciles de ver y comprender?

- Sí
- No

Comentarios:

5. ¿Considera que el material gráfico representa la labor de FACES?

- Sí
- No

Comentarios:

6. ¿El material presentado le parece visualmente atractivo?

- Sí
- No

Comentarios:

7. ¿Considera que los elementos son memorables?

- Sí
- No

Comentarios:

¿Cuáles elementos?

- Logo
- Papelería
- Colores

Comentarios:

8. ¿Qué piensa del material gráfico?

Comentarios:

9. ¿Hay algún elemento que no entienda o esté de más?

- Sí
- No

Comentarios:

10. ¿Le haría algunos cambios?

- Sí
- No

Comentarios:

Guatemala, octubre 4 de 2021

MSc. Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano
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 gráfica institucional para el fortalecimiento de los procesos de comunicación de la Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-, departamento de Guatemala***, de la estudiante **Brenda Lucía Ortiz Román** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario número: **201604797**, previamente a conferírsele el título de **Diseñadora Gráfica** en el grado académico de Licenciada.

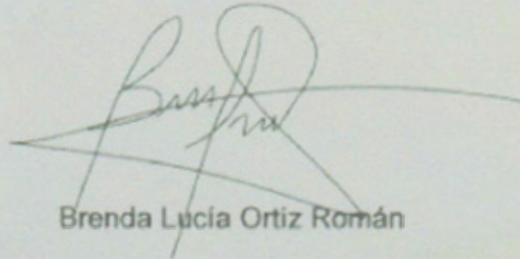
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

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


Licda. Keila Ivonne Lepe
LICENCIADA EN LETRAS
COLEGIADO 29,350

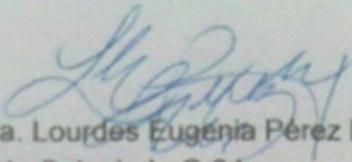
"Diseño de identidad gráfica institucional para el fortalecimiento de los procesos de comunicación de la Fundación para la Autorrealización y Capacitación Especial de Jóvenes y Adultos con Retraso Mental -FACES-, departamento de Guatemala"

Proyecto de Graduación desarrollado por:

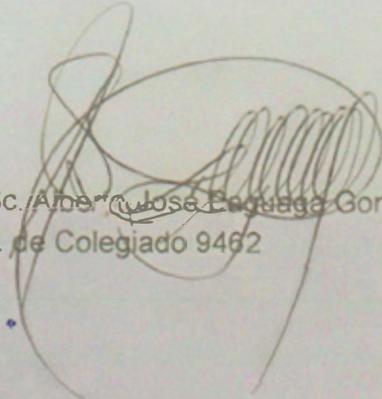


Brenda Lucía Ortiz Román

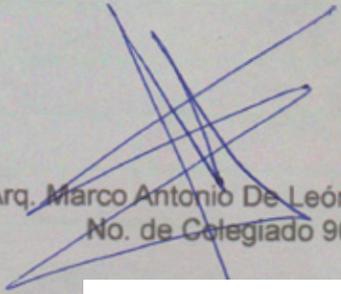
Asesorado por:



Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
No. de Colegiado G 24



MSc. Arq. José Encarnación González
No. de Colegiado 9462



Arq. Marco Antonio De León Vilaseca
No. de Colegiado 903

Imprímase:



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

