



**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 estrategia visual de carácter informativo**

Para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza.

Proyecto desarrollado por:

**Flor de María Loaiza Chajón**

Para optar al título de:

**Licenciada en Diseño Gráfico**

Guatemala, octubre del 2018.



**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 estrategia visual de carácter informativo**

Para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza.

---

Proyecto desarrollado por:

**Flor de María Loaiza Chajón**

Para optar al título de:

**Licenciada en Diseño Gráfico**

Guatemala, octubre del 2018.

"El autor es el único responsable por las doctrinas sustentadas, los contenidos y la originalidad del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala".

# Nómina de autoridades

---

## Junta Directiva

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**Decano**

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea  
**Vocal I**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
**Vocal II**

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García  
**Vocal III**

Br. Kevin Christian Carrillo Segura  
**Vocal IV**

Br. Ixchel Maldonado Enríquez  
**Vocal V**

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**Secretario Académico**

# Tribunal examinador

---

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**Decano**

Licda. Ericka Grajeda Godínez  
**Asesora metodológica**

Licda. Glenda Betzaida González Molina De Paguaga  
**Asesora gráfica**

Lic. Gustavo Adolfo Barrios Sánchez  
**Asesor de la Institución**

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**Secretario Académico**

# Agradecimientos

---

Primero agradezco a Dios, por darme fuerzas, sabiduría y creatividad para finalizar este proyecto con éxito y así poder alcanzar una de mis metas.

Agradezco a mi papá y a mi mamá, porque estuvieron pendientes de mí, me ayudaron y me apoyaron incondicionalmente en este largo proceso, me dieron su comprensión y amor como ha sido en toda mi vida.

A mis hermanos por ser mis amigos y por su apoyo incondicional.

A mis sobrinos que siempre son fuente de inspiración y traen luz a mi vida.

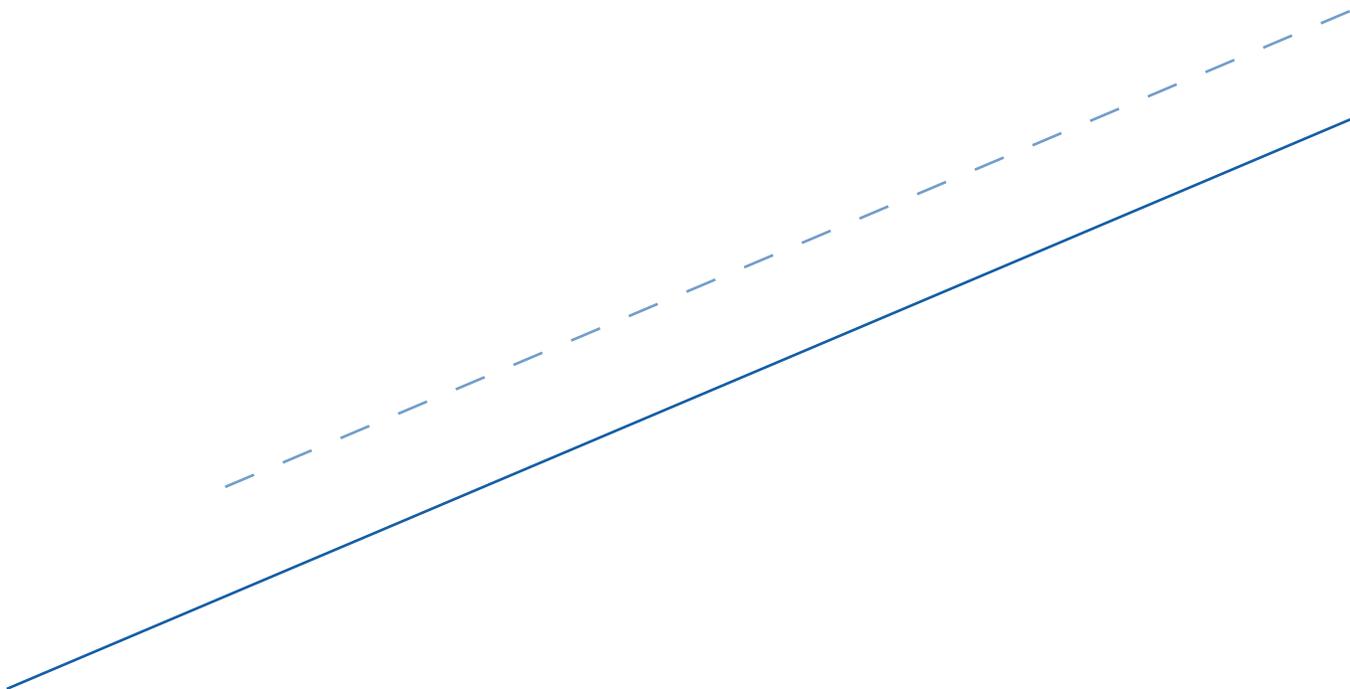
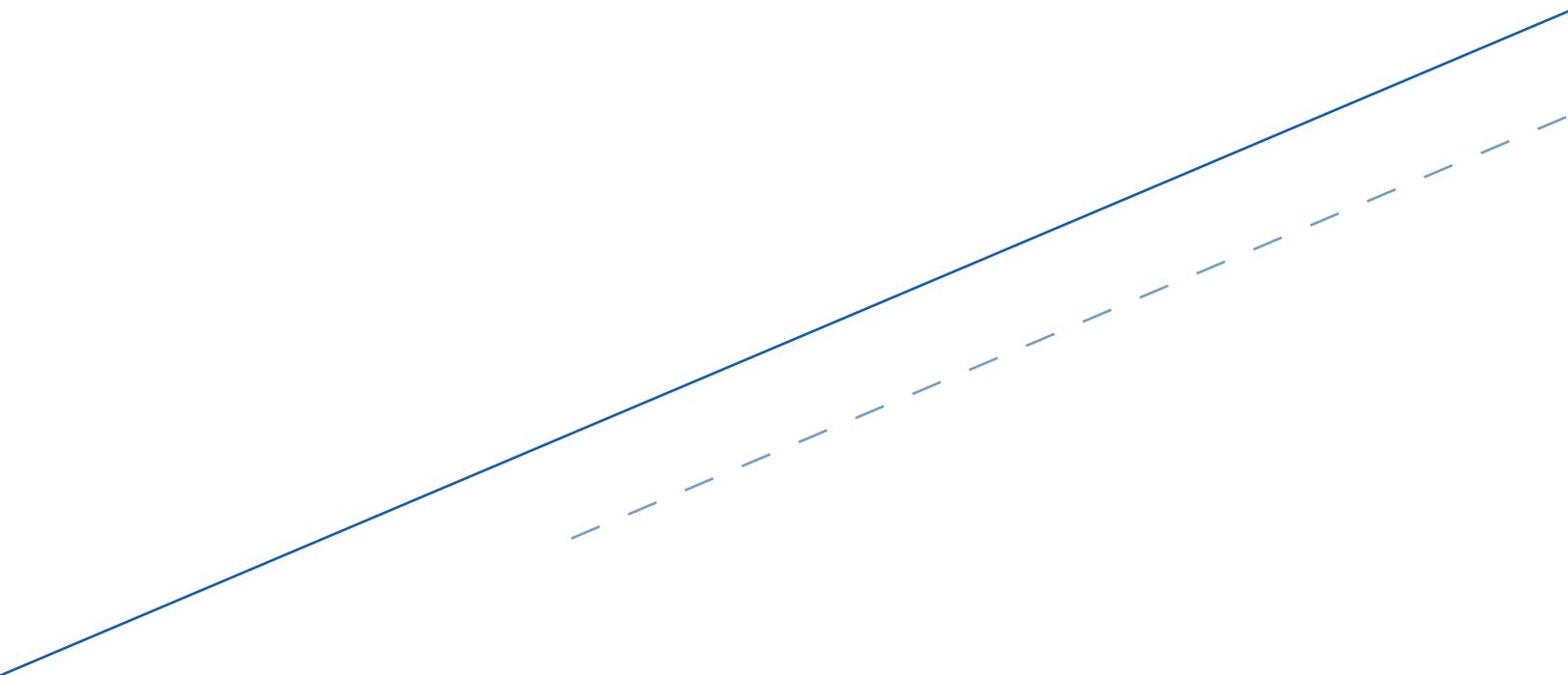
A mis amigos Ingrid, Joselyn, Alex, Rafa, Rodrigo y Herson quienes me dieron todo su apoyo durante mi carrera universitaria y siempre hicieron gratos los días en la Universidad. Por todos los trabajos en grupo, las bromas, proyectos de integración y muchos momentos de emoción compartidos, por crecer junto a mí como persona, por ser mi compañía en este camino que parecía tan largo y que ahora concluye...

Agradezco a mis catedráticos, personas que me asesoraron con su conocimiento para poder crear un proyecto de calidad.

A mi Gloriosa y Tricentenario Universidad de San Carlos de Guatemala por brindarme estudio, por impulsarme y motivarme a ser mejor estudiante y profesional cada día.

A la División de Desarrollo Académico por el apoyo profesional e intelectual brindado, durante mi EPS y a los compañeros que conforman esta institución, agradecimientos sinceros.

**A TODOS, GRACIAS POR TANTO.**



# Índice

---

▶ PRESENTACIÓN	11
----------------	----

## **CAPÍTULO 1** **13**

### INTRODUCCIÓN

Antecedentes	13
Definición y delimitación del problema	15
Justificación del Proyecto	18
Objetivos	20

## **CAPÍTULO 2** **21**

### PERFILES

Perfil de la Institución	23
Perfil del grupo objetivo	27

## **CAPÍTULO 3** **31**

### PLANEACIÓN OPERATIVA

Diseño de flujograma	33
Cronograma de trabajo	34
Previsión de recursos y costos	36

## **CAPÍTULO 4** **37**

### MARCO TEÓRICO

Docencia Universitaria	39
Diseño Publicitario	43
Incidencia del Diseño Gráfico en la Docencia	49

## **CAPÍTULO 5** **51**

### DEFINICIÓN CREATIVA

Briefing de diseño	52
Recopilación de referentes visuales	54
Cuadro comparativo	55
Descripción de la estrategia de las piezas de diseño	57
Definición del concepto creativo y premisas de diseño	58

## **CAPÍTULO 6**

### **PRODUCCIÓN GRÁFICA**

**67**

Nivel 1 de visualización	69
Nivel 2 de visualización	91
Nivel 3 de visualización	97
Presentación final	105
Puesta en práctica de los materiales diseñados	125
Socialización de resultados	129

---

## **CAPÍTULO 7**

### **SÍNTESIS DEL PROCESO**

**131**

Lecciones aprendidas	133
Aspectos que dificultaron el proceso	134
Conclusiones	135
Recomendaciones	136

---

## **FUENTES CONSULTADAS**

**137**

## **GLOSARIO**

**138**

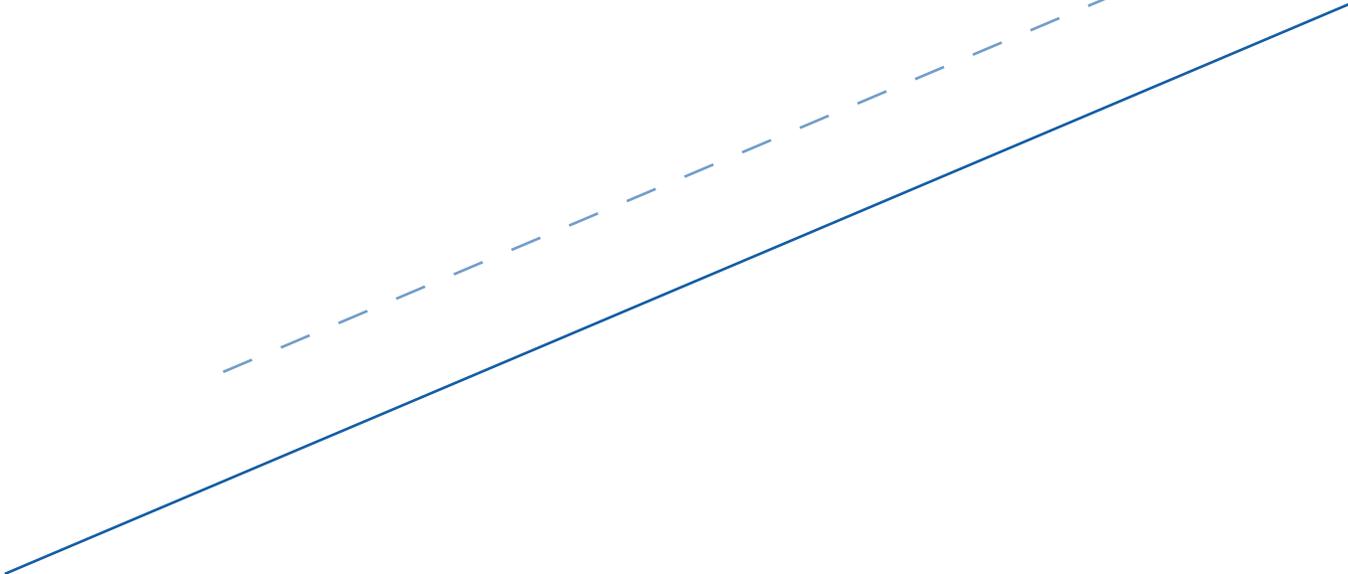
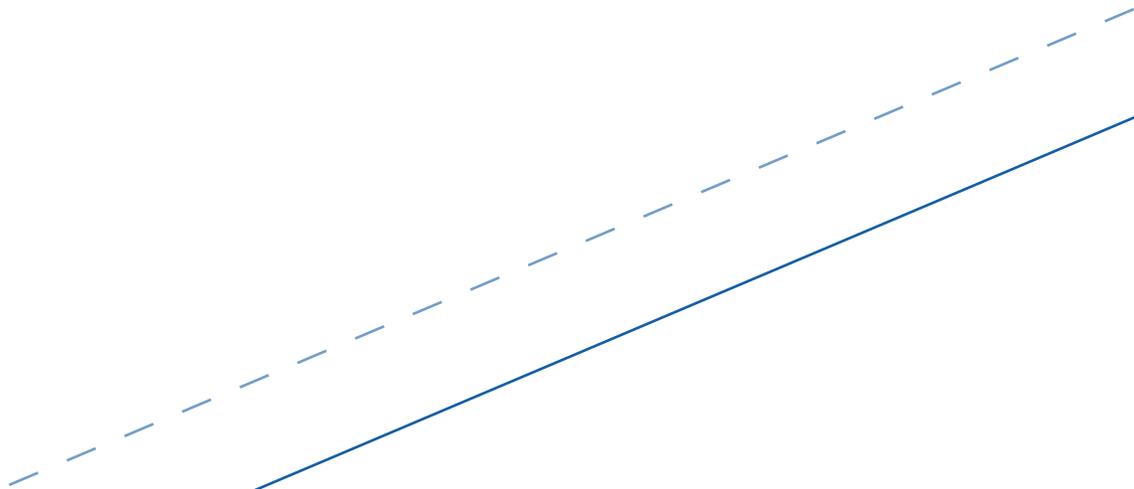
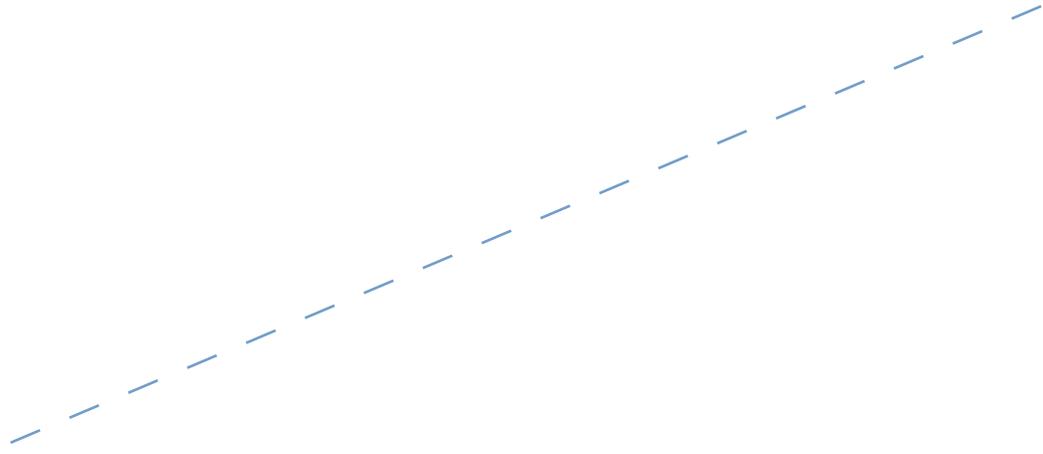
## **ANEXOS**

**141**

# Presentación

---

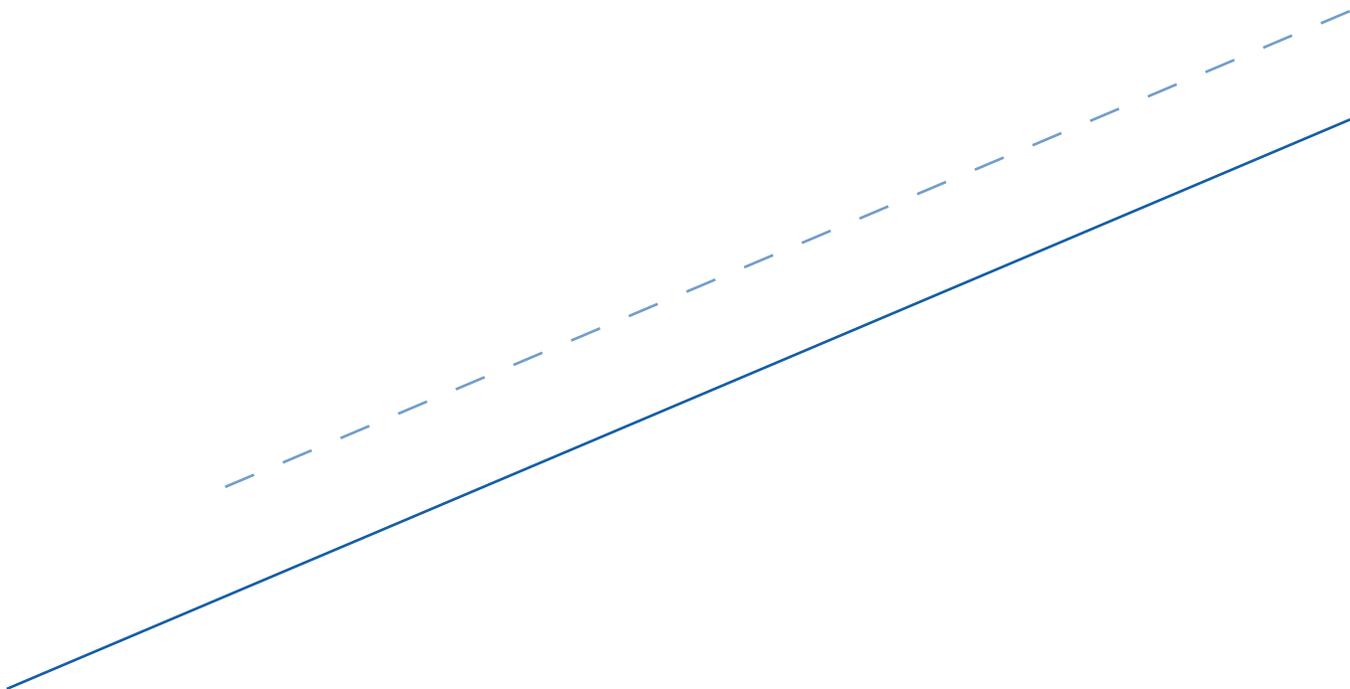
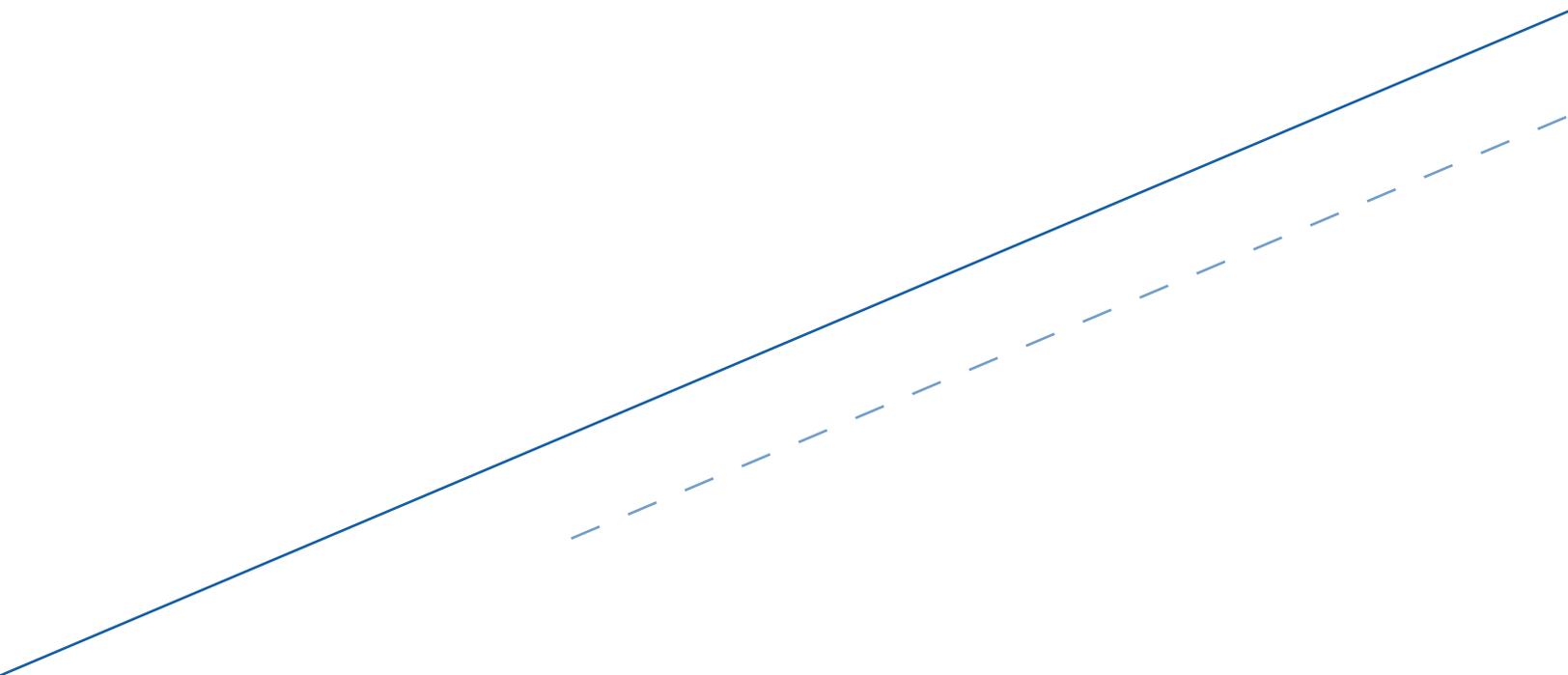
El informe presenta el desarrollo para el "Diseño de estrategia visual de carácter informativo, para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza", resultado del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, realizado durante el 10mo. semestre previo a optar el título de Licenciatura en Diseño Gráfico.





▶ **Capítulo**

**1** | **Introducción**



# Antecedentes

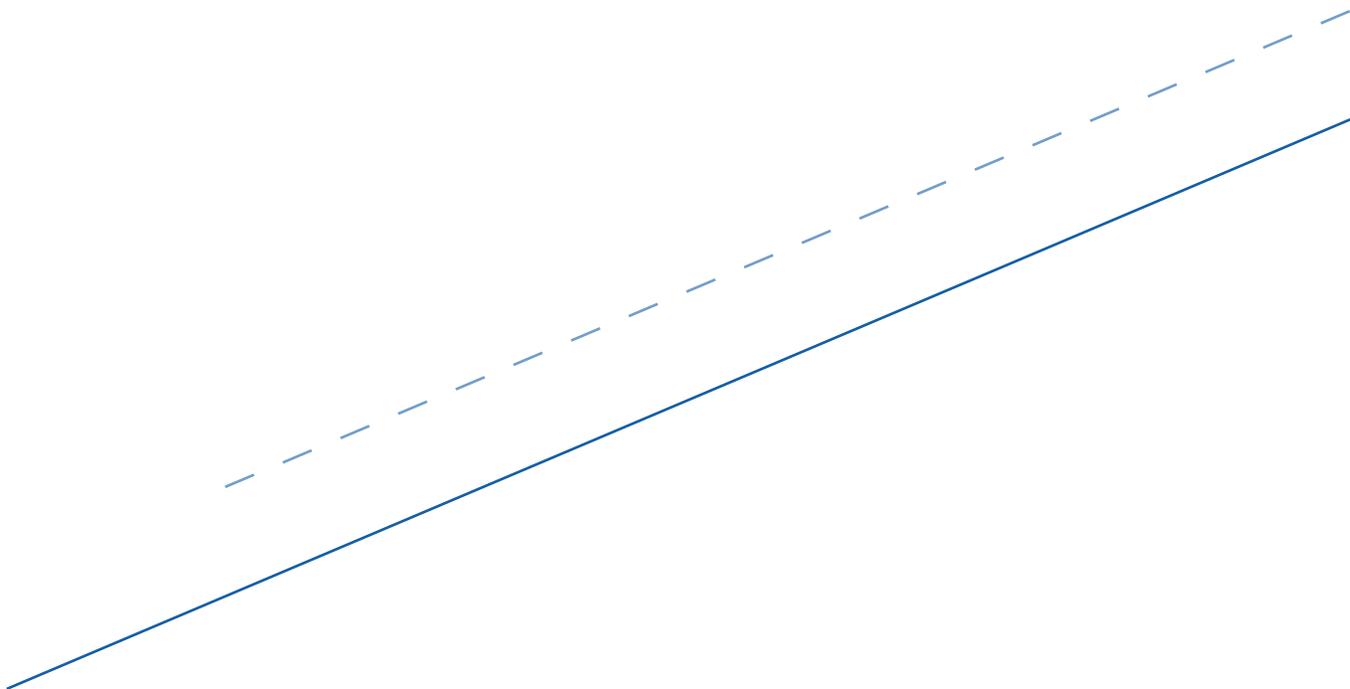
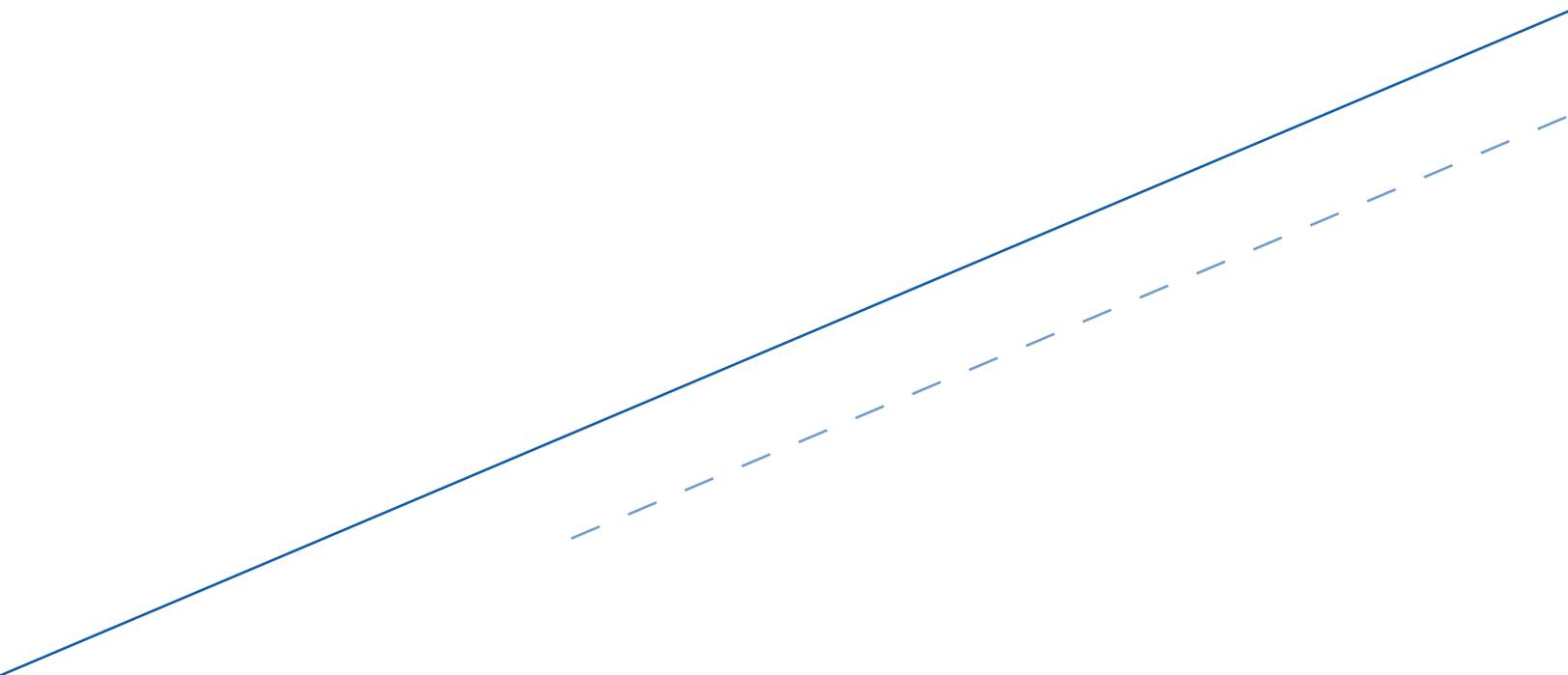
---

Año con año el campo laboral es cada vez más exigente, derivado de las constantes transformaciones sociales y tecnológicas, los acontecimientos políticos, crisis económica, expansión de los medios masivos de comunicación, entre otros; crea la necesidad de tener los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes para adaptarse a dichos cambios, requiriendo para ello, ciudadanos competentes, tanto para el campo laboral como para la vida cotidiana.

Estos cambios sociales y avances tecnológicos actuales, conlleva la necesidad de que toda persona tenga la capacidad de adaptarse a dichas transformaciones, siendo la educación el elemento clave para lograr esa adaptación.

La Universidad de San Carlos de Guatemala tiene áreas especializadas para ir a la vanguardia de la educación, dando ayuda y soporte al tema de la Educación a través de los centros regionales y el Campus Central; en donde se encuentra la Dirección General de Docencia –DIGED– que según su Manual Organizacional Integrado (1999) “es la unidad académico administrativa encargada de impulsar el desarrollo académico por medio de la asesoría, coordinación y apoyo teórico metodológico a docentes y estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, consta de tres divisiones, Bienestar Estudiantil, División de Evaluación Académica e Institucional y la División de Desarrollo Académico –DDA– a la cual se le brindará apoyo a través del Proyecto de Graduación 2016.

En la investigación diagnóstica que fue realizada con anterioridad, se concluyó que la –DDA– es una institución consciente de las necesidades de comunicación visual que tienen. Dicha sede posee las herramientas para solventar sus necesidades, por ejemplo el Manual de Identidad Gráfica, fue un Proyecto de Graduación realizado en el año 2014 y se empezó a implementar en el año 2015. Una de sus necesidades es que su fan page no es constantemente alimentada y así se encuentran diversas necesidades de comunicación que aún no han sido solventadas.



# Problema

Definición y delimitación del problema de comunicación visual

---

**Los docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala desconocen las funciones y actividades de actualización que brinda la DDA.**

# Justificación del proyecto

---

## Trascendencia del Proyecto

---

El docente tiene un rol importante para potenciar el éxito o fracaso de los estudiantes a su cargo, ya que es quien brinda a los futuros profesionales las herramientas necesarias para afrontar las exigencias que sus actividades demanden. La función del profesor, no solo consiste en proporcionar a los estudiantes conocimientos teóricos, sino formar en ellos, destrezas y actitudes que en conjunto, puedan ser aplicados a la resolución de problemas cotidianos, por lo tanto es necesario que todo docente pueda nutrirse académicamente a través de las actividades que realiza la DDA ya que son para la actualización, capacitación y desarrollo del personal académico y se consideran elementos fundamentales para el mejoramiento de la docencia, la investigación y el servicio en la Universidad; entonces es importante que el docente este enterado de dicha Institución para crecer en su ámbito laboral. Sí el proyecto no se llevara a cabo los docentes no podrán estar enterados de los beneficios que les brinda la DDA.

## Incidencia del Diseño Gráfico en el problema detectado

---

Informar a la población docente de las actividades de formación y actualización las cuales permiten que cada profesor universitario esté enterado de las oportunidades existentes para la superación profesional y cultural general en el campo de su especialidad en particular, brindando una mejor enseñanza para el estudiante universitario así mismo haciéndose participe en otras universidades como en la sociedad guatemalteca.

El fin de comunicar la labor de la DDA y dar a conocer los beneficios que dicha institución brinda, alcanzará y llegará a todos aquellos docentes que de alguna u otra forma no se han involucrado a las actividades tendientes a su capacitación profesional científica, didáctica y pedagógica, por tanto, toda información generado por la DDA es vital. Las estrategias visuales para la DDA facilitarán la divulgación de la información de las actividades ya mencionadas, tanto para la Universidad, como para los demás centros de estudios universitarios departamentales.

Las propuestas gráficas de las estrategias permanecerán en distintos medios digitales incluyendo la página web de la Dirección General de Docencia, por ser una plataforma accesible desde cualquier punto donde se encuentre el grupo objetivo y público en general, quienes podrán conocer los lineamientos y hacer el uso pertinente de la información

## **Factibilidad del Proyecto**

---

Esta estrategia es factible para la DDA, ya que cuenta con la unidad del Centro Didáctico que está conformado por las unidades de audiovisuales, edición de textos, informática y reproducción de materiales, por lo cual les permitirá reproducir las piezas gráficas que se requieran ser impresas.

En el proceso, la disponibilidad de información y tiempo por parte del coordinador del Centro Didáctico de la DDA es indispensable. Con dicha información se creará y orientará adecuadamente el diseño de la estrategia.

La Universidad San Carlos de Guatemala facilita el apoyo al estudiante en este proceso, a través de la asesoría profesional del catedrático, que brinda la información necesaria para el desarrollo del proyecto y la orientación adecuada que el proyectista precisa recibir. Así también, el diseñador por el nivel de requerimientos de la carrera, dispone de los recursos económicos y materiales para intervenir en el proyecto.

# Objetivos

---

## Objetivo General

Colaborar con el desarrollo y formación del docente, a través de una estrategia visual informativa, que difunda las actividades que la DDA planifica y desarrolla, en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

---

## Objetivos Específicos

- **Objetivo de Comunicación Visual Institucional**

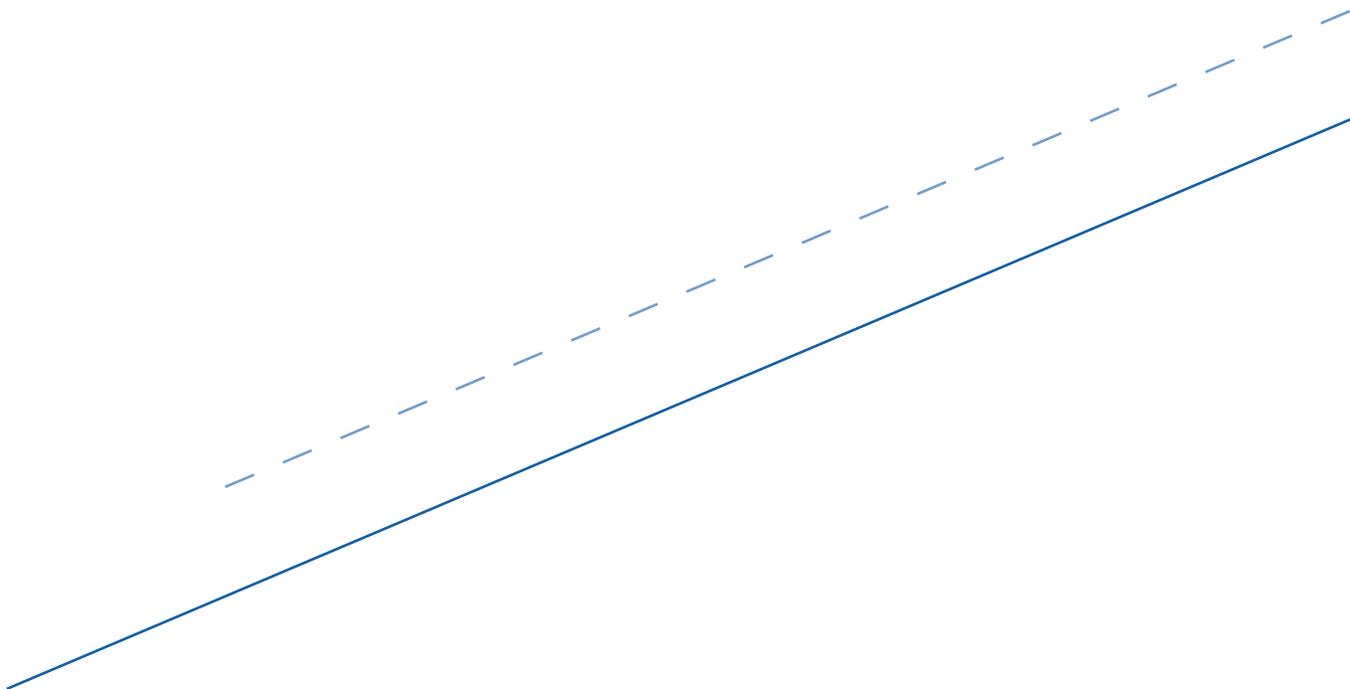
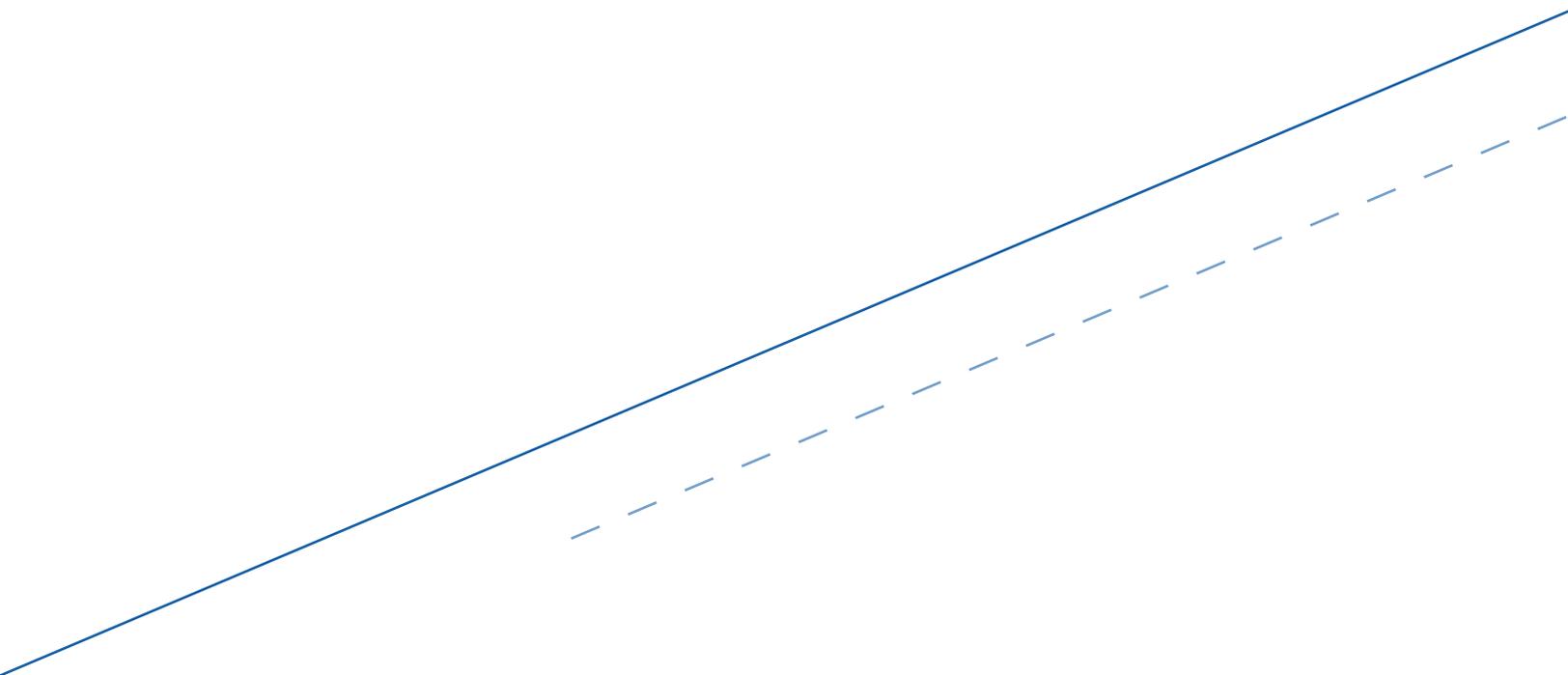
Establecer piezas gráficas de información, que permitan definir los canales de comunicación con que se formará la estrategia de comunicación.

- **Objetivo de Diseño Gráfico**

Diseñar una estrategia de comunicación que incluya elementos visuales atractivos que permitirán comunicar las actividades de formación que realiza la DDA.



▶ **Capítulo**  
**2** | **Perfiles**



# Perfil de la Institución

## Características del sector social en el se encuentra inmersa la institución

Esta institución pertenece al sector de la Educación, específicamente apoyando específicamente el desarrollo de la Educación Superior, dado que según el Manual Integrado de la Dirección General de Docencia la -DDA-:

"Es una unidad académico administrativa de la Dirección General de Docencia a quien le corresponde la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así como la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su vinculación con la sociedad guatemalteca." (Dirección General de Docencia DIGED, 1999, 28.)

## Historial de la Institución

De acuerdo al Manual Integrado que presenta la Dirección General de Docencia, la institución nace a través de los siguientes hechos:

"El Instituto de Investigación y Mejoramiento Educativo, fue fundado el 25 de noviembre de 1961, según convenio de cooperación que se firmó entre la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Universidad Norteamericana Michigan State University. El convenio se refiere a la creación del Centro de Investigaciones y Mejoramiento Educativo -IIME-, creándose originalmente como Centro, posteriormente se le denominó Instituto por cuestiones jerárquicas." (Dirección General de Docencia DIGED, 1999, 28.)

En diciembre de 1962, con la autorización del Consejo Superior Universitario, y a solicitud de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el IIME adquirió categoría de organismo regional, por aprobación del Consejo Superior Centroamericano -CSUCA-.

"En el año 1965 el Instituto de Investigaciones y Mejoramiento Educativo pasa a depender directamente a la Universidad de San Carlos, asignándole su correspondiente presupuesto. En julio de 1981, al asumir la rectoría el Licenciado Mario Dary Rivera, se reestructura el Instituto en los Departamentos de Investigación, Educación y Divulgación." (Dirección General de Docencia DIGED, 1999, 28.)

Es hasta en 1999 donde los Departamentos de Investigación, Educación, Asesoría y Orientación Curricular, Evaluación y Promoción del Personal Académico, estructuralmente pasan a formar parte de la División de Desarrollo Académico.

## **Filosofía**

### **Misión**

La División de Desarrollo Académico de la Dirección General de Docencia, se caracteriza por la calidad de servicios y el compromiso ético que portan para ejecutarlos, a través de la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así mismo también cumple con la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa, en concordancia con el ser de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **Visión**

Su visión consiste en la constante búsqueda de la excelencia académica del sistema educativo en la Universidad de San Carlos de Guatemala, potenciando los recursos y la calidad de los servicios educativos los cuales se ofrecen tanto al personal docente, como a estudiantes de la Universidad, con ética y enfoque humanista.

### **Objetivos**

Se enfocan principalmente en, promover el desarrollo del personal académico para el logro de los fines de la Universidad de San Carlos de Guatemala, definiendo políticas y lineamientos generales de evaluación, promoción y desarrollo del personal académico, así como de investigación educativa.

### **Servicios que presta a diversos usuarios**

La funciones que realiza dentro de la Universidad de San Carlos y que se encuentran descritas en el manual organizacional Integrado de la DIGED (1999) son:

- a. Brindar apoyo y orientación a las unidades académicas en materia de planificación técnico-pedagógica, diseño y administración curricular.
- b. Formular y fortalecer nuevos modelos de práctica profesional mediante la vinculación de los diversos sectores de la sociedad.
- c. Divulgar permanentemente las tendencias mundiales de la educación superior, en especial lo relativo a modelos curriculares.
- d. Impulsar métodos y técnicas educativas, presenciales y a distancia, apropiadas a las características de los planes de estudios, la población estudiantil, las etapas de formación del personal docente y el equipo educativo disponible.
- e. Orientar las acciones académicas hacia la formación de profesionales en concordancia con las políticas generales de la Universidad y las necesidades de desarrollo nacional.
- f. Promover el intercambio académico nacional, regional e internacional para el mejoramiento educativo mediante la realización

- de actividades de actualización, capacitación y perfeccionamiento en docencia e investigación educativa del personal académico para alcanzar nuevas formas de desarrollo y gestión.
- g. Asesorar y emitir dictámenes técnicos en materia académica y de evaluación del personal docente y estudiantil.
  - h. Publicar y divulgar estudios sobre aspectos educativos relacionados con nuevos enfoques metodológicos de la enseñanza-aprendizaje.
  - i. Proponer las políticas y lineamientos generales de evaluación, promoción y desarrollo del personal universitario.
  - j. Proponer soluciones a los problemas que se detecten al estudiar permanentemente el sistema nacional y regional de educación en los niveles preuniversitarios y de educación superior, tendentes a conocer los problemas prioritarios, sus causas y posibles soluciones, así como establecer el impacto recíproco entre ellos y el desarrollo social, político y económico del país.
  - k. Planificar, organizar y coordinar los recursos generales de la institución para el desarrollo de las actividades que propicien y concreten la formación y desarrollo del personal académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### Identidad y comunicación visual

La División de Desarrollo Académico proyecta su imagen institucional-nacional a través de un cintillo con el imago tipo de la institución, en todos los materiales gráficos impresos y digitales. En el año 2014 se creó el Manual de Identidad Gráfica de la DDA, y en el año 2015 se comenzaron a implementar las normas de manual, en cada una de las publicaciones. Al momento no se utiliza ningún tipo de estrategia para divulgar sus funciones o darse a conocer.

La Institución cuenta con imago tipo, el cual está presente en cada una de las publicaciones que realiza.

El Manual de Identidad Gráfica consta de 47 páginas en el se muestra las formas o maneras correctas de como se tienen que usar las publicaciones tanto impresas como digitales, el tipo de fotografías que deben ser utilizadas y las tipografías.

El sitio Web de la DIGED alberga información de uno de los departamentos



Figura 1. Imago tipo de la DDA.

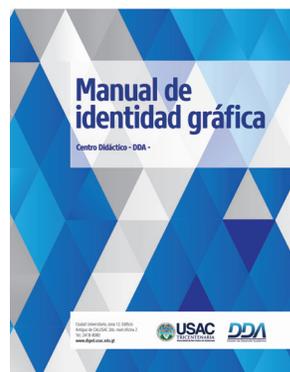


Figura 2. Portada del Manual de la identidad gráfica de la DDA.

con los que esta conformado. La información de la DDA se encuentra dentro del sitio de la DIGED, proxicamente el diseño de la pagina será cambiado, de forma que pueda ser más atractivo, para el usuario.



Figura 3. Sitio Web DIGED.

La DDA tiene fan page pero no es alimentada constantemente.



Figura 4. Fan Page de la Institución

# Perfil del grupo objetivo

---

## Caracterización del Grupo Objetivo

### Características Geográficas

“Guatemala es uno de los 340 municipios de la República de Guatemala y es la cabecera departamental del departamento de Guatemala y, además, es la capital del país. Tiene una extensión de 228 kilómetros cuadrados aproximadamente. Cuenta con una ciudad, siete aldeas y 20 caseríos” (Diccionario Municipal de Guatemala, 2001).

Según el Instituto Nacional de Estadística en el año 2006, Guatemala tenía una población de 2 975 417 habitantes.

El clima en Ciudad de Guatemala es generalmente muy suave, casi primaveral, a lo largo del año. La temporada de lluvias se extiende de mayo a noviembre mientras que la estación seca abarca el resto del año.

### Características Sociodemográficas

Hombres y Mujeres de 30 a 65 años de edad, son docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que residen en Guatemala, Centroamérica; generalmente casados con hijos, pertenecientes a la clase social media alta y media.

### Características Socioeconómicas

Devengan un salario de entre Q5, 000 a Q20, 000 al mes. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios. Son docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y algunos de ellos poseen otra fuente de ingreso. Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas que poseen son propias y de 4 habitaciones o más. Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufa, refrigeradora, radio, TV, computadora, etc.) Poseen vehículo, y viajan cada año al interior del país.

### Características Psicográficas

Los valores que más aplican en su vida son el respeto, honestidad, responsabilidad, generosidad y tolerancia. Se considera una persona respetuosa, emprendedora, responsable, capaz, trabajador y seguro de sí mismo. Desea superarse y ser un profesional exitoso, pero sobre todo desea colaborar en la superación del país. Le gusta estar rodeado de amigos y de personas que transmitan mensajes positivos, participar en debates y talleres que le permitan enriquecer sus conocimientos sobre su ámbito profesional y académico, y formar parte de grupos en los cuales desarrolle sus habilidades como profesional.

Utiliza las redes sociales principalmente Facebook así como el correo

electrónico principalmente Google Mail, para estar comunicado con familiares y amigos y por motivos laborales. En sus momentos de ocio está con su familia, sale a comer o al cine, tiene el gusto por la lectura elevado. Suele realizar sus actividades laborales y de estudio haciendo uso de la computadora, teléfonos inteligentes, cámaras fotográficas y de video. Suele realizar sus compras en tiendas de barrio y supermercados. Invierte sus ingresos principalmente en educación. Se alimenta de manera saludable y practica actividad física por salud.

### **Cultura visual**

Entre los programas de televisión que prefiere están las películas, noticias, documentales y series, antes que programas sobre farándula y espectáculos o telenovelas. Prefiriendo canales 3 y 7 de televisión nacional y televisión por cable. Los canales que prefiere son: National Geographic, Universal Channel, Discovery Home & Health, Sony, Fox, History Channel, Animal Planet, y Warner Channel. Prefiere música como Pop, Salsa, Música Clásica, Blues, Jazz y Bachata.

### **Relación entre el Grupo Objetivo y la Institución**

El grupo objetivo está totalmente ligado a la Institución ya que sin ellos no existiría tal División, como se describió anteriormente la DDA está encargada de la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y lo hace a través de cuatro departamentos. Departamento de Investigación, Educación, Asesoría y Orientación Curricular, y el Departamento de Evaluación y Promoción del Personal Académico.

El Departamento de Educación de la División de Desarrollo Académico se caracteriza por su excelencia, calidad y compromiso ético en la búsqueda de la formación, actualización docente y desarrollo del personal académico, en las áreas de docencia, investigación, extensión y administración educativa, es el encargado de lanzar las convocatorias por semestre hacia cada una de las Facultades de la Universidad de San Carlos.

Existe dos tipos en las que se dan dichas capacitaciones una es impulsada a través del Sistema de Formación del Profesor Universitario (SFPU), promoviendo y asesorando la creación y el fortalecimiento de los Programas de Formación Docente en la Universidad de San Carlos de Guatemala, el SFPU realiza actividades de diseño, planificación y ejecución de programas de actualización, capacitación, asesoría y elaboración de documentos de apoyo docente, el otro sistema es de forma presencial, sin embargo es la Facultad quien decide qué tipo de asesoramiento desea recibir.

# Retrato del grupo objetivo



## Sociodemográfico

Hombres y Mujeres de 30 a 65 años de edad, son docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que residen en Guatemala, Centroamérica; generalmente casados con hijos, pertenecientes a la clase social media alta y media.



## Socioeconómico

Devengan un salario de entre Q5, 000 a Q20, 000 al mes. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios. Son docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y algunos de ellos poseen otra fuente de ingreso.



## Psicográfico

Los valores que más aplican en su vida son el respeto, honestidad, responsabilidad, generosidad y tolerancia.

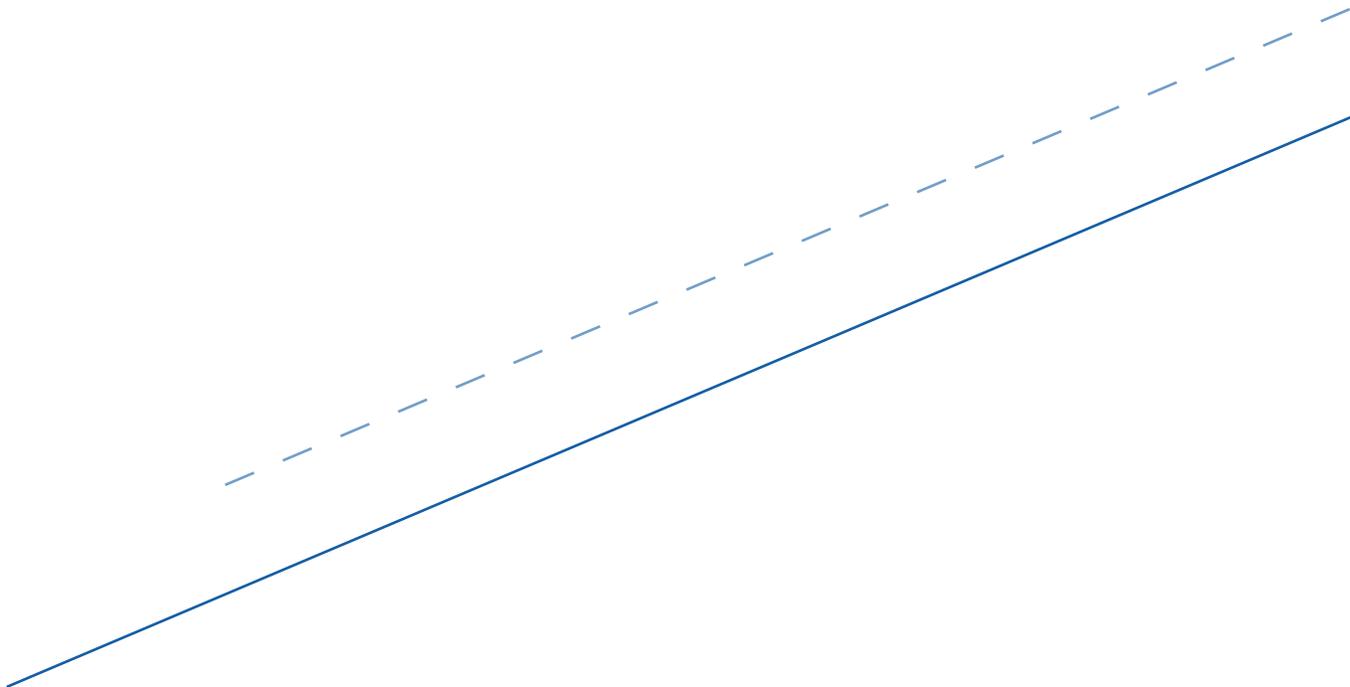
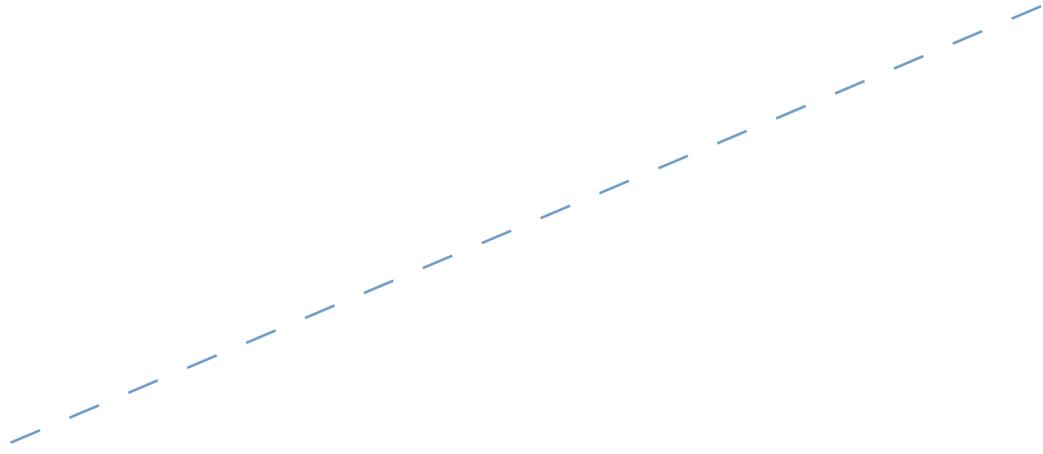
Se considera una persona respetuosa, emprendedora, responsable capaz, trabajador y seguro de sí mismo. Desea superarse y ser un profesional exitoso, pero sobre todo desea colaborar en la superación del país.

Le gusta participar en debates y talleres que le permitan enriquecer sus conocimientos sobre su ámbito profesional y académico.

## Relación con la Institución



El grupo objetivo está totalmente ligado a la Institución ya que sin ellos no existiría tal División.

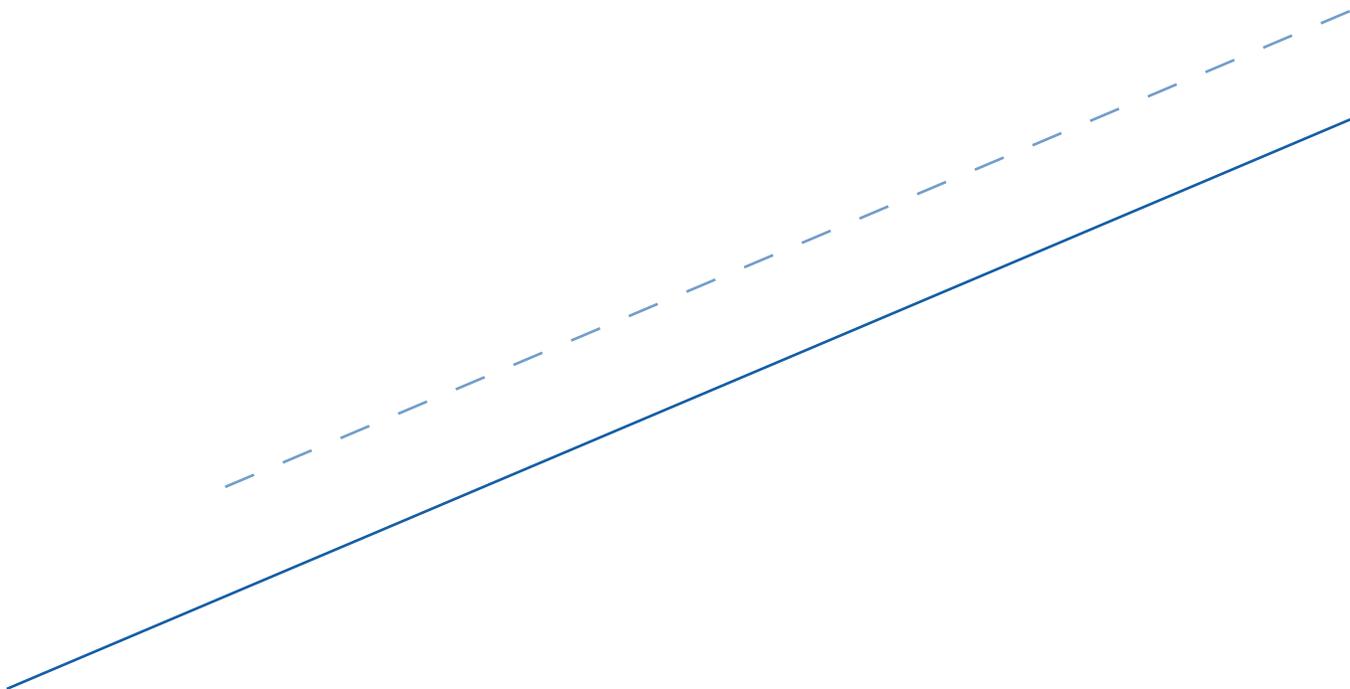
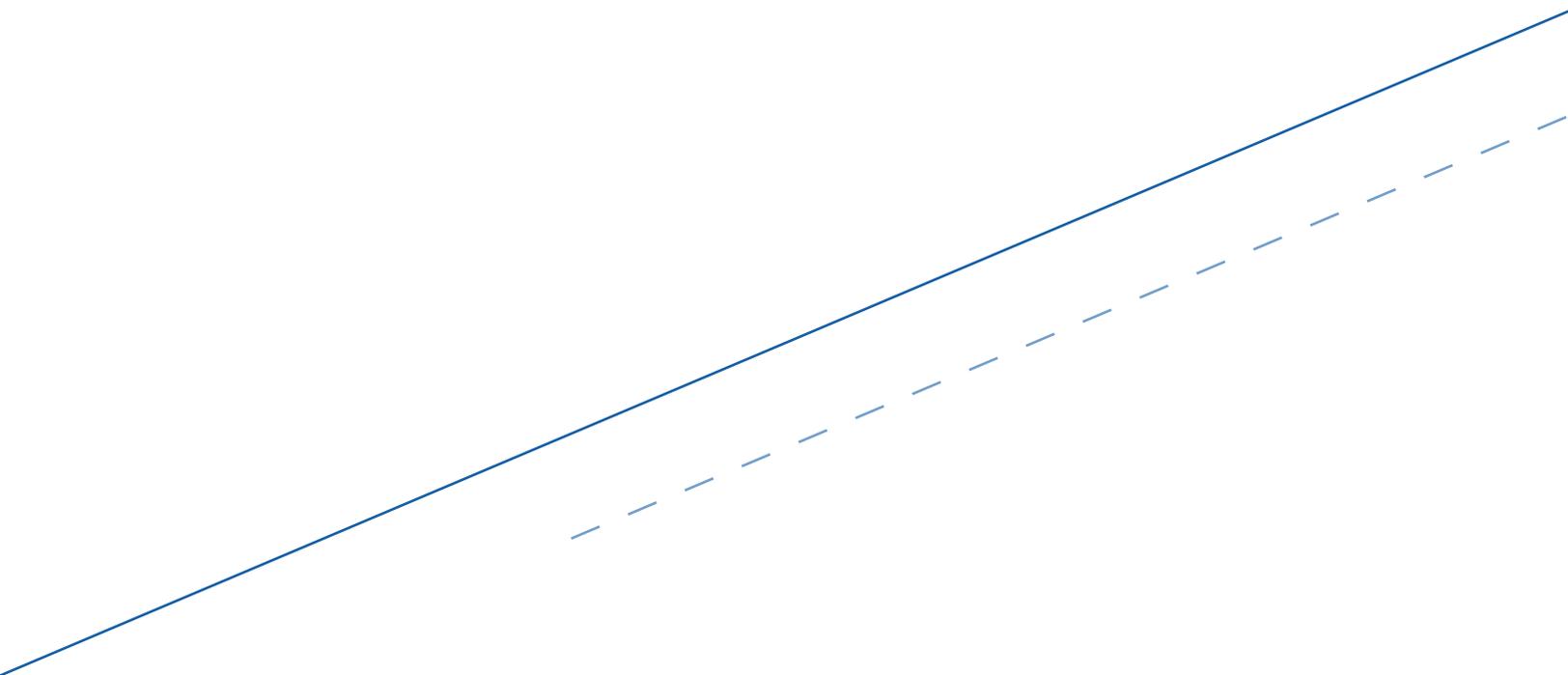




# Capítulo

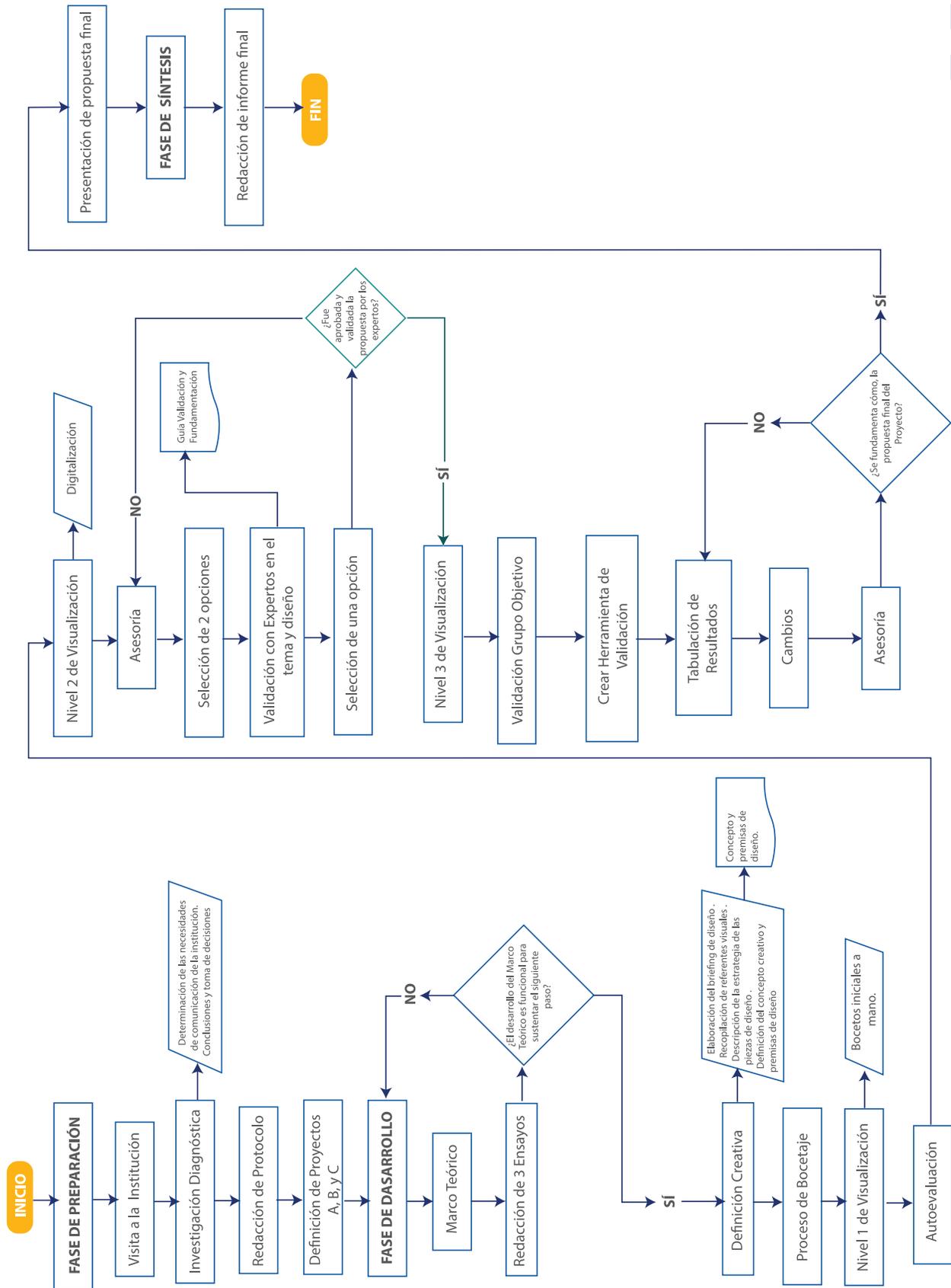
## 3 | Planeación operativa

Este capítulo, muestra la planeación y ejecución de las siguientes fases con sus correspondientes actividades y tareas.



# Flujograma

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



# Cronograma

34

ACTIVIDADES	INSUMOS	TIEMPO
<b>PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN</b> Elaboración de Mapa Conceptual. Construcción de línea Gráfica. Detallar como se implementarán las piezas dentro de las estrategias.	Material de apoyo para conceptualización. Hojas, pliego de papel bond, tintas, impresora.	<b>AGOSTO</b>  Lunes 01 a Miércoles 03
<b>PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN</b> Elaboración de prebocetos. Elaboración de bocetos finales. Fundamentación de primer nivel de bocetaje. <b>AUTOEVALUACIÓN</b> <b>SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN</b> Elección de 2 opciones de bocetos finales. Digitalización de 2 opciones de bocetaje. Retoques (Ilustraciones, vectorización, contornos, integración de color y brushes, ornamentación o decorativos.) Montaje de texto. Elaboración de retículas Jerarquía de texto. Elaboración de estilos de texto. <b>VALIDACIÓN CON EXPERTOS EN EL TEMA Y DISEÑO</b>	Lápiz Hojas bond Papel mantequilla Marcadores Rapidógrafo Referencias (ilustraciones, y/o fotografías) Computadora.	Jueves 04 a Viernes 26
<b>CREAR HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN</b> <b>Expertos en el tema y diseño</b> Desarrollar una encuesta para evaluar funcionalidad del concepto, piezas, ilustraciones, etc. del proyecto de graduación hacia el Correcciones de los asesores.	Hojas, fotocopias, tinta e impresora. Tablet, computadora o cañonera.	Lunes 29 a Miércoles 31
<b>VALIDACIÓN CON EXPERTOS EN EL DISEÑO</b> Evaluar funcionalidad de opciones digitalizadas finales a través de la encuesta. Tabulación de datos y elaboración de gráficos. Posibles correcciones de las propuestas.	Hojas, tinta, impresora. Fotocopias Lapiceros para que profesionales marquen sus respuestas.	<b>SEPTIEMBRE</b>  Jueves 01 a Miércoles 07

ACTIVIDADES	INSUMOS	TIEMPO
<p><b>VISITA A INSTITUCIÓN PARA APROBACIÓN Y VALIDACIÓN DE PROPUESTA</b>  <b>Desarrollar la Conceptualización del Proyecto de Graduación.</b></p> <p>Explicar todo su proceso: mapas conceptuales, conceptualización teórica, línea gráfica e implementación de concepto a las piezas. Mencionar que esta conceptualización ha sido previamente aprobada por el asesor.  Presentación de 2 opciones digitalizadas.  Elección de una opción final digitalizada.  Evaluar funcionalidad de opción digitalizada a través de la encuesta.  Tabulación de datos y elaboración de gráficos.  Posibles correcciones.  Aprobación de conceptualización por la Institución.</p>	<p>Material de apoyo para presentar conceptualización: presentación en PDF, USB y computadora.  Impresiones para validación: hojas y tinta.  Lapiceros para clientes.</p>	<p><b>SEPTIEMBRE</b></p> <p>Jueves 08 a Miércoles 14</p>
<p><b>TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN</b></p> <p>Correcciones en Ilustraciones, texto o retoque de fotografías.  Colocación de texto en las ocho piezas.  Revisión de colores, tamaños, etc. para impresión.</p>	<p>Computadora.  Consulta con Impresor para corroborar posibles errores de impresión.</p>	<p>Lunes 01 a Miércoles 03</p>
<p><b>VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO</b></p> <p>Evaluar funcionalidad de opción digitalizada final a través de la encuesta.  Tabulación de datos y elaboración de gráficos.  Posibles correcciones de las propuestas.</p>	<p>Hojas, tinta, impresora.  Fotocopias para 30 docentes universitarios: Q9.00.  Lapiceros para que marquen sus respuestas.</p>	<p><b>OCTUBRE/NOVIEMBRE</b></p> <p>Jueves 04 de Octubre a 12 de Noviembre</p>
<p><b>VISITA A INSTITUCIÓN PRESENTACIÓN DE PROPUESTA FINAL Y TABULACIÓN DE RESULTADOS</b></p> <p>Se presenta las propuestas finales de las estrategias que integran la campaña.  Se le hace entrega de un CD con una copia del trabajo para mandar a impresión las piezas que sean necesarias, con lineamientos establecidos para que sea puesta en práctica.  Se presentan los datos tabulados de la Encuesta dirigida a profesionales de Diseño Gráfico y a Grupo Objetivo.  Se presentan los objetivos del proyecto de graduación, con el fin de recalcar su cumplimiento y alcance.  <b>Fase de Evaluación y redacción de Informe y de Aprendizajes (Conclusiones y Recomendaciones).</b></p>	<p>Material de apoyo para presentar propuesta final. Presentación en PDF, USB y computadora.</p>	<p>Este proceso se da por concluido con sea aprobado por completo el proyecto A (12 de Nov). La razón por la que el Proyecto se tiene planificado para terminarlo durante las últimas semanas de septiembre, es porque el proyecto B/C se comenzará a trabajar durante el mes de octubre hasta concluirlo.</p>

# Previsión de recursos y costos

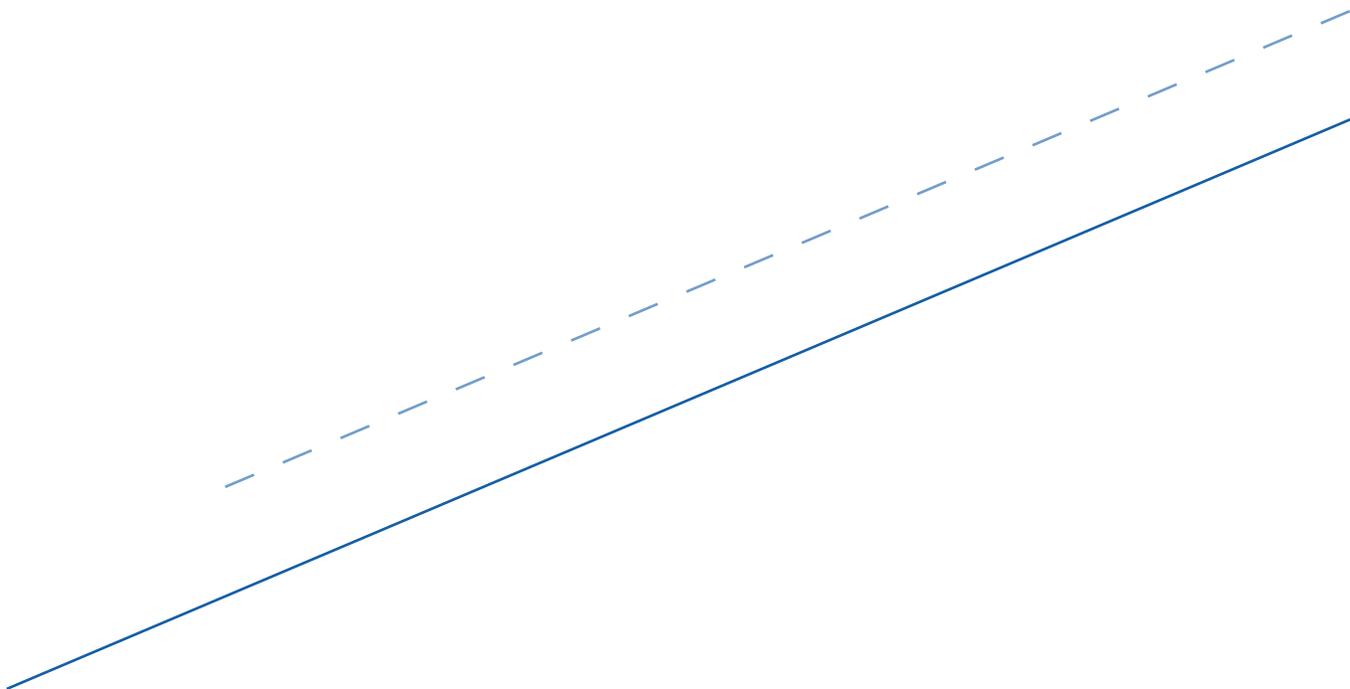
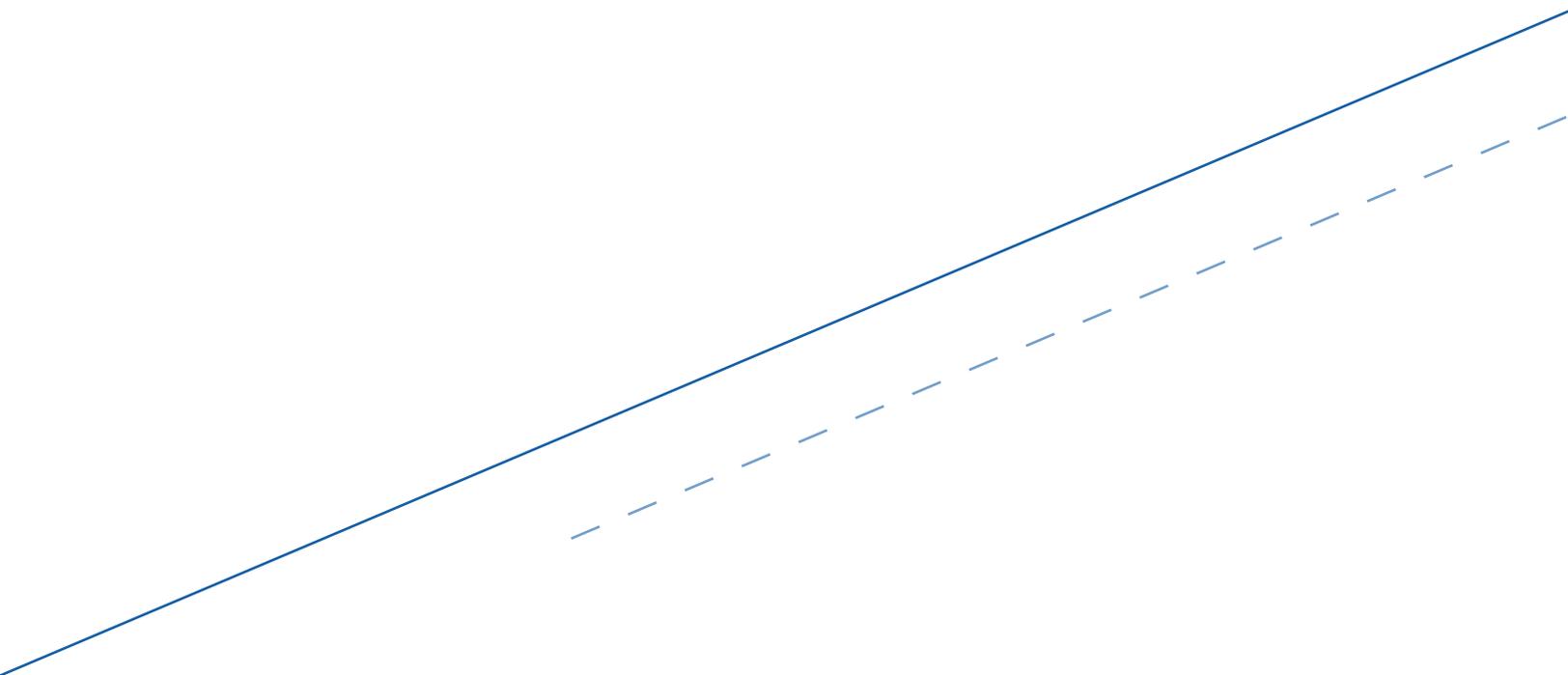
---

El EPS será realizado de forma semi-presencial el costo del pasaje semanal es de Q 30.00, y el total del pasaje invertido durante los tres meses de la práctica es de Q 380.00 + Q25.00 de almuerzo por cada día de asistencia a la sede; por lo tanto se confirma una inversión fija e inicial de **Q1355.00**. En cuanto a los costos de los demás insumos, la sede está dispuesta a proporcionar materiales, equipo, impresiones, etc. y/o todo lo necesario para el desarrollo del proyecto.



▶ **Capítulo**

**4** | **Marco Teórico**



# Docencia Universitaria

---

El docente es aquel individuo que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza. "La palabra deriva del término latino docens, que a su vez procede de docēre, traducido al español como "enseñar". (Definición.de). La palabra educación encierra una transferencia de valores, de cultura, de principios y de conocimientos, por esto es importante el papel que desempeña el docente en la vida de cualquier persona, pues aporta una serie de valores y de conocimientos para el trayecto profesional y personal.

El docente es la persona que imparte conocimientos de una determinada materia, la docencia es un ejercicio de posiciones políticas y éticas, pero sobre todo, constituye la acción realizada, principalmente, al momento de compartir datos y transmitir información. Tradicionalmente se asume como una función estrictamente transmisora, cuyas funciones y procesos pretenden fundamentalmente solo la difusión de los saberes de determinadas áreas, disciplinas o asignaturas; pero esta es una definición simplista y tradicional. Ahora el objetivo principal del docente es involucrarse con la clase; el docente debe de orientar, de motivar, de generar interés en el salón de clase y de acompañar al estudiante. Mendoza (2012) menciona "Cuando el docente alcanza la humildad necesaria (e inteligente) para descubrir que su papel es facilitar y propiciar el aprendizaje, deja de lado la soberbia de sentirse el centro de la universidad y ello modifica sus actuaciones."

"La docencia, entendida como enseñanza, es una actividad realizada a través de la interacción de tres elementos: el docente, sus alumnos y el objeto de conocimiento" (Definición.de) El ejercicio de la docencia se desarrolla de manera diferente dependiendo quien sea el centro, docente o alumno. La docencia universitaria puede alcanzar verdaderos impactos en la sociedad, si algunos docentes evitaban por completo el hecho que tal profesión, solo consiste en la transmisión de saberes o que siempre tienen la razón; entonces la enseñanza fuera diferente.

Tanto docentes como alumnos, son fundamentales en la construcción del conocimiento, es importante enfatizar que existe una clara diferencia entre la docencia basada en la enseñanza y la que se basa en el aprendizaje. En otras palabras, la docencia universitaria también se relaciona con el estímulo e impulso de esos aspectos ciudadanos y de política que un estudiante aprende en la práctica y que debe saber poner al servicio del país. La docencia universitaria tiene amplias influencias e incidencias. Es decir, que el docente universitario moviliza a sus estudiantes hacia la realidad, y esa realidad empieza con la vida que el estudiante lleva en el interior de la universidad.

Cabe resaltar que existen docentes en todos los niveles: primario, secundario, terciario y universitario, que pueden ejercer su trabajo en la enseñanza pública o en instituciones privadas. En el caso de los docentes universitarios, el concepto que es manejado por los estudiantes es que catalogan al catedrático como alguien sin mayor interés al momento de impartir su clase y que simplemente trata de enseñar al alumno impartiendo su clase de forma improvisada sin enseñar con el ahincó que se supone debería de realizarse. Es importante, hacerle ver al estudiante que cada docente universitario es formado y capacitado, en donde él aprende a dirigir, a mejorar la forma de su cátedra, con lo cual se logra el impartimiento de clases retroalimentativas, y así evitar juzgar la metodología de enseñanza que utiliza o expone el docente.

Un educador debe transmitir a sus alumnos el amor por la materia que imparte, por la investigación, el trabajo, por la riqueza de las relaciones con los demás, la vida y sobre todo, por el descubrimiento y la construcción de sí mismo. Esto ayudará al alumno a comprender que todas las investigaciones, procesos y tareas requeridas por los docentes, en el futuro son funcionales y aplicables a su carrera.

A veces en la profesión del docente no se ve reflejado el compromiso que debería tener, por ejemplo comprometerse a transformar la educación universitaria a través de su labor y profesión es un compromiso sumamente importante por ser los pilares de la educación superior guatemalteca.

En el Programa Estándares e Investigación Educativa, "Encuentro con Instituciones Formadoras y Capacitadoras de Docentes" (2009) se describe el perfil del docente capacitado para implementar la Reforma Educativa, estas son algunas características que se debieran manifestar:

- Son facilitadores de la formación de ciudadanos con visión política para la construcción de la democracia, en condiciones pluralistas, pluriculturales y multiétnicas.
- Propician un ambiente democrático de enseñanza aprendizaje, respetuoso de los derechos humanos, de la diversidad cultural, y de relaciones interpersonales basadas en el respeto mutuo. Propician un ambiente estimulante para el aprendizaje, centrado en el educando y su cultura, facilitando el análisis crítico, la expresión de la opinión personal y la creatividad.
- Promueven el desarrollo de actividades escolares y extraescolares vinculadas con temas significativos para la vida, el desarrollo, el trabajo y la cultura.
- Desarrollan, con los estudiantes, proyectos que mejoran la calidad de la enseñanza aprendizaje y promueven el desarrollo comunitario.
- Aplican metodologías didácticas y materiales actualizados, participativos y apropiados para contextos multilingües y pluriculturales.
- Promueven y facilitan espacios educativos para que los miembros

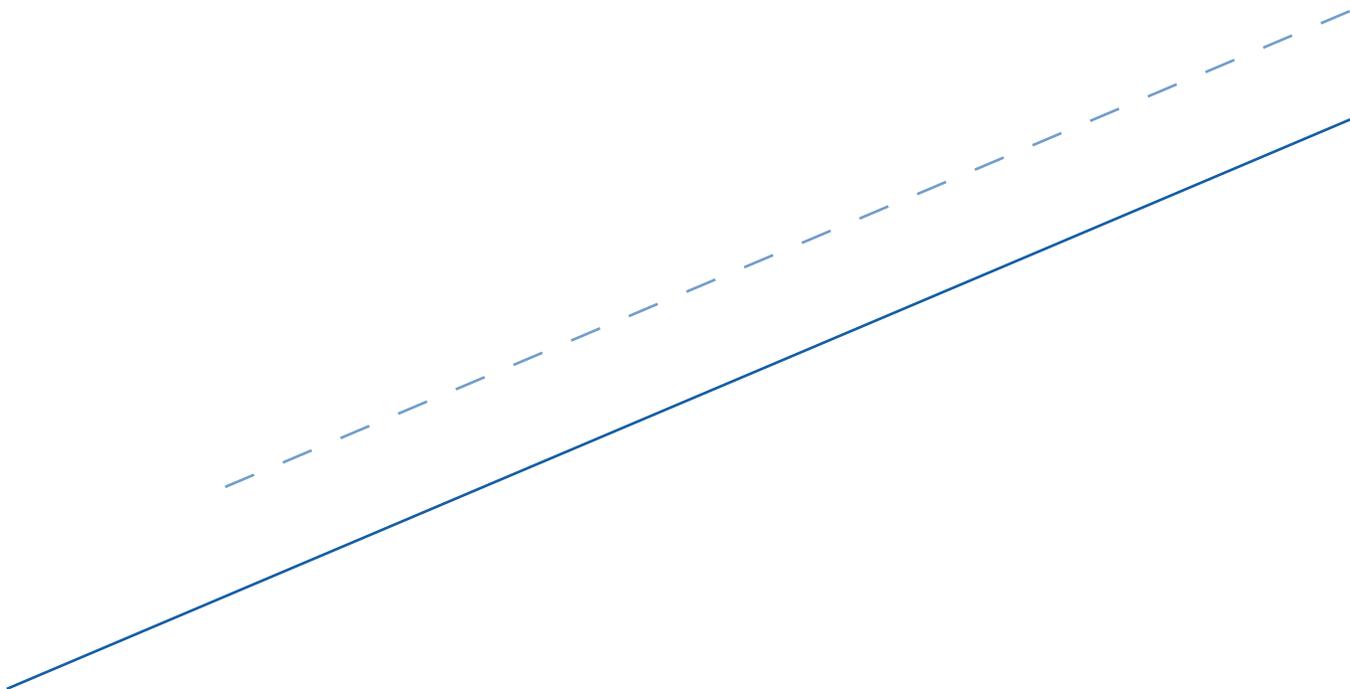
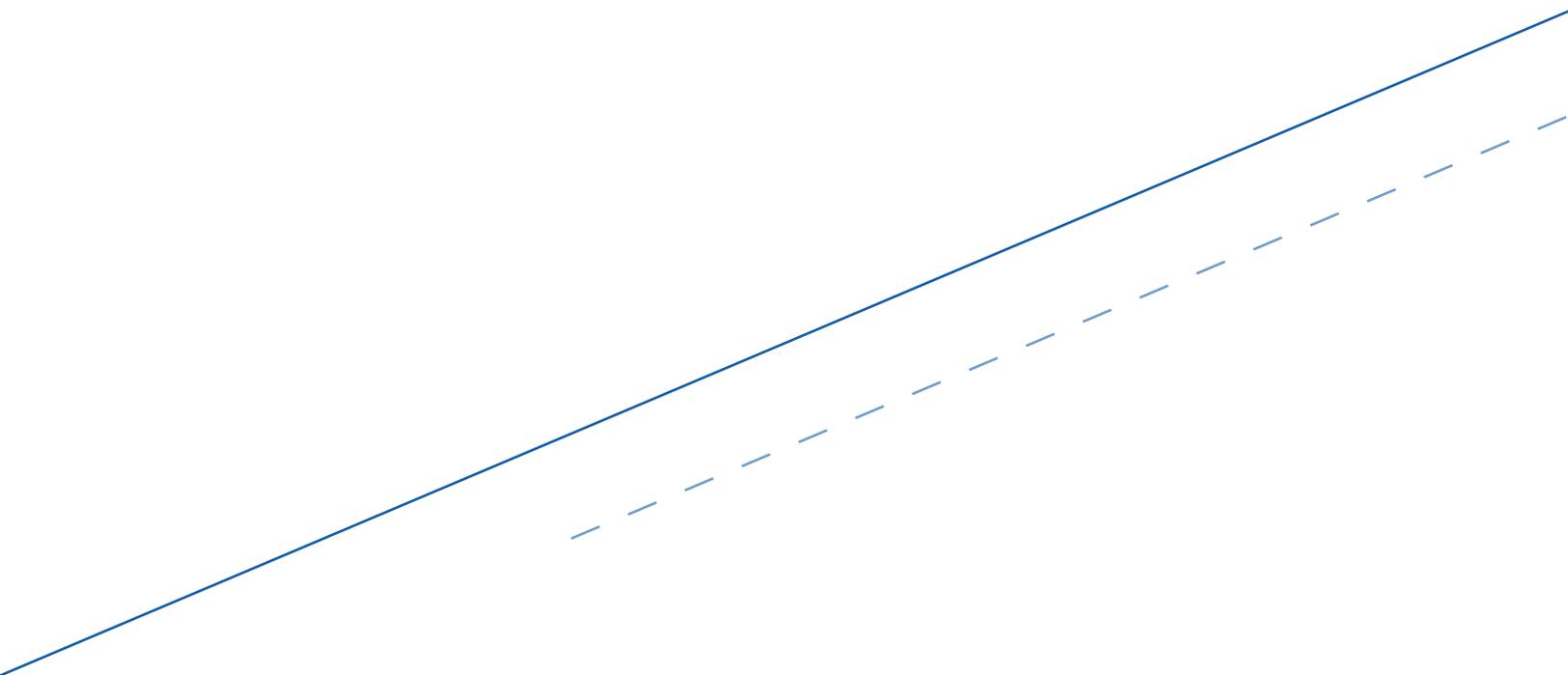
de las comunidades participen compartiendo sus experiencias en el proceso educativo.

- Se interesan y preocupan por su formación, actualización, y superación profesional constante.
- Están compenetrados con el proceso de Reforma Educativa, mantienen una actitud de apertura hacia nuevas opciones e impulsan procesos de cambio.
- Tienen capacidad de trabajar en equipo con autoridades y miembros de la comunidad.
- Están orgullosos de su propia identidad cultural y respetan la identidad cultural de los demás.

En términos generales, durante los últimos años, el Ministerio de Educación ha mostrado apertura a la formación, capacitación y actualización de docentes con apoyo de diferentes instituciones. Esto le ha permitido establecer alianzas estratégicas con agentes nacionales e internacionales; de esta manera, ha iniciado un ordenamiento geográfico de las intervenciones que establece dónde y con quiénes se realizan las diferentes intervenciones, para obtener un mejor aprovechamiento de los recursos con que se cuenta, como se lee en "Encuentro con Instituciones formadoras y capacitadoras de Docentes."

Mendoza (2012) dice que, "una docencia propia y necesaria para este siglo será aquella que parta de una auténtica afectividad dentro y fuera del aula, en las instituciones y procesos educativos en general" (p. 04). Esto quiere decir que la labor del docente es ardua, los resultados del aprendizaje que el alumno adquiera tendrán que verse tanto dentro como fuera de la institución educativa y deliberadamente es algo que en nuestro país no acostumbramos a ver o a escuchar, por supuesto que no se atribuye toda la responsabilidad al docente, profesor o maestra, las malas acciones del ser guatemalteco provienen de un sinfín de factores dados en el hogar; pero al final el docente sí es una persona que influye demasiado en la vida del estudiante.

Mendoza (2012) "El mejor docente universitario del siglo XXI no es aquel o aquella que domina el discurso de su profesión, ni alcanza maestrías o doctorados, si todo eso no contribuye o es parte de un proyecto de vida completo".



# Diseño Publicitario

Wong (1995), define diseño como, un proceso de creación visual con un propósito, una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos de público y transportar un mensaje prefijado o cubrir las necesidades de un consumidor.

En el año 2014 Tapia señaló que:

“El diseño gráfico es una disciplina social y humanística; el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las situaciones humanas. Directamente anclado en el universo de la vida urbana y del desarrollo tecnológico, el diseño gráfico no se ciñe a técnicas, métodos o teorías determinadas, sino que es el arte de deliberar sobre ellas y sobre la innovación, para crear escenarios donde la producción de imágenes incide sobre la vida de la gente, sus conductas de consumo, sus hábitos de lectura y sus necesidades de información. Su núcleo epistemológico se halla entonces en la retórica, pues ésta es el arte de la deliberación para la persuasión, sólo que proyectada aquí al escenario de la producción y de la imagen, y no sólo de las palabras. Ello significa también que el diseño gráfico es una disciplina teórico-práctica, es decir que parte de conceptos y de lugares de pensamiento, se ajusta a las condiciones situacionales y su propósito es regular favorablemente la relación del hombre con su medio ambiente, con la cultura, las creencias y con las instituciones, de un modo práctico, eficiente y significativo. (p.8)

Analizando las definiciones anteriores se puede decir que el diseño gráfico no solamente es estética, sino que conlleva la responsabilidad de comunicar, debe tener un fundamento y cumplir una función específica. “El diseño gráfico debe dominar un lenguaje visual”, Wong explica que, a diferencia del lenguaje hablado o escrito, el lenguaje visual carece de leyes obvias y que cada teórico del diseño puede poseer un conjunto de descubrimientos distintos, ya que como dice la definición de Tapia, el diseño no se ciñe a técnicas, métodos o teorías determinadas, cada diseñador puede considerar los elementos en su creación.

Wong apunta que, el diseñador es una persona que resuelve problemas, que debe encontrar las soluciones apropiadas por medio de una mente práctica e inquisitiva, por medio de su gusto personal y su sensibilidad a las relaciones visuales pudiendo dejar de lado el conocimiento consciente sobre los principios, reglas o conceptos del diseño funcional.

Mundialmente existen varias entidades que han logrado algo más que la comunicación e identificación de la marca, gracias a la buena

aplicación de elementos poderosos del diseño como lo son el color, el tamaño, la posición, tipografía y retícula, entre otros. Marcas mundialmente reconocidas han hecho un buen trabajo con la colocación de cada uno de estos elementos de diseño para tener funcionalidad, por ejemplo: Coca-Cola y McDonald's. Lo impactante del diseño gráfico es...¿Como un color y una letra bien diseñada logran trascender y generar tanto en la mente del ser humano? El diseño Gráfico tiene la capacidad de comunicar su poder es innegable, porque tan solo una imagen puede cambiar por completo como percibimos el mundo, podemos alegrarnos, horrorizarnos, ser motivados o desmotivados los efectos son innumerables, su poder es tal que una imagen puede quedar para siempre en la memoria del ser humano.

Del diseño gráfico se derivan varias ramas las cuales son necesarias para el desarrollo visual y comunicacional. En mi opinión se encuentra el diseño publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa (branding), el diseño web, el diseño de empaques (packaging), diseño tipográfico (lettering) y animación. Creo que el diseñador gráfico se caracteriza por ser una persona versátil, lo que hace que otros campos o disciplinas se involucren en la profesión por ejemplo, la fotografía, 3D, e ilustración. Cada profesional del diseño gráfico se encuentra en todo su derecho para opinar o categorizar las áreas y disciplinas en las que se incluye el diseño. Por esto resalto qué el diseño es importante en todas las cosas que se encuentran a nuestro alrededor. De acuerdo a pre saberes se define cada área de la siguiente forma:

El Diseño Editorial, es el que se sustenta en la diagramación de contenidos muchas veces combinados con fotografía, ilustración y hasta animación dependiendo del soporte en el que sea diseñado.

El Diseño de Identidad Corporativa es el diseño de marcas esta área requiere de mucha investigación y disciplina, ya que busca definir la personalidad de una empresa.

El Diseño Web es el que ha crecido y se ha incrementado en el mercado de tal forma que pareciera ser necesario para cualquier cliente. Este diseño incorpora varias enseñanzas de las otras disciplinas del diseño, Flores (2012) indica "El Diseño Web ha venido a revolucionar la forma en que se diseña debido a algunas limitaciones del medio y a sus grandes alcances también. Aquí podemos tener desde el equivalente editorial, publicitario, corporativo" (párr.5)

El diseño de empaque es básicamente diseñar envoltorios para cualquier producto, también esta involucrado en el diseño de stands. Su objetivo es lograr visualmente la atracción del target, muchas veces en este diseño recae la responsabilidad de que se venda o no.

El Diseño Tipográfico o Lettering según Flores (2012) "La letra, es el caballo de batalla en el diseño, tiene su propia área porque diseñar tipografía toma toda una vida. Es de las áreas del diseño más antiguas, más exigentes y más bellas. Busca crear herramientas de comunicación visuales y abstractas de la palabra, darles una personalidad única y estilos para diferentes usos en muchos contextos." (párr. 8)

El Diseño Publicitario es una profesión que resuelve problemas de comunicación visual de empresas e instituciones mediante la interpretación ordenamiento y presentación de mensajes cuya función principal es la de transmitir información específica por medio de composiciones gráficas que lo hagan entendible y llamativo al grupo objetivo determinado, los cuales podrán ser difundidos por medios de comunicación impresos y digitales. Este tipo de diseño se apoya por el Marketing y su principal objetivo es persuadir. "El diseño no tiene otra ideología que la eficacia" Joan Costa, esta frase encierra la función principal del diseño publicitario, si no es eficaz, no funciona y si no funciona el diseño habrá sido en vano. El diseño publicitario también comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, flyers, folletos, etc. y también el soporte para otros medios visuales, tales como la televisión o internet.

El diseño publicitario actúa a través de otras disciplinas y actividades para llevar a buen puerto su acción, algunas de ellas son: la investigación, la economía, la psicología, la sociología, la antropología y la estadística; resultan ser las mejores aliadas de la publicidad a la hora de tener que hallar y desarrollar el mensaje más adecuado para proponerle al público un producto o servicio.

La idea de campaña publicitaria tiene mucho que ver con el trabajo de diseñadores y creativos de empresas publicitarias, pero también se relaciona de manera intrínseca con disciplinas tales como la psicología. La Psicología nos ayuda a definir y a conocer al grupo objetivo, a estudiar profundamente las necesidades, los gustos, y otras cualidades para llegar a establecer un link emocional con la audiencia.

Al conocer las necesidades del público se encuentra una forma funcional e indicada para incrementar ventas; cuando la empresa muestre interés hacia el bienestar de su público objetivo, más podrá vender, sí la empresa vende, más ganancias y popularidad adquiere; insisto el éxito de una campaña consistirá en conocer al grupo objetivo y es de suma importancia para hacer crecer la empresa o expandir la institución.

Normalmente, las campañas publicitarias encuentran un sinnúmero de espacios en los cuales tomar lugar, pero sin duda alguna los medios de comunicación son los que tienen el rol más importante, por ejemplo, los periódicos, publicidades gráficas, revistas, radio, televisión e internet son comúnmente usados por la población.

Las campañas publicitarias no solamente están destinadas a promocionar algún tipo de producto, o no solamente tienen la finalidad de vender, también pueden tener énfasis y factibilidad, para dirigirse específicamente al poder, de informar.

Baizabal (2016) considera un par de puntos principales para realizar una campaña, los cuales da a conocer basado en su profesión y experiencia algunos de estos puntos son:

- Primero se debe conocer la situación actual, para poder definir adecuadamente los objetivos es necesario establecer la situación o resultados actuales. ¿Cuáles son las ventas actuales en unidades y dinero? ¿Cuál es la percepción que tiene el cliente sobre la empresa? ¿Qué es lo que considera que NO está funcionando y lo que SÍ está funcionando? Aquí se trata de investigar y ser sincero al respecto.
- Después se delimitan objetivos, estos pueden ser principalmente de ventas o de posicionamiento de marca; se debe establecer un número en el cual se quiera incrementar las ventas o cuantas unidades más desea vender. Si se trata de posicionamiento de marca también se tiene que definir: ¿Desea que su cliente perciba a su empresa de qué manera? ¿Desea ser más recordado? Se debe ser honesto con lo que se busca. Los objetivos deben ser claros, medibles y reales y establecerse en un periodo de tiempo determinado.
- Se establece al público objetivo, el llamado "público en general" no existe; puede haber varios segmentos de mercado distintos y un producto o servicio puede funcionar para varios pero cada uno tiene una estrategia y un tono de comunicación diferente. Así que se debe analizar ¿a quién le vende su producto/servicio? ¿Quiere incrementar ese segmento de mercado o quieres ingresar en uno nuevo? Esto es un gran trabajo pero que vale muchísimo la pena hacerlo.
- Luego se establecen los medios y canales de comunicación adecuados se identifica, si conviene el uso de Publicidad Tradicional (volantes, medios de comunicación como el periódico, radio, TV) o si se opta por la Publicidad Digital, Online, Redes Sociales, Estrategia de Contenidos, Email Marketing, etc. pero es importante recordar que siempre hay que tomar decisiones basadas en el target.
- También es importante analizar bien el presupuesto y delimitar sin poner problemas y tampoco restringirse por miedo; por supuesto que vale la pena hacer un esfuerzo pero siempre con consciencia de que sea posible.
- Por último medir resultados y programar un seguimiento. Analizar objetivamente si se logro o no los resultados deseados, se investiga lo más a fondo posible las razones al respecto. En esta etapa conviene ser honesto consigo mismo; sea que haya funcionado o no, se realice un seguimiento, eso servirá para mejorar cada vez más los resultados favorables.

Realmente lanzar una campaña de publicidad, sea tradicional o digital (online) es todo un reto que conlleva un trabajo previo muy fuerte, no precisamente complicado sino que tiene que estar bien cimentado desde el inicio, para que tenga éxito y lleguen a cumplirse cada uno de los objetivos planteados.

# Incidencia del Diseño

## Gráfico en la Docencia

---

*“ La mayoría de la gente piensa que el diseño es una chapa, es una simple decoración. Para mí, nada es más importante en el futuro que el diseño. El diseño es el alma de todo lo creado por el hombre.”*

Steve Jobs

El diseño gráfico es aplicable en cualquier área de cualquier modo y en cualquier medio puede ser funcional. Es importante que el ser humano entienda que el diseño gráfico es importante para comunicar, para dar a conocer, para entender y para aprender. Deben notar que el diseño gráfico sirve y que es una profesión igual de indispensable como cualquier otra.

Fundada en 1987, con casi ya 30 años, la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, –USAC– busca formar profesionales con un alto nivel académico y creativo pero a su vez consientes y comprometidos con la realidad guatemalteca, por ello busca constantemente crear y fomentar proyectos que contribuyen a mejorar las condiciones socio cultural del país, por tal razón cada proyecto de graduación de la Escuela de Diseño Gráfico es relevante en la sociedad.

Año tras año los estudiantes del décimo semestre de la Escuela de Diseño Gráfico realizan grandes proyectos de graduación como parte del Ejercicio de Práctica Supervisada –EPS– a diferentes instituciones, las cuales se benefician grandemente, ya que el estudiante tiene la misión de satisfacer las principales necesidades de comunicación visual que la entidad seleccionada tenga, para solventar el –EPS–.

La Incidencia del diseño en instituciones de servicio social o proyectos sociales es grande y efectiva ya que se crean oportunidades de crecimiento y prácticamente el aporte que se brinda es un banco de ideas, tiempo y ahorro económico.

El proyecto de graduación es un proyecto que transforma una 'tarea universitaria' en oportunidades reales que promueven el desarrollo de varias instituciones de Guatemala, mediante el donativo y asesoría de imagen de marca desarrolladas e implementadas por el estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico –USAC–.

Es importante que con anterioridad se investigue la realidad guatemalteca, y se identifique cuáles son los principales problemas que el país tiene; por ejemplo en Guatemala los problemas más graves se encuentran en los siguientes sectores: salud, educación, seguridad, ambiente, alimentación, etc., entonces si el epesista se relaciona o se siente atraído por ayudar en cualquiera de los sectores antes mencionados

sus soluciones o propuestas de diseño gráfico estarán enfocadas directamente en esa área, esto también conlleva a la búsqueda de una institución que trabaje en el sector por el cual se tiene interés logrando que cada problemática tenga las soluciones visuales que dar a conocer, por ejemplo en este caso el tema global es la Educación.

La Educación es uno de los principales pilares del país, si cada guatemalteco alcanzará un nivel de educación mayor al de la primaria o diversificado, habrían más oportunidades de trabajo formal, por supuesto que no se desvaloriza, ni se menosprecia el trabajo de los comerciantes de la economía informal, porque son parte importante en el desarrollo del país, sin embargo sí cada uno de estos comerciantes tuviera un grado más alto de educación, gran parte de la población guatemalteca sería beneficiada, ya que se tendría un país más productivo, pero en realidad el punto no es discutir el tema económico del desarrollo del país, sino exponer como los Proyectos de Graduación a través del diseño gráfico logra grandes cambios en la docencia.

Como se describió antes el área en la cual se desea incidir es en la educación y según el Manual Integrado de la Dirección General de Docencia –DIGED– (1999). “La Dirección General de Docencia es la unidad académico administrativa encargada de impulsar el desarrollo académico por medio de la asesoría, coordinación y apoyo teórico metodológico a docentes y estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, consta de tres divisiones, Bienestar Estudiantil, División de Evaluación Académica e Institucional, y la División de Desarrollo Académico –DDA–.” (pág.4)

El tema de graduación acordado por la estudiante, la Institución y la Escuela de Diseño Gráfico es el siguiente: Diseño de estrategia visual de carácter informativo para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza. Según el Manual Integrado referente a la Institución la Dirección General de Docencia (1999) la –DDA–:

“Es una unidad académico administrativa de la Dirección General de Docencia a quien le corresponde la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así como la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su vinculación con la sociedad guatemalteca.” (pág. 28)

El Diseño de una estrategia visual de carácter informativo logrará que los docentes, el personal administrativo y la población de la universidad de San Carlos, pueda enterarse de qué es la DDA, cuáles son sus funciones, y cuáles son los aportes que se han logrado en la educación superior guatemalteca; por esto es necesario dar a conocer dicha institución siendo uno de los entes principales del país que da

aprestamiento a los docentes universitarios y a los docentes que se encuentran laborando en otras extensiones universitarias ubicadas en distintos departamentos del país.

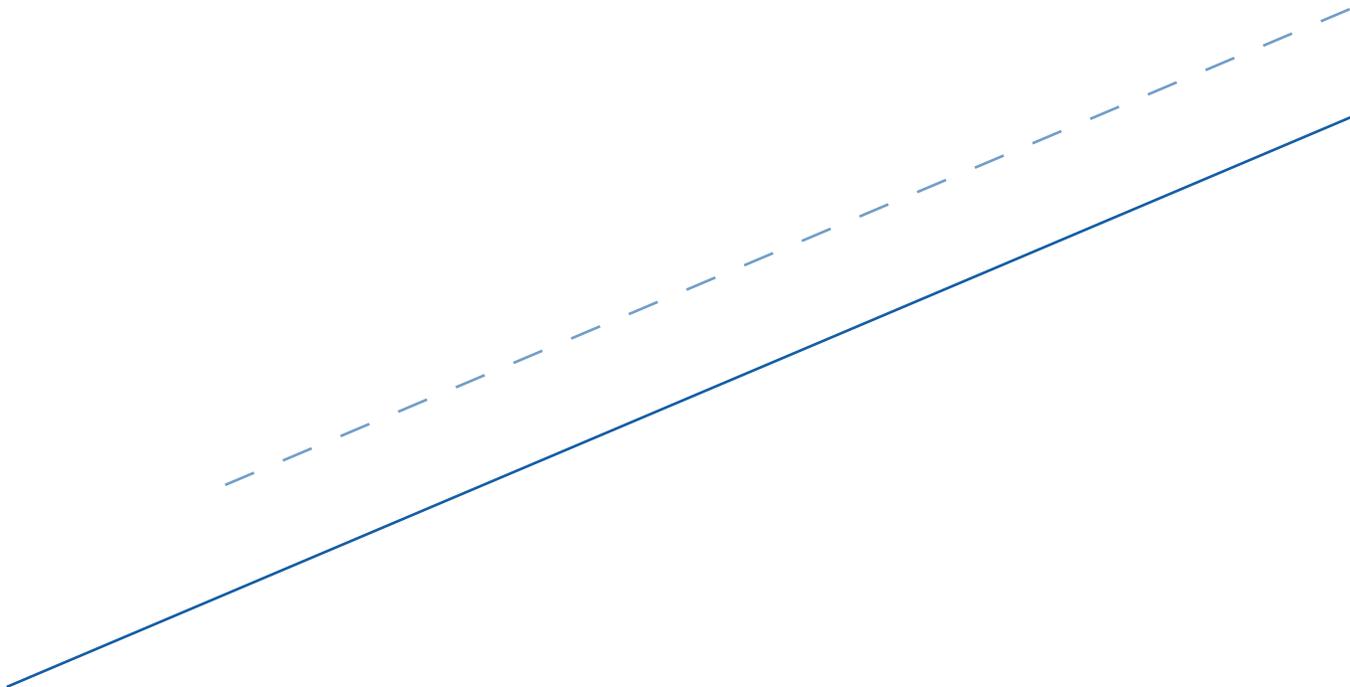
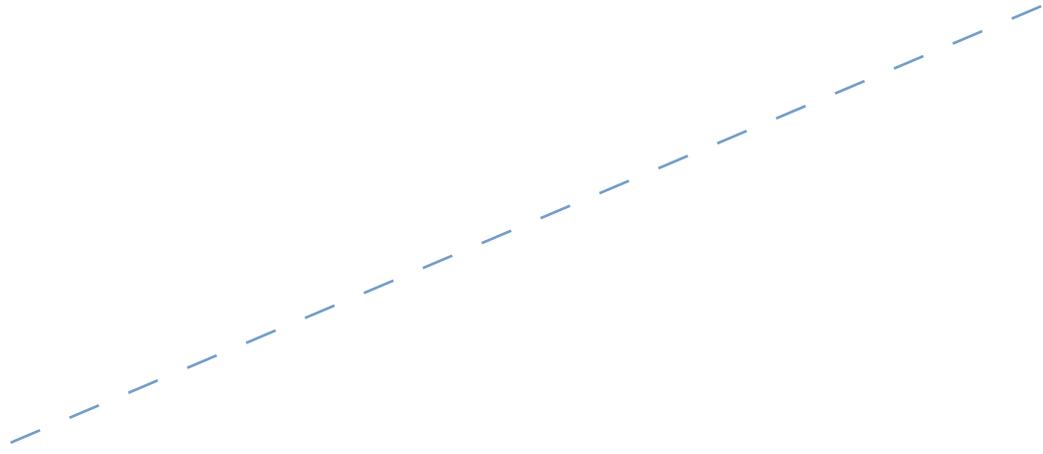
Una persona informada es capaz de hacer más, de pensar diferente, de emprender, proponer y cambiar lo malo por lo bueno. Una persona informada está destinada a no ser como los demás, una persona informada puede ser capaz de cambiar cualquier patrón establecido por la sociedad.

Anzueto (2012) "Cambiar de creencias o las formas de estudiar es difícil, sobre todo cuando éstas se admiten como las únicas que existen, sin embargo, en la mayoría de los casos desaprender no solo es necesario y útil, si no también comprensible ya que al ensayar nuevas formas de aprender, se alcanzan nuevas metas." (párr. 2). Siempre se aprende de alguien. Por años se ha enseñado a, hacer algo siguiendo patrones o enseñanzas ya aprendidas. De cierta forma es muy difícil cambiar ese algo, que siempre se ha hecho así, y más difícil aún es intentar cambiar nuestra crianza. Por ejemplo el método de enseñanza-aprendizaje que cada docente adopta, muchas veces no es el mejor o no es el más efectivo para que el estudiante aprenda.

Es acá donde la DDA interviene; se lanza una convocatoria por semestre a cada Facultad de la Universidad para que la persona encargada decida si los docentes de la unidad académica ingresan al programa o no, sí la persona encargada decide que los docentes se incorporen al sistema se puede optar por una plataforma de aprendizaje virtual o presencial. Esto es lo importante del proyecto porque no toda la comunidad de catedráticos está enterado de la existencia de la institución, se desconoce su ubicación y desconocen el apoyo y el tipo de capacitación que brinda.

En el proyecto de diseño gráfico, se logrará que el docente esté enterado e informado de las capacitaciones que la DDA brinda. Es importante resaltar que no solo es una ayuda o apoyo para el docente sino para la sociedad guatemalteca. Teniendo profesores mejor preparados, tanto académicamente como metodológicamente el estudiante podrá recibir una mejor enseñanza.

Para concluir el diseño gráfico es importante para la sociedad, porque por medio de este, el ser humano también es capaz de informarse. El diseño gráfico posee herramientas que ayudan a identificar desde objetos, hasta campañas mundiales que transforman conductas humanas haciendo el diseño viral. El Diseño Gráfico tiene la capacidad de transformar y ese es el gran reto transformar la enseñanza docente, a través de la información.





# Capítulo

## 5 | Definición Creativa

# Brief Creativo

## de diseño

---

### **Sobre la Institución**

Es una unidad académico administrativa de la Dirección General de Docencia a quien le corresponde la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así como la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su vinculación con la sociedad guatemalteca.

### **Defina en una sola frase a la Institución**

Se define a la institución en una sola frase, "Id y enseñad a todos".

### **Sobre el Entorno o Contexto**

Los cambios tecnológicos que suceden constantemente provocan que el personal de la DDA, se involucre en talleres y/o capacitaciones para estar a la vanguardia de la tecnología brindando una mejor comunicación y atención hacia los docentes que son participantes activos dentro del sistema.

### **¿Qué función desempeña la institución en la sociedad?**

La Universidad de San Carlos de Guatemala es la encargada del 70% de la Educación Superior y la Dirección General de Docencia, a través de la DDA impulsa el desarrollo académico por medio de la asesoría, coordinación y apoyo teórico metodológico a docentes y estudiantes de la Universidad.

### **¿Cuál es la característica principal del grupo objetivo?**

Su principal característica es que son Líderes.

### **¿Cómo percibe a la institución?**

Fundada en 1999, como una división importante de la Universidad de San Carlos caracterizada por ser vital en el desarrollo del docente, actualmente se encuentra ubicada en el edificio antiguo de CALUSAC en el segundo nivel, por las malas condiciones en que se encuentra la fachada del Edificio es difícil ubicarlo.

## Sobre las Estrategias de Comunicación

- **¿Hay parámetros establecidos por el grupo objetivo?**  
Todos son docentes de la Universidad de San Carlos el rango de edad en el que se encuentra entre los 30 años a 65 años.
- **¿Qué está el cliente tratando de comunicar y por qué?**  
El cliente trata de comunicar capacitación, atención y servicio hacia el docente, porque estas son sus principales funciones.

## Sobre la gestión del proyecto

1. **¿Cuál es la dificultad a resolver?**  
La institución existe por los docentes de la Universidad de San Carlos sin embargo buena parte de la población docente, desconoce las funciones y aportes que la DDA brinda al catedrático.
2. **¿Cuál es el propósito del proyecto de diseño?**  
El propósito es que los docentes de la universidad de San Carlos estén informados de la DDA.  
  
**¿Para qué se hace?**  
Para convocar la participación docente en la actividades que realiza.
3. **¿Cuál es el área que se va a abordar desde diseño?**  
Estrategias de comunicación visual de carácter informativo. A través del diseño de piezas gráficas.
4. **¿Cuál es el tono de comunicación?**  
Informativo
5. **¿Qué requerimientos tiene el proyecto?**  
*Condiciones que pone la institución con respecto al proyecto.*  
  
Aunque la institución cuenta con manual de identidad visual corporativa no hay parámetros establecidos para llevar a cabo el diseño de la estrategia.
6. **¿Qué requisitos determinamos para el proyecto?**  
*Criterios que establece el diseñador que deben ser aplicados en el desarrollo del proyecto.*  
  
La revisión de información no debe tardar demasiado tiempo para no retener el trabajo del diseñador.

# Recopilación

## de referentes visuales

### Caso Análogo 1

#### Campaña Elige Educar

Esta campaña está dirigida a maestros de nivel primario, las piezas gráficas tienen un diseño funcional, aunque considero que la paleta de colores seleccionada no fue la más apta y los elementos visuales hacen ver que es una campaña dirigida a una audiencia más joven, que a la que está dirigida.



### Caso Análogo 2

#### Campaña de Acreditación Iberoamericana

La selección de este referente fue porque va dirigido a un grupo objetivo similar. A mi criterio el diseño de estas piezas tienen un desorden visual y siendo una campaña de información, cada uno de sus elementos deberían de llevar jerarquía.

Con lo anterior se considera que se tomara muy en cuenta la composición del diseño, identificar el uso correcto de las tipografías y jerarquías para que sea posible establecer estrategias visuales acertadas para la institución y para el grupo objetivo. Se observa y se aplica lo mejor de cada uno de los casos referentes y se desechan los desaciertos del diseño gráfico.

# Cuadro Comparativo

El cuadro comparativo consiste en escoger diferentes medios al azar en los que posiblemente se podría publicitar la estrategia de comunicación, en ésta matriz evaluamos ventajas, desventajas y la justificación si es una pieza elegible o no.

PIEZA	CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS	ES ELEGIBLE
MANTA	Son medios visuales impresos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entre más grande sea su impresión o reproducción será mayor su visibilidad.</li> <li>La institución cuenta con el presupuesto para reproducirla.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ser muy selectivo en su punto de ubicación</li> </ul>	✓
TRIFOLIAR		<ul style="list-style-type: none"> <li>Para la institución es de gran ventaja ya que no se cuenta con ningún material impreso con información de la institución.</li> <li>Incluirá información de contacto y redes sociales tales como: Facebook, Youtube y permitirán visibilizar la labor de la institución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contendrá información que podrá ser transmitida, solamente por medio de la interacción del receptor con la pieza.</li> </ul>	✓
BANNER ROLL-UP		<ul style="list-style-type: none"> <li>Bajo costo</li> <li>Instalación fácil</li> <li>Impacto visual</li> <li>Se llega a un sector determinado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cambio constante de banners.</li> <li>Poca duración de vida útil.</li> </ul>	✓
VOLANTE		<ul style="list-style-type: none"> <li>Bajo costo</li> <li>Mensaje directo</li> <li>Presencia de marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de hábito de lectura</li> </ul>	✓
AFICHE		<ul style="list-style-type: none"> <li>Su impresión es económica, está dentro del presupuesto de la Institución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Debe ser colocado en el lugar correcto para que pueda ser visto por el grupo objetivo.</li> </ul>	✓
PERIÓDICO		<ul style="list-style-type: none"> <li>Flexibilidad, actualidad y buena cobertura de mercados locales aceptabilidad amplia; credibilidad alta.</li> <li>Son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.</li> <li>Es funcional si este es colocado en un buen medio de comunicación masiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vida corta, calidad baja de reproducción, pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.</li> </ul>	✓
VIDEO	Es un medio audiovisual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>El mensaje llega a un mayor número de personas</li> <li>Se puede dar un mensaje directo.</li> <li>Impacto visual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es necesario estar conectado a una red para que el grupo objetivo pueda verlo.</li> <li>Costo muy elevado.</li> </ul>	No es una pieza elegible, debido a su costo muy elevado ya que para llegar a la calidad que se requiere se debe alquilar un estudio de grabación, que cuente con el equipo profesional y completo para poder producir un video de alta calidad.
REDES SOCIALES	Es un medio audiovisual interactivo y selectivo que dependiendo del tipo de producto y la audiencia la que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selectividad alta, costo bajo, impacto inmediato, capacidad interactiva.</li> <li>Es una red social gratuita, es utilizada por el target.</li> <li>Se comparte la información de una manera muy sencilla.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público pequeño, impacto relativamente bajo, el público controla la exposición.</li> </ul>	No es totalmente descartable, pero a la institución no le es muy conveniente ya que no hay ninguna persona encargada del manejo activo de redes sociales,
RADIO	Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad ya que constituyen un vasto auditorio cautivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buena aceptación local, selectividad geográfica elevada y demográfica costo bajo.</li> <li>Es bastante económico en comparación con otros medios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solo audio, exposición efímera, baja atención y audiencia fragmentada.</li> </ul>	No, porque el diseñador gráfico aún desconocen las técnicas necesarios para realizarlos.

# Descripción de la estrategia

## de las piezas de diseño

¿QUÉ?	¿PARA QUÉ?	¿CON QUÉ?	¿CON QUIÉNES?	¿CUÁNDO?	¿DÓNDE?
Información básica de la DDA: Ubicación, dirección, redes sociales, etc.	Elevar la participación de los docentes en las actividades que se llevan a cabo.	Piezas de diseño gráfico en su mayoría impresas que contengan información.	Con la División de Desarrollo Académico –DDA– y docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	Posiblemente se implementará a mediados del año 2017.	
		TRIFOLIARES			En las oficinas del centro didáctico de la DDA.
		MANTA			En las distintas facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
		AFICHES			
		ANUNCIO			En el Periódico Universitario.

# Definición del concepto creativo

---

## Spice and Poems

Es una técnica que permite al diseñador comprender las necesidades más profundas del grupo objetivo, que permite identificar aspectos relevantes y significativos a partir del conocimiento de sus necesidades más profundas. Con base a esta técnica se creó el SPICE & POEMS del grupo objetivo que se describe a continuación:

S  
SOCIAL

▶ **¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor?**

Participar en debates, encuentros y talleres que le permiten enriquecer sus conocimientos en su ámbito profesional, académico y formar parte de grupos en los cuales desarrolle sus habilidades como profesional

P  
PHYSICAL

▶ **Cómo se comporta**

Invierte sus ingresos principalmente en educación. Se alimenta de manera saludable y practica actividad física por salud de 1 a 2 veces por semana, o suele practicar actividades al aire libre con su familia.

I  
IDENTIFY

▶ **Con que se identifica**

Es una persona individual e independiente, le gusta sobresalir

C  
COMMUNICATION

▶ **Como se comunica**

Les gusta estar conectados por medios electrónicos como lpads, smarthphones computadora portátil y equipo de oficina. Disfrutan de ver documentales, y noticias; leen libros y revistas de su interés de las cuáles están suscritos.

E  
EMOCIONAL

▶ **Cuáles son sus emociones**

Suele acudir a sus padres o pareja en caso de tener alguna dificultad. Desea superarse y ser un profesional exitoso

P  
PEOPLE

▶ **Personas con las que interactúan**

Se reúnen con familiares, amistades ambiente laboral y alumnos.

O  
OBJECTS

▶ **Objetos con los que se comunican**

Computadora  
Teléfonos celulares inteligentes  
Cámaras fotográficas y de video  
Medios impresos como libros, periódicos y afiches, entre otros.

E  
ENVIROMENTS

▶ **Lugares que visitan constantemente**

Recurren a restaurantes, centros comerciales, hoteles, aeropuertos, parques, lugares turísticos, mercados, carreteras entre otros.

M  
MESSAGES  
& MEDIA

▶ **Medios de comunicación que utilizan**

Los mensajes podrían ser presentados por medio de redes sociales, tales como: Facebook, Google mail y You Tube y/o a través de afiches, volantes, mantas, vallas, trifoliales.

S  
SERVICES

▶ **Servicios que utilizan**

Talleres, foros, debates y seminarios conferencias y cualquier tipo de capacitación que refuerce sus conocimientos académicos y profesionales.

Con base en esta técnica se desarrollaron tres insights que reflejarán los deseos, motivación, y forma de pensar del grupo objetivo al que se va a dirigir.

**Me gusta enseñar, necesito actualizarme**

El docente es una persona que participa y trata de intervernir de forma positiva en la sociedad, constantemente esta buscando su mejoría y aportar algo nuevo a su vida y jamás deja que obtáculos se interpongan en su aprendizaje.

## Mi enseñanza es respaldo de la educación

Este insight está basado en como se identifica el docente en ser una persona individual e independiente que le gusta sobresalir. Sin embargo sabe que siempre necesita ayuda y esta dispuesto de la misma forma a brindarle apoyo a la sociedad.

## Aprendo tan fácil que disfruto enseñar

El docente tiene la capacidad y la motivación de aprender fácilmente, de la misma forma trata de expandir sus conocimientos hacia los demás, teniendo una actitud positiva que le ayuda a sobrellevar el día a día.

## ► Indicadores de Insight

Esta tabla consiste en identificar el insight más poderoso, a través de preguntas que cumple con el propósito de seleccionar el mejor.

INSIGHT	INDICADORES DE UN INSIGHT PODEROSO	SÍ	NO
Me gusta enseñar, necesito actualizarme.	¿Genera un sentimiento?	✓	
	¿Es fácil de entender?	✓	
	¿Se relaciona con una característica del GO?	✓	
	¿El insight es aplicable a la mayoría del GO según la observación e investigación realizada?	✓	
	De 1 a 10 ¿qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	10	
Mi enseñanza es respaldo de la educación.	¿Genera un sentimiento?		✓
	¿Es fácil de entender?	✓	
	¿Se relaciona con una característica del GO?		✓
	¿El insight es aplicable a la mayoría del GO según la observación e investigación realizada?	✓	
	De 1 a 10 ¿qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	7	
Aprendo tan fácil que disfruto enseñar.	¿Genera un sentimiento?	✓	
	¿Es fácil de entender?	✓	
	¿Se relaciona con una característica del GO?	✓	
	¿El insight es aplicable a la mayoría del GO según la observación e investigación realizada?	✓	
	De 1 a 10 ¿qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	9	

Como se muestra a través de la tabla el insight más poderoso para aplicar en el proceso creativo es **"Me gusta enseñar, necesito actualizarme"** ya que fue el único que cumplió con cada una de las casillas.

## Técnicas de Conceptualización

### Lluvia de Ideas

Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination". (Neuronilla: Brainstorming)

Es una técnica que se puede realizar individualmente o en grupo. En este caso el método se realizó individualmente obteniendo los siguientes resultados:

Comenzar	Alcanzar	Desarrollo	Entrega
Diferencia	Adelantar	<b>Poder</b>	Espacio
Sobresalir	Sobrepasar	Innovación	<b>Capacitación</b>
Ayudar	Aventajar	Interacción	<b>Aprendizaje</b>
Proceso	<b>Tiempo</b>	Profesionalismo	Conectar
Evolución	Emprendimiento	Servicio	Herramientas
<b>Desarrollo</b>	Empujar	Carrera	Cobertura
Ascenso	Limites	Integrar	<b>Acción</b>
<b>Despertar</b>	Liberación	<b>Formación</b>	Ampliar
<b>Excelencia</b>	Ascender	<b>Educación</b>	
Velocidad	<b>Superación</b>	Tecnología	

### Frases Identificadas

A partir de la lluvia de ideas trabajada, se generaron posibles frases para definir el concepto creativo.

Asesorías del desarrollo
Despierte la excelencia
<b>Produciendo excelencia</b>
Es hora de nuevos aprendizajes
Nunca es tarde para aprender
Falta de actitudes positivas
Superación del docente
Empoderamiento del docente
Empoderándonos de la enseñanza
¡Docencia, acción realizada!
Acción para enseñar
<b>Avance Docente</b>

Formando docentes de verdad
Le damos las herramientas usted tiene la capacidad.
Más enseñanza mejor educación
Capacitar docentes de verdad
Más capacitación, más enseñanza, más educación.
Involucramiento del docente
Libere su aprendizaje
Amplíe sus conocimientos
Aprender a enseñar

A partir de esta técnica surgieron varios conceptos, pero solamente dos fueron seleccionados cada uno de ellos se definen más adelante.

## Es tan qué

Esta técnica consiste en tomar en cuenta los atributos de lo que se quiere comunicar y luego magnificarlo utilizando las palabras "ES TAN QUÉ."

ATRIBUTOS	IDEAS
Enseñar	Enseñar es tan innovador qué aprendo fácil. Enseñar es tan productivo qué anima mi día Enseñar es tan fácil qué disfruto enseñar. Enseñar es tan innovador qué siempre lo disfruto.
Participar	Participar es tan productivo qué anima mi día. Participar es tan productivo qué anima mi día. <b>Participar es tan productivo qué soy parte de la DDA.</b> Participar es tan fácil qué disfruto enseñando. Participar es tan innovador qué aprendo fácil.
Aprender	Aprender es tan fácil qué disfruto enseñar.
Actualizar	Actualizarse es tan exuberante qué siempre lo disfruto.
Capacitar	Capacitarme es tan innovador qué siempre aprendo algo nuevo.

Gracias a esta técnica obtuvimos nuestro tercer concepto y la idea principal de este concepto es participación.

## Relaciones Forzadas

Esta técnica de conceptualización consiste en relacionar un problema con características de conceptos o elementos elegidos al azar, para encontrar nuevas ideas y soluciones.

OBJETO ESTÍMULO	CARACTERÍSTICA	IDEAS
manzana	sustento	La capacitación es más que sustento
mouse	herramienta	La capacitación es una herramienta en la educación
vaso	refrescante	Una actualización es más que refrescante
café	cotidiano	Formación docente más, que lo de siempre
lonchera	diferente	Una tecnología diferente
estuche	contenido	Enseñando a través del contenido
papel	utilidad	Indispensable en desarrollo
silla	descanso, reposo	El descanso no te lleva al ascenso
bolsón	carga, respaldo	La enseñanza, respaldo de la educación
fichero	escala	Escale, hasta lograr su sueño
reloj	tiempo	El tiempo se adhiere a la educación El tiempo se adhiere a la enseñanza

A partir de esta técnica surgen más conceptos pero ninguno tiene lo suficiente para ser elegido.

A continuación se detalla la descripción de tres conceptos seleccionados.

# Propuestas

## de conceptos creativos

---

De las técnicas aplicadas en la fase anterior se seleccionaron solamente tres conceptos: Avance Docente, Produciendo Excelencia y Participación. A continuación se presenta la definición que se complementa con cada uno de ellos.

### **Avance Docente**

Este concepto está basado en el insight *“Me gusta enseñar necesito actualizarme”*, ya que al grupo objetivo le simpatiza el ir siempre un paso adelante. Son persona proactivas y que se identifican con el concepto el cuál más adelante se describe con más especificaciones.

### **Produciendo Excelencia**

Los docentes son una guía para los estudiantes, son los encargados de su formación como futuros profesionales y deben producir la excelencia en ellos. Por tal razón se propuso este concepto para que el docente se motive más en... ¿como llevar su cátedra a otro nivel? y cuáles son las herramientas que necesita.

### **Participación Docente**

*Participar es tan productivo qué soy parte de la DDA*, este concepto surge de la técnica de conceptualización *“ES TAN QUÉ”*.

La participación se define como intervención en un suceso, en un acto o en una actividad; se pensó en implementar un engranaje de reloj, como elemento visual de apoyo. Nunca es tarde para aprender nuevas técnicas de aprendizaje. Por eso el hecho de hacer un reloj que simboliza tiempo. Está basado en informar y en motivar a los docentes, a que participen en las actividades y que formen parte de la DDA. La paleta de color seleccionada tratara de identificar cada departamento de la DDA.

La DDA está conformada por cuatro departamentos que son los encargados de brindar asesoramiento a los docentes, esto me llevo a pensar en la funciones que internamente la DDA tiene, aunque ninguno de estos departamentos sean visibles en si dentro de la institución son uno. Y cada uno tiene y aporta una función que es indispensable para la formación del profesor.

---

*Próximamente en las premisas de diseño se muestra como podría ser el resultado gráfico de cada concepto, se decidió trabajar con los tres conceptos para luego seleccionar el mejor.*

# Premisas de diseño

A continuación se muestran los parámetros gráficos sobre los cuales cada concepto tendrá que ser diseñado, en el caso que fuera evaluado como el mejor.

## Concepto Avanzar

### Premisa Tipográfica

San Serif San Serif SAN SERIF SAN SERIF  
San Serif **SAN SERIF** SAN SERIF SAN SERIF

### Premisa de Formato

El tamaño de los formatos que se permiten trabajar dentro de la institución son, desde media carta hasta tamaño tabloide, debido a costos y presupuesto de la misma.

### Premisa Lingüística

Lenguaje formal y acorde al grupo objetivo.

### Premisa Crómica

Colores Primarios



### Premisa Icónica-visual



## Concepto Produciendo Excelencia

### Premisa Tipográfica

Ancho fijo Ancho fijo Ancho fijo Ancho fijo  
San Serif SAN SERIF San Serif San Serif

### Premisa de Formato

El tamaño de los formatos que se permiten trabajar dentro de la institución son, desde media carta hasta tamaño tabloide, debido a costos y presupuesto de la misma.

### Premisa Lingüística

Lenguaje formal y acorde al grupo objetivo.

### Premisa Crómica

Colores Fríos



### Premisa Icónica-visual



# Premisas de diseño

## Concepto Participación Docente

### Premisa Tipográfica

San Serif San Serif San Serif  
*manuscrito manuscrito manuscrito*

### Premisa de Formato

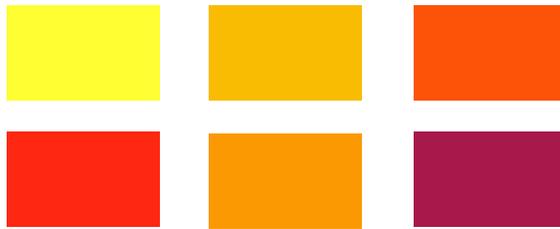
El tamaño de los formatos que se permiten trabajar dentro de la institución son, desde media carta hasta tamaño tabloide, debido a costos y presupuesto de la misma.

### Premisa Lingüística

Lenguaje formal y acorde al grupo objetivo.

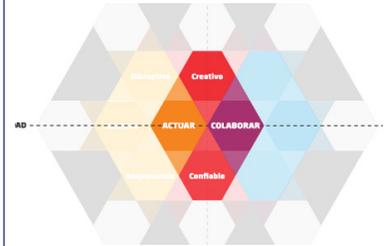
### Premisa Crómica

Colores Cálidos



### Premisa Icónica-visual

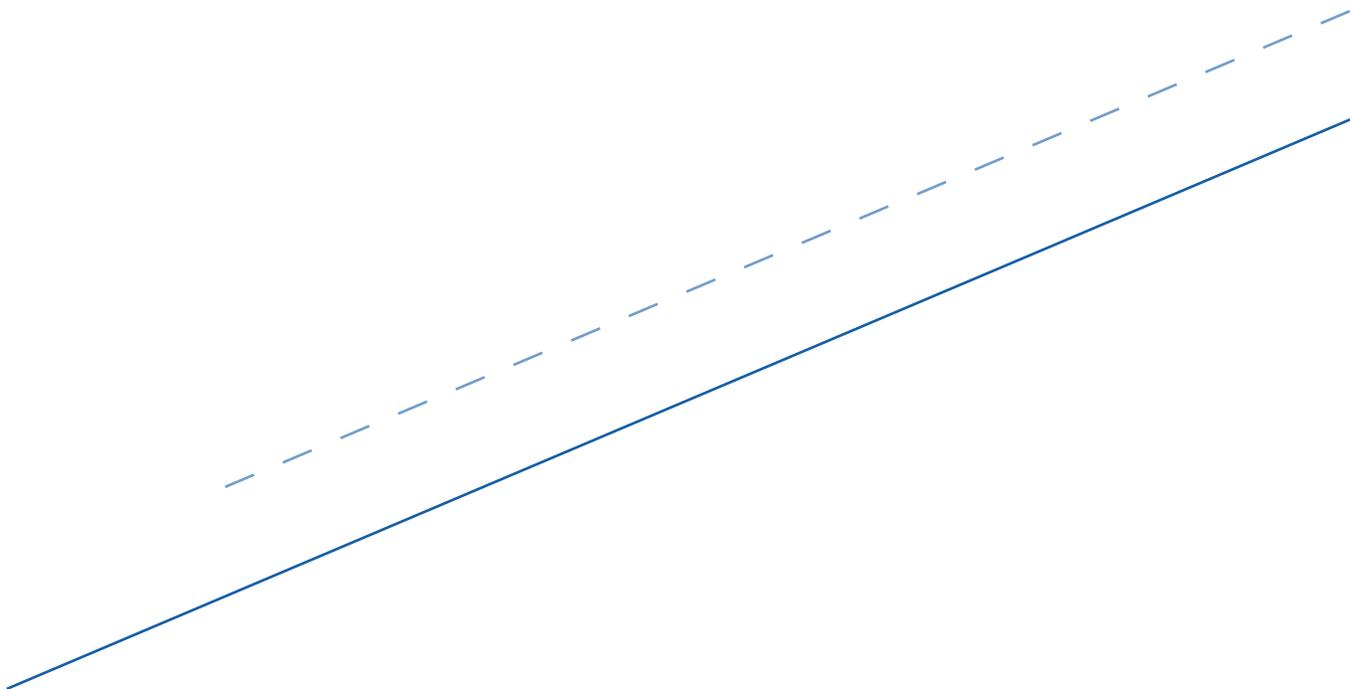
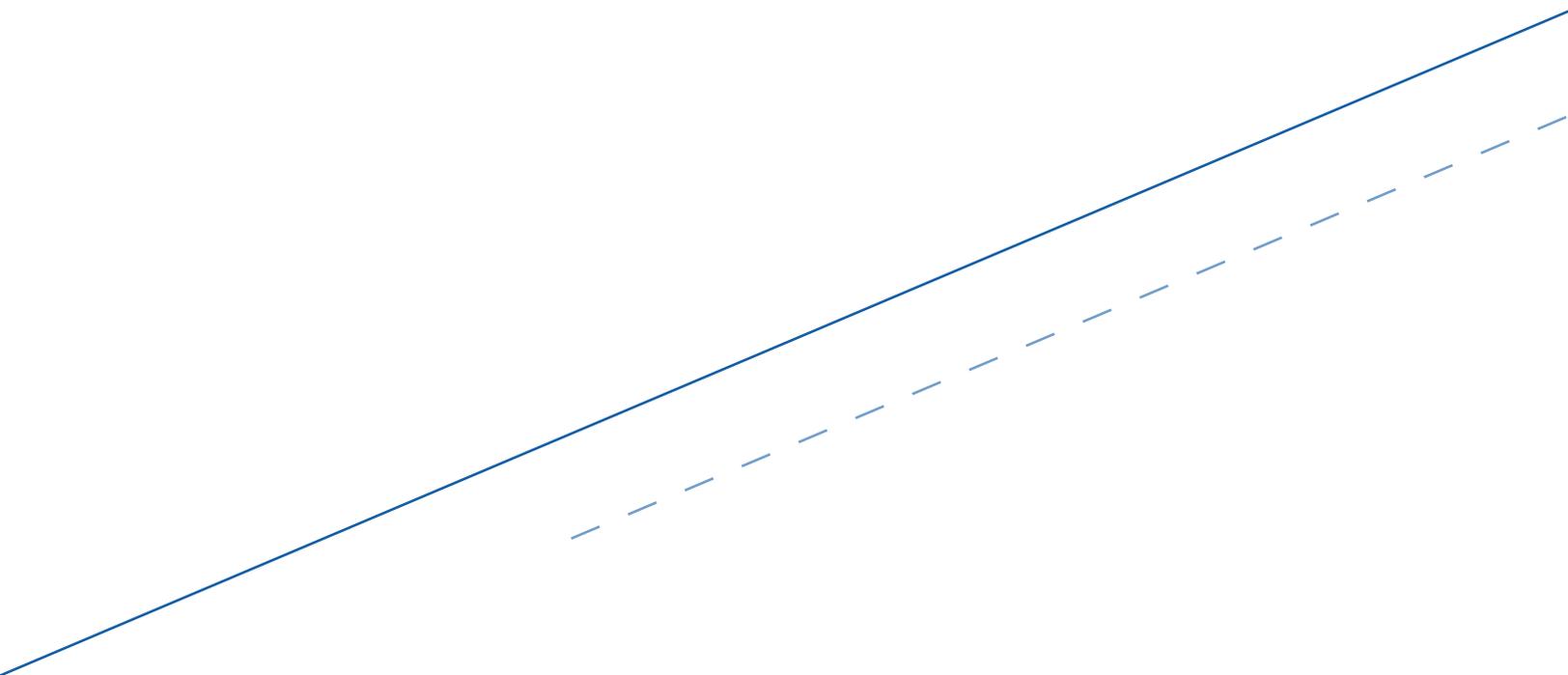
Se hará uso de polígonos o engranjes, con fotografías que reflejen el trabajo en equipo.





# Capítulo

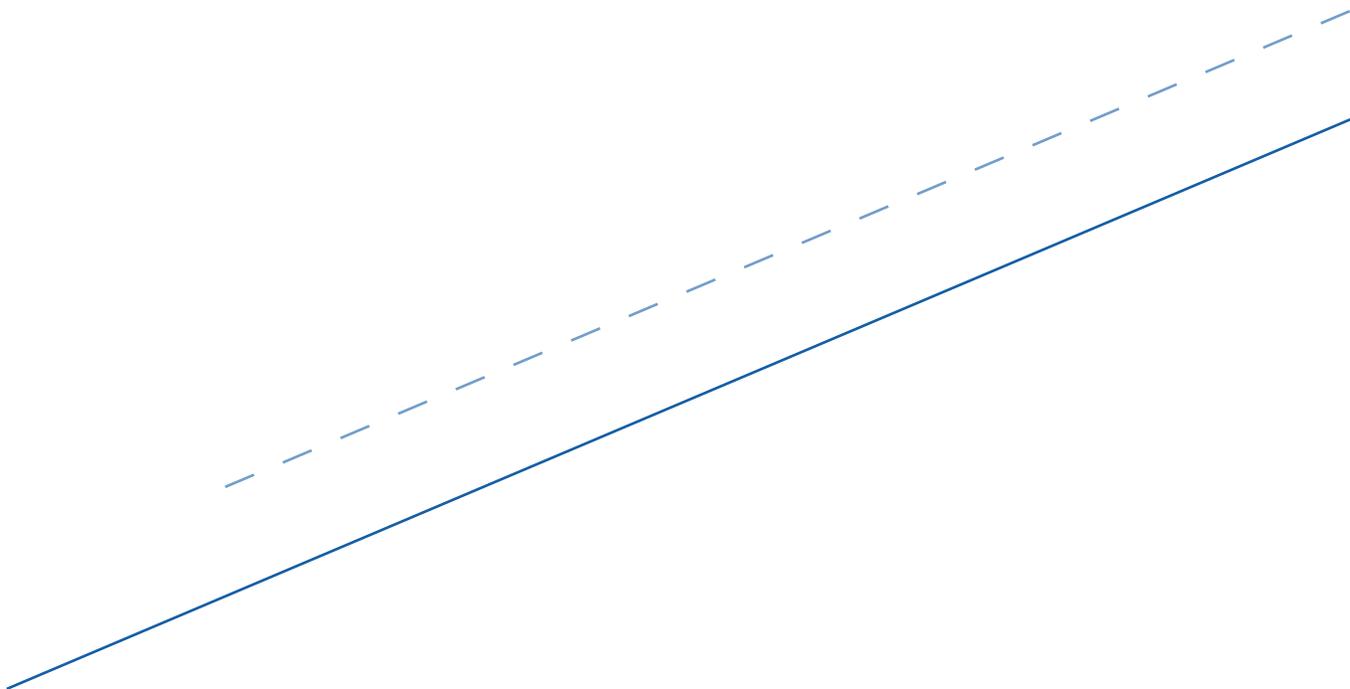
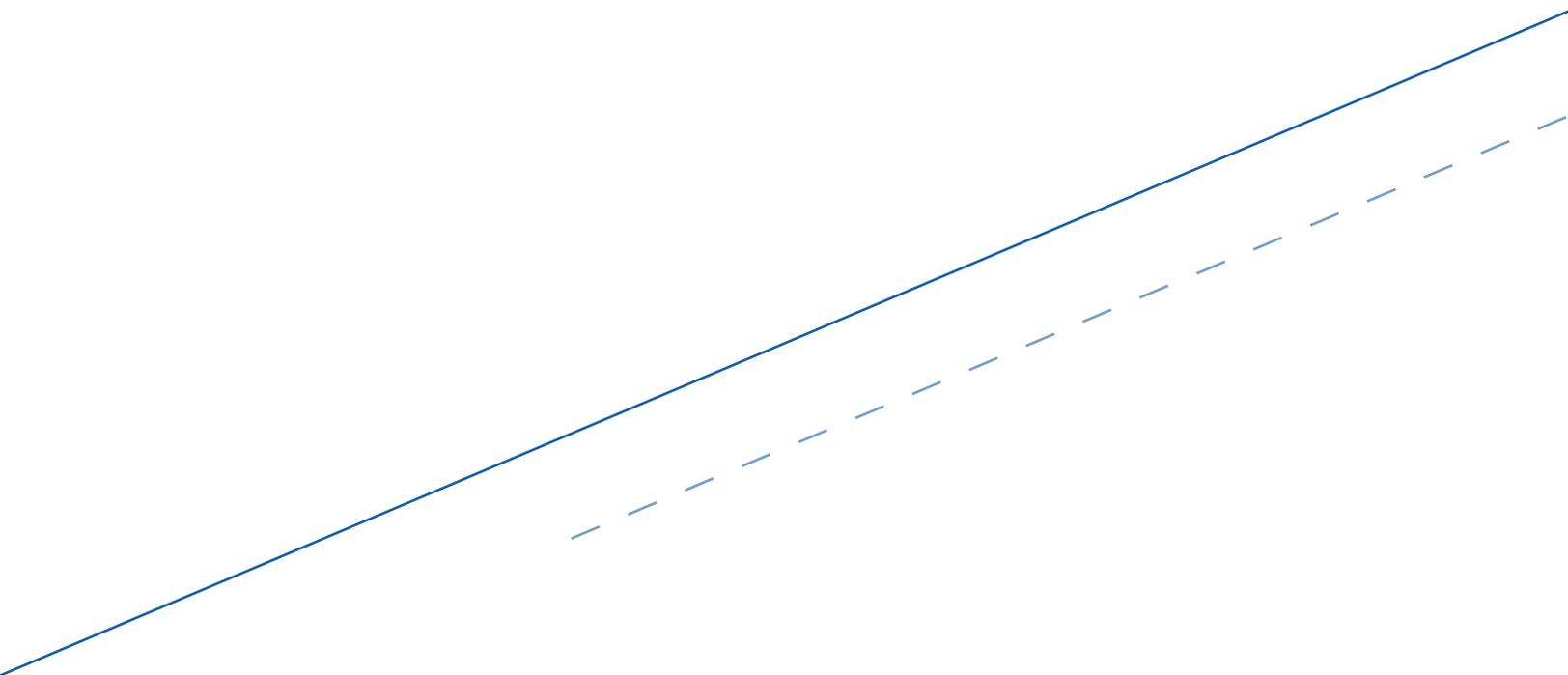
## 6 | Producción Gráfica



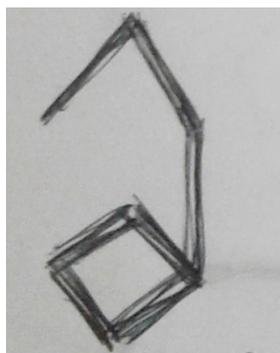
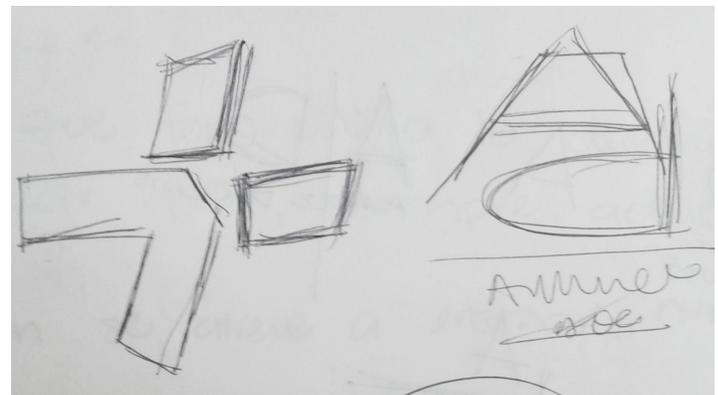
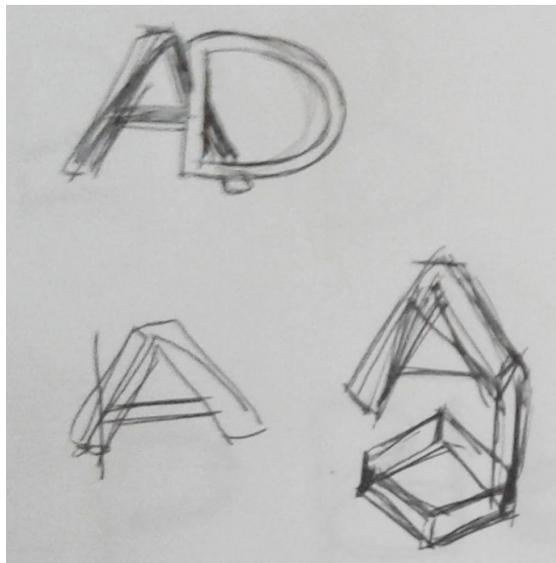
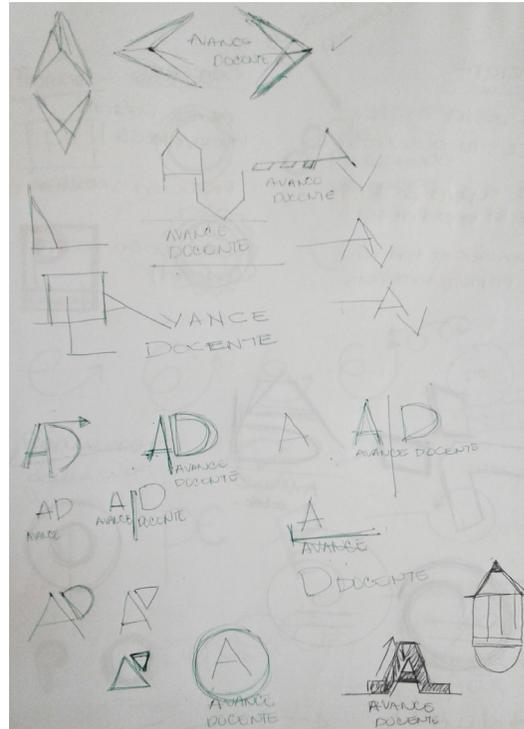
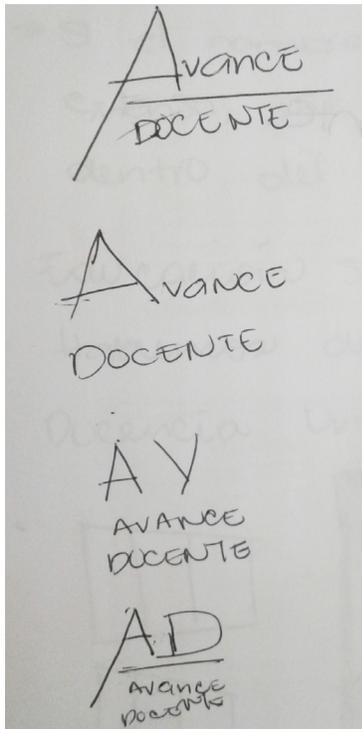
# Primer Nivel de visualización

---

Luego de seleccionar tres conceptos, se optó por bocetar un logotipo tomando como base cada uno de los conceptos; es decir el diseño de un logotipo para cada concepto. A continuación se muestran las propuestas de lo trabajado.



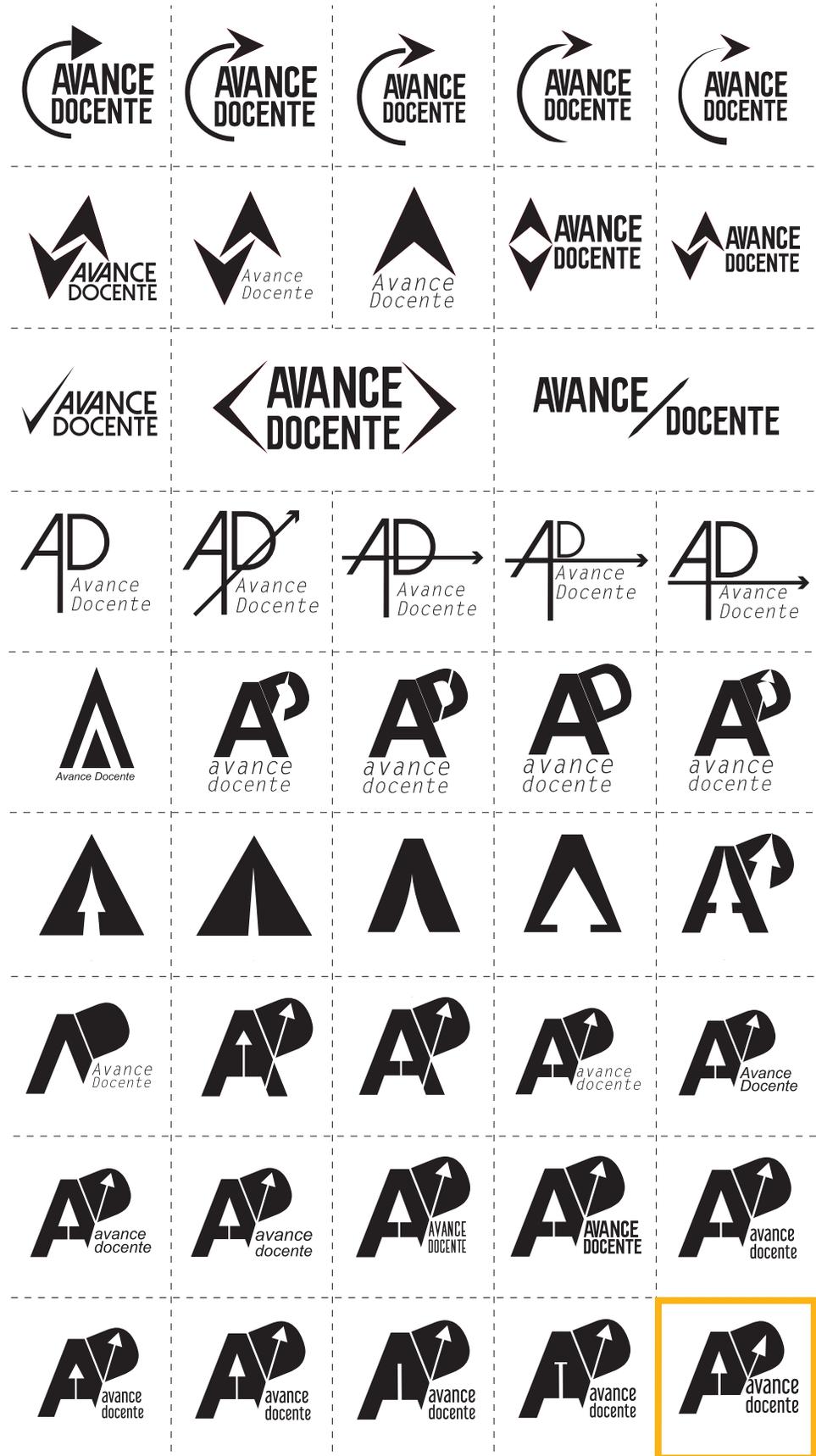
# Bocetaje de Imagotipo



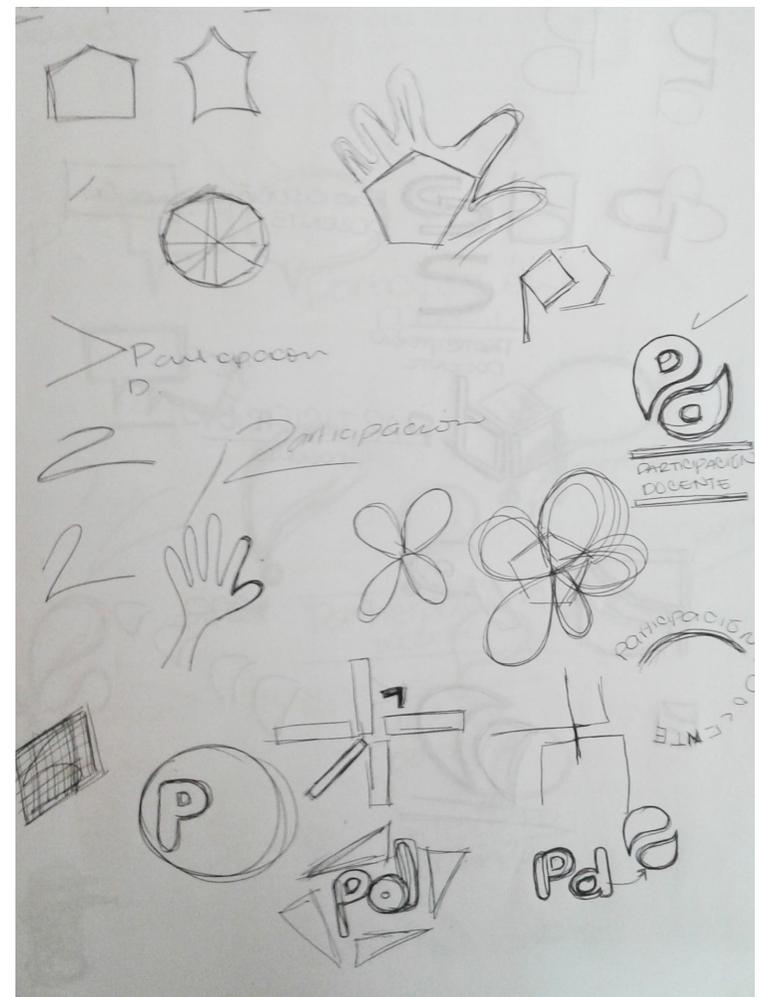
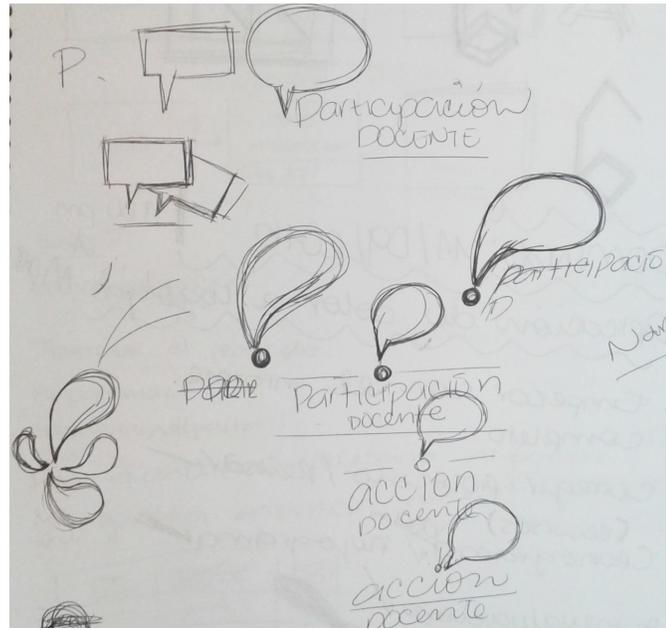
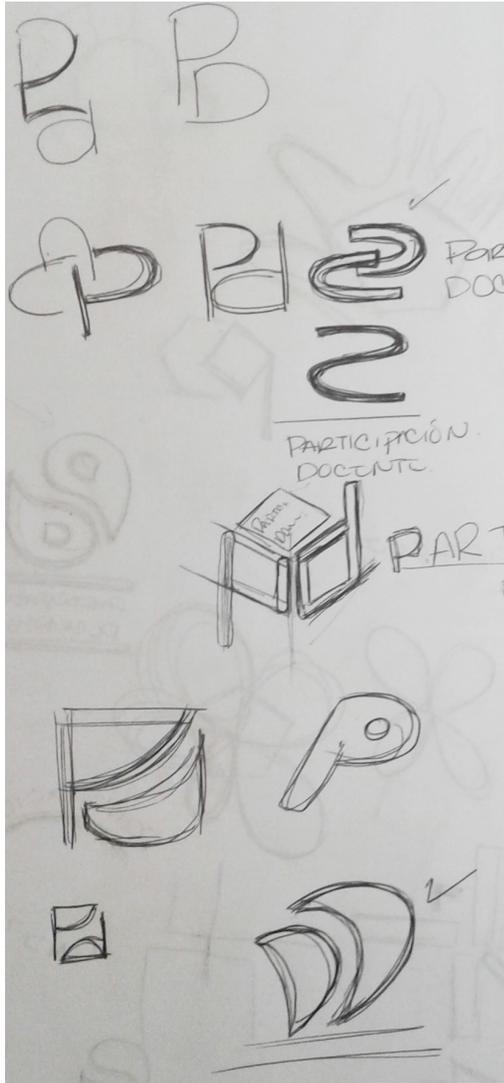
► Proceso de bocetaje a lápiz para el imagotipo de "Avance Docente".

Luego de hacer este proceso se seleccionó una versión a lápiz, para digitalizarlo y así obtener más variaciones y una mejor visualización de la propuesta.

Proceso de bocetaje digital para el imagotipo  
Avance Docente



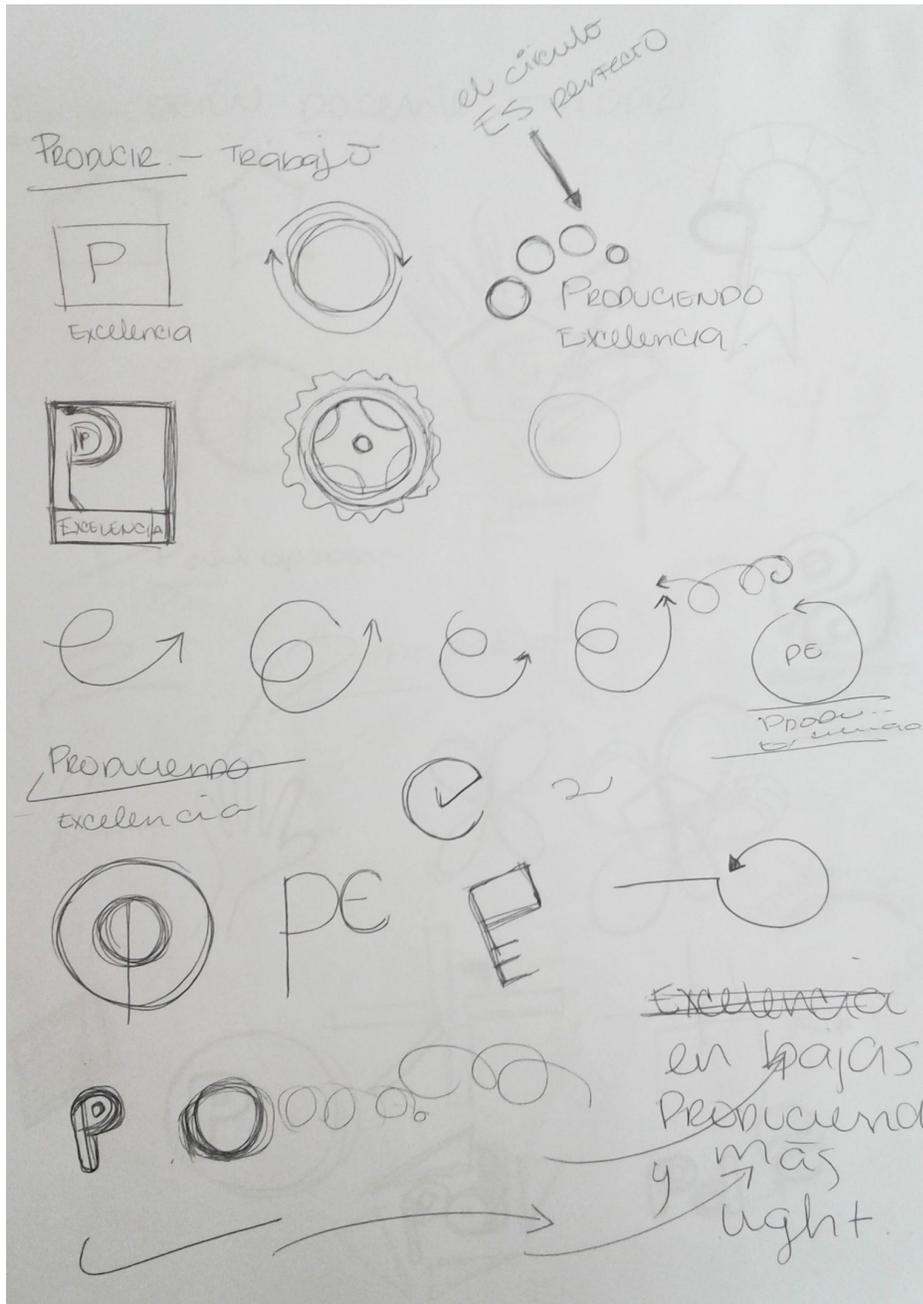
# Proceso de bocetaje a lápiz para el imagotipo Participación Docente



# Proceso de bocetaje digital para el imagotipo Participación Docente



## Proceso de bocetaje a lápiz para el imagotipo Produciendo Excelencia



- ▶ Luego de hacer este proceso se seleccionó una versión a lápiz, para digitalizarlo y así obtener más variaciones y una mejor visualización de la propuesta.

FONTS

EXCELENCIA

*Excelencia*

*Excelencia*

*Excelencia*



**PRODUCIENDO  
EXCELENCIA**

**PRODUCIENDO  
EXCELENCIA**

**PRODUCIENDO**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIENDO**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIENDO**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIENDO**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIEND**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIEND**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIEND**   
**EXCELENCIA**

**PRODUCIEND**   
**EXCELENCIA**



# Autoevaluación

## de Imagotipo

Para la autoevaluación de los imagotipos se seleccionó el mejor de cada concepto, quedando solamente tres. A continuación se autoevalúan, tomando en cuenta varios criterios de diseño, para elegir uno.



EVALUACIÓN DE PROPUESTAS									
PROPUESTA	PERTINENCIA	MEMORABILIDAD	FIJACIÓN	LEGIBILIDAD	COMPOSICIÓN	ESTILIZACIÓN	IDENTIDAD VISUAL	DISEÑO TIPOGRÁFICO	RESULTADO
	• PUNTAJE DE 0 - 5								
A	5	5	5	5	5	4.5	5	5	39.5
B	5	3	5	5	5	5	3	4.5	35.5
C	3	2	3.5	5	3	3	4	1	24.5

# Discusión

---

La propuesta A, fue la mejor evaluada, conforme a siguiente criterios:

## **Pertinencia**

El tema de proyecto de graduación es diseñar una estrategia visual de carácter informativo. La propuesta A logra guardar relación con el tema tratado, es el más adecuado para el grupo objetivo, porque se identifica más con un "Avance Docente –AD–" que con una "Participación" o un "Producir". La palabra "Avance" se vincula con el alturismo y la superación haciéndose más pertinente en el GO.

## **Memorabilidad**

Las líneas de tensión generadas en la propuesta "A" causan un impacto visual más grande, en relación a las demás propuestas. Lo que provoca un diseño memorable en el receptor.

## **Fijación**

Aunque estas propuestas iniciales aun no tienen aplicación de color, se evaluó la fijación del mensaje visual basado en su construcción, de posicionarse en el grupo objetivo. En este caso el más atrayente desde primera instancia es la primera propuesta.

## **Composición visual**

Se selecciona la propuesta A porque es armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo. Es la única propuesta que busca lograr el asombro en el receptor gracias a la tensión generada.

## **Abstracción**

Considero que ninguna de las propuestas A, B y C tienen abstracción. Aunque para diseñar el logotipo se utilizaron las primeras consonantes que dan vida al concepto, pienso que este método no encaja al 100% en el tema de abstracción del diseño visual.

## **Estilización**

El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estético, agradable, armónico y debe contribuir a despertar el interés y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo.

## **Comprensión y vinculación con el concepto**

La propuesta de diseño es capaz de comunicar el concepto creativo en cualquiera de sus soportes. Por las premisas de diseño se ve que la determinación de sus identificadores visuales pueden constituir un elemento muy valioso para potenciar la idea, evitando la ambigüedad en el mensaje.

## **Diseño tipográfico**

En la propuesta seleccionada la tipografía se incorpora al diseño, ya que porta ciertas inclinaciones dentro de su forma.

## **Uso del color**

Estas propuestas aún no poseen color, porque la intención fue evaluar primero la composición y luego la aplicación de color en la propuesta ya seleccionada. Por tanto se eliminó de la evaluación este criterio.

---

*Basado en, la Guía de  
instrumento para  
autoevaluación  
de alternativas del Primer Nivel  
de Visualización preparado por  
el Lic. Francisco Chang, 2010  
y la Lcda. Lourdes Pérez, 2012.*

# Definición de concepto

Insight: "Me gusta enseñar, necesito actualizarme".

El docente siempre está en búsqueda de aprender algo nuevo, quiere ir siempre a la vanguardia de la educación lo cual lo convierte en una persona emprendedora, que le gusta lo que hace y siente la necesidad de desempeñarse utilizando y aprendiendo técnicas nuevas, con las cuáles también alimentan su aprendizaje. De acá nace el concepto AVANZAR.

Avanzar es un verbo que quiere decir ir hacia adelante, tener un progreso o mejora; esto es lo que el grupo objetivo realiza constantemente en su profesión, acciona el avance del alumno y es necesario que de igual forma el docente siga yendo hacia adelante.

El AVANZAR se aplica totalmente a la División de Desarrollo Académico –DDA–, porque es una institución que está cien por ciento comprometida con el desarrollo del docente, entonces, lo anteriormente descrito conlleva a la finalidad de nombrar la estrategia visual de carácter informativo, como: "Avance Docente".



## Definiendo el color

Ya que se tiene un logotipo establecido se definirá el color que le será aplicado. En cuanto a las premisas anteriormente establecidas, con este concepto se debe aplicar colores primarios y secundarios. Luego de aplicar las tintas correspondientes se obtuvo el siguiente resultado.

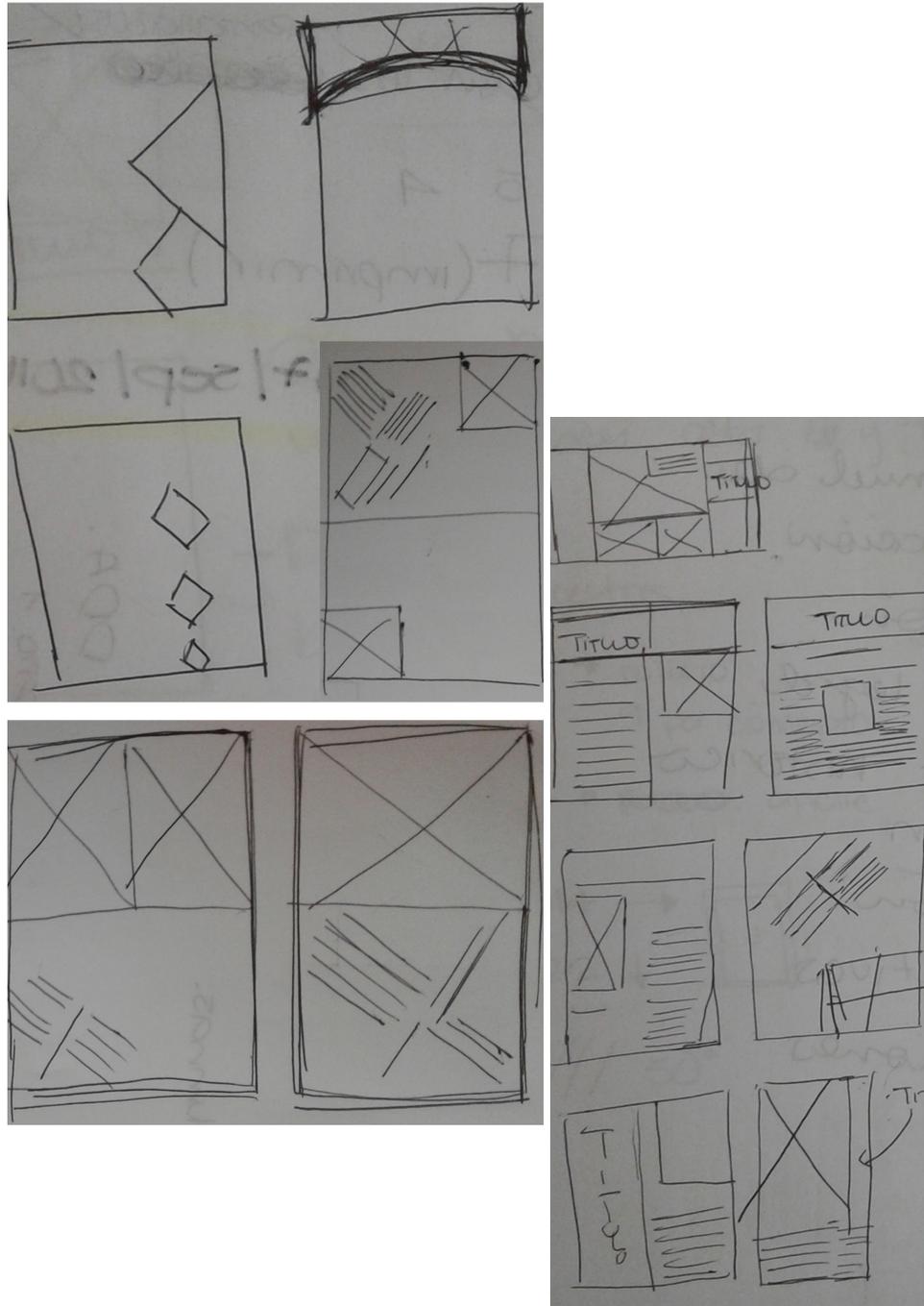


- El isomagotipo fue seleccionado en los colores azul y amarillo porque generan un alto contraste, y el azul hace referencia a la institución.

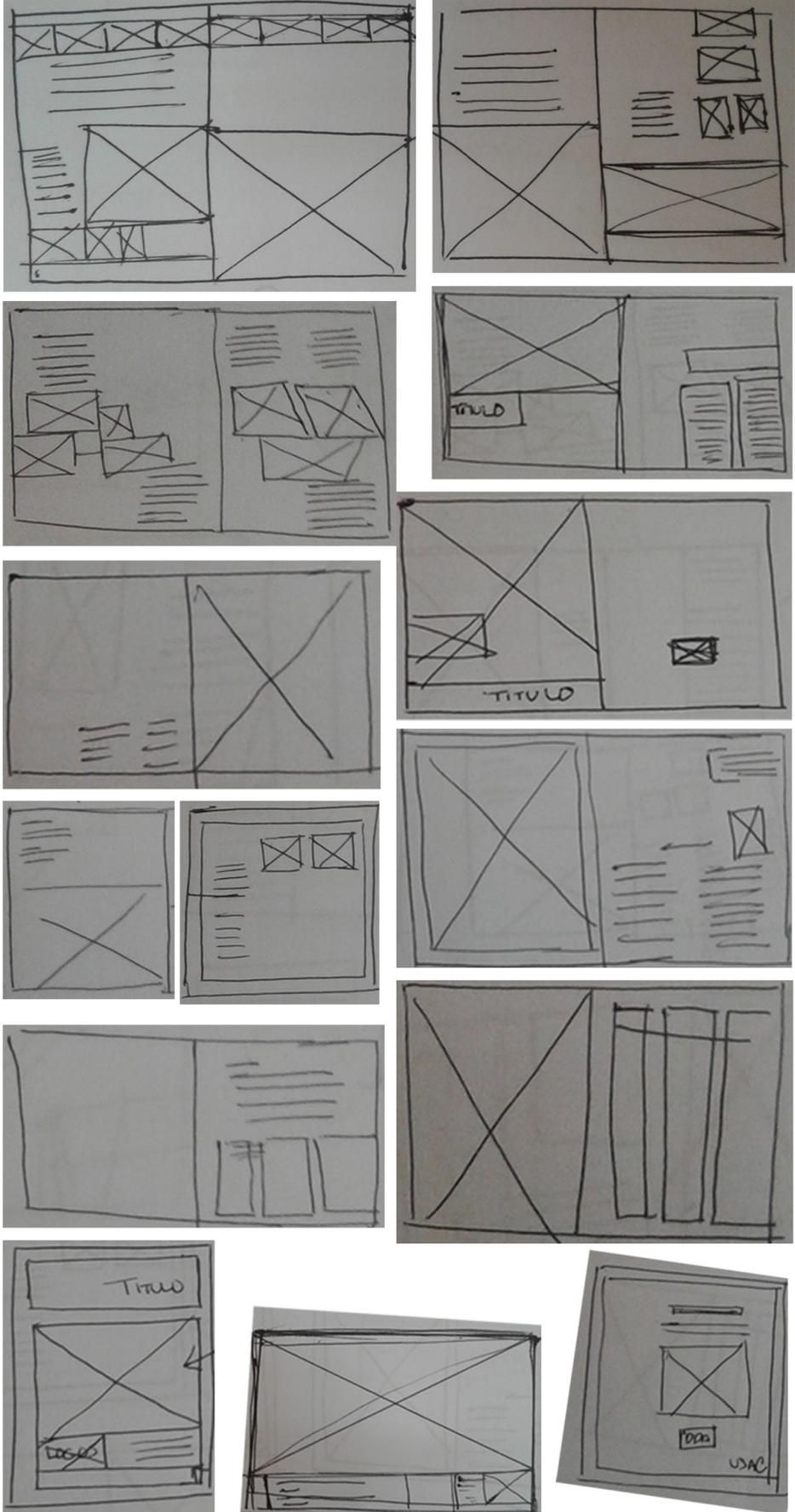
# Bocetaje de Piezas

Teniendo establecido el imagotipo de la estrategia "Avance Docente", y basado en las premisas que se plantearon anteriormente, se presentan los bocetos que podrían ser aplicables a las piezas que integrarán la estrategia de carácter informativo.

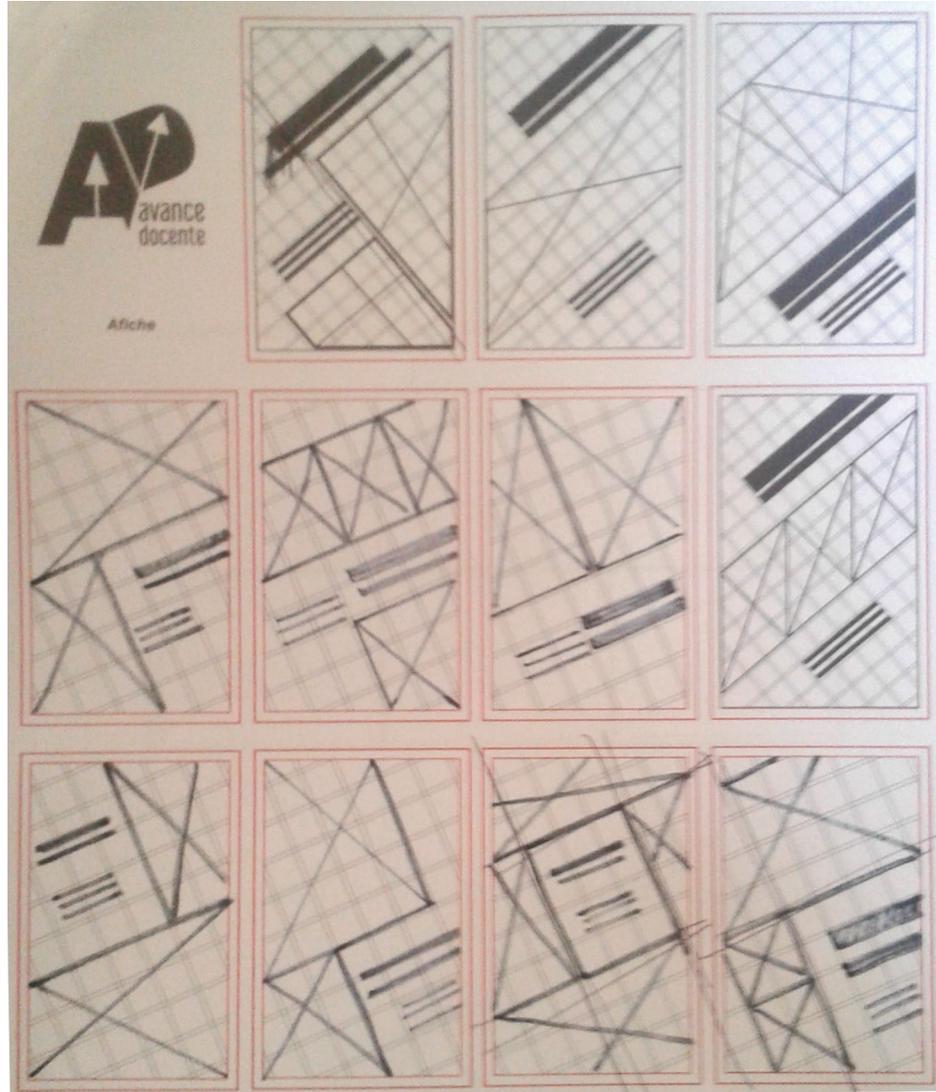
## Bocetos para Anuncio de Periódico



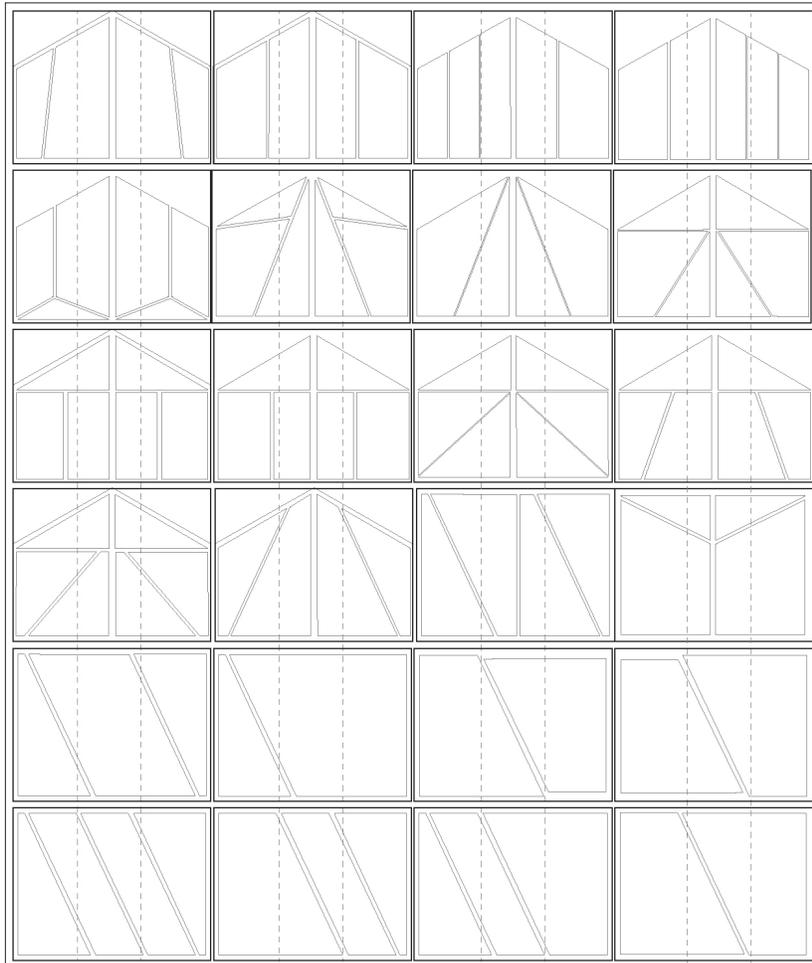
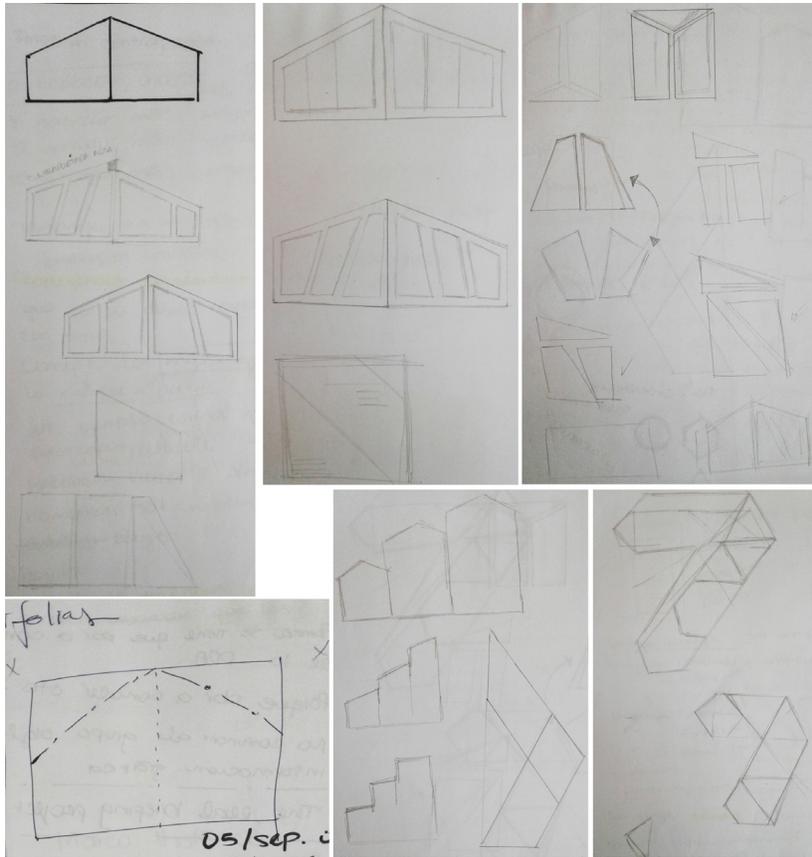
# Bocetos para Manta Vinílica



# Bocetos para Afiche



# Bocetos para Trifoliar



# Autoevaluación

## de piezas

Para la autoevaluación de las piezas se seleccionaron tres propuestas de cada pieza gráfica.

SIMBOLOGÍA			
TITULAR	TEXTO	IMAGEN	ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOYO
PIEZA	A	B	C
PERIÓDICO			
MANTA VÍNILICA			
AFICHE			
TRIFOLIAR			

Este es un procedimiento que pretende evaluar las propuestas del diseño de manera objetiva, determinando cuáles reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se pondera de 0 a 5 puntos con los siguientes criterios de evaluación: Excelente=5, muy bueno=4, bueno=3, regular=2, malo=1.

<b>EVALUACIÓN DE PROPUESTAS</b>						
<b>PROPUESTA</b>	<b>PERTINENCIA</b>	<b>MEMORABILIDAD</b>	<b>FIJACIÓN</b>	<b>COMPOSICIÓN VISUAL</b>	<b>IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>RESULTADO</b>
	• PUNTAJE DE 0 - 5					
<b>A</b>	4	3	3	3	2	15
<b>B</b>	4	3	3	4	3	17
<b>C</b>	5	4	3.5	5	5	22.5

# Discusión

---

Las propuestas de las piezas gráficas en la columna A no se unen al concepto directamente porque cada elemento dentro de cada una de las piezas se ven fragmentados, esto podría gener un mensaje ambiguo en la audiencia. En cuanto a la columna B algunas de las piezas gráficas no se logran vincular por completo a las demás, por tal razón no fueron elegibles, de forma que las propuestas de la columna C fueron las mejores evaluadas, conforme a los siguientes criterios:

## **Pertinencia**

El mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo por lo tanto se necesitan piezas gráficas que demuestren el concepto. En este caso la opción C tiene mejor pertinencia con el tema a diferencia de las otras dos opciones.

## **Memorabilidad**

Aunque gráficamente no se pueden visualizar por completo las piezas de la columna C tendrán un diseño memorable gracias al apoyo de alguna frase o texto que próximamente le será implementada con el cual el grupo objetivo podrá tomarlo como referente.

## **Fijación**

Se espera que ya graficadas las piezas en su totalidad cada uno de los elementos que componen las piezas de la columna C sean posicionados en la mente del grupo objetivo haciendo uso de colores, imágenes y mensajes adecuados que faciliten la fijación del mensaje.

## **Composición Visual**

De acuerdo a la ubicación de los elementos dentro de cada pieza se evaluó que las propuestas en C son las más agradables y estéticamente están vinculadas al concepto y reúnen las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo.

## **Comprensión y vinculación con el concepto**

Las propuestas de diseño que comunican el concepto creativo en cualquier formato, lo vemos de nuevo en la opción C, determinando sus identificadores visuales, potenciando la idea, y evitando la ambigüedad del mensaje.

# Fundamentación

## Imagotipo

### Identificador de Estrategia

El uso de las líneas paralelas es porque, el objetivo es mostrar dirección. No es lo mismo que nuestra vista se encuentre fija en una línea horizontal que refleja continuidad y pasividad, a que nuestro ojo vea líneas paralelas que llevan a realizar un recorrido ascendente, como se diseñó la flecha dentro de la letra D.

Como se mencionó anteriormente avanzar es acción, movimiento, continuidad, triunfo y optimismo, las líneas paralelas reflejan el dinamismo o la acción de avanzar que se desea proyectar. El uso de líneas verticales dentro de la composición y diseño del imagotipo dan sensación de fuerza, rigidez y altura, aptitudes que se poseen las personas cuando optan para ser docentes.



## Color

### Amarillo

Es un color brillante, se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de los pensamientos; simboliza energía y por lo tanto va relacionado a la acción o movimiento que se genera al avanzar.



R: 255 G: 255 B: 5  
C: 0% M: 19%  
Y: 100% K: 0%

### Azul

Refleja profesionalismo, ciencia, seguridad e inteligencia. Es aplicado porque es parte de las tonalidades del color azul institucional con el que esta normado la DDA.



R: 12 G: 93 B: 162  
C: 95% M: 68% Y: 7% K: 0%



R: 27 G: 13 B: 52  
C: 90% M: 94%  
Y: 41% K: 61%

### Blanco

Porque es un color neutro que permitirá la fácil identificación de los textos que se encuentren dentro de fondos azules.



R: 0 G: 0 B: 0  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%

## Tipografía

### Roboto

Se seleccionó la familia tipográfica Roboto, por su diseño estructural porque carece de remates, es simple y sus cortes rectos hacen que sea una fuente geométrica que da sensación de fuerza, es de bajo contraste, es altamente legible y muy adecuada para cualquier tipo de presentación digital e impresa.

Es una tipografía OpenType, es decir una tipografía escalable para computadora y versátil que se puede manejar en cualquier idioma, tablas, superíndices, subíndices, numerales y otros. Se seleccionó como tipografía principal ya que al tener esta versatilidad, es totalmente legible.

ABCDEFGHIJLMNÑO

PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqr

stuvwxyz

1234567890

**ABCDEFGHIJLMNÑO**

**PQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqr**

**stuvwxyz**

**1234567890**

### Libel Suit Rg Regular

Es una tipografía que fue seleccionada por el diseño de su forma y estructura. Tiene una notoria línea vertical y sus terminaciones diagonales hacen que se unifique y se integre con los elementos visuales del concepto. Específicamente será utilizada para títulos porque da estabilidad entre los textos informativos y los demás elementos.

ABCDEFGHIJLMNÑOQRSTU

VWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstu

vwxyz

1234567890

## Retícula

Formada por columnas, con líneas horizontales y diagonales, basada en la estructura del isologotipo, para que pueda verse la unidad con todos los demás elementos gráficos de la estrategia visual.

## Jerarquías tipográficas

En el caso del material impreso cada uno de los títulos que tenga serán escritos por la tipografía Libel Suit, ya que es de mayor presencia, siempre que comprenda un tamaño mayor de 14 puntos, esto ayudará a resaltar más la información que se desea.

## Los elementos gráficos de apoyo

Triángulos y paralelogramos, estos apoyarán a generar un recorrido visual dentro de las piezas y a resaltar datos importantes de la estrategia. Nacen con el efecto de aprovechar la forma y estructura de la letra "A", (letra inicial del concepto Avanzar) con sus líneas diagonales y verticales se desea que reflejen apoyo visual dentro de la pieza y unidad al concepto.

## Formato

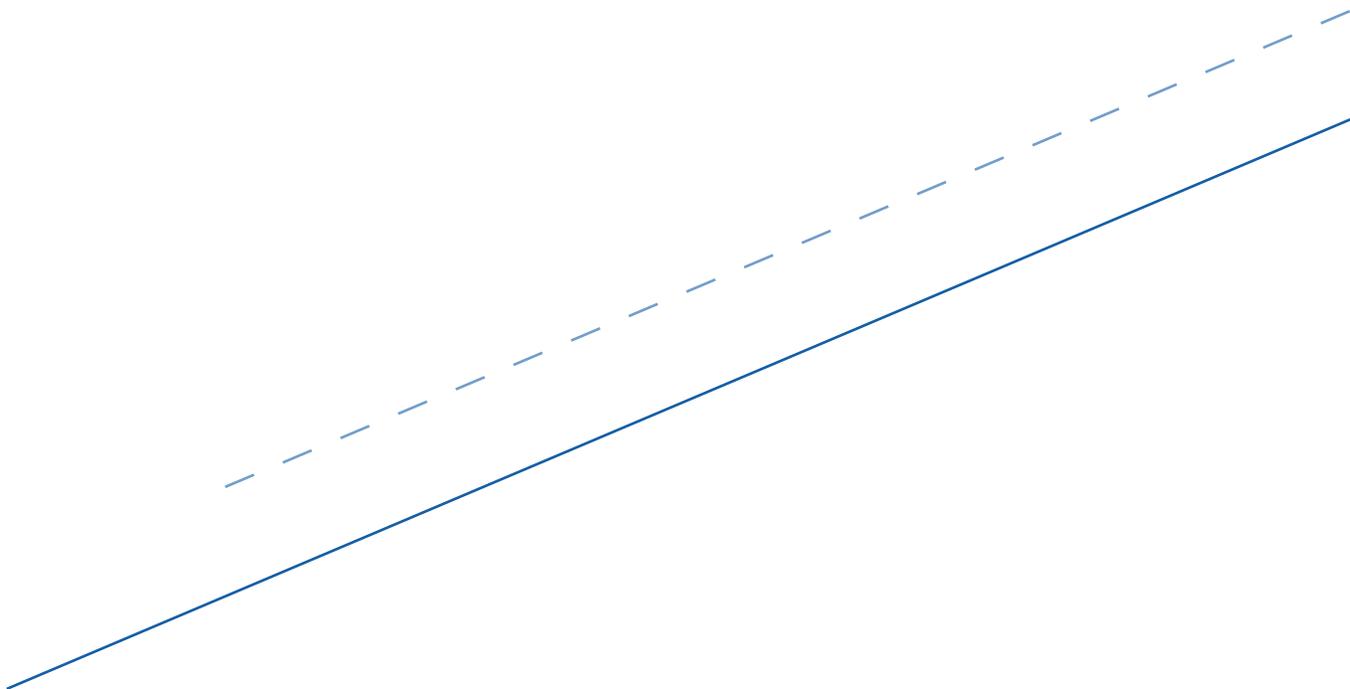
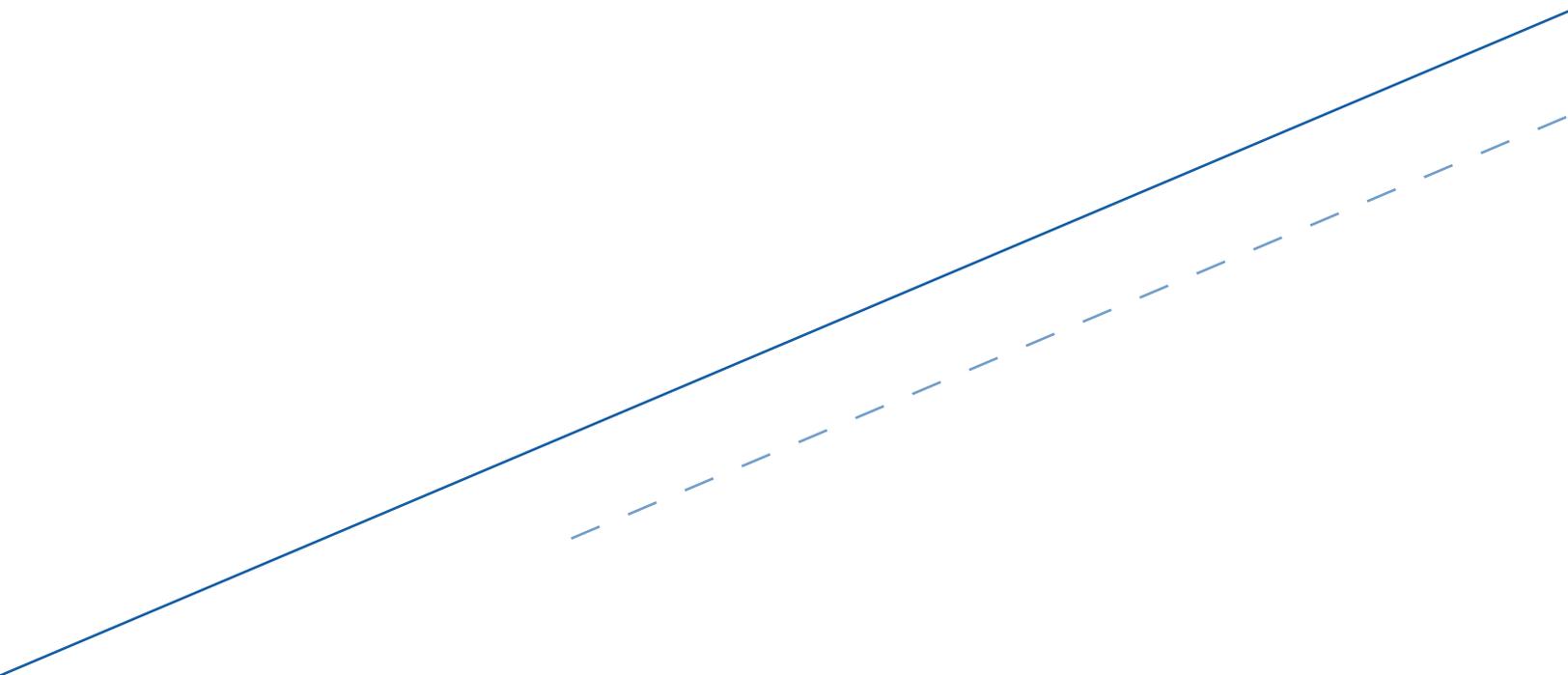
El formato es distinto para cada una de las piezas; algunas piezas impresas tendrán un tamaño carta y/o tabloide porque es lo más factible para el centro de impresión de la institución.

# Segundo Nivel de visualización

---

En este nivel se tienen bocetos digitales en donde se muestran las variaciones que tuvo cada una de las piezas para alcanzar este nivel 2 de visualización.

Luego del procesos de bocetaje a mano se inició con la digitalización de las piezas, hasta considerar la composición apta para la validación con expertos en el tema y en diseño.



# Bocetaje

En lo siguiente se nota cuál fue el proceso de bocetaje que se realizó para llegar a las piezas que serán evaluadas en este nivel.

En cada una de las filas se puede observar cada uno de los cambios que se fueron generando en cada asesoría.

Como se notan las variaciones del diseño del afiche, manta y anuncio de periódico en el bocetaje se juega con todos los elementos de la composición para lograr dirección, orden y armonía en cada una de las piezas destacando la información requerida por el cliente.

## Bocetos para Anuncio de Periódico

**Avanzar es cambiar la forma de enseñar, por eso la DDA avanza con usted**

**DDA**  
División de Desarrollo Académico

La DDA es una unidad académica administrativa de la Dirección General de Docencia a quien le corresponde la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así como la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su vinculación con la sociedad guatemalteca.

**MISIÓN**  
Ser la División de Desarrollo Académico de la Dirección General de Docencia, nos caracteriza la calidad de nuestros servicios y el compromiso ético para ejecutarlos, por medio de la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa, en concordancia con el ser de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**VISIÓN**  
Se concibe a la División de Desarrollo Académico como un organismo de la Dirección General de Docencia en búsqueda de la excelencia académica del sistema educativo en la Universidad de San Carlos de Guatemala, potenciando los recursos y la calidad de los servicios educativos los cuales se ofrecen tanto al personal docente, como a estudiantes de la Universidad, con ética y un enfoque humanista.

www.facebook.com/DDA  
DDA USAC DIGED  
dda.sfpu@gmail.com

"Id y enseñad a todos"  
USAC  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

## Bocetos para Manta Vinílica

**Nos caracteriza la calidad de nuestros servicios y el compromiso ético para ejecutarlos**

**DDA**  
División de Desarrollo Académico

**ESTAMOS UBICADOS EN:**  
Edificio Antiguo CALUSAC/DDA, 2do. Nivel,  
Ciudad Universitaria, zona 12

**CONTACTÉNOS:**  
Tel.: PBX 2418-800  
Exts: 9634, 1186, 1189 y 83113  
Directos: 2418-8081  
2418-9634  
Fax: 2418-2022

www.facebook.com/DDA  
DDA USAC DIGED  
dda.sfpu@gmail.com

http://digid.usac.edu.gt

"Id y enseñad a todos"  
USAC  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

## Bocetos del Afiche

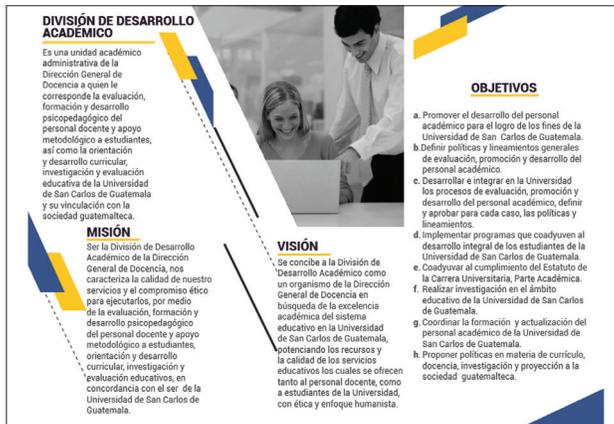


## Bocetos del Trifoliar

Acá se presentan una propuesta de trifoliar, sin embargo no se logró validar con ella porque no se consideró una pieza terminada.



▶ TRIFOLIAR TIRO



▶ TRIFOLIAR RETIRO

# Validación

## con Expertos en el Tema

---

La estrategia esta integrada en su mayoría por piezas impresas : un afiche, el cual se reproducirá para cada una de las facultades, un anuncio que será publicado en el periódico de la Universidad de San Carlos, una manta, y una serie de trifoliales. Los trifoliales se encuentran en proceso de diseño, por lo tanto se tomó la desición de validar solamente con las piezas que se consideraban completas.

Los instrumentos de validación realizados para enviarlos a expertos en el tema se pueden ver en la sección de **anexo 1**. A continuación se comentan los resultados de los Expertos en el Tema.

Los Expertos en el Tema, lograron identificar la información dentro de las piezas en su mayoría, medianamente ordenada, mientras que el resto la pude observar ordenada. Por tanto en las siguientes piezas que se boceten tendrán que ser un poco más rígidas y pegadas a la retícula, para que cada una de las piezas pueda verse en orden.

Es importante mencionar que debido a la plataforma utilizada para realizar los cuestionarios, se optimizaron las imágenes de las piezas gráficas esto género que el resultado en la composición y tamaño de los títulos fuera medianamente eficiente.

En cuanto a las fotografías aunque sustentan la estrategia de manera efectiva, los expertos en el tema sugirieron que dichas imágenes se colocaran a color. Estas se encontraban en escala de grises porque la intención o la estrategia estaban basada principalmente en dar a conocer su ubicación e información de contacto.

La información contenida en las piezas gráficas será la misma a utilizar en el siguiente proceso; ya que es la que se desea dar conocer en la comunidad docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La paleta de colores es la adecuada porque los expertos los ven llamativos, los consideran muy acordes a la Institución, y también les transmiten optimismo y seguridad; de igual forma estos se mantendrán en cada una de las piezas.

Al momento de calificar los materiales fueron catalogados como eficaces y medianamente eficaces; se espera que después de realizar los cambios sugeridos, estos, puedan ser eficaces en la siguiente validación.

# Validación

## con Profesionales del Diseño Gráfico

---

Se realizan encuestas, con datos cualitativos con el objetivo de evaluar aspectos de funcionalidad, comprensión del concepto, color, tipografías, integración de las piezas, tamaños, legibilidad, etc.

El proceso de validación de este material se llevó a cabo a través de encuestas con google formularios en los cuales se dieron a conocer los objetivos que se buscan cubrir, para dicho proceso. El cuestionario realizado se puede observar en la sección de **anexo 2**.

Comentando el resultado de la primera pregunta del cuestionario elaborado para Profesionales en Diseño Gráfico, consideraron que los tamaños para cada uno de los materiales validados son Eficientes, por lo tanto en cada uno mantendrá su tamaño.

En cuanto a la retícula los profesionales sugirieron ubicar los textos de otra forma dentro de la retícula a medida que se viera ordenada. Aunque la retícula les pareció agradable muchos indicaron que les fue molesto y dificultoso tener que girar su cabeza para leer, por lo que se tratara la forma de solucionar o evitar la inclinación de los textos dentro de las piezas. Sin embargo en la composición de los textos se logró el siguiente resultado: 80% eficiente y 20% medianamente eficiente.

El Interlineado en los textos es eficiente. Coincidieron que contiene una tipografía legible tanto en títulos como en los párrafos, sin embargo la sugerencia fue contrastar más el texto con la imagen, para que resaltaré el título, por lo tanto es un cambio que efectivamente se realizará en el próximo bocetaje.

Se constató que los colores son agradables, lograron transmitir optimismo y seguridad, apoyan completa y parcialmente la estrategia.

Las fotografías representan el concepto de manera comprensible, y la sugerencia fue que se colocaran a color; no en escala de grises ya que connotaban el significado de tristeza o desanimo.

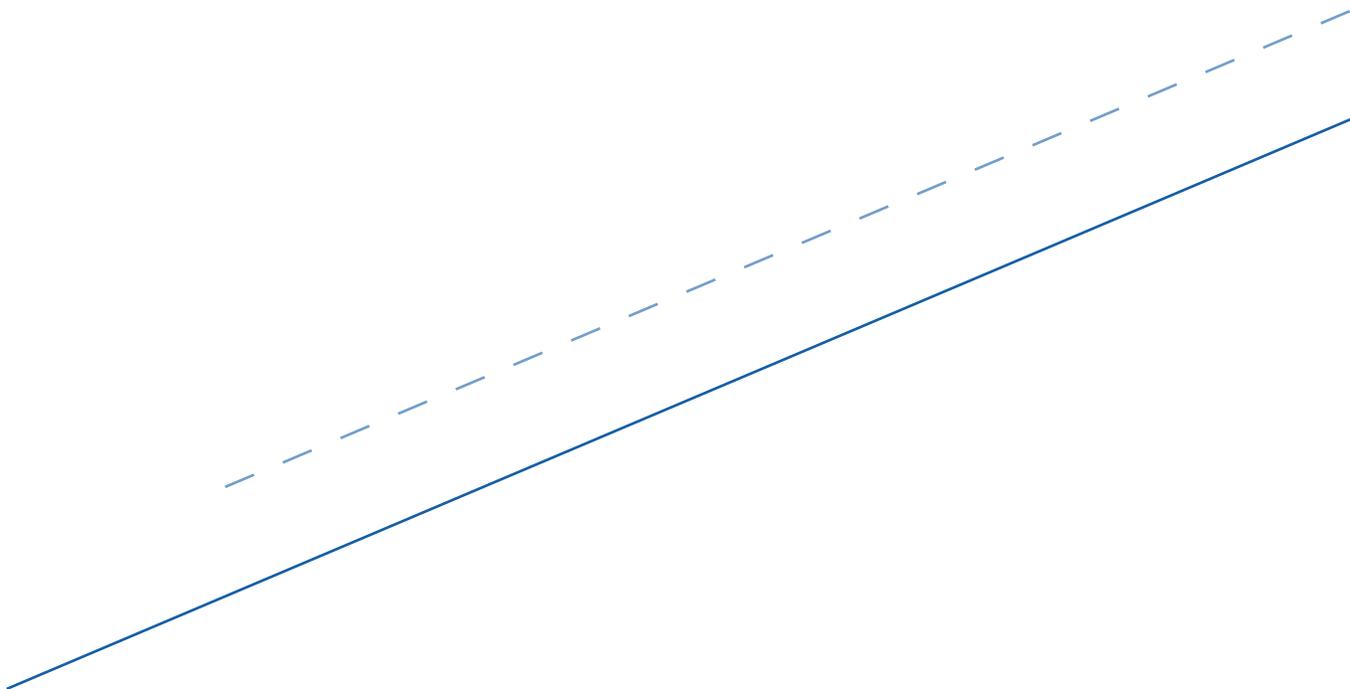
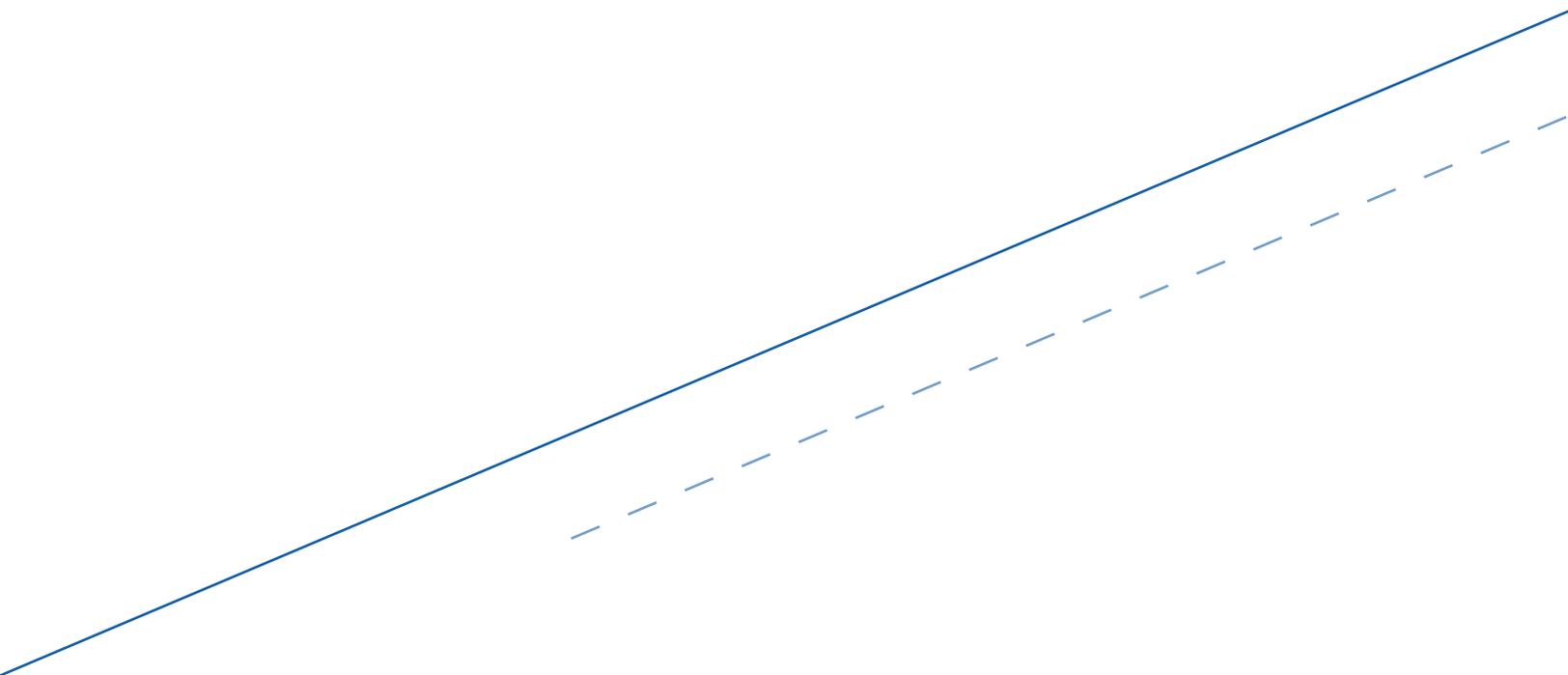
Aunque los elementos visuales logran apoyar la composición, otra indicación fue que se encontrará la forma de seleccionar solo algunos y plasmarlos ordenadamente.

Al final de la validación con los profesionales en diseño gráfico calificaron las piezas como las indicadas para desarrollar la estrategia; aunque aún faltaba pulirlas un poco más, para que fueran eficaces.

# Tercer Nivel de visualización

---

Para realizar la 3era visualización se realizaron los cambios bs los resultados de la validación anterior.



# Bocetaje

---

Este proceso consiste en seguir puliendo las piezas de diseño para próximamente definir su diseño final.

En estas piezas se encuentran plasmados los cambios sugeridos y discutidos en la segunda validación; se obtuvieron algunas recomendaciones y observaciones para las piezas realizadas y cada una de estas sugerencias, se evaluaron para verificar si era pertinente realizarlos o no. Por lo tanto y dicho lo anterior, en el siguiente proceso se observan los cambios recomendados.

## Bocetos para Anuncio de Periódico

Avanzar es cambiar la forma de enseñar, por eso la DDA avanza con usted.

**ESTAMOS UNICADOS**  
 Edificio Arqueológico CAUSAC/COA, 2da. planta, Ciudad Universitaria, zona 12.  
**CONTACTOS:**  
 PRR: 2418-800  
 Ext: 9024, 1198, 1189 y 83113  
 Dirección: 2418-3081  
 2418-9034  
 Fax: 2418-3022

## Bocetos para Manta Vinilica

“Nos caracteriza la calidad de nuestros servicios y el compromiso ético para ejecutarlos”

**ESTAMOS UNICADOS**  
 Edificio Arqueológico CAUSAC/COA, 2da. planta, Ciudad Universitaria, zona 12.  
**CONTACTOS:**  
 PRR: 2418-800  
 Ext: 9024, 1198, 1189 y 83113  
 Dirección: 2418-3081  
 2418-9034  
 Fax: 2418-3022

## Bocetos del Afiche

Avanzar es cambiar la forma de enseñar, por eso la DDA avanza con usted.

**ESTAMOS UNICADOS**  
 Edificio Arqueológico CAUSAC/COA, 2da. planta, Ciudad Universitaria, zona 12.  
**CONTACTOS:**  
 PRR: 2418-800  
 Ext: 9024, 1198, 1189 y 83113  
 Dirección: 2418-3081  
 2418-9034  
 Fax: 2418-3022

## Bocetos del Trifoliar

**OBJETIVOS**

1. Promover el desarrollo del personal académico en materia de desarrollo profesional, académico y científico.
2. Definir políticas e instrumentos generales de evaluación, promoción y desarrollo del personal académico.
3. Desarrollar e integrar en la Universidad las acciones de evaluación, promoción y desarrollo del personal académico, definiendo y aplicando los estándares de calidad.
4. Implementar programas que contribuyan al desarrollo integral de los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
5. Colaborar al cumplimiento del Estado de la Carrera Universitaria, Parte Académica.
6. Realizar investigación en el ámbito educativo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
7. Coordinar la formación y actualización del personal académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
8. Promover políticas en materia de currículo, docencia, investigación y proyección a la sociedad guatemalteca.

**FUNCIONES**

1. Brindar asesoría e información a las unidades académicas en materia de desarrollo profesional, académico y científico.
2. Formular y aplicar nuevas medidas de gestión profesional mediante la implementación de los procesos académicos de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
3. Diseñar permanentemente las estrategias orientadas a la evaluación académica, su desarrollo y aplicación a través de la Universidad.
4. Impulsar métodos y técnicas educativas, innovadoras y creativas, orientadas a la capacitación de los planes de desarrollo profesional académico, promoviendo el perfeccionamiento en el desarrollo del personal docente y el equipo educativo disponible.
5. Gestionar las acciones académicas hacia la formación de profesionales en concordancia con los planes generales de la Universidad y las necesidades de desarrollo de la misma.
6. Promover el intercambio académico nacional, regional e internacional para el mejoramiento académico mediante la realización de actividades de actualización, perfeccionamiento y perfeccionamiento en el desarrollo del personal académico para alcanzar nuevas formas de enseñanza y gestión.

**VISIÓN**

Se concibe a la División de Desarrollo Académico como el organismo de la Dirección General de Docencia en búsqueda de la excelencia académica del personal docente y de su proyección profesional, científica, tecnológica, investigativa y evaluativa, en concordancia con el plan de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## Bocetos del Trifoliar-Retiro

Avanzar es cambiar la forma de enseñar, por eso la DDA avanza con usted.

**ESTAMOS UNICADOS**  
 Edificio Arqueológico CAUSAC/COA, 2da. planta, Ciudad Universitaria, zona 12.  
**CONTACTOS:**  
 PRR: 2418-800  
 Ext: 9024, 1198, 1189 y 83113  
 Dirección: 2418-3081  
 2418-9034  
 Fax: 2418-3022

# Validación con grupo objetivo

---

A continuación se describen algunos cambios que fueron realizados después de las validaciones con expertos en el tema y profesionales del diseño.

- El grado de inclinación en la información de los textos fue eliminada porque su legibilidad era un poco confusa, y por lo tanto no era funcional.
- Las fotografías aunque al principio se había optado por colocarlas en escala de grises, estas cambiaron ya que el significado que daban a las piezas era inadecuado (desánimo, tristeza, negatividad, etc.) a razón de lo anterior fueron trasladadas a color.

Luego de realizar los cambios anteriormente descritos, se preparan las piezas para aplicarlas con personas que pertenecen al grupo objetivo al cual se dirige el material. Se utilizan prototipos totalmente diseñados o partes clave de las piezas si estas son muy extensas.

La finalidad de esta actividad es verificar la aplicabilidad comunicativa, tanto del contenido de las piezas como del diseño, determinando el nivel de atracción visual y legibilidad alcanzado a través del mismo.

Para este propósito se elaboró un instrumento de validación, técnica que permita verificar el nivel de aceptación por parte del Grupo Objetivo (docentes) y confirmar su efectividad. El instrumento y la tabulación de resultados se pueden observar en **anexo 3**.

El grupo objetivo logró identificar las piezas con los términos actualización y capacitación, también se logró que el grupo objetivo identificará las fotografías como un buen sustento de la información presentada en cada una de las piezas.

Los colores utilizados fueron en su mayoría llamativos, transmitiendo optimismo y seguridad. Visualizaron la información de forma ordenada y a primera impresión el grupo objetivo se interesó por el material diseñado. En general las piezas gustaron y fueron agradables para la audiencia.

Por último el cambio que se consideró y que se realizó fue con un elemento gráfico de apoyo a cada una de las piezas sé le modifico el tamaño este elemento, porque parecía ser un distractor dentro de las piezas. Aunque no es un cambio tan drástico de igual forma es necesario realizarlo porque por muy simple que sea el cambio es necesario, para tener armonía dentro las piezas, también se tomó la decisión de mantener este elemento porque dentro de las piezas es utilizado como guía dentro del recorrido visual. A continuación se ejemplifica con algunas de las piezas.

Se muestra un ejemplo del cambio que se realizó en la manta y el anuncio para periódico. En varias piezas el tamaño del triángulo fue modificado.

Antes

Después



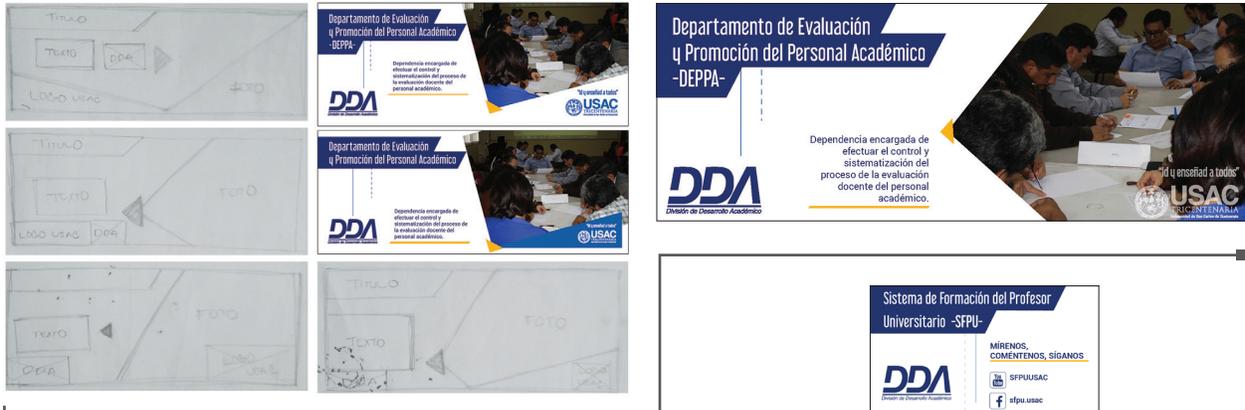
Al igual que con las otras piezas, se modificó el tamaño del triángulo y la fotografía se cambió en el afiche porque visualmente era muy repetitiva.



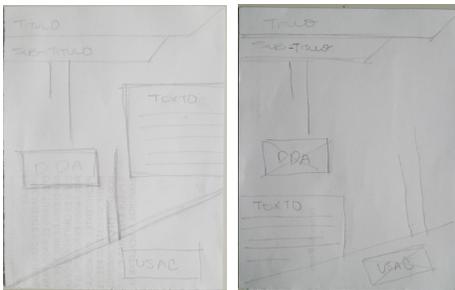
Al tener validadas 4 piezas (anuncio para periódico, manta, afiche, y trifoliar) y sabiendo varios criterios que se deben tomar en cuenta para el diseño de las demás piezas se facilitó el proceso de elaboración de las piezas complementarias. Se optó por implementar la misma línea gráfica a las siguientes piezas: banner roll-up, take one, y cinco portadas para Facebook.

A continuación se presenta el bocetaje de dichas piezas de la estrategia visual de carácter informativo.

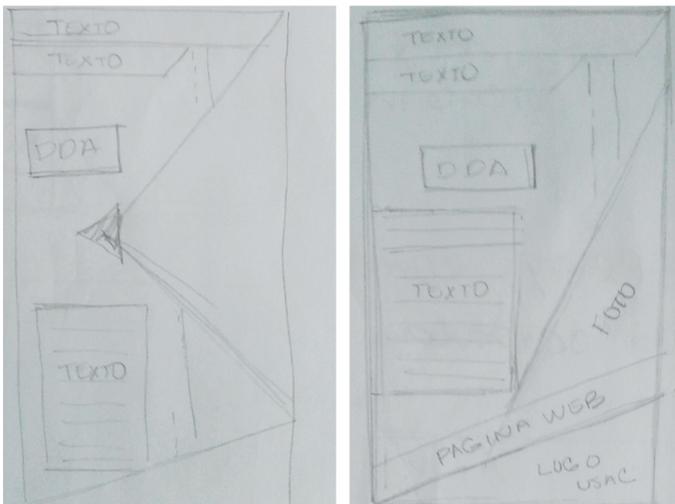
### Bocetos de portadas para Facebook

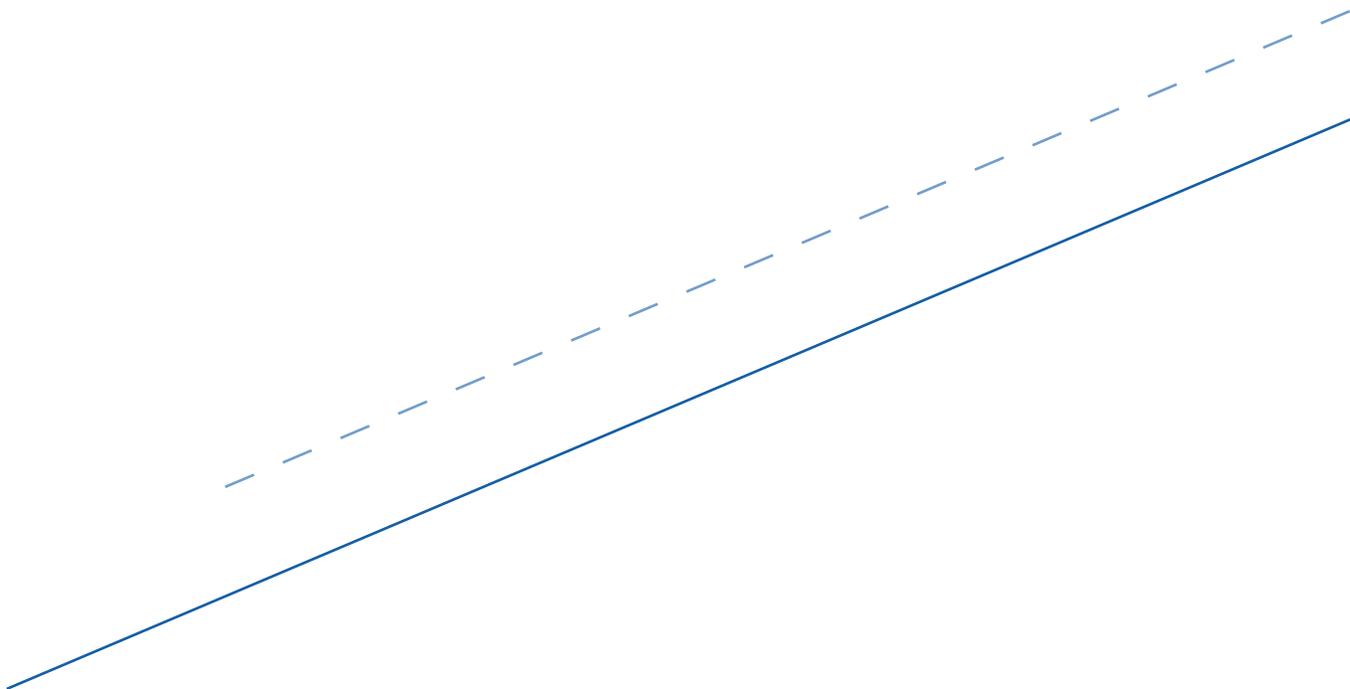
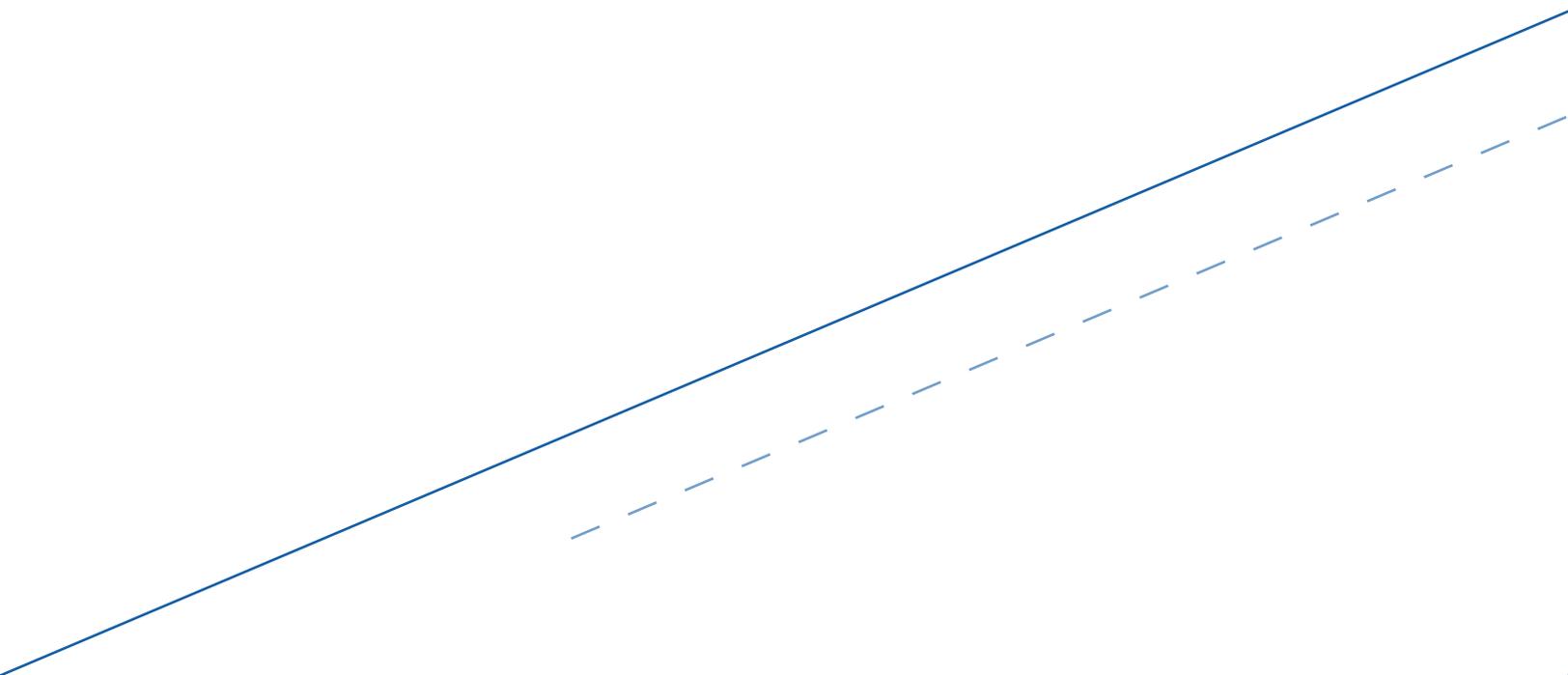


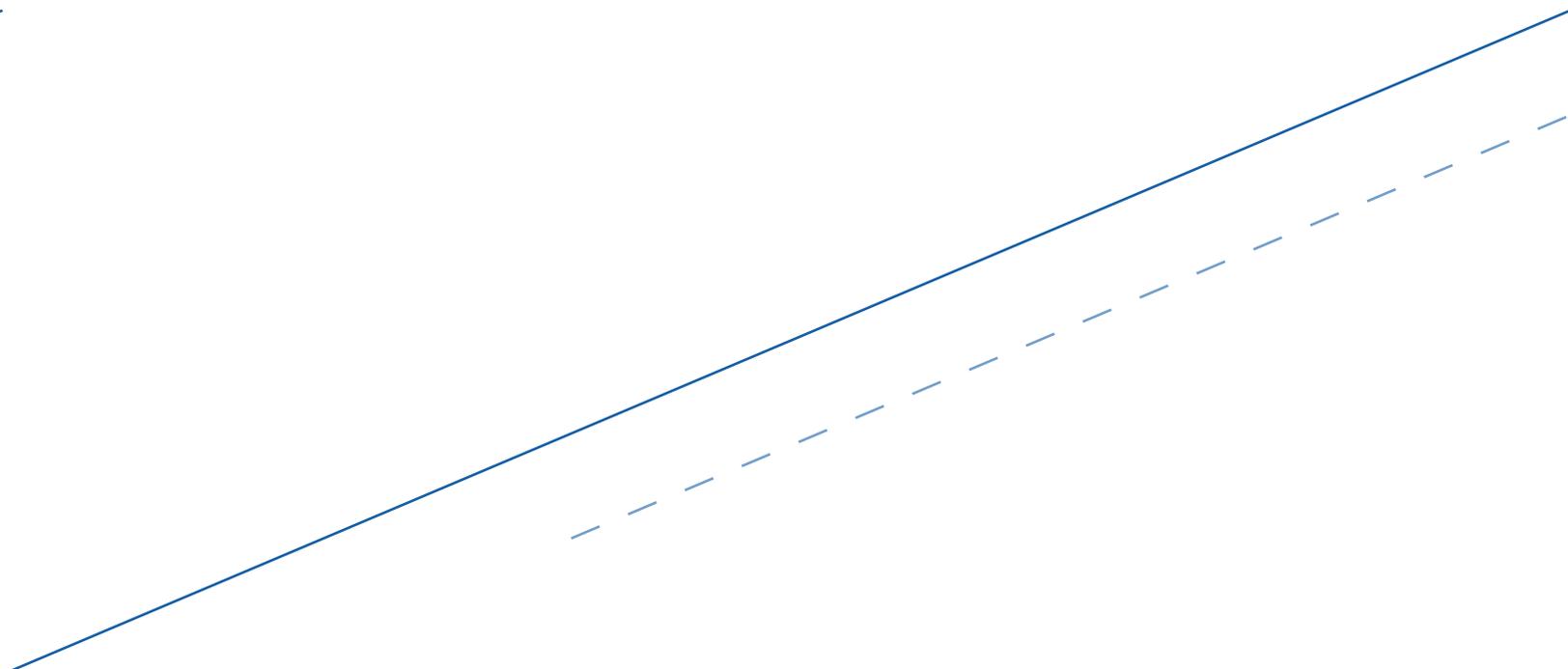
### Bocetos de Volante



### Bocetos de Banner roll-up







# Presentación final

y fundamentación de la propuesta

---

## Código tipográfico

### Libel Suit Rg Regular

Es una tipografía que fue seleccionada por el diseño de su forma y estructura. Tiene una notoria línea vertical y sus terminaciones diagonales hacen que se unifique y se integre con los elementos visuales del concepto. Específicamente será utilizada para títulos porque da estabilidad entre los textos informativo y los demás elementos.

A B C D E F G H I J L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Libel Suit

Avanzar es cambiar la forma de enseñar,  
por eso la DDA avanza con usted



#### ESTAMOS UBICADOS

Edificio Antiguo CALUSAC/DDA,  
2do. Nivel,  
Ciudad Universitaria, zona 12.

[www.facebook.com/DDA](http://www.facebook.com/DDA)

[DDA USAC DIGED](http://www.youtube.com/DDA_USAC_DIGED)

[dda.sfpu@gmail.com](mailto:dda.sfpu@gmail.com)

Roboto

#### CONTÁCTENOS

PBX: 2418-800  
Exts: 9634, 1186, 1189 y 83113  
Directos: 2418-8081  
2418-9634  
Fax: 2418-2022

SITIO WEB  
<http://diged.usac.edu.gt>



### Roboto

Se seleccionó la familia tipográfica Roboto, por su diseño estructural carece de remates, es simple y sus cortes rectos hacen que sea una fuente geométrica que da sensación de fuerza, es de bajo contraste, es altamente legible y muy adecuada para cualquier tipo de presentación digital e impresa.

Es una tipografía OpenType, es decir una tipografía escalable para computadora y versátil que se puede manejar en cualquier idioma, tablas, superíndices, subíndices, numerales y otros. Se seleccionó como tipografía principal ya que al tener esta versatilidad, es totalmente legible.

A B C D E F G H I J L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

## Código cromático

La paleta de colores que incluyen las piezas gráficas de la Estrategia Visual diseño fueron cuidadosamente seleccionada de acuerdo a los colores utilizados por la División de Desarrollo Académico.

### Amarillo

Es un color brillante, se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de los pensamientos; simboliza energía y por lo tanto va relacionado a la acción o movimiento que se genera al avanzar.



R: 252 G: 179 B: 22  
C: 0% M: 32.94% Y: 100% K: 0%  
Pantone P14 -8U  
Colores HTML: #FCB316

### Azul

Refleja profesionalismo, ciencia, seguridad e inteligencia, aparte es aplicado porque es parte de las tonalidades del color azul institucional con el que esta normado la DDA.



R: 12 G: 93 B: 162  
C: 94% M: 67.84% Y: 6.64% K: 0.39%  
Pantone P107 -7U  
Colores HTML: #0C5DA2



R: 36 G: 53 B: 110  
C: 100% M: 91.32%  
Y: 27.45% K: 15.29%  
Pantone P103 -15U  
Colores HTML: #24356E

### Blanco

Porque es un color neutro que permitirá la fácil identificación de los textos que se encuentren dentro de fondos azules.



R: 0 G: 0 B: 0  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  
Colores HTML: #FFFFFF

## Código icónico-visual

### Fotografías

Las fotografías se colocarán, dentro de polígonos con cierto ángulo en la esquina superior derecha. Las fotografías proyectan generalmente las actividades que la DDA realiza y la interacción o convivencia entre los participantes.



### Líneas y Figuras

El **paralelogramo** colocado atrás de los titulares hace que tengan más presencia dentro de la pieza.

Uso de dos **líneas** paralelas una discontinua y otra continúa solida sirven como líneas divisorias para separación y dirección de los textos.

Visualmente el **triángulo** es muy poderoso y llamativo dentro de las piezas.

El paralelogramo colocado por debajo y en color amarillo cumple con la función de subrayar o resaltar el texto.

El triángulo rectángulo, sirve para identificar y contrastar con color el isologo de la USAC.

Avanzar es cambiar la forma de enseñar, por eso la DDA avanza con usted



#### ESTAMOS UBICADOS

Edificio Antiguo CALUSAC/DDA,  
2do. Nivel,  
Ciudad Universitaria, zona 12.

#### CONTÁCTENOS

PBX: 2418-800  
Exts: 9634, 1186, 1189 y 83113  
Directos: 2418-8081  
2418-9634  
Fax: 2418-2022

[www.facebook.com/DDA](http://www.facebook.com/DDA)

[DDA USAC DIGED](http://www.youtube.com/DDA-USAC-DIGED)

[dda.sfpu@gmail.com](mailto:dda.sfpu@gmail.com)

SITIO WEB  
<http://diged.usac.edu.gt>



## Código de diagramación

La diagramación para las piezas de la estrategia tiene una retícula de 2 columnas ya que puede darnos mayor diversidad de diseños con las columnas.



La **jerarquía** establecida en el recorrido visual a lo largo de cada una de las piezas se define de la siguiente manera:

1. Titular
2. Imagotipo-DDA
3. Texto Informativo
4. Redes Sociales
5. Isologo-USAC.

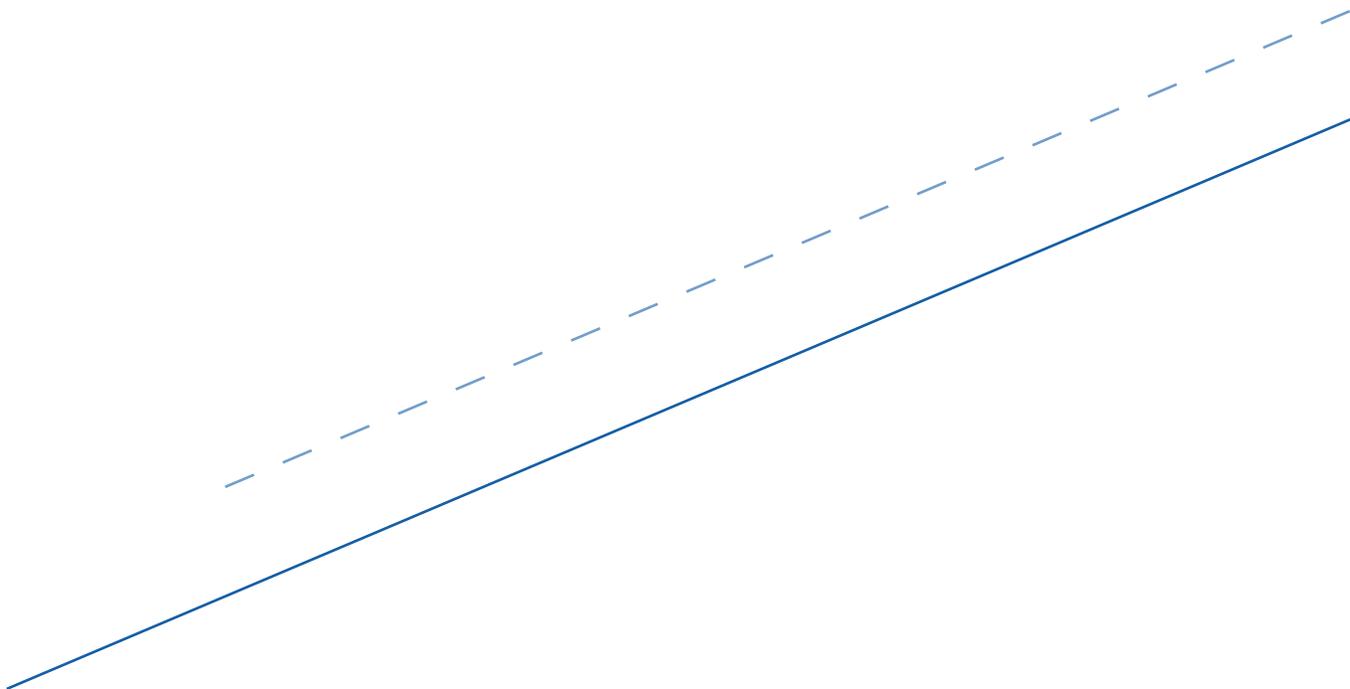
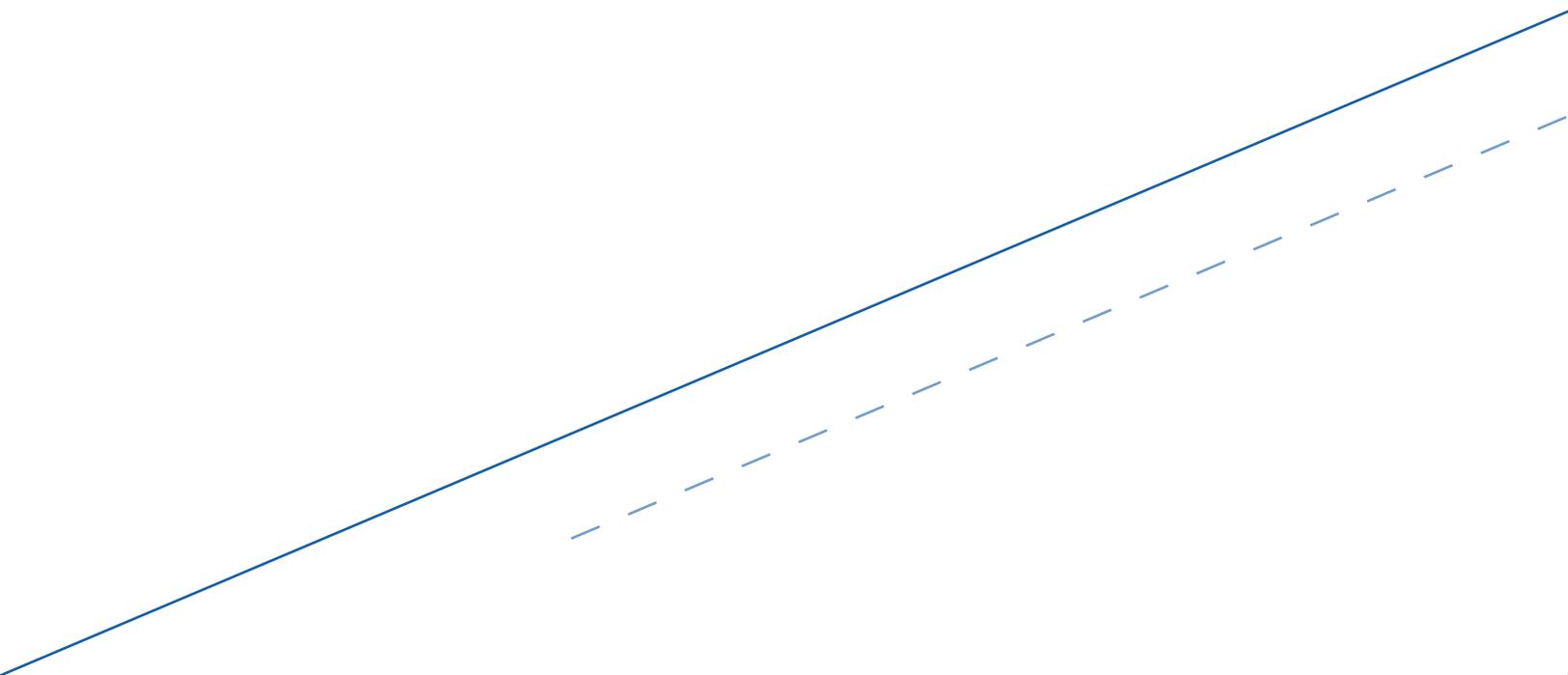
## Código de formato

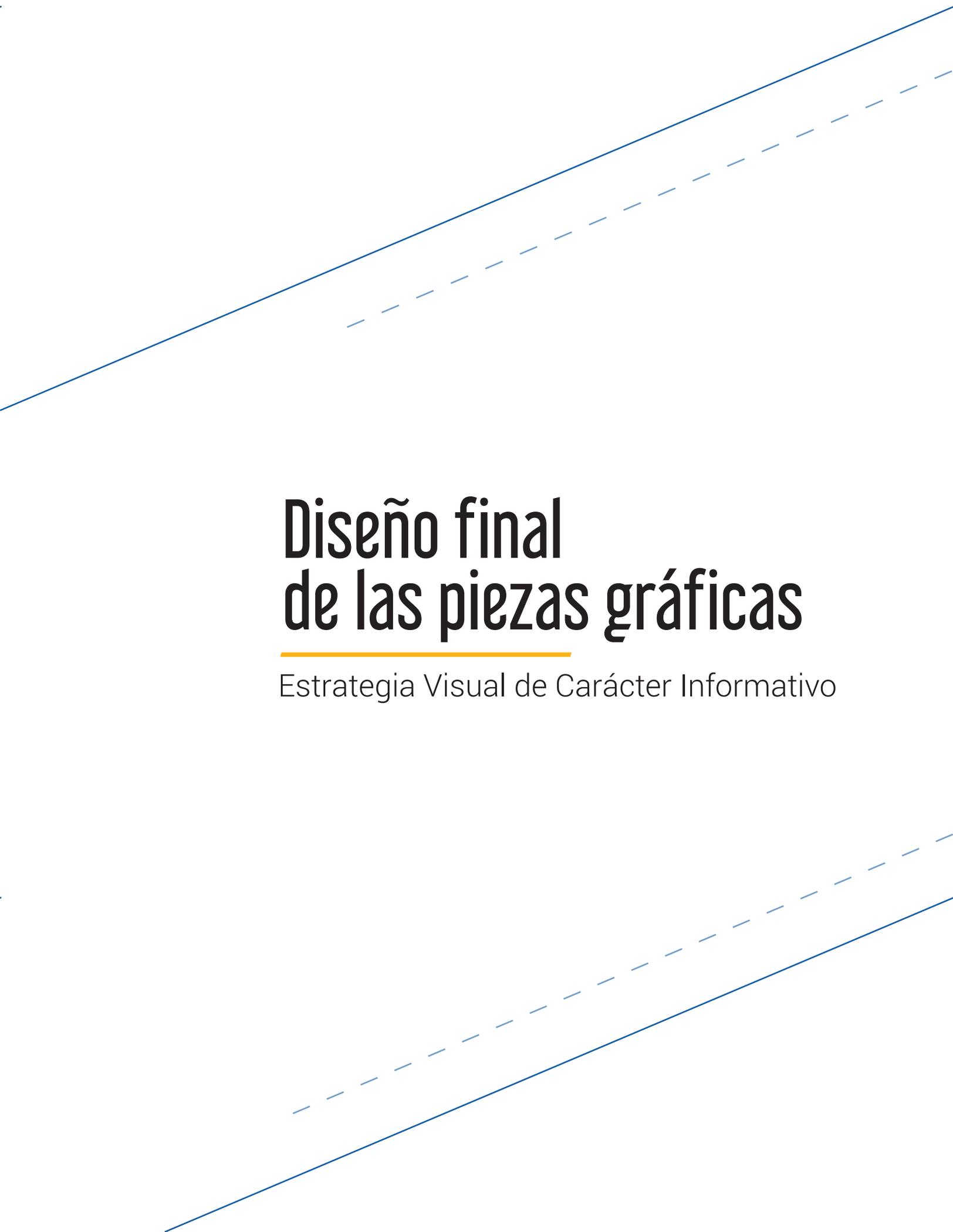
Los materiales en vinil deben ser a gran formato, el banner roll up de 1mx2m y la manta de 3x3m. La reproducción del afiche debe ser tabloide (11"x17"), en posición vertical ya que indica acción. Los trifoliales se diagramaron en un formato oficio (8.5"x13"), para tener aire y espacios en blanco entre el texto y la fotografía, los espacios generados en el material ayudan al grupo objetivo, a realizar una lectura fluida. El anuncio de periódico debe ir en página completa (10"x12.5"). El take one consta de un tamaño de 5.5"x4.25" porque fácilmente se puede doblar y guardar en el bolsillo. Las portadas para Facebook deben medir 851 píxeles de ancho por 315 píxeles de alto.

## Código lingüístico

Escrito en idioma español para que los docentes universitarios logren leer y comprender la información sin dificultad.

Escrito con el trato de usted para darle seriedad y compromiso a la acción del avance docente.

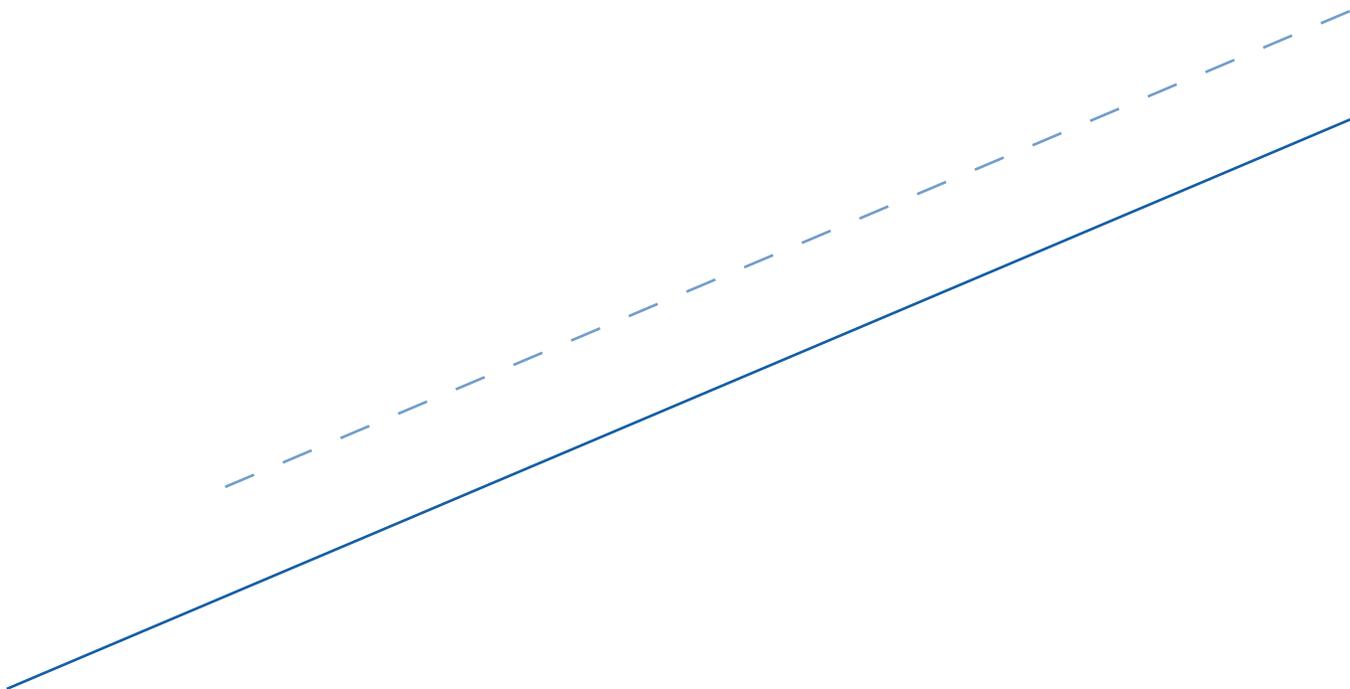
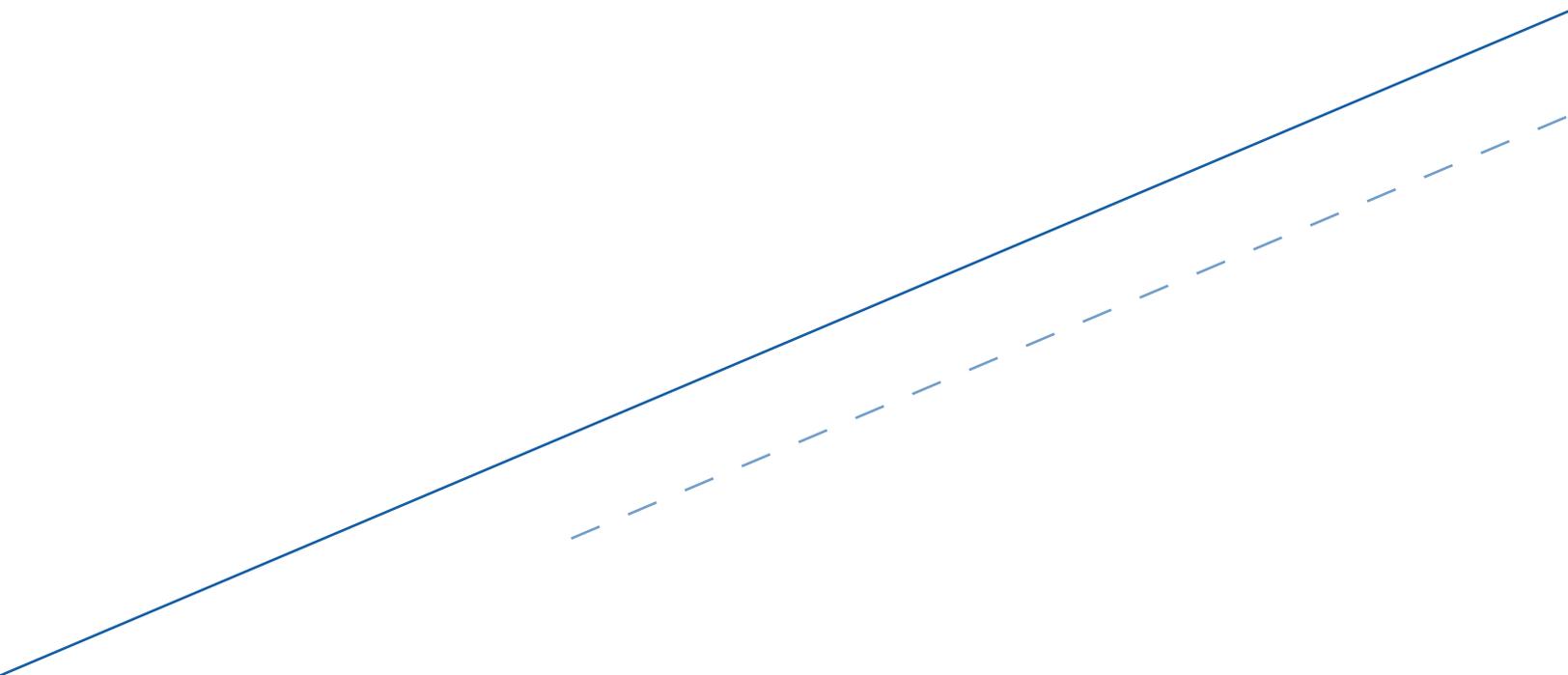




# Diseño final de las piezas gráficas

---

Estrategia Visual de Carácter Informativo





## **Función del imagotipo dentro de la Estrategia Visual**

Cuando se hayan lanzado las piezas gráficas de la estrategia visual y se haya informado al grupo objetivo de la –DDA– el imagotipo tomará protagonismo para identificar a los docentes, ya que la institución también brinda apoyo metodológico a estudiantes; es necesario que la funcionalidad de éste sea solo para docentes. A través de él se darán a conocer cada una de las capacitaciones de actualización y formación que dicha institución imparte.

La –DDA– puede funcionar como una marca paraguas, bajo la cual se encontrará “Avance Docente” ya que permite dar personalidad al servicio y facilitar su identificación, comparten los mismos ideales y ambas reflejan profesionalismo y confianza para la comunidad docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

# Manta de Vinil

114



Mock up

- Su objetivo es comunicar de un modo muy claro y directo la información. Será colocada una en cada entrada de los edificios de las facultades de la Universidad o en lugares que el grupo objetivo frecuenta directamente.

# Banner roll up



Mock up

- ▶ Se utilizarán al momento de realizar las conferencias que hace la – DDA– en los diferentes departamentos o en el Campus Central de la Universidad de San Carlos. También puede ser ubicado dentro de cada una de la Facultades, será visto desde lejos no solamente por el grupo objetivo sino también por las demás personas que circulan alrededor.

# Periódico

116



Mock up

**Avanzar es cambiar la forma de enseñar,  
por eso la DDA avanza con usted**

## DDA

División de Desarrollo Académico

La DDA es una unidad académica administrativa de la Dirección General de Docencia a quien le corresponde la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así como la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su vinculación con la sociedad guatemalteca.

**MISIÓN**

Ser la División de Desarrollo Académico de la Dirección General de Docencia, nos caracteriza la calidad de nuestro servicios y el compromiso ético para ejecutarlos, por medio de la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativos, en concordancia con el ser de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**VISIÓN**

Se concibe a la División de Desarrollo Académico como un organismo de la Dirección General de Docencia en búsqueda de la excelencia académica del sistema educativo en la Universidad de San Carlos de Guatemala, potenciando los recursos y la calidad de los servicios educativos los cuales se ofrecen tanto al personal docente, como a estudiantes de la Universidad, con ética y enfoque humanista.

[www.facebook.com/DDA](https://www.facebook.com/DDA)

DDA USAC DIGED

dda.sfpu@gmail.com

**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

"Id y enseñad a todos"

En esta pieza también se proporcionó información de la institución. Su objetivo será informar sobre la existencia de la División de Desarrollo Académico, su misión y visión. Este anuncio estará publicado en el periódico de la Universidad de San Carlos.

# Afiche



Mock up

- ▶ El afiche es un medio, el cual se va a utilizar para tener más presencia en la Universidad se puede considerar colocar un afiche en las carteleras y cafeterías de las Facultades. Es un medio convencional pero con una efectividad grande por el hecho de estar en los lugares más visitados por el GO.

# Trifoliales



Mock up

- ▶ Estas piezas tienen una diagramación y recorrido visual muy estático y simple; iniciando con el enfoque central que es la fotografía; y luego con el imagotipo de la -DDA- en la portada y en la contraportada las redes y página web de la Institución.

# Tiro

**h.** Planificar, organizar y ejecutar programas que vinculen al estudiante con la Universidad, en pro de su desarrollo personal y académico.

**i.** Publicar y divulgar estudios sobre aspectos educativos relacionados con nuevos enfoques metodológicos de la enseñanza-aprendizaje.

**j.** Proponer las políticas y lineamientos generales de evaluación, promoción y desarrollo del personal académico.

**k.** Proponer soluciones a los problemas que se detecten al estudiar permanentemente el sistema nacional y regional de educación en los niveles preuniversitarios y de educación superior, tendientes a conocer los problemas prioritarios, sus causas y posibles soluciones, así como establecer el espacio respectivo entre ellos y el desarrollo social, político y económico del país.

**l.** Planificar, organizar y coordinar los recursos generales de la institución para el desarrollo de las actividades que propiamente corresponden al desarrollo del personal académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**División de Desarrollo Académico -DDA-**



**DDA**  
División de Desarrollo Académico

www.facebook.com/DDA  
DDA USAC DIGED  
dda.sfpu@gmail.com  
http://diged.usac.edu.gt

USAC  
"La escuela a todo"

# Retiro

**► DIVISIÓN DE DESARROLLO ACADÉMICO**

Es una unidad académica administrativa de la Dirección General de Docencia a quien le corresponde la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, así como la orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su vinculación con la sociedad guatemalteca.

**► MISIÓN**

Ser la División de Desarrollo Académico de la Dirección General de Docencia, nos caracteriza la calidad de nuestros servicios y el compromiso ético para garantizar, por medio de la evaluación, formación y desarrollo psicopedagógico del personal docente y apoyo metodológico a estudiantes, orientación y desarrollo curricular, investigación y evaluación educativa, en concordancia con el ser de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**► VISIÓN**

Se concibe a la División de Desarrollo Académico como un organismo de la Dirección General de Docencia en la que se garantiza la calidad de los servicios educativos los cuales se ofrecen tanto al personal docente, como a estudiantes de la Universidad, con ética y puntualidad humana.

**► OBJETIVOS**

- Promover el desarrollo del personal académico para el logro de los fines de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Definir políticas y lineamientos generales de evaluación, promoción y desarrollo del personal académico.
- Desarrollar e integrar en la Universidad los procesos de evaluación, promoción y desarrollo del personal académico, definir y aprobar para cada caso, las políticas y lineamientos.

**► FUNCIONES**

- Brindar apoyo y orientación a los estudios académicos en materia de planificación, técnico-pedagógica, diseño y administración curricular.
- Formular y fundar nuevos modelos de práctica profesional mediante la vinculación de los diversos sectores de la sociedad.
- Divulgar permanentemente las tendencias mundiales de la educación superior, en especial la relativa a modelos curriculares.
- Impulsar métodos y técnicas educativas, presenciales y a distancia, oportunos a las características de los planes de estudio, la población estudiantil, las especialidades del personal docente y el equipo educativo disponible.

- Implementar programas que coadyuven al desarrollo integral de los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Coadyuvar al cumplimiento del Estatuto de la Carrera Universitaria, Pauta Académica.
- Realizar investigación en el ámbito educativo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Coordinar la formación y actualización del personal académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Proponer políticas en materia de currículo, docencia, investigación y proyección a sociedad guatemalteca.
- Orientar las acciones académicas hacia la formación de profesionales en concordancia con las políticas generales de la Universidad y las necesidades de desarrollo nacional.
- Promover el intercambio académico nacional, regional e internacional para el mejoramiento educativo mediante la realización de actividades de actualización, capacitación y perfeccionamiento en docencia e investigación del personal académico para alcanzar nuevas formas de desarrollo y proyección.
- Ancorar y validar talleres técnicos en materia académica y de evaluación del personal docente y estudiantil.

**► FUNCIONES**

- Asesorar a las unidades académicas en proyectos y propuestas curriculares.
- Emiter opiniones técnico-académicas de diseño y desarrollo curricular.
- Proporcionar formación y capacitación a las unidades académicas sobre temáticas curriculares.
- Divulgar las tendencias mundiales de la educación superior en relación a modelos curriculares.

**Departamento de Asesoría y Orientación Curricular -DAOC-**



**DDA**  
División de Desarrollo Académico

www.facebook.com/DDA  
DDA USAC DIGED  
dda.sfpu@gmail.com  
http://diged.usac.edu.gt

USAC  
"La escuela a todo"

**► DEPARTAMENTO DE ASESORÍA Y ORIENTACIÓN CURRICULAR**

El Departamento de Asesoría y Orientación Curricular es una unidad técnica académica que analiza y respalda los planes de estudio y rediseños curriculares, asesora y propone cambios respecto a proyectos curriculares de las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**► MISIÓN**

Es la dependencia responsable de proporcionar asesoría y orientación curricular a las unidades académicas de la USAC para mantener una constante actualización y vinculación, en materia de currículo, con el ámbito nacional e internacional para promover y fortalecer un satisfactorio desarrollo académico de la Universidad.

**► VISIÓN**

El DAOC es una unidad destinada a proponer lineamientos, conocimientos y estrategias curriculares en concordancia con los fines de la universidad para lograr el desarrollo de la educación nacional.

**► OBJETIVOS**

- Promover el conocimiento de la existente en desarrollo curricular para su reorientación.
- Asesorar a las unidades académicas en elaboración de planes, programas y proyectos educativos.
- Formular políticas curriculares.



**► FUNCIONES**

- Realizar en forma sistemática el proceso de evaluación del desempeño de los profesores universitarios de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como los estudios y propuestas que sean requeridos por el Consejo de Evaluación Docente.
- Ejecutar las políticas y lineamientos sobre evaluación y promoción de los profesores universitarios, aprobados por el Consejo Superior Universitario.
- Emiter dictámenes sobre los instrumentos y reglamentos de evaluación del desempeño académico de las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Asesorar a los profesores universitarios, con respecto a evaluación docente y otorgamiento de dirección, en lo relativo al proceso de evaluación y promoción del personal académico.

**Departamento de Evaluación y Promoción del Personal Académico -DEPPA-**



**DDA**  
División de Desarrollo Académico

www.facebook.com/DDA  
DDA USAC DIGED  
dda.sfpu@gmail.com  
http://diged.usac.edu.gt

USAC  
"La escuela a todo"

**► DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PERSONAL ACADÉMICO**

Departamento de Evaluación y Promoción del Personal Académico, es la responsable encargada de efectuar el control y sistematización del proceso de la evaluación docente del personal académico, así como de la promoción docente de los profesores titulares de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**► MISIÓN**

Evaluar objetivamente, éticamente y oportunamente el desempeño laboral del personal académico, a través de un sistema adecuado y la creación de una cultura evaluativa.

**► VISIÓN**

Ser el Departamento de Evaluación y Promoción del personal académico, responsable del proceso de evaluación del desempeño laboral, para su formación y capacitación, con el fin de contribuir a la excelencia académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**► OBJETIVOS**

- Proporcionar elementos para la toma de decisiones como resultado de la realización e investigación evaluativa y desempeño del profesor universitario, la que permita elevar el nivel académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Establecer mecanismos y procedimientos de trabajo que permitan ejecutar las políticas y lineamientos de evaluación del personal académico en la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Proporcionar asesoría técnico-profesional a las diferentes instancias que conforman el sistema de evaluación en la Universidad de San Carlos de Guatemala.



## Tiro

### FUNCIONES

- Realizar investigaciones sobre problemas de la educación nacional y de la formación de recursos humanos en el área de investigación.
- Realizar investigaciones sobre problemas de la educación superior específicamente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Realizar investigaciones sobre nuevas tendencias en educación, a nivel nacional e internacional, así como analizar y procurar su implementación en la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Realizar propuestas sobre aspectos educativos de la Universidad de San Carlos de Guatemala y del sistema educativo nacional.
- Disseñar los resultados de las investigaciones realizadas.
- Asesorar procesos de evaluación y auto-evaluación de las unidades académicas.
- Realizar auto-evaluación con fines de mejoramiento y renovación.

### Departamento de Investigación



[www.facebook.com/DDA](http://www.facebook.com/DDA)  
[DDA USAC DIGED](https://www.youtube.com/channel/UC...)  
[dda.sfsu@gmail.com](mailto:dda.sfsu@gmail.com)

<http://j1.diged.usac.edu.gt>




### FUNCIONES

- Breñar asesoría pedagógica a las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en actividades que impulsan la formación y el desarrollo del profesorado universitario.
- Promover la creación de los Programas de Formación Docente en las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Promover la utilización de nuevas tendencias en educación superior tanto pedagógicas como didácticas y tecnológicas.
- Planificar y ejecutar programas que coadyuven al desarrollo integral del estudiante universitario.
- Breñar orientaciones y opiniones didácticas requeridas por las instancias y unidades académicas de la USAC.
- Ejecutar actividades presenciales y a distancia de formación, actualización docente y desarrollo del personal académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las áreas de docencia, investigación, extensión y administración educativa.
- Participar en comisiones por elección o designación.

### Departamento de Educación



[www.facebook.com/DDA](http://www.facebook.com/DDA)  
[DDA USAC DIGED](https://www.youtube.com/channel/UC...)  
[dda.sfsu@gmail.com](mailto:dda.sfsu@gmail.com)

<http://j1.diged.usac.edu.gt>




### FUNCIONES

- Unidad de apoyo a todas las dependencias de la dirección general de docencia.
- Diagramación de módulos educativos.
- Atención a los profesores universitarios.
- Trabajo de diseño y diagramación de materiales para dependencias de la DIGED.
- Apoyo en equipo de multimedia para las actividades de las dependencias de la DIGED.
- Impartir cursos de orientación a profesores universitarios.
- Divulgación de todas las actividades de la DIGED.
- Impresión de materiales de apoyo de las dependencias de la DIGED.

### Centro Didáctico



[www.facebook.com/DDA](http://www.facebook.com/DDA)  
[DDA USAC DIGED](https://www.youtube.com/channel/UC...)  
[dda.sfsu@gmail.com](mailto:dda.sfsu@gmail.com)

<http://j1.diged.usac.edu.gt>




## Retiro

### DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

El departamento de Investigación es una unidad académica académica parte de la División de Desarrollo Académico, tiene como función principal la investigación educativa promoviendo así la integración de la investigación con la docencia y la extensión.

### MISIÓN

Ser el Departamento de Investigación de la División de Desarrollo Académico, responsable de estudiar la relación entre los elementos, aspectos y procesos curriculares de la Universidad de San Carlos de Guatemala, promoviendo y fomentando la vinculación entre la investigación, la docencia y la extensión y generar soluciones viables a la problemática educativa institucional, basados en los principios de la ética en beneficio de la comunidad universitaria y de la sociedad guatemalteca.

### VISIÓN

Se concibe el Departamento de Investigación de la División de Desarrollo Académico como el responsable de estudiar y promover soluciones viables a la problemática educativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala y del sistema educativo nacional, logrando la vinculación de la investigación a la docencia y la extensión.

### OBJETIVOS

- Contribuir a través de la investigación educativa a la identificación, análisis y propuesta de solución de los problemas educativos de la Universidad de San Carlos y el sistema educativo nacional.
- Contribuir a través de la investigación educativa a generar alternativas educativas adecuadas a la Universidad de San Carlos y a otros niveles del sistema educativo nacional.
- Contribuir a la formación y capacitación del profesor universitario en su función de investigación.



### DEPARTAMENTO DE EDUCACION

### MISIÓN

El Departamento de Educación de la División de Desarrollo Académico se caracteriza por su excelencia, calidad y compromiso ético en la búsqueda de la formación, actualización docente y desarrollo del personal académico, en las áreas de docencia, investigación, extensión y administración educativa. Para ello impulsa el Sistema de Formación del Profesor Universitario, promoviendo y asesorando en la creación y fortalecimiento de los Programas de Formación Docente en la Universidad de San Carlos de Guatemala, realiza actividades de diseño, planificación y ejecución de programas de actualización, asesoría, asistencia y elaboración de documentos de apoyo docente, así mismo por medio de diversos programas busca el desarrollo integral del estudiante universitario.

### VISIÓN

El Departamento de Educación de la División de Desarrollo Académico se concibe como un organismo multidisciplinario, de nivel de postgrado, comprometido con la búsqueda constante del mejoramiento de la docencia, investigación, extensión y administración educativa del personal académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para coadyuvar el desarrollo integral del estudiante universitario y la sociedad guatemalteca en general, desde la perspectiva de una sociedad multicultur, pluricultural y multilingüe.

### OBJETIVO

Desarrollar acciones para la formación del personal académico universitario en docencia, investigación, extensión y administración educativa, así mismo se busca coadyuvar al desarrollo integral del estudiante universitario.



### CENTRO DIDÁCTICO

El Centro Didáctico es una unidad de apoyo para todas las dependencias de la Dirección General de Docencia.

Es el encargado de la diagramación, diseño e impresión de los módulos educativos, cuadernos pedagógicos, así como de asistencia audiovisual en actividades requeridas por la Dirección General de Docencia y la División de Desarrollo Académico.

### MISIÓN

Apoyar a todas las dependencias de la Dirección General de Docencia y a los profesores universitarios, a través de la diagramación de módulos educativos, asistencia audiovisual, asistencia técnica en equipo multimedia, así como creación y ejecución de líneas de comunicación.

### VISIÓN

Ser la Unidad de Divulgación que, además de apoyar en aspectos técnicos que incluyen al Centro Didáctico, ejecute estrategias de comunicación para difundir la imagen institucional de la DIGED.

### OBJETIVOS

- Difundir todas las actividades de las dependencias de la dirección general de docencia que se encuentran planificadas y las que surgen.
- Crear estrategias comunicacionales que le permitan a la dirección general de docencia dar a conocer la excelencia académica de sus dependencias y unidades académicas.
- Preparar material audiovisual como apoyo a las (os) profesoras (es) universitarias (os).
- Diagramar 30 módulos educativos del sistema de formación del profesor universitario.
- Participar activamente en el desarrollo de todos los programas y planificaciones de dirección general de docencia y de la dirección de desarrollo académico.
- Impartir cursos a las dependencias que así lo requieran sobre equipo multimedia.
- Coordinar la edición de videos educativos de los módulos del sistema de formación del profesor universitario.
- Apoyar con equipo multimedia a todas las dependencias de la dirección general de docencia.
- Coordinar la impresión de material educativo.





Mock up

- ▶ En esta pieza se observa modificaciones en los titulares. Cabe recalcar que el Sistema de Formación del Profesor Universitario –SFPU– también es importante que se dé a conocer. El objetivo de esta pieza, es llamar la atención del grupo objetivo para brindarles de una forma sencilla, clara y eficaz la información. Serán colocados en la oficina del Centro Didáctico, en un exhibidor ya que habitualmente los profesores solicitan información en esa oficina.



# Portadas

## para Facebook



Mock up

- ▶ Su objetivo será captar la atención del usuario que visite la fan page de la –DDA– y así poder brindar la información. Las portadas serán cambiadas cada dos o tres meses, para ir generando conocimiento de las funciones de cada departamento. Serán actualizadas por la persona encargada de la fan page.

1

### Departamento de Asesoría Curricular y Orientación -DAOC-



Es una unidad técnica académica que analiza y emite opiniones sobre diseños y rediseños curriculares, asesora y proporciona seguimiento a proyectos curriculares de las unidades académicas



2

### Departamento de Educación



Se caracteriza por su excelencia, calidad y compromiso ético en la búsqueda de la formación, actualización docente y desarrollo del personal académico



3

### Departamento de Evaluación y Promoción del Personal Académico -DEPPA-



Dependencia encargada de efectuar el control y sistematización del proceso de la evaluación docente del personal académico.



4

### Departamento de Investigación



Es una unidad académico-académica que, tiene como función principal la investigación educativa promoviendo así la integración de la investigación con la docencia y la extensión.



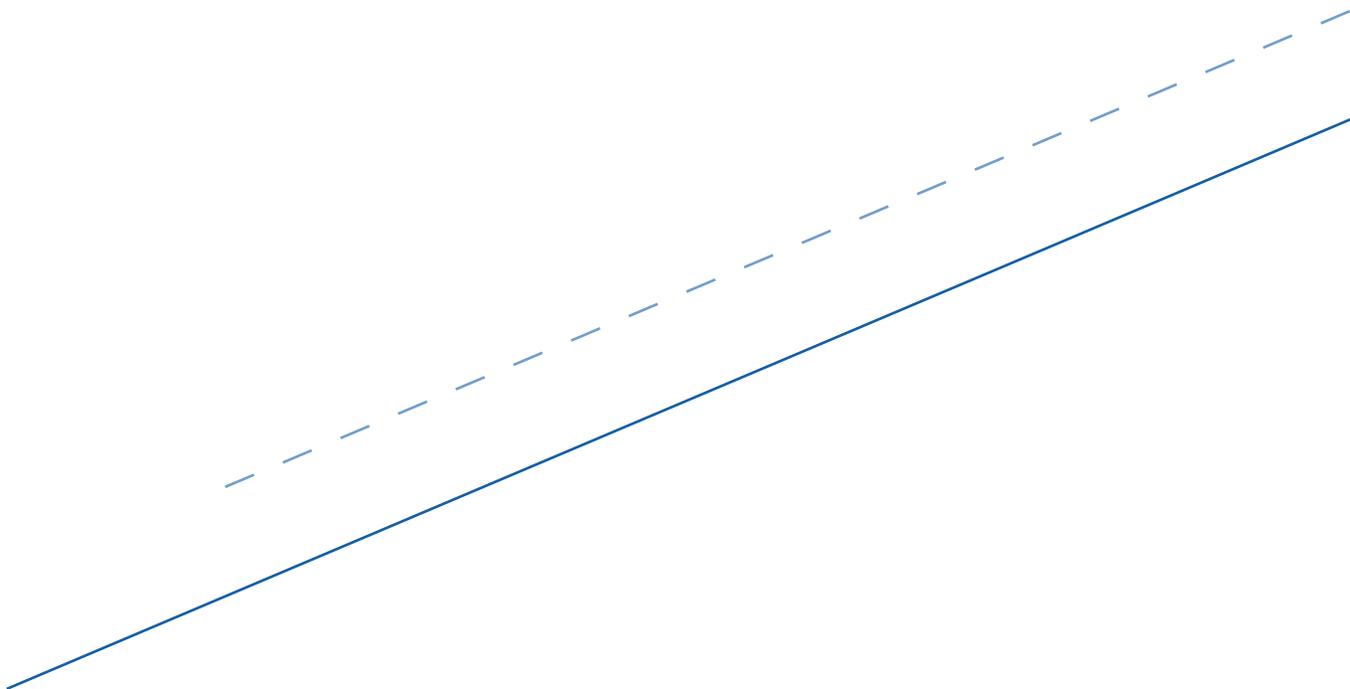
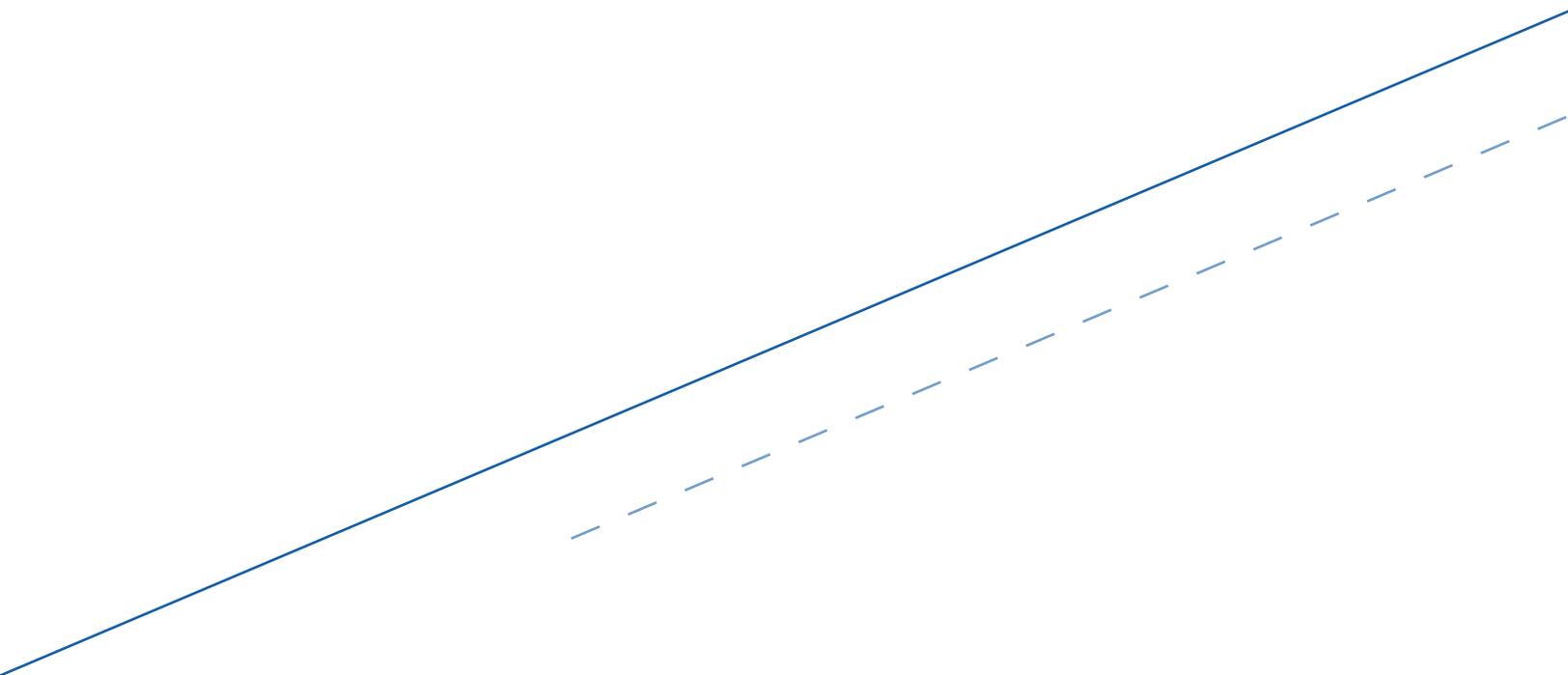
5

### Centro Didáctico



El Centro Didáctico es una unidad de apoyo para todas las dependencias de la Dirección General de Docencia a través del diseño en materiales impresos y de medios audiovisuales.





# Puesta en práctica

## de los materiales diseñados

---

La propuesta entregada al cliente consiste en un Plan Operacional anual. Ya que solamente con un periodo largo de tiempo se podrá comprobar la eficacia de cada una de las piezas en los medios que son sugeridos. El presupuesto está basado en función del diseño estratégico visual de la División de Desarrollo Académico.

Es importante mencionar que la institución cuenta con la unidad de impresión por lo tanto solamente tendría que invertir en los primeros materiales.

Los costos quedarían de la siguiente manera:



La DDA cuenta con su centro de impresión para producir afiches, trifoliales, y volantes, y sin embargo siempre se genera un gasto interno para la institución. Se describe aproximadamente lo que la institución invertiría para producir dicho material.

PIEZA DE DISEÑO		MEDIO	FRECUENCIA	COSTOS	LINEAMIENTOS
Afiche 11x17 in. Full color			Material para colocarlo cada semestre o cada vez que de inicio la convocatoria de la DDA.	Se propone imprimir, 100 afiches. <b>TOTAL Q. 600.00</b>	Serán colocados en cada facultad y escuela de la Universidad donde serán vistos por el grupo objetivo y el mensaje puede llegar con éxito.
Trifoliales 8.5x13 in. Full Color	Impreso		Material para distribución. Imprimir cada vez que se agoten.	Se propone Imprimir, 1000 Trifoliales (200 por cada departamento) precio por millar. <b>TOTAL Q. 1,690.00</b>	Los trifoliales cumplen con la función de informar las funciones de cada uno de los departamentos de la DDA, dando la pauta de las actividades en las cuales están involucrados, por lo tanto se deben buscar la forma de re diseñar o renovarlos cada dos años, manteniendo siempre ejemplares impresos.
Volantes Full Color ¼ carta			Material para distribución, imprimir cada vez que se agoten.	Se propone imprimir, 1000 volantes. <b>TOTAL Q. 1,315.00</b> <b>TOTAL Q. 3,605.00</b>	Informar más sobre el SFPU, que es de vital importancia para dar a conocer al depto. de Educación y por lo tanto a la DDA. Deberán ser colocados en el Centro Didáctico, ya que generalmente esa es la oficina en donde el personal se aboca a pedir información.
<b>TOTAL Q. 15,103.81</b>					

## COSTO DEL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA

FASE DEL PROYECTO	TIEMPO DE DESARROLLO	CANT. HORAS	COSTO DE PRODUCCIÓN
INVESTIGACIÓN	10 días hábiles 4hrs. diarias	40	Q. 3,460.00
DEFINICIÓN CREATIVA	15 días hábiles 8hrs. diarias	120	Q. 10,380.00
PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA DE 12 PIEZAS Y VALIDACIÓN	30 días hábiles 8hrs. diarias	240	Q. 20,760.00
PUESTA EN PRÁCTICA	5 días hábiles 4hrs. diarias	20	Q. 1,730.00

▶ **TOTAL Q. 36,330.00**  
Incluye impuestos

TOTAL COSTO DE DISEÑO  
**Q. 36,330.00**

+

TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN  
**Q. 15,103.81**

=

▶ **TOTAL COSTO DE ESTRATEGIA VISUAL**

**Q. 51,433.81**

# Socialización

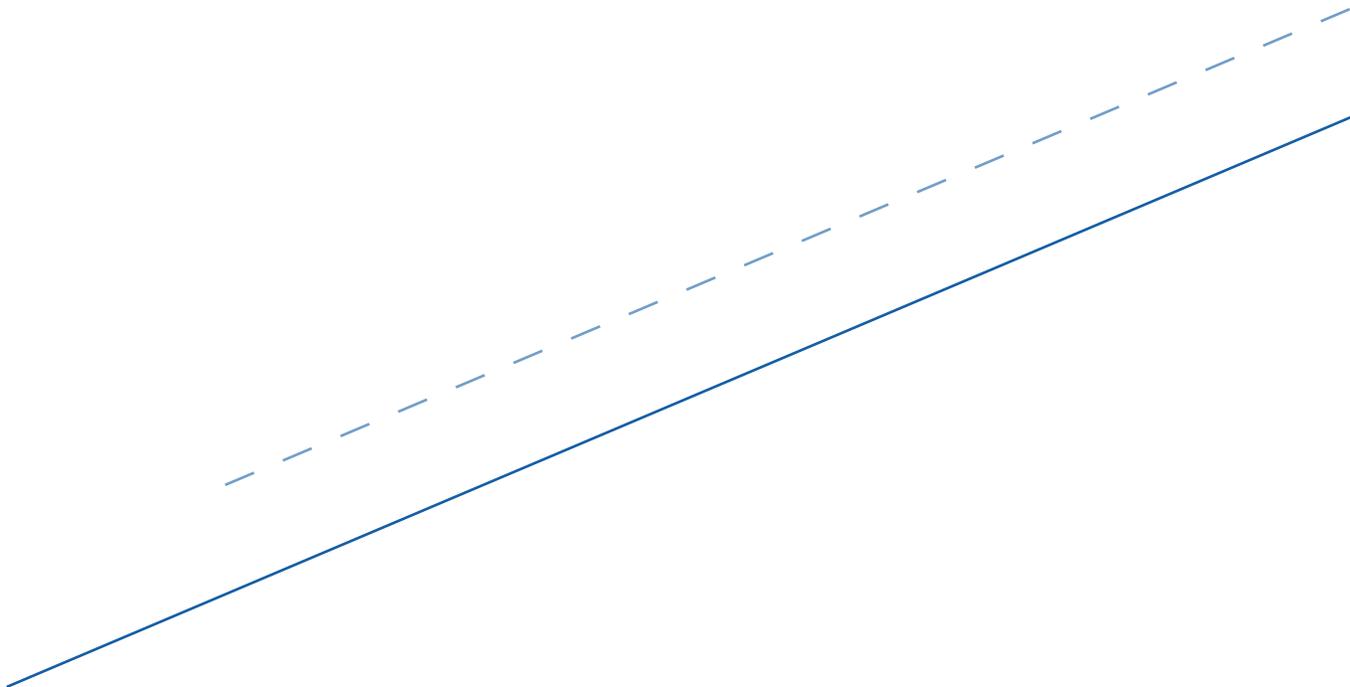
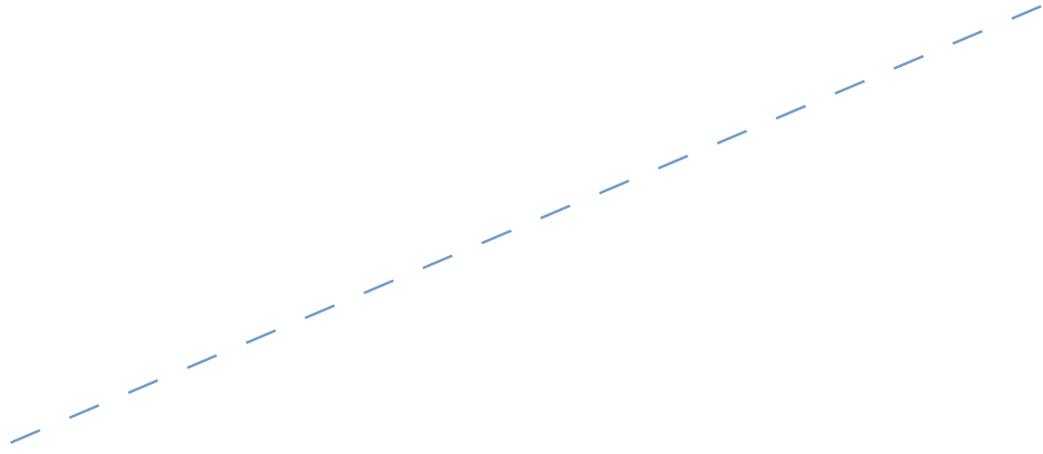
## de los resultados

---

El día martes 08 de noviembre del 2016, en el Auditorium de la Facultad de Arquitectura, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se llevó a cabo la presentación del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS– de la sección J dando inicio a las 10:30 hrs. y concluyendo a las 12:30hrs.



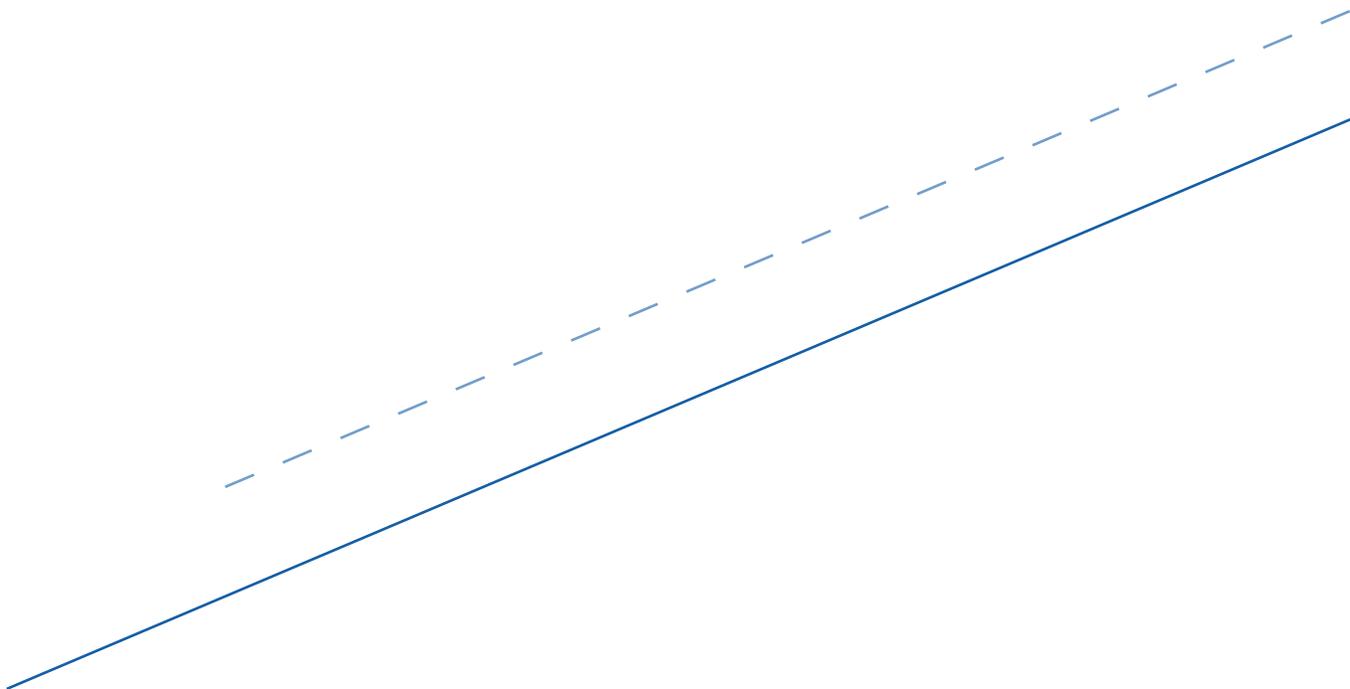
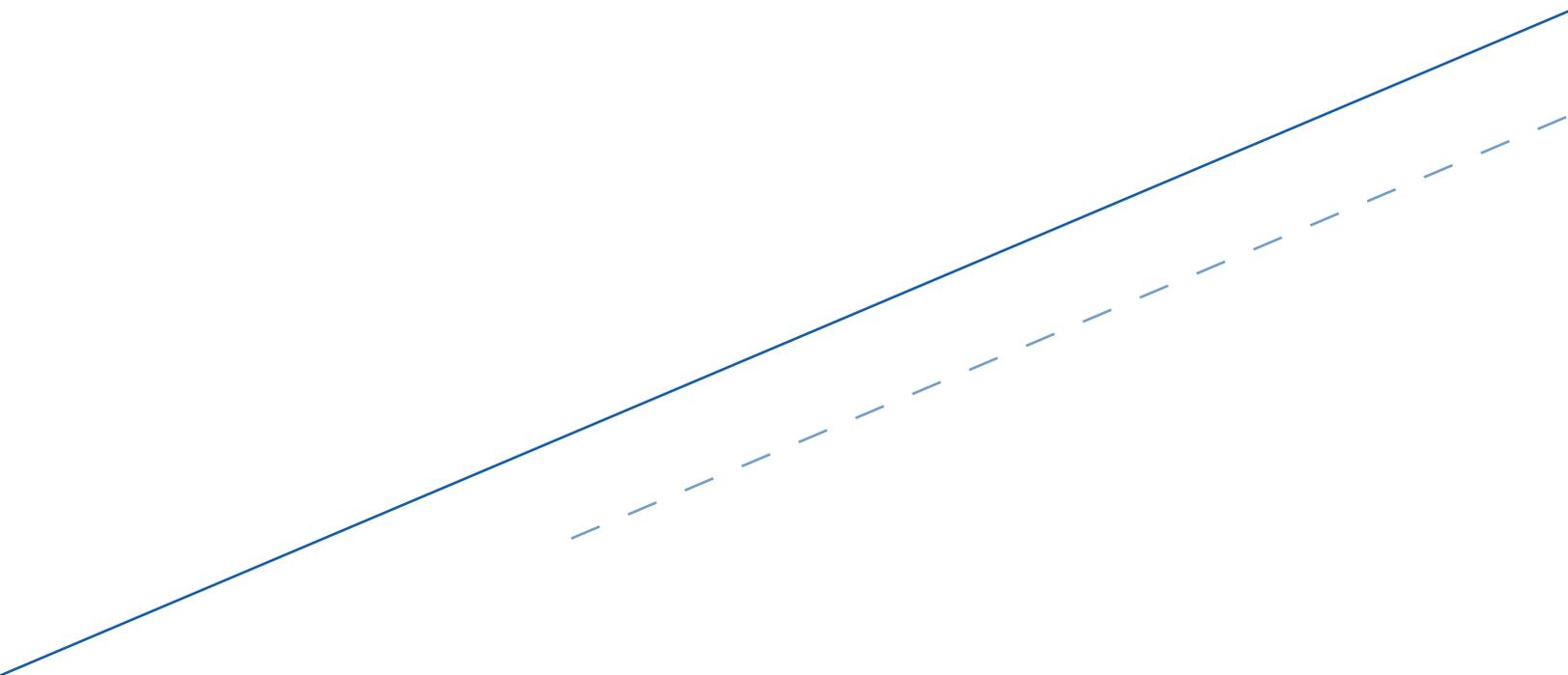
- ▶ Entrega de proyectos B y C a representante de la Institución.





▶ **Capítulo**

**7** | **Síntesis del Proceso**



# Lecciones aprendidas

---

- Hablar con la institución, entrevistarlos y conocer sus necesidades para poder elegir adecuadamente el material a realizar.
- Lo que se aprendió en cada uno de los procesos del proyecto de graduación fue: desde el inicio sí se logra conocer al grupo objetivo, identificar el insight es más fácil definir el concepto y por lo tanto es más fácil diseñar el proyecto.
- La evaluación que se realiza en cada una de las fases de diseño, es necesario aplicarlas para avanzar en el diseño del proyecto, porque al final son los soportes para fundamentar y sostener el diseño de la propuesta.
- Cada trabajo propuesto impreso debe de poseer su dummie real, para facilitar el trabajo de los impresores y de todas las personas que de alguna u otra forma están involucradas en el área.
- Tener una buena y continua comunicación es indispensable para tener el suficiente apoyo por parte de la organización y asesores.

# Aspectos que dificultaron el proceso

- El tiempo. El hecho de que uno se vaya atrazando en cada una de las fases del proceso del proyecto, lo dificulta totalmente, porque una etapa se complementa con la otra.
- La toma de decisiones propias en cuanto a diseño, ya que a veces es dificultoso crear el criterio o formar la madurez para decidir sí es lo correcto o funcional.
- Unificar las asesorías y las críticas constructivas de los asesores.

# Conclusiones

- Se trabajaron medios convencionales como mantas, afiches, banners, etc.; porque estos medios son los más solicitados por el grupo objetivo debido al impacto que han tenido en ellos, con el propósito de llegar directamente al GO y llamar la atención de ellos en todo momento.
- Con las piezas gráficas, se informa claramente la ubicación y los teléfonos para que el GO pueda abocarse a y pedir información de la División de Desarrollo Académico.
- La propuesta se realizó en busca de informar y convocar a los docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala para lograr más asistencia en las actividades e involucrar y motivar al GO para que se capaciten y sigan avanzando en su carrera como docente.
- Se logró diseñar piezas gráficas impresas de una manera eficiente y con la misma línea de diseño para que el grupo objetivo puede identificarse con cada una de ellas y pueda asociarlas con la institución.
- El material cumple con el objetivo de estar presente en la mente del grupo objetivo, aumentando el interés acerca de conocer más sobre la DDA y sus actividades. Las piezas de diseño digitales cumplen con requerimientos estéticos y funcionales para informar a las personas de los departamentos que conforman la Institución.

# Recomendaciones

## Para la Insitución

- Se recomienda elaborar un plan de mantenimiento que le de continuidad a la estrategia, logrando así el posicionamiento de la insitución. Es decir qué a la estretegia se le puede dar seguimiento con un segundo nivel de información, implementando el imagotipo de la estrategia "AVance Docente".
- Se le recomienda tener un banco de fotos organizado, para que se le facilite a los practicantes alimentar o sustentar sus piezas gráficas, también es importante recalcar que este banco será funcional para cada uno de los departamentos, en cuanto necesiten documentar sus actividades. Asi mismo nombrar a una persona responsable de ello.
- Hacer un documento en donde indique las normas necesarias o requeridas para diagramar. Dirigido a todas las personas que necesiten diagramaciones; esto ayudará en gran manera a la funcionalidad de la unidad de digramación del Centro Didactico de la DDA.

## Para futuros epesistas

- Buscar desde un principio una Insitución con la que se sienta identificado, antes de realizar la gestión del EPS. Investigar a que se dedica dicha insitución y que es lo que hace; esto facilitará el proceso al momento de escoger los proyectos.
- Realizar desde un principio el cronograma, optimizar el tiempo respetar cada una de las fases del cronograma, e intentar ir en sintonia con él.
- Guardar todos los cambios realizados y numerar cada asesoria para que esto no genere confusión al momento de visualizar cada nivel.

## Para la Escuela de Diseño Gráfico.

- Notificar a los estudiantes de los años siguientes que tienen permitido comenzar su trabajo Proyecto de Graduación y EPS, antes de que se de inicio el semestre; así durante el semestre, los estudiantes podrán dedicarse más a su proyecto A.
- El Ejercicio Profesional Supervisado se debería realizar única y exclusivamente presencial, esto ayudará a los estudiantes a organizarse, y a cumplir honestamente con sus horas completas.
- Tener una rúbrica de evaluación para cada fase o proceso que es requerido durante el proyecto y que dicha rúbrica pueda ser aplicada para todas las secciones de EPS y Proyecto de Graduación.

# Fuentes Consultadas

Anzueto, R. (2012) *Aprender, desaprender y reaprender*, en:  
Sitio Web Universidad Galileo de: <http://www.galileo.edu/facom/noticias/aprender-desaprender-y-reaprender/>

Baizabal, S (2016) Campaña Publicitaria. Recuperado de:  
<http://www.susanabaizabal.com/6-puntos-a-considerar-en-una-campana-de-publicidad-tradicional-y-digital/>

Cívica Comodes. (2001). Diccionario Municipal de Guatemala.

Definición ABC (2016) Social Campaña publicitaria. Recuperado de:  
<http://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php>

Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (2006). *Instituto Nacional de Estadística de Guatemala*.

Recuperado de <http://www.ine.gob.gt/index.php/demografia-y-poblacion/42-demografiaypoblacion/64-encovi2006>

Figura 1. Captura de pantalla Isologotipo fan page facebook DDA Educación (2016).  
Recuperado de: <https://www.facebook.com/DDA>

Figura 2. Portada del Manual de Identidad de la DDA (2014).  
*División de Desarrollo Académico DDA*.

Figura 3. Captura de pantalla de la Sitio Web de la Dirección General de Docencia.  
Recuperado de: <http://diged.usac.edu.gt/diged/>

Figura 4. Cuenta de Facebook DDA Educación. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/DDA>

Flores, J (2012) Áreas y Disciplinas del Diseño. Recuperado de:  
<http://origenarts.com/areas-y-disciplinas-del-diseno-grafico-debate/>

Inca, H (2014) Diseño Publicitario. Recuperado de: [https://youtu.be/GPj\\_WopzN7Q](https://youtu.be/GPj_WopzN7Q)

Manual Organizacional Integrado de la Dirección General de Docencia.  
DIGED. (1999) 300p. Consultado el día 08 de abril de 2016.

Tapia, A. (2013). Hacia una definición del diseño gráfico.  
Recuperado de: <http://www.uacj.mx/IADA/DD/LDG/Documents/LECTURAS%202014/Lectura%20del%20Mes%20-%20Enero2014%20-%20Definicion%20de%20Diseno.pdf>

Tamup, C. (2014) *Estudio de Grupo Objetivo de Docencia Universitaria*.  
División de Desarrollo Académico.

# Glosario

---

## **BOCETOS**

En un boceto los contornos y los detalles no están definidos, sino insinuados de forma esquemática (abocetados, esbozados o bosquejados).

## **BRIEF**

Es un documento simplificado que sirve como punto de partida y referencia para iniciar el proceso creativo de diseño. Tiene información del grupo objetivo, del tono de la marca, lo que necesitan, los objetivos, etc.

## **CONCEPTO**

Los conceptos son construcciones o imágenes mentales, por medio de las cuales comprendemos las experiencias que emergen de la interacción con nuestro entorno. Estas construcciones surgen por medio de la integración en clases o categorías que agrupan nuestros conocimientos y experiencias nuevas con los conocimientos y experiencias almacenados en la memoria. Se considera una unidad cognitiva de significado; un contenido mental que a veces se define como una "unidad de conocimiento".

## **CONNOTACIÓN**

Significado secundario y subjetivo que tiene una palabra o imagen por su asociación con otras.

## **ESTRATEGIA**

Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

## **FUNDAMENTACIÓN**

Establecimiento de las bases, generalmente razonados o argumentados, de algo.

## **GRUPO OBJETIVO**

En el ámbito de la publicidad, los términos mercado objetivo, público objetivo, grupo objetivo y mercado meta, así como los anglicismos target, target group y target market, se utilizan como sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

## **INSIGHT**

Son aspectos que se encuentran ocultos en su mente. Estos afectan la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores.

## **IMAGOTIPO**

Es aquel que combina imagen y texto, estos pueden funcionar por separado.

**LEGIBILIDAD**

Que puede ser leído por su claridad o interés.

**LÍNEA GRÁFICA**

Una serie de elementos de diseño que identifican varios productos o piezas gráficas como parte de la misma empresa o marca.

**MEMORABILIDAD**

Lograr que un diseño se asocie con un recuerdo o evento importante. Recordar repetidamente el mensaje o servir como referente.

**MOCK UP**

Es un fotomontaje que permite mostrar al cliente cómo quedara su diseño.

**RETÍCULA**

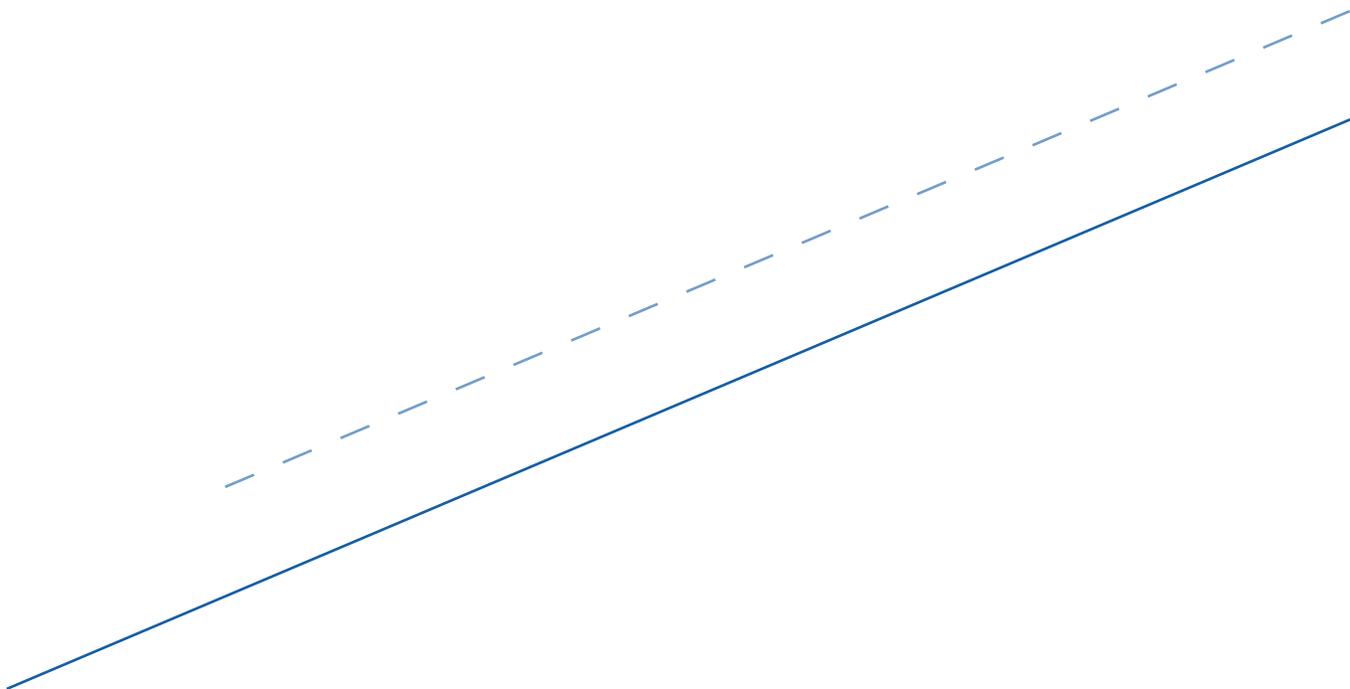
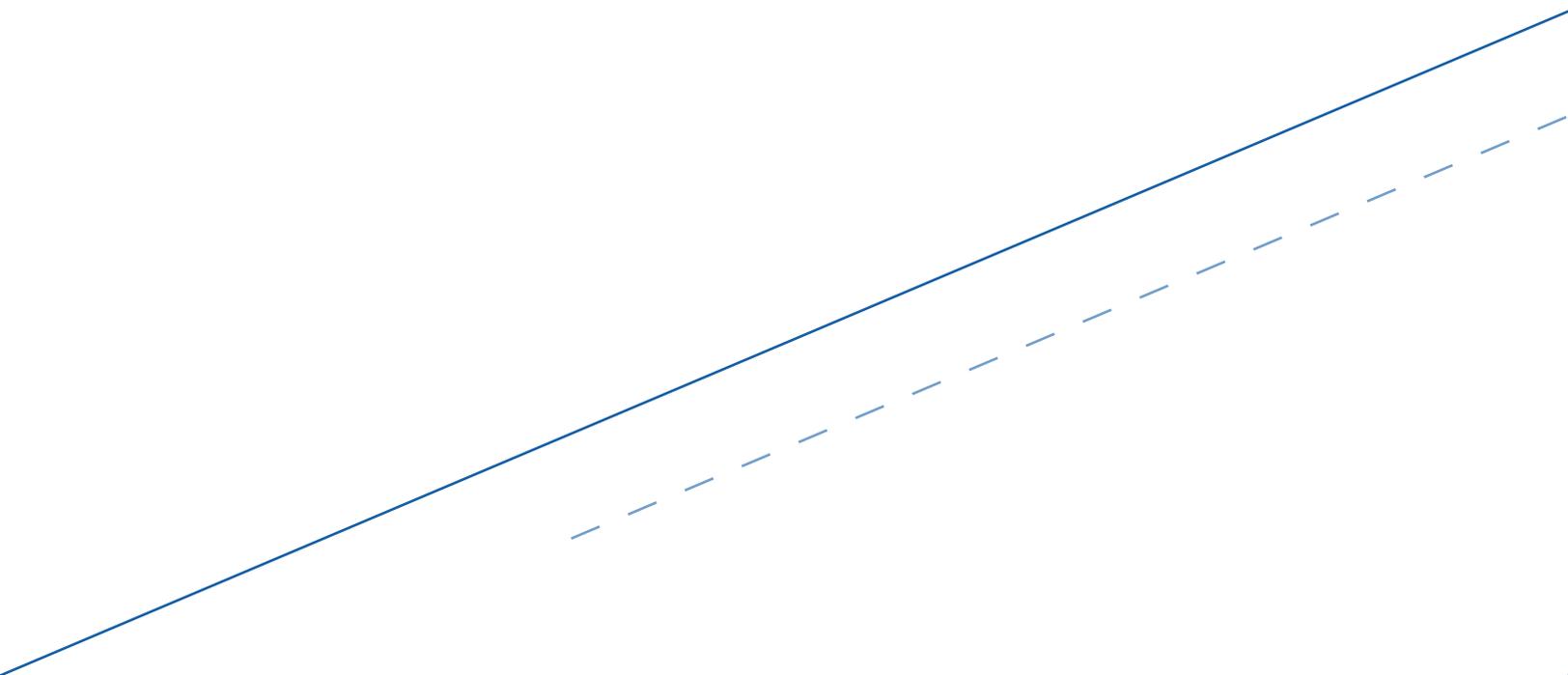
La retícula es algo que lleva toda publicación por detrás. Estructura por desentrañar. Es una base sobre la que podemos trabajar y donde aplicar los elementos: columnas, módulos, etc.

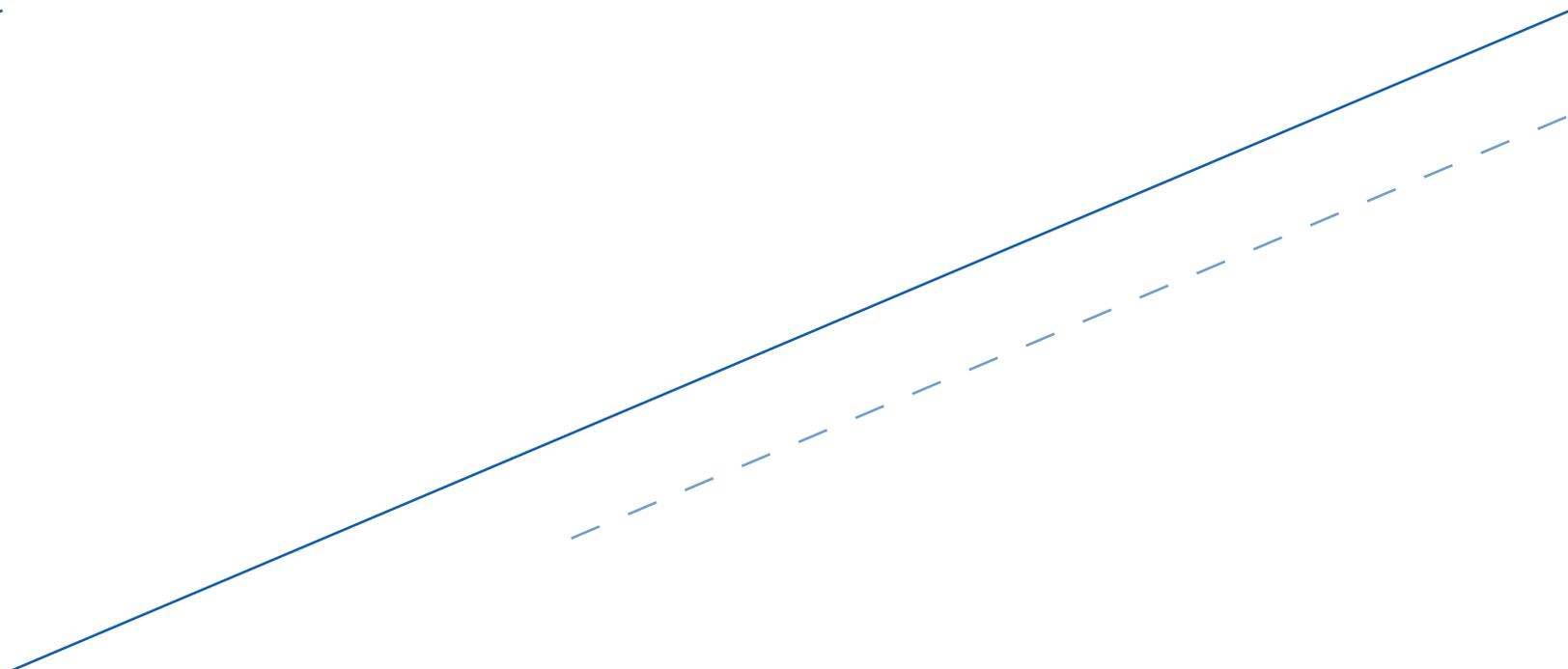
**TIPOGRAFÍA**

Es una disciplina que reproduce de una forma óptima un mensaje. Es el arte de imprimir caracteres. Estilo o apariencia de un texto impreso.

**VISUALIZAR**

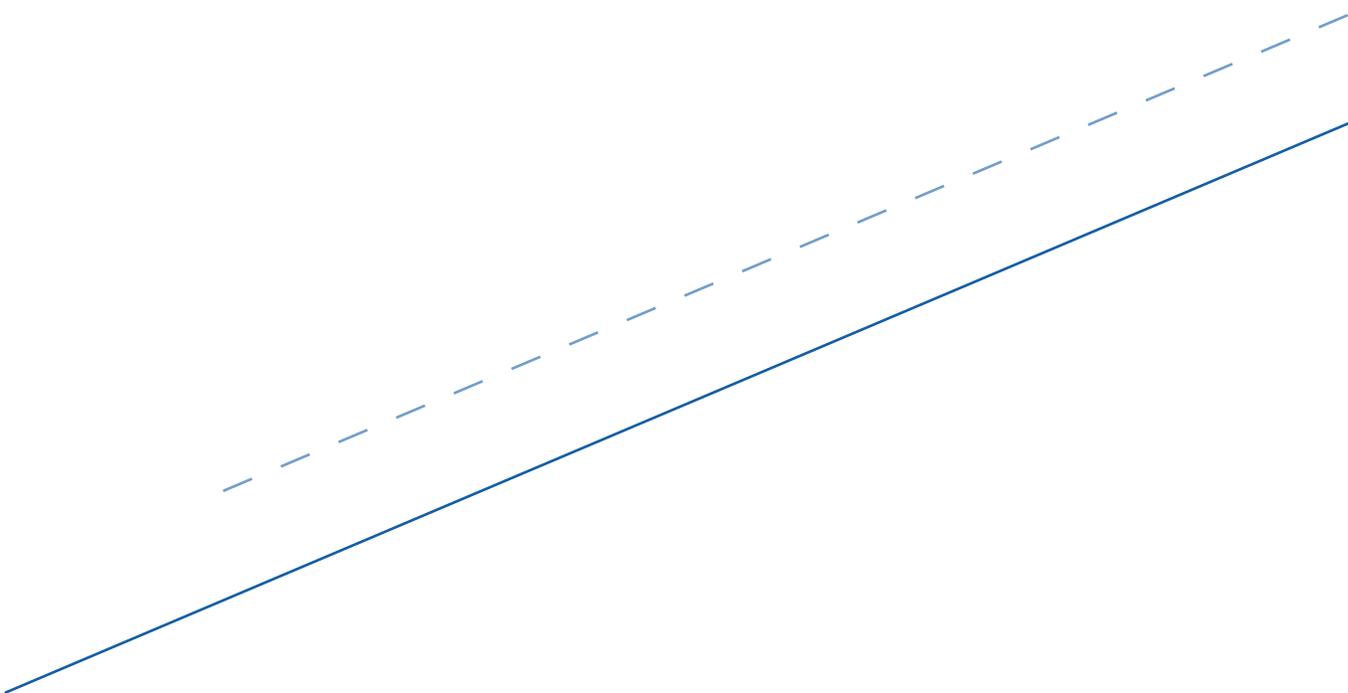
Formarse en el pensamiento la imagen de una cosa que no se tiene delante o de un concepto abstracto. Representar por medio de imágenes, como gráficos o dibujos, fenómenos abstractos.





# Anexos

---



# Anexo 1

142

## Nivel 2 de visualización

Cuestionario realizado a Expertos en el Tema a través de la plataforma google forms.

### EXPERTOS EN EL TEMA

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO E INFORMACIÓN:**  
Para elevar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades que la División de Desarrollo Académico realiza.

El propósito de esta encuesta es realizar una validación de los materiales impresos que fueron diseñados para integrar la Estrategia Visual Informativa de la DDA. Se guardara confidencialidad y sus respuestas serán para uso exclusivo del proyecto.

\*Required

#### 1. Las piezas presentan la información de manera: \*



- Ordenada
- Medianamente ordenada
- Desordenada

#### 2. La composición y tamaño de los títulos es: \*

- Eficiente
- Medianamente Eficiente
- Ineficiente

#### 3. La información contenida en las piezas gráficas cubren las necesidades de posicionar e informar sobre la -DDA-: \*

- Sí
- Regular
- No

#### 4. Las fotografías sustentan la información de manera: \*

- Eficiente
- Medianamente Eficiente
- Ineficiente

#### 5. Los colores utilizados son: \*

- Llamativos
- Parcialmente llamativos
- Poco llamativos

#### 6. La paleta de colores le transmiten: \*



- Optimismo
- Seguridad
- Negatividad
- Inseguridad
- Other: \_\_\_\_\_

#### 7. ¿Cómo calificaría los materiales? \*

- Eficaces
- Medianamente Eficaces
- Ineficaces

Comentarios y/o sugerencias:

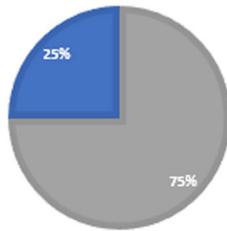
Your answer

## Nivel 2 de visualización

Tabulación de resultados del cuestionario perteneciente a los Expertos en Tema, realizado a través de la plataforma google forms.

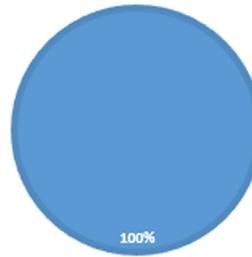
### 1. LAS PIEZAS PRESENTAN LA INFORMACIÓN DE MANERA:

■ Ordenada ■ Medianamente Ordenada ■ Desordenada



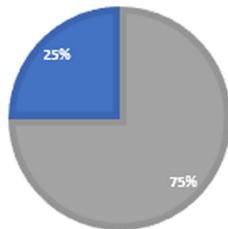
### 5. LOS COLORES UTILIZADOS SON:

■ Llamativos ■ Parcialmente Llamativos ■ Poco Llamativos



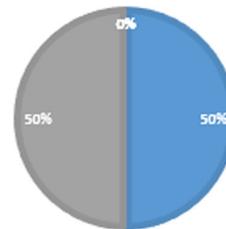
### 2. LA COMPOSICIÓN Y TAMAÑO DE LOS TÍTULOS ES:

■ Eficiente ■ Medianamente Eficiente ■ Ineficiente



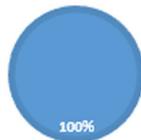
### 6. LA PALETA DE COLORES LE TRANSMITEN:

■ Optimismo ■ Seguridad ■ Negatividad ■ Inseguridad ■ Otro



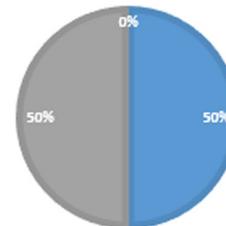
### 3. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN LAS PIEZAS GRÁFICAS CUBREN LAS NECESIDADES DE POSICIONAR E INFORMAR SOBRE LA -DDA-:

■ Sí ■ Regular ■ No



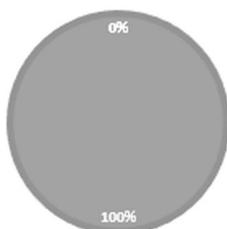
### 7. ¿CÓMO CALIFICARÍA LOS MATERIALES?

■ Eficaces ■ Medianamente Eficaces ■ Ineficaces



### 4. LAS FOTOGRAFÍAS SUSTENTAN LA INFORMACIÓN DE MANERA:

■ Eficiente ■ Medianamente Eficiente ■ Ineficiente



# Anexo 2

144

## PROFESIONALES DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO E INFORMACIÓN:  
Para elevar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades que la División de Desarrollo Académico realiza.

El propósito de esta encuesta es realizar una validación de los materiales impresos que fueron diseñados para integrar la Estrategia Visual Informativa de la DDA. Se guardara confidencialidad y sus respuestas serán para uso exclusivo del proyecto.

\*Required

### Piezas Gráficas

### Nivel 2 de visualización

Cuestionario realizado a Profesionales de Diseño Gráfico a través de la plataforma google forms.



1. Para cada una de las piezas, el soporte impreso resulta: (Afiche 11x17"; Manta 2x2m; Periódico 11x13".) \*

- Eficiente
- Medianamente Eficiente
- Deficiente

2. La retícula presenta la información de forma: \*

- Ordenada
- Medianamente Ordenada
- Desordenada

3. La retícula le parece: \*

- Agradable
- Medianamente Agradable
- Desagradable

4. La composición de los textos es: \*

- Eficiente
- Medianamente Eficiente
- Deficiente

9. Los colores utilizados son: \*



- Agradables
- Medianamente Agradables
- Desagradables

10. La paleta de colores le transmiten: \*

- Optimismo
- Seguridad
- Negatividad
- Inseguridad

11. Los colores utilizados: \*

- Apoyan completamente la campaña
- Apoyan parcialmente la campaña
- No apoyan la campaña

5. El interlineado del texto es: \*

- Eficiente
- Medianamente Eficiente
- Deficiente

6. La composición de titulares y subtulares es: \*

- Integra la composición visual
- Integra parcialmente la composición visual
- No integran la composición visual

7. La composición y tamaño de letra en párrafos de texto es: \*

- Eficiente
- Medianamente Eficiente
- Deficiente

8. La tipografía de títulos, subtítulos y párrafos es: \*

- Legible
- Medianamente Legible
- Ilegible

12. Los colores utilizados: \*

- Apoyan completamente la estrategia
- Apoyan parcialmente la estrategia
- No apoyan la estrategia

13. Las fotografías en la composición \*

- Integra la composición visual
- Integra parcialmente la composición visual
- No integran la composición visual

14. Las fotografías presentan el concepto de manera \*

- Comprensible
- Medianamente comprensible
- Incomprensible

15. ¿En qué medida apoyan los elementos visuales la composición y el diseño de las piezas? \*

- Alta
- Media
- Baja

16. EN GENERAL, ¿Cómo calificaría las piezas? \*

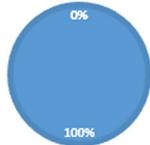
- Eficaces
- Medianamente Eficaces
- Ineficaces

## Nivel 2 de visualización

Tabulación de resultados del cuestionario perteneciente a los Profesionales en Diseño Gráfico, realizado a través de la plataforma google forms. Preguntas (1-8)

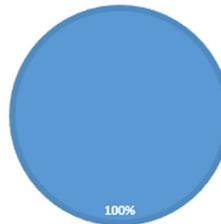
1. PARA CADA UNA DE LAS PIEZAS, EL SOPORTE IMPRESO RESULTA: (AFICHE 11X17"; MANTA 4X4M; PERIÓDICO 11X13".)

■ Eficiente ■ Medianamente Eficiente ■ Ineficiente



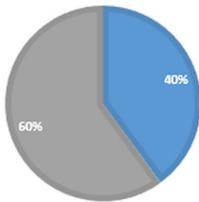
5. EL INTERLINEADO DEL TEXTO ES:

■ Eficiente ■ Medianamente Eficiente ■ Ineficiente



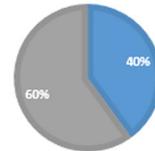
2. LA RETÍCULA PRESENTA LA INFORMACIÓN DE FORMA:

■ Ordenada ■ Medianamente Ordenada ■ Desordenada



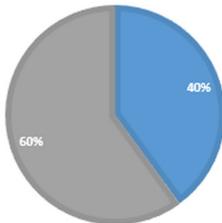
6. LA COMPOSICIÓN DE TITULARES Y SUBTITULARES ES:

■ Integra la composición visual  
■ Integra parcialmente la composición visual  
■ No integran la composición visual



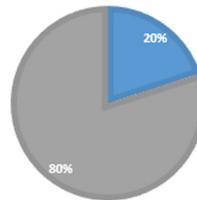
3. LA RETÍCULA LE PARECE:

■ Agradable ■ Medianamente Agradable ■ Desagradable



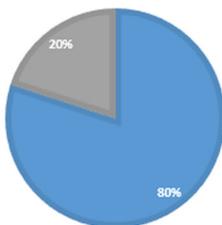
7. LA COMPOSICIÓN Y TAMAÑO DE LETRA EN PÁRRAFOS DE TEXTO ES:

■ Eficiente ■ Medianamente Eficiente ■ Ineficiente



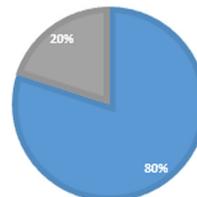
4. LA COMPOSICIÓN DE LOS TEXTOS ES:

■ Eficiente ■ Medianamente Eficiente ■ Ineficiente



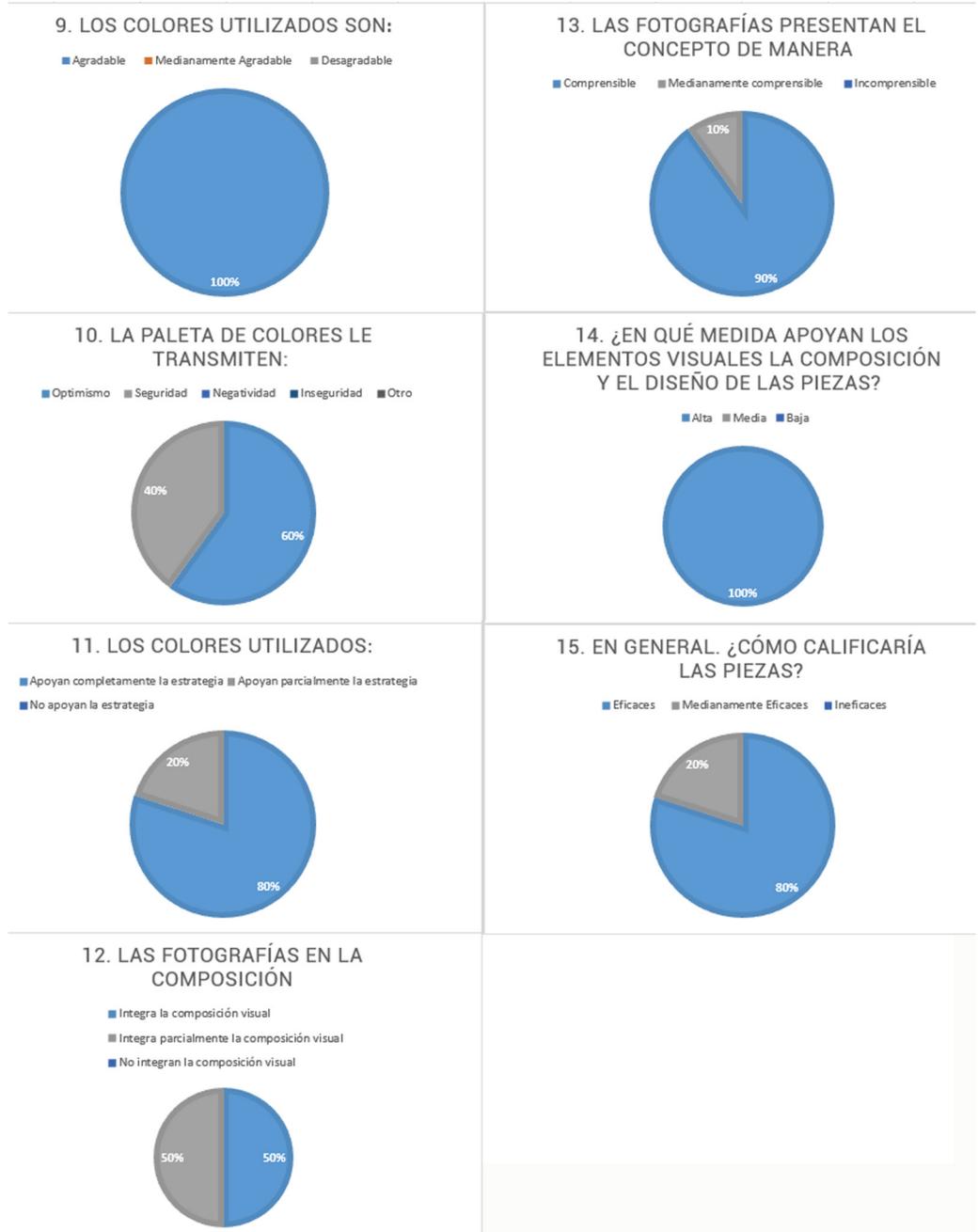
8. LA TIPOGRAFÍA DE TÍTULOS, SUBTÍTULOS Y PÁRRAFOS ES:

■ Legible ■ Medianamente Legible ■ Ilegible



## Nivel 2 de visualización

Tabulación de resultados del cuestionario perteneciente a los Profesionales en Diseño Gráfico, realizado a través de la plataforma google forms. Preguntas (9-15)



# Anexo 3

## GRUPO OBJETIVO

### TEMA DEL PROYECTO

DISEÑO DE ESTRATEGIA VISUAL DE CARÁCTER INFORMATIVO: para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza.

El propósito de esta encuesta es realizar una validación de los materiales impresos que fueron diseñados para integrar la Estrategia Visual Informativa de la DDA. Se guardara confidencialidad y sus respuestas serán para uso exclusivo del proyecto.

Instrucciones: A continuación se presenta un pequeño cuestionario, marque la respuesta que usted desea, según el material observado.

\*Required

### Piezas Gráficas



## Nivel 3 de visualización

Cuestionario realizado al grupo objetivo a través de la plataforma google forms.

1. ¿Cuál o cuáles son los mensajes que ha logrado identificar en las piezas? \*

- Cual es la función de la DDA en la USAC.
- La DDA es capacitación y actualización para el docente
- La DDA es importante para la USAC

2. Las fotografías sustentan la información de manera: \*

- Eficiente
- Medianamente eficiente
- Ineficiente

Paleta de colores



3. Los colores utilizados son: \*

- Llamativos
- Parcialmente llamativos
- Poco llamativos

4. La paleta de colores le transmiten: \*

- Optimismo
- Seguridad
- Negatividad
- Inseguridad

5. La información en cada una de las piezas, se presenta de forma:

- Ordenada
- Medianamente Ordenada
- Desordenada

6. ¿Cuál fue su reacción (primera impresión) ante el material?

- Interesado
- Desinteresado
- Sorprendido
- Indiferente

EN GENERAL ¿Cómo calificaría las piezas? \*

- Agradables
- Medianamente agradables
- Desagradables

## Nivel 3 de visualización

Tabulación de resultados del cuestionario realizado a través de la plataforma google forms, para el grupo objetivo.

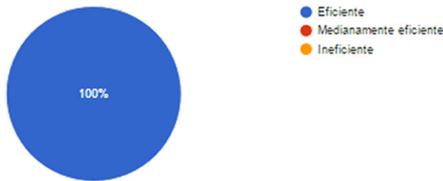
1. ¿Cuál o cuáles son los mensajes que ha logrado identificar en las piezas?

15 responses



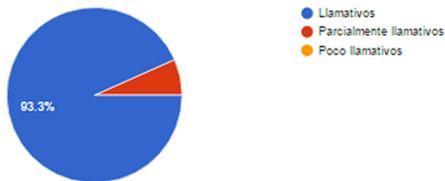
2. Las fotografías sustentan la información de manera:

15 responses



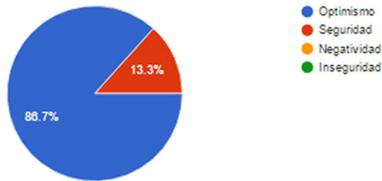
3. Los colores utilizados son:

15 responses



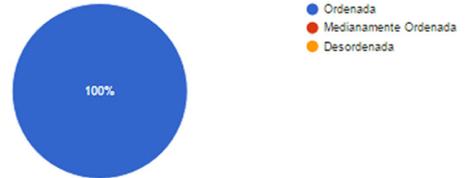
4. La paleta de colores le transmiten:

15 responses



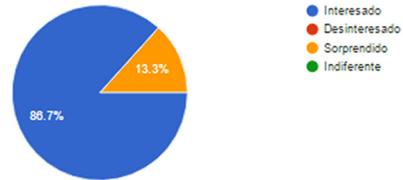
5. La información en cada una de las piezas, se presenta de forma:

15 responses



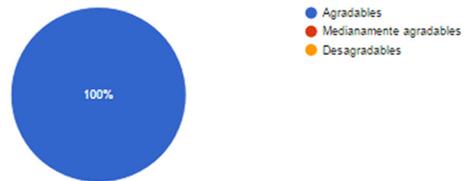
6. ¿Cuál fue su reacción (primera impresión) ante el material?

15 responses



EN GENERAL ¿Cómo calificaría las piezas?

15 responses





Guatemala, 21 de Agosto de 2017

<b>Empresa:</b> Flor Loaiza <b>Contacto:</b> Flor Loaiza / <b>Teléfonos:</b> Nit: . <b>Razón Social:</b> Flor Loaiza <b>Dirección :</b>	<b>Referencia No. :</b> 44413 <b>Vendedor :</b> Victor Rivas victor.rivas@panoramicas.com.g <b>Celular:</b> 3088-6441 <b>PBX:</b> 2383-5454
---	---

Cantidad	Descripción	Valor Unitario.	Neto
10.00	Impresión (es) digital (es) Alta Resolución en lona vinilica 13 onz. Alto: 3.00 Ancho: 3.00 mts con ruedo y ojetes.	738.00	7,380.00
10.00	. Dislpay roll up de medida 0.80 x 2.00 mts, impresión digital en lona vinilica resolución high defintion. Incluye estuche.	406.77	4,067.70
Prueba Impresa: No Orden de Compra: No Forma de Pago: 50% Anticipo - 50% Contra Entrega Fecha de entrega: Ver formulario F-15 adjunto. Tiempo de producción: 5 días hábiles Incluye instalación: No Día/hora recepción de producto: Horario de oficina Contacto para entrega producto: Flor Loaiza Forma de entregar factura: Mensajero Contacto para entregar factura: Flor Loaiza Días y hora de pago: Pendiente Dirección de entrega de factura: Pendiente Dirección entrega de producto: Cliente viene a recoger			

IPSP Q 51.11  
 Desc Q  
 Q **11,498.81**

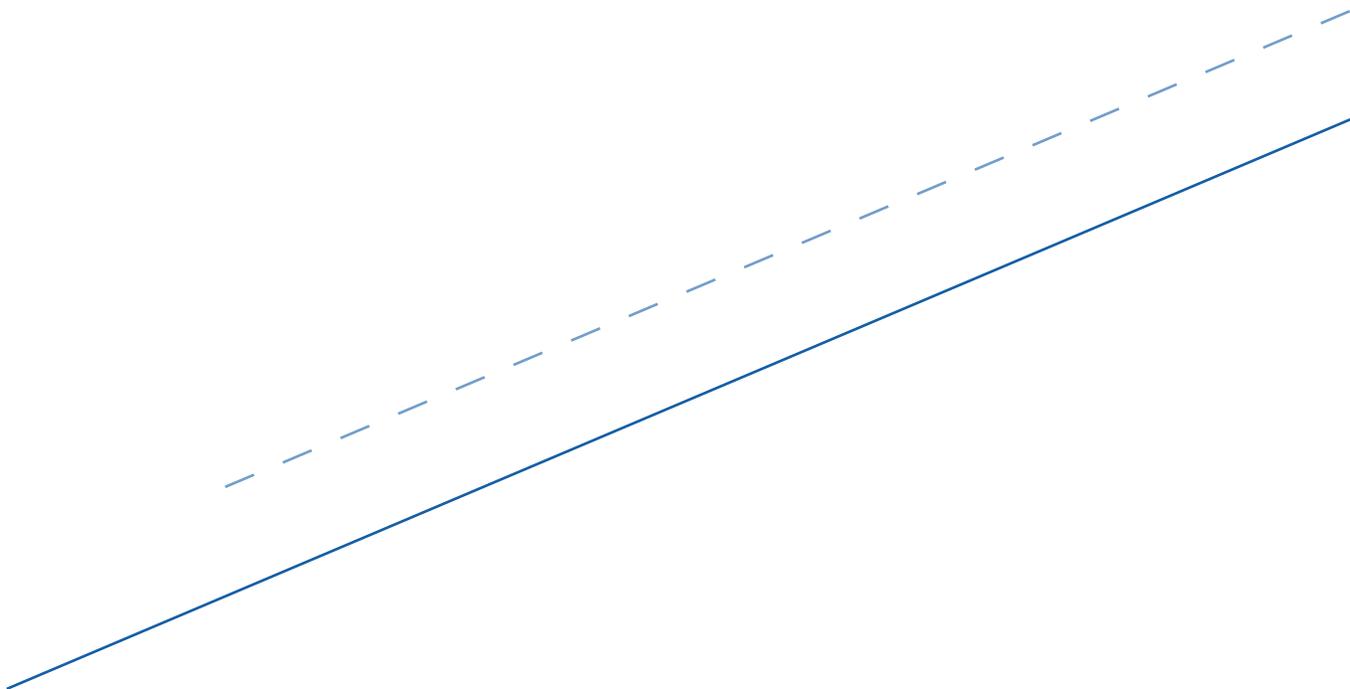
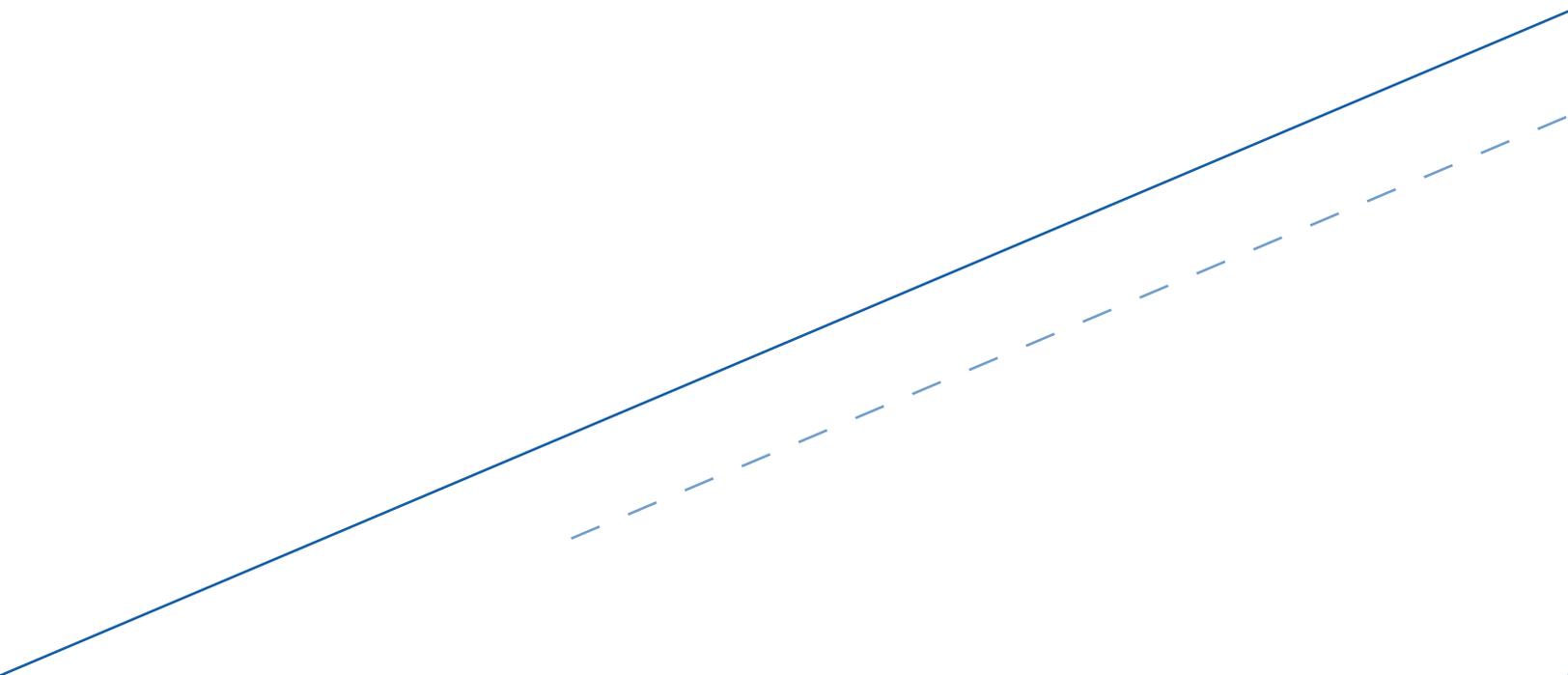
**CONDICIONES DE LA NEGOCIACION**

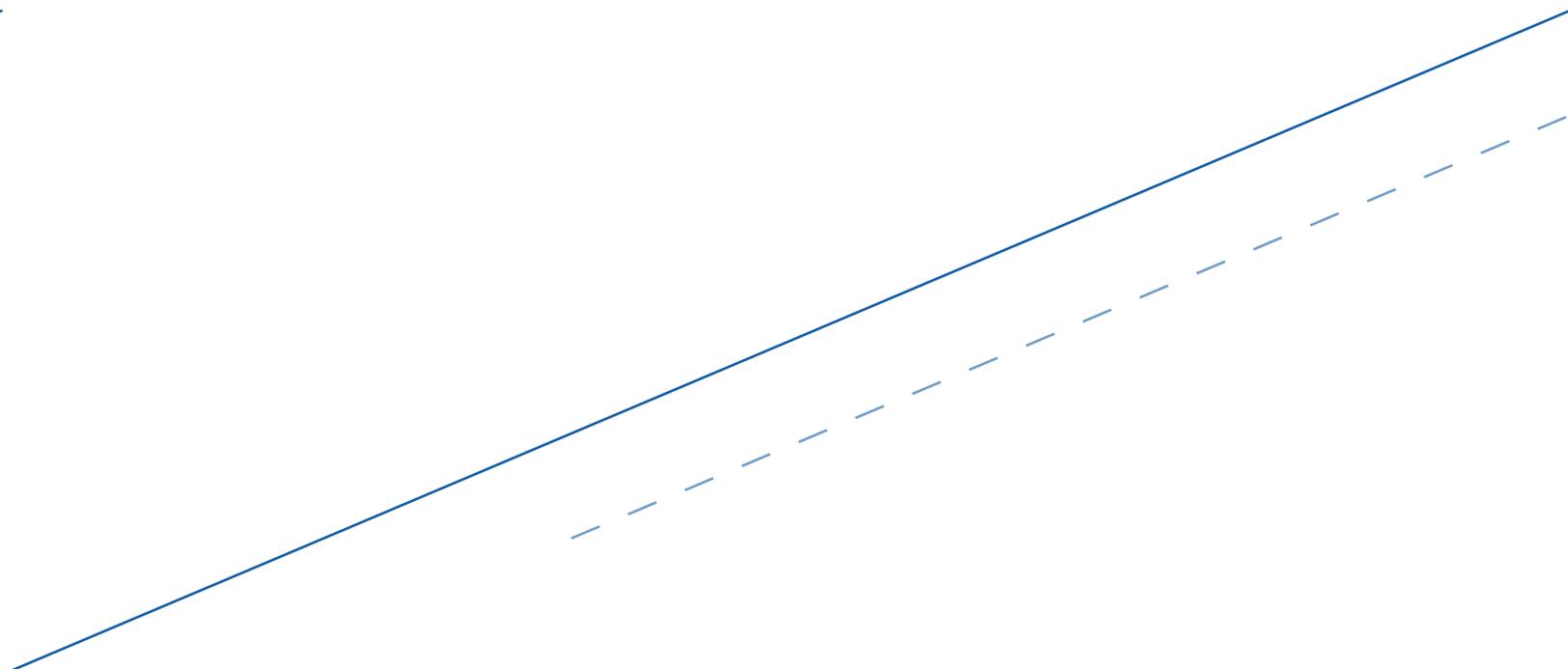
Ver aspectos generales en formulario F-15 adjunto a esta cotización.  
 Si el cliente no desea prueba impresa el cliente acepta como satisfactorio los colores del producto final entregado.  
 Se tiene derecho a solo tres modificaciones de diseño gráfico.  
 Los diseños se guardarán en nuestro servidor por un período máximo de 3 meses.  
 Q125 por cheque rechazado y/o por cambio de facturas. 6% mensual por mora en pagos.

Nombre

Firma de Aceptado

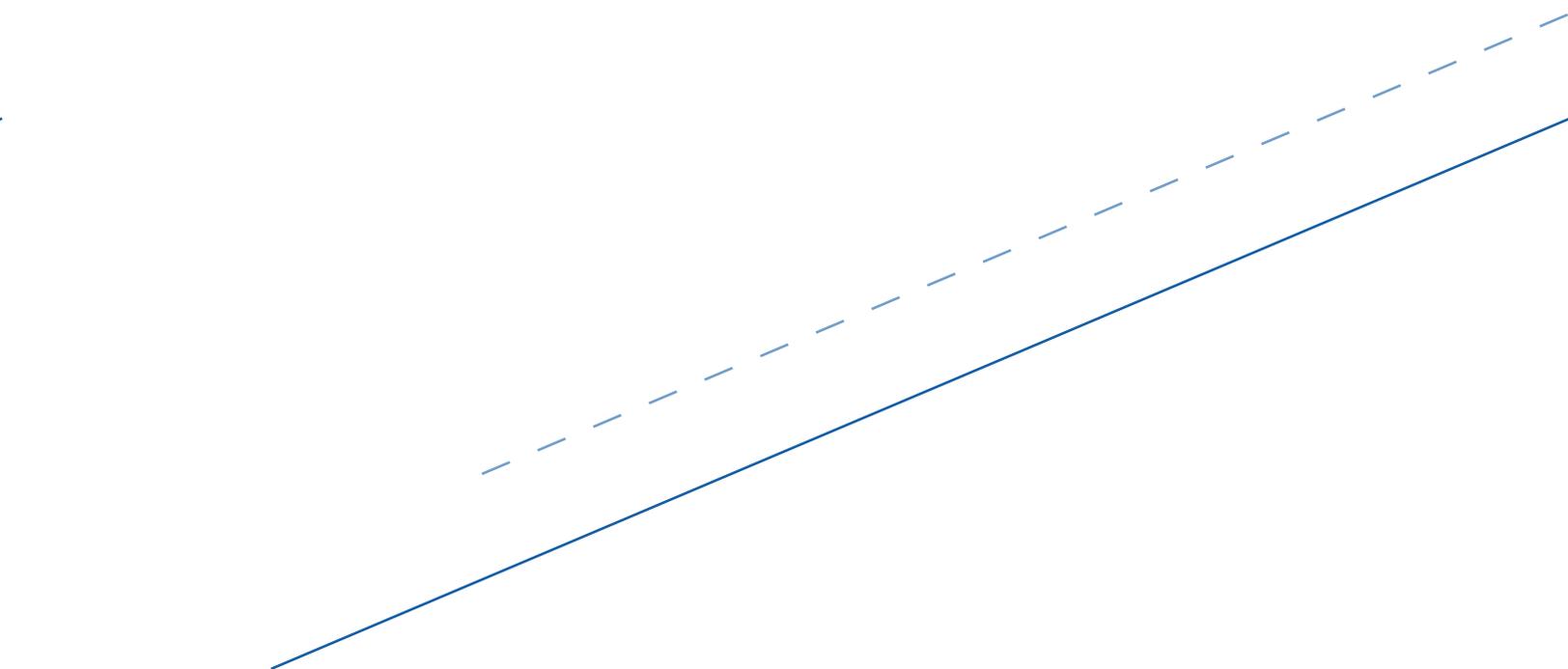
Sello de la empresa





“Las buenas ideas siguen a la estrategia; la estrategia a la información; la información sigue al consumidor; y el consumidor sigue a las buenas ideas.”

Publicidad Néstor Ahumada & Asociados.



Guatemala, mayo 16 de 2018.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Presente.

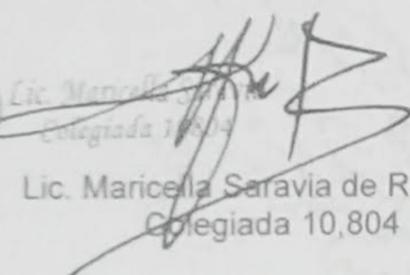
Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **FLOR DE MARÍA LOAIZA CHAJÓN**, Carné universitario: 201122369, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE ESTRATEGIA VISUAL DE CARÁCTER INFORMATIVO, PARA CONVOCAR LA PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, EN LAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN DOCENTE QUE LA DIVISIÓN DE DESARROLLO ACADÉMICO REALIZA**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

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



  
Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

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

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

Teléfonos: 3122 6600 - 5828 7092 - 2252 9859 - - maricelliasaravia@hotmail.com

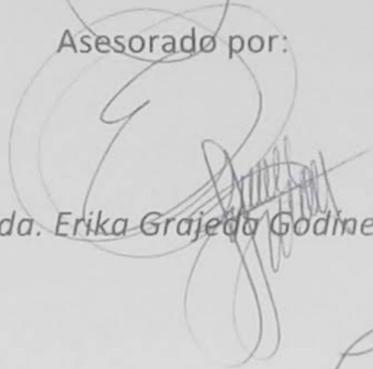
***“Diseño de estrategia visual de carácter informativo, para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza.”***

Proyecto de Graduación desarrollado por:

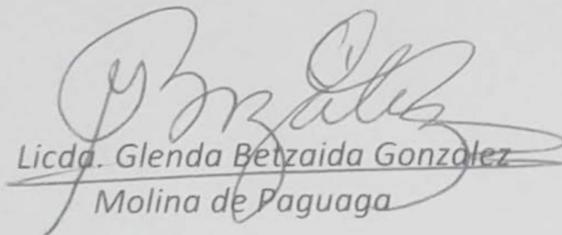


Flor de María Loaiza Chajón

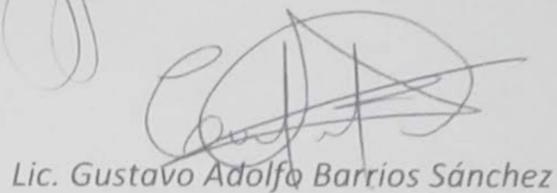
Asesorado por:



Licda. Erika Grajeda Godínez



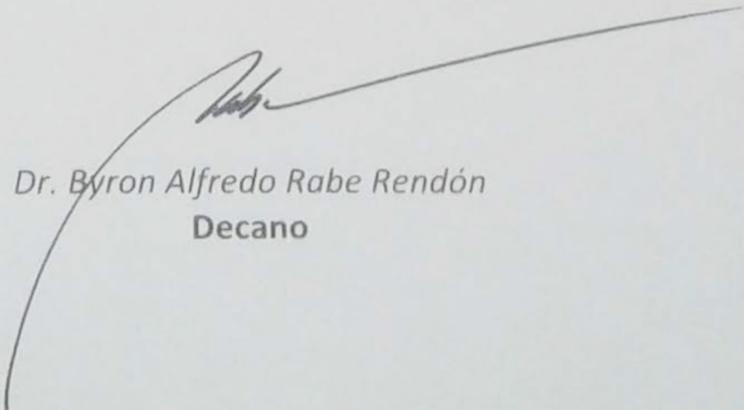
Licda. Glenda Betzaida González  
Molina de Paguaga



Lic. Gustavo Adolfo Barrios Sánchez

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano

# Diseño de estrategia visual de carácter informativo

Para convocar la participación del personal docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las actividades de formación docente que la División de Desarrollo Académico realiza.

