



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 línea gráfica de identidad visual para la gestión gráfica de la marca del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Ubicado en la Ciudad de Guatemala

Proyecto desarrollado por
Marcy Pamela del Pilar Tórtola Tistoj





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 línea gráfica de identidad visual para la gestión gráfica de la marca del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Ubicado en la Ciudad de Guatemala

Proyecto desarrollado por
Marcy Pamela del Pilar Tórtola Tistoj

Para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre 2023

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



Nómina de autoridades

Arq. Sergio Castillo Bonini

Decano

MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque

Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas

Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola

Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez

Vocal V

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

Secretario Académico

Tribunal Examinador

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte

Asesor metodológico

MSc. Carlos Enrique Franco Roldan

Asesor gráfico

Lcda. María Lucrecia Vicente Franco

Tercer asesor

Arq. Sergio Castillo Bonini

Decano

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

Secretario Académico



Agradecimientos

A mis padres, Marcy y Osmel, por su incondicional apoyo en mis estudios desde que era pequeña, por brindarme las herramientas para poder crecer y por su infinito amor

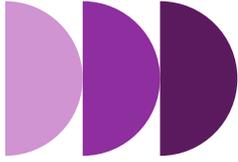
A mis hermanos, Jessica y David, por permanecer a mi lado en todo momento y ser la mejor compañía durante este viaje.

A mis amigos, Abner, Carlos y Andrea, porque sin su ayuda no hubiese sido posible llegar hasta aquí.

A todos mis maestros, por estar dispuestos a compartir sus conocimientos para formarme como profesional.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarme la oportunidad de una educación superior, es algo invaluable por lo que estaré siempre agradecida.

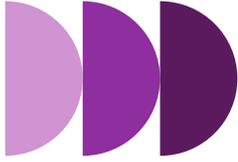
¡Gracias a todos!



Índice

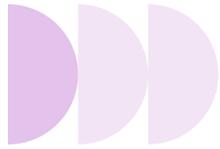
	página
Capítulo I. Introducción	01
Antecedentes	03
Problema	05
Justificación	06
Objetivos del proyecto	08
Capítulo II. Perfiles	11
Perfil de la institución	13
Perfil del grupo objetivo	23
Capítulo III. Planeación operativa	27
Flujograma	29
Cronograma de trabajo	32
Previsión de costos	34
Capítulo IV. Marco teórico	37
El enfoque de género y feminista para combatir la desigualdad en la educación superior	39
El diseño gráfico y su aporte a la equidad de género	49
Diseño de identidad gráfica para aportar al reconocimiento del IUMUSAC	55

	página
Capítulo V. Definición creativa	63
<i>Brief</i> de diseño	65
Referentes visuales	67
Estrategia de diseño	70
Concepto	72
Premisas de diseño	76
Capítulo VI. Producción gráfica	79
Primer nivel de visualización	81
Segundo nivel de visualización	88
Tercer nivel de visualización	92
Propuesta final	98
Fundamentación	106
Lineamientos para puesta en práctica	111
Aporte económico del estudiante	114
Capítulo VII. Síntesis del proceso	117
Lecciones aprendidas	119
Conclusiones	120
Recomendaciones	121
Referencias consultadas	125
Anexos	131

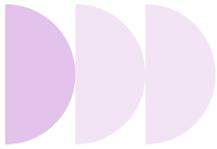


Índice de figuras

	página
Figura n.º 1. Organigrama del IUMUSAC	18
Figura n.º 2. Imagotipo del IUMUSAC	19
Figura n.º 3. Afiches Prevención de la violencia y empoderamiento económico de la mujer	20
Figura n.º 4. Invitación XIII Congreso de Mujeres Universitarias para la Docencia Universitaria	21
Figura n.º 5. Trifoliar servicios del IUMUSAC	21
Figura n.º 6. Informe ejecutivo: Elaboración y análisis con enfoque de género del historial estadístico de egreso de la USAC	22
Figura n.º 7. Investigación Género: una contribución desde el feminismo.	22
Figura n.º 8. Flujograma del proyecto	29
Figura n.º 9. Cronograma del proyecto	32
Figura n.º 10. Previsión de recursos y costos del proyecto	34
Figura n.º 11. Branding GX Digital	67
Figura n.º 12. Branding Aros Bank	67
Figura n.º 13. Branding We English	68
Figura n.º 14. Iconografía Texas Medical Care Plans	68
Figura n.º 15. Ilustraciones Fava	68
Figura n.º 16. Branding Día Internacional de la Mujer para Facebook	69
Figura n.º 17. Branding Remedy	69
Figura n.º 18. Listado de atributos	72
Figura n.º 19. Relación forzada	73



	página
Figura n.º 20. Mapa mental	74
Figura n.º 21. Premisa iconográfica	77
Figura n.º 22. Premisa de ilustración	77
Figura n.º 23. Boceto de íconos nivel 1	81
Figura n.º 24. Boceto de patrones nivel 1	82
Figura n.º 25. Boceto de ilustraciones nivel 1	83
Figura n.º 26. Boceto de tarjeta de presentación nivel 1	84
Figura n.º 27. Visualización de propuesta de íconos nivel 1	85
Figura n.º 28. Visualización de propuesta de patrón nivel 1	85
Figura n.º 29. Visualización de propuesta ilustración nivel 1	86
Figura n.º 30. Visualización de propuesta tarjeta de presentación nivel 1	86
Figura n.º 31. Visualización de íconos nivel 2	88
Figura n.º 32. Visualización de patrón nivel 2	89
Figura n.º 33. Visualización de ilustraciones nivel 2	89
Figura n.º 34. Visualización de tarjeta de presentación nivel 2	90
Figura n.º 35. Visualización de íconos nivel 3	92
Figura n.º 36. Visualización de patrón nivel 3	93
Figura n.º 37. Visualización de ilustraciones nivel 3	93
Figura n.º 38. Visualización de tarjeta de presentación nivel 3	93
Figura n.º 39. Visualización de perfil para Facebook	94
Figura n.º 40. Visualización de diagramación para el manual de identidad gráfica	94
Figura n.º 41. Montaje 1- Manual de identidad gráfica IUMUSAC	98
Figura n.º 42. Montaje 2 - Manual de identidad gráfica IUMUSAC	98



	página
Figura n.º 43. Resultado final portada	99
Figura n.º 44. Resultado final 'Sobre el instituto'	99
Figura n.º 45. Resultado final 'Introducción'	99
Figura n.º 46. Resultado final '¿Quiénes somos?'	99
Figura n.º 47. Resultado final 'Misión y Visión'	99
Figura n.º 48. Resultado final 'Servicios Universitarios'	99
Figura n.º 49. Resultado final 'Área de Investigación'	100
Figura n.º 50. Resultado final 'Área de Extensión'	100
Figura n.º 51. Resultado final 'Marca Gráfica'	100
Figura n.º 52. Resultado final 'Isologo'	100
Figura n.º 53. Resultado final 'Variantes de Marca'	100
Figura n.º 54. Resultado final 'Tamaños Mínimos'	100
Figura n.º 55. Resultado final 'Versiones de Color'	101
Figura n.º 56. Resultado final 'Usos correctos'	101
Figura n.º 57. Resultado final 'Usos incorrectos'	101
Figura n.º 58. Resultado final 'Sistema Visual'	101
Figura n.º 59. Resultado final 'Intersección Colectiva'	101
Figura n.º 60. Resultado final 'Sistema cromático'	101
Figura n.º 61. Resultado final 'Sistema tipográfico'	102
Figura n.º 62. Resultado final 'Jerarquía tipográfica'	102
Figura n.º 63. Resultado final 'Patrón'	102
Figura n.º 64. Resultado final 'Iconografía'	102
Figura n.º 65. Resultado final 'Ilustración'	102
Figura n.º 66. Resultado final 'Composiciones ilustrativas'	102
Figura n.º 67. Resultado final 'Aplicaciones de Marca'	103
Figura n.º 68. Resultado final 'Tarjeta de presentación'	103



	página
Figura n.º 69. Resultado final 'Hoja membretada'	103
Figura n.º 70. Resultado final 'Diploma'	103
Figura n.º 71. Resultado final 'Gafete'	103
Figura n.º 72. Resultado final 'Afiche'	103
Figura n.º 73. Resultado final 'Uniforme'	104
Figura n.º 74. Resultado final 'Firma de correo electrónico'	104
Figura n.º 75. Resultado final 'Plantilla de presentación'	104
Figura n.º 76. Resultado final 'Post para redes sociales'	104
Figura n.º 77. Resultado final 'Perfil y portada de Facebook'	104
Figura n.º 78. Resultado final 'Montaje Facebook IUMUSAC'	104
Figura n.º 79. Resultado final 'Créditos'	105
Figura n.º 80. Resultado final contraportada	105
Figura n.º 81. Formato	106
Figura n.º 82. Composición	107
Figura n.º 83. Código iconográfico	108
Figura n.º 84. Código ilustrativo	109
Figura n.º 85. Código tipográfico	110
Figura n.º 86. Código cromático	110
Figura n.º 87. Tabla aporte económico del estudiante	114



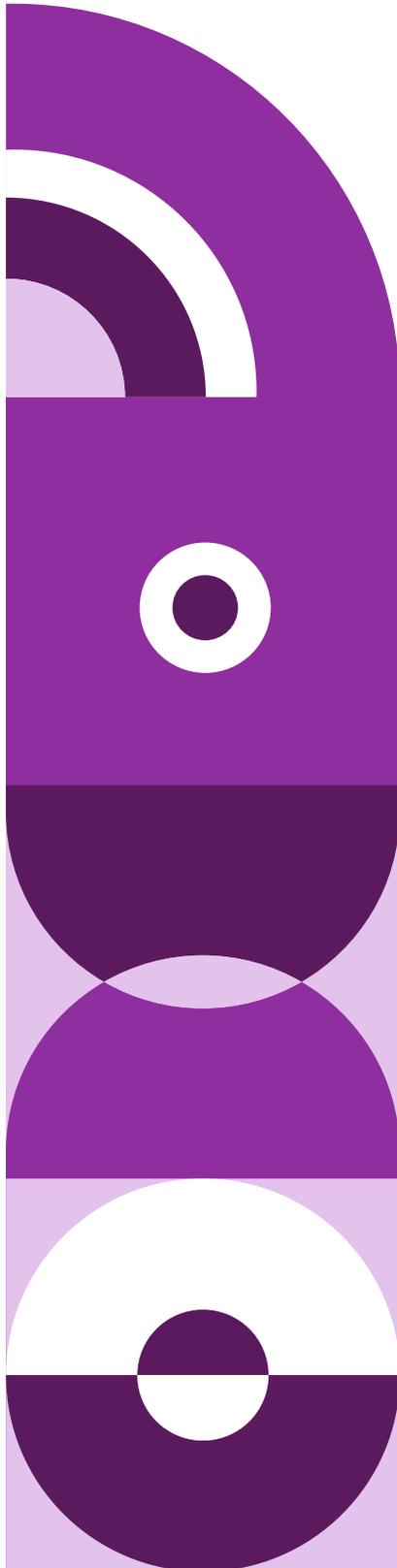
Presentación

El presente proyecto consiste en la gestión de los activos gráficos de marca como parte del desarrollo de la identidad gráfica del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC- ubicada en la Ciudad de Guatemala, fundada en el 2004 como una dependencia de rectoría para poder fortalecer los ámbitos de investigación, docencia y extensión universitarias, como también para apoyar el enfoque de género.

Este proyecto tiene como objetivo apoyar al IUMUSAC para que se le conozca como instituto promotor de la equidad de género en la educación superior a través del diseño de elementos de la identidad gráfica del Instituto que fortalezcan su imagen institucional, normando los parámetros para su aplicación correcta en medios impresos y digitales a través de un manual de identidad.

El contenido del presente informe se divide en; Capítulo 1: Introducción, donde se abordan antecedentes de la problemática social, se delimita el problema de comunicación visual, justificación, objetivos generales y específicos del proyecto. Capítulo 2: que presenta el perfil de la institución y el perfil del grupo objetivo. Capítulo 3: Planeación operativa, que incluye el cronograma, flujograma y el presupuesto del proyecto. Capítulo 4: Marco teórico, en el cual está descrito el fundamento teórico del proyecto. Capítulo 5: Definición creativa, el cual consiste en el *brief* de diseño, referentes visuales, estrategia de diseño, definición del concepto creativo y premisas de diseño. Capítulo 6: Producción gráfica y sus niveles de visualización y por último el Capítulo 7: Síntesis del proyecto, que incluye las conclusiones, recomendaciones al IUMUSAC, a la Escuela de Diseño Gráfico y a futuros estudiantes de proyecto de graduación y finalmente las lecciones aprendidas a lo largo de este proceso.

Se espera que el apoyo gráfico hacia el IUMUSAC sea aprovechado al máximo para seguir promoviendo la igualdad de género en las áreas académicas universitarias.



Capítulo I Introducción

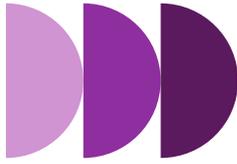
Antecedentes

Problema

Justificación

Objetivos del proyecto

En este capítulo se presenta información clave para el inicio del desarrollo del proyecto, como los antecedentes, la definición del problema, justificación y objetivos.



Antecedentes

Desigualdad de género en la educación superior en Guatemala

“El objetivo de la educación superior es la formación de capacidades y actitudes de los individuos para su integración a la sociedad como seres que sean capaces de regular el status quo y a la vez puedan transformar la realidad social en pos de valores vigentes en un momento histórico determinado.”¹

En los últimos años, ha habido un incremento de estudiantes mujeres matriculadas en las universidades, haciéndolas la mayoría entre estudiantes y egresados. Según información recabada por el INE, en 2019 el 53 % de los estudiantes de la universidad estatal y de las 11 universidades privadas eran mujeres. Asimismo, el 61.2 % de egresados universitarios fueron mujeres, recalcando que de cada 100 personas que se gradúan en Guatemala 61 son mujeres.²

Aunque estos datos sean esperanzadores y el involucramiento de las mujeres en la educación superior vaya en aumento, siguen existiendo distintos factores que perpetúan la desigualdad en los ámbitos de formación académica, como por ejemplo: la presencia de las mujeres en la universidad no se refleja en la planta docente ni estructuras de decisión administrativa. Para el 2005 las y los docentes en el campus central, centros universitarios y en las unidades no adscritas de la Universidad de San Carlos de Guatemala el 72 % era constituido por hombres y solo el 28 % eran mujeres.³

También, se evidencia la disparidad de sexos en el la dirección académica-administrativa en el Consejo Superior Universitario, máximo órgano de decisión en la USAC,⁴ en el actual CSU existen solo 4 mujeres de 44 representantes (tomando en cuenta decanos, colegios profesionales, representantes catedráticos y estudiantiles).⁵ Esto es importante, porque quiere decir que en los puestos de tomas de decisiones las mujeres siguen siendo excluidas, por lo cual no son tomadas en cuenta sus perspectivas para la toma de decisiones académicas.

- 1 Jorge Guerrero Barrios y Ma. Teresa Faro Resendiz, “Breve análisis del concepto de Educación Superior”, *Alternativas en Psicología*, número 27 (2012): 6, <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/alpsi/v16n27/n27a03.pdf>.
- 2 “Infografías de Género y Pueblos”, Instituto Nacional de Estadística, acceso el 13 de marzo de 2022, <https://www.ine.gob.gt/genero-y-pueblos/>.
- 3 Ingrid De León López y Lucrecia Vicente Franco, *Propuesta para incorporar la perspectiva de género en el modelo educativo de educación superior pública* (Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Dirección General de Docencia, 2020), 47.
- 4 Guerrero Barrios y Faro Resendiz, “Breve análisis del concepto de Educación Superior”, 6.
- 5 “Infografías de Género y Pueblos”, Instituto Nacional de Estadística, acceso el 13 de marzo de 2022, <https://www.ine.gob.gt/genero-y-pueblos/>.

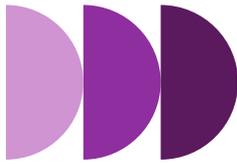
El Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala (IUMUSAC) se creó en 2004 como una dependencia de rectoría para poder fortalecer los ámbitos de investigación, docencia y extensión universitarias, como también para apoyar el enfoque de género.

La Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior 2006-2014 fue aprobada por el honorable Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala el 13 de febrero del año 2008. En esta, la USAC asume el liderazgo en la educación superior del Estado, además, se compromete institucionalmente a incorporar la perspectiva de género en la ciencia, tecnología, las humanidades y en la promoción de sus principios universitarios.⁶

Con la incorporación en la educación superior de la perspectiva de género se busca analizar las características que definen a hombres y mujeres específicamente, para visualizar las relaciones y los conflictos institucionales que surgen de ellos, y así poder perseguir la construcción de la equidad de género en la academia.

Relacionar la educación superior con la igualdad de género es buscar formar profesionales que de manera empática comprendan y busquen constantemente la inclusión de todos los individuos de la sociedad sin discriminar por el género a nadie, además que aporten con su trabajo a combatir este problema en la sociedad. Para cumplir con estos objetivos no basta con la evaluación del rendimiento de los estudiantes sobre el conocimiento de estas áreas, sino también con la puesta en práctica de la igualdad en todos los elementos que participan en la formación académica, se le suma a esto docentes, la adecuación de las redes curriculares y todos los entes administrativos de la universidad, pues el conjunto de estos es el que influye, al final, en asegurar una educación de calidad igualitaria para todas y todos.

⁶ De León López y Vicente Franco, *Propuesta para incorporar la perspectiva de género en el modelo educativo de educación superior pública*, 11.



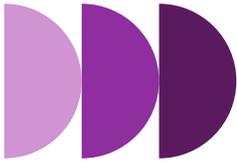
Problema de comunicación visual

A partir de la realización del diagnóstico de necesidades de comunicación visual del IUMUSAC se identifica como uno de los principales problemas el desconocimiento de su labor como ente promotor de la equidad de género en la educación superior entre la comunidad universitaria, debido a que la imagen del instituto es difícil de reconocer.

El IUMUSAC no mantiene coherencia visual en su presentación por lo que se le dificulta reflejar al máximo los valores y objetivos que conforman a la institución. La aplicación de la marca varía notablemente según el medio en el que sea utilizado, ya sea documentos institucionales, investigaciones y redes sociales.

La versión más actual del logotipo que representa a la institución fue diseñada en el año 2019, pero su uso no está normado, por lo cual en los distintos departamentos de la institución utilizan versiones anteriores del logotipo, creando incoherencias en el uso de la marca institucional. Al no contar con elementos gráficos preestablecidos y lineamientos y normas de uso, sus necesidades visuales repercuten en la comunicación con su público objetivo, dificultando los procesos de comunicación.

La deficiencia en el manejo de la marca perjudica la divulgación de la existencia de la institución no solo entre la comunidad universitaria sino también en la sociedad guatemalteca y, asimismo, provoca que se ignoren sus objetivos, servicios y los resultados logrados desde su fundación, generando que las oportunidades tales como la realización de alianzas estratégicas junto a otras organizaciones e instituciones, o la participación de la comunidad estudiantil en el instituto sea limitada, ya que no es fácil identificar quién es y qué es lo que hace el IUMUSAC.



Justificación del proyecto

Trascendencia

El problema de la desigualdad de género en la educación superior en Guatemala sigue siendo prevaleciente, ya que nuestro país tiene una historia donde el acceso de oportunidades a la educación es escasa y el cumplimiento al derecho a la educación de las mujeres no es una prioridad. Por lo tanto, es importante que en la educación superior se enseñe desde un enfoque de género y feminista, porque es primordial que se conozcan las desigualdades para después poder promover acciones para combatirlas.

La USAC en su Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior (2008) se propone incorporar esta perspectiva para analizar y comprender características de los géneros y así visualizar la diversidad de las relaciones entre mujeres y hombres en la sociedad. Es ahí donde el papel del IUMUSAC es vital para asegurar que esto se cumpla, puesto que está involucrado tanto en la creación de currículos de las distintas carreras de estudios como también en impartir cátedras que tienen como objetivo el fortalecimiento de esta perspectiva en el personal docente, investigativo y administrativo que colabora con la universidad, para poder llevarlo a cada aula de clases. Es un problema que requiere de un proceso constante en el que se debe promover el análisis y la evaluación de la situación actual para poder considerar acciones reales y objetivas que velen por los derechos de las mujeres en la educación.

Incidencia

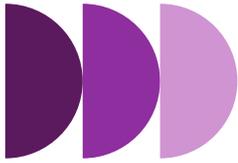
La intervención del diseño gráfico para aportar una imagen institucional reconocible al IUMUSAC facilitará su reconocimiento y fortalecerá la eficiencia en la divulgación de los servicios y resultados de la institución; esto a largo plazo no solo le permitirá que sea más conocida por la comunidad universitaria, sino además podrá llegar a más instituciones con las que comparta objetivos y valores, creando nuevas oportunidades para el crecimiento de las redes de alianzas cuyo eje central es la igualdad de género en la educación superior, teniendo resultados positivos en la reducción de la discriminación de la mujer universitaria en la sociedad guatemalteca.

Factibilidad

La institución planea utilizar todos los insumos de diseño gráfico que se le provean, pues entiende la importancia y la influencia positiva que el diseño gráfico tiene en el crecimiento y desarrollo de la marca institucional. La actual Directora del IUMUSAC, Lcda. Elda Marroquín expresó su interés en la incorporación del material gráfico generado a partir de este proyecto, para que todo el personal del equipo del instituto utilice los recursos y los apliquen en sus actividades diarias.

El IUMUSAC ha trabajado con disposición junto con la epesista para tener una constante comunicación a través de reuniones y brindando la información para que el proyecto pueda realizarse.

Por parte de la epesista, la disposición y el interés de colaborar con el IUMUSAC ha existido desde el primer contacto, pues ha identificado que es un instituto con una labor importante, como lo es la perspectiva feminista y el enfoque de género en el ámbito educativo. Junto con el asesoramiento de los catedráticos de la Escuela de Diseño Gráfico y con el respaldo de la Universidad de San Carlos de Guatemala que respaldan y apoyan al estudiante en todo el proceso, el proyecto es factible.



Objetivos del proyecto

Objetivo general

Apoyar al Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala para que se le conozca como instituto promotor de la equidad de género en la educación superior a través de la gestión de diseño gráfico.

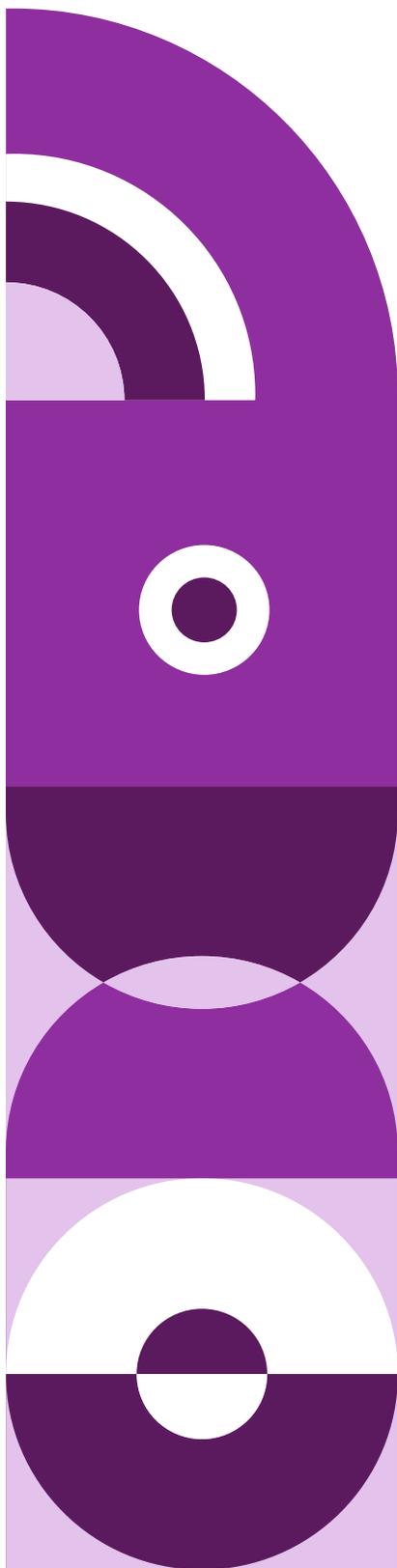
Objetivo de comunicación

Informar sobre la existencia del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la comunidad universitaria y así dar a conocer la labor que realiza promoviendo la igualdad de género en la educación superior por medio de la gestión gráfica de marca.

Objetivo de diseño

Diseñar elementos de la identidad gráfica del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala para fortalecer su imagen institucional, normando los parámetros para su aplicación correcta en medios impresos y digitales a través de un manual de identidad.

Así concluye este capítulo, donde se expusieron las razones principales por las cuales este proyecto es importante para beneficiar tanto al IUMUSAC como a la educación superior de la sociedad guatemalteca. En el siguiente capítulo se definen los perfiles de la institución y las características del grupo objetivo, que es el público al que se dirige el proyecto.

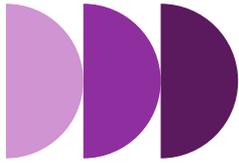


Capítulo II Perfiles

Perfil de la institución

Perfil del grupo objetivo

En este capítulo presentaremos a fondo el perfil de la institución, lo que incluye su historia, misión, visión y objetivos, además de sus antecedentes gráficos. También, se expone el perfil del grupo objetivo del proyecto.



Perfil de la Institución

Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala

El IUMUSAC es un ente rector de políticas y acciones universitarias a favor del desarrollo de las mujeres y la equidad de género en la educación superior. Se encuentra ubicado en el sector social educativo y de género.

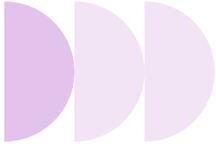
Historia del instituto

La universidad promueve el respeto a los derechos humanos -individuales y colectivos-, además, contribuye a la instauración de una cultura de paz, también impulsa la conservación del entorno ecológico y proyecta los valores de respeto, verdad, justicia, libertad, equidad y dignidad humana. En respuesta a estos valores y principios rectores la universidad creó el 11 de noviembre de 2004, mediante el Acuerdo de Rectoría 1051-04 el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC.

Es importante destacar que la creación de IUMUSAC fue la culminación de un largo proceso de más de una década de incidencia política, encabezado por la Comisión Universitaria de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -CUMUSAC-, conformada por universitarias y universitarios comprometidos con los avances de los derechos de las mujeres.⁷

Con la creación del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala-IUMUSAC, en el 2004, se fortalecen las funciones de investigación, docencia y extensión, así como el proceso de planificación en la Universidad, al sustentar el enfoque de género en el desarrollo institucional.

⁷ Universidad de San Carlos de Guatemala, *Marco Filosófico*, Acta No. 15-98, Sesión celebrada por el Consejo Superior Universitario el 24 de junio de 1998-15, PDF.



El IUMUSAC ha dado continuidad y ha ampliado el debate académico, iniciado en 1989 cuando fue conformada la Comisión de Estudios de la Mujer, para situar el enfoque de género y más recientemente, el enfoque multi e intercultural en la vida académica y en el currículum.

Estas acciones están contempladas en el “Plan Estratégico IUMUSAC 2006- 2022”, que orienta el quehacer institucional como una plataforma de debate, de educación y de investigación que contribuye al desarrollo de la sociedad guatemalteca; integrada por la niñez, la juventud, mujeres, hombres y personas de la tercera edad; que están en la constante búsqueda de un desarrollo basado en la justicia, la equidad y la democracia que les permita vivir con bienestar, felicidad y dignidad.

Misión

El IUMUSAC- es el ente responsable de asesorar, dirigir, promover, coordinar, articular y ejecutar programas y proyectos de investigación, docencia y extensión universitaria. Promueve el desarrollo de programas de formación con enfoque de equidad de género; efectúa investigaciones y estudios de la mujer, las mujeres, género, feminismos y derechos humanos de las mujeres. También, promueve valores, actitudes y prácticas que conlleven a la comunidad universitaria y a la sociedad guatemalteca, a visibilizar y valorar los aportes de las mujeres a la academia y la humanidad.

Visión

El IUMUSAC tiene como visión ser líder de las políticas y acciones a favor del desarrollo integral de las mujeres y de la promoción de la equidad de género en la educación superior, por medio de la Política y Plan de Equidad de Género, operativizando el enfoque de equidad de género de forma transversal, según Plan Estratégico USAC - 2022 y como lo establecen los compromisos nacionales e internacionales. Asimismo, busca constituirse en el órgano universitario a consultar en la temática, mujer, equidad de género y solución de problemas nacionales.

“Por la equidad de género en la educación superior”
- Filosofía del IUMUSAC



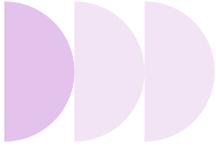
Objetivos

El IUMUSAC tiene como objetivos, lo siguiente:

- Establecer la equidad de género en la educación superior para la construcción de una universidad nacional autónoma y democrática.
- Proponer medidas efectivas, para la pronta eliminación de todas las formas de discriminación en contra de las mujeres, dentro y fuera de la universidad.
- Promover la investigación sobre la situación, condición y posición de las mujeres guatemaltecas.
- Crear nuevos indicadores que permitan medir el avance de la condición, situación y posición de las mujeres universitarias.
- Incorporar el enfoque de género y feminista en el currículo de estudios para fortalecer la formación integral de las y los profesionales.
- Fortalecer los programas de formación profesional desde el enfoque de género y feminista.
- Potenciar la participación de las mujeres en la conducción de la universidad y en los espacios públicos de la sociedad para construir una democracia con equidad y con justicia educativa.
- Proponer leyes, políticas públicas y programas que coadyuven a eliminar la opresión, exclusión y discriminación de las mujeres en la sociedad guatemalteca.

Servicios

El IUMUSAC presta los servicios relacionados con la atención de las áreas de docencia, investigación y extensión universitaria e impulsa el desarrollo científico- tecnológico, asistencia y social-humanístico que promuevan la equidad de género y la formación académica, de servicio y de investigación sobre condición, posición y situación de las mujeres, tomando los ámbitos urbano y rural, así como la realidad multiétnica, multilingüe y pluricultural de la sociedad guatemalteca. Establecer y mantener sistemas de comunicación con organismos o entidades nacionales e internacionales.



Dentro de este Plan estratégico USAC 2022 se estableció como enfoque transversal:

- Multicultural e intercultural
- Género
- Ambiental

Área de dirección

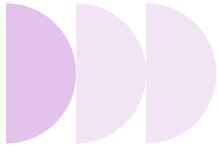
Es el órgano responsable de trabajo profesional orientado a la realización de actividades de dirección y administración general del Instituto en el ámbito político, administrativo y financiero, así como en las áreas de investigación, docencia y extensión y de representación de la Universidad de San Carlos de Guatemala en asuntos referidos al tema de género, a lo interno y externo de la universidad.

Área de investigación

Área académica que fortalece el proceso sistemático de la investigación, función básica de educación superior, que genera conocimientos, fundamenta el proceso de enseñanza aprendizaje y las propuestas de solución a la problemática de la realidad de las mujeres guatemaltecas y de la sociedad en general.

Cuenta con los siguientes programas para promover la formación de investigadoras/es en el estudio de la realidad de las mujeres y las relaciones de género en la universidad y los sectores académicos, en los sectores académicos y la sociedad guatemalteca desde la perspectiva de género y feminista:

- Programa Especializado de Investigación en Estudios de Género
- Programa Formación Especializada en Investigación
- Programa Gestión y Vinculación en Investigación
- Programa de Información y Documentación



Área de docencia

Área académica fundamentada en la perspectiva constructivista caracterizada por ser la encargada de elaborar diseños curriculares. Tiene como objetivo promover la formación especializada de los estudios de género en todos los niveles de la educación superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala e implementar la perspectiva de género en el sistema de formación docente del IUMUSAC en coordinación con la Dirección General de Docencia.

Cuenta con los siguientes programas para implementar la perspectiva de género en el sistema de formación docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala:

- Programa Cátedra de la Mujer
- Programa Perspectiva de Género en la Educación Superior

Área de extensión

Es el ente responsable de asesorar, dirigir, coordinar y ejecutar proyectos relacionados con el desarrollo y mejoramiento de la condición de las mujeres en Guatemala y de vinculación con la sociedad, que proyecta una cultura de equidad de género, respeto a la diversidad sociocultural y acceso al desarrollo.

Asimismo, una de las funciones del Área de Extensión es promover, fortalecer y coordinar los programas universitarios sobre los ejes temáticos de su especialidad con la Dirección General de Extensión Universitaria – DIGEX-. Sus programas son:

- Programa de Comunicación
- Programa de Desarrollo Cultural
- Programa de Proyección Social

Cobertura

Comunidad universitaria de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Su sede se encuentra ubicada en la 10 calle 9-59 “A” zona 1, Ciudad de Guatemala.

Grupos objetivos

Conformado por autoridades de las unidades académicas, estudiantes, docentes, investigadores/as, extensionistas, personal administrativo y de servicios.⁸

Organigrama

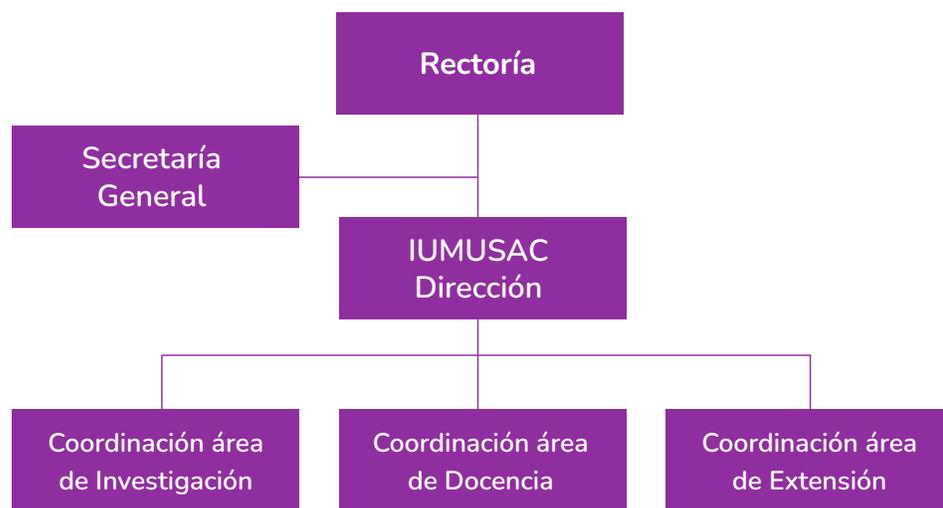


Figura n.º 1. Organigrama del IUMUSAC
Fuente: elaboración propia

⁸ Universidad de San Carlos de Guatemala, *Política y plan de equidad de género en la educación superior 2006-2014, 2008-18*, <https://plani.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2015/11/politica-y-plan-de-equidad-usac.pdf>.



Identidad y comunicación visual

El IUMUSAC sigue los lineamientos generales del manual de identidad gráfica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, facilitado desde la división de publicidad y comunicación de la USAC, que únicamente norma el posicionamiento correcto del imagotipo de la institución en documentos el cual debe ser acompañado del logotipo de la universidad, pero el IUMUSAC no cuenta con una línea exclusiva con sus propias normas.

Imagotipo

El imagotipo más reciente fue actualizado en 2019, cuenta con las siglas de la institución IUMUSAC precedido de “Licda. Miriam Ileana Maldonado Batres”, encerrado en el símbolo de Venus, que representa el género femenino.



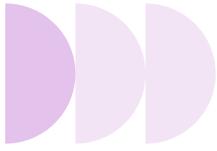
Figura n.º 2. Imagotipo del IUMUSAC
Fuente: <https://iumusac.usac.edu.gt/>

Página Web

Su página web contiene la información que describe a la Institución, pero cuenta con áreas sin intervención textual y gráfica, por lo que puede causar duda al usuario sobre la veracidad y la autenticidad del sitio.

Página de Facebook

La red social que más utiliza la institución para la divulgación de información institucional, fechas conmemorativas, ponencias, etc. es Facebook. El diseño y publicación de material, la responsabilidad recae en los distintos departamentos de la institución, pues no se cuenta con un departamento específico para realizar esta acción.



Antecedentes gráficos

Se presentan algunos artes utilizados para campañas e invitación para distintas actividades por el IUMUSAC. También diversos aportes editoriales que se han logrado en colaboración con la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

Afiches



Figura n.º 3. Afiches Prevención de la violencia y empoderamiento económico de la mujer
Fuente: <https://iumusac.usac.edu.gt/?p=951>



Figura n.º 4. Invitación XIII Congreso de Mujeres Universitarias para la Docencia Universitaria
Fuente: <https://shorturl.at/hRY27>

Editorial

Servicios Universitarios	Proyección
<p>El IUMUSAC presta los servicios relacionados por medio de</p> <ul style="list-style-type: none"> Cátedra IDKIK Cátedra Mujeres Garifunas y Afrodescendientes Cátedra de la Mujer Luz Méndez de la Vega Cátedra de Historia, Género y Educación Superior Cátedra Marie Curie Programa de Vinculación Social Otros 	<p>Asesoría y desarrollo de estudios de las mujeres, relaciones de género y derechos humanos de las mujeres.</p> <p>Formación, asesoría y acreditación de estudios de las mujeres, equidad de género y derechos de las mujeres.</p> <p>Comunicación, desarrollo cultural y promoción social de las mujeres universitarias.</p>
<p>IUMUSAC.USAC.EDU.GT</p> <p>Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)</p> <p>IUMUSAC</p> <p>(+502)</p>	<p>Sede</p> <p>10a Calle 9-59 "A" zona 1, Ciudad de Guatemala, Guatemala, Centro América</p> <p>infoiumusac@usac.edu.gt</p> <p>Teléfono (502) 22210826</p> <p>Horario de Atención:</p>
	<p>Revista "Mujeres y universidad"</p> <p>Programa Radial (sintoniza Mujeres y Universidad) 92.1 FM</p> <p>www.infoiumusac.edu.gt</p> <p>Martes 10:00 a 11:00</p>
	<p>Ente rector de políticas y acciones universitarias a favor de las mujeres en la USAC</p> <p>Guatemala, 2021</p>

Figura n.º 5. Trifoliar servicios del IUMUSAC
Fuente: https://iumusac.usac.edu.gt/?page_id=723



Figura n.º 6. Informe ejecutivo: Elaboración y análisis con enfoque de género del historial estadístico de egreso de la USAC
Fuente: IUMUSAC



Figura n.º 7. Investigación Género: una contribución desde el feminismo.
Fuente: IUMUSAC



Perfil del grupo objetivo

El Instituto Universitario de la Mujer centra sus esfuerzos alrededor de las necesidades de la comunidad universitaria de la USAC. Principalmente docentes, personal administrativo e investigadores; dado que IUMUSAC es parte de la universidad, el personal interno también está incluido en este grupo objetivo.

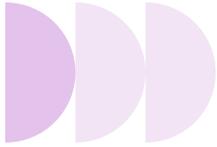
Perfil geográfico

- El grupo objetivo a quienes se dirige el proyecto reside principalmente en el departamento de Guatemala y tienen en común el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicado en la zona 12 de la Ciudad Capital o el Centro Universitario Metropolitano (CUM).
- También reside cerca de los 22 Centros Regionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicados en los departamentos de Quetzaltenango, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chiquimula, Huehuetenango, Escuintla, Suchitepéquez, Jalapa, San Marcos, Petén, Izabal, Santa Rosa, Jutiapa, Chimaltenango, El Progreso, Totonicapán, Quiché, Zacapa y Sololá.
- Según el Departamento de Registro y Estadística el 55 % de la población estudiantil está ubicada en el área metropolitana y un 45 % está distribuido en todos los centros departamentales.⁹

Perfil sociodemográfico

Comprende a hombres y mujeres cuyas edades rondan entre los 30 a 65 años de edad. Poseen una escolaridad universitaria en grados de licenciatura, maestría y doctorado. Se dedican a impartir la docencia en la universidad, así como a explorar y profundizar los conocimientos en distintos temas por medio de la investigación. Asimismo, entran en el grupo objetivo quienes trabajan de asesorar, asistir o gestionar en las áreas de organización administrativa, asuntos económicos, recursos humanos, bibliotecas, informática y servicios generales en la USAC.

⁹ Edson Lozano, 04 de febrero del 2019, "La Tricentenaria: una universidad en expansión", Soy USAC, <https://soy.usac.edu.gt/?p=3815>.



Perfil socioeconómico

- Ubicado en el nivel socioeconómico medio, los ingresos mensuales familiares abarcan un amplio rango según el puesto.
- En la categoría docente, para el 2018, el Autoestudio de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC,¹⁰ presenta datos sobre los salarios y prestaciones por categoría docente para un tiempo completo, abarcando tanto desde un profesor Titular I hasta Titular XII¹¹ sin contar las prestaciones sociales mensuales en US\$ (cambio 1.00 USD = Q 7.40) se encuentran en el rango de 1575.20 USD - 4495.96 USD, es decir Q 11 656.48 - Q 33 270.10 al mes.
- En el caso de los investigadores, según el Compendio de Reglamentos y Normativos de Investigación de la Dirección General de Investigación de la USAC en el 2021, se establecen tres niveles para los investigadores basados en la formación académica, producción científica y experiencia. Estos se otorgan a través de méritos mediante convocatoria anual, y estos montos de los incentivos económicos son: Nivel I Q12 000, Nivel II Q18 000 y Nivel III Q 24 000. Se pagan en doce mensualidades.¹²
- En la categoría de dirección y coordinadores de unidades, según la nómina de enero del 2021 publicada por la Coordinadora de Información Pública de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sin contar las prestaciones sociales mensuales, los funcionarios que forman parte de las unidades de Dirección cuentan con un sueldo base mensual máximo de Q 31 704, y los que forman parte de las unidades de extensión, docencia e investigación cuentan con un sueldo máximo de Q25 360.¹³

Características psicográficas

- Son adultos que reconocen la importancia de la investigación y les interesa la educación superior para compartir su conocimiento. Buscan capacitarse constantemente, además de aportar al desarrollo de la sociedad. El aprendizaje es una de sus prioridades, leen artículos, revistas, periódicos, blogs.

10 Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Licenciatura en Diseño Gráfico, *Autoestudio*, 2018-120, PDF.

11 Al ingresar a la carrera del personal académico, el profesor adquiere la categoría de titular. Profesor titular debe tener nivel mínimo de licenciatura, con plaza indefinida.

12 Universidad de San Carlos de Guatemala, Dirección General de Investigación, *Compendio de Reglamentos y Normativos de Investigación de la Dirección General de Investigación 2021-59*, <https://portal.digi.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2023/01/compendioreglamentosynormativosdeinvestigaciondigi.pdf>

13 "Nómina de Enero-2021", Coordinadora de Información Pública de la Universidad de San Carlos de Guatemala, acceso el 22 de julio del 2022, <https://cip.usac.edu.gt/>.

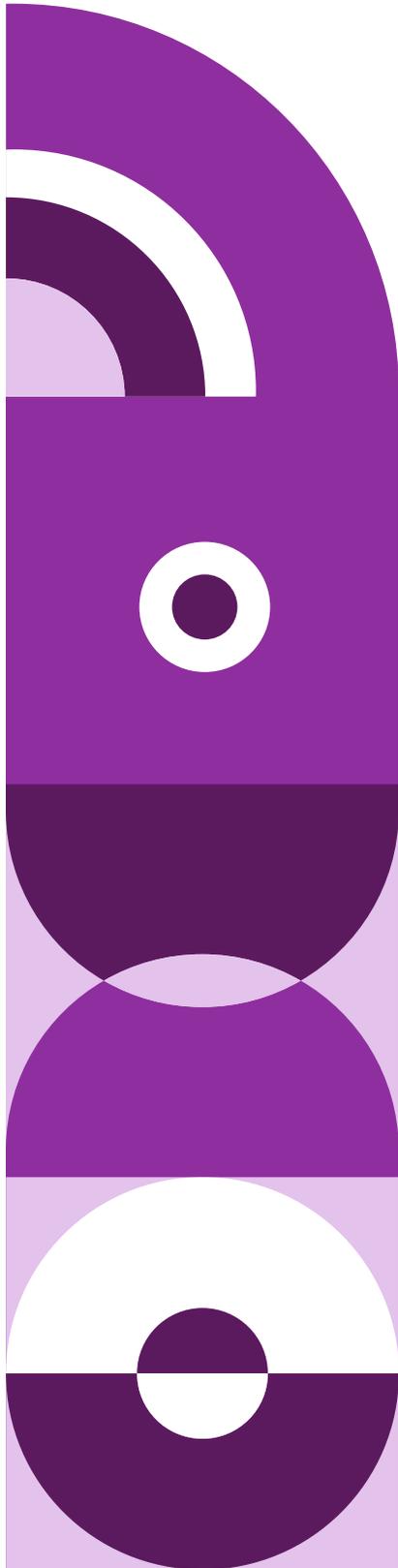
- En el caso del personal administrativo específicamente del IUMUSAC, las personas capacitadas para poder asumir los puestos de la institución son responsables, orientados a la planificación, organización, se interesan en asuntos universitarios referidos al tema de género, promueven la equidad de género en la educación superior y el desarrollo de las mujeres guatemaltecas. Entre sus habilidades están la organización, formulación de planes y proyectos, capacidad de análisis y abstracción, manejo de equipo audiovisual y paquetes de computación. Poseen también la capacidad de coordinar y manejar grupos y relaciones humanas, esto según el Manual de Organización del IUMUSAC.¹⁴

Relación entre el grupo objetivo y la institución

El IUMUSAC como dependencia de Rectoría es el encargado de promover la equidad de la mujer mediante el fortalecimiento de los programas académicos, por lo cual, su comunicación está enfocada principalmente en el cuerpo docente, investigadores y personal administrativo que son parte de todas las unidades académicas que conforman la universidad. Ellos son los que tienen interacción de primera mano con la institución, pues a través de la comunicación con este grupo es que se pueden cumplir los objetivos del IUMUSAC, los cuales van de la mano con los objetivos de la USAC, como el establecer la equidad de género en la educación superior para la construcción de una universidad nacional autónoma y democrática.

En el siguiente capítulo se presenta la planeación operativa para la planificación del proyecto en tiempos, recursos y costos.

¹⁴ Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala "Licda. Miriam Ileana Maldonado Batres", *Actualización Manual de Organización 2018*, <https://ddo.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2022/03/Actualiz.-Manual-de-Organizacion-de-IUMUSAC-2018.pdf>



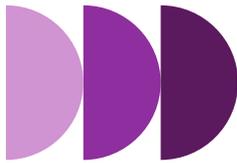
Capítulo III Planeación operativa

Flujograma

Cronograma

Previsión de recursos y costos

En este capítulo se presenta el flujograma con el proceso y las tareas detalladas que se deben realizar para poder hacer el proyecto, también un cronograma y el presupuesto para poder prever el tiempo y los recursos necesarios para ejecutarlo.



Flujograma

Se hace una representación gráfica de las principales actividades, recursos y tareas que implica todo el proyecto.¹⁵

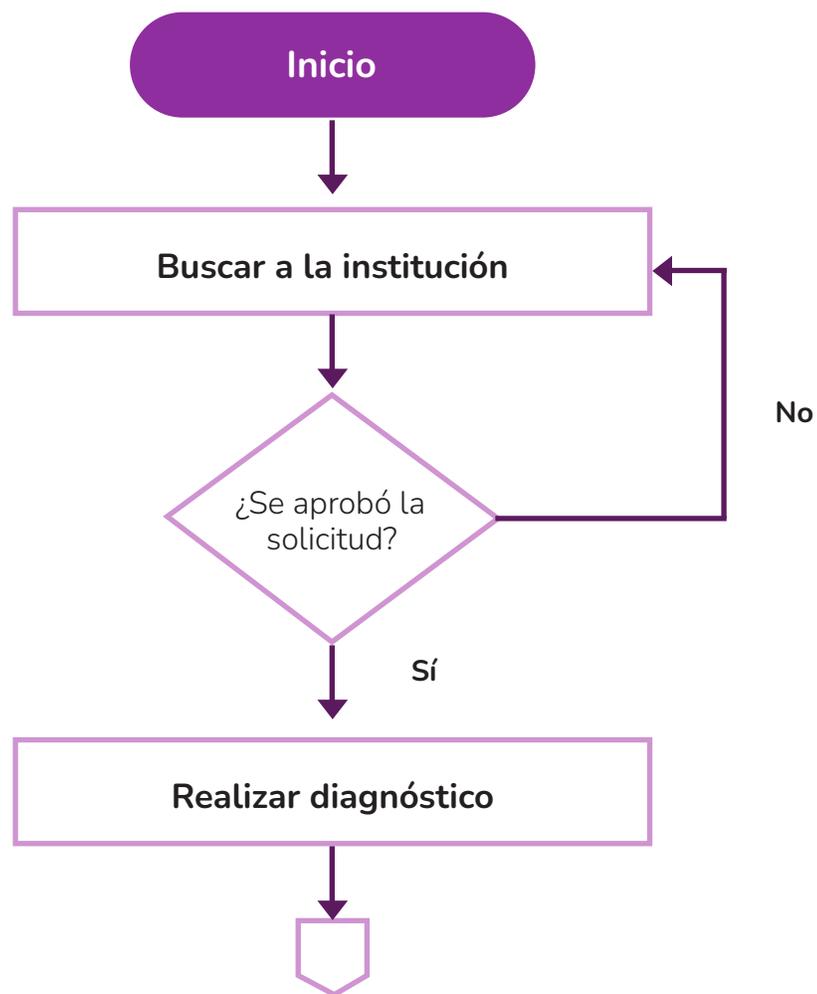
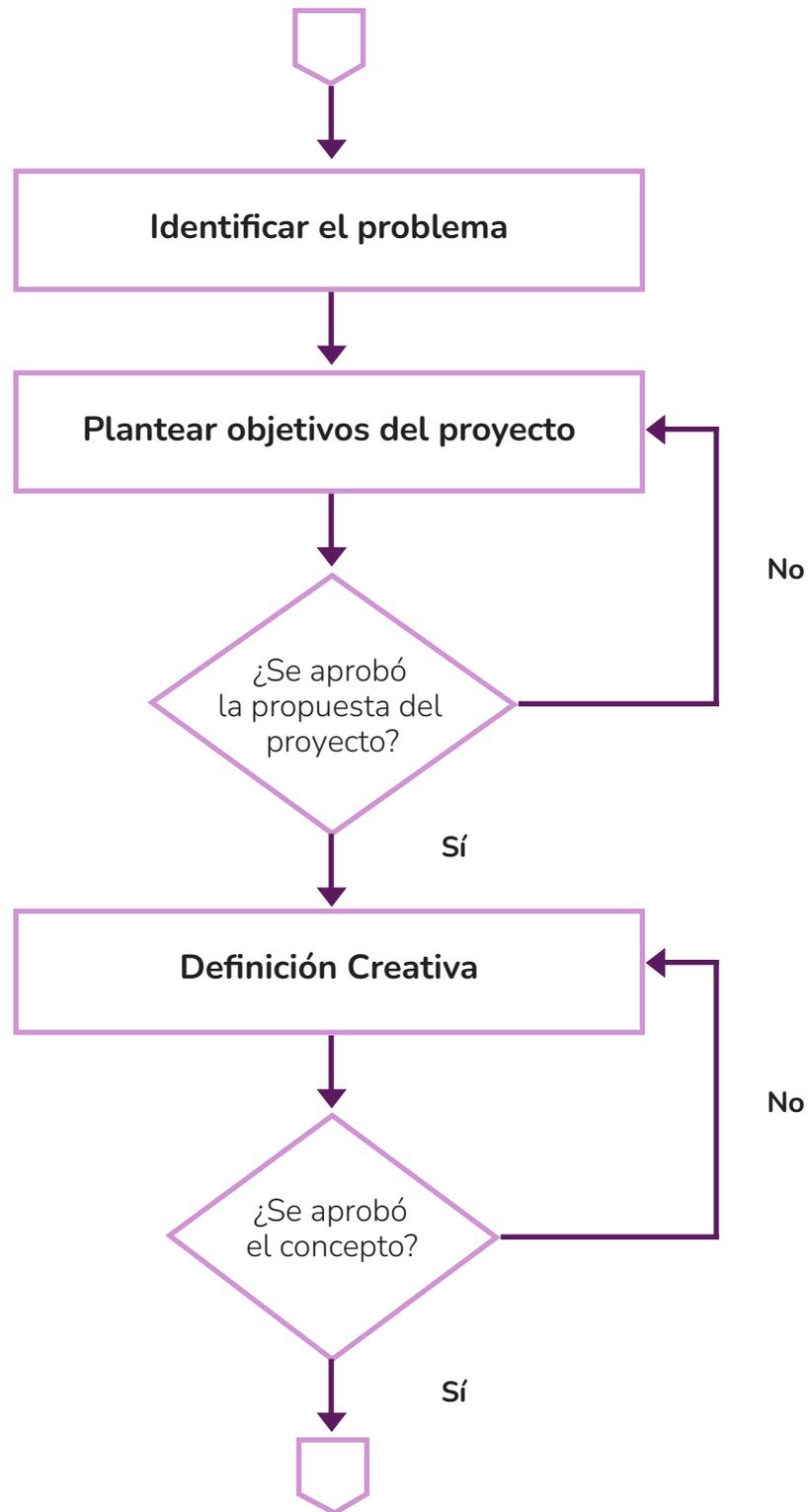
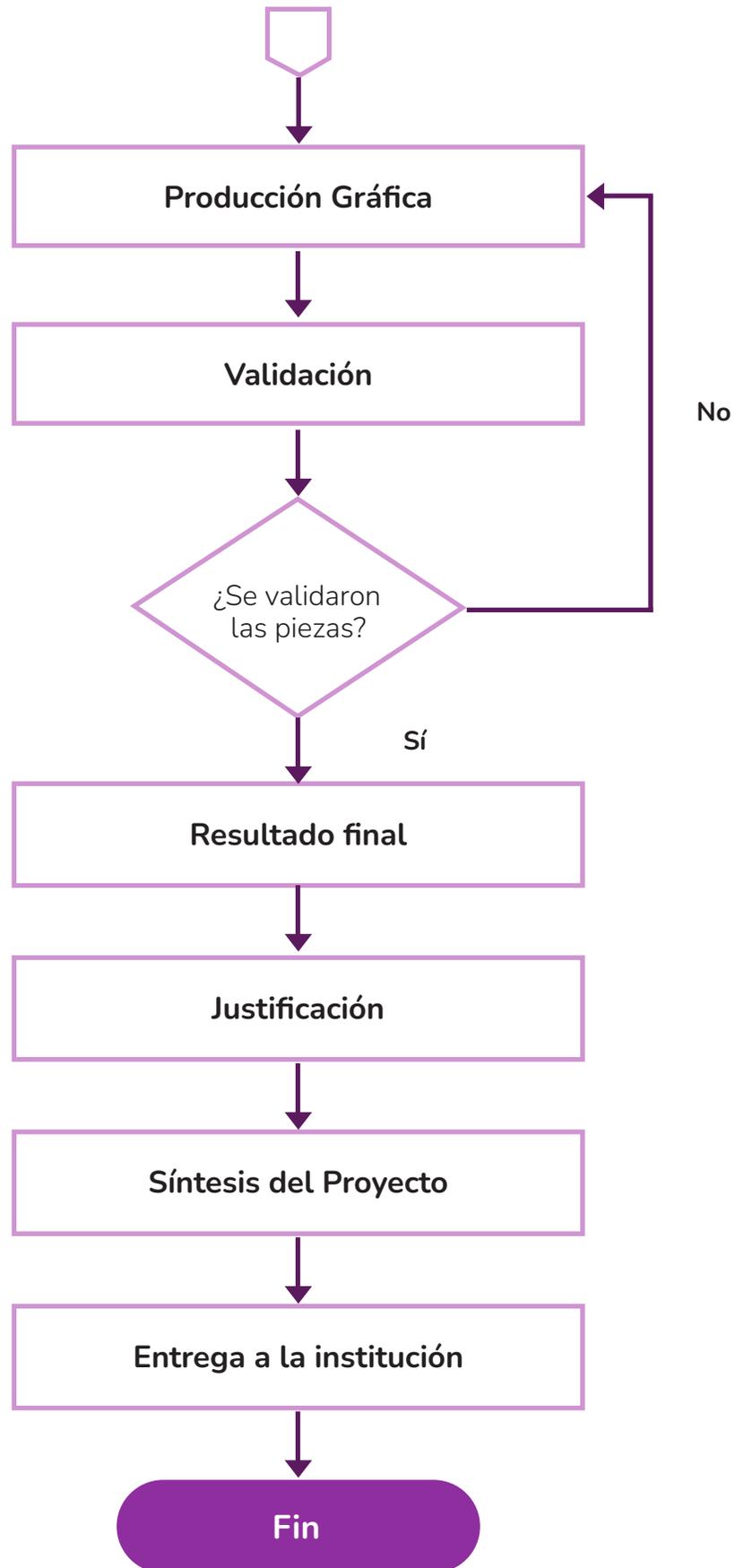
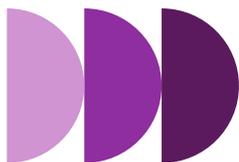


Figura n.º 8. Flujograma del proyecto
Fuente: elaboración propia

15 Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Diseño Gráfico, *Guía metodológica para proyecto de graduación 2017*, PDF.







Cronograma

A continuación se grafica el cronograma de trabajo en el cual se ordenan las actividades que se requieren para realizar el proyecto y el tiempo de ejecución para realizarlas.

Actividades	Segundo Semestre															
	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Planteamiento a la institución																
Detección de la problemática social																
Búsqueda de una institución																
Identificación del problema de comunicación visual																
2. Redacción de Protocolo																
Desarrollo de antecedentes de la problemática social																
Justificación del proyecto																
Planteamiento de objetivos																
Definición de perfil de la institución y del grupo objetivo																
Planificación operativa del proyecto																
Entrega preliminar del protocolo																

Figura n.º 9. Cronograma del proyecto
Fuente: elaboración propia

Actividades	Segundo Semestre																			
	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Comunicación con la institución para inicio de EPS																				
3. Definición Creativa																				
Elaboración de brief de diseño																				
Desarrollo de técnicas creativas																				
Definición de concepto creativo																				
Recopilación de referencias visuales																				
Definición de premisas de Diseño																				
4. Producción Gráfica																				
Nivel de visualización I - Bocetaje a mano																				
Validación I - Autoevaluación																				
Nivel de visualización II - Digitalización																				
Validación II - Expertos de diseño																				
Nivel III de visualización - Propuestas finales																				
Validación III - Grupo Objetivo																				
5. Resultado Final																				
Elaboración de cambios finales																				
Preparación de piezas para su reproducción																				
Prototipos y elaboración de montajes																				
6. Finalización del Informe																				
Justificación de la solución gráfica																				
Síntesis del Proyecto																				
7. Entregas finales																				
Entrega de materiales finales a la institución																				
Exposición virtual de los resultados																				
Entrega final del informe																				



Previsión de recursos y costos

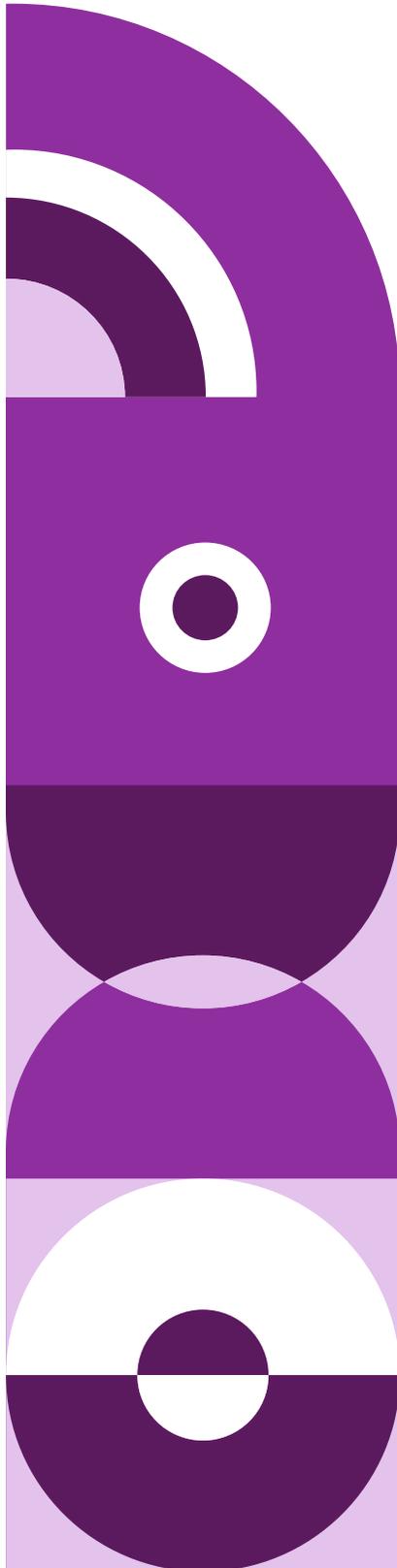
En esta sección se presentan los recursos materiales y humanos que son necesarios para para poder llevar a cabo la ejecución del proyecto y sus respectivos costos.

Descripción	Valor
Costos fijos	Q1,197.60
Agua	Q81.00
Luz	Q264.60
Teléfono	Q75.00
Internet	Q237.60
Alquiler	Q540.00
Costos variables	Q770.00
Útiles de oficina	Q150.00
Impresiones	Q100.00
Fotocopias	Q25.00
Tintas para impresora	Q120.00
Transporte	Q375.00
Servicios Profesionales de diseño	Q31,250.00
Investigación	Q2,500.00
Conceptualización	Q3,750.00
Bocetaje de propuestas para línea gráfica y aplicaciones	Q5,000.00
Vectorización línea gráfica	Q6,250.00
Diseño de aplicaciones digitales	Q3,125.00
Diseño de aplicaciones para impresión	Q3,125.00
Validación	Q2,500.00
Artes finales	Q5,000.00
Imprevistos (10% del total)	Q3,125.00
Subtotal	Q36,342.60
Impuestos	Q6,178.24
IVA (12% sobre el total)	Q4,361.11
ISR (5% sobre el total)	Q1,817.13
TOTAL	Q42,520.84

Figura n.º 10. Previsión de recursos y costos del proyecto

Fuente: elaboración propia

En conclusión, este capítulo nos orienta sobre el proceso para administrar el tiempo y cuánto recurso económico es necesario para realizar el proyecto. En el siguiente capítulo se redacta el marco teórico.



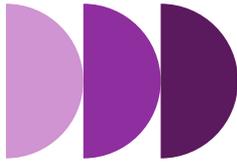
Capítulo IV Marco teórico

El enfoque de género y feminista para combatir la desigualdad en la educación superior

El diseño gráfico y su aporte a la equidad de género

Diseño de identidad gráfica para apoyar al reconocimiento del IUMUSAC

A continuación, se presenta el marco teórico, el cual parte de la investigación que es fundamental para poder tener las bases teóricas de la problemática social que trata la institución y de los materiales que se diseñarán como parte del proyecto.



El enfoque de género y feminista para combatir la desigualdad en la educación superior

El objetivo de esta primera parte del marco teórico es conocer sobre la desigualdad de género en la educación superior, reflexionar sobre la definición de feminismo, género y cómo su enfoque tiene repercusiones sociales. Se pretende, además de definir, conocer los conceptos, exponer la historia del feminismo y su evolución en Guatemala, y la labor que ha tenido el IUMUSAC en la educación superior.

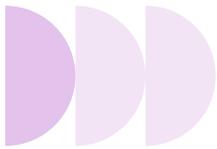
La desigualdad de género

Los inicios de la desigualdad de género se remontan a la prehistoria, desde ese tiempo ya se dictaba el objetivo que las mujeres debían cumplir a lo largo de su vida y eran evidentes las diferencias de poder entre hombres y mujeres, ellas eran “consideradas como acompañantes y objetos sexuales, cuyo papel principal era la reproducción. El status que se ofrecía a los hombres no era el mismo que a las mujeres, a ellos se les otorgaba el derecho de mandar basándose en una supuesta superioridad biológica y social”¹⁶.

Los roles estereotipados acerca de lo que una mujer y un hombre deben hacer han variado a lo largo de la historia, la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) en su artículo n.º 1 establece que: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.”¹⁷ Pero, aunque este sea un derecho humano establecido mundialmente no se ha velado porque sea cumplido en su totalidad, pues hasta el día de hoy siguen siendo notorias las jerarquías de género, específicamente en la discriminación y desigualdad de la participación de las mujeres en ámbitos sociales, políticos, económicos y, por supuesto, académicos.

16 José María Duarte Cruz y José Baltazar García-Horta, “Igualdad, Equidad de Género y Feminismo, una mirada histórica a la conquista de los derechos de las mujeres***”, *Revista CS*, Número. 18/107-158 (2016): 113, <http://www.scielo.org.co/pdf/recs/n18/n18a06.pdf>

17 “Declaración Universal de Derechos Humanos”, ONU, acceso 29 de julio del 2022, <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>.



Desigualdad de género en la educación

La falta de igualdad de género significa que no todos tienen la misma calidad de oportunidades para poder desarrollarse, por lo tanto, su potencial para contribuir y beneficiarse de su papel en la sociedad se ve limitado.

Según el informe *The World's Women* del 2015, de los 781 millones de adultos mayores de 15 años que se calcula que son analfabetos, 496 millones son mujeres. Las mujeres representan más de la mitad de la población analfabeta en todas las regiones del mundo.¹⁸

En Guatemala, la exclusión de las mujeres en la educación se hace evidente también según el XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda del INE 2018, la tendencia de analfabetismo en mujeres es de un 21.7 %, mientras que para los hombres, quienes tienen más oportunidad de educación es de 15 %.¹⁹

Según el Informe Guatemala: Análisis de situación del país producido por el Sistema de Naciones Unidas del 2014, las mujeres son más excluidas del sistema educativo que los hombres: 31.6 % de niñas y adolescentes entre 3 y 18 años están fuera de las escuelas frente al 28.6 % de los hombres.²⁰ Históricamente el cumplimiento al derecho a la educación de las mujeres en Guatemala no ha sido una prioridad para las autoridades, pues se siguen teniendo internalizados los estereotipos que separan a los hombres y las mujeres, los cuales colaboran a la desigualdad en el acceso de oportunidades a la educación.

En Guatemala existen distintas instituciones que velan por la equidad de género en la educación, además de promover acciones en torno al desarrollo integral de las mujeres, como lo es la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), la cual ejerce el liderazgo mundial y regional en materia de educación, refuerza los sistemas educativos en el mundo entero y responde a los desafíos mundiales mediante la enseñanza, con la igualdad de género como principio subyacente. Su labor abarca el desarrollo educativo, del preescolar a la educación superior e incluso más allá.²¹

18 "The World's Women 2015", ONU, acceso el 02 de agosto del 2022, https://unstats.un.org/unsd/gender/downloads/worldswomen2015_report.pdf.

19 "XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda", Instituto Nacional de Estadística, acceso el 2 de agosto del 2022, <https://segeplan.gob.gt/nportal/index.php/sala-de-prensa/2016-01-26-18-14-30/noticias/1692-censo-2018-analfabetismo-desciende-las-familias-son-mas-reducidas-y-haymenos-ninos-y-adolescentes-en-guatemala>.

20 "Guatemala: Análisis de Situación del País", ONU, acceso el 10 de agosto del 2022, <https://onu.org.gt/wp-content/uploads/2016/04/Estudio-de-Situacion-Guatemala.compressed.pdf>.

21 "La Educación Transforma Vidas", UNESCO, acceso el 10 de agosto del 2022, <https://es.unesco.org/themes/education>.

Existe, además, la Unidad de Género de la Secretaría de Asuntos Administrativos y de Seguridad de la Presidencia de la República, la cual según el Acuerdo número 423-2020-SAAS, determina el propósito de brindar asesoría técnica del proceso de institucionalización de las políticas de género, dando seguimiento a las acciones de implementación de la Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres y el Plan de Equidad de Oportunidades 2008-2023.²²

La ONU Mujeres Guatemala es otra de las instituciones que tiene como objetivo general el promover el empoderamiento de las mujeres para garantizar sus derechos, facilitando su participación y que se beneficien del desarrollo nacional. El programa busca fortalecer las capacidades nacionales para cumplir con las obligaciones institucionales en torno a los derechos de las mujeres, de conformidad con convenios y estándares internacionales. También apoyará la coordinación y alianzas entre las diversas organizaciones de mujeres y su diálogo con el Estado, para la adopción de leyes y la institucionalización de políticas públicas a favor del empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género, con especial énfasis en las mujeres indígenas y las mujeres que viven en áreas rurales, apoyando la generación de conocimiento y brindando asistencia técnica.²³

Las anteriores organizaciones cumplen la función de velar por el cumplimiento de los derechos de las mujeres en distintos ámbitos, incluyendo la educación, pero existen problemas específicos que se dan en la educación superior de Guatemala que merecen ser tratados a través de un enfoque que busque la equidad entre hombres y mujeres.

El feminismo y su evolución en Guatemala.

Según la feminista costarricense Alda Facio “El feminismo sostiene que las mujeres de todas las clases, razas, etnias, edades, discapacidades, creencias, opciones sexuales, etc., son discriminadas, subordinadas y oprimidas en razón de su sexo...”²⁴

La ONU define al feminismo como un movimiento social y político que surge a finales del siglo XVIII, en el cual las mujeres como grupo colectivo, toman conciencia de la dominación y explotación de la cual han sido objeto

22 “UNIDAD DE GÉNERO”, Secretaría de Asuntos Administrativos y de Seguridad de la Presidencia de la República (SAAS), acceso el 14 de marzo de 2022, <https://saas.gob.gt/UNIDAD-DE-GENERO>.

23 “Guatemala”, ONU MUJERES América Latina y el Caribe, acceso el 14 de marzo de 2022, <https://lac.unwomen.org/es/donde-estamos/guatemala>.

24 Alda Facio Montejó, *Cuando el género suena cambios trae (Una metodología para el análisis de género del fenómeno legal)* (Costa Rica: ILANUD, 1992), 31.

en la sociedad patriarcal.²⁵ Facio describiendo al feminismo comenta que “no se circunscribe a luchar por los “derechos de las mujeres”, sino a cuestionar profundamente y desde una perspectiva nueva, todas las estructuras de poder, incluyendo (pero no reducidas a esta), las de género”.²⁶

Por lo tanto, se entiende entonces que el feminismo, además de que contribuye a cuestionar la desigualdad y opresión de las mujeres producida por el sistema patriarcal, también busca generar cambios sociales guiando los procesos de transformación de condiciones de género que enfrentan las mujeres.

Según el documento *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género y gobernabilidad*, publicado por el Proyecto FOCINEG²⁷ formado por la Asociación de Investigación Desarrollo y Educación Integral (IDEI) junto con el IUMUSAC en 2010, existen dos acontecimientos en las luchas feministas de las mujeres que sobresalen en la historia de Guatemala:

- El primero, la “huelga de trabajadoras de café” en 1925, en donde se obtienen garantías sobre los derechos laborales de las mujeres: asignación de jornadas de 8 horas, incremento salarial, trato digno, garantía de no despido por enfermedad, etc.
- El que se considera el segundo hecho trascendental en la historia de la lucha feminista del país sucede en el marco de la Revolución de 1944 encabezada por Jacobo Arbenz, el artículo 9 de la Constitución de 1945 otorga el derecho al sufragio a las mujeres alfabetas, lo que abre paso al surgimiento de la “Alianza Femenina Guatemalteca (AFG)” en 1947.²⁸

También, IDEI-IUMUSAC mencionan que en el período de 1960 a 1970 los procesos organizativos que las mujeres giraron en torno a las reivindicaciones sociales insertadas en el proceso revolucionario guatemalteco. Estos acontecimientos se dieron en áreas rurales y urbanas, desde la universidad y hasta la academia; generando una lucha política fundamentada en los ideales cuyo objetivo era construir una sociedad más justa para mujeres y hombres. Es a partir de allí que se crean distintas organizaciones de gran relevancia para las mujeres en Guatemala.

25 ONU Mujeres Guatemala, *Profundicemos en términos de género: Guía de terminología y uso de lenguaje no sexista para periodistas, comunicadoras y comunicadores*, 2016, <https://shorturl.at/lzCIR>.

26 Alda Facio Montejo, *Cuando el género suena cambios trae (Una metodología para el análisis de género del fenómeno legal)* (Costa Rica: ILANUD, 1992), 32.

27 FOCINEG: Fortalecimiento de las Capacidades Institucionales para el enfoque de Etnicidad y Género.

28 Proyecto FOCINEG, *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género, gobernabilidad 2018*, PDF.

En 1980 surge la Unión Nacional de Mujeres Guatemaltecas (UNAMG), que describe su objetivo prioritario el “contribuir al fortalecimiento del sujeto político colectivo como mujeres”.²⁹ En 1981 se crea la Oficina Nacional de la Mujer (ONAM), creada con el objeto de promover el desarrollo socioeconómico, cultural y político de las mujeres.³⁰ También, en 1988 surge la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala (CONAVIGUA), quienes se organizan para llamar a todas las viudas del país y mujeres que tengan deseo por luchar en la construcción de democracia, justicia y paz en nuestro país.³¹

En el ámbito académico, Ana Silvia Monzón (socióloga, investigador y feminista guatemalteca) comenta que “En la Universidad de San Carlos se iniciaron, a finales de los ochenta, los esfuerzos para incorporar al análisis de la realidad social, la perspectiva de género. Con el apoyo concreto del Subprograma de Estudios de la Mujer del Consejo Superior Centroamericano –CSUCA– se creó la Comisión de Estudios de la Mujer en 1990; posteriormente se crearon la Comisión Universitaria de la Mujer y el Programa de Investigación y Estudios de Género en 1994, y finalmente el Instituto Universitario de la Mujer, en el 2005.”³²

La ONU Mujeres comenta que a pesar de que solo hubo participación de dos mujeres en los equipos de negociación de la Unidad Nacional Revolucionaria y del Gobierno de Guatemala, las mujeres influyeron de manera significativa en las conversaciones que condujeron al acuerdo de paz en 1996.³³ Fue por el sector de mujeres de la Asamblea de la Sociedad Civil que se logró aportar propuestas dirigidas a la incorporación de derechos de las mujeres y sus principales demandas; por lo cual se considera que el principal logro de la firma de los Acuerdos de Paz - en 1996-, es el reconocimiento sobre la existencia de la discriminación hacia las mujeres y la necesidad de brindarles participación en la adopción de decisiones a nivel local, regional y nacional.³⁴

29 “Historia”, Unión Nacional de Mujeres Guatemaltecas, acceso el 17 de julio de 2022, <https://unamg.org/historia>.

30 “Reseña Histórica”, Oficina Nacional de la Mujer - ONAM, acceso el 18 de julio de 2022, https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Nosotros/ONAM/Resena_historica.pdf.

31 “Conclusión”, Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala - COVIGUA, acceso el 18 de julio de 2022, <https://conavigua.tripod.com/conclusion.html>.

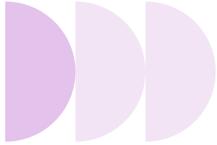
32 Ana Silvia Monzón, *Mujeres y participación política en Guatemala: Breve historia* (Guatemala: 2007), 7.

33 ONU Mujeres, Participación de las mujeres en las negociaciones de paz: relaciones entre presencia e influencia, <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2012/10/WPSsourcebook-03A-WomenPeaceNegotiations-es.pdf>

34. Proyecto FOCINEG, *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género, gobernabilidad*, 137.

Desde la firma de los Acuerdos de Paz hasta la actualidad, se han integrado las mujeres - individual y colectivamente- a espacios políticos, de diálogo y de propuesta. Así también, se puede resaltar que los estudios de género en la academia se empiezan a producir de manera frecuente.

“En Guatemala han sido las feministas quienes han introducido los estudios de género y estudios feministas dentro de la academia.”³⁵



Género como concepto y como enfoque

Género como concepto

Es común ver el uso del término “género” cuando se leen investigaciones y estudios feministas. Conocer la definición de esta palabra es necesario para poder entender cómo se manifiesta la opresión hacia las mujeres. Es importante no confundirla con el término “sexo”, que en muchas ocasiones suele utilizarse erróneamente como sinónimo de “género”. Por lo cual, a continuación se exponen las definiciones de ambos conceptos comparadas por la ONU Mujeres.³⁶

- **Sexo:** el sexo se refiere a las características biológicas que definen a los seres humanos como mujeres y hombres. Los conjuntos de características biológicas no son mutuamente excluyentes, ya que existen individuos que poseen ambos, pero estas características tienden a diferenciar a los humanos como hombres y mujeres.
- **Género:** el género se refiere a los roles, comportamientos, actividades, y atributos que una sociedad determinada en una época determinada considera apropiados para hombres y mujeres. El género también se refiere a las relaciones entre mujeres y las relaciones entre hombres. Estos atributos, oportunidades y relaciones son construidos socialmente y aprendidos a través del proceso de socialización. Son específicas al contexto/época y son cambiantes. El género determina qué se espera, qué se permite y qué se valora en una mujer o en un hombre en un contexto determinado.

³⁵ Proyecto FOCINEG, *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género, gobernabilidad*, 142.

³⁶ ONU Mujeres Guatemala, *Profundicemos en términos de género: Guía de terminología y uso de lenguaje no sexista para periodistas, comunicadoras y comunicadores*, 2016, <https://shorturl.at/lzCIR>.

Galicia y Maldonado en el documento *Puntos de partida para incorporar el Enfoque de Género en la Docencia Universitaria para el IUMUSAC* definen al género como “una categoría sociológica, que permite definir el conjunto de rasgos asignados a mujeres y hombres en una sociedad, que son adquiridos en el proceso de socialización. El uso de la categoría nos remite a un proceso teórico práctico que conlleva, necesariamente, el estudio de las formas de organización y funcionamiento de las sociedades e instituciones... Asimismo, de las responsabilidades, pautas de comportamiento, valores, intereses, temores, actividades y expectativas que la cultura asigna en forma diferenciada a mujeres y hombres”.³⁷

Género como enfoque

“El enfoque de género, es el lente a través del cual identificamos e interpretamos las inequidades que enfrentan las mujeres, partiendo de un análisis comparativo de las situaciones, condiciones y posiciones en que se encuentran mujeres y hombres.”³⁸ En este sentido, es una herramienta necesaria que se debe conocer y utilizar en investigaciones, estudios y en la creación de currículos de estudios, para poder ser capaces de analizar las desigualdades que las mujeres enfrentan en relación con los hombres y aportar desde una perspectiva que está guiada por la equidad.

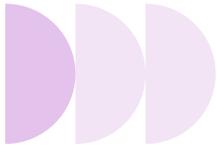
Sobre la incorporación del enfoque de género, Galicia y Maldonado mencionan que “En el análisis social, posibilita, por un lado, visualizar y reconocer la existencia de las relaciones de jerarquía, –asimetría, inequidad y desigualdad– entre los géneros; y por otro lado, proponer la construcción de relaciones de equidad y solidaridad entre los géneros, como condición para la realización personal y el desarrollo integral de las mujeres. Reconoce, asimismo, que hombres y mujeres son actores de desarrollo por lo que deben tener acceso, uso y control sobre los recursos, las propiedades, los saberes y la toma de decisiones en condiciones de igualdad”.³⁹

Una educación superior justa debe promover el desarrollo integral y fortalecer las condiciones sociales para contribuir a una formación equitativa entre hombres y mujeres. Por lo tanto, el enfoque de género en el currículo de estudios es necesario para que los profesionales sean capaces de analizar las inequidades y las relaciones de género en la sociedad guatemalteca y así poder ayudar a eliminar la opresión de las mujeres en el país mediante la propuesta de políticas y su participación en espacios públicos que promuevan esta perspectiva de equidad.

37 Patricia Galicia y Miriam Maldonado, *Puntos de partida para incorporar el Enfoque de Género en la Docencia Universitaria* (Guatemala: IUMUSAC, 2006).

38 Proyecto FOCINEG, *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género, gobernabilidad*, 150.

39 Galicia y Maldonado, “Puntos de partida para el Enfoque de Género”, 11–12.



La labor del IUMUSAC en la educación superior de Guatemala

Según IDEI-IUMUSAC, los estudios feministas y de género en Guatemala, han tenido un mayor desarrollo a partir de dos acontecimientos importantes para las luchas de las mujeres, el primero siendo la VI Conferencia Mundial de las Mujeres y el otro, la firma de los Acuerdos de Paz, y es a partir de éstos que se logra establecer mecanismos institucionales a favor de las mujeres, como el Foro de la Mujer, la Secretaría Presidencial de la Mujer, Defensoría de la Mujer Indígena, entre otras. Específicamente en el ámbito académico, se crean comisiones de la mujer, el área de la mujer de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), la Comisión Universitaria de la Mujer, el Instituto Universitario de la Mujer y otros espacios de investigación.⁴⁰

El Estado de Guatemala en este contexto, toma bases y surgen compromisos y tratados junto con organizaciones internacionales para crear diversas acciones a favor de las mujeres, a través de la elaboración de políticas públicas, mecanismos institucionales y la búsqueda de un acuerdo entre la legislación nacional e internacional que fortalezca los derechos de las mujeres.

En la Propuesta para incorporar la perspectiva de género en el modelo educativo de educación superior pública de la USAC-DIGED realizada en 2020 por De León López y Vicente Franco se menciona que:

Este marco jurídico y político internacional y nacional exhorta a la Universidad de San Carlos de Guatemala a realizar actividades de formación e investigación, y crear mecanismos y políticas universitarias con enfoque de género. Por consiguiente, las autoridades inician el proceso de creación del Instituto Universitario de la Mujer –IUMUSAC– en el año 2004, y en el año 2008, la Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior, en donde se exhorta a la comunidad universitaria a realizar diversas actividades en los ejes académicos institucionales como lo son el de investigación, docencia, extensión universitaria, administración, planificación, entre otros.⁴¹

40 Proyecto FOCINEG, *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género, gobernabilidad*, 157.

41 De León López y Vicente Franco, "Propuesta para incorporar la perspectiva de género", 7.

La Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior (2008) de la USAC expone que “Al incorporar en la academia la perspectiva de género se puede analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres de manera específica. Nos permite, además, estudiar sus semejanzas y diferencias, también conocer las posibilidades vitales de unas y otros, los sentidos de sus vidas, sus expectativas y oportunidades. Con el enfoque de género visualizamos las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre mujeres y hombres.”⁴²

De León López y Vicente Franco también consideran que la incorporación del enfoque de género en la labor de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del Instituto Universitario de la Mujer busca impulsar acciones específicas, como es el caso del currículum universitario y de la formación docente, lo que significa fomentar nuevas perspectivas de formación para los futuros y futuras profesionales de esta casa de estudios.⁴³

En concreto, la labor del IUMUSAC implica tener en cuenta el enfoque de género y feminista en la elaboración de los diseños curriculares, lo que incluye la creación y evaluación de competencias, metodologías y actividades formativas para poder identificar y eliminar cualquier sesgo de género en los perfiles de egreso. Es un proceso constante que debe asegurar que se evite el uso de términos y ejemplos discriminatorios hacia las mujeres y también que se incorpore en los contenidos los aportes de las mujeres en la historia. Conlleva también promover el análisis y la evaluación sobre la situación actual de las mujeres a los estudiantes y los docentes, para promover acciones que velen por los derechos de las mujeres

“Es un deber de la universidad, a través del Instituto Universitario de la Mujer, coordinar acciones tendentes a la búsqueda de espacios de proyección social para las mujeres, con el sustento teórico, como le corresponde.”⁴⁴

En Guatemala, los estudios de la mujer, feministas y de género se han desarrollado gracias al apoyo de organizaciones e instituciones que buscan aportar a la comprensión de las causas de la opresión de género con el objetivo de poner fin a las desigualdades sociales que afectan a las mujeres.

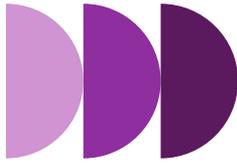
42 “Política y plan de equidad de género en la educación superior 2006-2014”, SEGEPLAN, acceso el 15 de agosto del 2022, http://www.segeplan.gob.gt/downloads/clearinghouse/politicas_publicas/Educaci%F3n/Pol%EDtica%20de%20Educaci%F3n%20Superior.pdf.

43 De León López y Vicente Franco, “Propuesta para incorporar la perspectiva de género”, 7.

44 De León López y Vicente Franco, “Propuesta para incorporar la perspectiva de género”, 62.

Así también, en la Educación Superior el aporte del IUMUSAC se ve reflejado tanto en la incorporación del enfoque de género y feminista en el currículo de estudios de la Universidad de San Carlos de Guatemala para que los profesionales sean capaces de cuestionar los enfoques tradicionales discriminatorios hacia las mujeres, y así promover el fortalecimiento de su pensamiento crítico para que todos los aportes que hagan, tanto en la academia como en la sociedad, se basen en la equidad de género.

En conclusión, conocer la problemática social en la que está enfocada la institución es importante para poder entender el contexto en el que se enfoca el proyecto. Los diseñadores gráficos tienen la capacidad de apoyar a la lucha por la solución de los problemas sociales, pero es necesario estudiarlos para entender el valor y las consecuencias del aporte.



El diseño gráfico y su aporte a la equidad de género

A continuación, se realiza una breve descripción sobre el diseño gráfico, su definición, historia, los elementos que lo conforman, las ramas que contiene y su contribución a la solución de problemas sociales, especialmente la desigualdad de género.

¿Qué es el Diseño gráfico?

La Enciclopedia Británica define al diseño gráfico como el arte y la profesión de seleccionar y disponer los elementos visuales -como la tipografía, las imágenes, los símbolos y los colores- para transmitir un mensaje a un público.⁴⁵

Jorge Frascara en su libro *Diseño Gráfico y Comunicación* expone su definición del diseño gráfico como “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”.⁴⁶

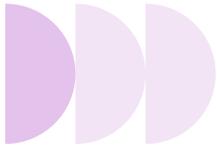
Sobre la función del diseño gráfico, Homero Estrada citando a Joan Costa menciona que “El cometido del diseño gráfico es la “comunicación”, la disciplina cuenta para ello con un ‘lenguaje’ propio. Es el lenguaje básico de la imagen y el texto, o lo que hemos llamado lenguaje “bimedia” (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de las imágenes y los textos.”⁴⁷

De esta manera, se reconoce que el diseño gráfico está sujeto a varias interpretaciones pero su objetivo es claro: la comunicación. Lo que hace al diseño gráfico es, finalmente, transmitir mensajes a través de elementos visuales a grupos específicos de personas. Pero este, aunque como profesión se categoriza como “reciente”, ha existido en la historia de la humanidad desde hace mucho tiempo y ha evolucionado junto con las herramientas que tenemos a nuestra disposición para crearlo.

45 Philip B. Meggs, 08 de julio del 2005, “Graphic Design”, Encyclopedia Britannica, 1994, <https://www.britannica.com/art/graphic-design>.

46 Jorge Frascara, *Diseño Gráfico y Comunicación 7a ed.* (Argentina: Ediciones Infinito, 2000), <https://catedra-grafica1.files.wordpress.com/2009/09/disen-y-comunicacion.pdf>.

47 Homero Estrada, 29 de octubre de 2011, “Pero... ¿Qué es el diseño gráfico?”, Foroalfa, 2005, <https://foroalfa.org/articulos/pero-que-es-el-diseno-grafico>.



Historia del diseño gráfico

Los orígenes del diseño gráfico se remontan a las primeras pinturas rupestres de alrededor de 38 000 años a. de C., con las cuales las personas se comunicaban de una generación a otra.⁴⁸ Luego, se le atribuye a los sumerios la invención de la escritura, donde se hacían composiciones con pictogramas y símbolos que representaban objetos.

Con la invención de la imprenta el diseño gráfico revolucionó. En 1493 Johannes Gutenberg introdujo la prensa de imprenta moderna con tipos móviles en Europa, lo que facilitó la reproducción de la literatura, arte y diseño a gran escala, lo que resultó en la comunicación de masas.⁴⁹ Por ello, la Revolución Industrial (1760-1840) es un hecho importante en la historia del diseño gráfico, pues permitió la creación de nuevas tecnologías que aumentaban la eficiencia y la producción de procesos de reproducción, que es como nace el diseño gráfico moderno.

A partir de allí fueron surgiendo movimientos artísticos que tenían influencia directa en el diseño gráfico, tales como el Art Nouveau, la creación de la Escuela de Diseño Alemana Bauhaus en 1919, el Art Deco, el Pop Art, el Postmodernismo y transportándonos a la actualidad, la era digital con nuevas herramientas para crear diseño gráfico, como la computadora Macintosh que fue creada por Apple en 1984.⁵⁰

En Guatemala, es en 1976 cuando se abre la primera carrera universitaria en el país a nivel profesional; Técnico Universitario en Diseño Gráfico en la Universidad Rafael Landívar. Posteriormente, en 1987 los estudios de Diseño Gráfico se abren en la educación superior pública por la Universidad de San Carlos de Guatemala, en la Facultad de Arquitectura.⁵¹

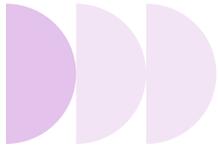
En resumen, el diseño gráfico ha acompañado al humano desde hace muchos años y así como ha evolucionado la tecnología, también ha cambiado la forma en la que se realiza. La oportunidad de crear ahora es más accesible gracias a programas profesionales y recursos infinitos en internet. Cualquiera que esté dispuesto e interesado en aprender puede convertirse en un diseñador gráfico, para lo cual debe conocer los elementos básicos que lo conforman y las distintas ramas que existen.

48 Meggs, "Graphic Design", <https://www.britannica.com/art/graphic-design>.

49 Matt Ellis, 2019, "A brief history of graphic design", 99designs, 2008, <https://99designs.com/blog/design-history-movements/history-graphic-design/>.

50 Monica Galvan, 29 de octubre de 2020, "A brief history of graphic design and how to use it to evolve with the future of design", Medium, 2012, <https://uxdesign.cc/a-brief-history-of-graphic-design-90eb5e1b5632>.

51 Mar Bozareyes, 2021, "Historia del Diseño Gráfico en Guatemala", Basica (blog), 2020, <https://www.ba-si-ca.com/historia-diseno-grafico/>.



Elementos del diseño gráfico

El diseño gráfico se compone por un conjunto de elementos y principios básicos que al utilizarse correctamente dan origen a material visual capaz de llamar la atención de un determinado grupo de personas para transmitir un mensaje. A continuación se describen estos conceptos y su definición, basados en los fundamentos del diseño de Wucius Wong.⁵²

- **Punto:** en el diseño el punto indica posición, es el principio y el fin de una línea o donde dos líneas se encuentran.
- **Línea:** es un punto en movimiento. Tiene posición y dirección y forma los bordes de un plano. Tiene anchura y longitud pero no tiene profundidad y tienen la función de conectar contenidos, enfatizar una palabra, crear patrones, etc.
- **Plano:** el recorrido de una línea en movimiento, se convierte en plano. Tiene posición y dirección y está limitado por líneas, define los límites extremos de un volumen. Es el espacio en donde podemos realizar la composición.
- **Forma:** todo lo que se puede ver posee una forma que aporta a la identificación en nuestra percepción.
- **Interrelación de las formas:** todas las formas pueden encontrarse entre sí de diferentes maneras y según cómo interactúen se le nombra distanciamiento, toque, superposición, penetración, unión, sustracción, intersección o coincidencia.
- **Color:** el color se utiliza para distinguir las formas, aportar significados, generar emociones, definir importancia y crear interés visual.
- **Textura:** se refiere a la superficie de una forma, ya sea su aspecto o sensación. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer tanto al sentido del tacto como al de la vista.
- **Espacio:** el área alrededor o entre los elementos del diseño. El espacio puede estar ocupado o vacío, ser liso, ilusorio o sugerir profundidad.
- **Jerarquía:** orden que adoptan los elementos dentro de una composición. Es fundamental que se cumpla una jerarquía en el diseño para que este sea visualmente atractivo y entendible.

⁵² Wucius Wong, *Fundamentos del diseño* (México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., 1995), 42.

- **Retícula:** red de líneas que corren horizontal y verticalmente espaciadas regularmente para colocar formas de una composición.
- **Tipografía:** en el diseño se debe tomar en cuenta la legibilidad del texto, su aspecto y lo que comunica. Para componerse debe también hacer uso de la jerarquía para generar un buen balance y guiar al lector.

Ramas del diseño gráfico

El diseño gráfico tiene una amplia gama de especializaciones que se dedican a resolver problemas visuales específicos. Entre ellas a menudo se interrelacionan, pero cada una de estas ramas se define por un conjunto de habilidades y conocimientos específicos en los que el diseñador se puede centrar. Aunque existe una gran variedad, se exponen seis de las principales:⁵³

Diseño de Identidad visual: el diseño gráfico de la identidad visual es la gestión de los elementos visuales que tienen como objetivo representar visualmente las cualidades intangibles de una marca (personalidad, tono, esencia), a través de formas, imágenes y colores.

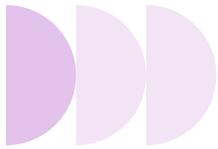
1. **Diseño de marketing y publicidad:** este se encarga de crear los activos para las estrategias de mercadeo, ya que se encarga de saber cómo presentar y vender productos al público. Tradicionalmente se centraba en materiales para impresión, pero en la actualidad se ha expandido por la evolución de la tecnología, especialmente en la creación de activos para su uso en el *marketing* de contenidos y la publicidad digital.
2. **Diseño de experiencia de usuario:** es el proceso de diseñar interfaces en dispositivos o aplicaciones para que la experiencia del usuario sea agradable y resulte fácil de usar.
3. **Diseño editorial:** esta rama del diseño se encarga de componer y maquetar distintos tipos de publicaciones, como lo son libros, periódicos, revistas, informes, etc. Ya sea en formatos físicos o digitales. Estos comunican a una audiencia a través de su distribución.
4. **Diseño de empaques:** esta rama del diseño se encarga de crear todo tipo de embalajes para proteger los productos y prepararlos para su almacenamiento, distribución y venta. Incluye cajas, botellas, bolsas, latas, etc.

⁵³ Chloe West, 18 de octubre del 2021, "What is Graphic Design? (& Types, History & Examples)", Visme, 2013, <https://visme.co/blog/graphic-design/>.

5. **Diseño tipográfico:** se encarga de la creación de letras, números y símbolos de las familias de letras que se utilizan para comunicar los mensajes textuales.

Adicionalmente, al conocer los elementos del diseño gráfico y las principales ramas en las que este se puede enfocar, un diseñador gráfico debe conocer su deber social, ya que el diseño al ser una herramienta para comunicar a las masas trae consigo una responsabilidad de la que se debe ser consciente.

Alfredo Yantorno define al diseño gráfico como “Una forma de pensamiento. Es el desarrollo consciente de la capacidad, ontológica, del ser humano, de crear un universo de signos, símbolos y señales. Y es la posibilidad de producción de cambios sociales, antes que un emergente de ellos.”⁵⁴ Es por eso que se necesita la capacidad de analizar y ser críticos ante los problemas actuales para poder aportar a combatirlos desde nuestra posición como diseñadores.



La responsabilidad del diseñador gráfico en la lucha por la equidad de género.

Homero Estrada, diseñador gráfico mexicano, expone que “El diseño debe cumplir con requisitos específicos de funcionalidad, comunicación, persuasión, construcción, didáctica, estética, filosofía, pero también y muy importante es no olvidarnos de la parte social, tan importante dentro de la actividad y la profesión del diseño gráfico aprendida y asumida como una gran responsabilidad.”⁵⁵ Es por esa parte social, que la lucha feminista y de equidad de género es completamente relevante en la profesión del diseñador.

La diseñadora española Raquel Pelta menciona el aporte que tiene el diseñador en esta lucha, “Desde la perspectiva feminista, por tanto, las imágenes no solamente narran las relaciones de poder sino que sostienen estas relaciones dentro de su estructura formal y en sus condiciones de distribución. Eso lo saben todos los diseñadores ya sean hombres o mujeres, pues son conscientes de que el diseño gráfico tiene un papel importante a la hora de definir la cultura visual y que ellos son, precisamente, quienes se encargan de construir ese diseño gráfico”.⁵⁶

⁵⁴ Alfredo Yantorno, 28 de septiembre del 2005, “Profesor... ¿Qué es el diseño?”, Foroalfa, 2005, <https://foroalfa.org/articulos/profesor-que-es-el-diseno>.

⁵⁵ Estrada, “Pero... ¿Qué es el diseño gráfico?”

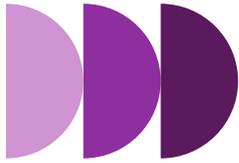
⁵⁶ Raquel Pelta, “Feminismo: una contribución crítica al diseño”, Monográfica, enero del 2011, acceso el 12 de agosto del 2022, <https://www.scribd.com/document/424285630/Feminism-o>.

El diseño gráfico es una herramienta clave para poder aportar a la lucha de los problemas sociales porque tiene la capacidad de tener un amplio alcance, y por lo tanto, un fuerte impacto en los individuos. “Objetivos como accesibilidad, universalidad, sostenibilidad o igualdad están directamente relacionados con la forma en la que diseñamos.”⁵⁷ menciona el colectivo de diseñadoras españolas Gráficas en Negro que busca la igualdad de género en el sector del diseño.

Indudablemente, el diseño con perspectiva de género es necesario para contribuir al feminismo y a la igualdad. Por lo tanto, los diseñadores gráficos son capaces de aportar a la construcción de una representación más justa para las mujeres. Es importante tener conciencia a la hora de diseñar para tener cuidado de que el mensaje que se expone al público evite incluir roles sexistas, la objetificación de la mujer, discriminación por género, y en cambio, busque centrarse tanto en el problema social que es la desigualdad de género, así como en las mujeres y su aporte a la sociedad, para darles una voz y permitir que llegue a más personas.

Las diseñadoras y diseñadores de la Universidad de San Carlos de Guatemala tienen el deber de combatir las desigualdades y la violencia de género dentro y fuera de los salones de clase como parte de su contribución a la sociedad guatemalteca. Es por eso que esta lucha no solamente recae en la búsqueda de la creación de políticas para promover la igualdad, sino también en el área del diseño para que juntos se construya una cultura visual colectiva que sea capaz de cuestionar estereotipos, rechazar estructuras de poder que excluyen a las mujeres y promueva la equidad de género abiertamente.

⁵⁷ “¿Puede el diseño ayudar a erradicar las violencias de género? Por Gráficas en Negro”, ADCV, acceso el 17 de agosto del 2022, <https://www.adcv.com/puede-el-diseno-ayudar-a-erradicar-las-violencias-de-genero/>.



Diseño de identidad gráfica para aportar al reconocimiento del IUMUSAC

El IUMUSAC es un ente importante en la Universidad de San Carlos de Guatemala y por ende, en la sociedad guatemalteca porque se encarga de promover el enfoque de género y feminista en el currículo de estudios. Por lo tanto, es imprescindible que se apoye en el diseño gráfico para que su labor tenga un mayor alcance e impacto en los estudiantes y profesionales.

Es necesario, también, que cuente con una identidad gráfica que esté a la altura de su trabajo y su aporte actual, porque de esta manera las personas la reconocen y las oportunidades de colaborar con más estudiantes, instituciones y universidades se abren al tener elementos visuales que refuercen lo que buscan lograr y lo que promueven: la equidad de género.

A partir de un manual de identidad se dan las bases para seguir cuidando el aspecto visual de la institución, y es a partir de ahí que se podrá percibir al IUMUSAC como una marca con unidad, no solo estructuralmente a manera de equipo sino también visual.

A continuación se define qué es identidad gráfica, manual de identidad gráfica y sus partes, además de la importancia que tienen estos en la comunicación institucional.

Identidad gráfica

“La identidad de un producto, servicio o institución existe desde el mismo momento de su creación. De allí en adelante, siempre estaremos sujetos a realizar ajustes o modificaciones a esa identidad, en respuesta a la natural disyuntiva entre ‘cómo nos ven’ y ‘cómo queremos ser vistos.’”⁵⁸

Patricio Young en su artículo ‘¿Imagen o identidad corporativa?’ expone

⁵⁸ Patricio Young, 05 de septiembre del 2013, “¿Imagen o identidad corporativa?”, Foroalfa, 2005, <https://foroalfa.org/articulos/imagen-o-identidad-corporativa>.

que en el caso de una organización, la naturaleza de su gestión o el rol que cumple es relativamente permanente. El asunto es cómo lo cumple, y es ahí donde afloran esos atributos que le van asignando significación a la marca.

Norberto Chaves menciona que el diseño profesional de marcas gráficas es siempre específico, no sujeto a normas supuestamente universales ni recetas. O sea, debe administrarse el caso: detectar los condicionantes particulares provenientes del perfil estratégico y de las condiciones específicas de comunicación.⁵⁹

“Un programa de identidad es un conjunto de normas y pautas que buscan regular y orientar cómo una marca se presenta públicamente. Homogeneiza y da coherencia a los mensajes que se emiten sobre una organización, un producto, un servicio, un territorio o una publicación de manera que sea identificable y pueda ser reconocida.”⁶⁰

Lo que hace a una marca se compone de unos cuantos elementos clave:⁶¹

- Misión (¿cuál es su “por qué”?)
- Valores (¿qué creencias impulsan a la empresa o la organización?)
- Personalidad de marca (si su marca fuera una persona, ¿qué tipo de personalidad tendría?)
- Posicionamiento único (¿cómo se diferencia de la competencia?)
- Voz de marca (si su marca fuera una persona, ¿cómo se comunicaría?)

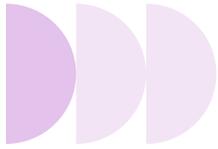
Cabe recalcar la diferencia entre los términos “identidad de marca” e “imagen institucional”. La identidad de marca o la identidad gráfica se refiere al conjunto de los elementos que la marca crea para dar una imagen a su público, esta la define el propietario. En cambio, la imagen institucional se enfoca en la opinión que los consumidores forman sobre la marca al percibir estos elementos, todas las cualidades que le atribuyen a la compañía. “Si bien la imagen y la identidad de una empresa parecerían ser lo mismo, cada una engloba múltiples aspectos que, aunque estén interrelacionados, son propios y cambiantes.”⁶²

59 Norberto Chaves, 07 de marzo del 2016, “Toda marca debe ser...”, Foroalfa, 2005, <https://foroalfa.org/articulos/toda-marca-debe-ser>.

60 Alba Herrero Franquesa y David Gómez Fontanills, *Identidad Gráfica* (España: Universitat Oberta de Catalunya, 2013), 7.

61 Deanna deBara, 2019, “What is brand identity? And how to develop a great one”, 99designs, 2008, <https://99designs.com/blog/tips/brand-identity/#form>.

62 Luisina Trinca, 13 de mayo del 2020, “¿Cuál es la diferencia entre IDENTIDAD e IMAGEN corporativa?”, Notas al margen (blog), 2020, <https://denotasalmargen.wordpress.com/2020/05/13/identidad-e-imagen-corporativa/>.



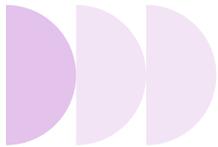
Identidad gráfica de las instituciones públicas

El diseño de identidad de las instituciones públicas es similar a lo que se realiza para una empresa privada. Herrero y Gómez resaltan como uno de los aspectos importantes en esta área específica es que el sistema de identificación visual debe ser perdurable.⁶³ Esto tiene sentido ya que en el ámbito comercial se busca renovar la imagen constantemente para que el público note que es una marca actualizada. En cambio, en el caso de las instituciones se espera que el periodo de vigencia de la identidad sea más prolongado, si hay rediseños que no sean tan drásticos y que se conserve siempre lo que ya está consolidado como un símbolo reconocible de la institución.

Entre los elementos de identificación más habituales se encuentran:

- Creación de logotipo e imagotipo
- Definición de tipografía corporativa
- Definición de colores corporativos

Aunque estos sean los elementos principales, al momento de diseñar para la identidad gráfica se deben acompañar con otros elementos y se deben definir los lineamientos y las normas para su combinación correcta, como lo son las pautas de maquetación y para su aplicación en distintos materiales.



Activos de marca (*Brand Assets*)

Los activos de marca son los elementos reconocibles que representan la identidad de una empresa u organización. Comprende desde los logotipos y la tipografía hasta los eslóganes. Los activos de marca facilitan la identificación de la empresa/organización, la distinguen de sus competidores y crean asociaciones con los clientes.⁶⁴

⁶³ Herrero Franquesa y Gómez Fontanills, *Identidad Gráfica*, 43.

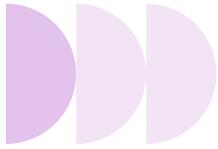
⁶⁴ Katrina Kirsch, 18 de febrero del 2022, "What Are Brand Assets?", HubSpot, 2006, <https://blog.hubspot.com/marketing/what-are-brand-assets>.

Entre los activos de marca más comunes encontramos los siguientes elementos:

- Nombre de la marca
- Logotipo
- Paleta de colores
- Formas
- Lemas o eslóganes
- Canciones o sonidos
- Directrices de la marca
- Empaquetado
- Mascotas
- Tipografía
- Voz y tono
- Papelería (tarjetas de visita, sobres, cartas, folletos promocionales)
- Imágenes (*banners*, *posts*, fotografías de perfil)
- Videos

El buen diseño de los activos de marca permiten que el público tenga una percepción unificada y consistente de la institución. El objetivo es que todos estos elementos reflejen la personalidad y los valores de la marca para que sea reconocible y así crear su identidad gráfica única.

Depende de cada marca los activos que le serán útiles y que necesitarán para su comunicación interna y externa, pero estos son indispensables para poder distinguirse entre las otras marcas.



Manual de identidad gráfica

El resultado del proceso de diseño o rediseño de una identidad gráfica se debe recopilar en un manual que servirá a las personas que intervienen en los procesos de comunicación de la institución como un referente que norme y de los lineamientos de cómo presentar la marca en los distintos contextos y aplicaciones.⁶⁵

En este manual se indica el uso correcto de todos los activos de marca que conforman la identidad gráfica. Según Herrero y Gómez un manual debe contener los elementos que a continuación se enumeran.

- **Estratégico:** comunicar lo que quiere conseguir la empresa y cómo lo quiere hacer.
- **Visual:** es mejor ejemplos gráficos que textos largos para dar explicaciones.
- **Comprensible:** cuidar la redacción para que no se utilicen términos de diseño demasiado técnicos que no cualquiera pueda entender cuando no sean absolutamente necesarios.
- **Breve:** utilizar ejemplos prácticos en lugar de explicaciones complejas para dar instrucciones.
- **Respetuoso:** entender a quién se dirige el manual y no insultar su inteligencia.
- **Equilibrado:** balancear la estructura y la flexibilidad para que la identidad no resulte monótona pero tampoco desordenada.
- **Digital:** crear archivos digitales para poder visualizarlos en línea, enviarlos por correo electrónico o bajarlos de un servidor y también imprimirse sin problemas.
- **Modificable:** los archivos digitales pueden ser modificados para ir estableciendo nuevas premisas en la identidad que evolucionará con el tiempo.

⁶⁵ Herrero Franquesa y Gómez Fontanills, *Identidad Gráfica*, 108.

¿Qué debe llevar un manual de identidad corporativa?

Herrero y Gómez en su libro *Identidad Gráfica*⁶⁶ en la mayor parte de manuales encontraremos el esquema que se describe a continuación o uno aproximado.

Parte uno: definir los identificadores gráficos

- Marca (símbolo) y logotipo
- Variaciones de la marca y logotipo
- El color. Color corporativo, asociados, combinatorias; paletas cromáticas y su aplicación
- La tipografía. Fuente o fuentes tipográficas corporativas, las auxiliares, las específicas; combinatoria y aplicación
- Imágenes y otros elementos gráficos (ilustraciones, fotografías)
- Medios impresos (papelería)
- Medios en pantalla (web, digital)

Parte dos: aplicaciones y ejemplos prácticos

Es importante especificar todos los identificadores gráficos necesarios para establecer una línea gráfica concreta y asimismo dar las pautas para poder aplicarla. Es primordial ser preciso, claro, visual y al mismo tiempo adaptable y flexible.

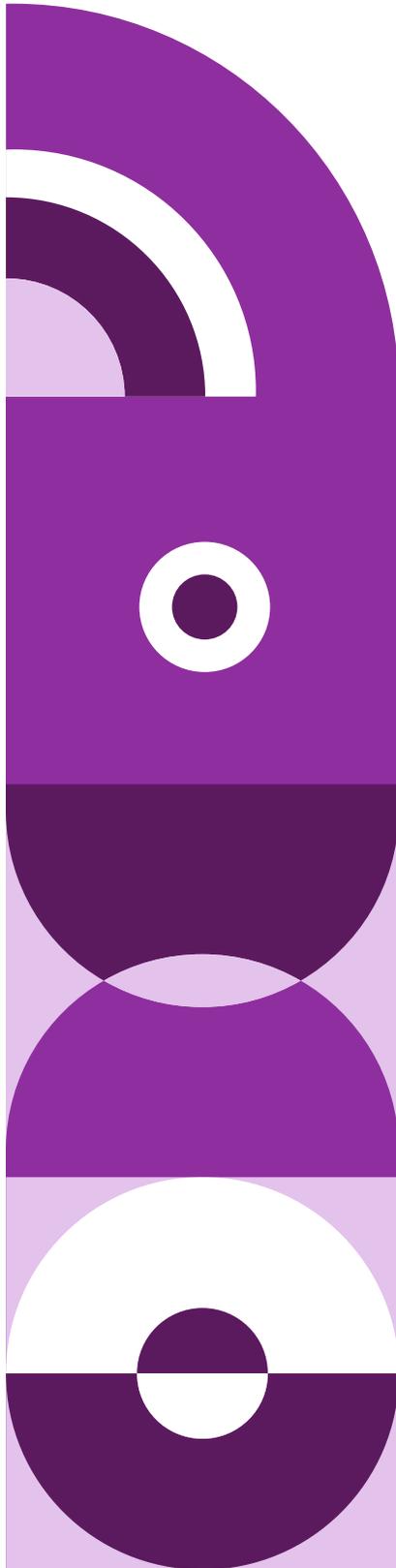
“Una guía de estilo es esencial para mantener una identidad de marca coherente, reconocible y apropiada, incluso cuando varias personas diferentes desarrollan contenidos para su marca”⁶⁷ A través del buen diseño del manual permitiremos que cualquier colaborador de la institución tenga una guía práctica para aplicar la marca y así pueda sumar a la exposición del IUMUSAC entre la comunidad, respetando su identidad.

⁶⁶ Herrero Franquesa y Gómez Fontanills, *Identidad Gráfica*, 136.

⁶⁷ “Why Your Brand Needs A Real Style Guide”, Forbes, acceso el 18 de agosto del 2022, <https://www.forbes.com/sites/propointgraphics/2016/07/24/brand-style-guides/?sh=65b6565161a5>.

Como conclusión, a través de la gestión de los activos de marca para la creación de la identidad gráfica del IUMUSAC, y por medio de un manual de identidad el investigador se asegura que la presentación de la marca del instituto sea consistente, y esto aporta al reconocimiento tanto de su existencia como de su labor lo que tendrá como consecuencia la agilización de los procesos de comunicación entre su personal y también con su público objetivo.

En el siguiente capítulo se inicia con la definición creativa que consiste en la identificación del *insight* y definición del concepto creativo del proyecto.



Capítulo V

Definición creativa

Brief de diseño

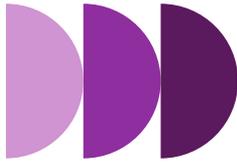
Referencias visuales

Estrategia de diseño

Definición de concepto creativo

Premisas de diseño

En este capítulo se busca definir puntos claves que son importantes para tomar como base para poder diseñar. Tales como el *brief*, la búsqueda de referencias visuales, la creación de la estrategia para la aplicación de piezas a diseñar, el proceso para la creación del concepto creativo y la definición de las premisas de diseño.



Brief

El *briefing* es la solicitud verbal o escrita que hace el cliente al diseñador gráfico. Mientras más claro se describa el contexto, la situación y posible solución, se asegurará el éxito de la producción gráfica.⁶⁸

Información del cliente

Datos de la institución

Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala
(IUMUSAC)
10 calle 9-59 “A” zona 1, Ciudad de Guatemala.
2221-0826
Datos del jefe inmediato
Licda. Lucrecia Vicente
4051 8423
docenciaiumusac@gmail.com

Actividad de la institución

El Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC- es un ente rector de políticas y acciones universitarias a favor del desarrollo de las mujeres y la equidad de género en la educación superior.

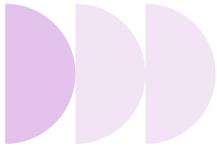
Con qué programas / servicios cuenta la institución

Presta los servicios relacionados con la atención de las áreas de docencia, investigación y extensión universitaria que promueven la equidad de género y la formación académica.

Instituciones análogas

Oficina Nacional de la Mujer (ONAM)
Secretaría Presidencial de la Mujer (SEPREM)
Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)
Organización de las Naciones Unidas para la Educación (UNESCO)

⁶⁸ Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Diseño Gráfico, *Guía metodológica para proyecto de graduación 2017*, PDF.



Información sobre el proyecto

Proyecto

Gestión de activos de marca para el diseño de la identidad gráfica del IUMUSAC y el desarrollo del manual de identidad para establecer los lineamientos de su uso correcto.

Objetivo

Diseñar elementos de la identidad gráfica del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala para fortalecer su imagen institucional, normando los parámetros para su aplicación correcta en medios impresos y digitales a través de un manual de identidad.

Descripción del proyecto

Realización de activos de marca y manual de identidad.

Presupuesto

Se estima que para este proyecto el presupuesto es de Q42 520.84

Restricciones

No se permiten cambios al logotipo más que su digitalización y corrección de detalles, por haber sido actualizado recientemente (2019).

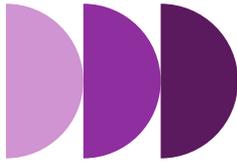
Respetar el uso del color morado como identificador del instituto.

Público objetivo

Docentes, personal administrativo e investigadores que pertenecen a una Unidad Académica del Campus Central, Centro Universitario Metropolitano o Centros Regionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Mensaje a transmitir

Equidad de género y enfoque feminista en la educación superior de la sociedad guatemalteca.



Referencias visuales

Este conjunto de elementos pretende ser un punto de partida para generar ideas de lo que se desea lograr visualmente a la hora de diseñar, a través de colores, tipografías, formas y estilos.

Referentes visuales

Color y gráfica



Figura n.º 11. Branding GX Digital

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/128875467/Logotipo-GX-Digital>



Figura n.º 12. Branding Aros Bank

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/71887331/Aros-Bank-Brand-Concept>

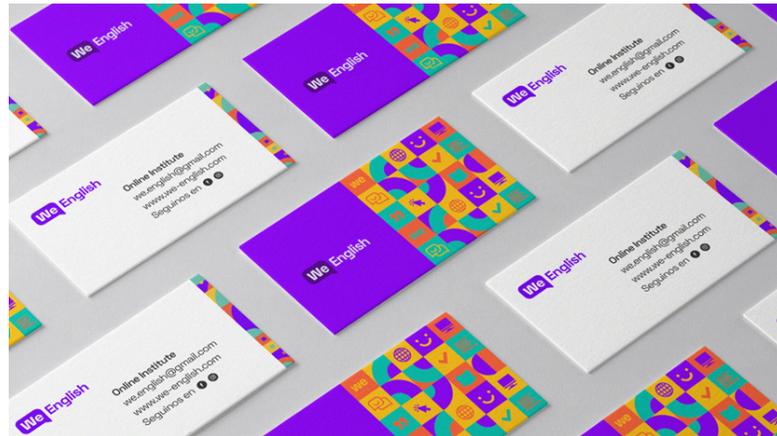


Figura n.º 13. Branding We English

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/120213193/We-English-Online-Institute>

Iconografía e ilustración



Figura n.º 14. Iconografía Texas Medical Care Plans

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/133898585/Texas-Medical-Care-Plans>



Figura n.º 15. Ilustraciones Fava

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/88421273/Fava-Feminine-Branding-creation>

Tipografía



Figura n.º 16. *Branding* Día Internacional de la Mujer para Facebook
Fuente: <https://www.behance.net/gallery/85968221/Facebook-International-Womens-Day>

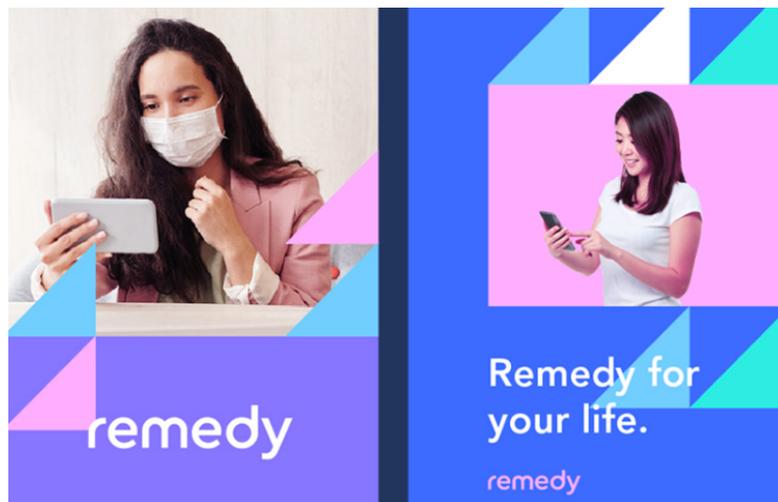
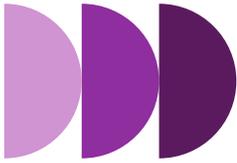


Figura n.º 17. *Branding* Remedy
Fuente: <https://www.behance.net/gallery/123938289/Remedy-Brand-Identity>



Estrategia de diseño

Estrategia que sirve para definir y organizar el proyecto, brinda una guía sobre el enfoque que se debe mantener durante todo el proceso de diseño.

¿Qué?

- Diseño de elementos gráficos que forman la identidad visual del IUMUSAC.
- Aplicaciones de la marca en materiales digitales y para impresión.
- Manual que recopila los elementos gráficos de la identidad y sus aplicaciones con lineamientos y normas del uso correcto, tamaños y restricciones.

¿Dónde?

- Este material será utilizado en el IUMUSAC ubicado en su sede de la Zona 1 de la Ciudad de Guatemala.

¿Cuándo?

- En el periodo de agosto a octubre del 2022.
- El material lo utilizará la institución por tiempo indefinido.

¿Por qué?

- Contribuir a la construcción de la unidad visual de la imagen institucional del IUMUSAC.
- Facilitar el reconocimiento del Instituto para que se conozca su labor en la comunidad universitaria.
- Aportar al personal del instituto una visión clara respecto al uso y manejo correcto de los elementos gráficos institucionales.
- Crear consistencia en el uso de la marca institucional del IUMUSAC en piezas y procesos de comunicación.

¿Quién?

Con quién:

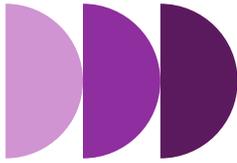
- **Lic. Carlos Franco**
Asesor gráfico
- **Lic. Gustavo Jurado**
Asesor metodológico
- **Lcda. Lucrecia Vicente**
Jefa inmediata y tercer asesor

¿Para quién?

- Docentes, investigadores y personal administrativo que conforman la comunidad universitaria de la USAC y tiene comunicación con la institución.
- Personal en el IUMUSAC que trabaja por la integración de la equidad de género y el enfoque feminista en la educación superior de la sociedad guatemalteca.

¿Cómo?

- Desarrollo y diseño de activos gráficos a partir de la identidad (misión, visión y valores) del instituto, normando el uso de su logotipo actual y creando el manual de identidad que recopile todos los elementos que forman parte de su imagen institucional.



Definición de Concepto creativo

La conceptualización es el proceso en el cual a través del uso de diferentes técnicas creativas se genera un concepto creativo que se convierte en la base para desarrollar todas las propuestas de diseño.

Técnica 1: Listado de atributos

La Lista de atributos, técnica creada por Robert P. Crawford el 1954, persigue la generación de ideas creativas con el objetivo de modificar y mejorar un producto o servicio.

Identidad Gráfica IUMUSAC					
Atributos	Equidad	Feminismo	Identidad	Género	Políticas
	Justicia	Derechos	Pertenencia	Relaciones sociales	Recurso
	Ética	Mujeres	Visual	Empoderamiento	Desarrollo
	Igualdad	Lucha	Valor	Diversidad	Acciones
	Desarrollo	Educación	Esencia	Vida	Reflexión
	Oportunidades	Movimiento	Entorno	Tolerancia	Construcción
	Niveles	Libertad	Personalidad	Barreras	Conciencia
	Crecimiento	Activismo	Unión	Femenino	Reforma

Figura n.º 18. Listado de atributos

Fuente: elaboración propia

Propuesta 1

Listado de atributos

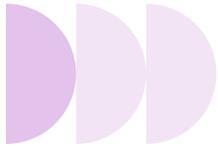
Las palabras seleccionadas son Construcción - Unión

Insight

“Me siento más fuerte cuando luchamos juntas”

Concepto creativo

“Construcción entrelazada”



Técnica 2: Relación forzada

Técnica creada por Charles S. Whiting, que consiste en crear asociaciones de ideas o conceptos según conexiones menos directas.

Listado 1	Listado 2
<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres • Educación • Universidad • Respeto • Coordinación • Asesoramiento • Feminismo • Cultura • Igualdad • Desarrollo • Comunidad • Patriarcado • Intersección • Derechos • Diversidad • Colectivo • Romper Diferencias • Entrelazar • Espacio • Visión • Diversidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva • Paz • Equilibrio • Balance • Grupo • Constancia • Barreras • Global • Ideas • Plenitud • Espejismos • Libertad • Formación • Tejidos • Visionaria • Identidades • Multitud • Rompecabezas • Partes • Lenguaje • Partes

Figura n.º 19. Relación forzada
Fuente: elaboración propia

Propuesta 2

Relación forzada

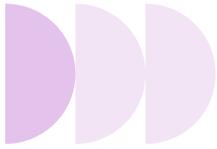
Las palabras seleccionadas son intersección y grupo.

Insight

“Para tener equidad debo reconocer la diversidad”

Concepto creativo

“Intersección Colectiva”



Técnica 3: Mapa mental

Técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas.

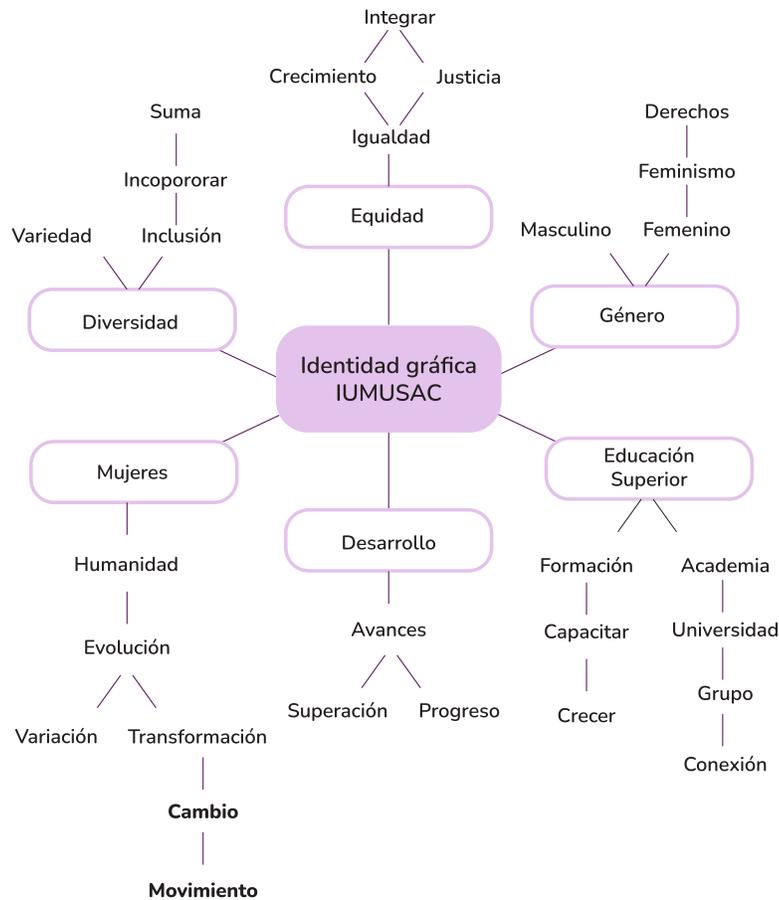


Figura n.º 20. Mapa mental
Fuente: elaboración propia

Propuesta 3

Mapa Mental

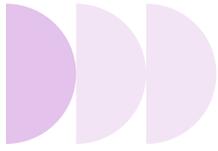
Las palabras seleccionadas son cambio y movimiento

Insight

“Nos movemos a favor de las mujeres”

Concepto creativo

“Transformación en movimiento”



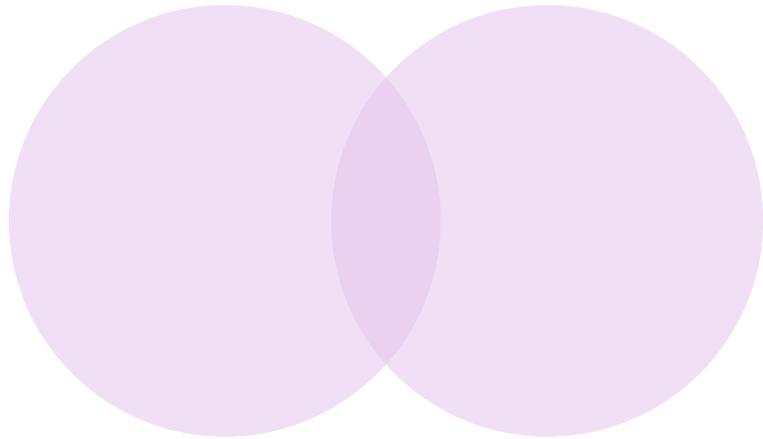
Concepto creativo seleccionado

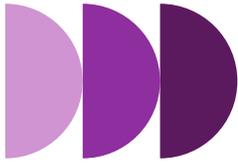
“Intersección Colectiva”

Fundamentación

La intersección es el cruce o encuentro que se produce entre dos líneas superficies o sólidos. La interseccionalidad en el contexto feminista, es una teoría acuñada por Kimberlé Crenshaw, que propone necesario considerar las diferentes categorías sociales -raza, clase y orientación sexual, entre otras- en la lucha por los derechos de las mujeres.

La “intersección colectiva” refleja la visión del IUMUSAC porque busca ese encuentro grupal en la comunidad universitaria, porque el reconocimiento de la diversidad entre nuestro propio colectivo es necesario para lograr la equidad.

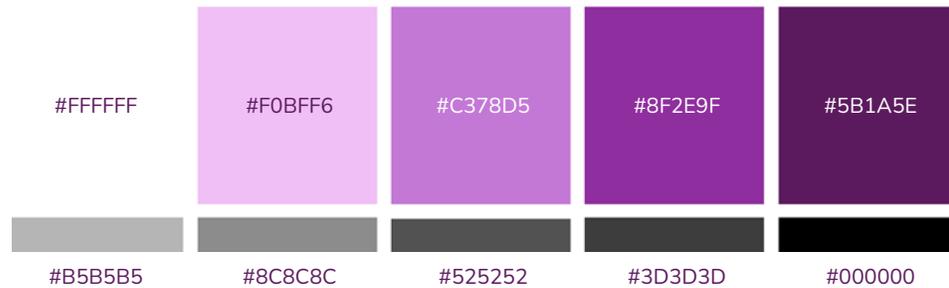




Premisas de diseño

Premisa de color

Para el código cromático del proyecto se tomará como base los tonos morados del logotipo agregando nuevas variantes para enriquecer la paleta, el cual tiene su origen en el movimiento feminista. El color morado es el tono de los soberanos, según la activista inglesa Emmeline Pethick. “Simboliza la sangre real que corre por las venas de las luchadoras por el derecho al voto, simboliza la conciencia de la libertad y dignidad”.



Premisa de tipografía

Se hará uso de tipografía *sans serif*, priorizando su legibilidad en documentos tanto digitales como impresos. Se utilizarán familias tipográficas variables y accesibles de manera gratuita en la biblioteca de Google Fonts, lo que facilitará su uso en las distintas aplicaciones web.

Títulos

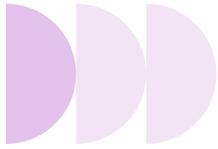
Sora

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789/*#

Textos

Nunito

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789/*#



Premisa iconográfica - ilustración

Los íconos o ilustraciones que se utilicen buscarán ser fáciles de identificar, serán vectoriales y simplificadas. Se hará uso de patrones de formas geométricas que refuercen el concepto de intersección colectiva. Las ilustraciones tendrán más flexibilidad, tendrán una imagen menos geométrica pero siempre serán vectoriales y se jugará con el color para hacer composiciones de figura - fondo.

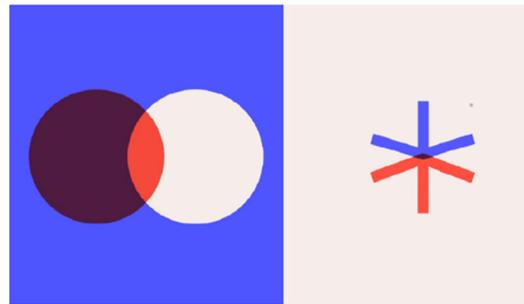


Figura n.º 21. Premisa iconográfica

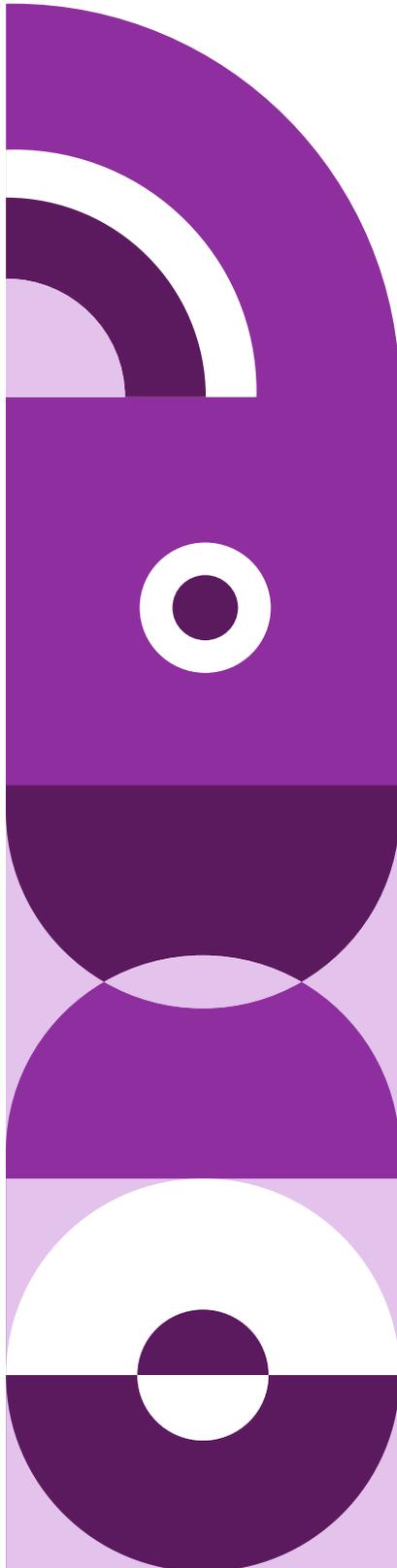
Fuente: <https://www.behance.net/gallery/133898585/Texas-Medical-Care-Plans>,



Figura n.º 22. Premisa de ilustración

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/88421273/Fava-Feminine-Branding-creation>

En el siguiente capítulo se muestra todo el proceso de producción gráfica mediante el cual se realizan las distintas propuestas de diseño para llegar al mejor resultado.



Capítulo VI

Producción gráfica

Primer nivel de visualización

Segundo nivel de visualización

Tercer nivel de visualización

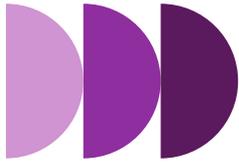
Resultado final

Fundamentación técnica

Lineamientos para la puesta en práctica

Aporte económico del estudiante

En este capítulo se realiza la producción gráfica de propuestas para el proyecto de diseño, el cual consiste en tres niveles de visualización y validaciones para poder llegar al resultado final. También, se fundamentan las decisiones de diseño, se presentan los lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta y el aporte económico del estudiante.



Primer nivel de visualización

En este nivel se desarrolla el bocetaje manual (utilizando lápiz y papel) de los elementos de la línea gráfica (íconos, patrón e ilustraciones) y la aplicación de esta en una pieza gráfica, se realizaron de 3 a 4 propuestas por cada elemento. Luego, se procede a evaluar las propuestas a través de distintos criterios por medio de una matriz de autoevaluación, eligiendo la opción que tenga mejor resultado según el instrumento aplicado.

Bocetaje manual

Íconos

Los íconos buscan representar el concepto de intersección a través del uso de formas que se superponen entre ellas. Se seleccionó la propuesta número 2.

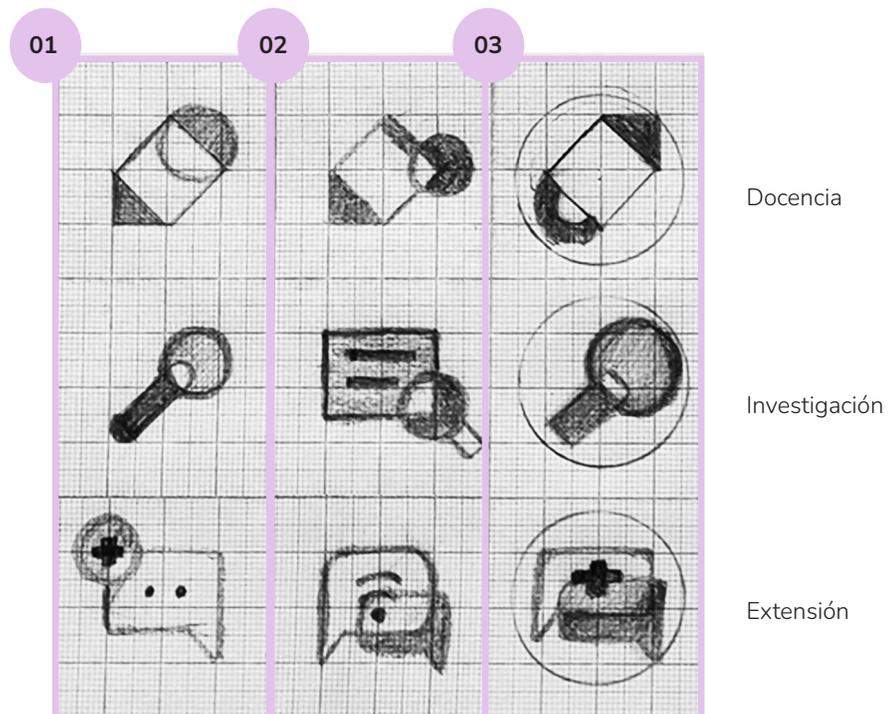


Figura n.º 23. Boceto de íconos nivel 1

Fuente: elaboración propia

Patrones

Para la creación de patrones, se busca representar la intersección principalmente a través del círculo, pero algunas propuestas presentan otras figuras para crear más dinamismo. La finalidad de estos patrones es utilizarlo en las aplicaciones de la marca como un elemento distinguible y reconocible. Se seleccionó la propuesta número 1.

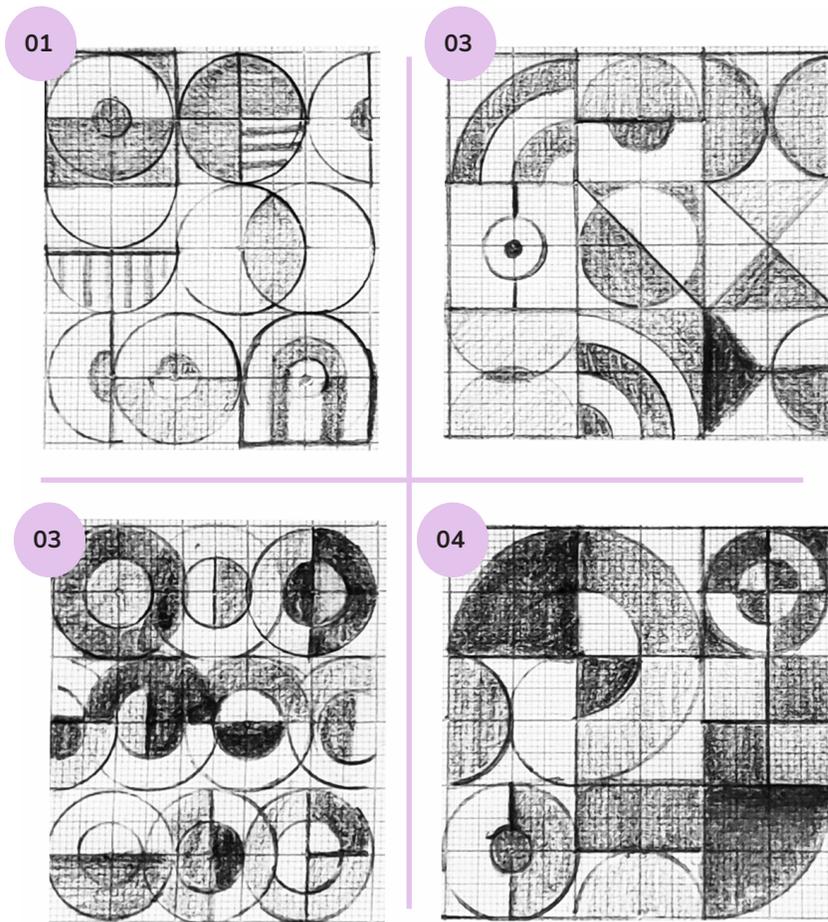


Figura n.º 24. Boceto de patrones nivel 1
Fuente: elaboración propia

Ilustraciones

La ilustración tiene un estilo más orgánico, representando a las mujeres de la comunidad universitaria de la USAC, que tenga la posibilidad de hacer combinaciones interesantes entre ellas. Se seleccionó la propuesta número 2.

01



02



03

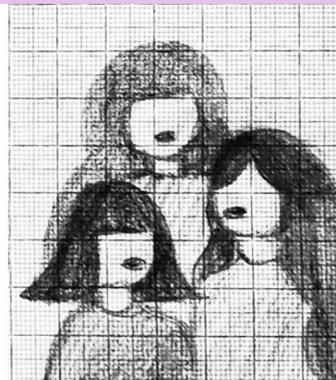


Figura n.º 25. Boceto de ilustraciones nivel 1

Fuente: elaboración propia

Ejemplo de aplicación en tarjeta de presentación

Como base para el ejemplo de una aplicación de la identidad para la marca se tomó la tarjeta de presentación, haciendo uso del patrón en su composición. Se seleccionó la propuesta número 4.

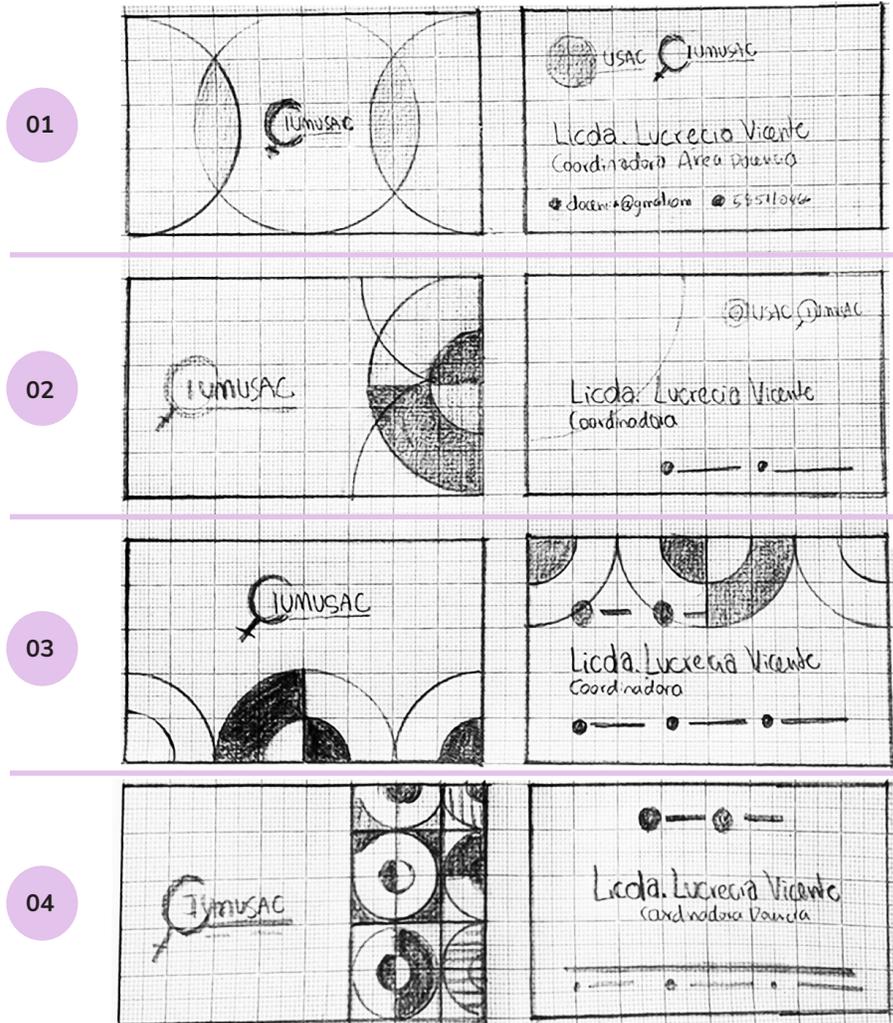
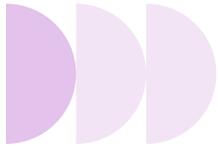


Figura n.º 26. Boceto de tarjeta de presentación nivel 1
Fuente: elaboración propia



Autoevaluación

Se aplica un instrumento de validación para poder analizar las propuestas de cada elemento y seleccionar la propuesta más adecuada que represente mejor el concepto creativo, buena composición, diagramación, entre otros aspectos que distinguen un diseño de alta calidad y con potencial a la hora de digitalizarlo (ver matriz de autoevaluación anexo 1).

Previsualización digital

Después de la autoevaluación, se procedió a digitalizar las propuestas seleccionadas, aplicando la paleta de colores definida y tipografías para tener una mejor visualización de cada elemento.



Figura n.º 27. Visualización de propuesta de íconos nivel 1
Fuente: elaboración propia

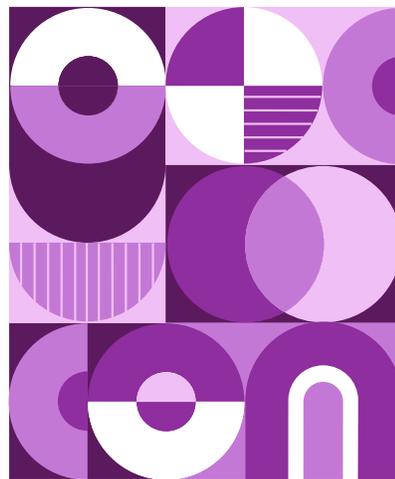


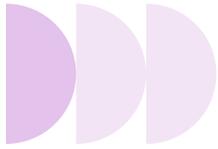
Figura n.º 28. Visualización de propuesta de patrón nivel 1
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 29. Visualización de propuesta ilustración nivel 1
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 30. Visualización de propuesta tarjeta de presentación nivel 1
Fuente: elaboración propia

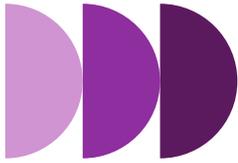


Coevaluación con estudiantes de diseño

Se realizó una coevaluación mediante un grupo focal con los estudiantes del décimo semestre del curso Proyecto de Graduación II, para obtener una crítica constructiva previo a pasar al siguiente nivel de visualización.

Cambios sugeridos

- Rediseñar los íconos, pues las terminaciones no son parejas en todos y hace que se pierda la unidad.
- Hacer una combinación de la propuesta de patrón 1 y 2 para que sea más dinámico.



Segundo nivel de visualización

En el segundo nivel de visualización consiste en realizar las correcciones sugeridas en el primer nivel de visualización con el objetivo de mejorar la propuesta. Para esta validación se presentan estas nuevas propuestas a profesionales del diseño gráfico por medio de la técnica de grupo focal virtual (ver anexo 2) y así obtener retroalimentación mediante críticas constructivas que ayuden a mejorar las piezas.

Propuesta presentada a profesionales del diseño

Para que tuvieran un mejor contexto del proyecto se explicó las funciones del Instituto Universitario de la Mujer de Guatemala, el problema de comunicación, la propuesta de solución, definición del concepto creativo, premisas de diseño y luego se procedió a mostrar el segundo nivel de visualización de los bocetos digitales.

Íconos

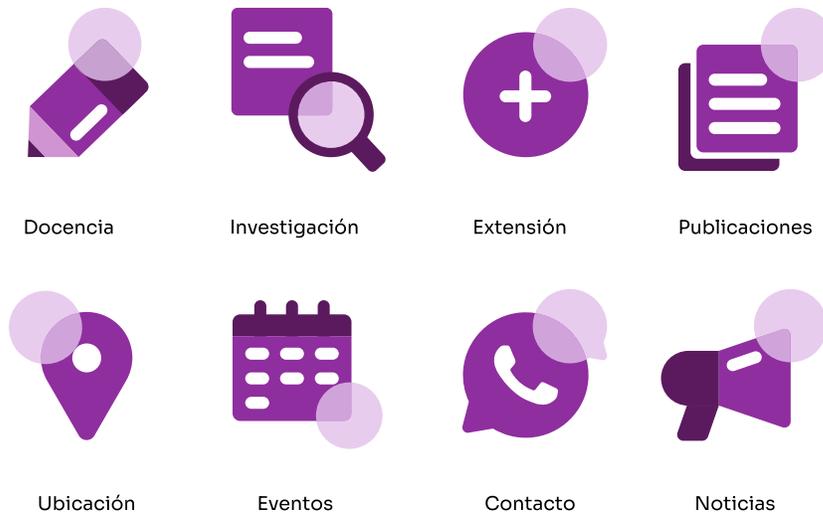


Figura n.º 31. Visualización de íconos nivel 2
Fuente: elaboración propia

Patrones

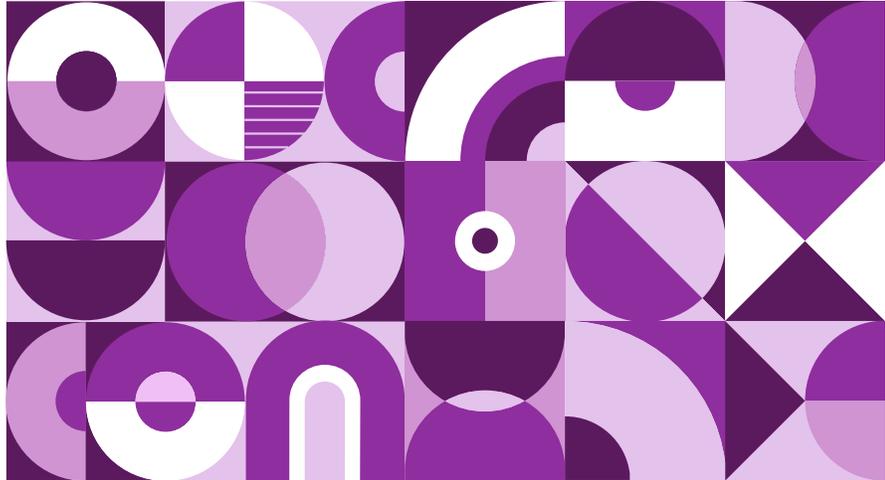


Figura n.º 32. Visualización de patrón nivel 2
Fuente: elaboración propia

Ilustraciones



Figura n.º 33. Visualización de ilustraciones nivel 2
Fuente: elaboración propia

Tarjeta de presentación

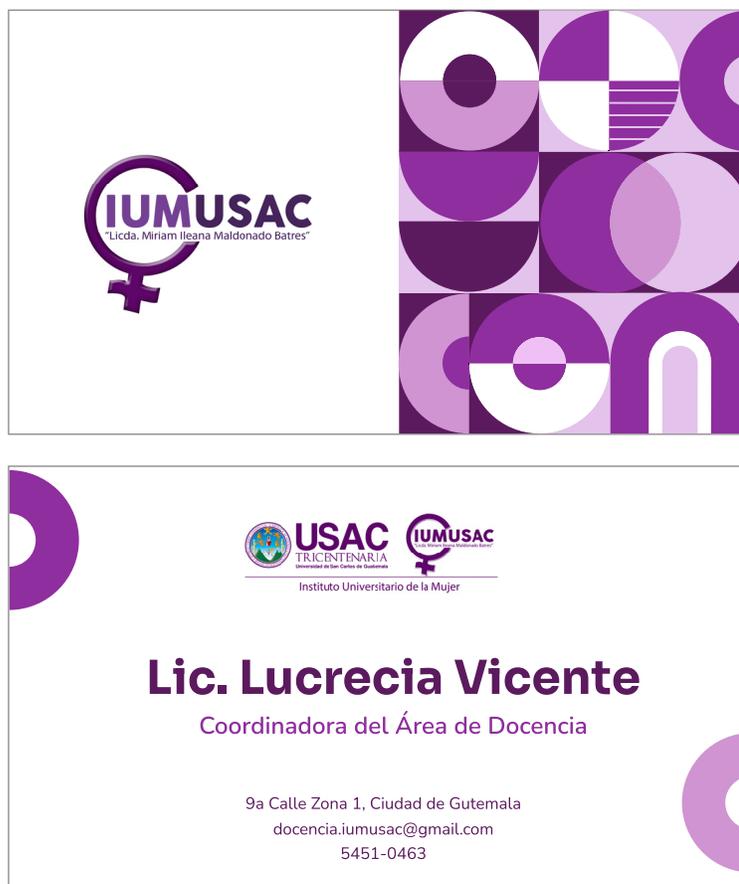
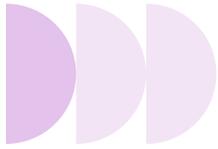


Figura n.º 34. Visualización de tarjeta de presentación nivel 2
Fuente: elaboración propia



Perfil de los profesionales en Diseño Gráfico

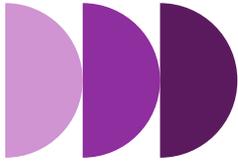
- **Abraham Mazariegos - Diseñador independiente**
10 años de experiencia
- **Sofía Cano - Global Vet S.A.**
8 años de experiencia
- **Pablo Miranda - YCrea**
6 años de experiencia
- **Ana Lucía Miranda de León - Farosa's Drone**
5 años de experiencia
- **Wendy Huertas - Corporate Learning**
3 años de experiencia

Criterios a evaluar

Se pidió a los participantes que evaluaran el reflejo del concepto en todas las piezas, el uso del color, la tipografía, el diseño de los íconos, ilustraciones y patrón, también la pertinencia y funcionalidad del material presentado.

Comentarios recibidos

- Todos los profesionales consideraron que la propuesta refleja el concepto creativo. Aunque animaron a explorar e integrar para la aplicaciones en las piezas que se vayan a diseñar. También, mencionaron que se hizo buen uso del color, adecuado a la línea gráfica de la institución.
- Sobre la tipografía mencionaron que funciona, pero que también vale la pena evaluar si utilizar una geométrica para los títulos o solo una con variante de pesos.
- Los íconos se consideraron funcionales y que la intervención sutil del círculo los distingue como los de la institución.
- Las ilustraciones son ideales. Pero hace falta más diversidad, explorar distintos elementos gráficos que representen a las mujeres del grupo objetivo.
- El patrón es atractivo y bien fundamentado, pero hay que aplicarlo de manera interesante en los materiales para que no sea monótono.
- Todos comentaron que la funcionalidad de las propuestas gráficas es ideal y pertinente según los objetivos del proyecto.



Tercer nivel de visualización

El tercer nivel de visualización consiste en analizar los comentarios recibidos por los profesionales y realizar correcciones para desarrollar una propuesta mejorada de las piezas diseñadas, con el objetivo de que se aproxime a una versión final. Además, se evalúa tanto la opinión del grupo objetivo como del personal de IUMUSAC para poder tener la retroalimentación tanto de las personas externas como las internas que tendrán contacto con el proyecto final, para poder tomar decisiones para la elaboración de la propuesta final.

Para el personal del instituto se realizó un grupo focal con 5 personas (ver anexo 3) y para el grupo objetivo se realizaron una serie de entrevistas individuales y encuestas (ver anexo 4) para conocer la opinión de cada participante en la validación.

Propuesta presentada a grupo objetivo y a personal del IUMUSAC

Como los íconos fueron aprobados en la validación anterior no recibieron cambios, pero se extendió el diseño del patrón, se realizaron más ilustraciones de mujeres buscando reflejar la diversidad de las mujeres guatemaltecas y se hicieron más aplicaciones de la línea gráfica y una página que muestra el diseño de diagramación del manual de identidad.

Íconos



Figura n.º 35. Visualización de íconos nivel 3
Fuente: elaboración propia

Patrones

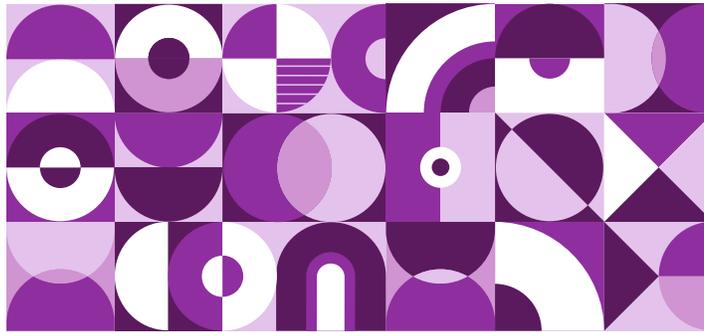


Figura n.º 36. Visualización de patrón nivel 3

Fuente: elaboración propia

Ilustraciones



Figura n.º 37. Visualización de ilustraciones nivel 3

Fuente: elaboración propia

Tarjeta de Presentación



Figura n.º 38. Visualización de tarjeta de presentación nivel 3

Fuente: elaboración propia

Redes Sociales

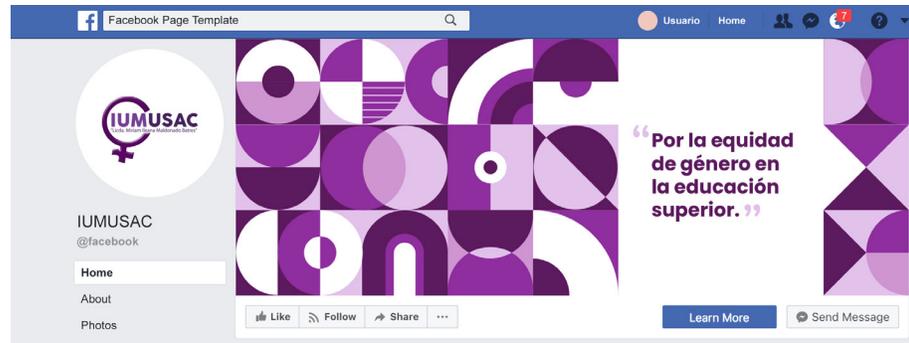


Figura n.º 39. Visualización de perfil para Facebook
Fuente: elaboración propia

Manual de identidad

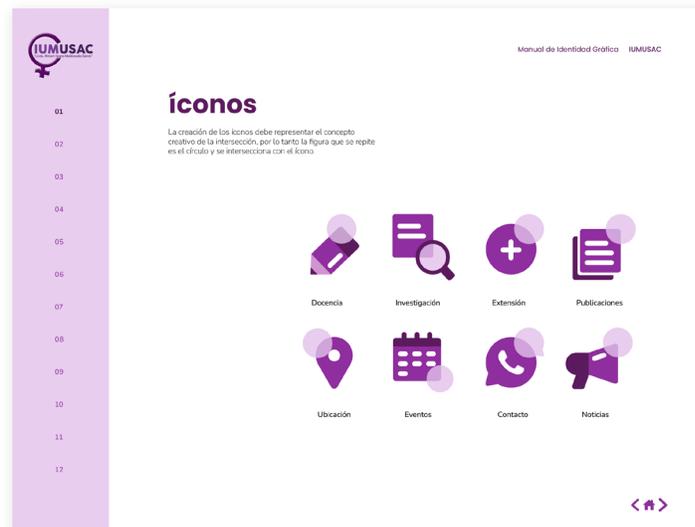
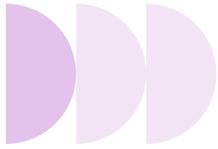


Figura n.º 40. Visualización de diagramación para el manual de identidad gráfica
Fuente: elaboración propia



Validación con personal del IUMUSAC

Participantes

- **Lcda. Elda Marroquín**
Directora del IUMUSAC
- **Lcda. Lucrecia Vicente**
Coordinadora del Área de Docencia
- **Lcda. Sandra Collado**
Coordinadora del Área de Extensión
- **Dra. Carmen López**
Coordinadora del Área de Investigación
- **Ing. Rodrigo Mendizabal**
Ingeniero en sistemas a cargo de la página web IUMUSAC

Criterios a evaluar

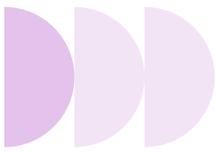
Se pidió a los participantes que evaluaran el reflejo del concepto en todas las piezas, si consideraban pertinente el uso del color para el instituto y los elementos de marca presentados, la funcionalidad del manual interactivo, además de entender la finalidad del proyecto.

Comentarios recibidos

Los comentarios que se obtuvieron del personal del IUMUSAC fueron:

- Todo el personal entendió la finalidad del proyecto y considera que refleja el concepto creativo.
- Todos consideraron un buen uso del color, adecuado a la institución por el uso de los morados que conmemoran el Día Internacional de la Mujer.
- Sobre los elementos de marca presentados, consideraron que eran adecuados. A excepción de la ilustración, pues aunque haya diversidad el comentario que más resaltó es que las figuras femeninas deben reflejar aún más el contexto de nuestro país. Buscar que puedan identificarse como la mujer guatemalteca de la USAC.
- La funcionalidad de las propuestas las consideraron como pertinentes y que fortalecen la identificación institucional.
- Para el manual de marca todos estuvieron de acuerdo que sea principalmente digital e interactivo, diseñado también en un formato que se pueda imprimir si se desea cuando regresen a labores presenciales.

- Mencionaron la importancia de tomar en cuenta antecedentes del diseño de la USAC y cuidar el nombre a la del instituto pues completo es “Instituto Universitario de la Mujer USAC - Licda. Miriam Maldonado López”.
- Recordaron que lo importante es que los archivos y material que se deje para la institución sean prácticos y fáciles de utilizar, para que no se vean en la necesidad de volver a hacer nuevos diseños o pedir ayuda si se deja en un formato que no pueden editar.



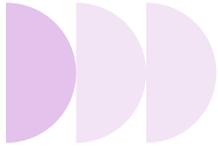
Participantes en la validación por parte del grupo objetivo

Participantes

- **Ammy Vásquez - Personal administrativo**
Facultad de Arquitectura USAC
- **Karla Cermeño - Personal administrativo**
Auditoría Interna USAC
- **Erica Beherens - Docente**
Instituto Tecnológico Universitario Guatemala Sur (ITUGS) - USAC
- **Lucia Arriaga - Docente**
Ciencias Químicas y Farmacia - USAC
- **Amy Aldana - Investigadora**
Ciencias Químicas y Farmacia - USAC

Criterios a evaluar

Se pidió a los participantes que evaluaran el reflejo del concepto en todas las piezas, si consideraban pertinente el uso del color para el instituto y los elementos de marca presentados, si entendían la finalidad del proyecto, también si le sería fácil reconocer al instituto si se aplica esta línea gráfica, y si creen que el uso de esta nueva línea gráfica representa una mejora para el instituto.

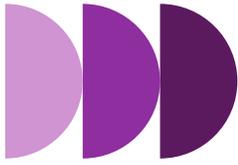


Comentarios recibidos

Los comentarios que se obtuvieron del grupo objetivo fueron:

- Todos entendieron la finalidad del proyecto y consideran la equidad y diversidad de la mujer, representando bien la intersección.
- Se considera que el uso de color es pertinente para la institución, pues refleja su estilo y mantiene unidad.
- Sobre la ilustración se comentó que representa bien los distintos sectores de la población femenina guatemalteca, exceptuando los primeros dos con cabello afro que no se han visto.
- El patrón saturado de color, utilizarlo con cuidado en las piezas aplicadas porque puede llegar a aturdir. Comentaron que las líneas horizontales blancas que hay en una parte del patrón distraen.
- Todos consideraron que sería más fácil reconocer al instituto si se aplica la línea gráfica en sus publicaciones, pero en el *banner* de Facebook no se ve la fuerza y dinamismo del concepto.
- Consideraron que es una mejora para el instituto, porque al utilizar misma gráfica se unifica con el logotipo y se puede distinguir que el diseño pertenece al instituto.

Se procede a analizar estos comentarios y realizar las correcciones correspondientes, para poder generar el resultado final.



Resultado final

Después de recopilar los comentarios y sugerencias realizadas por el personal del instituto del IUMUSAC y del grupo objetivo, se procede a realizar las correcciones en las piezas ya diseñadas e integrarlas en el manual de identidad gráfica que se muestra a continuación.

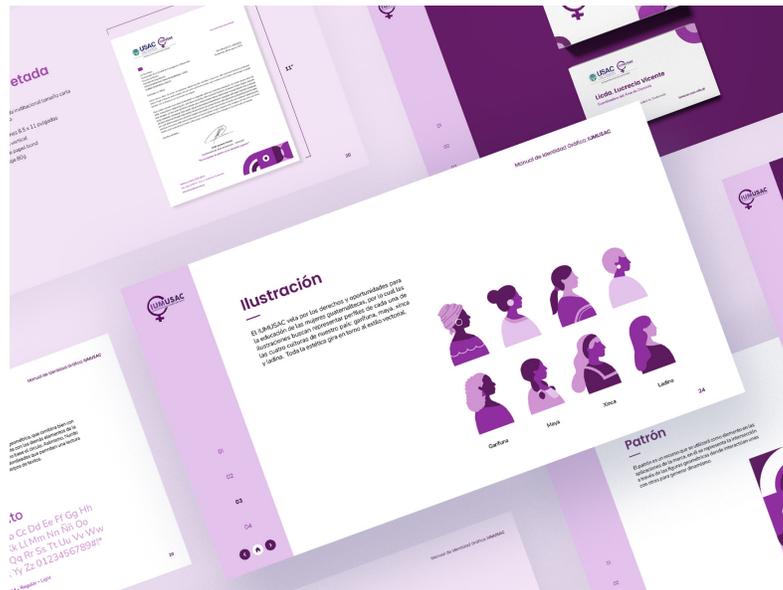


Figura n.º 41. Montaje 1- Manual de identidad gráfica IUMUSAC
Fuente: elaboración propia

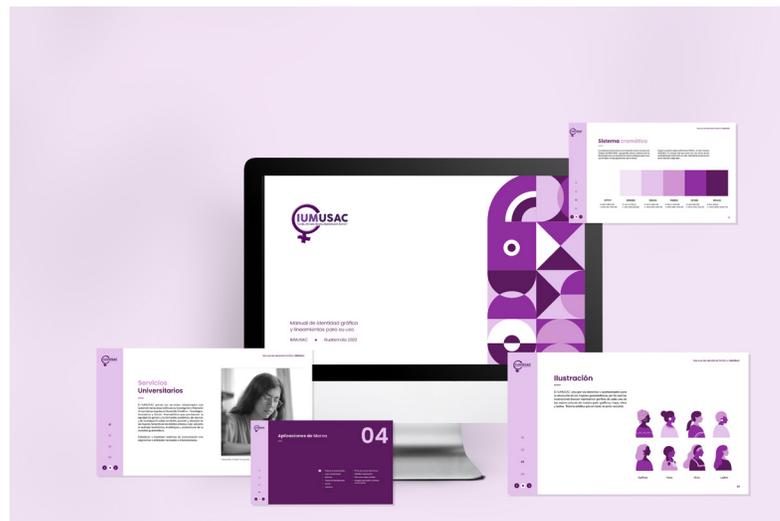


Figura n.º 42. Montaje 2 - Manual de identidad gráfica IUMUSAC
Fuente: elaboración propia

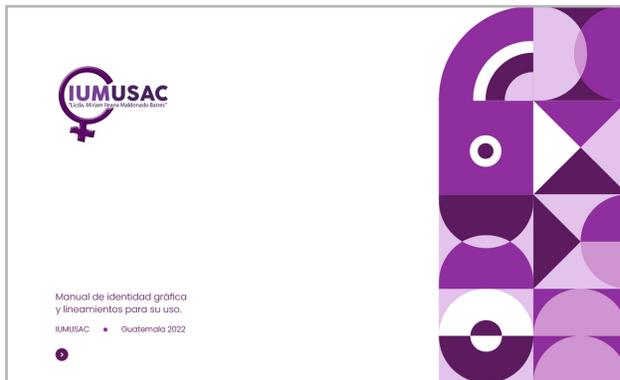


Figura n.º 43. Resultado final portada
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 44. Resultado final 'Sobre el instituto'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 45. Resultado final 'Introducción'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 46. Resultado final '¿Quiénes somos?'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 47. Resultado final 'Misión y Visión'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 48. Resultado final 'Servicios Universitarios'
Fuente: elaboración propia

Capítulo 6: Producción gráfica



Figura n.º 49. Resultado final 'Área de Investigación'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 50. Resultado final 'Área de Extensión'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 51. Resultado final 'Marca Gráfica'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 52. Resultado final 'Isologo'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 53. Resultado final 'Variantes de Marca'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 54. Resultado final 'Tamaños Mínimos'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 55. Resultado final 'Versiones de Color'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 56. Resultado final 'Usos correctos'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 57. Resultado final 'Usos incorrectos'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 58. Resultado final 'Sistema Visual'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 59. Resultado final 'Intersección Colectiva'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 60. Resultado final 'Sistema cromático'
Fuente: elaboración propia

Capítulo 6: Producción gráfica



Figura n.º 61. Resultado final 'Sistema tipográfico'
Fuente: elaboración propia

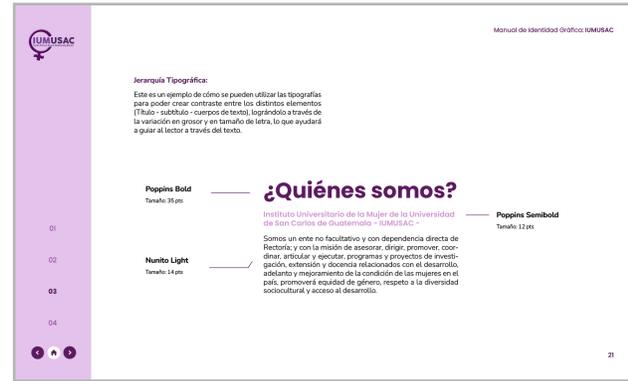


Figura n.º 62. Resultado final 'Jerarquía tipográfica'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 63. Resultado final 'Patrón'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 64. Resultado final 'Iconografía'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 65. Resultado final 'Ilustración'
Fuente: elaboración propia

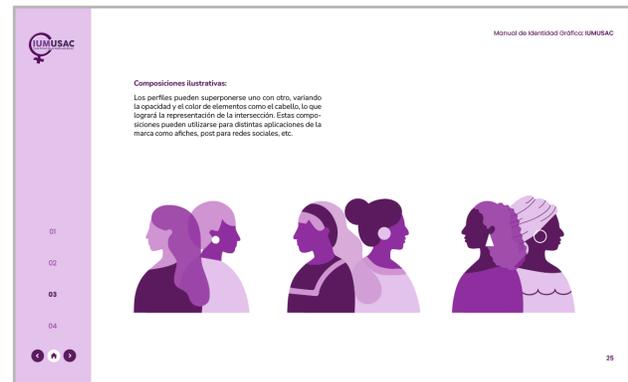


Figura n.º 66. Resultado final 'Composiciones ilustrativas'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 67. Resultado final 'Aplicaciones de Marca'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 68. Resultado final 'Tarjeta de presentación'
Fuente: elaboración propia

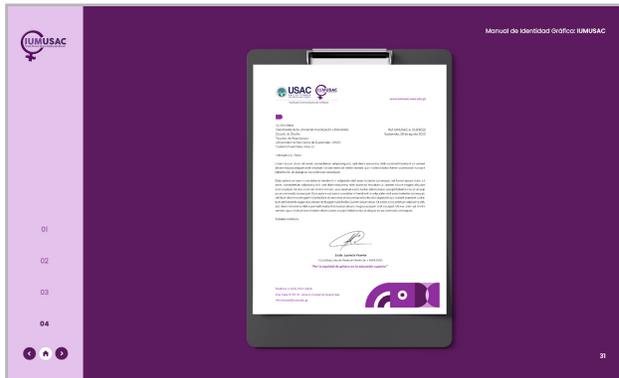


Figura n.º 69. Resultado final 'Hoja membretada'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 70. Resultado final 'Diploma'
Fuente: elaboración propia

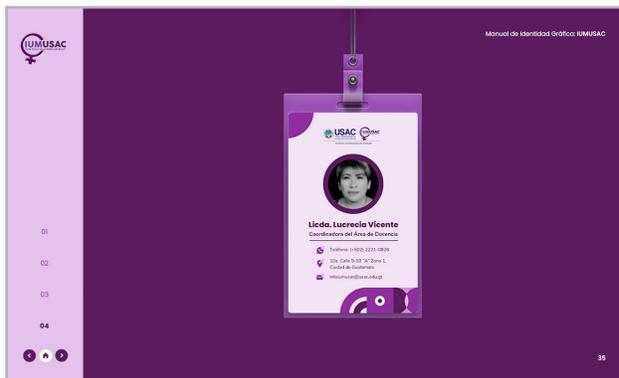


Figura n.º 71. Resultado final 'Gafete'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 72. Resultado final 'Afiche'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 73. Resultado final 'Uniforme'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 74. Resultado final 'Firma de correo electrónico'
Fuente: elaboración propia

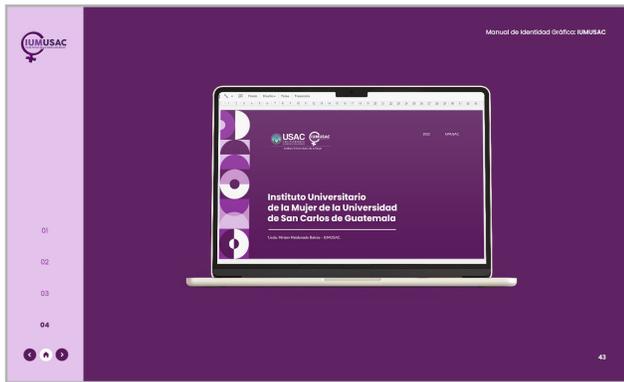


Figura n.º 75. Resultado final 'Plantilla de presentación'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 76. Resultado final 'Post para redes sociales'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 77. Resultado final 'Perfil y portada de Facebook'
Fuente: elaboración propia

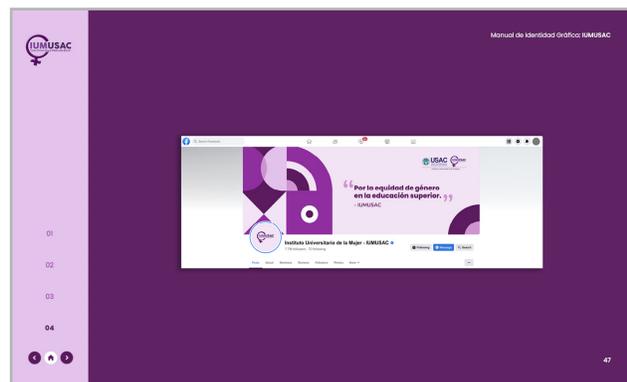


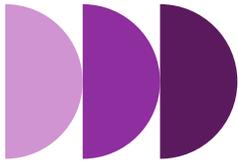
Figura n.º 78. Resultado final 'Montaje Facebook IUMUSAC'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 79. Resultado final 'Créditos'
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 80. Resultado final contraportada
Fuente: elaboración propia



Fundamentación técnica

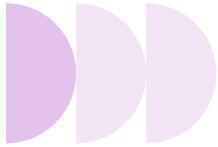
En esta sección se abordan los aspectos que se tomaron en cuenta para tomar decisiones de diseño para los elementos que conforman el proyecto.

Formato

El formato que se utilizó para el manual de identidad gráfica es de tamaño oficio de 8.5 x 13 pulgadas en formato horizontal y de 1008 x 612 píxeles. Esto debido a que funciona tanto la visualización de los elementos en la diagramación al ser interactivo y utilizarse de manera digital, como para tener la opción de imprimirse si el Instituto así lo desea en un futuro.



Figura n.º 81. Formato
Fuente: elaboración propia



Composición

La retícula utilizada para la diagramación del manual de identidad es de seis columnas y seis filas, lo que da oportunidad de acomodar los elementos dentro de las páginas de manera ordenada y equilibrada.

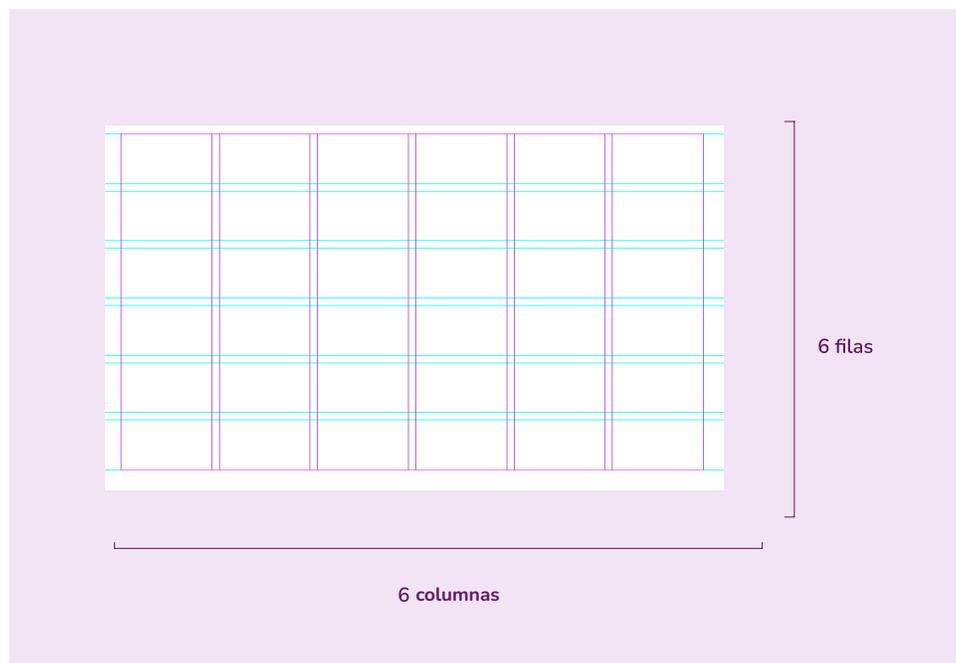


Figura n.º 82. Composición
Fuente: elaboración propia



Código icónico

Iconográfico

Los íconos fueron construidos a partir de formas geométricas que se intersectan entre ellas para representar el concepto del proyecto, procurando que sean adaptables y visibles en distintos tamaños para su aplicación en la página web del instituto o en presentaciones digitales.

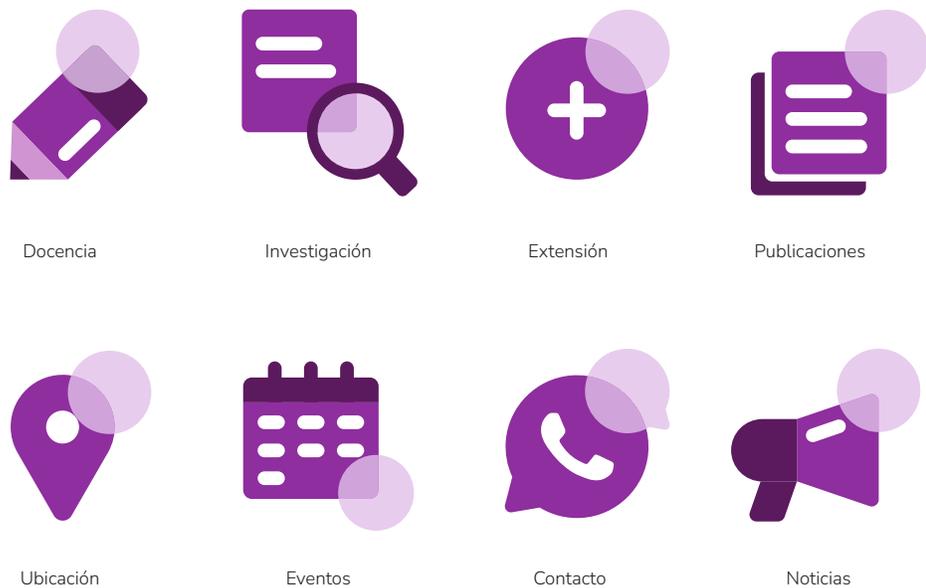


Figura n.º 83. Código iconográfico

Fuente: elaboración propia

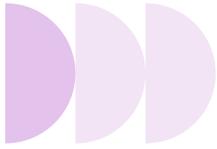
Ilustrativo

El IUMUSAC al ser un instituto que vela por los derechos y las oportunidades a la educación equitativa para la mujer guatemalteca que se relaciona con la USAC, siendo docente, investigadora, personal administrativo o estudiante, las ilustraciones buscaron representar de manera justa a este grupo, a través del desarrollo de 2 perfiles de cada una de las cuatro culturas de nuestro país: garífuna, maya, xinca y ladina.



Figura n.º 84. Código ilustrativo

Fuente: elaboración propia



Código tipográfico

Las tipografías utilizadas para la línea gráfica del IUMUSAC fueron Poppins para titulares y Nunito para cuerpos de texto. Ambas familias tipográficas son *sans serif*, variables y se encuentran en la biblioteca de tipografías de Google Fonts lo que brinda la ventaja de accesibilidad en todas las aplicaciones web. Poppins es una tipografía geométrica, que combina bien con el logotipo y es consistente con los demás elementos de la identidad que tienen como base el círculo. Asimismo, Nunito tiene terminaciones redondeadas que permiten una lectura más fluida.

Títulos

Poppins

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 0123456789#!*

Bold - Semibold - Regular

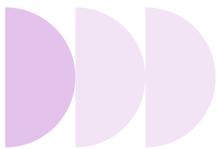
Cuerpos de Texto

Nunito

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 0123456789#!*

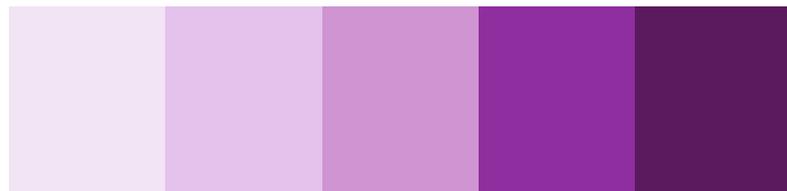
Bold - Regular - Light

Figura n.º 85. Código tipográfico
Fuente: elaboración propia



Código cromático

La paleta de colores seleccionada para el desarrollo de la identidad gráfica toma como base los colores que contiene el logotipo existente del IUMUSAC, de esta manera se asegura que el uso del color tenga relación con el símbolo que identifica al instituto. Además, se añaden otras tonalidades para poder crear un conjunto de colores análogos con más variedad para hacer uso de ellos en las aplicaciones de la marca.



#FFFFFF

#F2E3F5

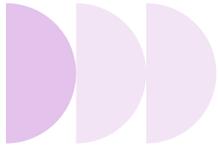
#E2C1EA

#CE95D1

#8F2E9E

#5C1A5E

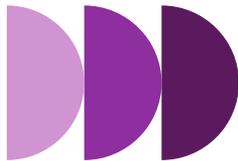
Figura n.º 86. Código cromático
Fuente: elaboración propia



Código lingüístico

El código lingüístico del IUMUSAC tiene dos secciones

- **Institucional:** el Instituto se encuentra ubicado en el sector educativo como dependencia de la USAC y su grupo objetivo son estudiantes universitarios, investigadores, docentes y personal administrativo, por lo cual posee un tono de marca formal para transmitir la información.
- **Inclusiva:** busca que la educación superior y la equidad estén entrelazadas, por lo cual es responsable al utilizar lenguaje que integre a todos los grupos de la comunidad educativa, haciendo énfasis en la inclusividad de mujeres y hombres de todas las categorías sociales, razas, orientación sexual, etc .



Lineamientos para la puesta en práctica

Para poder garantizar la eficacia del proyecto, se deben tomar en cuenta ciertos aspectos para utilizar los materiales creados, que se describen a continuación.

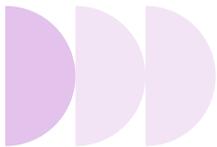
Componentes del proyecto

Manual de identidad gráfica

- PDF interactivo
- Archivo Adobe InDesign (.indd)
- Archivo IDML (.idml)
- Carpeta de imágenes (imágenes utilizadas en el documento)
- Carpeta de fuentes (tipografías utilizadas en el documento)

Plantillas

- Presentación institucional (Google Slides)
- Ilustraciones perfiles de mujeres (Canva)
- Firma digital (Canva)
- Plantilla de post para Facebook (Canva)
- Foto de perfil y portada para Facebook (Canva)
- Afiche (Canva)
- Tarjeta de presentación (Canva)
- Diploma (Canva)
- Hoja membretada (Canva)



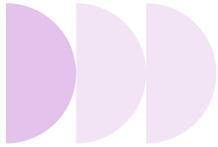
Especificaciones técnicas

- Los editables y plantillas fueron diseñados en páginas web como Google Slides y Canva para que puedan ser editados por el personal de la institución en su cotidianidad, para los que deben contar con internet y los enlaces a cada una de las plantillas correspondientes.
- El archivo (.indd) y (.idml) donde fue realizado el Manual de identidad gráfica corresponde a un formato que solo se puede editar y ejecutar en el programa de Adobe InDesign. Se sugiere que, de ser necesario, este sea manipulado por un diseñador gráfico.



Condiciones de uso

- El manual de identidad es interactivo para su uso digital, si el instituto lo desea imprimir para poder archivarlo como parte de la documentación del proyecto realizado, lo podrá hacer en un formato tamaño oficio (8.5 x 13 pulgadas) horizontal.
- Para poder visualizar la interacción del Manual de identidad gráfica y para editar las plantillas se debe acceder a ellos desde un ordenador, no desde teléfonos móviles o tabletas.
- La carpeta de Google Drive con los archivos correspondientes es de uso exclusivo para el personal de la institución.
- Para hacer uso de las plantillas se debe hacer una copia para editarla y así dejar el diseño original intacto.



Condiciones de reproducción

- El Manual de identidad gráfica se puede compartir de manera digital a través de correos electrónicos o servidores en la nube.
- Se recomienda abrir el manual de identidad en pdf a través de programas como Adobe Acrobat Reader o en navegadores web como Google Chrome, Microsoft Edge.
- Al hacer uso de una plantilla, según sea la necesidad se deberá guardar en formato PNG para digital o PDF para impresión.



Aporte económico del estudiante

El aporte económico de la estudiante al Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

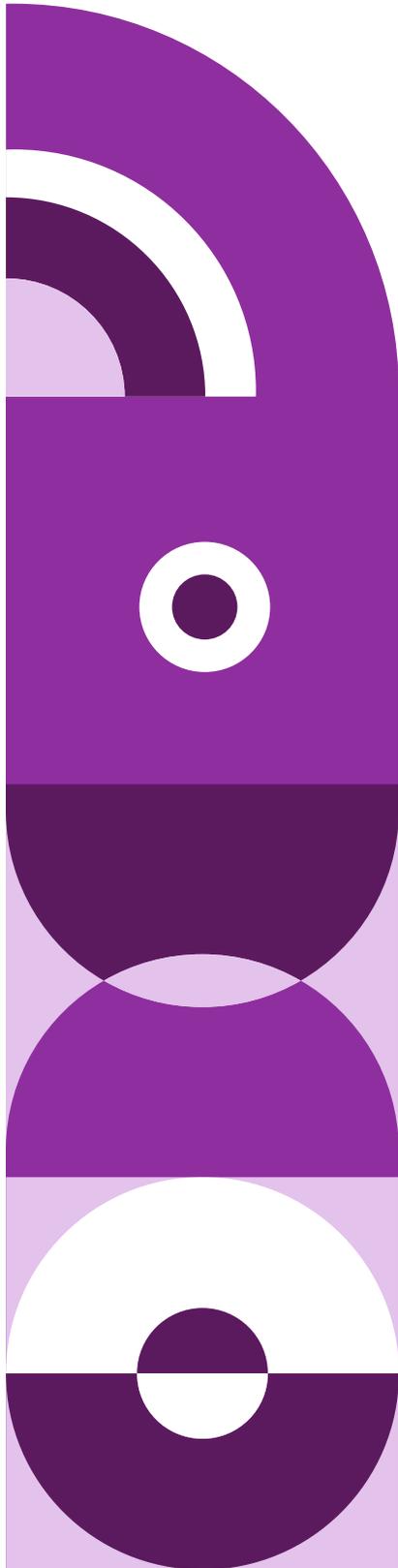
Descripción	Valor
Costos fijos	Q629.55
Agua	Q172.80
Luz	Q195.00
Internet	Q261.75
Costos variables	Q200.00
Útiles de oficina	Q150.00
Impresiones	Q20.00
Tintas para impresora	Q30.00
Servicios Profesionales de diseño	Q54,000.00
Investigación	Q3,00.00
Planeación Operativa	Q2,000.00
Definición Creativa	Q6,000.00
Bocetaje de la línea gráfica	Q3,000.00
Digitalización de las propuestas	Q6,000.00
Ilustraciones	Q4,000.00
Desarrollo de aplicaciones de marca	Q9,000.00
Diseño del Manual de Identidad	Q10,500.00
Validaciones (3 niveles de visualización)	Q2,500.00
Propuesta Final (Correcciones)	Q8,000.00
Depreciación del Equipo	Q350.00
Computadora	Q350.00
Honorarios del diseñador	Q13,794.91
Honorarios	Q13,794.91
Subtotal	Q68,974.56
Impuestos	Q11,725.68
IVA (12% sobre el total)	Q8,276.95
ISR (5% sobre el total)	Q3,448.73
TOTAL	Q80,700.24

Figura n.º 87. Tabla aporte económico del estudiante

Fuente: elaboración propia

El valor total del proyecto es Q80 700.24, el cual forma el aporte económico a la institución por parte de la estudiante.

En el siguiente capítulo se presenta la síntesis del proyecto.



Capítulo VII Síntesis del proyecto

Lecciones aprendidas

Conclusiones

Recomendaciones

En este capítulo se presentan las lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto, las conclusiones y algunas recomendaciones tanto para la institución, como para la Escuela de Diseño Gráfico y los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación 2.



Lecciones aprendidas

A continuación se detallan las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto.

- La importancia de una profunda investigación tanto sobre el problema social en general como de la institución, brinda la base para poder generar un concepto creativo sólido que verdaderamente conecte con el grupo objetivo.
- Las retroalimentaciones de los profesionales, del grupo objetivo y de las personas de la institución juegan un papel importante, ya que aportan desde su experiencia y señalan detalles que son útiles para mejorar la calidad del proyecto.
- Tener una buena comunicación con los miembros de la institución aporta positivamente en el desempeño personal y profesional, debido a que facilita todos los procesos y la comodidad permite tener conversaciones honestas sobre lo que funciona y lo que no.
- Documentar todas las actividades realizadas a través del desarrollo del proyecto de manera organizada.



Conclusiones

Finalizadas las actividades y procesos del proyecto Gestión gráfica de marca para el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se llega a las siguientes conclusiones:

- El aporte que se realizó a través del diseño gráfico hacia el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala le permite crear una imagen memorable entre la población guatemalteca que facilita su reconocimiento como el instituto promotor de la equidad de género en la educación superior en el país.
- A través de la gestión gráfica de marca, que consistió tanto en la investigación, conceptualización como en el desarrollo gráfico basado en la misión, visión, valores, objetivos y filosofía del IUMUSAC, se diseñaron herramientas que servirán al personal interno del instituto para facilitar la comunicación con el grupo objetivo, lo que favorece la divulgación de sus servicios entre la comunidad universitaria.
- La elaboración de los elementos que conforman la identidad gráfica del instituto y el desarrollo del Manual de identidad gráfica permiten que se fortalezca la imagen institucional del IUMUSAC, puesto que aseguran el uso correcto de todos los recursos visuales en aplicaciones digitales e impresas y permite que haya coherencia en cada medio en el que la marca vaya a ser utilizada.



Recomendaciones

A la institución

- Utilizar consistentemente el material proporcionado, aunque haya cambio de dirección, para que la marca de la institución se vaya posicionando con el tiempo.
- Permitir que todo el personal de la institución tenga acceso a los elementos de la línea gráfica para que puedan utilizarlos y compartirlos entre ellos o a personas externas.
- Brindar la información completa al estudiante en los tiempos correspondientes para no provocar retrasos en los procesos y en las entregas.

A la Escuela de Diseño Gráfico

- La revisión del protocolo en el noveno semestre debería ser una aprobación completa para no tener retrasos en el desarrollo del proyecto más adelante.
- Realizar capacitaciones para los estudiantes sobre el proceso del Proyecto de Graduación para que haya más orientación sobre qué documentos e información se necesitan para poder avanzar de manera correcta.

A los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación 2

- Mantener constante comunicación con la institución y mostrarle en cada etapa el desarrollo de diseño para que estén involucrados, de esta manera pueden dar sugerencias y los cambios se pueden ir implementando sin problema.
- Gestionar bien el tiempo que está destinado a cada actividad del proyecto para tener un horario equilibrado entre trabajo - descanso.
- Para la validación con expertos profesionales del diseño, se debe considerar un número mayor al necesario, ya que por su agenda es probable que no todos se presenten.
- Estar dispuesto a escuchar críticas y opiniones de los demás estudiantes, de los licenciados, de las personas de la institución y de profesionales de diseño, ya que solo así se puede mejorar la calidad gráfica de la propuesta.

Referencias consultadas

Referencias bibliográficas

- De León López, Ingrid y Lucrecia Vicente Franco, *Propuesta para incorporar la perspectiva de género en el modelo educativo de educación superior pública*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Dirección General de Docencia, 2020.
- Facio Montejo, Alda. *Cuando el género suena cambios trae (Una metodología para el análisis de género del fenómeno legal)*. Costa Rica: ILANUD, 1992.
- Galicia, Patricia y Miriam Maldonado. *Puntos de partida para incorporar el Enfoque de Género en la Docencia Universitaria*. Guatemala: IUMUSAC, 2006.
- Herrero Franquesa, Alba y David Gómez Fontanills. *Identidad Gráfica*. España: Universitat Oberta de Catalunya, 2013.
- Monzón, Ana Silvia. *Mujeres y participación política en Guatemala: Breve historia*. Guatemala: 2007.
- ONU. *Declaración Universal de Derechos Humanos*. 1948.
- ONU Mujeres. *Participación de las mujeres en las negociaciones de paz: relaciones entre presencia e influencia, segunda edición*. ONU Mujeres, 2012.
- ONU Mujeres Guatemala. *Profundicemos en términos de género: Guía de terminología y uso de lenguaje no sexista para periodistas, comunicadoras y comunicadores*. Guatemala: ONU Mujeres Guatemala, 2016.
- Proyecto FOCINEG. *Aproximaciones Críticas al Desarrollo Humano: Economía, etnicidad, género, gobernabilidad*. Guatemala: Magna Terra editores -IDEI-IUMUSAC-, 2018.
- Universidad de San Carlos de Guatemala. *Política y plan de equidad de género en la educación superior 2006-2014*. Guatemala: USAC, 2008.
- Universidad de San Carlos de Guatemala, Dirección General de Investigación. *Compendio de Reglamentos y Normativos de Investigación de la Dirección General de Investigación*. Guatemala: USAC, 2021.
- Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Diseño Gráfico. *Guía metodológica para proyecto de Graduación*. Guatemala: USAC, 2017.

- Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Licenciatura en Diseño Gráfico. *Autoestudio*. Guatemala: USAC, 2018.
- Universidad de San Carlos de Guatemala, *Marco Filosófico, Acta No. 15-98, Sesión celebrada por el Consejo Superior Universitario el 24 de junio de 1998*. Guatemala: USAC, 1998.
- Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño*. México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., 1995.

Referencias en línea

- ADCV. “¿Puede el diseño ayudar a erradicar las violencias de género? Por Gráficas en Negro”. Acceso el 17 de agosto del 2022. <https://www.adcv.com/puede-el-diseno-ayudar-a-erradicar-las-violencias-de-genero/>.
- Coordinadora de Información Pública de la Universidad de San Carlos de Guatemala. “Nómina de Enero-2021”. Acceso el 22 de julio del 2022. <https://cip.usac.edu.gt/>.
- Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala - COVIGUA. “Conclusión”. Acceso el 18 de julio de 2022. <https://conavigua.tripod.com/conclusion.html>.
- Forbes. “Why Your Brand Needs A Real Style Guide”. Acceso el 18 de agosto del 2022. <https://www.forbes.com/sites/propointgraphics/2016/07/24-brand-style-guides/?sh=65b6565161a5>.
- Frascara, Jorge. *Diseño Gráfico y Comunicación 7a edición*. Argentina: Ediciones Infinito, 2000. <https://catedragrafica1.files.wordpress.com/2009/09/disenoy-comunicacion.pdf>.
- Instituto Nacional de Estadística. “Infografías de Género y Pueblos”. Acceso el 13 de marzo de 2022. <https://www.ine.gob.gt/genero-y-pueblos/>.
- Instituto Nacional de Estadística. “XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda”. Acceso el 2 de agosto del 2022. <https://segeplan.gob.gt/nportal/index.php/sala-de-prensa/2016-01-26-18-14-30/noticias/1692-censo-2018-analfabetismo-desiende-las-familias-son-mas-reducidas-y-haymenos-ninos-y-adolescentes-en-guatemala>.
- Meggs, Philip B. “Graphic Design”. *Encyclopedia Britannica*, 2005. Acceso el 15 de agosto del 2022, <https://www.britannica.com/art/graphic-design>.

- Oficina Nacional de la Mujer - ONAM. “Reseña Histórica”. Acceso el 18 de julio de 2022. https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Nosotros/ONAM/Resena_historica.pdf.
- ONU MUJERES América Latina y el Caribe. “Guatemala”. Acceso el 14 de marzo de 2022. <https://lac.unwomen.org/es/donde-estamos/guatemala>.
- ONU. “Guatemala: Análisis de Situación del País”. Acceso el 10 de agosto del 2022. <https://onu.org.gt/wp-content/uploads/2016/04/Estudio-de-Situacion-Guatemala.compressed.pdf>.
- ONU. “The World’s Women 2015”. Acceso el 02 de agosto del 2022. https://unstats.un.org/unsd/gender/downloads/worldswomen2015_report.pdf.
- Secretaría de Asuntos Administrativos y de Seguridad de la Presidencia de la República (SAAS). “UNIDAD DE GÉNERO”. Acceso el 14 de marzo de 2022. <https://saas.gob.gt/UNIDAD-DE-GENERO>.
- UNESCO. “La Educación Transforma Vidas”. Acceso el 10 de agosto del 2022. <https://es.unesco.org/themes/education>.
- Unión Nacional de Mujeres Guatemaltecas. “Historia”. Acceso el 17 de julio de 2022. <https://unamg.org/historia>.



Anexos

Anexos

Anexo I:

Nivel de visualización I / Matriz de autoevaluación



AUTOEVALUACIÓN ILUSTRACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	4	4	4	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	2	5	3		
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	2	4	3		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	4	4	3		
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	2	4	2		
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	2	4	3		
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	2	4	3		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	2	4	3		
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
TOTAL		20	33	24		

AUTOEVALUACIÓN APLICACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	4	4	4	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	2	3	4	4	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	2	3	3	4	
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	4	3	4	4	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	3	2	4	4	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	3	4	4	4	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	3	2	4	5	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	2	3	2	4	
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	3	3	3	3	
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
TOTAL		26	27	32	36	



AUTOEVALUACIÓN PATRONES

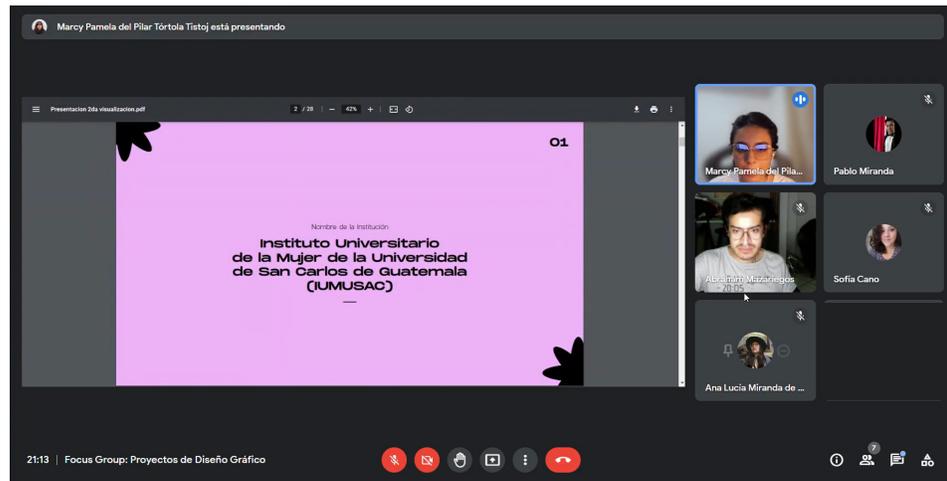
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	4	3	3	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	4	5	2	2	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	4	4	3	2	
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	4	4	3	3	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	5	4	2	2	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	5	4	3	2	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	5	3	2	1	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	4	4	4	3	
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
TOTAL		35	32	22	18	

AUTOEVALUACIÓN ÍCONOS

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	5	4		
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	2	4	2		
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	2	4	1		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	3	5	2		
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	3	5	2		
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	4	5	3		
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	3	5	3		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	5	4	3		
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
TOTAL		26	37	20		

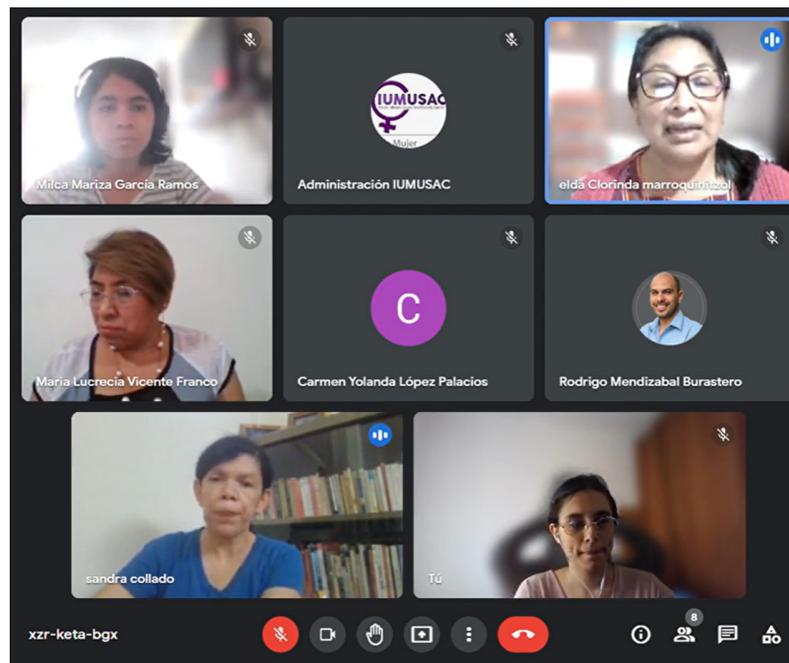
Anexo 2:

Grupo focal con profesionales



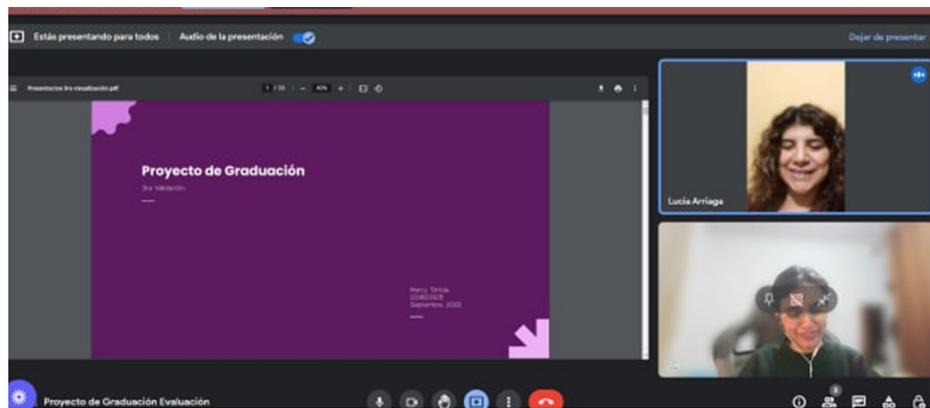
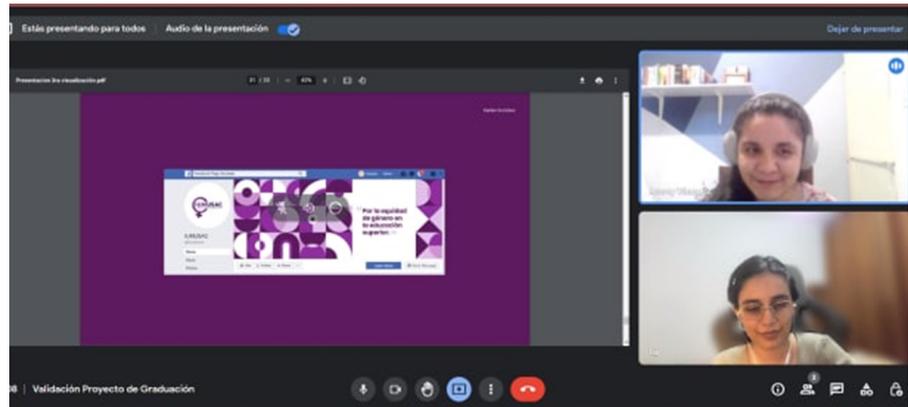
Anexo 3:

Grupo focal con personal de la institución



Anexo 4:

Entrevistas virtuales con grupo objetivo



Guatemala, octubre 10 de 2023

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de línea gráfica de identidad visual para la gestión gráfica de la marca del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala***, de la estudiante **Marcy Pamela del Pilar Tórtola Tistoj** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario número: **201803325**, 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,



Keila Ivonne Lepe
Licenciada en Letras
Colegiado núm. 29 550



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de línea gráfica de identidad visual para la gestión gráfica de la marca del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Marcy Pamela del Pilar Tórtola Tistoj

Asesorado por:

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte

MSc. Carlos Enrique Franco Roldan

Licda. María Lucrecia Vicente Franco

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA