



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

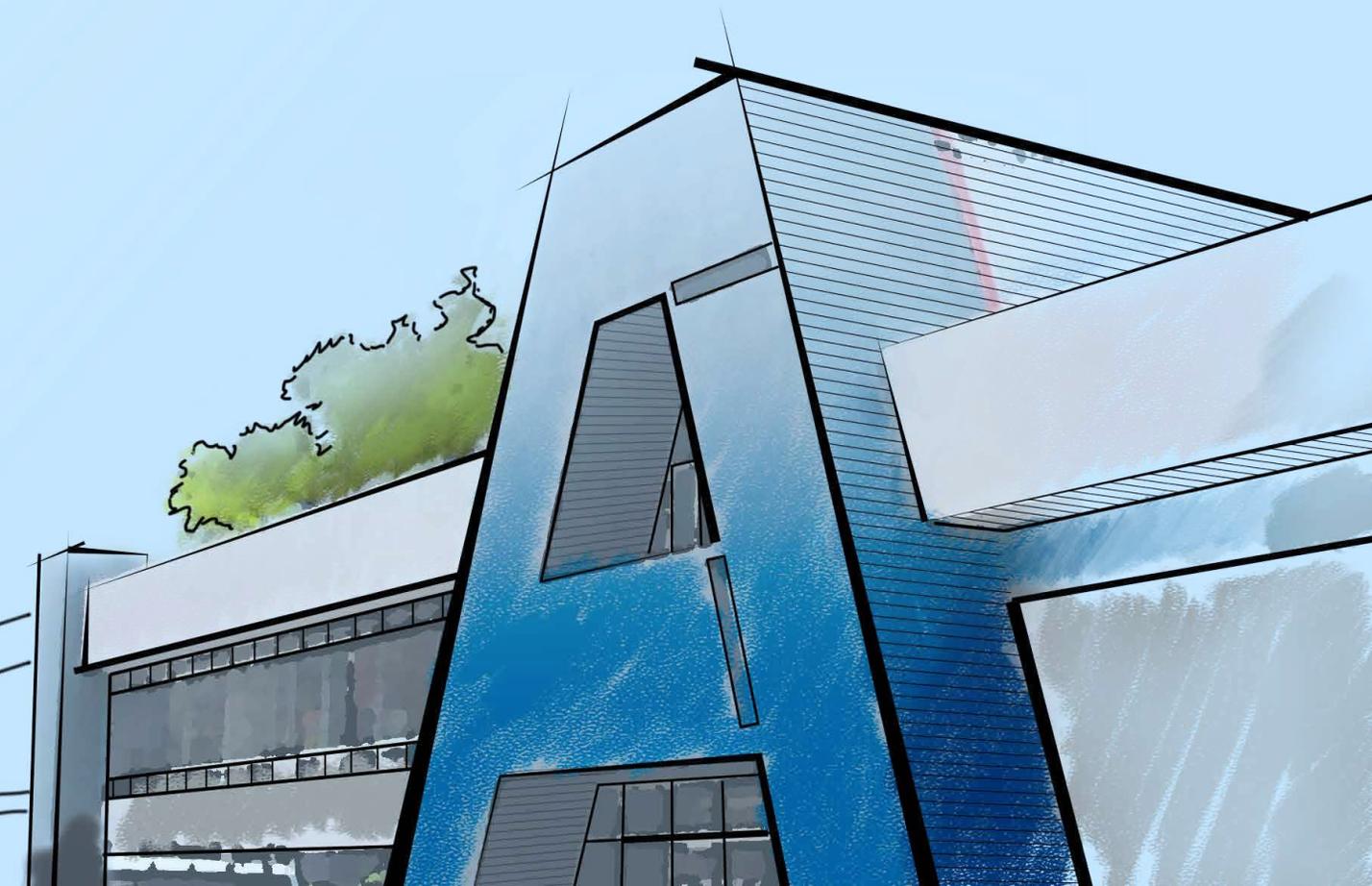
FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

---

**Manual de identidad visual y manual de  
criterios editoriales para las publicaciones**  
DE INVESTIGACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE  
LA FACULTAD DE ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD DE  
SAN CARLOS DE GUATEMALA

---

*Julia Sofía Barillas Marroquin*





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

FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**Manual de identidad visual y manual de  
criterios editoriales para las publicaciones**  
DE INVESTIGACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE  
LA FACULTAD DE ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD DE  
SAN CARLOS DE GUATEMALA

*Guatemala, julio 2024*

Presentado por:  
Julia Sofía Barillas Marroquin

Para optar al título de:  
Licenciada en Diseño Gráfico

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



# Miembros de Junta Directiva

**Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini**

Decano

**MSc. Licda. Ilma Judith Prado Duque**

Vocal II

**Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas**

Vocal III

**Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola**

Vocal IV

**Br. Laura del Carmen Berganza Pérez**

Vocal V

**M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría**

Secretario Académico

# Tribunal examinador

**Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini**

Decano

**M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría**

Secretario Académico

**MSc. Erika Grajeda Godínez**

Asesora metodológica

**Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia**

Asesora gráfica

**Dr. Arq. Mario Raúl Ramírez de León**

Tercer Asesor



## **Dedicatoria:**

A Dios, por darme la oportunidad de culminar esta etapa de aprendizaje.

A mi madre, Blanca Elizabeth Marroquín Contreras, por darme siempre su apoyo incondicional.

A los docentes, compañeros y amigos con los que pude coincidir en esta carrera, gracias por su enseñanza y por su apoyo.

# Índice

<b>Acerca del proyecto</b> .....	<b>7</b>
<b>Capítulo 1. Introducción</b> .....	<b>9</b>
Antecedentes .....	<b>11</b>
Problema de comunicación visual .....	<b>15</b>
Justificación del proyecto .....	<b>16</b>
Objetivos .....	<b>19</b>
<b>Capítulo 2. Perfiles</b> .....	<b>20</b>
Perfil de la institución.....	<b>21</b>
Perfil del grupo objetivo.....	<b>32</b>
<b>Capítulo 3. Planeación operativa</b> .....	<b>36</b>
Flujograma .....	<b>37</b>
Cronograma de trabajo.....	<b>38</b>
Previsión de recursos y costos.....	<b>40</b>
<b>Capítulo 4. Marco teórico</b> .....	<b>41</b>
La importancia de establecer la identidad corporativa de una organización .....	<b>42</b>
La identidad visual, el diseño editorial y la investigación .....	<b>46</b>
<b>Capítulo 5. Definición creativa</b> .....	<b>61</b>
Briefing de diseño.....	<b>62</b>
Referentes visuales .....	<b>64</b>
Estrategia de las piezas de diseño.....	<b>69</b>
Concepto creativo .....	<b>72</b>
Premisas de diseño .....	<b>74</b>
<b>Capítulo 6. Producción gráfica y validación de alternativas</b> .....	<b>86</b>
Nivel 1 de visualización.....	<b>87</b>
Nivel 2 de visualización .....	<b>107</b>
Nivel 3 de visualización .....	<b>118</b>
Fundamentación de la propuesta final.....	<b>129</b>
Lineamientos para puesta en práctica y presupuesto .....	<b>157</b>
<b>Capítulo 7. Síntesis del proceso</b> .....	<b>161</b>
Lecciones aprendidas.....	<b>162</b>
Conclusiones .....	<b>162</b>
Recomendaciones.....	<b>163</b>
<b>Glosario</b> .....	<b>164</b>
<b>Lista de figuras</b> .....	<b>166</b>
<b>Referencias</b> .....	<b>168</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>172</b>
Breve encuesta aplicada a investigadores de la DIFA.....	<b>173</b>
Índice de temas relevantes y estado del arte para el desarrollo del marco teórico .....	<b>175</b>
Técnicas para desarrollar el concepto creativo.....	<b>179</b>
Instrumento de validación aplicado a diseñadores gráficos y expertos en el tema .....	<b>186</b>
Instrumento de validación aplicado a personas del grupo objetivo .....	<b>193</b>

# **Acerca del proyecto**

La Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como parte de un ente de educación superior, tiene el compromiso de generar conocimientos que impulsen el desarrollo de la comunidad académica y de la sociedad guatemalteca. El diseño gráfico visual intervino en esta oportunidad dentro de la DIFA, consolidando su identidad visual y gráfica, con el fin de visibilizar su trabajo y aporte dentro de su campo.

Se abordaron temas relacionados con la identidad corporativa e identidad visual de una marca, los beneficios que le otorgan a una institución y su aplicación en materiales corporativos y editoriales, todo esto sometido al respectivo estudio, análisis y validación de su funcionamiento dentro del grupo objetivo al que va dirigido.



The page features several large, overlapping dashed blue arcs that create a sense of depth and movement. These arcs are centered around the main title area and extend towards the corners of the page.

CAPÍTULO 01

---

**Introducción**



# Antecedentes

## A NIVEL NACIONAL

Diversos estudios afirman que la investigación es la base para el desarrollo de una sociedad. Coelho, define la investigación como “un proceso intelectual y experimental que comprende un conjunto de métodos aplicados de modo sistemático, con la finalidad de indagar sobre un asunto o tema, así como de ampliar o desarrollar su conocimiento, sea este de interés científico, humanístico, social o tecnológico (...) La investigación puede tener varios objetivos como buscar soluciones a problemas puntuales, desentrañar las causas de una problemática social, desarrollar un nuevo componente de uso industrial, obtener datos, entre otros.”<sup>1</sup>



La investigación contribuye con el crecimiento de un país, siendo una herramienta que permite generar propuestas que resuelvan problemas de la sociedad a través del descubrimiento de nuevos conocimientos.

En Guatemala, el número de investigadores/as equivalente jornada completa (EJC) representa solo 26,7 investigadores/as EJC por millón de habitantes, según el estudio *Relevamiento de la Investigación y la Innovación en la República de Guatemala*, elaborado por la UNESCO,<sup>2</sup> siendo este número 16 veces más pequeño que el promedio en América Latina y 262 veces menor que en los países desarrollados.

Guatemala invierte solamente el 0,029 % de su PIB (Producto Interno Bruto) en actividades de investigación y desarrollo, limitando el desarrollo científico y tecnológico del país, este número es 25 veces menor que el promedio invertido en América Latina y el Caribe y casi 200 veces menor que en la República de Corea o Israel, datos proporcionados por el estudio de Lemarchand<sup>3</sup> mencionado anteriormente.

## A NIVEL INSTITUCIONAL

La Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) constituye un pilar para el desarrollo social del país a partir de la educación. La educación superior es un compromiso que tiene la USAC con la población guatemalteca y la misma debe cumplir con tres funciones: **la docencia, la investigación y la extensión.**

1. Fabián Coelho. *Investigación*. 2021. Recuperado el 06 enero 2021, <https://www.significados.com/investigacion/>
2. Guillermo Lemarchand. *Relevamiento de la investigación y la innovación en la República de Guatemala*. Col. GO->SPIN de perfiles nacionales en políticas de ciencia, tecnología e innovación, vol. 6. UNESCO, París, 2017. Recuperado el 08 de febrero del 2021, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248067>
3. Lemarchand. *Relevamiento de la investigación y la innovación en la República de Guatemala*.

La docencia está orientada hacia la búsqueda y aplicación de conocimientos a través del proceso educativo. La investigación “es la actividad sistemática y creadora, busca descubrir, analizar, interpretar y/o evaluar las relaciones y la esencia de los fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento, con el fin de establecer principios y teorías que orienten y planteen soluciones a la problemática del hombre y la sociedad”. Por último, la extensión está orientada a la aplicación del conocimiento en la solución de problemas y satisfacción de las necesidades de la sociedad, busca la vinculación social, la conservación de la cultura y el ambiente, la promoción de la salud física y mental, así como el desarrollo de la comunicación social.<sup>4</sup>



Estas tres funciones deben interrelacionarse, la docencia se conecta con la investigación involucrando a estudiantes y docentes que generan conocimientos y estos son transmitidos y aplicados en la sociedad por medio de la extensión. A través de este proceso, se presentan propuestas de solución a las problemáticas nacionales, que finalmente representan un aporte económico que la universidad retribuye al pueblo de Guatemala por la inversión recibida de sus impuestos.

---

## SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

---

El Sistema de Investigación es definido en el Compendio de reglamentos y normativos de investigación de la Dirección General de Investigación como “un conjunto de elementos interrelacionados entre sí y con el medio, cuya función es la producción del conocimiento científico”.<sup>5</sup>

El Sistema de Investigación de la Universidad de San Carlos (SINUSAC), está integrado por tres Subsistemas: el primero es el Subsistema de Dirección, que está constituido por el Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación de la Universidad de San Carlos (CONCIUSAC). Este funciona como el órgano directriz del Sistema

que dirige e impulsa la investigación en la universidad. El segundo Subsistema es el de Coordinación: la Dirección General de Investigación (DIGI), que tiene el deber de ejecutar las directrices proporcionadas por el CONCIUSAC, coordinar la investigación a través de los Programas Universitarios y la cooperación nacional e internacional. Por último, el Subsistema Operativo lo constituyen los Programas Universitarios de Investigación, los institutos, departamentos o coordinaciones de investigación que actúan como órganos operativos. Es el conjunto de éstas unidades y tiene la función de administrar, coordinar, ejecutar y evaluar la investigación.<sup>6</sup>

4. USAC. *Plan Estratégico USAC-2022*, vers. ejecutiva (Guatemala de la Asunción, 2003). Recuperado el 08 de marzo del 2021. <https://drive.google.com/file/d/1bA5RfHBXpO4yGUDZnvFPLBwmkWyZseS8/view>
5. Dorca Ortiz Orellana. (Comp). *Compendio de Reglamentos y Normativos de Investigación de la Dirección General de Investigación Guatemala*: DIGI, Unidad de Publicaciones y Divulgación, USAC, marzo 2021. Recuperado el 08 de abril de 2021, <https://portal.digi.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2023/01/compendioreglamentosynormativosdeinvestigaciondigi>
6. Ortiz Orellana (Comp). *Compendio de Reglamentos y Normativos de Investigación*.

Es responsabilidad del Subsistema de Dirección CONSIUSAC, la consolidación del Sistema de Investigación, que propicie el desarrollo de la investigación científica en las tres áreas de conocimiento de la USAC: el área social-humanística, el área tecnológica y el área de salud.

---

## LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA -DIFA-

---



Fue en 1974 cuando se creó el Programa de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (IFA), que posteriormente se transformó en el Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (CIFA), según Acta No. 46-80 del Consejo Superior Universitario, de fecha 08 de octubre de 1980.

Con el paso de los años se buscó sistematizar el proceso de investigación de la facultad en el campo de su competencia, por lo que se redefine el Centro de Investigaciones como Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA), funcionando dentro del Sistema de Investigación (SIFA), constituido de acuerdo al Punto Sexto, Inciso 6.7 del Acta 06-2012, sesión celebrada por la Junta Directiva el 21 de febrero del 2012, esta breve reseña figura en el normativo de la Dirección de Investigación de FARUSAC.<sup>7</sup>

---

7. FARUSAC. *Normativo de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: FARUSAC, 2014. Recuperado el 19 de enero de 2021, <https://drive.google.com/file/d/1VJirMhvT-SRBS803Zkvz42EmHPLgEXvp/view>

De acuerdo al normativo antes mencionado,<sup>8</sup> se define a la DIFA como la unidad encargada de la planificación, organización, dirección y supervisión de las actividades de investigación en el área de arquitectura, diseño gráfico y postgrados, por tanto, su principal objetivo es desarrollar investigaciones que generen conocimiento y/o brinden soluciones a problemáticas o necesidades de la sociedad guatemalteca, en el marco de las políticas de investigación de la USAC, dentro del campo de competencia de la Facultad de Arquitectura, determinado por las políticas, programas y líneas de investigación aprobadas por el Consejo de Investigación.



---

Por medio del trabajo de esta unidad, se fortalece la competitividad de la Facultad de Arquitectura y su capacidad de presentar propuestas que sean de beneficio para la población guatemalteca, aportando al cumplimiento del eje de la investigación de la USAC.

---

Los proyectos de la DIFA deben llegar a ser divulgados y difundidos, y delimitando este fin específicamente en un término de comunicación visual, es imprescindible que la unidad sea identificable a través de una identidad visual propia que le permita diferenciarse.

Con el transcurrir de los años, otros centros, programas o departamentos de investigación de la universidad fueron

creando sus propias identidades visuales con las que hoy logran ser reconocidas, sin embargo, la DIFA no ha tenido la oportunidad de contar con este distintivo.

Actualmente, mediante la tecnología, el acceso a la información y la comunicación digital, esto se logra de una manera más rápida y sencilla, y un solo mensaje puede llegar a tener un gran alcance dentro de la población.



---

Por tanto, la DIFA y sus proyectos deben ser identificables para lograr su reconocimiento al momento de ser difundidos, debido a que, el valor de sus aportaciones es de gran importancia para la USAC y para Guatemala.

---

8. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura Universidad de San Carlos de Guatemala.*



## Problema de comunicación visual

---

La Dirección de Investigación se encuentra ante dos dificultades paralelas: su público no identifica ni reconoce a la entidad, ni los materiales que produce. Simultáneamente, las personas que apoyan la elaboración de estos materiales tienen la dificultad de producirlos sin lineamientos visuales.

---



# Justificación

## TRASCENDENCIA DEL PROYECTO



### *A nivel gráfico*

El proyecto busca establecer un conjunto de características gráficas que distingan a la DIFA como un ente productor significativo dentro del campo de la investigación. Al mismo tiempo, se busca proporcionar un punto de partida y una guía a las personas que colaboran con la producción gráfica de estos proyectos.

Estas características gráficas están compuestas por elementos, tales como: el logo, color, retícula, tipografía, formas y gráficos, además de criterios editoriales y los correspondientes lineamientos para su aplicación en la producción de las publicaciones de la DIFA, logrando su identificación visual y reconocimiento por parte de su público objetivo.

### *A nivel de comunicación visual*

Tanto la identidad visual, como la aplicación de criterios editoriales, deben aportar al mensaje que la DIFA desea comunicar, asegurando que sea visualmente coherente y consistente en todos sus proyectos.

Ésta aplicación le otorga a la entidad un valor añadido a través de una presentación propia y profesional, le permite destacarse, diferenciarse de sus pares y ser memorable, comunica su esencia y construye lazos entre entidad-grupo objetivo.





### — A nivel macro en la sociedad —

A pesar de que Guatemala invierte un porcentaje muy bajo en las actividades de investigación y desarrollo, se deben unir esfuerzos para promover el desarrollo científico del país.

Tomar cualquier acción en beneficio de la investigación nacional será enormemente significativa para el progreso del país. Proporcionarle elementos de identificación visual a la DIFA y a sus publicaciones, contribuye con su comunicación y presentación, que busca proyectarla como un organismo influyente en la solución de necesidades o problemáticas de la sociedad guatemalteca.

---

## INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL

---

A lo largo de los años, la DIFA ha producido contenido de valor en el ámbito de la investigación en las ramas de arquitectura y del diseño gráfico. La intervención del diseño gráfico basado en la creación de lineamientos visuales y editoriales, influirá positivamente en el trabajo de los investigadores, resaltando su esfuerzo y haciéndolo visualmente memorable e identificable.





---

## FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

---

Las condiciones para elaborar el proyecto en la DIFA resultan favorables al contar con el apoyo de los investigadores y el acceso a los recursos informativos que el ente está dispuesto a proporcionar. Se cuenta con un constante seguimiento por parte del Dr. Mario Ramírez, Director de la DIFA, para lograr en conjunto, los resultados que busca el proyecto.

La tecnología actual facilita divulgación de los materiales. Las investigaciones son colocadas en el sitio web de FARUSAC. En la *Revista Avance*, se publican los resultados y artículos de los proyectos que están ejecutando los investigadores y se cuenta además con un canal de YouTube en crecimiento. Por otra parte, la Unidad de Divulgación de la Facultad de Arquitectura colabora con la difusión de las producciones de la DIFA.



## Objetivos

---

### OBJETIVO GENERAL

---

Visibilizar el trabajo de la DIFA por medio de la creación de una identidad visual e institucional consistente a través de lineamientos para su correcta aplicación en sus diferentes producciones, que contribuyan a su diferenciación, identificación y reconocimiento dentro del campo de la investigación.

---

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

---



#### De comunicación visual institucional

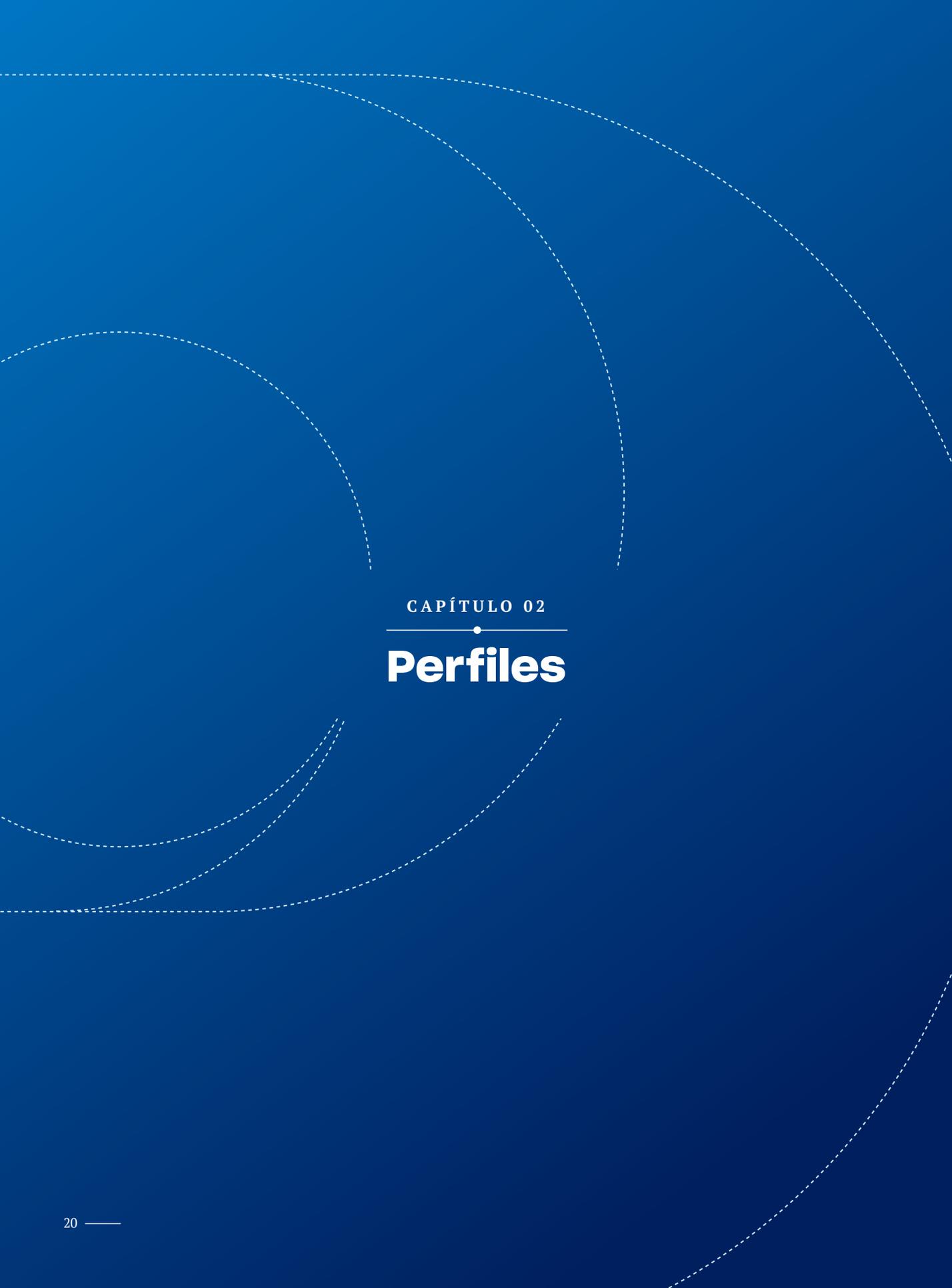
Dar a conocer la identidad de la DIFA dentro del campo de la DIFA, por medio de elementos y características visuales consistentes.

Dar unidad a los productos editoriales elaborados por la DIFA, por medio de criterios editoriales y los lineamientos, a ser utilizados por los usuarios que colaboran con la producción de los mismos.



#### De diseño

Elaborar un manual de identidad visual, así como también, un manual de criterios editoriales, a través del uso de códigos cromáticos, tipográficos, reticulares e iconográficos que beneficien la identificación de la institución, con el fin de facilitar a los futuros diseñadores gráficos o cualquier individuo que requiera elaborar un proyecto para la DIFA, la correcta aplicación de los lineamientos gráficos establecidos.



CAPÍTULO 02

---

**Perfiles**

# Perfil de la institución

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN  
DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA (DIFA)  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

La Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la USAC, dentro del Sistema de Investigación (SIFA), es la unidad responsable de la planificación, organización, dirección y supervisión de las actividades de investigación en el área de arquitectura, del diseño gráfico y postgrados.<sup>9</sup>

**Sector Social:** Educación superior, sector público.

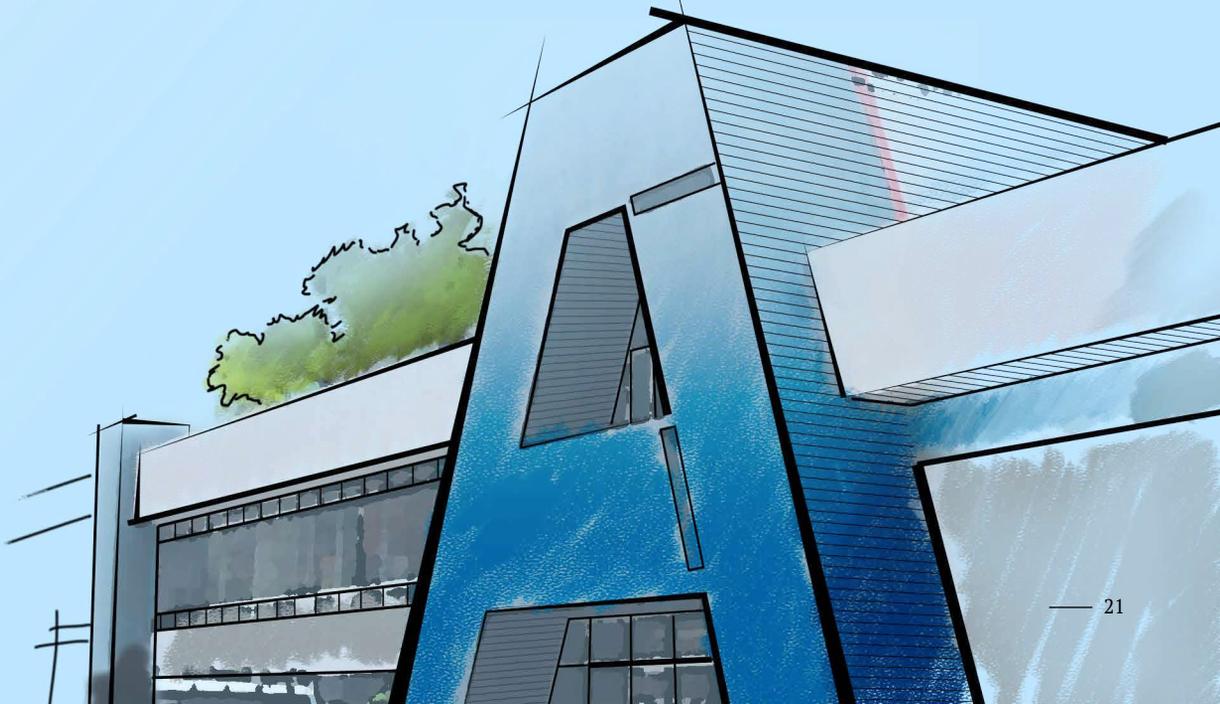


## Breve reseña histórica

En el año 1980, se creó el Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (CIFA), según acta No. 46-80 de fecha 08 de octubre de 1980, del Consejo Superior Universitario (CSU). En la búsqueda de sistematizar el proceso de investigación de la facultad en los campos de su competencia, se redefine el Centro de Investigaciones como Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA), dentro del Sistema de Investigación (SIFA), conforme lo resuelto en el Punto Sexto, Inciso 6.7 del Acta 06-2012 de sesión celebrada por Junta Directiva el 21 de Febrero del año 2012.<sup>10</sup>

9. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.*

10. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura.*



---

## Objetivos de la institución

---

Tanto el objetivo general como los específicos se establecen en el Normativo<sup>11</sup> de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura:



### Objetivo general

Desarrollar investigaciones a corto y mediano plazo, para generar conocimiento y/o brindar soluciones a los problemas o necesidades de la sociedad guatemalteca, en el marco de las políticas de investigación de la Universidad de San Carlos, dentro del campo de competencia de la Facultad de Arquitectura, demarcado por las políticas, programas y líneas de investigación aprobadas por el Consejo de Investigación.



### Objetivos específicos

- 1 **Fomentar** la formación y actualización en el área de investigación del personal académico.
- 2 **Impulsar** al personal académico a desarrollar investigaciones dentro del campo de su especialidad.
- 3 **Definir** dentro del Sistema de Investigación –SIFA–, la política de enseñanza de la investigación en las asignaturas de los programas de estudios de la Facultad de Arquitectura.
- 4 **Producir** conocimiento actualizado que retroalimente la formación de estudiantes de grado y postgrado.
- 5 **Generar** investigación en cooperación y patrocinio de instituciones vinculadas a las respectivas temáticas y a través de redes de investigación internacional.
- 6 **Abrir y respaldar** campos de trabajo para los egresados de esta unidad académica, a través de la promoción de proyectos de investigación.
- 7 **Contar** con un eficiente sistema de difusión para dar a conocer las investigaciones producidas.
- 8 **Tener incidencia** a nivel nacional con propuestas concretas de impacto social, que promuevan iniciativas de ley, aprovechando la potestad que tiene la Universidad de San Carlos para proponer cambios a la legislación.

---

11. FARUSAC. Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

---

## Sistema de Investigación de la Facultad de Arquitectura

---

El Sistema de Investigación de la Facultad de Arquitectura (SIFA) articula, coordina y organiza al conjunto de actores dinámicamente relacionados, que intervienen e interactúan con interdependencia, en alcanzar el objetivo de producción de la investigación a nivel de pregrado, grado y posgrado, de manera eficiente, desarrollando el talento humano y utilizando de forma óptima los recursos financieros, técnicos y materiales, a la vez de difundir el conocimiento, en los ámbitos de competencia de esta unidad académica.



El sistema articula la investigación científica y tecnológica, de producción de conocimiento, así como la investigación pro científica básica y aplicada; y la investigación para el diseño arquitectónico o visual.

La investigación pro científica ha de practicarse en todos los niveles de la facultad, aunque con diferente énfasis. Al principio de las carreras esta práctica cumple funciones de formación en investigación básica. En el nivel intermedio de formación profesional general y específica cumple funciones de documentación, para una investigación aplicada. En este nivel se desarrollará también investigación

para el diseño arquitectónico o visual. La investigación científica y tecnológica se desarrollará directamente en el nivel de posgrado o en proyectos de investigación coordinados por profesores.

Bajo el esquema anterior, el Sistema de Investigación está compuesto por la totalidad de docentes y estudiantes de la facultad.



El Sistema cuenta con un financiamiento básico proveniente del presupuesto de la Facultad de Arquitectura y con un financiamiento complementario proveniente de servicios de investigación prestado a entidades externas a la universidad, entre ellas las instituciones del sector público.<sup>12</sup>

---

## Estructura del Sistema de Investigación –SIFA–

---

El Sistema está integrado por tres entes: la Junta Directiva, el Consejo de Investigación, y la Dirección de Investigación.

---

12. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.*

---

## Sistema de Investigación de la Facultad de Arquitectura

---

En primera instancia, la Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura es el órgano de gobierno y máxima autoridad encargado de la dirección y administración de la Facultad, la cual debe velar por su calidad académica. Está integrada por el Decano quien la preside, el Secretario Académico y cinco vocales (dos catedráticos, un profesional no catedrático y dos estudiantes).<sup>13</sup>

Por otro lado se encuentra el Consejo de Investigación. Es el órgano encargado de la coordinación, consulta, y asesoría del sistema de investigación de la Facultad de Arquitectura, es responsable de propiciar la vinculación de entre las diversas instancias que desarrollan investigación en la Facultad y de desarrollar las políticas de investigación de la Facultad de Arquitectura. El Consejo de Investigación está integrado por el Decano de la Facultad, quien lo preside, el Director de Investigación, quien funge como Secretario, el Director de Planificación, el Director de la Escuela de Postgrado, el Director de la Escuela de Arquitectura, el Director de la Escuela de Diseño Gráfico y el Director de Gestión y Extensión.<sup>14</sup>

### Finalmente se encuentra la Dirección de Investigación:

La parte operativa del Sistema será coordinada por el Director de Investigación, que debe ser Docente Titular de la Facultad de Arquitectura, con al menos tres años dentro de la carrera docente, con experiencia en investigación y estudios de posgrado o en investigación, y estará integrada por coordinadores y docentes de las siguientes direcciones y áreas:



- a) Investigadores de la Dirección de Investigación;**
- b) Coordinadores de maestrías y doctorado de la Escuela de Postgrados;**
- c) Áreas de Diseño Arquitectónico, de Investigación y Graduación, y de Práctica Profesional de la Escuela de Arquitectura.**
- d) Áreas de Diseño Visual, y Métodos y Proyectos de la Escuela de Diseño Gráfico.**

El ente operativo se encargará de articular la investigación que se desarrolla a nivel de pregrado y posgrado de acuerdo a su nivel y complejidad.

---

13. FARUSAC. *Manual de organización y funciones de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: FARUSAC, 2014. Recuperado el 21 de enero de 2021, [https://drive.google.com/file/d/1xy-glUCqP0bryt0paWQGEbbU\\_X0jrYBP/view](https://drive.google.com/file/d/1xy-glUCqP0bryt0paWQGEbbU_X0jrYBP/view)

14. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura Universidad de San Carlos de Guatemala*.

El Sistema también articula investigadores individuales o equipos de investigadores, de una única disciplina o de varias disciplinas, en proyectos de investigación, conformados por: un coordinador que podrá ser investigador o docente-investigador, así como un equipo de investigadores que podrá ser integrado por: docentes, profesionales y/o alumnos del nivel de pregrado y posgrado.<sup>15</sup>

---

## Funciones

---

- 1 **Proponer** la convocatoria y evaluación de los proyectos de investigación presentados por el personal académico, para su selección y dictamen del Consejo de Investigación y aprobación de Junta Directiva.
- 2 **Llevar registro** del proceso y resultado de las investigaciones aprobadas por el Consejo de Investigación, presentadas por el personal académico.
- 3 **Regular, coordinar y evaluar** las investigaciones realizadas en el Sistema de Investigación -SIFA- de acuerdo con indicadores de calidad y pertinencia dictados por el Consejo de Investigación.
- 4 **Coordinar** un banco de proyectos establecidos por Posgrados y el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Arquitectura y Diseño Gráfico.
- 5 **Elaborar** el Plan Operativo Anual -POA- de la Dirección de Investigación.
- 6 **Velar** por el rigor científico de las investigaciones y sus publicaciones.
- 7 **Coordinar** el contenido de la revista AVANCE, órgano divulgativo del Sistema de Investigación -SIFA-, velando para que se publiquen artículos de calidad y con rigor científico.
- 8 **Informar** al Consejo de Investigación sobre los avances de investigación en el SIFA.
- 9 **Elaborar** un plan de capacitación de formación de investigadores, así como coordinar su implementación.
- 10 **Efectuar** alianzas con unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y/u otras instituciones, para el desarrollo de investigaciones.
- 11 **Promover** la investigación multidisciplinar.
- 12 **Formular** perfiles de proyectos de investigación, para gestionar recursos económicos, materiales y/o humanos en coordinación con la Dirección de Gestión y Extensión.
- 13 **Gestionar** las estrategias de divulgación de los resultados de las investigaciones realizadas, a través de diferentes medios, en coordinación con la Unidad de Formación y Divulgación.
- 14 **Avalar y evaluar** el desempeño de los auxiliares de investigación.
- 15 **Participar** en las comisiones definidas dentro del Sistema de Investigación del Consejo de Investigación de la Universidad de San Carlos -CONSIUSAC-, coordinado por la Dirección de Investigación de la USAC -DIGI-, así como del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología -CONCYT-.<sup>16</sup>

---

15. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura Universidad de San Carlos de Guatemala*.

16. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura*.

---

## Investigadores

---



Los proyectos de investigación serán desarrollados por investigadores individuales o equipos de investigadores, de una única disciplina o de varias disciplinas. Los investigadores deben ser docentes titulares de la Facultad de Arquitectura, ya sea los que tienen plaza de investigador o los profesores que se les apruebe desarrollar un proyecto de investigación. En proyectos con financiamiento externo de la Facultad, pueden participar profesionales colegiados activos egresados de una universidad legalmente reconocida en el país o profesionales incorporados en la USAC. También pueden participar investigadores extranjeros en convenio con otras universidades.<sup>17</sup>

---

## Programas de Investigación

---

Son áreas de conocimiento y estudio de los campos prioritarios del conocimiento de la Facultad de Arquitectura y son establecidos en el Normativo de DIFA<sup>18</sup> los siguientes:



- a) **Manejo Ambiental y Gestión de riesgos, en el diseño y la planificación del territorio y la Arquitectura.**
- b) **Patrimonio Cultural.**
- c) **Teoría e Historia de la Arquitectura.**
- d) **Urbanismo y Territorio.**
- e) **Enseñanza del Diseño y la Arquitectura.**
- f) **Comunicación Visual y Producción Gráfica.**
- g) **Otros que se pueden crear en el futuro.**

---

## Identidad y comunicación visual

---

### LOGOTIPO

---

Actualmente la DIFA no cuenta con un símbolo gráfico identificador propio de la unidad, por lo tanto, utiliza el logotipo de la FARUSAC para la identificación de sus publicaciones (véase fig.1).

17. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura Universidad de San Carlos de Guatemala.*

18. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura.*

Figura 1. Logotipo de la Facultad de Arquitectura (Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 2021).

En una conversación el 22 de julio de 2021 con el Dr. Mario Raúl Ramirez, director de la DIFA, comentó que llegó un momento en el que la Facultad de Arquitectura estableció el logotipo como el único identificador de las diferentes unidades existentes dentro de la misma para mantener la uniformidad, sin embargo, con el tiempo estas unidades fueron creando sus propios distintivos. Hasta ahora la DIFA no ha tenido la oportunidad de contar con uno.

## PUBLICACIONES DE INVESTIGACIÓN

Con el paso de los años, tanto los estudiantes de diseño gráfico, así como los propios investigadores, han colaborado con la diagramación de los proyectos de investigación, pero lo han realizado sin aplicar ningún tipo de lineamiento visual entre publicaciones (véase fig.2-5), a excepción del uso del imagotipo de la Facultad de Arquitectura como símbolo identificador.

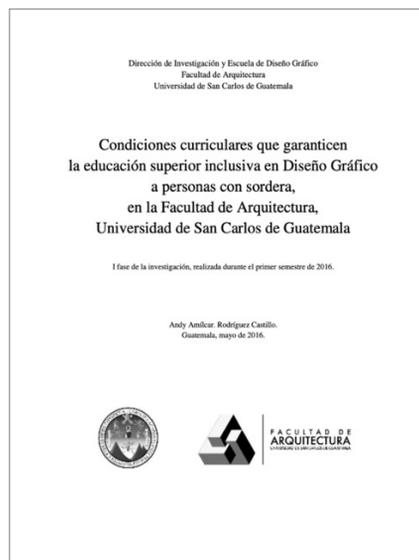


Figura 2. Portada de la investigación *Condiciones curriculares que garanticen la educación superior inclusiva en Diseño Gráfico a personas con sordera, en la Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala*, Andy Rodríguez Castillo, 2016.

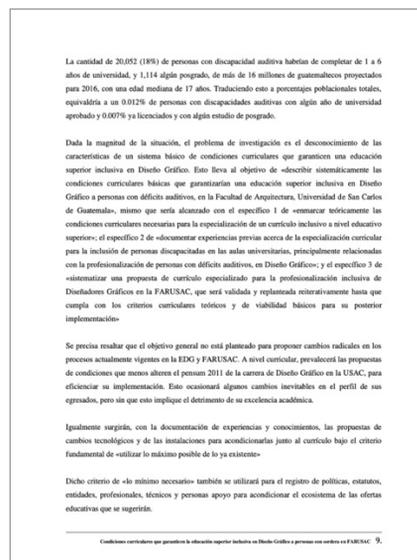
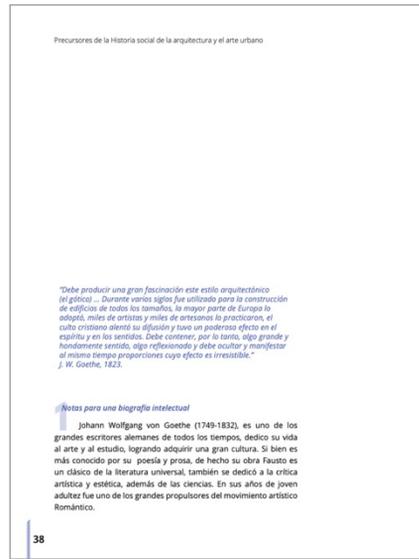


Figura 3. Página interna de la investigación *Condiciones curriculares que garanticen la educación superior inclusiva en Diseño Gráfico a personas con sordera, en la Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala*, Andy Rodríguez Castillo, 2016.



**Figura 4.** Portada de la investigación de Carlos Ayala Rosales *Precursores de la Historia social de la arquitectura y el arte urbano*, diseñada por Katia Pinto Vidal, 2017.



**Figura 5.** Página interna de la investigación de Carlos Ayala Rosales *Precursores de la Historia social de la arquitectura y el arte urbano*, diseñada por Katia Pinto Vidal, 2017.

No es hasta el 2019, cuando la epesista de Licenciatura en Diseño Gráfico, Adriana Yucuté, propone en su proyecto de graduación,<sup>19</sup> parámetros específicos de aplicación editorial para la institución. En el documento se proponen lineamientos gráficos editoriales a seguir para diagramar los proyectos de la Dirección de Investigación, sin embargo, en una reunión con la institución el 14 de julio de 2021, se exteriorizó la inconformidad de algunos parámetros propuestos por la estudiante.



Se aplicó un breve instrumento de evaluación (encuesta) a una muestra de cinco investigadores integrantes de la DIFA (véase Anexo No.1), con el fin de examinar los aspectos que podrían mejorarse de la propuesta realizada por Adriana Yucuté. Se cuestionó la funcionalidad de cinco puntos: tipografía utilizada en titulares, tipografía utilizada en textos prolongados, retícula, paleta de colores, y finalmente se evaluó si la forma de aplicación de la paleta de color dentro de la diagramación es la más apropiada para elaborar los proyectos.

En las respuestas de la encuesta, se evidenció el descontento de los investigadores por la paleta de color aplicada en las publicaciones (véase fig.6-9), se expresó que el uso de color en cuerpos de texto, imágenes y fotografías no es el más funcional.

19. Adriana Yucuté Ecuté. *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA, Facultad de Arquitectura, USAC*. Guatemala: USAC, 2020. Recuperado el 18 de abril del 2021, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/15186/1/ADRIANA%20LUC%C3%8DA%20YUCUT%C3%89%20ECUT%C3%89.pdf>

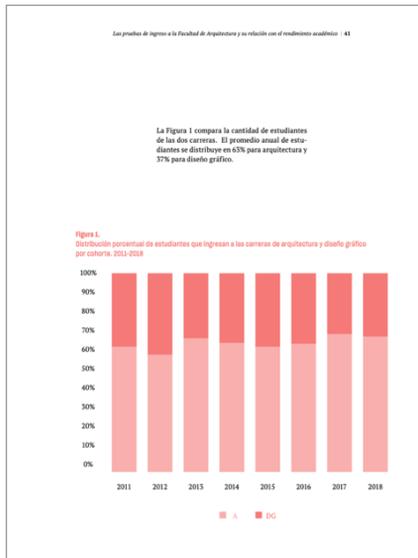
Por tanto, se concluyó que los investigadores de la DIFA se sienten a gusto con los aspectos de tipografía y retícula, pero se debe dar un giro a la aplicación de color.



**Figura 6.** Portada del documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA, Facultad de Arquitectura USAC*, elaborado por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.



**Figura 7.** Portada de la investigación de Byron Alfredo Rabé Rendón *Las pruebas de ingreso a la Facultad de Arquitectura y su relación con el rendimiento académico*, diseñada por María José Contreras con base en los parámetros editoriales propuestos por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.



**Figura 8.** Aplicación de color a página interna de la investigación de Byron Alfredo Rabé Rendón *Las pruebas de ingreso a la Facultad de Arquitectura y su relación con el rendimiento académico*, diseñada por María José Contreras con base en los parámetros editoriales propuestos por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.

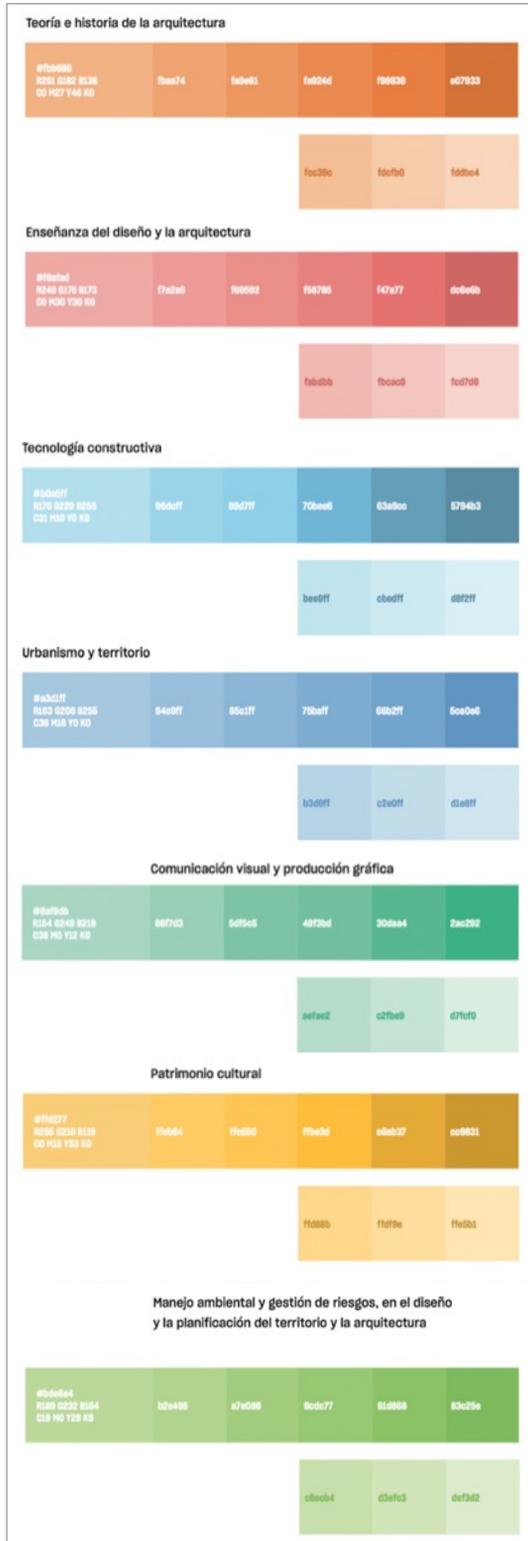


Figura 9. Paletas de colores propuestas por programa de investigación en el documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA, Facultad de Arquitectura USAC*, elaborada por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.

---

## Medios de divulgación

---

### SISTEMA DE DIVULGACIÓN Y VENTA

---



La divulgación del producto final estará a cargo de la Dirección de Investigación y la Unidad de Divulgación de la Facultad, ente responsable de la difusión dentro de la Facultad de Arquitectura, y lo hará en coordinación con el autor del proyecto. La Biblioteca de la Facultad se encarga de la venta de los libros de investigación, el pago se realiza en la Tesorería de FARUSAC, quien maneja un fondo autofinanciable para futuras publicaciones.<sup>20</sup>

---

### EDITORIAL UNIVERSITARIA

---

A nivel general, la Editorial Universitaria apoya la impresión y publicación de textos resultado de la actividad académica de toda la USAC, que incluye las publicaciones de la DIFA.

---

### REVISTA AVANCE

---

La *Revista AVANCE* es el órgano de divulgación del Sistema de Investigación de la Facultad de Arquitectura –SIFA–, encargada de propiciar un análisis y reflexión sobre áreas de conocimiento relacionadas con la Arquitectura, Diseño Gráfico y especialidades del posgrado.<sup>21</sup> Semestralmente se publican en la revista los artículos de profesores y profesionales que colaboran con ella y los resultados de los proyectos que están ejecutando los investigadores de FARUSAC.<sup>22</sup>

---

### MEDIOS DIGITALES

---

La DIFA publica las investigaciones en formato digital en el sitio web de la Facultad de Arquitectura <https://farusac.edu.gt>. También cuenta con un canal en YouTube: Dirección de Investigación DIFA, donde se comparten materiales relacionados con la arquitectura, urbanismo, diseño gráfico y disciplinas afines.

---

20. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura Universidad de San Carlos de Guatemala*.

21. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura*.

22. FARUSAC. *Revista Avance*. Recuperado el 08 de agosto de 2021. <https://farusac.edu.gt/investigacion/revista-avance/>



## Grupo Objetivo

---

### GRUPO OBJETIVO A

---

Personas que apoyan la elaboración y diagramación de las publicaciones de la DIFA, en su mayoría son estudiantes de diseño gráfico o los propios docentes investigadores.

---

#### Características geográficas

---

Facultad de Arquitectura USAC, Edificio T2, Ciudad Universitaria, zona 12, Ciudad de Guatemala. Provenientes en su mayoría del área metropolitana y departamentos colindantes (Chimaltenango, Sacatepéquez, entre otros).

---

#### Características sociodemográficas

---

Son personas de género masculino y femenino, entre las edades de 21 a 67 años. Los estudiantes son graduados a nivel medio y se dedican al estudio y trabajo (52%) o solamente al estudio (48%), según el *Informe Estadístico Estudiantil USAC 2019*.<sup>23</sup> Por otra parte, los docentes investigadores son egresados de la universidad con licenciatura, maestría o doctorado.

---

23. USAC. *Informe Estadístico Estudiantil USAC 2019*. Guatemala: USAC, 2019. Recuperado el 30 de mayo del 2021, <https://cip.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2020/02/INFORME-ESTAD%C3%8DSTICO-2019.pdf>



---

## Características socioeconómicas

---

Los estudiantes en su mayoría no poseen compromisos con familiares o personas que dependan de ellos y sostienen sus estudios con ingresos propios, o bien, con ayuda de sus padres, según los datos proporcionados por el *Informe Estadístico Estudiantil USAC 2019*.<sup>24</sup>

Respecto a los docentes investigadores de la Facultad de Arquitectura, el salario mensual de un profesor de tiempo completo se otorga de acuerdo a la categoría docente del profesor titular y oscila en un rango de 1.575,20 a 4.495,96 dólares según los datos sobre la Administración del Talento Humano de la página web de Autoevaluación FARUSAC.<sup>25</sup> Los docentes son bien remunerados y gozan de un régimen laboral estable, de acuerdo a la misma fuente.

---

## Características psicográficas

---



El estudiante tiene conocimientos sobre matemática, lenguaje, dibujo, computación e historia. Tienen habilidades creativas, de razonamiento abstracto y lógico, de relaciones espaciales, expresión gráfica, capacidad de observación y análisis, psicomotricidad fina, capacidad numérica, expresión oral y escrita. Tienen inclinación por el arte y la cultura, sensibilidad artística, hábito de lectura, curiosidad e investigación, capacidad para trabajar bajo presión, es positivo, con capacidad para trabajar en equipo, perseverante, proactivo y emprendedor, reflexivo, buenas relaciones interpersonales y es flexible.<sup>26</sup>

En cuanto al docente investigador, domina métodos y técnicas de investigación y de producción de conocimientos, tienen conocimientos en arquitectura y diseño gráfico. Tienen habilidades de escritura, expresión oral, computacionales, habilidad para la planeación y gestión del tiempo, habilidades creativas, originalidad e innovación. Tiene dominio de idiomas y conocimientos sobre arte y cultura universales.<sup>27</sup> Disciplinado, persistente, perseverante, responsable y comunicativo.

---

## Relación entre el grupo objetivo y la institución

---

La DIFA constantemente busca estar en contacto con estudiantes y docentes de la Facultad de Arquitectura. Anualmente presenta una convocatoria donde se incentiva a los profesores a presentar proyectos de investigación con apoyo de estudiantes de la Facultad, en temas de arquitectura y diseño gráfico.

24. USAC. *Informe Estadístico Estudiantil USAC 2019*.

25. FARUSAC. *Administración del Talento Humano. Autoevaluación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. S.f. Recuperado el 08 de agosto de 2021, <https://farusac.edu.gt/autoevaluacion/6-1-administracion-del-talento-humano>

26. FARUSAC. *Plan de estudios. Plan de Arquitectura*. S.f. Recuperado el 08 de agosto de 2021, <https://farusac.edu.gt/dg/plan-de-estudios>

27. Luis Arturo Rivas Tobar. *Las nueve competencias de un investigador. Investigación Administrativa*. Núm. 108 (2011) 34-54. Recuperado el 16 de julio del 2021. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045339003>

Asimismo, presenta un programa de capacitación anual para docentes en materia de investigación, en el cual se realizan talleres, cursos, charlas y conferencias. Las actividades promueven la cultura de la investigación, la publicación de ensayos, artículos, pósteres científicos y la participación en congresos y seminarios a nivel nacional e internacional.<sup>28</sup>

Por otra parte, dentro del Plan de Estudios de las carreras de la Facultad, existen asignaturas que tienen el objetivo de capacitar al estudiante en la aplicación de técnicas, instrumentos y metodologías de investigación que conduzcan y fundamenten la creación de propuestas en el campo de la arquitectura y el diseño gráfico; asimismo buscan que el estudiante pueda desarrollar un plan de trabajo apoyado en una adecuada formulación de proyecto y sea capaz de realizar un reporte de la investigación realizada.<sup>29</sup>

---

## GRUPO OBJETIVO B

---

Investigadores internos y externos de la FARUSAC, que interactúan con otros investigadores u otras unidades de investigación.

---

### Características geográficas

---

Investigadores de la República de Guatemala.

---

### Características sociodemográficas

---

Son investigadores de género masculino y femenino con edades comprendidas entre 36 y 67 años. Son egresados de la universidad con licenciatura, maestría o doctorado. Se encuentran tanto en el sector público como en el privado.



Habitualmente los investigadores son docentes de enseñanza superior del país que llevan a cabo investigaciones y preparan artículos académicos y libros. También poseen puestos como directores o gerentes de investigación y desarrollo donde planifican, dirigen y coordinan actividades de investigación y desarrollo de una empresa u organización, para mejorar procesos técnicos, productos, conocimientos o utilización de materiales, entre otras de sus actividades.

28. FARUSAC. *Investigación y desarrollo tecnológico. Autoevaluación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Recuperado el 19 de agosto de 2021, <https://farusac.edu.gt/autoevaluacion/4-1-dg-investigacion-y-desarrollo-tecnologico/>

29. FARUSAC. *Investigación y desarrollo tecnológico. Autoevaluación Facultad de Arquitectura*.

---

## Características socioeconómicas

---

Los salarios para docentes de enseñanza superior, gerentes y directores de investigación en Guatemala van desde un mínimo<sup>50</sup> de Q3,751.37 a un máximo<sup>51</sup> de Q45,484.06, de acuerdo a los indicadores salariales de TuSalario.org/Guatemala.

---

## Características psicográficas

---

Los investigadores son profesionales que se dedican a la investigación, desarrollo e innovación. Están en constante búsqueda de conocimiento, son reflexivos, tienen habilidades de razonamiento abstracto para deducir, inferir y obtener puntos de vista nuevos. Son proactivos, decisivos y eficientes. Son curiosos, con pasión por el aprendizaje, con hábito de lectura y escritura, disciplinados, ordenados, meticulosos, perseverantes y objetivos. Un investigador es experto en métodos y técnicas de investigación y sabe aplicarlas adecuadamente a las actividades del proceso investigativo.

---

## Relación entre el grupo objetivo y la institución

---



La DIFA tiene contacto con investigadores externos a la FARUSAC en seminarios, congresos y charlas a nivel nacional e internacional, donde se fortalece y propicia la cultura de investigación.

La DIFA está abierta a participar con investigadores externos en el desarrollo de investigaciones, de acuerdo a su *Normativo*,<sup>32</sup> en proyectos con financiamiento externo de la Facultad, pueden participar profesionales colegiados activos egresados de una universidad legalmente reconocida en el país o profesionales incorporados a la USAC. También pueden participar investigadores extranjeros en convenio con otras universidades.

---

50. WageIndicator; Tusalarío.org/Guatemala. *Ocupación y Salario. Profesores de universidades y de la enseñanza superior*. 2021. Recuperado el 20 de febrero del 2021, <https://tusalarío.org/guatemala/Tucarrera/guatemala-ocupacion-y-salarío/guatemala-profesores-de-educacion-universitaria-y-superior>

51. WageIndicator; Tusalarío.org/Guatemala. *Ocupación y Salario. Directores de investigación y desarrollo*. 2021, Recuperado el 20 de febrero del 2021, <https://tusalarío.org/guatemala/Tucarrera/guatemala-ocupacion-y-salarío/guatemala-gerentes-de-investigacion-y-desarrollo>

52. FARUSAC. *Normativo Dirección de Investigación Facultad de Arquitectura*.

CAPÍTULO 03

---

# Planeación operativa

# Flujograma

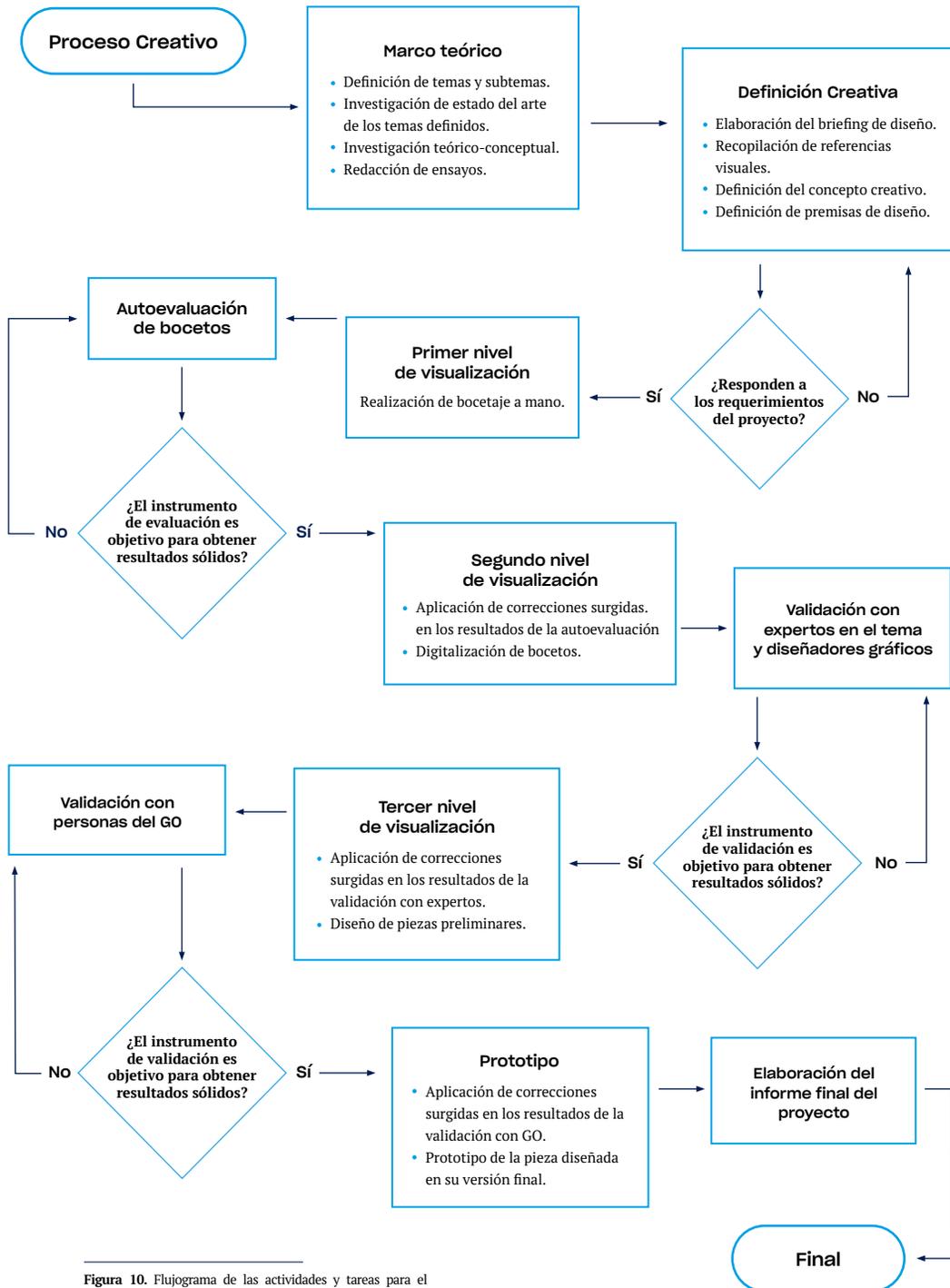


Figura 10. Flujograma de las actividades y tareas para el desarrollo del proyecto de graduación, elaboración propia, 2021.

# Cronograma

## Julio

Actividad	Semana 1	Semana 2
Reunión con la institución para dar inicio al proyecto.		
Revisión y correcciones de protocolo.		

## Agosto

Actividad	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
Definición de temas y subtemas.				
Investigación de estado del arte de los temas definidos.				
Investigación teórico-conceptual.				
Redacción de ensayos.				

## Septiembre

Actividad	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10
Elaboración del briefing de diseño.				
Recopilación de referentes visuales.				
Definición del concepto creativo.				
Definición de premisas de diseño.				
Bocetaje a mano.				
Autoevaluación de bocetos.				
Ajustes en base a evaluación.				
Digitalización de bocetos.				

## Octubre

Actividad	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14
Digitalización de bocetos.	■			
Validación con expertos y diseñadores gráficos.	■	■		
Ajustes con base en validación.		■		
Diseño de piezas preliminares.		■	■	
Validación con GO.			■	
Aplicación de cambios y sugerencias.			■	■
Elaboración de prototipo en su versión final.				■

## Noviembre

Actividad	Semana 15	Semana 16
Últimas mejoras.	■	
Elaboración de artes finales.	■	
Presentación ante sedes.		■
Redacción y entrega de informe final.		■

Figura 11. Cronograma de las actividades y tareas para el desarrollo del proyecto de graduación, elaboración propia, 2021.

# Previsión de recursos y costos

---

## Marco Teórico

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Hojas de papel, lápiz, lapicero, computadora, energía eléctrica, acceso a internet, transporte en servicio de Uber.	Q300.00

---

## Definición Creativa

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Hojas de papel, lápices, lapiceros, marcadores, borrador, sacapuntas, post-it, computadora, energía eléctrica, acceso a internet.	Q220.00

---

## Primer nivel de visualización y autoevaluación

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Hojas de papel, lápices, lapiceros, marcadores, borrador, sacapuntas, computadora, energía eléctrica, acceso a internet.	Q150.00

---

## Segundo nivel de visualización y validación

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Hojas de papel, lápiz, lapicero, borrador, sacapuntas, computadora, energía eléctrica, acceso a internet.	Q220.00

---

## Tercer nivel de visualización y validación

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Hojas de papel, lápiz, lapicero, borrador, sacapuntas, computadora, energía eléctrica, acceso a internet.	Q220.00

---

## Elaboración de prototipo

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Impresiones, computadora, energía eléctrica, acceso a internet.	Q650.00

---

## Informe final

---

<b>Insumos:</b>	<b>Costo:</b>
Computadora, energía eléctrica, acceso a internet.	Q200.00

---

**Total de costos aproximados: Q1,960.00**

The page features several large, light blue dashed arcs that sweep across the top and bottom, framing the central text.

CAPÍTULO 04

---

**Marco teórico**



## Importancia de establecer la identidad corporativa de una organización

La palabra identidad proviene del latín *identitas* y este proviene de *idem* que significa “el mismo” o “lo mismo”. La identidad hace referencia a la serie de rasgos, atributos o características propias de una persona o grupo de personas que logran diferenciarlos de los demás.<sup>35</sup> También se refiere a la conciencia que cada individuo o colectividad tiene sobre sí misma. Muchas de las características que constituyen la identidad de una persona son hereditarias o innatas de ella, y algunas otras se forman por influencia del entorno que la rodea y de las experiencias que ha vivido.<sup>34</sup>



El portal de Concepto Definición<sup>35</sup> describe que la personalidad de un sujeto engloba distintos tipos de identidad: la identidad cultural alude a las características de una determinada cultura, sus creencias, costumbres, comportamientos, tradiciones y valores que permiten diferenciarla de otras; la identidad personal es otorgada a un individuo al poseer un nombre y apellido; la identidad nacional se refiere al sentimiento que tiene una persona perteneciente a una nación incluyendo características como su cultura y lengua. Finalmente, la identidad de género le permite a un ser humano identificarse con un género en particular.

Si bien se busca definir la importancia de la identidad corporativa para una organización, esta no se aleja de los términos anteriormente descritos, pues al igual que los seres humanos, las organizaciones o empresas buscan otorgarle a su “marca” una identidad con características y rasgos propios, que la diferencien de las demás.

Pero ¿qué es una marca? Las marcas hoy en día constituyen una herramienta estratégica para el crecimiento de una organización, según la Real Academia Española, la marca es una señal que se hace o se pone en alguien o algo para distinguirlos, o para denotar calidad o pertenencia.<sup>36</sup> El público llega a resumir a la marca comúnmente como un “logo”, sin embargo, un logo es solo uno de los

múltiples elementos que la conforman. Una marca llega a ser el reflejo de los valores de una organización, así como la representación de sus aspiraciones y necesidades, que se evidencia a través de una serie de recursos que sirven para identificarla y diferenciarla<sup>37</sup>, las marcas se solidifican con una actitud con la que el consumidor puede llegar a identificarse.

33. ConceptoDefinición. *Definición de Identidad*. Última edición: 30 de julio de 2023. Recuperado el 26 de abril de 2024, <https://conceptodefinicion.de/identidad/>

34. ConceptoDefinición. *Definición de Identidad*.

35. ConceptoDefinición. *Definición de Identidad*.

36. RAE. Diccionario de la lengua española. *Marca*. 2021. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://dle.rae.es/marca>

37. Antonio Raúl Fernández Rincón y Pedro Antonio Hellín Ortuño. *La gestión estratégica de la identidad visual en las organizaciones con mejor reputación*, *Revista Internacional de las Relaciones Públicas*, Vol. IX (España, 2019): 101. Recuperado el 26 de septiembre de 2021, <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-06-97-116>

Construir una marca es imprescindible para el crecimiento de una organización, pero, ¿por qué? En este punto se deben definir dos conceptos: la imagen corporativa y la identidad corporativa, puesto que la unión de estos dos factores es lo que constituye una marca.

La imagen corporativa se refiere a la impresión, las creencias y los sentimientos que una organización genera en la mente del público con el que se relaciona, es decir, la forma en que un individuo interpreta el conjunto de señales procedentes de los productos, servicios y comunicaciones emitidas por la marca.<sup>38</sup> Por otro lado, la identidad corporativa es lo que la organización dice sobre sí misma, la expresión de su personalidad y su esencia visual, según se define en el portal de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD),<sup>39</sup> la identidad corporativa se refiere a “la vestimenta”, a los aspectos visuales y gráficos que definen una organización, así como también, a las características tales como: la comunicación y cultura corporativa o los valores que se desean proyectar al exterior.

Estos dos puntos se interrelacionan, la percepción que tiene el consumidor sobre una organización (imagen) se construye a través de la comunicación y los mensajes que ésta emite (identidad). Ambas son vitales para el crecimiento de una organización, por medio de la buena gestión de las mismas se puede llegar a alcanzar el reconocimiento y diferenciación que se busca.

Dado que aquí se busca definir la importancia de la identidad corporativa de una organización, se deben tener claros los principales aspectos que la conforman:

- ✓ **La filosofía corporativa** trata de establecer la misión, visión y valores de la organización, aquí se define por qué existe, a quién le sirve y qué ofrece.
- ✓ **La cultura corporativa** conformada por las normas y valores por los que se rigen los miembros de la organización.
- ✓ **La estrategia de comunicación** es la manera en que se transmite la filosofía de la organización, la cual debe ser eficaz.
- ✓ Por último, **la identidad visual corporativa y recursos gráficos**: incluye componentes como el nombre de la marca, logo, eslogan, colores, tipografía, uniforme, empaques, materiales de comunicación, etc.<sup>40</sup>

Es necesario que desde el inicio, una organización tenga estos criterios bien definidos con el fin de transmitir una identidad coherente y consistente, y que además exista unidad en todos los mensajes que esta emita.

Al establecer la identidad, los mensajes comienzan a construir la imagen corporativa de una organización y de su marca en la mente de los consumidores, la misma busca que el público la reconozca y se sienta identificado con sus valores.

38. Fernández Rincón y Hellín Ortuño. *La gestión estratégica de la identidad visual*.

39. Redacción APD. *Diferencias entre imagen e identidad corporativa*. 2019. Recuperado el 10 de octubre del 2021, <https://www.apd.es/imagen-e-identidad-corporativa-diferencias/>

40. Redacción APD. *Diferencias entre imagen e identidad corporativa*.

Al lograr este proceso se consiguen una serie de beneficios para cualquier institución:

- ✔ **Se consiguen clientes:** Un factor determinante para que un cliente decida o no consumir los productos o servicios que se ofrecen es la primera impresión que tiene sobre la organización; la imagen corporativa buscará siempre entrar en conexión con su público objetivo.
- ✔ **Fidelización:** Conseguir que el público se identifique con la organización creará una relación de cercanía y un vínculo que fidelizará a los clientes en el tiempo.
- ✔ **Diferenciación en relación con la competencia:** La imagen corporativa debe ayudar a diferenciar con facilidad una marca de su competencia, debe tener clara la propuesta de valor que ofrece, es decir, debe transmitir objetivamente las ventajas que tiene la organización y cómo estas pueden aportarle a sus clientes.
- ✔ **Motivación interna:** La imagen de marca se construye desde dentro, influye tanto en el exterior como interiormente en los empleados de la organización. Estos deben sentirse identificados con la filosofía de la institución para mejorar su motivación y rendimiento.<sup>41</sup>

Este proyecto busca que la DIFA logre adquirir los beneficios anteriormente descritos, con la intervención en su identidad visual corporativa y lograr que el diseño gráfico impacte en componentes como el logo, colores, tipografías e iconos, de tal manera que la DIFA logre su reconocimiento y diferenciación en el campo al que pertenece.

¿Cómo influye la identidad visual corporativa y el diseño gráfico en una organización dedicada a la investigación?

Para exponer el papel que tiene el diseño gráfico en el ámbito de la investigación hay que comprender en primer lugar que, esta disciplina no es solo un accesorio no esencial como muchos piensan, que únicamente maquilla mensajes de manera superficial. La labor del diseño gráfico es más amplia y profunda y está en función de la comunicación. El diseño gráfico facilita la comprensión de información, por lo que es una forma de mejorar la sociedad a través de la comunicación efectiva.

Siendo una parte fundamental en la transmisión de información, el diseño gráfico se relaciona con la ciencia y la investigación, puesto que ambas interactúan en la difusión y divulgación de resultados.<sup>42</sup>

---

41. Redacción APD. *Diferencias entre imagen e identidad corporativa*.

42. Sara Ramírez et al. *El diseño gráfico como herramienta de divulgación científica: el caso de la exposición imagen científica*, *Revista Enlace Químico*, Vol. 2 (México, 2010). Recuperado el 02 de octubre de 2021, <http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/6230>

El diseño gráfico debe difundir la cultura, la información de interés colectivo, los avances de la ciencia y la tecnología, y debe hacerlo de una manera visual que le permita a la sociedad entenderlo. Como dice Ryan Hembree:<sup>43</sup> «cuando se transmite de forma correcta la información, el producto de diseño identifica, informa, instruye, interpreta e incluso incita a la gente que lo contempla a hacer algo».



Son muchas las disciplinas en las que puede incorporarse el diseño gráfico, por ejemplo: sociología, antropología social, psicología social, semiótica, lingüística, filosofía, historia, investigación, por mencionar solo algunas, en las cuales el diseño puede producir contenido de alto valor relacionado con el trabajo de divulgación informacional.

En la actualidad se está buscando que la profesión del diseñador gráfico se incorpore cada día más a equipos de trabajo interdisciplinarios que produzcan aportaciones en beneficio de la sociedad y de la constante construcción cultural.<sup>44</sup>

Para este proyecto, las áreas a relacionar son la investigación y el diseño gráfico, por lo que, se buscará mejorar la calidad de vida de la sociedad mediante proyectos de investigación en los cuales el diseño gráfico puede intervenir, haciendo de esta disciplina una herramienta de comunicación científica, con el fin de compartir el conocimiento humano.

43. Ryan Hembree, *El diseñador gráfico. Entender el diseño gráfico y la comunicación visual* (Barcelona: Editorial Blume, 2008).

44. Karina Ramírez, María Villar y Ana Maldonado. *Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México*, *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, no. 21 (México, 2017): 1-11. Recuperado el 16 de octubre de 2021, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477948279052>



## Identidad visual, diseño editorial e investigación

Uno de los objetivos de este proyecto es facilitar a la DIFA de la USAC, su identificación y reconocimiento por parte de su público a través de una identidad visual que la represente. La identidad visual es un componente de la identidad corporativa de una organización. Se conforma por todos los elementos visuales que representan

una marca, tales como el logo, colores, tipografía, formas gráficas, entre otros, que reflejan la esencia de una organización. Esos elementos quedan compilados en un manual de identidad visual, siendo este una guía que determina cómo deben ser utilizados y aplicados, con el fin crear una línea gráfica consistente.<sup>45</sup>

Un manual de identidad visual se elabora tras un proceso de análisis, desarrollo y estudio de los valores y creencias que constituyen la personalidad de la organización.<sup>46</sup> Para ello, es importante definir **qué se quiere transmitir** y **cómo se va a transmitir**.

Para determinar **qué se quiere transmitir** se definen los valores y personalidad con la que la organización quiere ser identificada. Así también, para definir **cómo se va a transmitir**, se puntualiza el nombre y los símbolos que representarán a la marca a lo largo del tiempo, los cuales deberán ser atractivos y perdurables.<sup>47</sup>

En el manual de identidad visual se especificarán todos y cada uno de los criterios técnicos y estéticos relacionados al diseño de los materiales de comunicación corporativos, ya sean digitales o no digitales, cómo y de qué manera deben usarse, y las prohibiciones de uso en relación a la línea gráfica de la marca.<sup>48</sup>

---

**Además de definir las bases y normas de comunicación de la marca, un manual de identidad «debe comunicar la cultura de tu compañía y cómo esta se refleja en los productos o servicios que ofreces»<sup>49</sup>**  
según afirma Eduardo García-López, diseñador de comunicación *senior*.

---

45. Irene Ancin. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca*, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (Ecuador, 2018): 5. Recuperado el 06 enero 2021, <https://www.eumed.net/rev/oe/2018/08/identidad-visual-marca.html>

46. Rafael Muñiz González. *La marca, Marketing en el Siglo XXI, 5ª Edición, Capítulo 4. Producto y precio*. (Centro de Estudios Financieros, 2014). Recuperado el 14 de mayo del 2021, <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>

47. Muñiz González., *La marca*. En: *Marketing en el Siglo XXI*.

48. Ennio Castillo. *Identidad visual, Branding, El paso a paso para construir marcas inolvidables*. 2014. Recuperado el 14 de mayo del 2024, <http://biblioteca.usfa.edu.bo/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=4078>

49. Juan Molano. *Cómo crear un manual de identidad corporativa paso a paso*. 20 de marzo del 2024. Recuperado el 30 de marzo del 2024, <https://blog.hubspot.es/marketing/branding-e-identidad-corporativa-guias-de-estilo>

Un manual de identidad aporta múltiples beneficios a una institución, tales como:

- ✓ **Plasmar la identidad visual de la institución:** Todos los elementos gráficos quedan documentados con pautas claras para transmitir la identidad de la marca, facilitando que cualquier miembro o colaborador de la organización pueda utilizarlos correctamente.
- ✓ **Homogeneizar la identidad de la institución:** Permitirá a la marca estandarizarse y proyectarse con elementos consistentes y coherentes entre sí.
- ✓ **Ganar reconocimiento:** La marca será fácilmente reconocida y recordada por el público objetivo si su identidad es clara y homogénea.
- ✓ **Aporta a la construcción de la imagen corporativa de la institución:** La imagen es la percepción de la marca en la mente del público, se crea a través de todos los estímulos que recibe de ella, por lo tanto, estos deben representarla consistentemente, asegurando que la imagen que vea el consumidor es la misma que se está deseando proyectar.<sup>50</sup>

De esta manera el manual deberá estructurarse en torno a las siguientes secciones:

#### Introducción

Se presenta una breve reseña de la historia de la marca o institución, se explican los beneficios que le aportará el manual a la marca y para quién está dirigido.

#### Antecedentes

Se deben definir los pilares sobre los cuales está construída la identidad corporativa de la institución: su filosofía, valores y personalidad.<sup>51</sup> Este es el punto de partida para expresar la esencia de la identidad de la marca, en cómo desea comunicarse, en las emociones que desea generar en el público y por qué hace lo que hace.<sup>52</sup> Esto constituirá una base para crear los elementos visuales que deberán estar alineados con ella.

#### Diseño de logo

El logo representa el elemento visual más importante, es el símbolo gráfico por el cual se distingue una organización de otra. Es la cara de la marca que está más expuesta al público.<sup>53</sup> Para ser efectivo, el logo deberá cumplir con ciertas características:

- ✓ **Debe ser simple**, sencillo para que sea fácil de recordar.
- ✓ **Legible**, debe leerse sin problemas, el objetivo es que el consumidor lo mantenga en su mente, la legibilidad del diseño del logo es un aspecto fundamental para lograrlo.

50. Idearium. *8 motivos por los que tu empresa necesita un Brand Book*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.idearium.es/motivos-tu-empresa-necesita-un-brand-book/>

51. Molano. *Cómo crear un manual de identidad corporativa*.

52. Hubspot. *Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz*. Recuperado el 21 de septiembre 2021, <https://offers.hubspot.es/guia-estilo-marca>

53. Ancin. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca*.

- ✓ **Acorde con el tipo de empresa**, debe ser coherente al representar a la organización, el propósito de la misma debe ser reflejado en el logo.
- ✓ **Original**, deberá ser atractivo y único, debe atrapar las miradas, para ello es conveniente evaluar los logos de la competencia. Es importante que el logo no se parezca a los de la competencia para evitar que el público los confunda.
- ✓ **Adaptable**, debe ser adaptable a cualquier superficie y a diferentes tamaños.
- ✓ **Perdurable**, se debe pensar en el diseño del logo para que sea funcional dentro de 10 o 20 años, debe permanecer tanto en el tiempo como en la mente del consumidor. Con el paso de los años es posible hacer modificaciones del logo, pero sin cambiarlo completamente porque eso podría representar la pérdida de su esencia.<sup>54</sup>

El logo puede ser construido con elementos gráficos, letras o ambos, puede utilizarse el nombre de la marca o no, depende de lo que mejor se adapte a la personalidad de la marca. Existen cuatro categorías principales sobre la composición de logos:

	<b>Tipográfico:</b> Representación gráfica compuesta solo por letras.
	<b>Isotipo:</b> Representación gráfica icónica de una marca sin incluir el nombre.
	<b>Imagotipo:</b> Es el conjunto de los dos anteriores. Es la representación icónico-textual, trabajan de manera conjunta, sin embargo pueden hacerlo por separado sin ser afectados.
	<b>Isologo:</b> Al contrario del imagotipo, esta es una representación icónico-textual, pero no se pueden dividir ni separar. <sup>55</sup>

Figura 12. Tipos de logos, recopilación de google.com 2021.

Una vez definido el logo, en el manual de identidad visual es necesario especificar cómo utilizarlo correctamente para evitar imágenes erróneas de la organización. Además, deberán incluirse todas las especificaciones técnicas para evitar posibles errores, entre dichas especificaciones, se mencionan las siguientes:

54. Ancin. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca*.  
 55. Ancin. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca*.

### **Diseño de símbolo gráfico**

Este se incluye si el logo contiene isotipo. Si el isotipo es geométrico debe mostrarse el trazo en el que fue construido. El trazo geométrico asegura la exactitud en la estructura del diseño del logo.<sup>56</sup> El bocetaje del diseño geométrico de un logo puede hacerse sobre reticulados, grillas o estructuras geométricas, después debe comprenderse la estructura del isotipo bocetado, es decir, analizar tipos de líneas (rectas, curvas, inclinadas) y formas que lo conforman. También se analizan las relaciones de medida entre cada uno de estos elementos. Esta medida se refiere a la proporción y se le conoce como medida “x” aunque «pueden usarse otras letras porque lo que indica es una variable que no depende de cantidad exacta sino de proporción»,<sup>57</sup> es la que tiene menor tamaño en la estructura del logotipo, al mismo tiempo es la más exacta para multiplicar y dividir, con base en esta finalmente se construye la estructura del logo.<sup>58</sup>

### **Diseño de símbolo tipográfico**

Se especifica el tipo de letra utilizado y la relación que tiene este elemento tipográfico con el elemento gráfico si lo tiene (isotipo), esta también se hace con relación a la medida “x”.

### **Cuadrícula de reproducción**

Es la grilla que tiene como objetivo facilitar la reproducción a gran escala, o bien, que el logo pueda dibujarse en superficies amplias.<sup>59</sup>

### **Áreas de respeto y tamaños de reproducción**

Se debe indicar cuál debe ser la separación adecuada entre el logo y otros elementos, se define el área de respeto en la cual no debe colocarse ningún tipo de imagen, lo que evita la aglomeración de elementos y facilita la legibilidad del logo. También se deben indicar los tamaños mínimos del logotipo, es decir, el menor tamaño en el que el logotipo puede ser usado siendo aún legible, en versión impresa y digital.

56. Erika Grajeda. *Trazo geométrico en logotipos*. Máster Class FARUSAC. 8 de febrero del 2022. Video 1:14:15 h. Recuperado el 28 de febrero de 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=NErnMZbBkol>

57. Grajeda. *Trazo geométrico en logotipos*.

58. Grajeda. *Trazo geométrico en logotipos*.

59. Grajeda. *Trazo geométrico en logotipos*.

### Color del logo

En este inciso no se muestra la paleta oficial de la marca sino los colores que utiliza el logo, se indica para evitar que se utilicen otros tonos que no sean los establecidos para el logo.<sup>60</sup>

### Usos correctos de la estructura del logo

Se incluyen los usos correctos del logo en las versiones en blanco, negro y a color, además el uso adecuado sobre fondos claros y oscuros.

### Usos inadecuados de la estructura del logo

Se indican los usos incorrectos para evitar que el logo sea perjudicado si se utiliza de manera inconsistente, se evidencian posibles errores en cuanto a color, colocación, tipo de letra del logo, entre otros.

---

### Eslogan

Luego de dejar definidos los criterios gráficos del diseño del logo, se coloca un inciso de eslogan solo si la identidad cuenta con uno, se especifica su proporción, ubicación, tipo de letra y los usos correctos e inapropiados del mismo.

---

### Paleta cromática

Establecer una paleta de color facilitará la identificación de la marca por parte del público. Antes de elegir los colores se debe preguntar qué emociones se quieren transmitir a través de ellos, tomando en cuenta la personalidad de la marca. Se recomienda el uso de al menos tres colores<sup>61</sup> para la identidad visual de una marca. Pueden categorizarse en:

- ✓ **Colores principales:** Color o colores que se asocian y representan directamente a la marca.
- ✓ **Colores secundarios:** Color o colores que se contrastan con el color principal sin opacarlo ni “pelear” con él.
- ✓ **Color neutro:** Puede incluirse un color como el negro, blanco o gris para darle equilibrio a la marca o para espacios que se necesita llenar.

Es necesario incluir los códigos de color en Pantone, CMYK, RGB y HEX, esto para asegurar que los colores sean consistentes en los distintos medios en los que serán reproducidos.<sup>62</sup>

---

<sup>60.</sup> Hubspot. *Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz.*

<sup>61.</sup> Ancín. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca*, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (Ecuador, 2018): 5, <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/identidad-visual-marca.html>

<sup>62.</sup> Hubspot. *Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz.*

## Elemento gráfico de apoyo

---

Se incluye si existe otro elemento visual característico y único de la marca, se deben indicar sus especificaciones de uso tales como la forma, posición, tamaño y la relación que tiene con el logo.<sup>63</sup>

## Tipografías

---

La tipografía se encontrará en toda la comunicación de la marca, no es tan sobresaliente en comparación con el logo o los colores, sin embargo, debe seleccionarse de acuerdo al estilo de la marca. En el manual de identidad visual deberá indicarse aspectos tales como:<sup>64</sup>

- ✔ **La tipografía:** Se indican los estilos de carácter de la tipografía seleccionada de la A a la Z, en mayúscula y minúscula, se muestran los números del 0 al 9 y algunos ejemplos de signos de puntuación. La tipografía deberá ser seleccionada de acuerdo a la personalidad de la marca. Existen clasificaciones como la serif, san serif, script y manuscrito que tienen características específicas (ver glosario), su elección dependerá de lo que la marca desee reflejar.

Se deben especificar los distintos pesos utilizados como la negrita, normal o light, para titulares, párrafos largos o cualquier otro texto que sea utilizado.

Es recomendable incluir la jerarquía utilizada para los textos, esta se refiere al orden de lectura que seguirá el receptor de acuerdo a la composición tipográfica,<sup>65</sup> por ejemplo, si se desea que el primer punto a leer sea el titular deberá dársele el mayor peso visual en la pieza gráfica, por ello es importante colocar las especificaciones en el manual de identidad.

- ✔ **El espaciado:** Indicar el espacio entre letras, palabras y líneas que facilitarán la lectura y comprensión de los textos.

## Iconos y otros elementos

---

Aquí se indican las especificaciones relacionadas con elementos gráficos que le aportan a la marca, por ejemplo, si la organización utiliza iconos, se deben colocar sus características de diseño como el color utilizado, el tamaño y su estilo visual (trazos a línea, con relleno, sombreado, de un solo color o de varios, etc.).

63. Hubspot. *Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz.*

64. Ancin. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca.*

65. Luiggi Santa María. *Todo diseño necesita tres niveles de jerarquía tipográfica, Staffdigital.* 2014. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.staffdigital.pe/blog/disenio-niveles-jerarquia-tipografica/>

Lo mismo sucede si se utilizan ilustraciones, patrones, texturas o cualquier tipo de elemento gráfico. Especificar estas características ayudará a crear un estilo visual coherente en todos los materiales gráficos.

---

### **Imágenes**

Si la organización utiliza fotografías para su comunicación, incluir las especificaciones de las mismas, pueden colocarse ejemplos de las composiciones de las fotografías, los colores, personalidad y cualquier aspecto que sea adecuado y que represente lo que la marca desea transmitir por medio de las imágenes.

---

### **Aplicaciones**

Se muestra cómo se aplica la marca gráficamente en los materiales para los distintos medios de comunicación que se utilizarán, por ejemplo, la papelería corporativa, piezas informativas, promocionales, etc. Se muestra el diseño, retícula y si corresponde, se muestra la diagramación de los elementos en relación a la posición del logo, como es el caso de la papelería corporativa.

---

### **Soporte**

Este aspecto es referente a cada tipo de pieza impresa y a sus características, por ejemplo, el tipo de papel para imprimir tarjetas, hojas membretadas, etc.

---

### **Tono de voz**

Se refiere a la forma en que serán comunicados los mensajes provenientes de la organización, deberá tener un estilo acorde a su personalidad y que resulte interesante para su público, puede incluir aspectos como la gramática, vocabulario, la sensación que debe evocar el texto o la terminología propia utilizada por la organización.<sup>66</sup>

Al incluir este conjunto de especificaciones en el manual de identidad y aplicarlo correctamente se logrará mostrar una identidad visual coherente, que exprese lo que la marca representa y que genere confianza en el mercado y con los clientes.

Por otra parte, uno de los objetivos de la DIFA es realizar investigaciones dentro del campo de competencia de la Facultad de Arquitectura, que generen conocimiento y brinden soluciones a las problemáticas de la sociedad guatemalteca. Por consiguiente, estas investigaciones deberán ser producidas bajo los criterios técnicos y estéticos que se establecieron en la creación de la identidad visual de la institución, con el objetivo de crear coherencia y unidad visual en cada material.

---

<sup>66.</sup> Hubspot. *Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz.*

Para lograr coherencia y unidad visual, debe crearse un manual de criterios editoriales para proyectos de investigación, deberá ser un documento que tenga como objetivo brindar las guías editoriales, de manera que el usuario que colabore con la maquetación de los materiales, pueda hacerlo de manera consistente de acuerdo a la identidad visual de la institución.

Los proyectos de investigación serán constituidos en libros, siguiendo los parámetros del manual de criterios editoriales, por lo tanto, este documento deberá definir, en primer lugar, qué es un libro y qué partes componen un libro.

**Un libro**, es un conjunto de hojas de papel o de otro material semejante que, encuadernadas, constituyen un volumen. Son obras científicas, literarias o de cualquier índole que pueden estar impresas o en otro soporte.<sup>67</sup> Para que la obra sea considerada como un libro, debe contener como mínimo 49 páginas.

El libro esta compuesto por partes externas y partes internas, las parte externa la constituye principalmente la cubierta. **La cubierta** es el primer contacto que se tiene con un libro, **esta conformada por tres partes: la cubierta anterior, el lomo y la cubierta trasera o contracubierta**. Su encuadernación puede ser de tapa blanda o dura, pero contienen los mismos elementos.

**La cubierta anterior:** También es conocida como portada externa, aquí se coloca el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial que lo publica.

**El lomo**, es la parte lateral por donde van sujetas las hojas del libro, generalmente se coloca aquí el título del libro, el autor y el anagrama de la editorial.

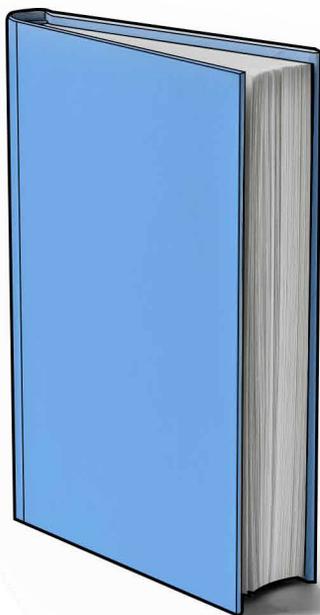


Figura 13. Libro, elaboración propia, 2021.

**La cubierta trasera**, también llamada contraportada externa, normalmente contiene información sobre el contenido de la obra o de su autor, código de barras u otros elementos.

Así mismo, las partes externas pueden o no incluir otros elementos que dependerán de la funcionalidad del libro, de los gustos del autor o de los lineamientos que establezca la editorial o la imprenta, entre ellos están:

**Las solapas**, normalmente este elemento es para los libros de tapa blanda, es una prolongación lateral de la cubierta de 7 a 10 cm doblada hacia adentro, se utiliza para darle rigidez al libro o para evitar que se arquee. Puede contener datos del autor, otras obras publicadas, entre otros.<sup>68</sup>

67. Fernando J. Salgado. *Pero ¿qué es un libro?*. Cálamo y Cran. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.calamoycran.com/blog/pero-que-es-un-libro/>

68. La Imprenta. *Partes de un libro y sus componentes*. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.laimprentacg.com/partes-de-un-libro/>

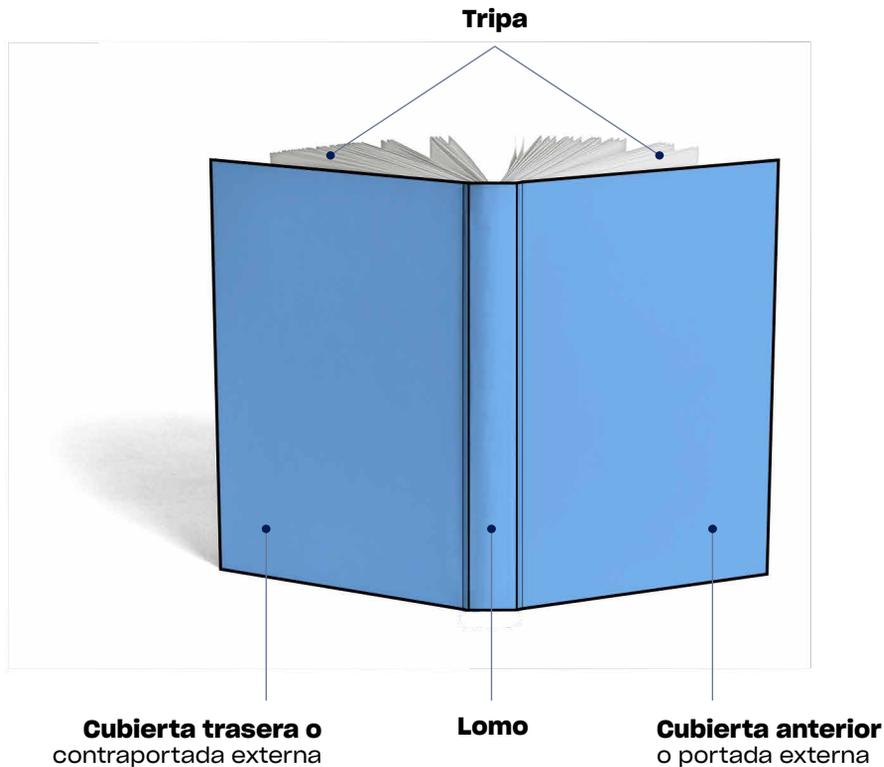


Figura 14. Partes externas de un libro, elaboración propia, 2021.

**La sobrecubierta**, es más común en los libros con tapa dura que los de tapa blanda, se trata un forro o sobrecubierta que abraza al libro, se utiliza sobre todo si está forrado en tela o en papel texturizado. Así mismo puede contener datos del autor o de otras obras publicadas.

**Las guardas**, son exclusivas para libros de tapas duras, se trata de un díptico que se encuentra al abrir el libro, la primera hoja irá pegada al cartón de la tapa y la segunda hoja va pegada 5mm sobre la tripa del libro. Aunque así lo parezca a simple vista, el lomo no va pegado a la tapa, en realidad todo el peso de la tripa está sujeto a la tapa por medio de las guardas. Las guardas pueden ser del color y papel deseado aunque normalmente es de calibre grueso para soportar el proceso de pegado. Los libros de tapa blanda no necesitan guardas, en este caso, la tripa sí se pega directamente en la tapa.

**La tripa** es el bloque de páginas interiores del libro, las hojas pueden estar pegadas directamente al lomo o pueden estar formadas por cuadernillos cosidos que finalmente también llevan pegamento, sin embargo, estos suelen ser más duraderos y resistentes ya que el hilo mantiene unidas las hojas al contrario de las que solo tienen pegamento.<sup>69</sup>

<sup>69</sup>. La Imprenta. *Partes de un libro y sus componentes*.

Por otro lado, la parte interna del libro es la estructuración de las hojas interiores como tal, puede variar en caso que el autor así lo requiera, pero generalmente se conforma de acuerdo a la siguiente estructura:

**Hojas de respeto o de cortesía.** Al inicio y final del libro se encuentran una o varias hojas en blanco, tienen una función tanto estética como práctica, en el caso de los libros con tapa dura, en estas primeras hojas es donde se pegan las guardas, sirviendo como protección del pegamento u otros roces al resto de hojas. En general sirven para darle aire o para adentrar al lector al texto, las personas pueden usarlas para escribir algún dato personal o el propio autor para firmar o escribir alguna dedicatoria a mano alzada. Aunque estén en blanco, deben contabilizarse para la numeración de las páginas.

**La anteportada o portadilla** es una página que contiene únicamente el título del libro, es más común en novelas, poesía, etc, que en libros técnicos.

Luego de la anteportada se encuentra **la portada interior**, que es la página donde normalmente lucen datos como el título de la obra, nombre del autor y la casa editorial, pero pueden incluirse aquí también el nombre de los autores del prólogo, de la maquetación, etc., el impresor, el año de impresión o edición, entre otros.

**La página de créditos o derechos**, es la página posterior a la portada interior, aquí figuran todos los datos legales como el número de edición, año de publicación, traductor, diseñador, dueño de las imágenes o fotografías utilizadas, datos del registro de los derechos reservados, el número del ISBN, etc.

Seguido de la página de derechos se coloca una página de **dedicatoria o agradecimientos** si así lo decide el autor.

Luego, **el sumario o índice** es un esquema del contenido del libro, normalmente se encuentra al principio, sin embargo, si es una obra con pocas divisiones se coloca al final de la obra. En el caso de que se encuentre al principio, puede ir antes o después de los textos introductorios, dependiendo de si éstos se consideran parte del libro, si es el caso, deben de ir marcados en el índice.<sup>70</sup>

**El prólogo, prefacio e introducción**, son los textos que preceden al cuerpo principal del libro, son escritos por el autor, editor o persona reconocida que conozca la materia de la obra.

Seguidamente se encuentra **el cuerpo del libro**, este es el contenido principal de la obra, que puede estar dividido en partes o capítulos.

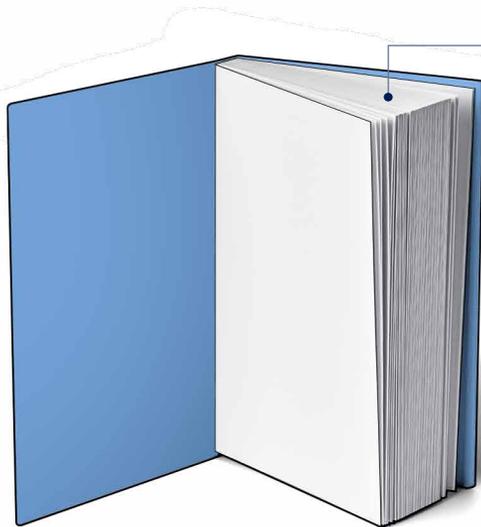
---

70. La Imprenta. *Partes de un libro y sus componentes.*

Por último se encuentra la parte final del libro compuesta por: **la bibliografía**, siendo un listado de fuentes consultadas por el autor para elaborar el libro. **El epílogo**, son las conclusiones o recapitulación de los contenidos. **El glosario**, que contiene los términos utilizados para que el lector pueda consultar si los desconoce. **Las abreviaturas** o signos utilizados, se colocan en orden alfabético. **El utilogo**, es un discurso último del autor para finalizar la obra. **El colofón** es la última página impar, se coloca generalmente el nombre del impresor y fecha de impresión, pero puede contener otros datos complementarios como el tipo de papel utilizado, efeméride del día de la edición, entre otros.<sup>71</sup>

Los contenidos y la temática del libro dependerá de los objetivos que tenga el autor y la finalidad que desee lograr con los mismos.

**Las publicaciones de la DIFA** son de carácter académico, son investigaciones científicas, que a diferencia de otro tipo de publicaciones, tienen segmentos específicos dentro del cuerpo del libro, que son requeridos para conformar una investigación. En este caso, debe estar compuesto por:



- **Hojas de respeto o de cortesía**
- **Portada interior**
- **Página de créditos o derechos**
- **Dedicatoria o agradecimientos**
- **Sumario o índice**
- **Resumen y palabras clave**
- **Abstract y keywords**
- **Introducción**
- **Cuerpo de la investigación:**
  - Resultados
  - Discusión
- **Parte final del libro:**
  - Bibliografía
  - Anexos
  - Glosario

Figura 15. Partes internas de un libro, elaboración propia, 2021.

Otro criterio importante al momento de elaborar un libro, **es elegir su tamaño**. ¿Cómo decidir el tamaño de un libro? Para elegir el formato de una publicación es importante tomar en cuenta su finalidad y la manejabilidad que debería tener para la comodidad del lector.

Existen formatos de bolsillo, también los formatos comerciales que son los más comunes y usados por las editoriales por ser no tan grandes ni tan pequeños, los formatos académicos que son para contenidos educativos o extensos y los formatos especiales que son tamaños que irán en función del tipo de contenidos que se desea exponer.<sup>72</sup>

71. La Imprenta. *Partes de un libro y sus componentes*.

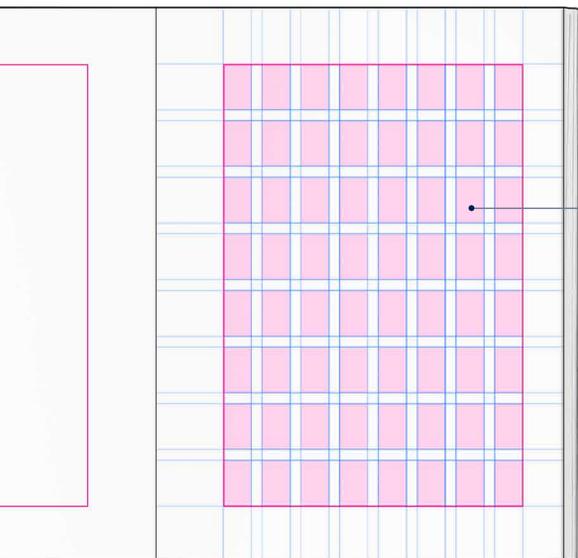
72. Miguel García et al. *Manual profesional de diseño editorial* (Aguascalientes, México: Universidad la Concordia Campus Forum Internacional, 2014). Recuperado el 8 de noviembre del 2021, <https://www.desarrollosweb.com.ar/tecnologia/descargatecnologia/libros/Libro-Manual-de-Diseño-Editorial.pdf>

En el caso de las investigaciones impresas de la DIFA, se estableció el formato vertical de 7.5 \* 10 pulgadas, debido a que es el estándar de la Editorial Universitaria para la impresión de libros académicos, que tiene como fin, facilitar y economizar su reproducción.<sup>73</sup> Asimismo, para facilitar el acceso a un libro, es importante crear su versión digital. Se decidió conservar el mismo tamaño del formato impreso en la versión digital de las publicaciones de la DIFA, esto para optimizar el trabajo del diseñador gráfico o de la persona que hará la maquetación del libro.

Teniendo claro, tanto el formato del libro, como las partes que lo componen, es momento de ahondar en **la composición** de la obra.

**La composición** se refiere a la distribución de los distintos elementos dentro del espacio disponible. Los textos, imágenes, ilustraciones o figuras son los elementos de las investigaciones que deben ser distribuidos en cada una de las páginas del libro. Para ello existen las llamadas retículas, que son herramientas que facilitan la composición y la distribución de estos contenidos dentro del espacio visual de las páginas.

**La retícula** es un conjunto de líneas trazadas en el espacio de trabajo, que se utilizan como guías para organizar los contenidos, otorgándole una estructura visual ordenada y estética a las páginas del libro. La retícula debe buscar siempre el equilibrio, además, se deben priorizar mediante los pesos visuales: los elementos que buscan sean más relevantes en relación a otros de menor importancia.



Existen varios tipos de retículas que se utilizan para diagramar libros, en el glosario de este documento se definen algunos tipos de retículas.

La retícula a utilizar en los proyectos de investigación de la DIFA será la retícula modular. Esta retícula es «un conjunto de guías que dividen la página en secciones, creando una matriz de celdas llamadas módulos para colocar los elementos en diversas formas y estilos diferentes».<sup>74</sup> Por el tipo de información científica, se estableció el uso de esta retícula precisamente para distribuir los diferentes elementos de la investigación de una manera clara, dinámica y cómoda para el lector.

Figura 16. Representación de la retícula modular, elaboración propia, 2021.

73. Yucuté. *Diseño y aplicación de parámetros editoriales*.

74. David Carnero. *Retícula Modular: Una forma rápida y elegante de maquetar una revista*. Marzo 2021. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.cevagraf.coop/blog/reticula-modular-maquetar-indesign/>

Como primer punto dentro de la retícula, se deben definir los **márgenes** que son espacio en blanco que existe entre el borde del papel y la caja de texto. Los márgenes tienen la función de evitar la pérdida de textos al momento de los cortes y encuadernación de un libro, además de esta función práctica, al momento de leer una publicación, el usuario necesita zonas de descanso visual que permitan asimilar los contenidos, los márgenes son de suma importancia al momento de la maquetar un libro.

Para definir los márgenes de una página se toman en cuenta aspectos como el tamaño del libro, el presupuesto, que disminuye al ahorrarse páginas dejando el margen más estrecho, el diseño en general de la página, que dependerá del requerimiento del autor, y finalmente el tipo de encuadernación, los libros cosidos se abren mejor que los libros que fueron encuadernados solo con pegamento, por lo que los textos correrán menor riesgo de quedarse muy por dentro de los márgenes del lomo.<sup>75</sup>

Cada margen en la página tiene un nombre en función de la posición que ocupa:

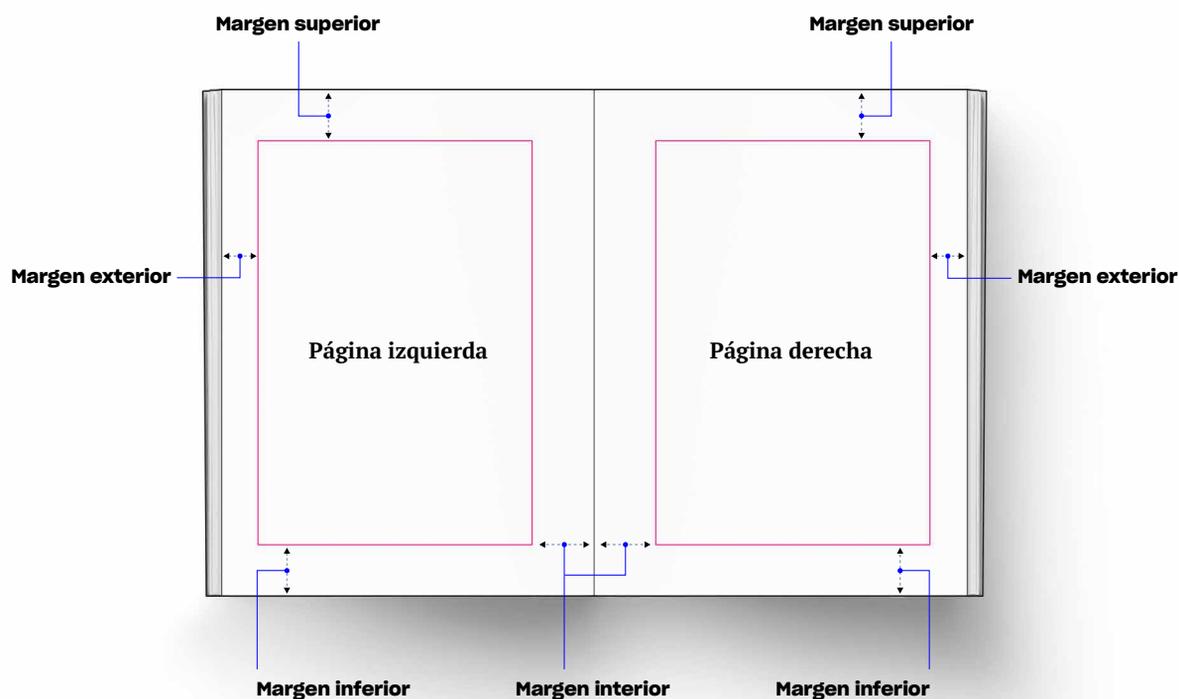


Figura 17. Representación de los márgenes dentro de una página, elaboración propia, 2021.

75. La Imprenta. *Márgenes de libros. La distribución de los blancos en un libro impreso*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.laimprentacg.com/margenes-de-libros-la-distribucion-de-los-blancos-en-un-libro-impreso/>

Una vez definidos la retícula y los márgenes, prosigue **la elección de la tipografía a utilizar**. La tipografía debe reflejar el tipo de contenido que se está exponiendo, además de facilitarle la lectura al usuario, en el caso de las investigaciones, debe ser de aspecto serio y formal. Las tipografías Serif son más fáciles de leer para textos largos, puesto que cuentan con remates o terminales pequeñas en los extremos de los caracteres tipográficos, que crean la ilusión de estar leyendo sobre una línea horizontal.<sup>76</sup>

Las tipografías San serif son más modernas aunque no tan recomendables para textos largos impresos, en libros, podrían usarse en titulares o textos cortos para darle un toque moderno al diseño. La DIFA cuenta con tipografías establecidas para las investigaciones, siendo estas Serif para textos largos y san serif para titulares y subtítulos.

Es importante también en la elección del tipo de letra, que tenga distintos pesos: normal, cursiva, negrita, etc. El uso de distintos pesos le dará dinamismo al texto, enriqueciendo la lectura del usuario.

Cuando se cuenta con mucho contenido para diagramar, es recomendable contar con distintas formas para la diagramación de títulos, subtítulos, pies de página, párrafos, etc. Para ello se establecen estilos de texto que se aplican a cada uno de estos contenidos. El estilo de texto se refiere a los aspectos como el tipo de justificación del texto, el tamaño de las letras, el peso de las letras, el interlineado, el interletrado, entre otros. Definir estos estilos facilitará y optimizará la maquetación de la publicación ya que se aplicarán de manera concreta en cada una de las páginas.

Para aplicar estos estilos de textos existen dos subdivisiones: **estilos de carácter y estilos de párrafo**.

**Los estilos de carácter** son un conjunto de características que se aplican a los tipos de letra utilizados en la maquetación de un libro. Usualmente, el estilo de carácter funciona para ser aplicado únicamente a palabras o frases seleccionadas, se utilizan para destacar o cuando se le quiere dar una apariencia diferente a ciertas palabras dentro de un párrafo. Constituyen aspectos como la tipografía utilizada, el color de letra, el peso (normal, cursiva, negrita), entre otros.

Por otra parte, **los estilos de párrafo** constituyen características de formato pero aplicados a cuerpos de textos largos, en ellos se incluyen otros aspectos como la justificación del texto o el uso de sangrías, entre otros.<sup>77</sup>

Los programas de diseño como Adobe InDesign, por ejemplo, cuentan con herramientas para establecer los estilos al momento de la diagramación de un libro, facilitando el trabajo del maquetador.

76. Mariana Eguaras. *Qué tipografía usar para libros impresos y digitales*. Mariana Eguaras Consultoría Editorial, 2014. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://marianaeguaras.com/que-tipografia-usar-para-libros-impresos-y-digitales/>

77. Lucía Alonso. *Qué son los estilos de carácter y estilos de párrafo en InDesign*. Domestika. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.domestika.org/es/blog/1759-que-son-los-estilos-de-caracter-y-estilos-de-parrafo-en-indesign>

Para un libro de lecturas prolongadas, tales como las publicaciones de la DIFA, es importante atender especialmente a los aspectos de funcionalidad en los textos, tales como: el tamaño de letra, el interlineado (espacio que hay entre dos líneas del mismo párrafo) o la justificación de los párrafos.

Se dice que se puede leer con facilidad entre 60 y 80 caracteres por línea,<sup>78</sup> si la línea de texto ocupa más espacio será más complicado leerla. En este caso se debe mantener el equilibrio entre el tamaño de letra y el ancho de la columna del párrafo.

Hay una mayor probabilidad de que los libros de la DIFA sean leídos por personas mayores, en este caso, es recomendable mantener cuerpos de entre 11 y 12 puntos de tamaño de letra, siendo este un tamaño estándar que facilita la lectura. Por otra parte también se debe fijar el interlineado, el tamaño óptimo de interlineado es del 120% del tamaño de letra, es decir que si se utiliza un tamaño de 11 puntos de letra, el interlineado debería de ser de 13 puntos.<sup>79</sup> También se debe evaluar qué tipo de alineación de texto se usará en el libro, si será alineado a la izquierda, a la derecha o justificado. Normalmente en libros de lectura es recomendable utilizar los textos justificados, es decir, alineados a ambos lados de los bordes del párrafo.<sup>80</sup>

En el caso de las investigaciones de la DIFA, habrá que incluir otros elementos en la maquetación además de los cuerpos de texto, tales como: tablas, figuras, gráficas estadísticas, citas, descripciones u otros elementos a requerimiento del autor. Estos podrán ser colocados y disponer del espacio dentro de la retícula establecida para la diagramación de la obra. Con esto se tienen los fundamentos para la maquetación de un libro. Con base en los fundamentos se fijarán los criterios editoriales para las publicaciones de la

DIFA, dejando claro que las pautas que se presenten en el diseño editorial no son limitaciones, sino guías que facilitan el camino del diseñador o maquetador para lograr mantener una línea gráfica consistente y que refleje la personalidad de la institución. Por último, teniendo establecidas las guías editoriales, el proyecto elaborará una plantilla de diagramación amigable, que el usuario tendrá a su disposición para facilitar la producción de materiales bajo la identidad visual de la institución.

78. La Imprenta. *Elegir tipo de letra, cuerpo e interlineado para un libro*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.laimprentacg.com/elegir-tipo-de-letra-cuerpo-e-interlineado-para-un-libro/>

79. La Imprenta. *Elegir tipo de letra, cuerpo e interlineado para un libro*.

80. La Imprenta. *Inicio de capítulo en los libros y tipos de párrafos*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.laimprentacg.com/inicio-de-capitulo-en-los-libros-y-tipos-de-parrafos/>

CAPÍTULO 05

---

# Definición creativa



## Briefing de diseño

---

### ¿Existe algún obstáculo que se oculta detrás del problema?

---

La carencia de insumos o apoyo por parte de la institución puede significar una dificultad para realizar el proyecto. Por otra parte, si la institución no tiene definido concretamente el mensaje que quiere comunicar o no sabe cómo quiere ser vista por su grupo objetivo, dificulta el desarrollo de la identidad que debe nacer a partir de este mensaje.

---

### ¿Qué respuesta de solución se propone ante el problema?

---

Se propone elaborar la identidad visual que proyecte la personalidad de la institución, que permita reconocerla ante su público. Además, se propone la definición de criterios editoriales para homogeneizar los productos editoriales de la institución.

---

### ¿Qué se dirá y cómo?

---

Se establecerán los lineamientos para el uso y aplicación de la identidad visual de la institución (logo, retícula, tipografías, paleta de color y formas gráficas). Asimismo se crearán guías para visibilizar a la organización, su filosofía, personalidad, valores y promesa o propuesta de valor bajo una identidad visual.

Se establecerán lineamientos para el uso de criterios editoriales, guías que faciliten la diagramación editorial de una investigación.

Se utilizará el “tú” en los mensajes a comunicar.

---

### ¿Cómo se transmitirán los mensajes?

---

- Por medio de un manual de identidad visual.
- Por medio de un manual de criterios editoriales para las publicaciones de investigación de la DIFA.

---

**¿Qué acción se quiere que la audiencia realice después de recibir los mensajes?**

---

- La identificación y reconocimiento de la institución y los productos provenientes de la misma.
  - Crear materiales y dar mensajes visualmente consistentes.
  - Brindar armonía visual a los productos editoriales de la institución.
- 

**¿Qué señales indicarán que se ha resuelto el problema del cliente?**

---

- Que la institución logre ser identificada.
  - Que los materiales y producciones editoriales realizados por la institución tengan unidad visual y logren ser identificados.
- 

**¿Qué aspectos son requerimientos del proyecto?**

---

- El uso de tipografía ya establecida.
- Para productos editoriales, el uso de retícula ya establecida, además las dimensiones del formato deben ser las estandarizadas por la Editorial Universitaria: 7.5 x 10 pulgadas.



## Referentes visuales

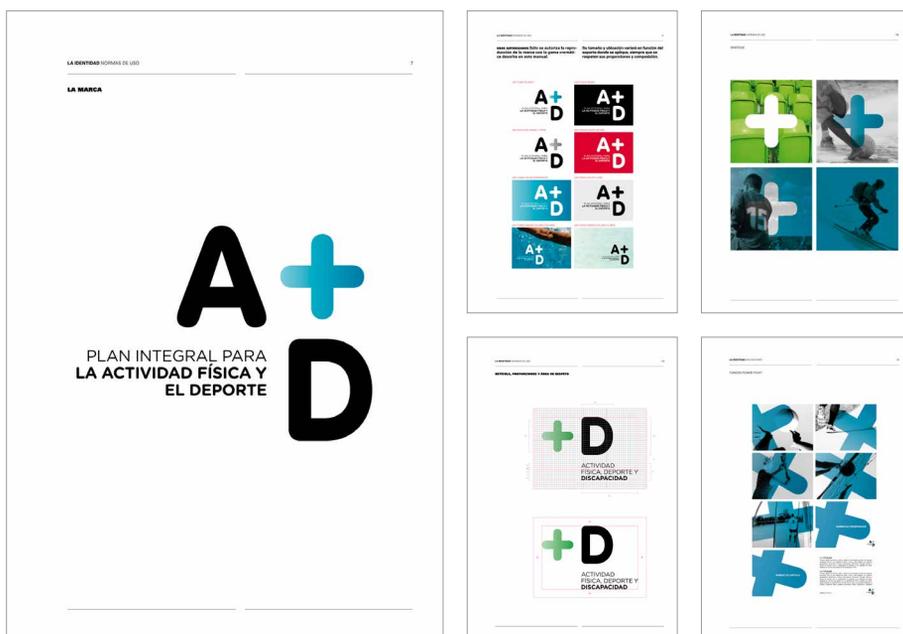


Figura 18. Páginas internas del *Manual básico de identidad visual* del Plan integral para la actividad física y del deporte, por Underbau, recuperado en septiembre 2021.

### MANUAL DE IDENTIDAD DEL PLAN INTEGRAL PARA LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE

#### España

Manual que contiene una serie de pautas, normas y aplicaciones básicas para el uso del sistema de identidad visual desarrollada para el Plan A+D, el Plan integral para la actividad física y el deporte del Consejo Superior de Deportes del Gobierno de España. En él se exponen las normas para el buen funcionamiento y la percepción óptima de la identidad desarrollada para esta marca.

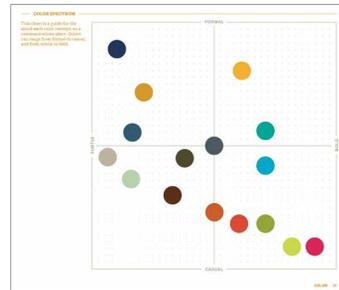
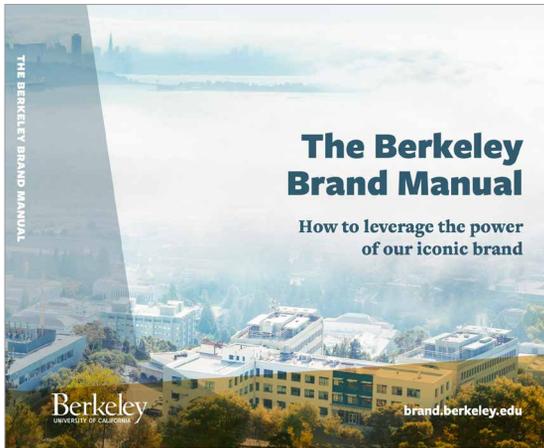


Figura 19. Portada y páginas internas del Manual de marca de Berkeley, 2019.

MANUAL DE MARCA DE BERKELEY  
UNIVERSIDAD DE CALIFORNIA

Estados Unidos de América

Este manual es una guía para comunicar de manera consistente la personalidad de la Universidad de Berkeley, es un recurso útil para cualquier persona que comunique en nombre de la institución. El libro contiene las normas de tipografía, las paletas de color, la fotografía y los elementos de diseño y comunicación de la universidad.

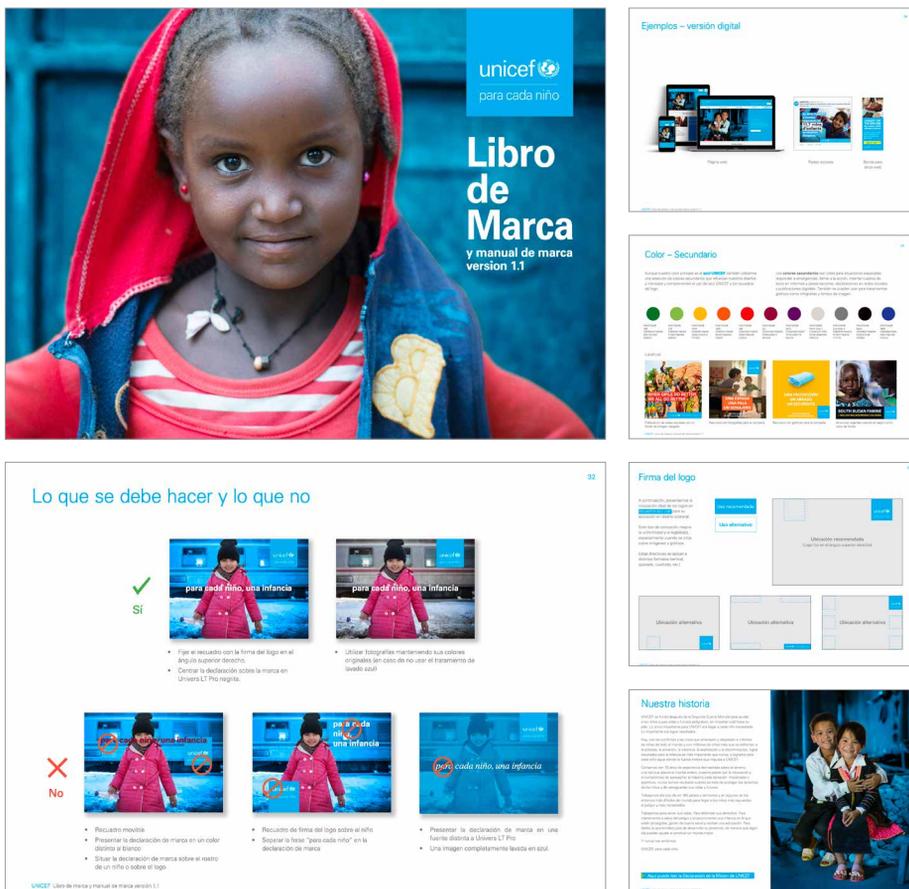


Figura 20. Portada y páginas internas del Libro de marca y manual de marca versión 1.1, Unicef, 2017.

## LIBRO DE MARCA Y MANUAL DE MARCA UNICEF

### Universal

Este manual de marca proporciona orientación sobre los elementos gráficos claves de UNICEF. La identidad visual de UNICEF comprende una serie de elementos representativos que los hacen inmediatamente reconocibles. El libro contiene directrices para fotografías, redacción y redes sociales, cubiertas de publicaciones y materiales digitales. Incluye directrices para campañas y publicaciones.



Figura 21. Portada y páginas internas del *Manual de normas gráficas, uso y aplicación de línea visual*, de la Universidad del Valle de Guatemala, 2018.

**MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS  
UNIVERSIDAD DEL VALLE**

**Guatemala**

Manual de lineamientos para uso y aplicación de la línea visual de la Universidad del Valle de Guatemala. Presenta los elementos que conforman el sistema de su identidad visual con la finalidad de contribuir y facilitar el uso correcto y consistente de los mismos, tanto en comunicación institucional, como en la externa y publicitaria.

Es una guía y referencia para todo aquel que desee utilizar esta marca.

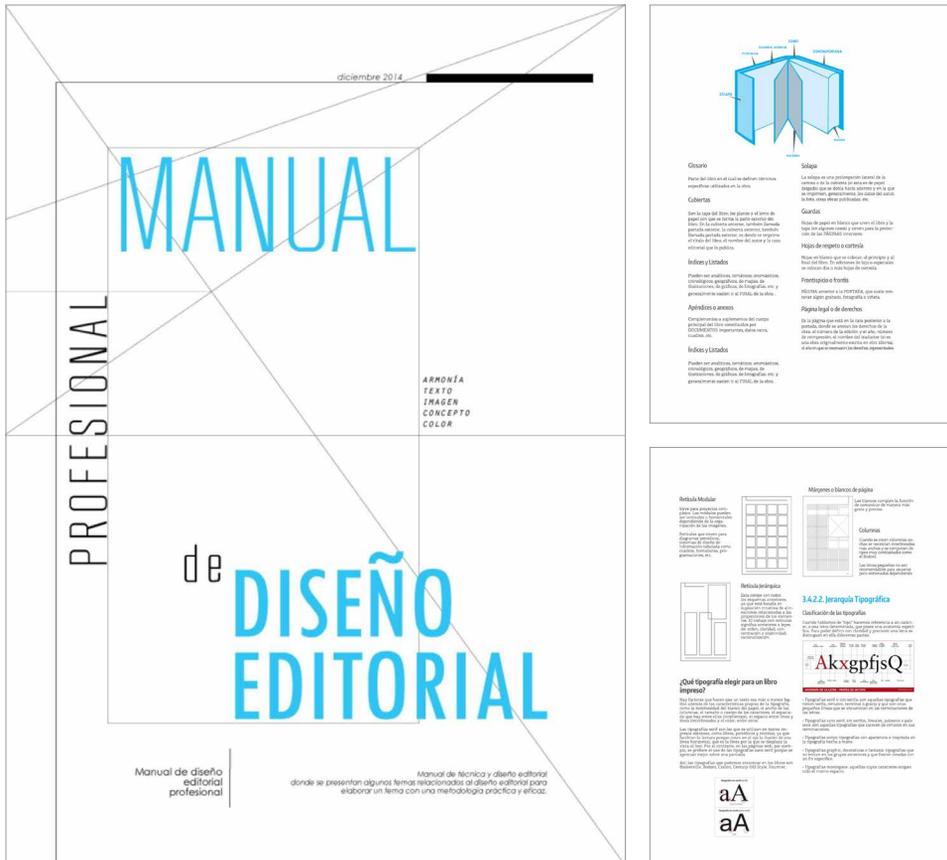


Figura 22. Portada y páginas internas del *Manual de diseño editorial profesional*, de la Universidad la Concordia Campus Forum Internacional, 2014.

## MANUAL DE DISEÑO EDITORIAL PROFESIONAL

### Colombia

Manual de técnica y diseño donde se presentan temas relacionados al editorial con metodologías prácticas y eficaces. Se exponen contenidos sobre la estructura, maquetación y diseño a ser implementados en la correcta elaboración de publicaciones editoriales como libros y revistas.



# Estrategia de las piezas de diseño

---

## 6 W ' S

---

### ¿Qué? (What)

---

- Identidad visual.
  - Definición de criterios editoriales para publicaciones de investigación.
- 

### ¿Para qué? (Why)

---

- Dar a conocer a la institución, facilitar su identificación y reconocimiento.
  - Dar unidad a los productos editoriales de la institución.
- 

### ¿Con qué? (How)

---

- Manual de identidad visual, medio digital.
  - Manual de criterios editoriales para las publicaciones de investigación de la DIFA, medio digital.
- 

### ¿Con quiénes? (Who)

---

- **Dr. Mario Raúl Ramírez**  
Director de la Dirección de Investigación FARUSAC.  
Jefe inmediato y asesor experto en el tema.
- **Lic. Erika Grajeda**  
Asesora Metodológica.
- **Lic. Cindy Ruano**  
Asesora gráfica.

- **Estudiantes de diseño gráfico y docentes investigadores**  
Personas que apoyan la elaboración y diagramación de las publicaciones de la DIFA.
- **Investigadores internos y externos a FARUSAC**  
Personas que tienen o pueden tener contacto con la institución y sus producciones.

---

### ¿Cuándo? (When)

---

- La elaboración del proyecto inicia en agosto y finaliza en noviembre de 2021. Los materiales se implementarán a partir del 2022.

---

### ¿Dónde? (Where)

---

- Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura, Edificio T-2, Ciudad Universitaria, zona 12, Ciudad de Guatemala, Guatemala.



## Ventajas y desventajas de las piezas de diseño

Tabla 1. Ventajas y desventajas de las piezas de diseño del proyecto de graduación

Pieza	Ventajas	Desventajas
 <p><b>Manual de identidad visual, medio digital</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ De fácil y rápido acceso.</li> <li>✓ Se puede actualizar fácilmente.</li> <li>✓ Otorga unidad visual a la institución y sus materiales.</li> <li>✓ Contribuye al reconocimiento y memorabilidad de la DIFA.</li> <li>✓ Ayuda a diferenciarla de otras entidades.</li> <li>✓ Permite al usuario tener una guía para elaborar materiales con la identidad visual de la institución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊖ Los usuarios deben contar con conocimientos básicos o estar capacitados para utilizar herramientas digitales que les permitan emplear el material.</li> <li>⊖ Los documentos digitales corren riesgo de corromperse por causas tales como: virus o mal manejo, que provoquen la pérdida del contenido.</li> </ul>
 <p><b>Manual de criterios editoriales para las publicaciones de investigación de la DIFA, medio digital</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acceso al material fácil y rápidamente.</li> <li>✓ Facilidad para la actualización.</li> <li>✓ Proporciona unidad visual a los productos editoriales de la DIFA.</li> <li>✓ Facilita el reconocimiento de los productos editoriales de la institución.</li> <li>✓ Diferencia los productos editoriales de los de otras entidades.</li> <li>✓ El usuario tiene una guía para elaborar productos editoriales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊖ El usuario debe estar capacitado o tener conocimientos básicos de herramientas digitales que le permitan emplear el material.</li> <li>⊖ Los documentos digitales pueden dañarse por virus o por mal manejo, que conlleve la pérdida de los contenidos.</li> </ul>

Elaboración propia, 2021.



## Definición del concepto creativo

---

Se emplearon tres técnicas para definir el concepto creativo: SCAMPER, flor de loto y lluvia de ideas. En cada una de estas técnicas, se generó un concepto, del cual se seleccionó el definitivo (véase anexo no.3 para ver el proceso completo):

---

### Concepto no. 1

---

#### Investigación vanguardista

---

##### Técnica utilizada: SCAMPER

Se sabe que la investigación es una actividad que demanda tiempo, incluso algunas personas la asocian con un proceso tedioso o aburrido. No se desea que la DIFA sea percibida como una institución aburrida u obsoleta, para ello se puede crear una identidad institucional que refleje dinamismo, modernidad, que cree impacto para atraer la atención del público.

Para darle una solución a la problemática, este concepto se centra en la idea de comunicar la identidad de la DIFA mediante expresiones libres e innovación estética, que, incluso siendo la investigación un proceso científico y formal, no es impedimento para reflejar una imagen moderna y dinámica, con formas y colores innovadores sin perder su credibilidad.

---

### Concepto no. 2

---

#### Tecnología geométrica

---

##### Técnica utilizada: Flor de loto

El concepto propone crear la identidad visual de la DIFA y todos los materiales producidos por esta entidad, bajo una línea gráfica moderna y tecnológica, haciendo uso de figuras geométricas. Esto con el fin de reflejar a la institución como un ente actual, avanzado y desarrollado, atrayendo a nuevos consumidores y manteniendo la atención de los que ya son usuarios.

---

### Concepto no. 3

---

## “La arquitectura de una investigación”

---

### Técnica utilizada: Lluvia de ideas

El concepto se centra en la idea de componer una investigación como si fuera una obra arquitectónica, es decir, se busca tomar las características de la arquitectura y aplicarlas para “construir” una investigación.

La arquitectura es el arte de idear, diseñar y construir estructuras donde se puedan desenvolver las actividades humanas, y que, a la vez, sean funcionales, perdurables y estéticamente valiosas.<sup>81</sup>

Por tanto se busca aplicar estos principios a la identidad de la DIFA a través del diseño gráfico, el fin es “construir” a la institución y sus productos como algo que sea estéticamente bello y que esté en armonía con su funcionalidad, que sea útil y perdurable.



---

## Concepto creativo seleccionado

---

## “La arquitectura de una investigación”

---

Se seleccionó este concepto creativo para desarrollar el proyecto, como se mencionó anteriormente, se desea construir una identidad para la institución y una imagen para todos los productos que se generen en la misma, como algo estéticamente bello y que esté en armonía con su funcionalidad, que sea perdurable y útil, tal como la arquitectura. Con esto se desea que el público objetivo de la DIFA identifique y reconozca a la institución con estas características, además, con estos principios se crearán las guías y pautas para elaborar la comunicación y los materiales producidos en la entidad, mismos que podrán ser utilizados por cualquier usuario que comunique en nombre de la DIFA.

---

81. Raymundo Tecuanhuehue. *Arquitectura*. 2019. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.daemsa.com/2019/11/29/arquitectura/>



# Premisas de diseño

## GRUPO 1

### Premisa tipográfica

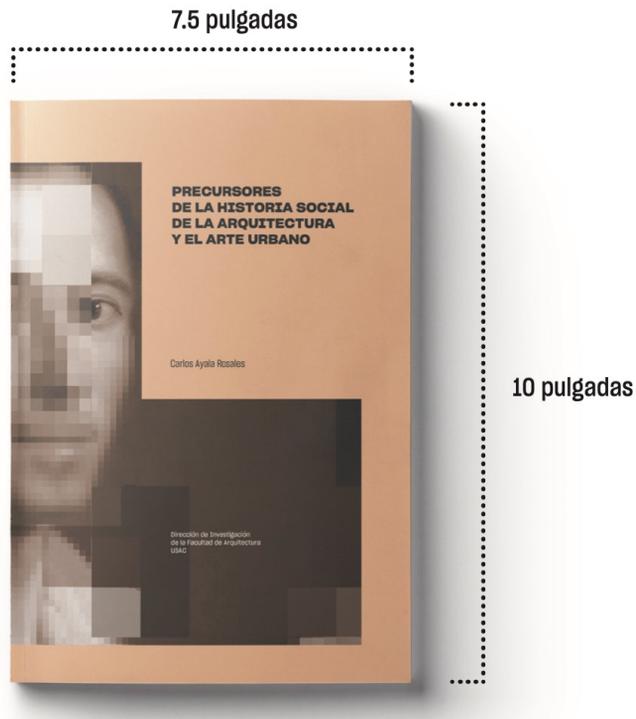
	Book	Medium	Semibold	Bold
23	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk
20	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk
19	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk	Sharp Grotesk
Regular		A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¡ ! ' # \$ % & / ( @ ) = ¿ ? [ ] * [ \ ] ^ _ ` a {   } ~ ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨ © ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾		
Cursiva regular		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 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 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¡ ! ' # \$ % & / ( @ ) = ¿ ? [ ] * [ \ ] ^ _ ` a {   } ~ ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨ © ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾		
Negrita		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 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 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¡ ! ' # \$ % & / ( @ ) = ¿ ? [ ] * [ \ ] ^ _ ` a {   } ~ ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨ © ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾		

Figura 23. Tipografías propuestas en el documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA, Facultad de Arquitectura USAC*, elaborado por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.

La DIFA cuenta con tipografías establecidas para las investigaciones, siendo estas *serif* para textos largos y *san serif* para titulares y subtulares. Las tipografías *serif* son más fáciles de leer para textos largos, porque cuentan con remates o terminales pequeñas en los extremos de los caracteres tipográficos, que crean la ilusión de estar leyendo sobre una línea horizontal. Las tipografías *san serif* son modernas, en publicaciones editoriales, podrían usarse en titulares o textos cortos para darle un toque vanguardista al diseño.

## Premisa de formato

---



**Figura 24.** Formato propuesto en el documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA, Facultad de Arquitectura USAC*, elaborado por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.

---

Al igual que las tipografías, la DIFA cuenta con un formato establecido para la creación de sus materiales editoriales, como es el caso de los dos manuales a elaborar durante este proyecto, las dimensiones del formato deben ser las estandarizadas por la Editorial Universitaria: 7.5 x 10 pulgadas, establecidas de esta forma para facilitar la reproducción de los libros.

## Premisa de diagramación

---

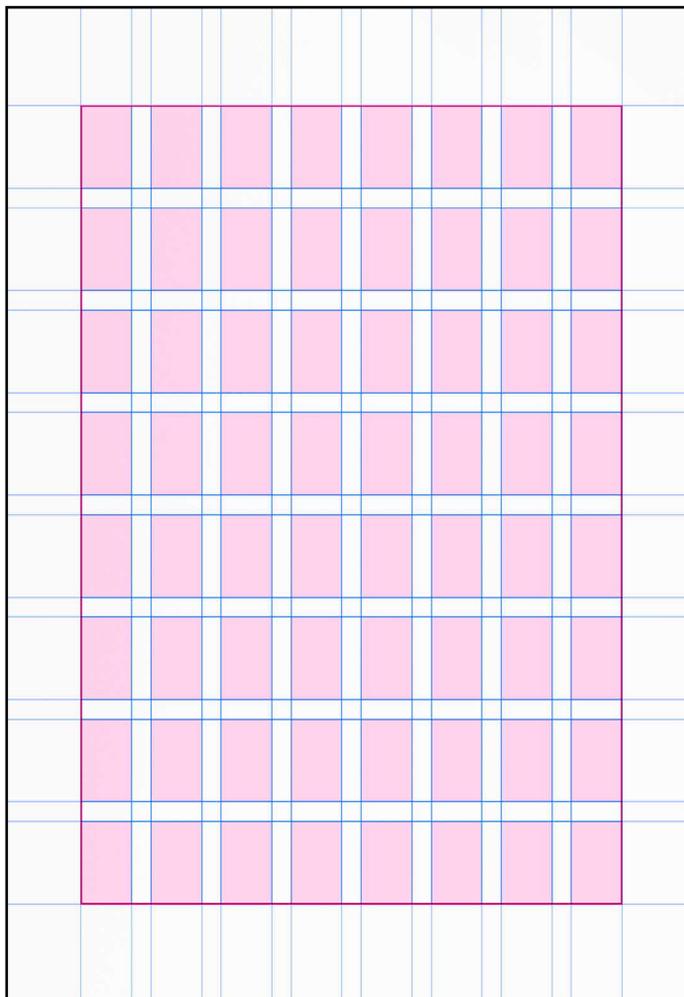


Figura 25. Propuesta de retícula de diagramación, elaboración propia, 2021.

---

Asimismo, para productos editoriales se hará uso de la retícula ya establecida, siendo la retícula modular, un conjunto de guías que dividen la página en secciones, creando una matriz de celdas llamadas módulos. Estos organizan los elementos de manera comprensible para el lector.



La tipografía, formato y diagramación no se tomarán en cuenta en los grupos 2 y 3 de premisas, puesto que son requerimiento de la institución utilizar los aspectos mencionados anteriormente.

## Premisa cromática

---

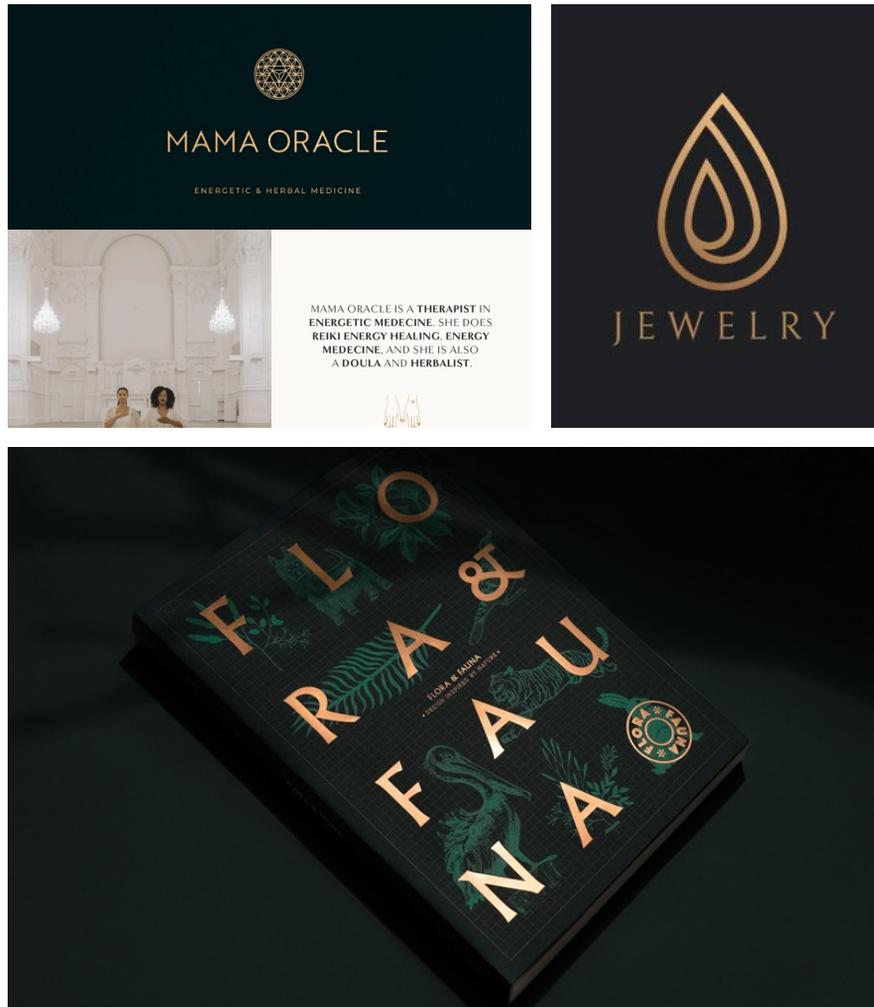


Figura 26. Recopilación de referentes cromáticos, elaboración propia, 2021.

---

En esta premisa se propone combinar un color oscuro (negro) con uno cálido (dorado). El color negro está asociado con el poder y la elegancia, el dorado es símbolo de prestigio y honor. Con la utilización de estos dos colores se busca crear una línea gráfica elegante y al mismo tiempo poderosa y seria, tal como sería una Dirección de Investigación. El dorado siendo un color cálido, se asocia con la cordialidad o amabilidad. La DIFA es una institución seria pero atenta y receptiva a las necesidades de su público.

## Premisa lingüística

---



Figura 27. Representación de premisa lingüística, elaboración propia, 2021.

---

## Tono académico

Siendo la DIFA una institución que forma parte de una entidad educativa, su voz, sea oral o escrita, en cualquier mensaje intentará caracterizarse por tener un tono académico. Se busca demostrar formalidad y veracidad en cada mensaje, pero sin perder modernidad y frescura. Un tono agradable para hacer la información más amena pero sin perder una voz formal. Si se involucra al interlocutor el trato será de “usted”.

## Premisa icónico-visual

---

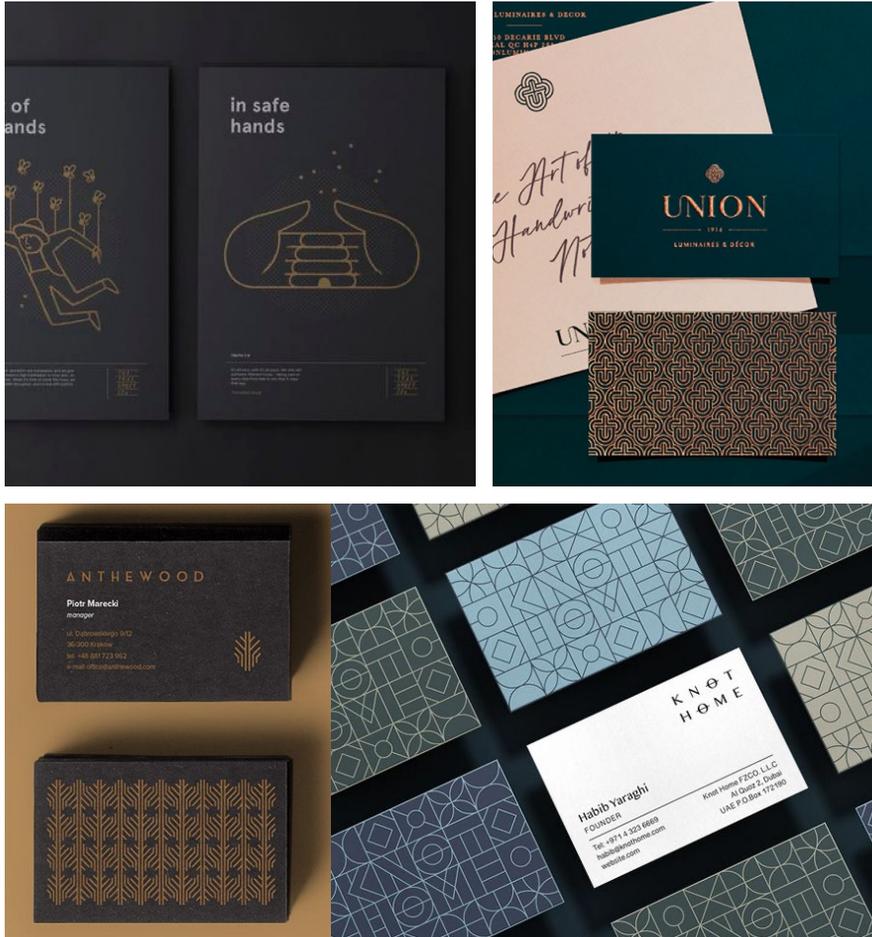


Figura 28. Recopilación de referentes visuales, elaboración propia, 2021.

---

Se propone la utilización de ilustraciones vectoriales a línea y el uso de elementos representativos de la marca, este podría ser el isotipo de la misma o una parte de él, esto para resaltar la imagen de la marca y tenerla presente en todo momento. Las líneas delgadas le otorgarán un imagen seria y elegante, y evitará la saturación visual. Asimismo, podrían utilizarse iconos vectoriales que aludan a la investigación.

---

## GRUPO 2

---

### Premisa cromática

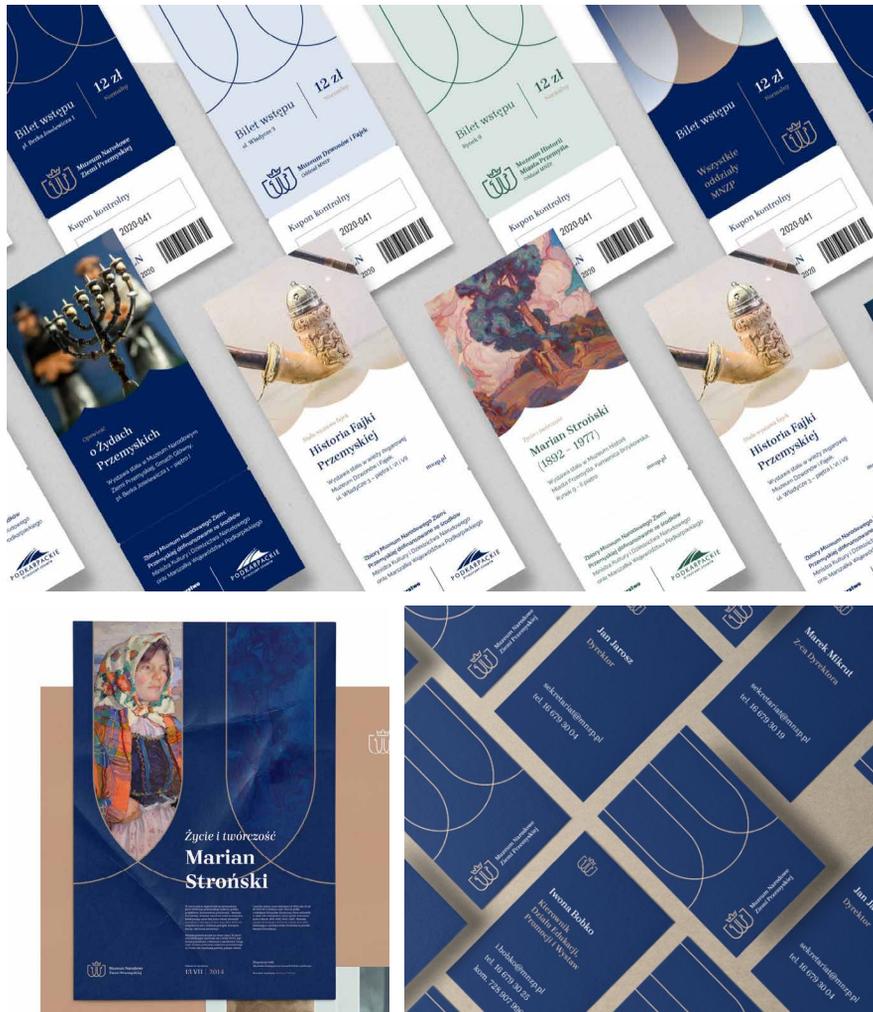


Figura 29. Recopilación de referentes cromáticos, elaboración propia, 2021.

En esta premisa se propone la utilización de matices de azul, celeste y beige. El azul está asociado con la estabilidad, la inteligencia, la sabiduría y el entendimiento. El celeste significa pureza, tranquilidad y seguridad. Finalmente el beige se asocia con la amplitud, la neutralidad y serenidad. Estas características son las que se busca reflejar en la imagen de la DIFA.

## Premisa lingüística

---



Figura 30. Representación de premisa lingüística, elaboración propia, 2021.

---

## Tono envolvente

Se construirán nuevas formas de ver y contar, despertando el interés, invitando al lector a profundizar en las palabras. Para lograr esto se recomienda utilizar una narrativa intensa, influyente, concisa, real, aspirando hacia la modernidad y el futuro, utilizando ideas con pocas y adecuadas palabras. Si se involucra al interlocutor el trato será de “tú”.

## Premisa icónico-visual

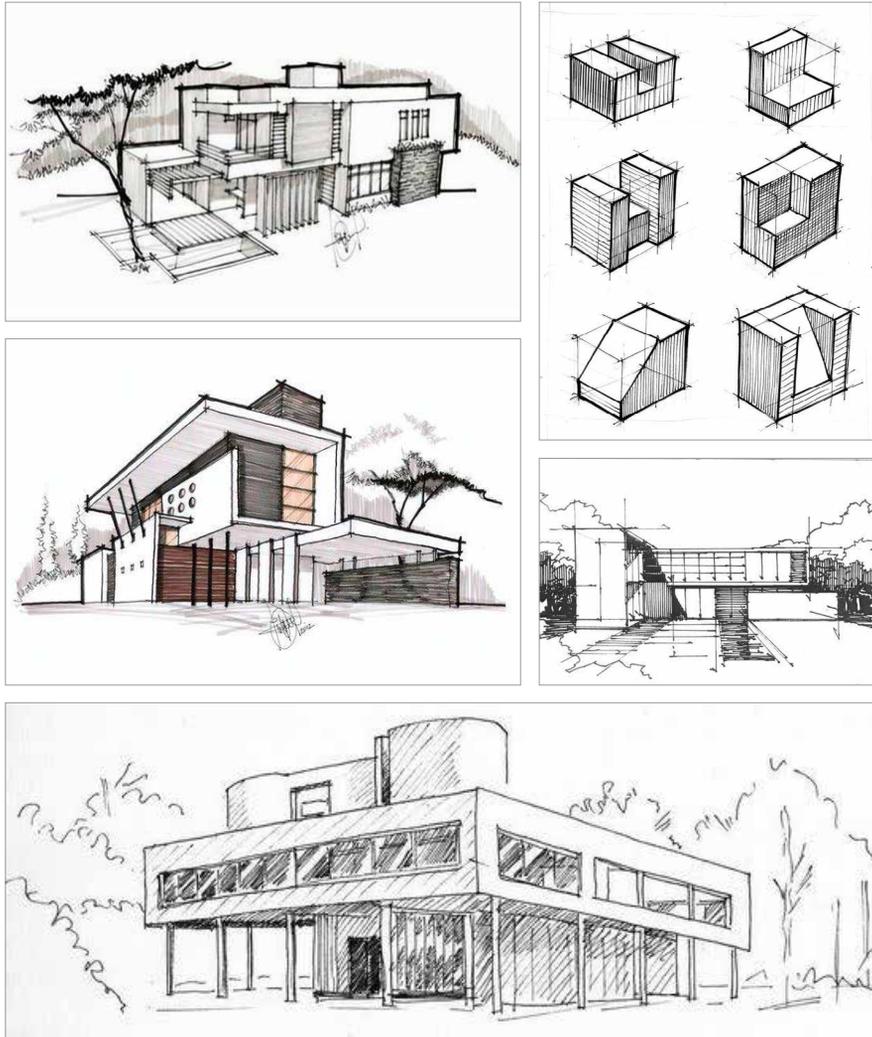


Figura 31. Recopilación de referentes visuales, elaboración propia, 2021.

Ilustraciones digitales tipo boceto. La arquitectura es una carrera artística que hace uso del bocetaje para crear obras. Esta premisa busca reflejar los trazos de un boceto a través de ilustraciones. Con ello las imágenes representarán una de las tantas fases del proceso de la arquitectura.

---

## GRUPO 3

---

### Premisa cromática

---



Figura 32. Paleta cromática de la Facultad de Arquitectura, USAC, por FARUSAC, recuperada en septiembre 2021.

---

Esta premisa toma como base los códigos de color utilizados actualmente por la Facultad de Arquitectura, siendo estos el amarillo oscuro, mostaza u oro y un color azul marino. Se propone utilizar estos tonos con un porcentaje mayor de saturación e intensidad, esto para agregarle modernidad y no caer en lo obsoleto.

## Premisa lingüística

---



Figura 33. Representación de premisa lingüística, elaboración propia, 2021.

---

## Tono incluyente

Esta premisa propone involucrar al interlocutor en lo que se dice o explica. Hacer uso de un “nosotros” inclusivo, de preguntas que busquen reflexiones y respuestas en el lector, se busca generar una conexión. Trato de “tú”.

## Premisa icónico-visual

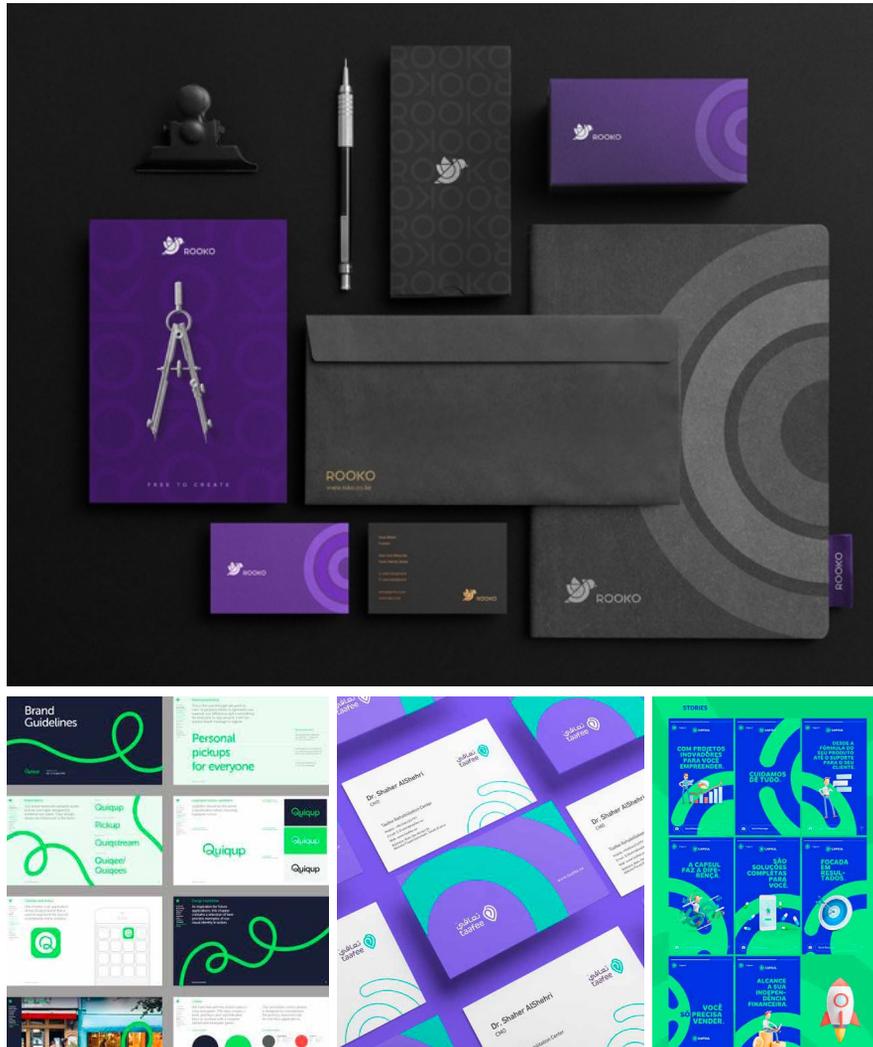


Figura 34. Recopilación de referentes visuales, elaboración propia, 2021.

Uso de figuras vectoriales sólidas de gran tamaño, ocupando al menos una tercera parte del área de trabajo. La creación de estas se tomará principalmente de las formas que se utilicen en el logo.

CAPÍTULO 06

---

# Producción gráfica

y validación de alternativas



# Nivel 1 de visualización

---

## Objetivos

---

Crear propuestas de diseño coherentes y de acuerdo al cumplimiento de los objetivos previamente establecidos.

Crear un instrumento de autoevaluación que determine los estántares estéticos y conceptuales a evaluar de cada pieza, donde posteriormente las propuestas serán sometidas para estimar objetivamente el cumplimiento de los mismos.

---

## Proceso

---

Al iniciar el proceso de producción gráfica, se realiza un primer nivel de bocetaje que responda al concepto creativo de diseño previamente establecido, de la mano con las premisas propuestas. Para este proyecto se desarrolla el bocetaje para el logo de la institución y para los manuales de identidad visual y criterios editoriales para las publicaciones de la DIFA.

Como se mencionó en el inciso de premisas de diseño, para la producción de las propuestas se establecieron aspectos a cumplir de acuerdo a los requerimientos de la DIFA: en los materiales se deben emplear las tipografías que ha venido utilizando la institución, así como también, aplicar el formato y la retícula de diagramación para publicaciones de investigación establecida.

## Bocetaje a mano: Logo para la Dirección de Investigación FARUSAC



Figura 35. Bocetaje a mano de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

Primeros bocetos a mano del logo para la DIFA. Se generan abstracciones de la letra inicial de la entidad: la letra “D” de Dirección. Se pretende con ello crear una figura que represente a la institución, que sea poderosa y atractiva.

## Bocetaje digital: Logo para la Dirección de Investigación FARUSAC



Figura 36. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

Se realizó el bocetaje digital para el logo de la DIFA, los bocetos a mano y digitales buscan reflejar el concepto creativo del proyecto “La arquitectura de una investigación”, en algunos se muestran signos que aluden a la investigación como es el caso de la lupa. Otros están conformados con líneas rectas o figuras geométricas, con esto se quiere reflejar módulos que semejen una edificación arquitectónica.

## Bocetos de logo DIFA seleccionados

---

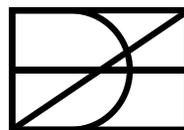


Figura 37. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

---

De los bocetos se eligieron seis propuestas para continuar con el proceso del diseño de logo, para filtrar estos bocetos se tomó en cuenta, a grandes rasgos, si el diseño de la propuesta es funcional, si es atractiva y si representa a la institución. Se continúan las mejoras en los detalles del diseño, se elaboran ejercicios aplicando color en los bocetos.

## Boceto A, logo DIFA

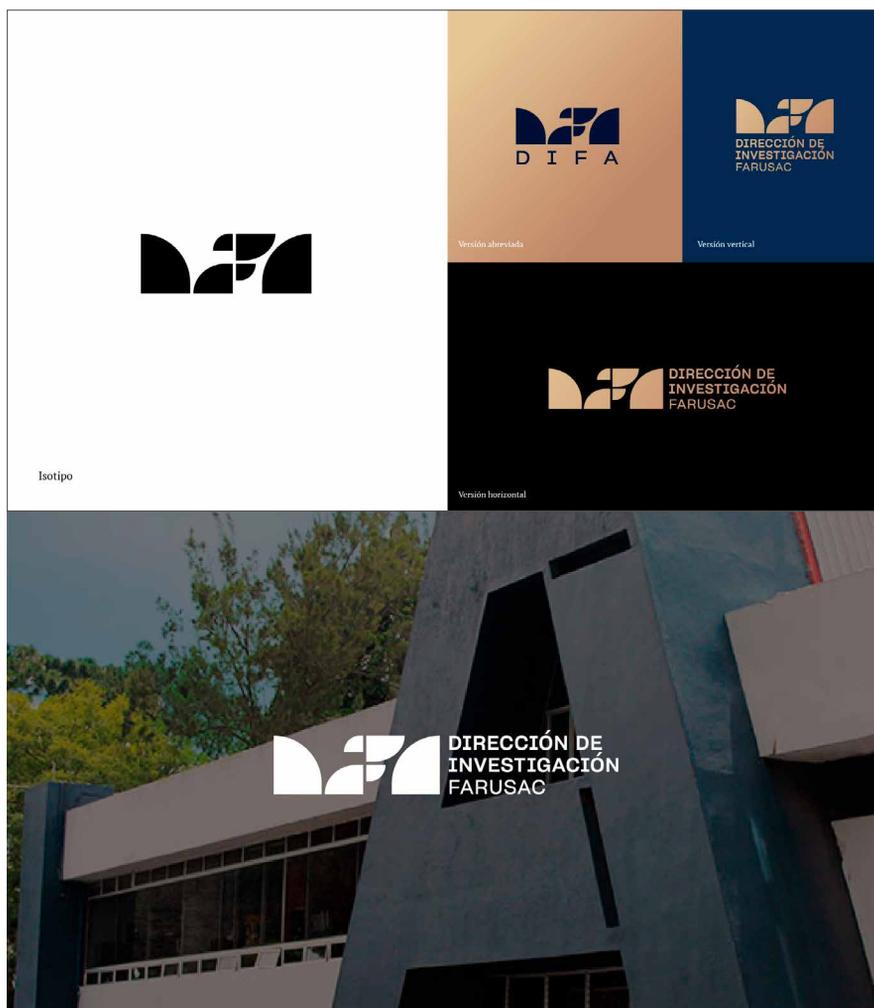


Figura 38. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

De acuerdo con el primer grupo de premisas, se propone la utilización de tonos dorados y negros, esto se aplica a la primer propuesta de logo, asimismo se añade un color azul marino para mantener el tono institucional de la Facultad de Arquitectura. Para colocar el nombre de la institución se utilizó la premisa tipográfica establecida por la entidad: la tipografía *Sharp Grotesk*. Las formas creadas para el isotipo aluden a las cuatro siglas de la institución -DIFA-, estas contienen líneas curvas y rectas, con el fin de darle dinamismo al logo.

## Boceto B, logo DIFA



Figura 39. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

En la segunda propuesta de logo, el isotipo busca diseñar las siglas de -DIFA- con una “arquitectura modular”, utilizando elementos repetitivos (módulos), similares en tamaño y forma, conectándose entre ellos. Se utilizan cuadros con modificaciones curvas para formar las letras D, I, F y A. Se aplican los tonos dorados y negros, de acuerdo al primer grupo de premisas. En esta ocasión se empleó una tipografía *san serif* que buscaba obtener una imagen más limpia y equilibrada del boceto.

## Boceto C, logo DIFA

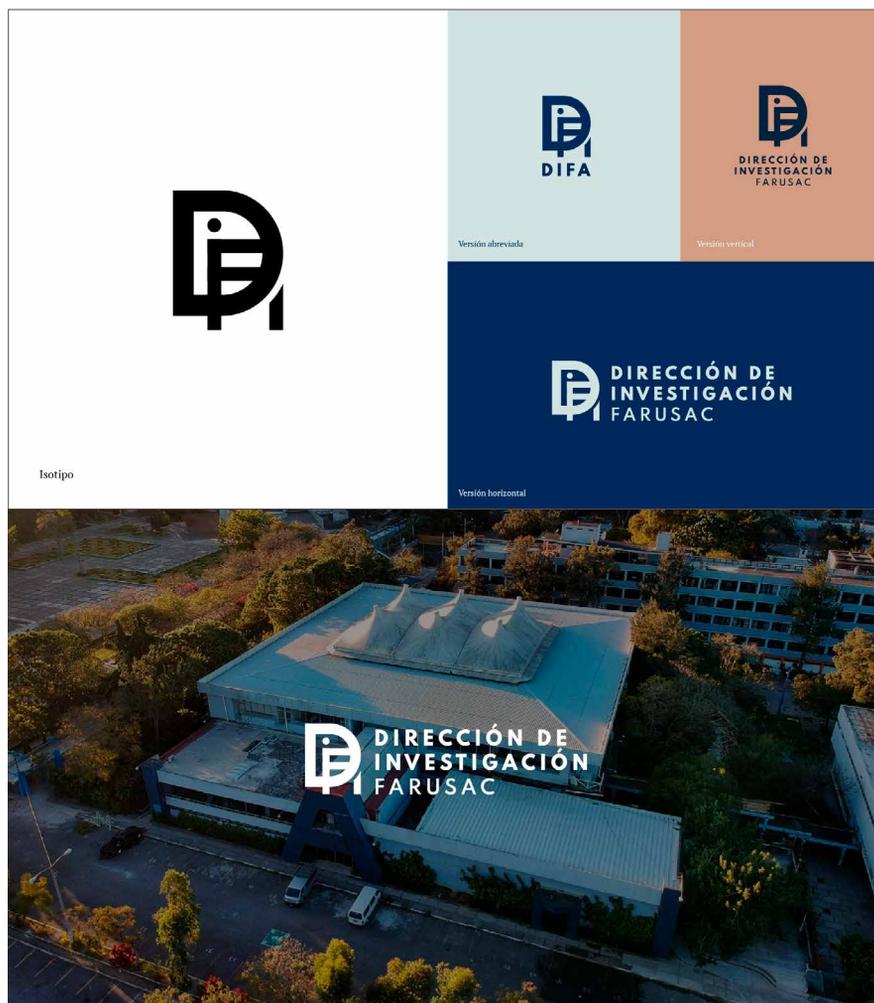


Figura 40. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

En la tercera propuesta de logo, se creó para el isotipo, un monograma con las siglas de -DIFA-, con las letras entrelazadas en conjunto. De acuerdo al segundo grupo de premisas, se utilizan matices de azul, celeste y beige. Para el nombre se usó tipografía *san serif* en mayúsculas, con el fin de darle peso y poder visual al boceto.

## Boceto D, logo DIFA

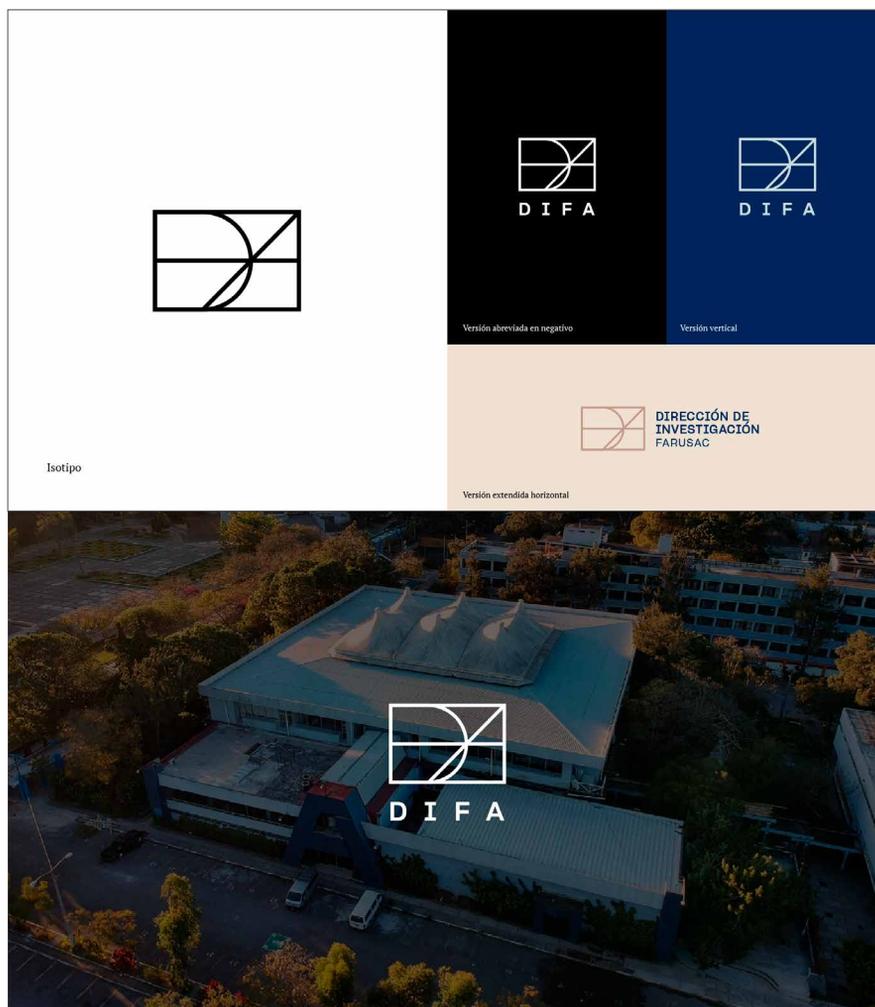


Figura 41. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

En la cuarta propuesta se pulieron detalles en el diseño del logo, este isotipo también busca crear un monograma con las letras D, I, F y A, pero utilizando líneas rectas y figuras geométricas para darle una imagen limpia. Se utilizan las tonalidades de azul y beige de acuerdo al segundo grupo de premisas. En este caso, para colocar el nombre de la marca se utilizó la tipografía de la institución: *Sharp Grotesk*.

## Boceto E, logo DIFA



Figura 42. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

Se prosigue con la quinta propuesta donde el boceto alude a la “investigación” utilizando la figura de una lupa para formar una “D”. En esta propuesta se utilizan las premisas del grupo tres, los colores aplicados son los utilizados actualmente por la Facultad de Arquitectura: tonos de amarillo, mostaza y azul marino. Tipografía *serif* aplicada para darle un tono formal al nombre de la entidad.

## Boceto F, logo DIFA

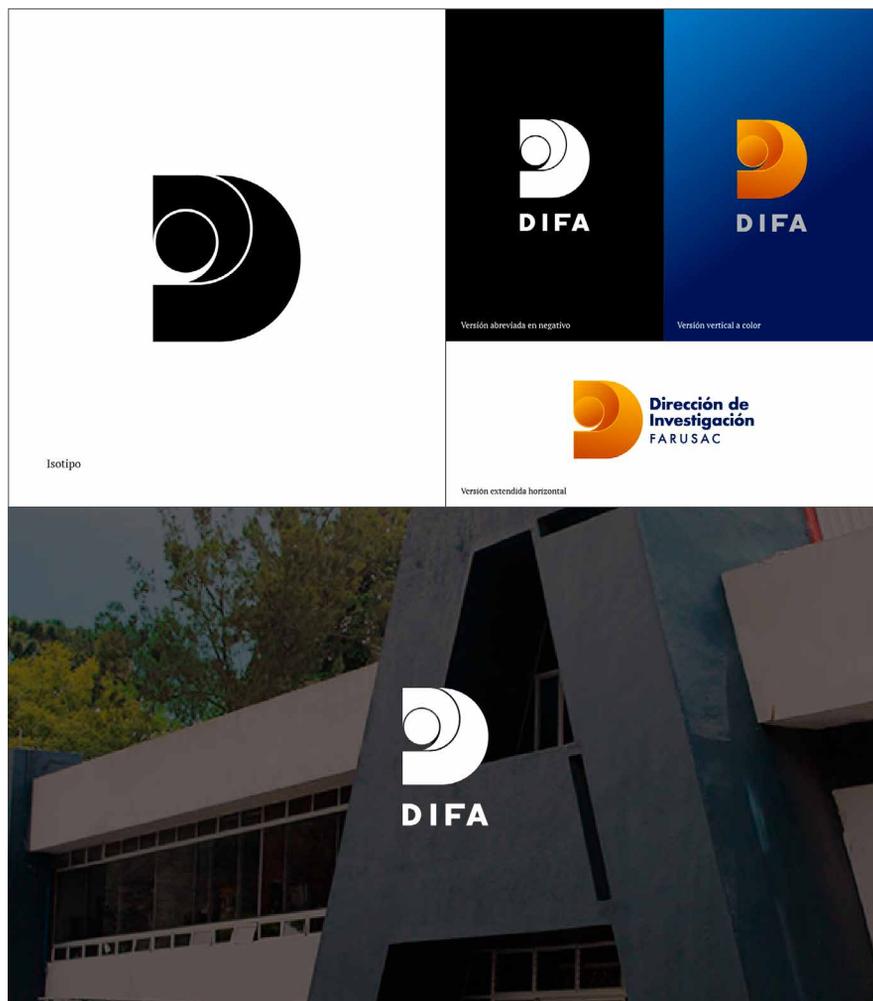


Figura 43. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

Finalmente en la última propuesta se resalta la “D”, por ser la primera letra del nombre de la institución. Se busca empoderar y crear un signo único para la DIFA, que pese e impacte. Asimismo se utilizan las tonalidades de color de la Facultad de Arquitectura. En este boceto se aplica una tipografía *san serif* con el fin de darle un tono moderno.

## Propuesta finalista A, logo DIFA

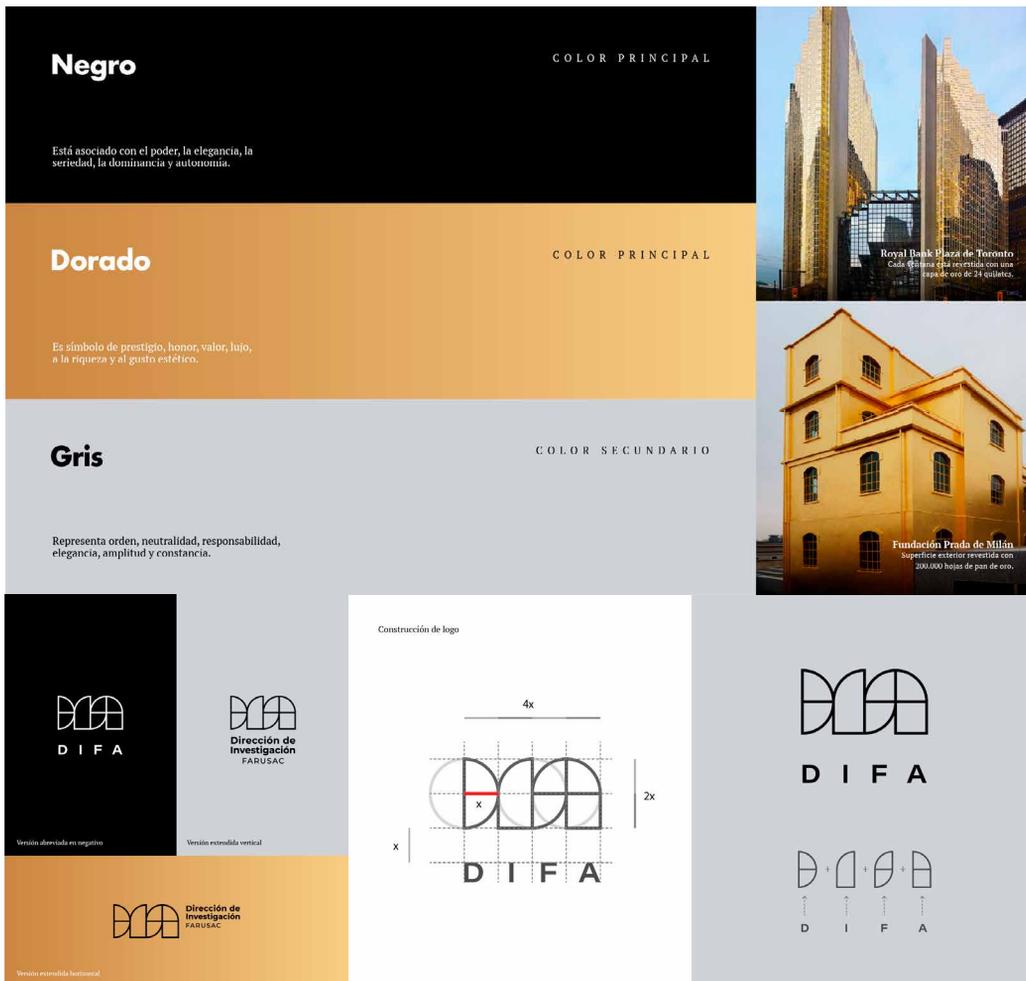


Figura 44. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

Se analizaron las seis propuestas anteriores para tener tres finalistas. De estas se elaboró el trazo geométrico del isotipo en cada una de las propuestas, la construcción está basado en la medida “x”, esta es una medida que no depende de una cantidad exacta, si no de proporción, se afinaron detalles del diseño y color del logo. En la primera propuesta se busca inspiración de los tonos del color dorado en edificaciones arquitectónicas famosas, al mismo tiempo, se decide por el uso estas tonalidades debido a su significado, el negro refleja poder y la seriedad, el gris la amplitud y el dorado simboliza el prestigio y el honor.

## Propuesta finalista B, logo DIFA

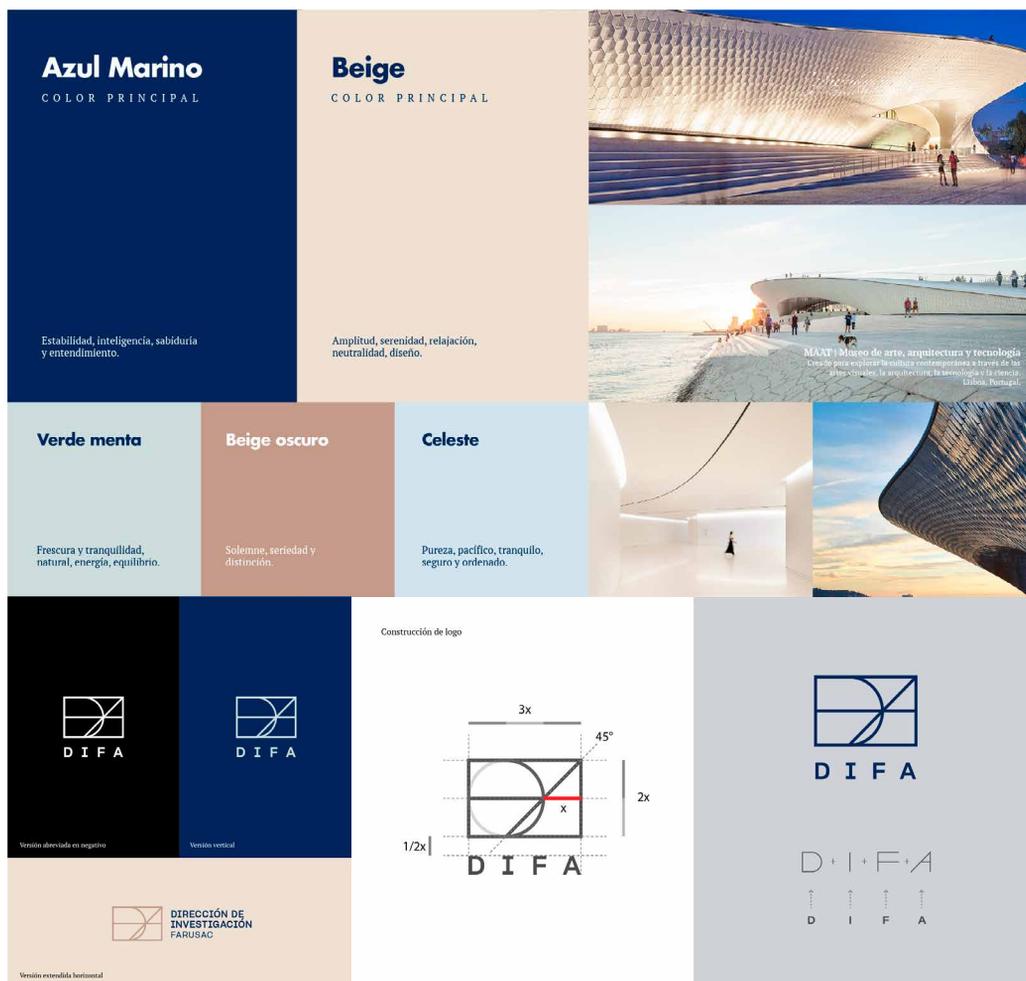


Figura 45. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

La segunda propuesta se inspira en una edificación arquitectónica para definir sus tonalidades finales. El azul marino significa estabilidad y entendimiento, el beige refleja amplitud, serenidad y solemnidad, el verde menta denota frescura y equilibrio y finalmente el celeste significa pureza y paz.

## Propuesta finalista C, logo DIFA



Figura 46. Bocetaje digital de propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

La tercera propuesta se centra en los colores utilizados actualmente por la Facultad de Arquitectura, pero los intensifica con el fin de darle un toque moderno a la propuesta, utiliza degradés de azules, amarillo y ocre. Los azules representan estabilidad, inteligencia y honestidad, el amarillo denota alegría y energía, finalmente el ocre es símbolo de comprensión y distinción, todos ellos son atributos con los que se desea asociar a la DIFA.



# Autoevaluación

---

Logo para la Dirección de Investigación FARUSAC

---

## Proceso

---

En este punto se evalúan las primeras propuestas de bocetaje para el logo de la institución. Aquí se miden parámetros específicos que buscan direccionar la toma de decisiones, con el fin de seleccionar la mejor propuesta gráfica que cumpla con los objetivos del proyecto.

---

## Parámetros a evaluar

---

- 1. Pertinencia:** Se refiere a si la propuesta concuerda con los objetivos del proyecto, si es adecuada para el grupo objetivo y para la temática que está abordando.
- 2. Memorabilidad:** Si la propuesta es recordada y conservada en la memoria.
- 3. Legibilidad:** Si la propuesta es lo suficientemente clara, descifrable y fácil de leer.
- 4. Composición:** Si existe armonía en la organización y diagramación de los elementos gráficos para obtener un resultado estético y atractivo para el grupo objetivo.
- 5. Fijación:** Si la imagen se impone en la mente, si queda impregnada a la misma.
- 6. Diseño tipográfico:** Si el tratamiento tipográfico resulta legible, si facilita la lecturabilidad del texto, haciendo comprensible el mensaje.
- 7. Aplicación de color:** Si la paleta de color aplicada concuerda con el tema del proyecto y su intención psicológica es adecuada para el grupo objetivo.
- 8. Funcionalidad:** Si la pieza gráfica cumple con el objetivo deseado, si el mensaje se comunica de manera clara y concisa para ser comprendido con facilidad por el grupo objetivo.
- 9. Abstracción:** Si la pieza reproduce ideas, conceptos, pensamientos o sentimientos con la menor cantidad de elementos.
- 10. Estilización:** Si la representación está hecha de forma simplificada, buscando ser expresiva, significativa o atractiva.

La evaluación califica los parámetros con puntajes del 1 al 5: **1 = Malo, 2 = Regular, 3 = Bueno, 4 = Muy bueno, 5 = Excelente.**

Tabla 2. Autoevaluación de propuestas gráficas de logo

	Pertinencia	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Fijación	Diseño tipográfico	Aplicación de color	Funcionalidad	Abstracción	Estilización	Total
Propuesta A.	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	41
Propuesta B.	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	41
Propuesta C.	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48

Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 47. Representación de propuestas finalistas de logo, elaboración propia, 2021.

## Conclusión y toma de decisiones

Las propuestas A y B reflejan un grado de abstracción elevado, que podría causar confusión, los colores de ambas resultan elegantes pero no tan llamativos como se requiere. Las dos propuestas utilizan líneas para formar sus elementos, mostrándose débiles visualmente. Se decide continuar el proceso con la propuesta C, esta muestra un mayor peso y poder debido a la robusta forma de la “D” utilizada como isotipo. Varios de los ejercicios se hicieron con tipografías distintas a las establecidas por la institución, con el fin de experimentar con diferentes opciones, en las tres anteriores, las tipografía es legible y fácil de comprender, sin embargo, se decidió conservar la tipografía institucional en todos los materiales para mantener la consistencia, por lo que se ajustará en la propuesta elegida. En cuanto al color, se utilizarán los de la propuesta C por su atractivo visual.

## Boceto A, portada y páginas internas de manuales DIFA

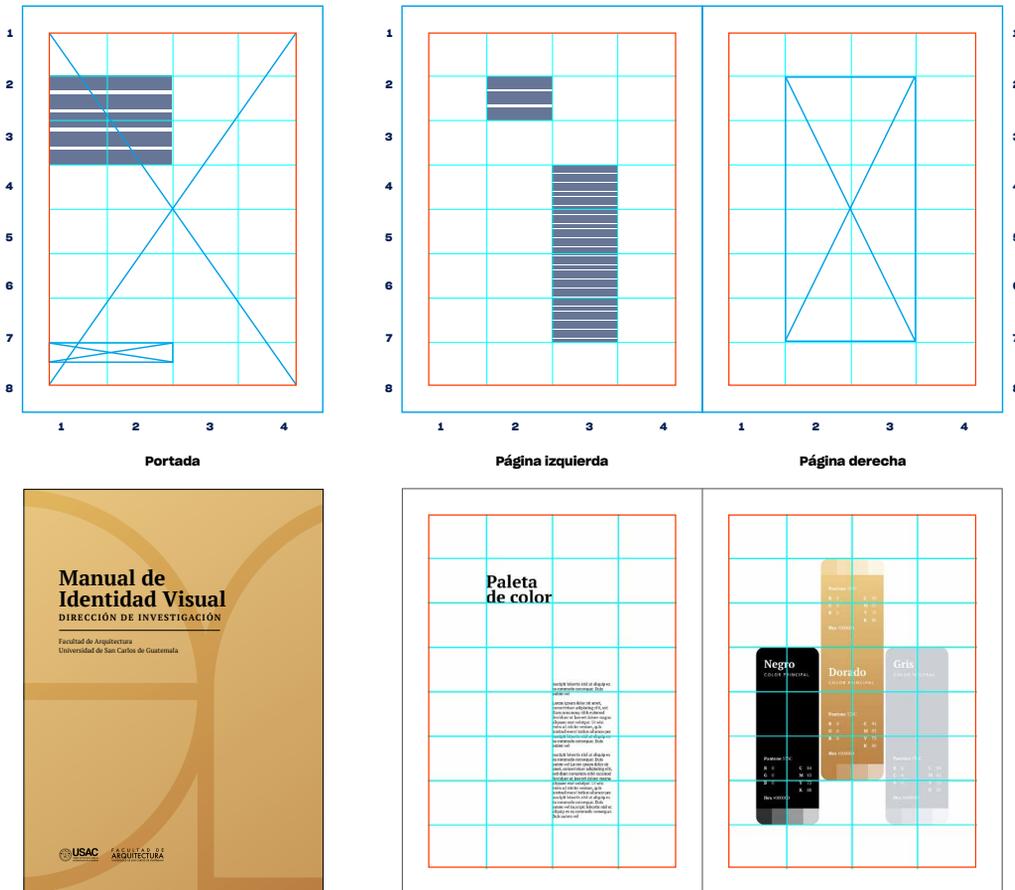


Figura 48. Bocetaje de retícula, diseño de portada y páginas internas de manuales DIFA, elaboración propia, 2021.

Se realizó el bocetaje de los manuales de identidad visual y manual de criterios editoriales de la DIFA. Como se ha mencionado antes, la institución tiene una medida de formato establecido para materiales editoriales: 7.5x10 pulgadas. Dado que los dos manuales se consolidarán como un libro, se utilizará dicha medida. Asimismo, se empleará la retícula modular establecida por la entidad. Se inició con un ejercicio de diagramación conformado por una retícula base de 4 columnas y 8 filas, formando 32 módulos por página.

En un primer boceto de los manuales se propone, según el primer grupo de premisas, el uso de ilustraciones a línea de elementos representativos de la marca. Para la portada se propone colocar el isotipo de la marca a línea abarcando la página completa, en este caso se usó el isotipo de la primera propuesta de logo. Se quiere evitar la saturación de elementos, reflejar elegancia y al mismo tiempo tener presente la identidad de la marca.

Se elaboró un primer boceto de los elementos en las páginas internas de los manuales, se emplea la paleta de color del primer grupo de premisas: un tono oscuro (negro) y un cálido (dorado). También se utilizan tipografías *serif* para experimentar con sus diferentes pesos en los textos dentro de las páginas con el fin de darle un tono formal.

## Boceto B, portada y páginas internas de manuales DIFA

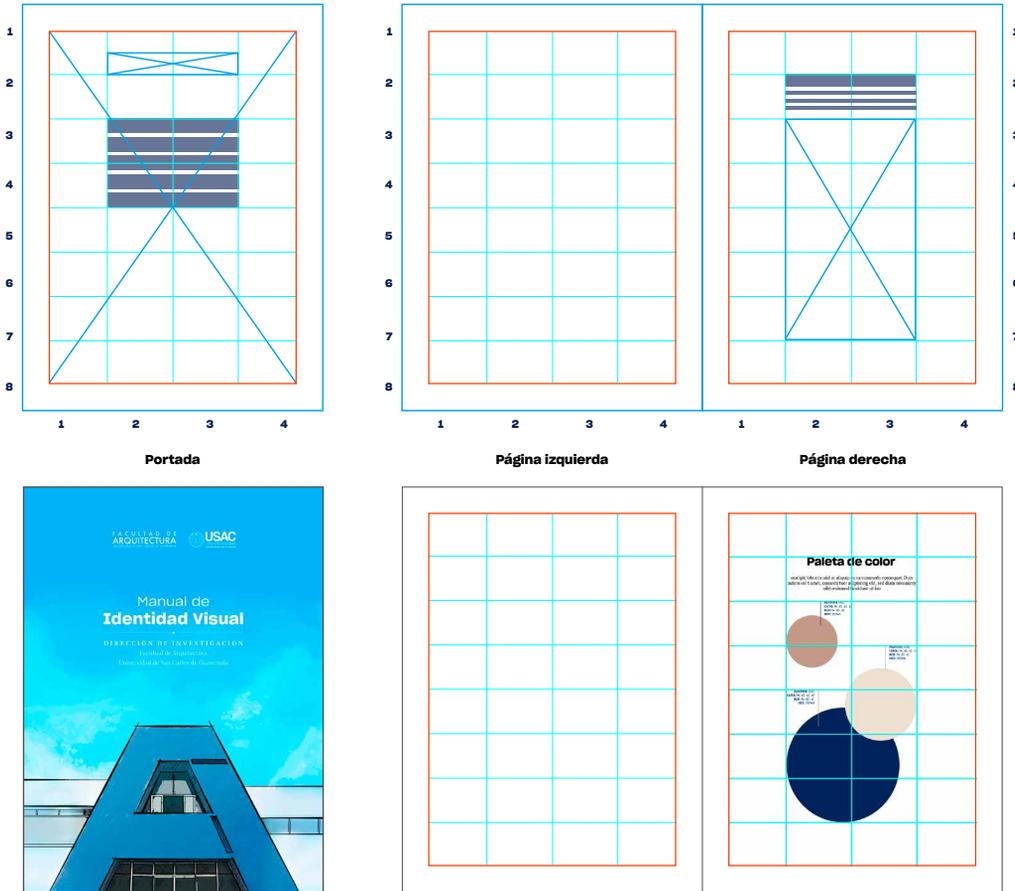


Figura 49. Bocetaje de retícula, diseño de portada y páginas internas de manuales DIFA, elaboración propia, 2021.

Este boceto sigue la propuesta del segundo grupo de premisas: en la portada se ilustra tipo “esbozo a mano” con la imagen de un lugar icónico de la Facultad de Arquitectura. Este tratamiento de ilustración referencia la carrera de arquitectura, donde los procesos dan lugar al bocetaje a mano, alineándose al mismo tiempo con el concepto creativo “La arquitectura de una investigación”.

Las páginas internas se diseñan manteniendo la retícula de 32 módulos por página y utilizando la paleta de color en tonos azules y beige según el segundo grupo de premisas. En esta propuesta se utilizan las tipografías de la institución: *Sharp Grotesk*. Estas fuentes, además de ser *Serif*, son de pesos robustos, lo que le da poder y un toque actual al diseño.

## Boceto C, portada y páginas internas de manuales DIFA

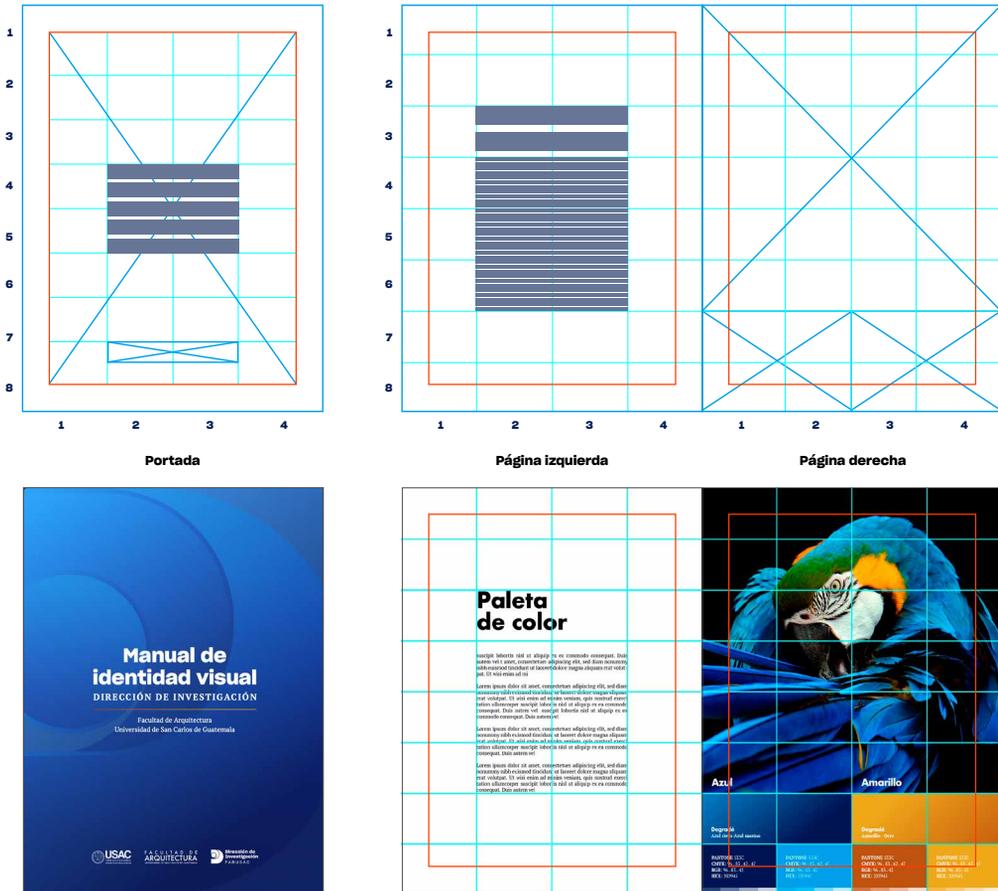


Figura 50. Bocetaje de retícula, diseño de portada y páginas internas de manuales DIFA, elaboración propia, 2021.

En una tercera propuesta, para la portada se utilizan figuras e iconos vectoriales sólidos de gran tamaño, ocupando al menos una tercera parte del área de trabajo, esto de acuerdo al tercer grupo de premisas. La creación de estas figuras se tomará principalmente de las formas que se utilizan en el logo (isotipo), en este caso, se empleó la tercera propuesta de logo. Se manejan degradés intensificados de azules, amarillo y ocre, con el fin de rejuvenecer la paleta de color de la Facultad de Arquitectura.

Para las páginas internas se utiliza la retícula de módulos, se emplean fotografías de tamaño grande para hacer expresivas las páginas de los manuales. Se aplica tipografía *san serif* buscando frescura y modernidad.



# Autoevaluación

---

## Diagramación de manuales de identidad y criterios editoriales DIFA

---

### Proceso

---

Se evalúan las propuestas de bocetaje de diagramación de los manuales de identidad visual y criterios editoriales. Se miden parámetros específicos que buscan direccionar la toma de decisiones, con el fin de seleccionar la mejor propuesta gráfica que cumpla con los objetivos del proyecto.

---

### Parámetros a evaluar

---

- 1. Pertinencia:** Se refiere a si la propuesta concuerda con los objetivos del proyecto, si es adecuada para el grupo objetivo y para la temática que aborda.
- 2. Memorabilidad:** Si la propuesta es recordada y conservada en la memoria.
- 3. Legibilidad:** Si la propuesta es lo suficientemente clara, descifrable y fácil de leer.
- 4. Composición:** Si existe armonía en la organización y diagramación de los elementos gráficos para obtener un resultado estético y atractivo para el grupo objetivo.
- 5. Diseño tipográfico:** Si el tratamiento tipográfico resulta legible, si facilita la lecturabilidad del texto, haciendo comprensible el mensaje.
- 6. Aplicación de color:** Si la paleta de color aplicada concuerda con el tema del proyecto y su intención psicológica es adecuada para el grupo objetivo.
- 7. Funcionalidad:** Si la pieza gráfica cumple con el objetivo deseado, si el mensaje se comunica de manera clara y concisa para ser comprendido con facilidad por el grupo objetivo.
- 8. Coherencia con el concepto creativo:** Se refiere a si el diseño es consistente con el concepto creativo y se vincula al mismo.
- 9. Identidad visual:** Si el diseño refleja la identidad y personalidad de la institución, evidenciándolo en los elementos que lo conforman.
- 10. Recorrido visual:** Si los elementos guían correctamente la lectura según su importancia.

La evaluación califica los parámetros con puntajes del 1 al 5: **1 = Malo, 2 = Regular, 3 = Bueno, 4 = Muy bueno, 5 = Excelente.**

**Tabla 3. Autoevaluación de propuestas gráficas de manuales DIFA**

	Pertinencia	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Diseño tipográfico	Aplicación de color	Funcionalidad	Coherencia con C. C.	Identidad visual	Recorrido visual	Total
<b>Propuesta A.</b>	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
<b>Propuesta B.</b>	3	4	3	4	4	4	4	5	5	3	39
<b>Propuesta C.</b>	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	<b>44</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

## Conclusión y toma de decisiones

Se decidió crear una combinación de la propuesta B y C. Se aprovechó la paleta de color del boceto C, porque se vincula a la imagen de la Facultad de Arquitectura, estos colores se alinean con los utilizados actualmente por la misma.

Las ilustraciones tipo “esbozo a mano” de la propuesta B resultan atractivas y expresivas, reflejan el concepto creativo del proyecto y representan la identidad de la institución, por ello, se decidió seguir empleándolas dentro de las piezas.

En cuanto a las tipografías, aunque la institución desea seguir utilizando las mismas fuentes, se emplearon otros tipos de letra para llevar a cabo los ejercicios de diagramación con el fin de obtener una diversidad de composiciones y elegir la mejor, si fuera el caso de que otras fuentes funcionaran de mejor manera, se propondría cambiarlas, sin embargo, se llegó a la conclusión de conservarlas puesto que además de ser prácticas, conservarán la línea tipográfica que se ha venido manejando: *san serif* para titulares, que deben ser textos cortos para atraer la atención y *serif* para párrafos largos, que facilitarán la lectura. Se utiliza la retícula modular para tener diversas oportunidades de diagramación de elementos dentro del espacio de trabajo.



## Nivel 2 de visualización

---

### Objetivos

---

Evaluar el aspecto técnico del diseño gráfico y editorial de la propuesta mediante un instrumento de validación presentado a expertos del tema y expertos en diseño.

Exponer las piezas para obtener críticas constructivas sobre la propuesta visual y el proceso creativo, con el fin de realizar los ajustes pertinentes que busquen mejorarlo.

---

### Proceso

---

El proceso continúa a partir de la autoevaluación de las propuestas del primer nivel. En esta etapa el bocetaje debe abarcar un 50% del total de las piezas. Al finalizar se valida con expertos en el tema y con diseñadores o expertos en publicidad.

Según la retroalimentación de los expertos, se elaboran los cambios para mejorar las piezas gráficas.

## Propuesta de logo para la DIFA

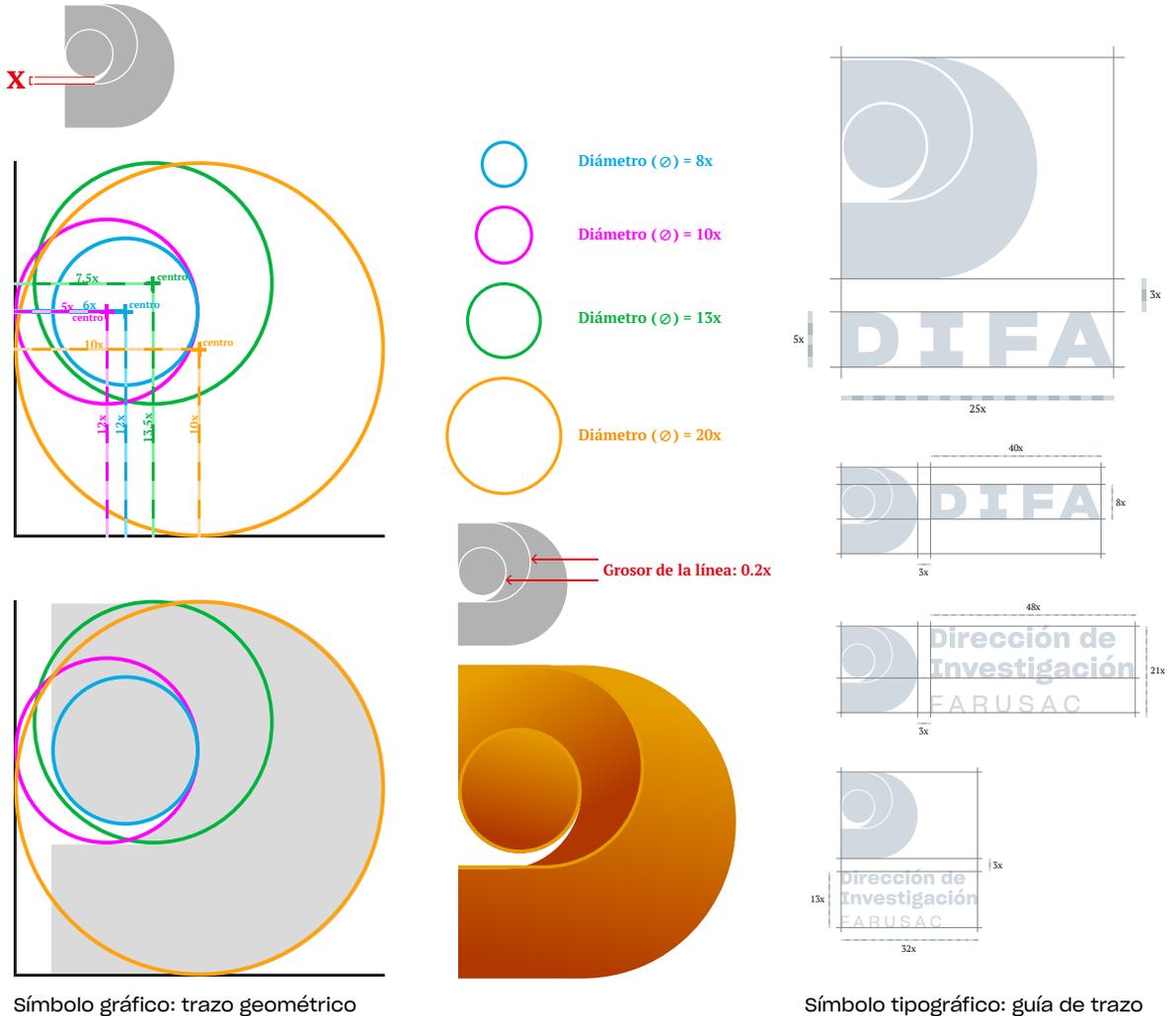
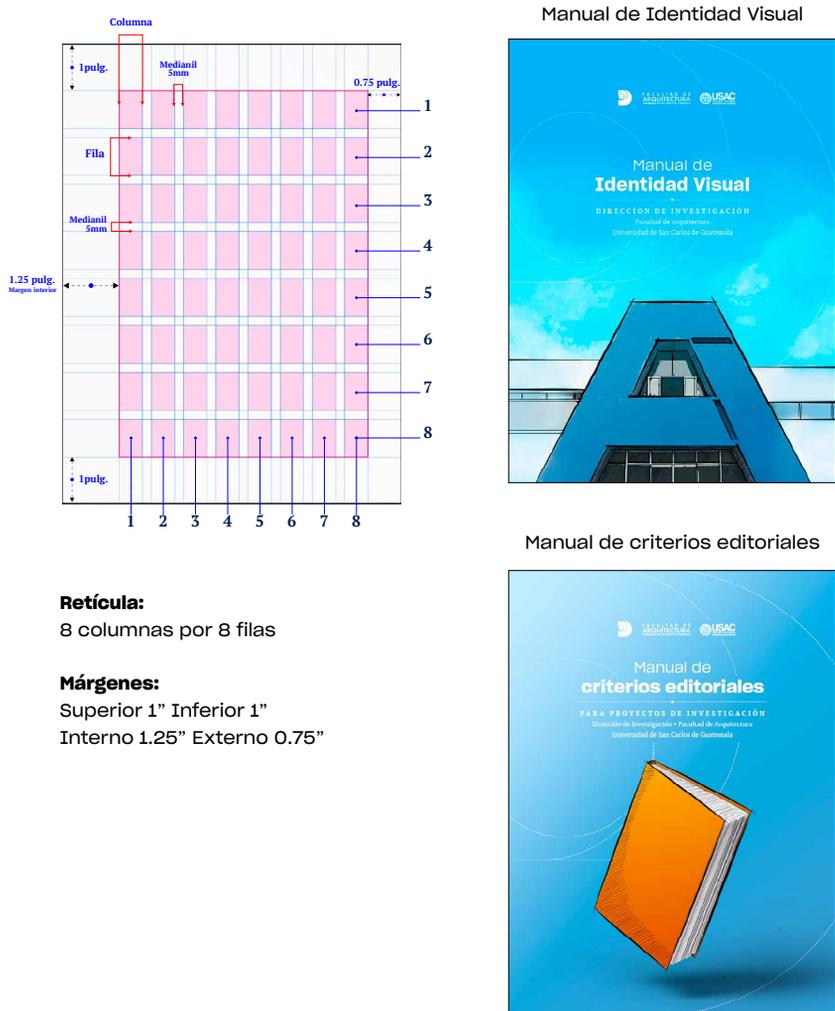


Figura 51. Trazo geométrico y guía de trazo de la propuesta de logo, elaboración propia, 2021.

En el logo se elaboran los cambios en la tipografía basados en la autoevaluación del primer nivel, se utiliza la tipografía requerida por la institución: Sharp Grotesk. Se avanza con la construcción final del trazo geométrico del símbolo gráfico basado en la medida “x”, se emplearon 4 círculos de distinta escala, que finalmente forman la abstracción de la letra “D”. Se establece la relación entre el elemento gráfico y el tipográfico en sus versiones de siglas horizontal y vertical, y su versión de nombre extendido, igualmente en horizontal y vertical.

## Propuesta de portada Manual de identidad visual

## Propuesta de portada Manual de criterios editoriales



### Retícula:

8 columnas por 8 filas

### Márgenes:

Superior 1" Inferior 1"

Interno 1.25" Externo 0.75"

Figura 52. Propuesta de portada y retícula de los manuales DIFA, elaboración propia, 2021.

Para la diagramación de portada de los manuales se utiliza una retícula de 8 columnas por 8 filas dentro del margen de la página, del nivel 1 al nivel 2 se han agregado una mayor cantidad de módulos a la retícula con el fin de obtener más oportunidades de mover, colocar y componer los elementos dentro del espacio de trabajo. Las portadas ejemplifican un elemento característico de los temas a tratar en cada uno de los manuales, en el caso de la identidad visual de la institución, se ilustra un lugar icónico del espacio físico al que pertenece la entidad, en el manual de criterios editoriales se ilustra un libro, elemento central del manual de lineamientos editoriales para proyectos de investigación (libros).

## Propuesta de páginas internas del Manual de identidad visual



Figura 53. Propuesta de diseño de páginas internas del Manual de identidad visual, elaboración propia, 2021.

En las páginas internas de los manuales el isotipo del logo se va integrando como elemento gráfico de apoyo en algunas áreas como las portadillas de los capítulos, asimismo, se emplean iconos vectoriales representativos del tema descrito para apoyar la gráfica. En el manual de identidad visual se describe la forma en que se construyó el logo, sus usos correctos y los lineamientos que se deben seguir al momento de crear comunicación visual institucional.

Se utilizan tonos de azul y amarillo que se fundamentan en los códigos cromáticos empleados en la actualidad por FARUSAC, aunque con más saturación para reflejar modernidad en las piezas y no quedarse en lo obsoleto. Los azules y celestes representan estabilidad, inteligencia y honestidad, el amarillo denota alegría y energía, el ocre es símbolo de comprensión y distinción, todos son características con las que se desea asociar a la DIFA.

## Propuesta de páginas internas del Manual de criterios editoriales

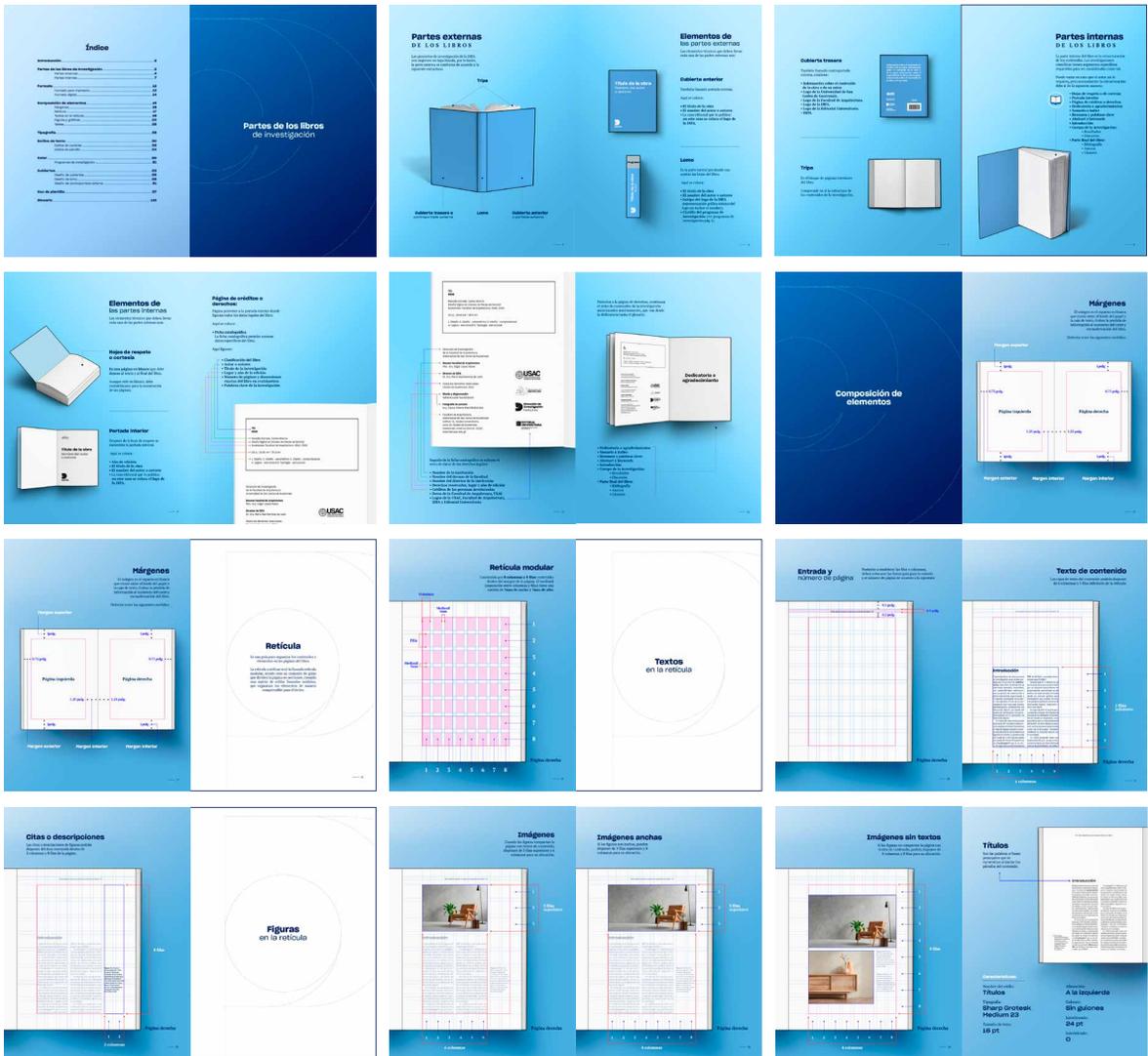


Figura 54. Propuesta de diseño de páginas internas del Manual de criterios editoriales, elaboración propia, 2021.

En el manual de criterios editoriales se establecen los lineamientos para maquetar y diagramar los proyectos de investigación de la DIFA, se describen los elementos que debe contener el diseño del libro de investigación y cómo deben distribuirse en el espacio de trabajo, esto para unificar la línea gráfica de todas las publicaciones provenientes de la entidad.

En ambos manuales se utilizan las tipografías establecidas por la institución: Sharp Grotesk para titulares y subtítulos, una tipografía pesada que le brinda poder a los textos, y PT Serif para los párrafos de texto, cuyas terminaciones contribuyen a la legibilidad de los escritos largos.

## Propuesta de elemento icónico-visual



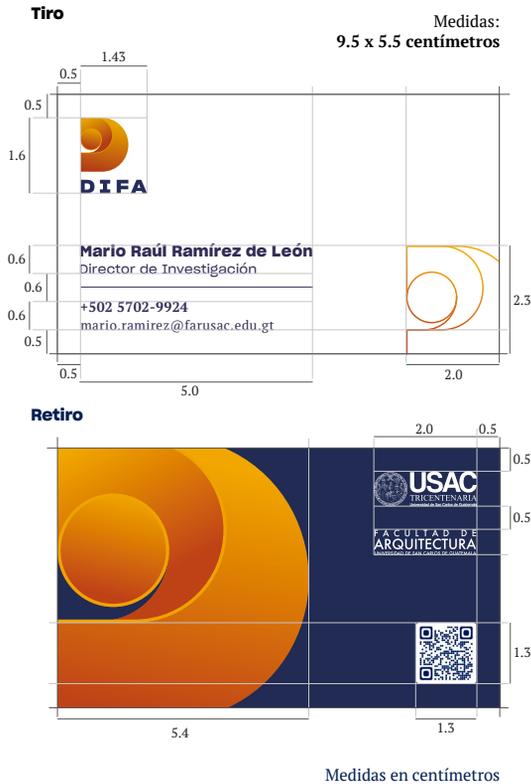
Figura 55. Propuesta de diseño de elementos icónico-visual, elaboración propia, 2021.

El manual expone el concepto creativo “La arquitectura de una investigación” en las ilustraciones que se van mostrando a lo largo de las páginas, en la estética de las composiciones y en la funcionalidad y lecturabilidad de los contenidos. El concepto se centra en la idea de componer una investigación como si fuera una obra arquitectónica, busca tomar las características de la arquitectura (funcional, perdurable y estética) y aplicarlas para “construir” una investigación, en este caso, para construir los manuales.

El tratamiento de la ilustración muestra espacios icónicos de la Facultad de Arquitectura como un “esbozo a mano”. Los bocetos a mano alzada son una fase del proceso para crear una obra arquitectónica, transferir las ideas a la realidad se inicia poniéndolas sobre papel.

## Propuesta de aplicaciones de la línea gráfica institucional

### Tarjeta de presentación



### Hoja membretada

Medidas:  
Carta 21,5 x 27,9 centímetros



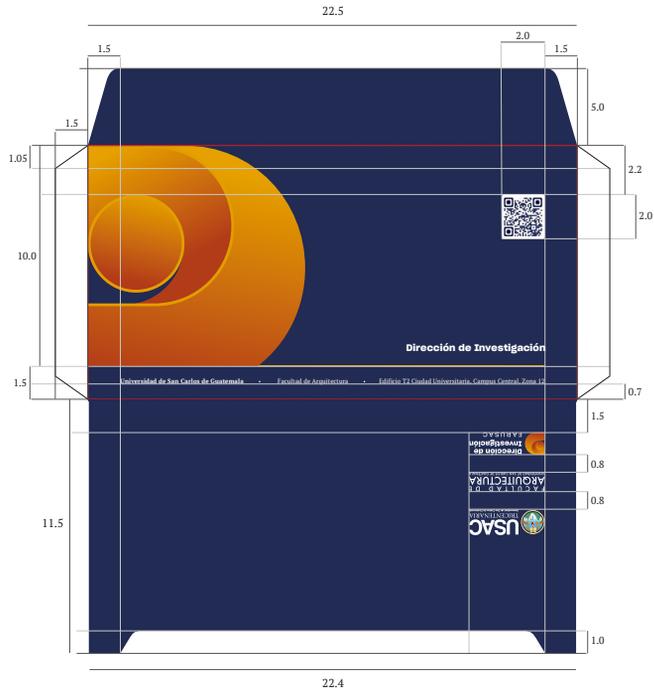
Figura 56. Propuesta de tarjeta de presentación y hoja membretada, elaboración propia, 2021.

En este nivel se elaboran las primeras aplicaciones en la papelería corporativa, entre ellas, la tarjeta de presentación, sobre, carpeta y hoja membretada. Los elementos gráficos de las aplicaciones están diagramados y medidos de acuerdo a los ejes del logo. Se utilizan los colores descritos anteriormente: azul y degradé de amarillo a ocre. El elemento principal a utilizar es el isotipo del logo, colocado a gran tamaño en el área de trabajo. Se busca enfocar la atención en este elemento, pues este conforma la cara de la institución que quiere ser reconocida, el logo siempre está presente y buscará impregnarse en la mente del espectador.

## Propuesta de aplicaciones de la línea gráfica institucional

### Sobre

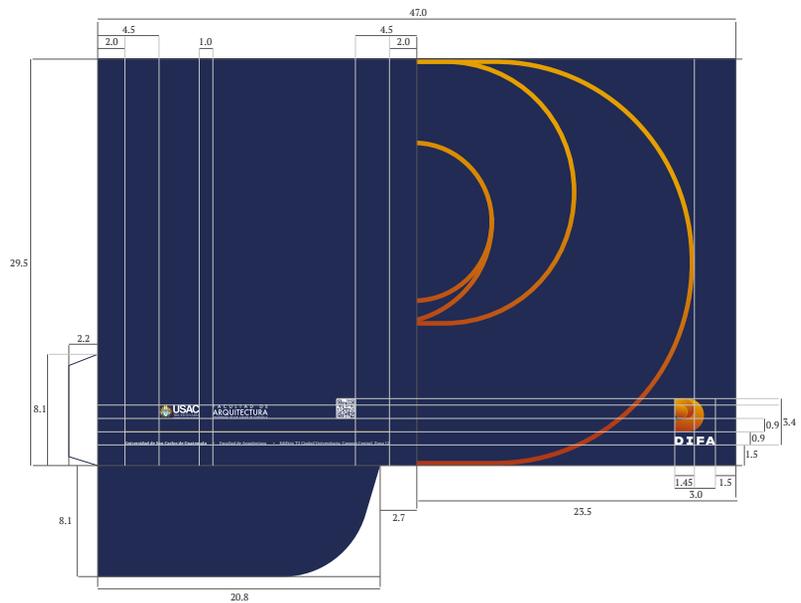
Medidas:  
22.5 x 11.5 centímetros  
(cada cara).



Medidas en centímetros

### Carpeta

Medidas:  
Carta 23,5 x 29,5 centímetros  
(cada cara).



Medidas en centímetros

Figura 57. Propuesta de sobre y carpeta, elaboración propia, 2021.

## Propuesta de elemento gráfico de apoyo



Figura 58. Propuesta de elemento gráfico de apoyo, elaboración propia, 2021.

Como se mencionó previamente, uno de los principales elementos de apoyo es el isotipo del logo. Se utiliza en distintas opciones gráficas a lo largo de los manuales y del diseño de los materiales corporativos: a línea, con degradé y con línea punteada, siempre abarcando un espacio grande del área de trabajo para fijar la atención en él. Como otro elemento gráfico de apoyo en los manuales, se utiliza iconografía ilustrativa de los temas relacionados al tema de los escritos.



# Validación con expertos en el tema y diseño

---

## Criterios a validar

---

Se elabora un instrumento de validación para la propuesta de logo, sus aplicaciones y los materiales editoriales (manual de identidad visual y manual de criterios editoriales).

Del diseño de logo se valida su estructura, su memorabilidad, la legibilidad de la tipografía, los colores aplicados y se cuestiona si representa o no a la institución. Se exponen los materiales corporativos diseñados con la línea gráfica institucional, se valida su composición, los colores aplicados, tipografías y la diagramación con el elemento gráfico de apoyo.

En cuanto a los materiales editoriales se valida la retícula aplicada en las portadas y páginas internas, la composición de los elementos distribuidos en las mismas, el tratamiento de las ilustraciones, la legibilidad de los textos y la vinculación de la propuesta con el concepto creativo.

---

## Perfil de las personas que validan el material

---

Licenciados en diseño gráfico o publicidad que laboran actualmente en el medio.

Profesionales en el área del diseño editorial y dirección de arte. Profesionales en arquitectura e investigación.

### **Miguel Vásquez**

Licenciado en Diseño Gráfico

### **Lander Estrada**

Publicista y director de Arte

### **Víctor Arrivillaga**

Licenciado en Diseño Gráfico

### **Miguel Flores**

Licenciado en Diseño Gráfico

### **Rogelio Obregón**

Publicista y licenciado en Diseño Gráfico

### **Daniela Palomo**

Mercadóloga con maestría en Comunicación Estratégica e Imagen Institucional

### **Mario Raúl Ramírez**

Arquitecto con maestría en Restauración y Conservación de Monumentos y de Diseño Arquitectónico

Director de DIFA

---

## Síntesis de resultados y toma de decisiones

---

Luego de recibir la retroalimentación por parte de los diseñadores y expertos se concluye lo siguiente (anexo no. 4):

Con respecto a la propuesta de logo, los evaluadores concuerdan que posee una estructura dinámica, sus colores denotan estabilidad y armonía tal como era el objetivo. El tipo de letra resultó legible para los evaluadores y consideran que la propuesta representa a la institución.

Los colores de los materiales editoriales se relacionaron con características como estabilidad, amplitud, neutralidad y seriedad, en este caso se busca enfilarlos más hacia la estabilidad, pues el objetivo es mostrar a la institución como un ente estable. La retícula y tipografía resultó legible y estructurada. El tratamiento de la ilustración dentro de los materiales editoriales fue denotado como bocetos a mano y arquitectura, con lo cual se evidencia claramente el concepto creativo.

En materiales corporativos como la tarjeta de presentación, sobre, carpeta y hoja membretada se considera que la diagramación es estructurada y el tipo de letra es legible, el elemento gráfico de apoyo es acorde a la propuesta pero se menciona que es medianamente suficiente, por lo que se buscará integrar una mayor cantidad de elementos gráficos para enriquecer la propuesta.

---

### Otros comentarios:

---

La institución considera que la propuesta de portada del manual de identidad no representa totalmente a la institución, debido a que muestra una parte de la Facultad de Arquitectura, mas no la ubicación exacta donde se encuentra la DIFA, se buscará crear una propuesta que represente a la entidad y su identidad visual.



## Nivel 3 de visualización

---

### Objetivos

---

La finalidad en este nivel es verificar la aplicabilidad comunicativa, tanto del contenido de las piezas como del diseño, validando a través de un instrumento, el nivel de atracción visual y legibilidad alcanzado en las piezas, confirmando su efectividad y aceptación por parte del grupo objetivo.

---

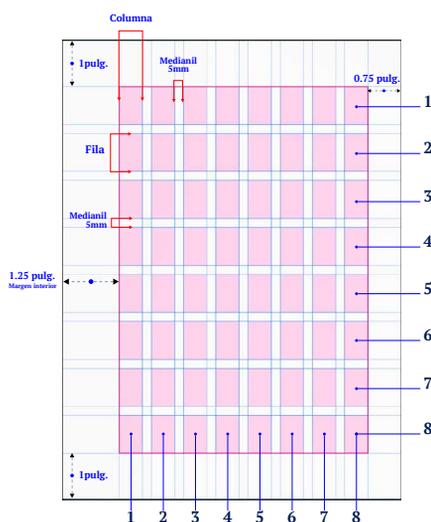
### Proceso

---

Se realizan los cambios sugeridos por los expertos en la etapa de validación previa, se deja constancia gráfica y escrita de la evolución de las propuestas.

Se crea un instrumento de validación técnica y se aplica con personas que pertenecen al grupo objetivo (A y B), al cual se dirige el material. Para este punto las piezas deben estar casi al 100% de completarse.

## Propuesta de portada Manual de identidad visual Propuesta de portada Manual de criterios editoriales



### Retícula:

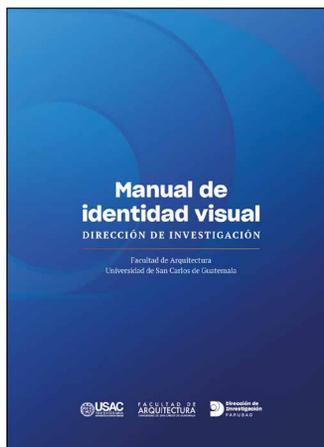
8 columnas por 8 filas

### Márgenes:

Superior 1" Inferior 1"

Interno 1.25" Externo 0.75"

Manual de Identidad Visual



Manual de criterios editoriales

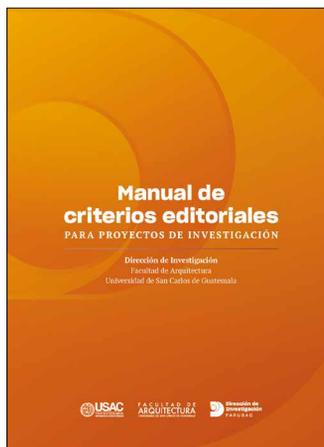


Figura 58. Propuesta de elemento gráfico de apoyo, elaboración propia, 2021.

En la propuesta anterior de portadas se mostraba una ilustración de algunas locaciones de la Facultad de Arquitectura, en este punto la institución exteriorizó no estar totalmente conforme con la imagen de portada, pues no mostraba algo significativo de la DIFA como tal, se decide entonces cambiar la propuesta, se busca mostrar el isotipo del logo de la institución en sus diferentes versiones de color. Con ello se desea posicionar la imagen principal de la marca, la "D" del isotipo abarca la totalidad de la página y se emplea su versión en degradé con el fin de modernizar la propuesta visual.

## Propuesta de páginas internas del Manual de identidad visual



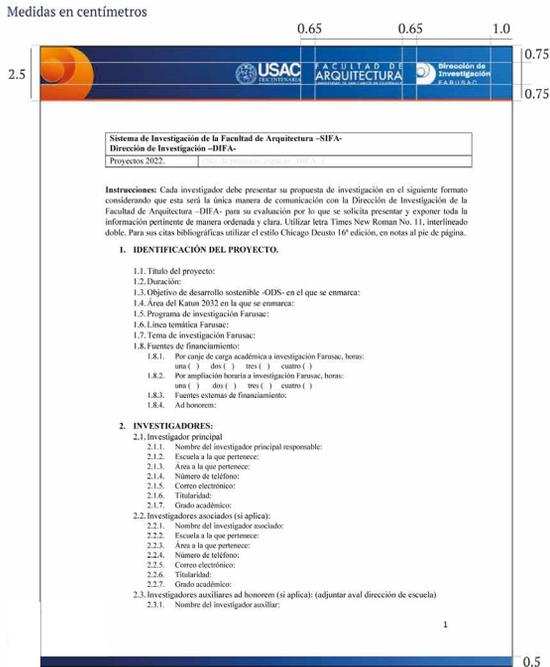
Figura 60. Propuesta de diseño de páginas internas del Manual de identidad visual, elaboración propia, 2021.

En seguimiento del contenido del manual de identidad visual, se concluyen los lineamientos de color, tipografía, uso de elementos gráficos de apoyo, usos correctos e incorrectos del logo.

Se colocan las especificaciones y medidas en los materiales de la institución, entre ellos están los fondos de pantalla, plantillas de presentación digital e imagen para canal de YouTube. Se realizaron las plantillas correspondientes para cada material con el fin de que la institución pueda utilizarlas y mantener la identidad visual de la marca.

# Propuesta de aplicaciones de la línea gráfica institucional

## Cintillo de encabezado y pie de página para formatos de investigación



## Plantilla de presentación de libro

Medidas:  
8.5 x 11 pulgadas



Medidas en píxeles

Figura 61. Propuesta de cintillo de encabezado y presentación de libro, elaboración propia, 2021.

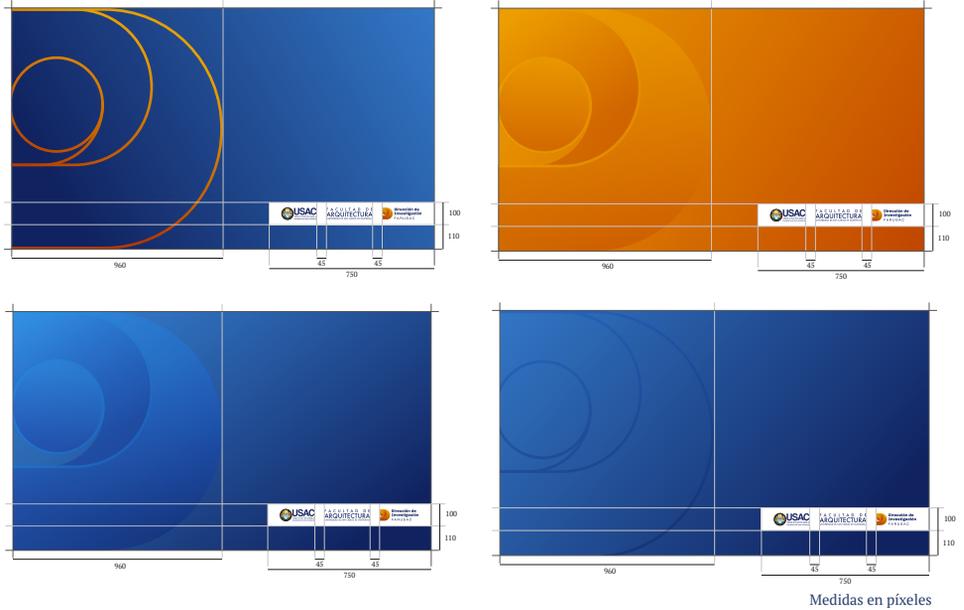
Se elaboran las aplicaciones digitales, entre ellas, cintillos de encabezado y pie de página para documentos digitales, distintas versiones de fondo de pantalla, plantilla de Power Point para presentación digital e imágenes de perfil y portada para vestir el canal de YouTube de la institución. Los elementos gráficos de las aplicaciones están diagramados y medidos de acuerdo a los ejes del logo.

El elemento principal utilizado es el isotipo del logo, colocado a gran tamaño en el diseño de las aplicaciones, este elemento conforma la cara de la entidad.

## Propuesta de aplicaciones de la línea gráfica institucional

### Fondos de pantalla

Medidas:  
1920 x 1080 píxeles



### Plantilla de presentación digital

Medidas:  
1920 x 1080 píxeles

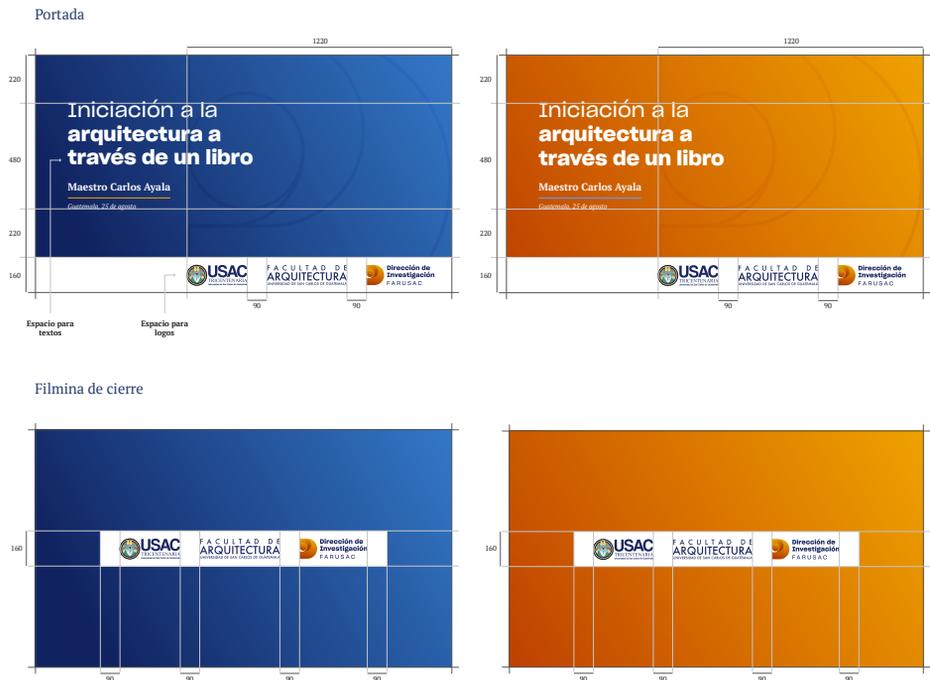


Figura 62. Propuesta de fondos de pantalla y plantilla de presentación digital, elaboración propia, 2021.

## Canal de YouTube

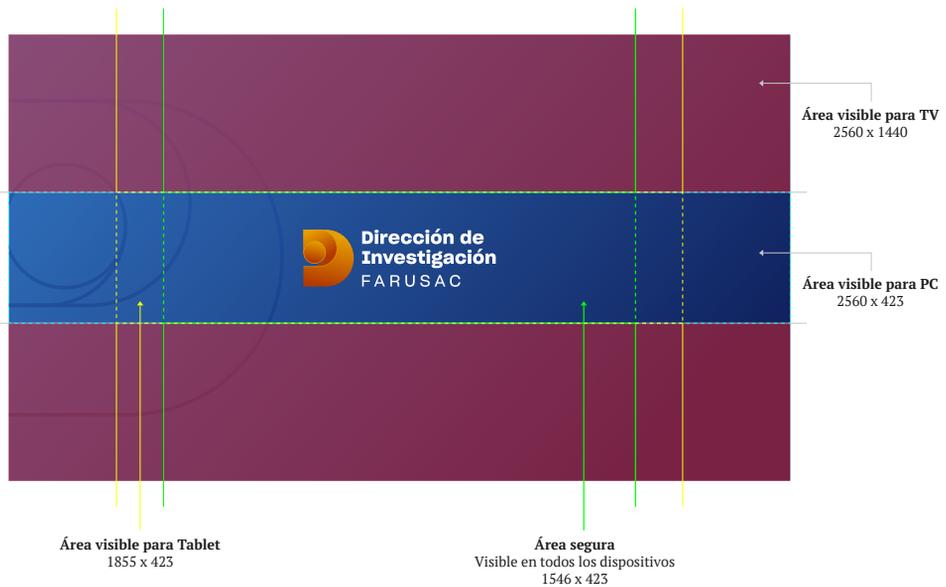
### Portada de canal:

Medidas:

2560 x 1440 píxeles

Área segura:

1546 x 423 píxeles



### Imagen de perfil del canal:

Medidas:

800 x 800 píxeles



Figura 63. Propuesta de portada de canal e imagen de perfil de YouTube, elaboración propia, 2021.

## Propuesta de páginas internas del Manual de criterios editoriales

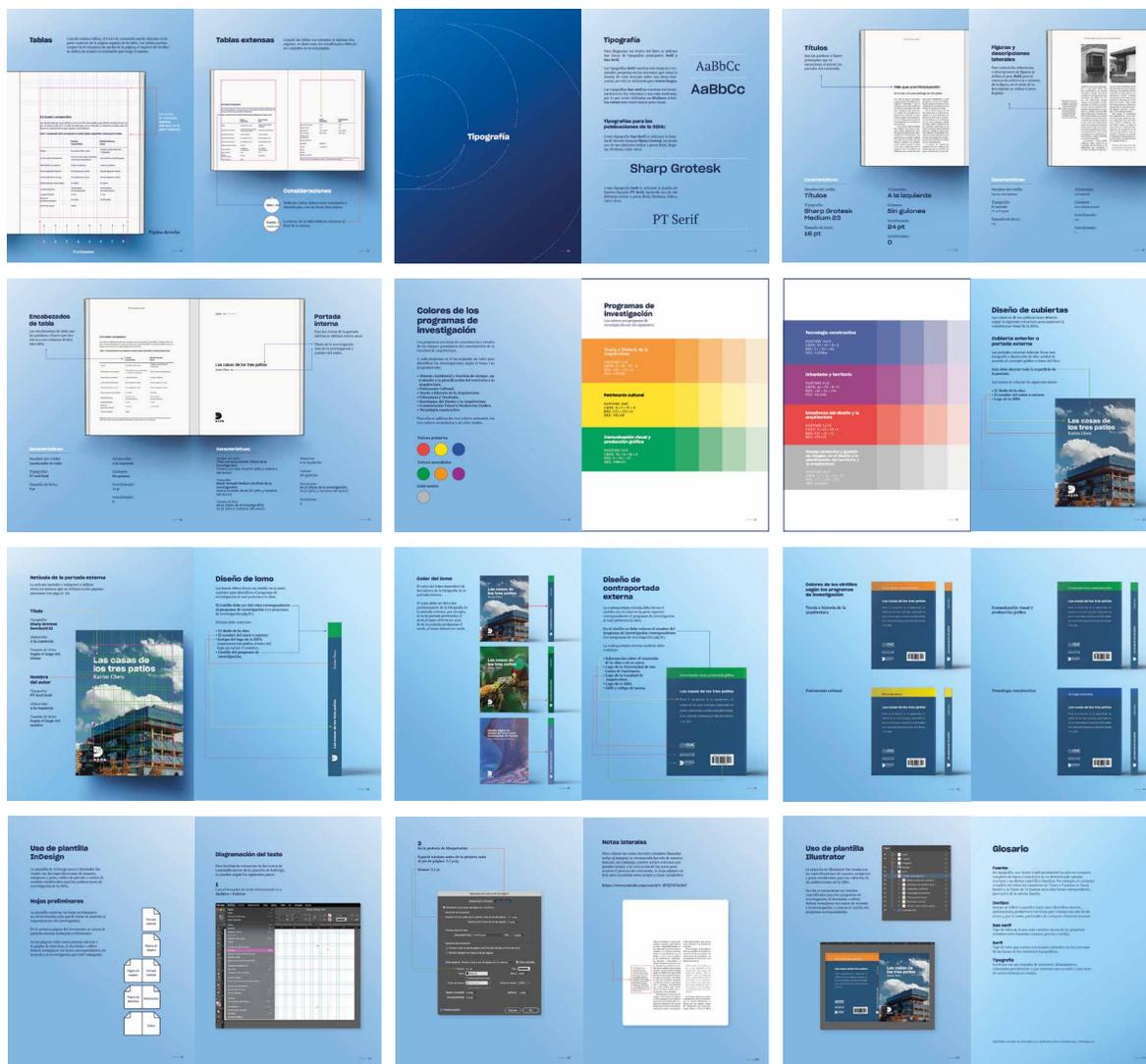


Figura 64. Propuesta de diseño de páginas internas del Manual de criterios editoriales, elaboración propia, 2021.

El manual de criterios editoriales se concluye con los lineamientos que se deben realizar para unificar la línea gráfica de todas las publicaciones de investigación. Se establecen los colores a utilizar para diferenciar los libros de acuerdo al programa de investigación al que pertenecen. Se especifica la diagramación que deben tener las propuestas de portada. Para facilitar el uso de este manual editorial, se ha creado una versión para diseñadores gráficos y otra para usuarios que no están familiarizados con tecnicismos de diseño, en donde se explica con herramientas más sencillas, la forma de diagramar los libros de investigación.

## Propuesta de plantilla base de diagramación para publicaciones de investigación

### Plantilla para diagramación de cubiertas y contenido en Adobe Indesign

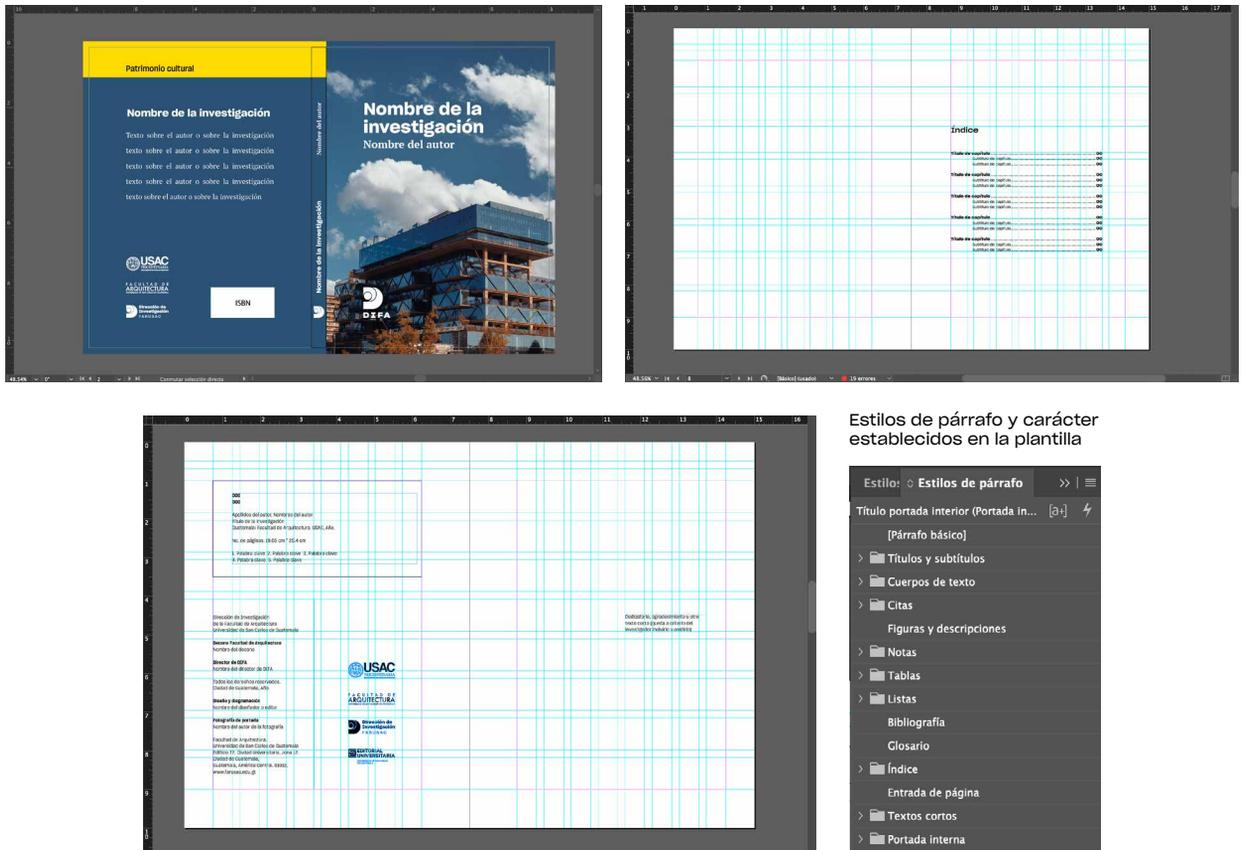


Figura 65. Plantilla de diagramación de libros en Adobe InDesign para diseñadores gráficos, elaboración propia, 2021.

Finalmente para completar este manual, se ha creado una plantilla de diagramación de investigaciones para que los usuarios la utilicen como base al iniciar la maquetación de un libro. En la parte final del manual se describen los pasos para utilizar la plantilla. Se elaboró una plantilla en Adobe InDesign para diseñadores gráficos y una plantilla en Microsoft Word, para los usuarios menos expertos en diagramación editorial. La plantilla se configuró con la retícula, colores, tipografías, estilos de párrafo y demás elementos que permitirán unificar la línea gráfica en las publicaciones de investigación.





## Validación con el grupo objetivo (A y B)

---

### Criterios a validar

---

Con el instrumento se validan aspectos de la propuesta de logo y de los materiales editoriales (manual de identidad visual y manual de criterios editoriales):

- Cumplimiento de los objetivos de comunicación y de diseño: representación de la institución en los materiales, unidad visual en la línea gráfica propuesta y la correcta vinculación con el concepto creativo.
- Tipografía: se valida si las fuentes aplicadas son legibles.
- Composición: distribución de los elementos en el área de trabajo.
- Cromatología: si los colores aplicados denotan las características de la institución.
- Icono-visual: tratamiento de las ilustraciones y aplicación de los elemento gráficos de apoyo.

---

### Perfil de las personas que validan el material

---

El instrumento fue aplicado tanto a hombres y mujeres del grupo objetivo A (personas que apoyan la elaboración y diagramación de las publicaciones de la DIFA, en su mayoría son estudiantes de diseño gráfico o los propios docentes-investigadores), y personas del grupo B (investigadores internos y externos de la Facultad de Arquitectura, USAC, que interactúan con otros investigadores y otras unidades de investigación).

En su mayoría las personas que harán uso de los materiales propuestos serán individuos pertenecientes al grupo objetivo A, por lo que la validación fue distribuida de la siguiente manera:

#### **Grupo objetivo A: 15 validaciones**

- (13) Estudiantes de licenciatura en Diseño Gráfico
- (2) Estudiantes de Arquitectura

#### **Grupo objetivo B: 3 validaciones**

Dr. Arq. Mario Raúl Ramírez de León,  
Director de la DIFA.  
Arq. Carlos Ayala Rosales, investigador.  
Arq. Karim Chew Gutiérrez († abril 2022),  
investigadora y directora de la Escuela de  
Estudios de Postgrado de la Facultad de  
Arquitectura, USAC.

---

### Síntesis de resultados y toma de decisiones

---

Como resultado del proceso de validación con el grupo objetivo se puede concluir:

Que el recibimiento general del grupo objetivo hacia la solución gráfica es positivo, en su mayoría se distingue el logo como una propuesta dinámica y armoniosa. La tipografía resulta legible, y el tratamiento de las ilustraciones logró el objetivo, se percibe como “bocetos y pintura a mano”, lo cual se vincula directamente con lo que quiere transmitir el concepto creativo.

Los colores de la propuesta gráfica en su mayoría denotaron seriedad en sus tonos, lo que resulta positivo para la identidad de la institución. En cuanto a la retícula, el grupo objetivo estuvo de acuerdo en que la cantidad de módulos utilizados para diagramar los materiales es estructurada y por consiguiente, ayudó a la comprensión del contenido.

Al finalizar la validación se encontró con distintos comentarios positivos como “Buen trabajo”, “la armonía entre las distintas familias tipográficas es excelente”, entre otros.

The page features several large, overlapping dashed blue arcs that create a sense of depth and movement. These arcs are centered around the main title, with some extending towards the top and others towards the bottom of the page.

# **Fundamentación de la propuesta final**

---

# Fundamentación de la propuesta final

---

## Proyecto

---

Creación de una identidad visual institucional consistente para la DIFA, que a través de lineamientos para su correcta aplicación en sus diferentes producciones, contribuya a su diferenciación, identificación y reconocimiento dentro del campo de la investigación.

---

## Concepto creativo

---

### **“La arquitectura de una investigación”**

---

#### **Racional:**

El concepto se centra en la idea de componer una investigación como si fuera una obra arquitectónica, es decir, utiliza las características de la arquitectura para aplicarlas en “construir” una investigación.

La arquitectura es el arte de idear, diseñar y construir estructuras donde se puedan desenvolver las actividades humanas, y que a la vez, sean funcionales, perdurables y estéticamente valiosos.<sup>81</sup>

Se aplicaron dichos principios a la identidad de la DIFA a través del diseño gráfico, el fin fue “construir” a la institución y sus productos como algo que sea estéticamente bello y que esté en armonía con su funcionalidad, que sea útil y perdurable.

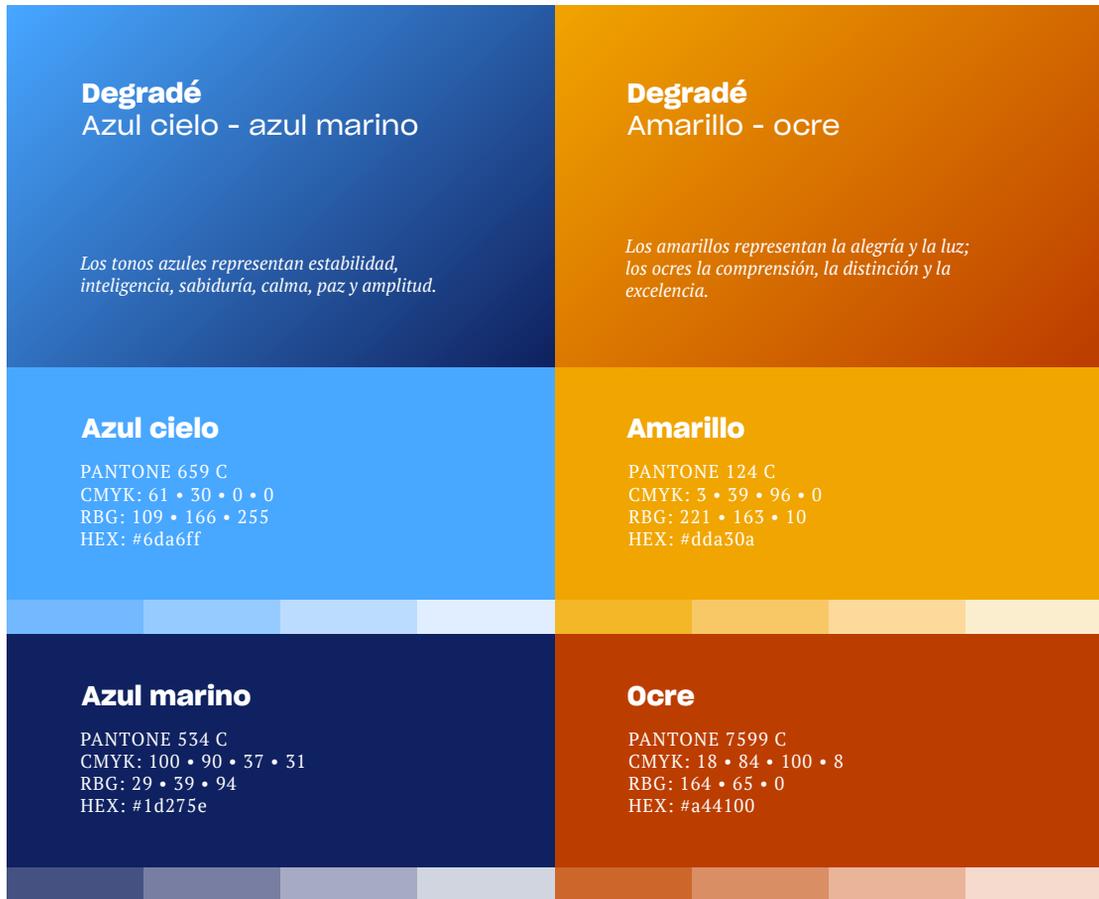


Figura 67. Colores aplicados en la propuesta final de materiales del proyecto, elaboración propia, 2021.

## Selección cromática

### Racional:

La paleta seleccionada se inspira en los colores utilizados actualmente por la Facultad de Arquitectura (azul y amarillo). Se le agrega saturación a los tonos, de tal manera que realce la modernidad y viveza de la propuesta gráfica.

Se utilizan degradés de azules, amarillo y ocre. Los azules representan estabilidad, inteligencia y honestidad, el amarillo denota alegría y energía, finalmente el ocre es símbolo de comprensión y distinción, todos ellos son atributos de la DIFA con los que busca ser reconocida.

Tipografía para titulares y subtítulos:

# Sharp Grotesk 21

---

Pesos utilizados:

**Semibold: Aa Bb / Book: Aa Bb**

---

Tipografía textos largos:

# PT Serif

---

Pesos utilizados:

**Bold: Aa Bb / Regular: Aa Bb**  
***Bold Italic: Aa Bb / Regular Italic: Aa Bb***

---

## Selección tipográfica

---

### Racional:

La selección de las fuentes tipográficas se tomó con base en el requerimiento de la institución de mantener las tipografías que estuvieron utilizando desde el 2019. Estas conforman tipografías *serif* para textos largos y *san serif* para titulares y subtítulos. Las *serif* son más fáciles de leer en textos largos. Cuentan con remates o terminales pequeñas en los extremos de los caracteres tipográficos, que crean la ilusión de estar leyendo sobre una línea horizontal. Las tipografías *san serif* son modernas, en los materiales producidos por la DIFA, se utilizarán en titulares o textos cortos para darle un toque vanguardista al diseño.

Estas fuentes cuentan con diversos pesos y variantes, que permiten jerarquizarlas a través del contraste de los mismos. Su legibilidad y visibilidad facilitan su comprensión.

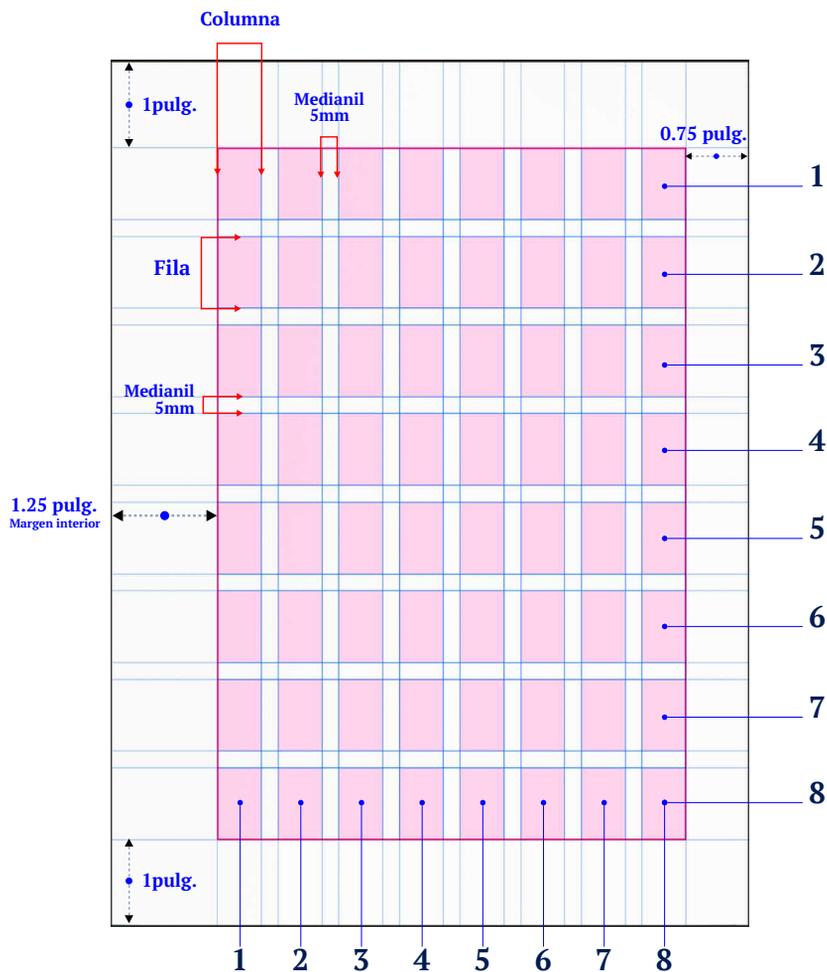


Figura 68. Reticula de diagramación de la propuesta final de materiales del proyecto, elaboración propia, 2021.

## Diagramación

### Retícula:

Para la diagramación de los libros se utiliza la retícula modular, un conjunto de guías que dividen el espacio de trabajo en secciones, creando una matriz de módulos. Está conformada por 8 columnas y 8 filas, con márgenes exteriores de 0.75 pulgadas, inferior y superior de 1 pulgada y los márgenes internos serán más anchos que el resto, de 1.25 pulgadas, para evitar que la información quede muy por dentro al momento del corte y encuadernación del libro.

Se estableció con esta cantidad de módulos con el fin de tener una amplia oportunidad de colocar, mover y componer los elementos dentro de la página, organizando así los elementos de manera comprensible para el lector.



Figura 69. Ilustraciones para los materiales finales, elaboración propia, 2021.

---

### Elemento gráfico

---

El tratamiento de la ilustración muestra espacios icónicos de la Facultad de Arquitectura y elementos relacionados al tema dibujados como un “esbozo a mano”. Los bocetos a mano alzada son la base de un proceso para crear una obra arquitectónica, con ello se quiere mostrar el concepto “La arquitectura de una investigación”, el cual busca componer un material como si fuera una obra arquitectónica, pretende tomar las características de la arquitectura (funcional, perdurable y estética) y aplicarlas para “construir” el material gráfico.

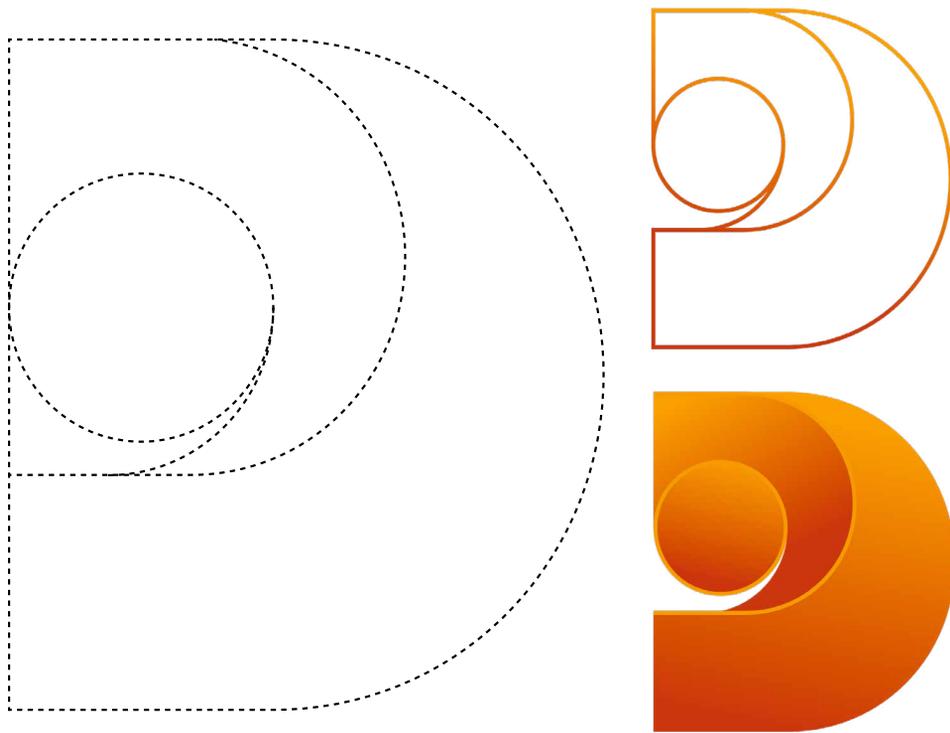


Figura 70. Diseño de elemento gráfico de apoyo para los materiales del proyecto, elaboración propia, 2021.

---

### Elemento gráfico

---

El isotipo del logo se utiliza como uno de los elementos principales a lo largo del material, se muestra con distintas versiones gráficas de diseño: a línea sólida, en degradé y a línea punteada, abarcando gran espacio del área de trabajo para perpetuar su imagen en la memoria.

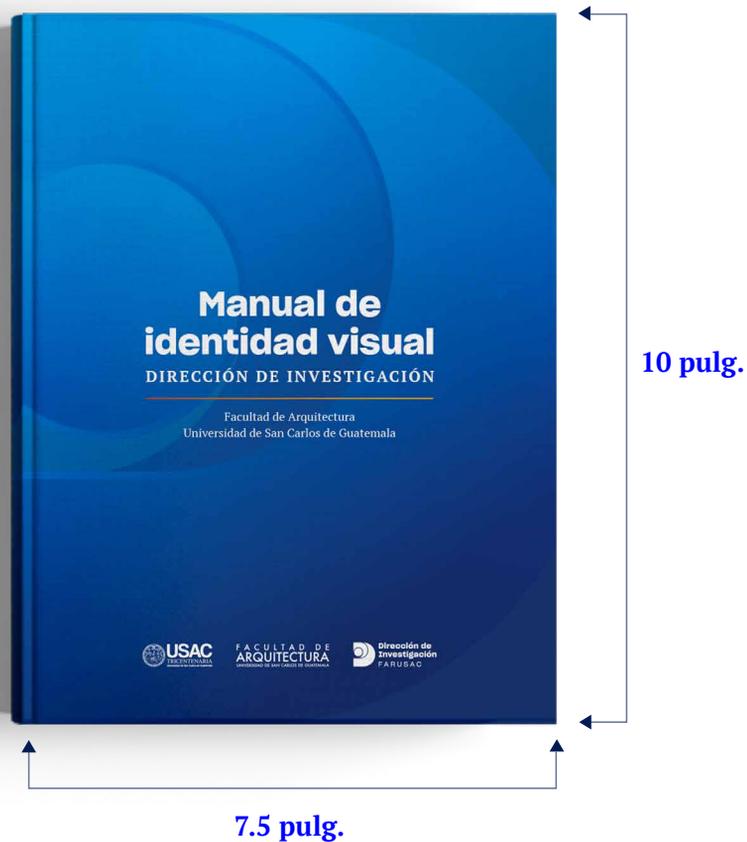


Figura 71. Medida del formato de los manuales del proyecto, elaboración propia, 2021.

---

## Formato

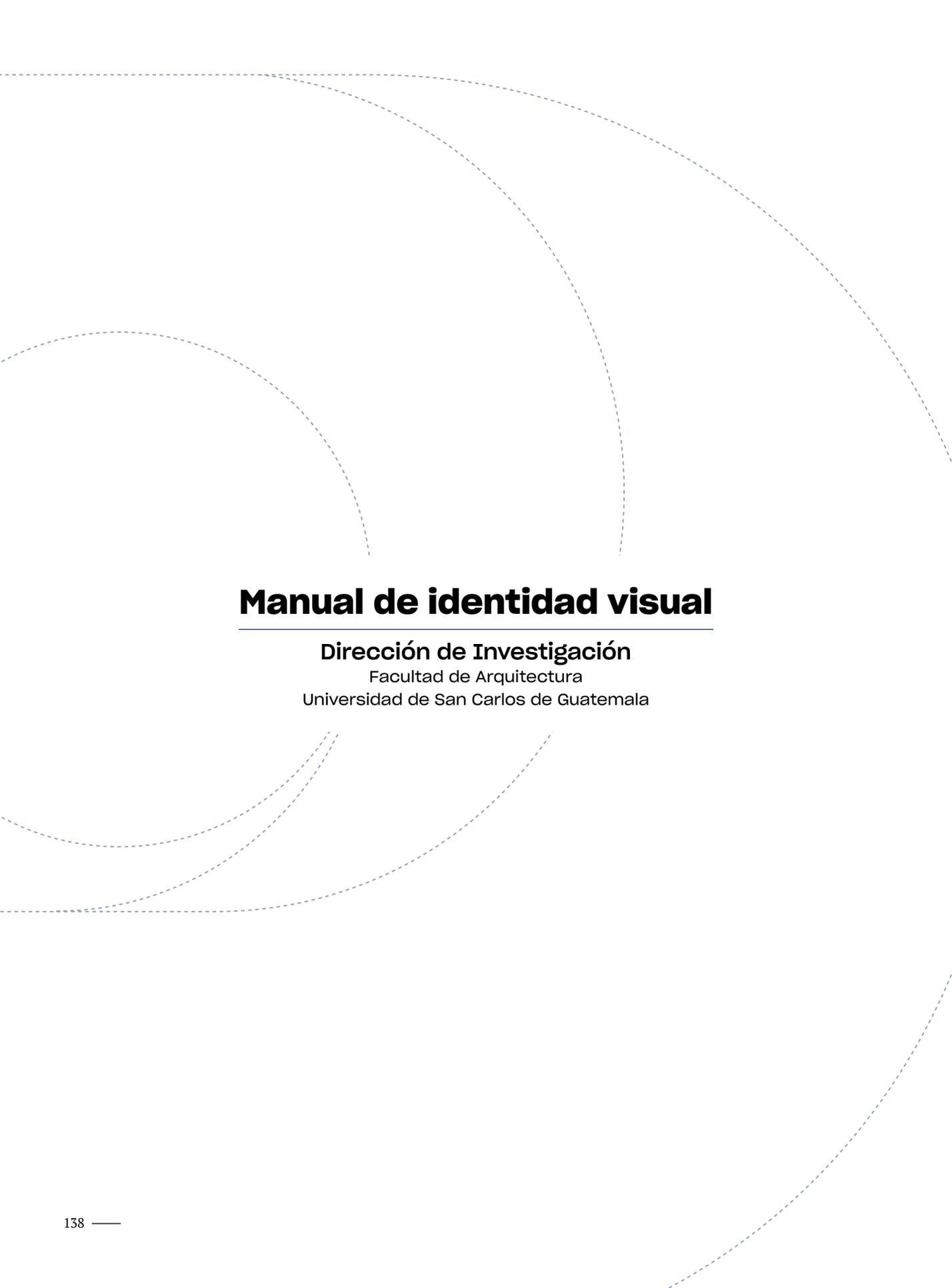
---

El formato utilizado a requerimiento de la institución es de 7.5 x 10 pulgadas tanto en formato digital como para impresión. Esta medida cumple perfectamente con los objetivos del proyecto por la facilidad de lectura y comodidad para el grupo objetivo, además de su practicidad de reproducción y por ser la medida estándar utilizada por la Editorial Universitaria.

The page features several large, dashed blue arcs that sweep across the top and bottom, framing the central text. These arcs are centered on the page and have varying radii, creating a sense of depth and movement.

# **Visualización de la pieza final**

---

The page features several large, overlapping dashed blue arcs that create a sense of movement and depth. These arcs are centered around the main text area, with some extending towards the top and bottom edges of the page.

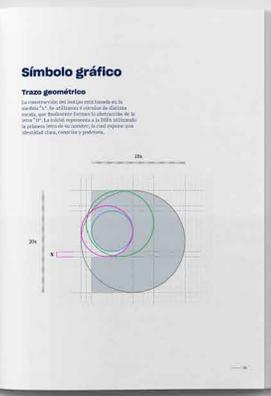
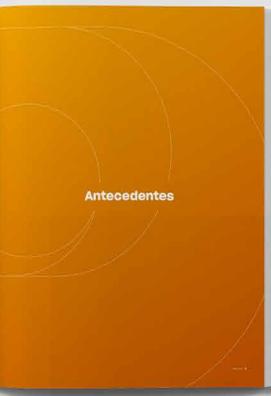
# **Manual de identidad visual**

---

**Dirección de Investigación**  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala



Figura 72. Montaje de Manual de identidad visual DIFA, elaboración propia, 2021.



140 — Figura 73. Montaje de Manual de identidad visual DIFA, elaboración propia, 2021.

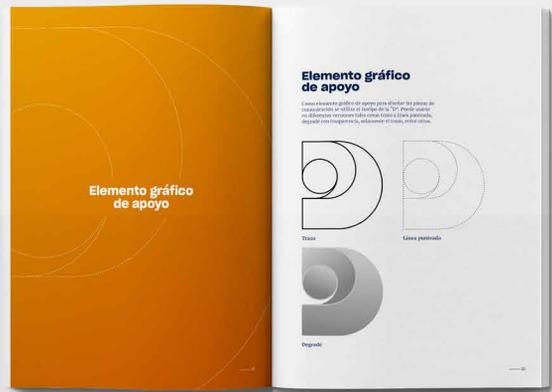
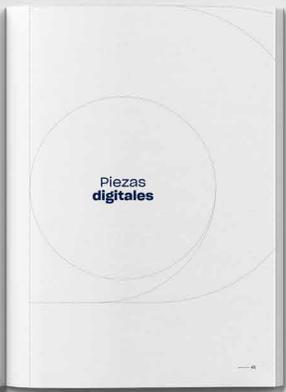
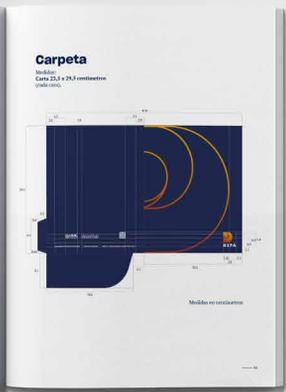
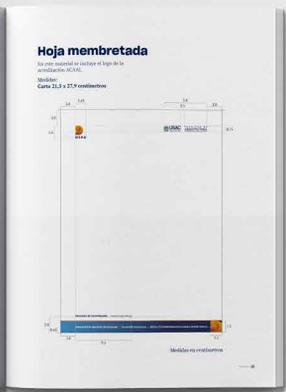


Figura 74. Montaje de Manual de identidad visual DIFA, elaboración propia, 2021.



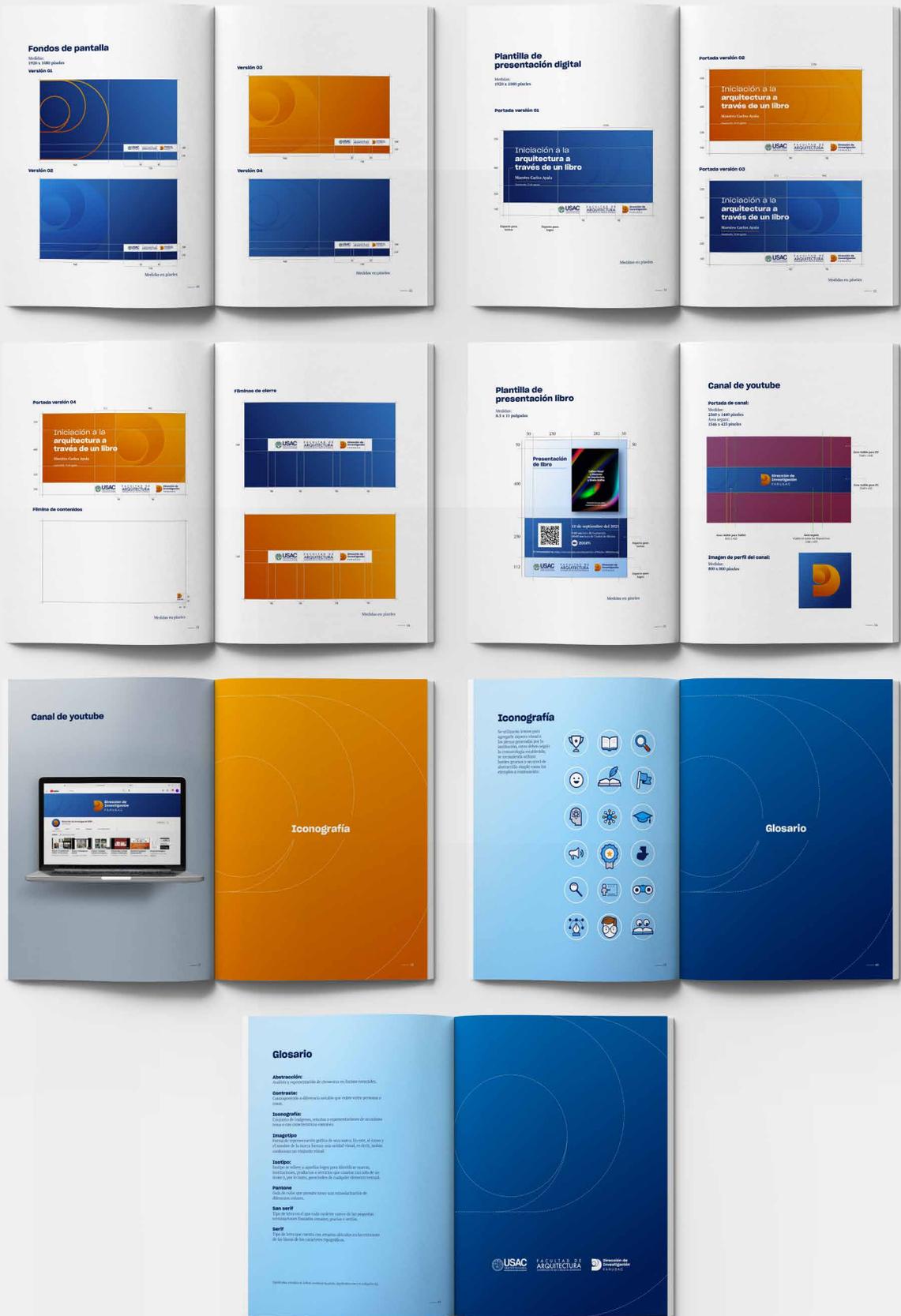
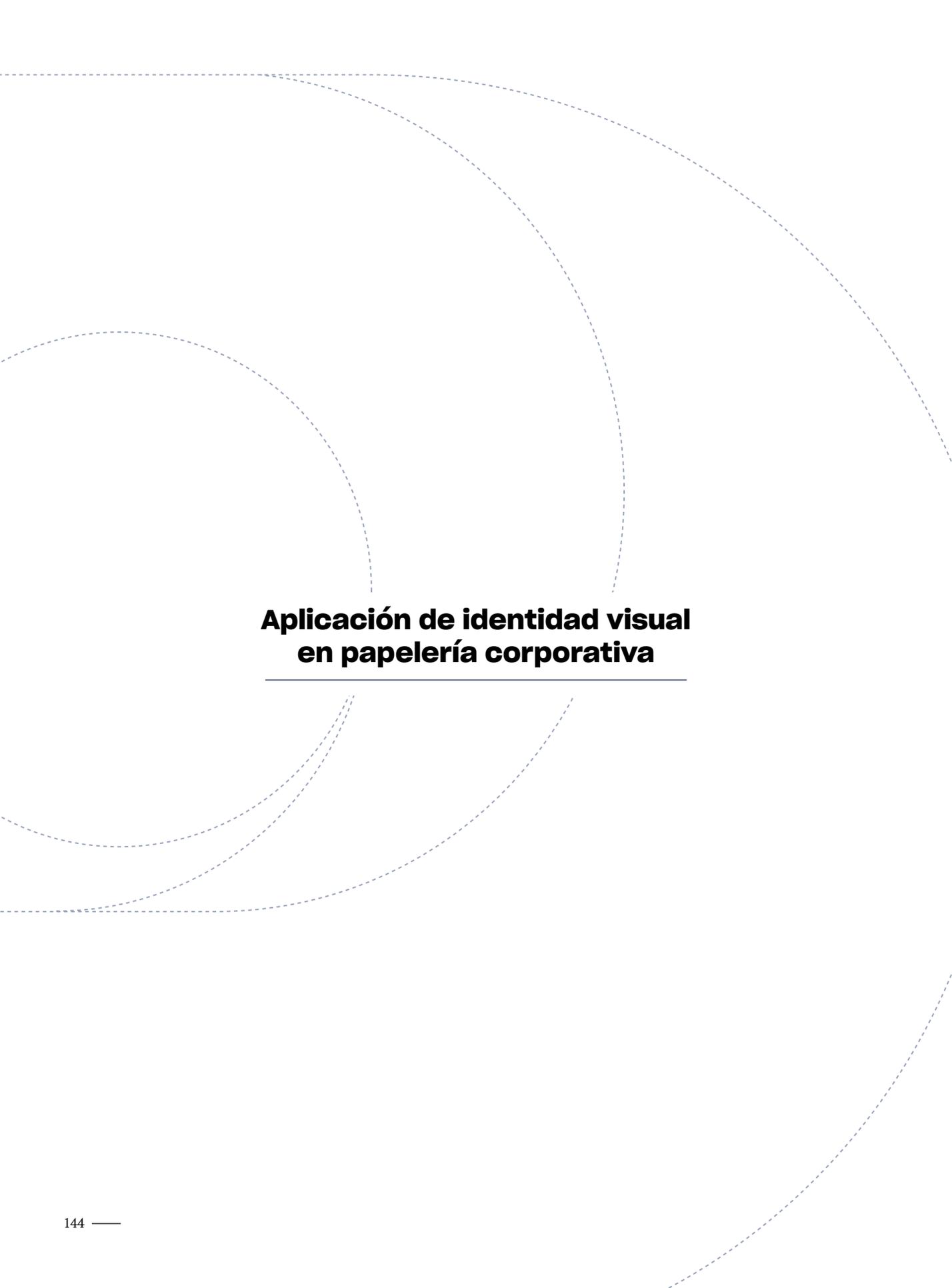


Figura 76. Montaje de Manual de identidad visual DIFA, elaboración propia, 2021.



## **Aplicación de identidad visual en papelería corporativa**

---



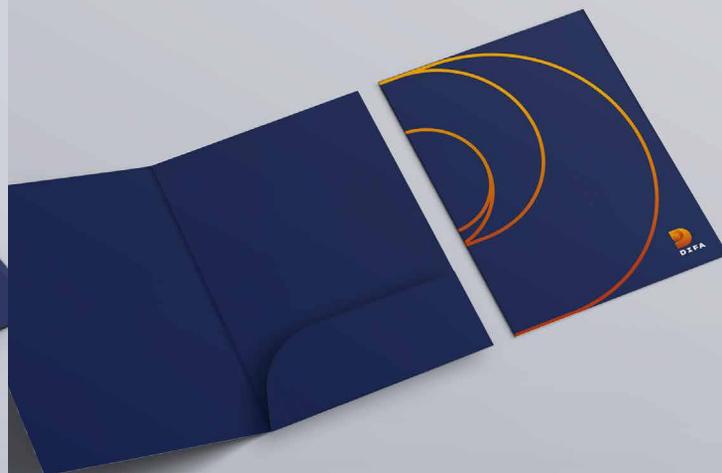
Tarjeta de presentación



Hoja membretada



Sobre



Carpeta

Figura 77. Montaje de identidad visual en tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre y carpeta, elaboración propia, 2021.

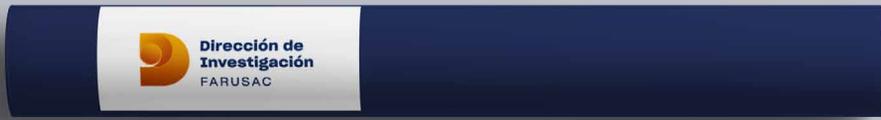
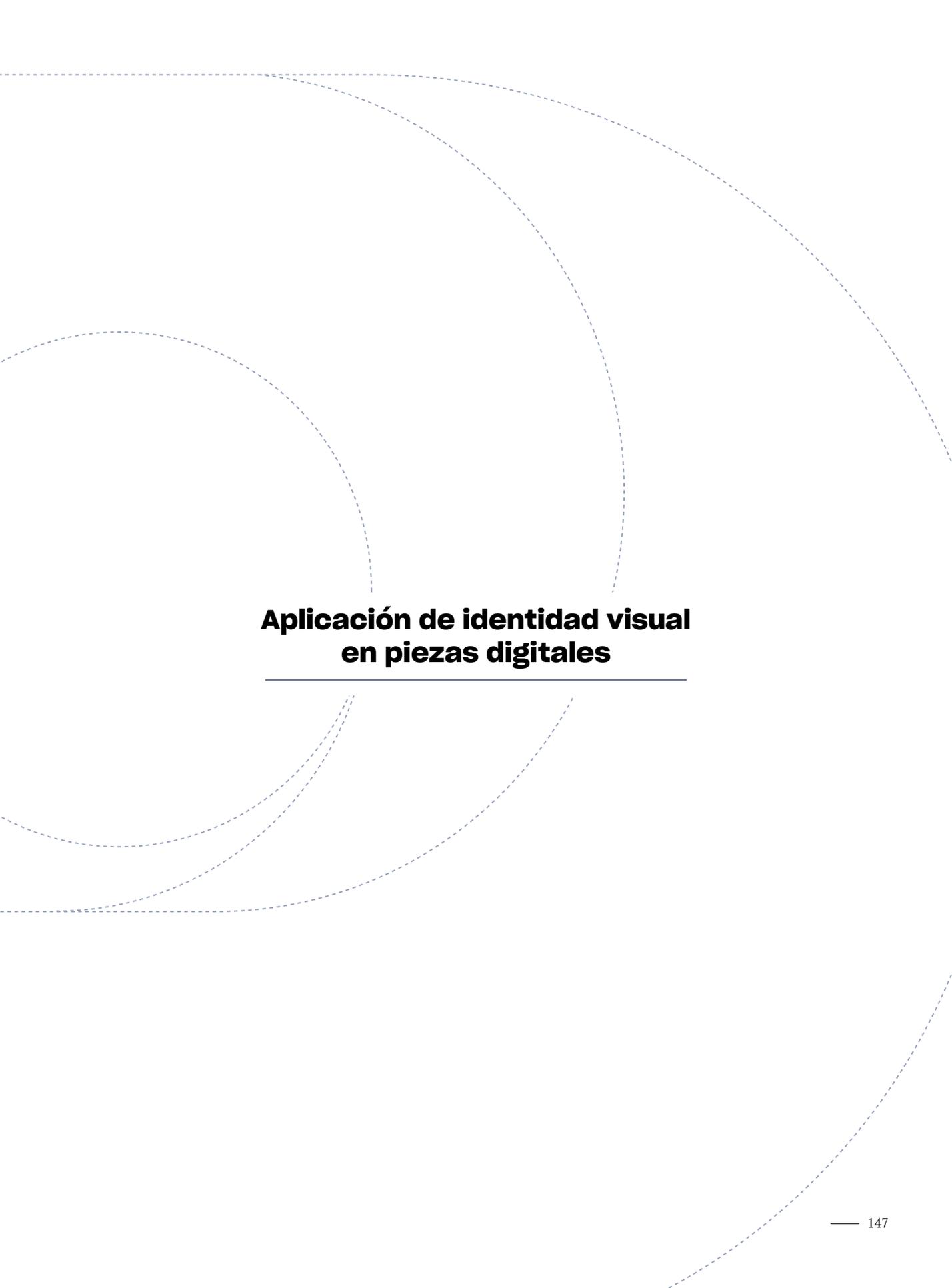


Figura 78. Montaje de identidad visual DIFA en material corporativo, elaboración propia, 2021.

The page features several large, overlapping dashed circles in a light blue-grey color, creating a modern, minimalist background. The circles are centered around the main text area.

## **Aplicación de identidad visual en piezas digitales**

---

Fondos de pantalla

Versión 1



Versión 2



Versión 3



Versión 4



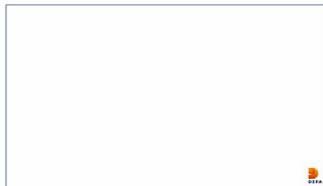
Plantilla de presentación digital

Versión 1

Portada

Filmina interna

Filmina de cierre



Versión 2



Versión 3



Versión 4

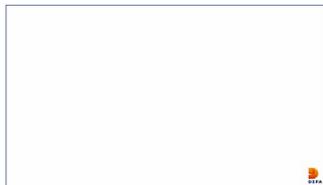


Figura 79. Propuestas finales de fondos de pantalla y plantilla de presentación digital, elaboración propia, 2021.

Plantilla de presentación libros

**Presentación de libro**

**Cultura Visual y Educación en Arquitectura y Diseño Gráfico**

Universidad Veracruzana, México  
Universidad de San Carlos, Guatemala

**10 de septiembre del 2021**

9:00 am hora de Guatemala  
10:00 am hora de Ciudad de México

Se retransmitirá en: <https://www.youtube.com/channel/UCo-4T9Oszbw-hBRIKJboznQ>

**USAC**  
TRICENTENARIA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**FACULTAD DE ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**Dirección de Investigación**  
FARUSAC

Cintillo de encabezado y pie de página para formatos de investigación



Figura 80. Propuesta de presentación de libros, cintillo de encabezado y pie de página para formato de investigación, elaboración propia, 2021.

Portada e imagen de perfil para canal de YouTube

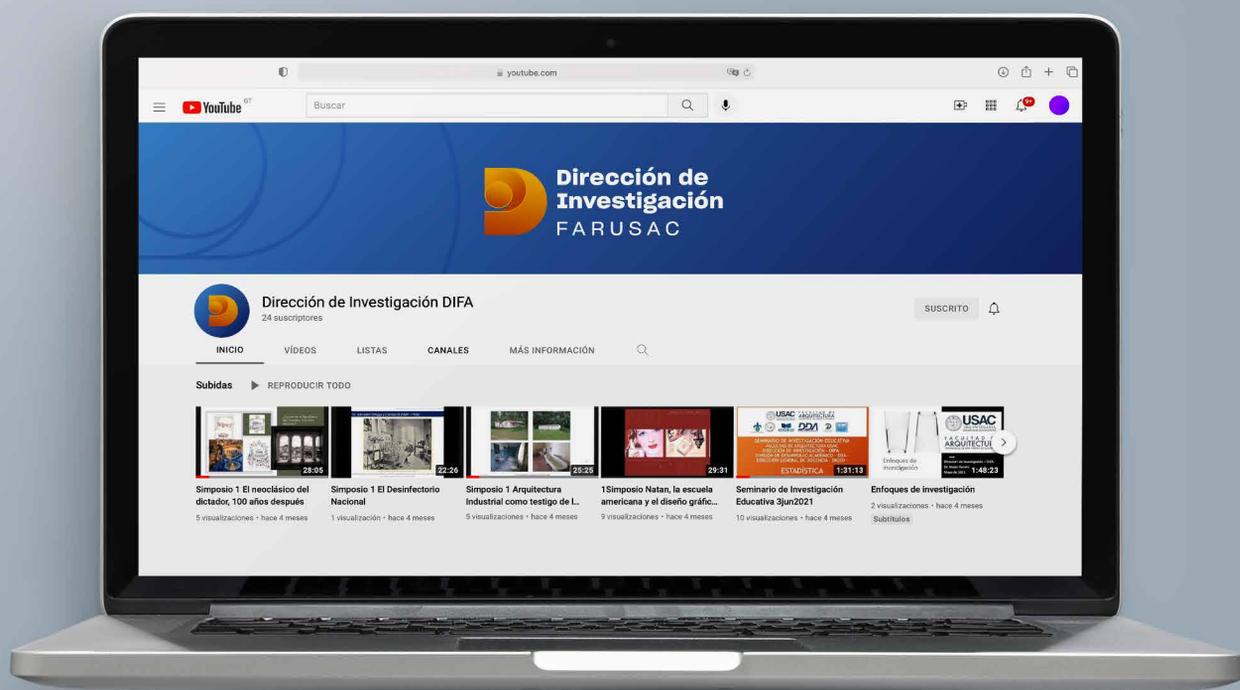
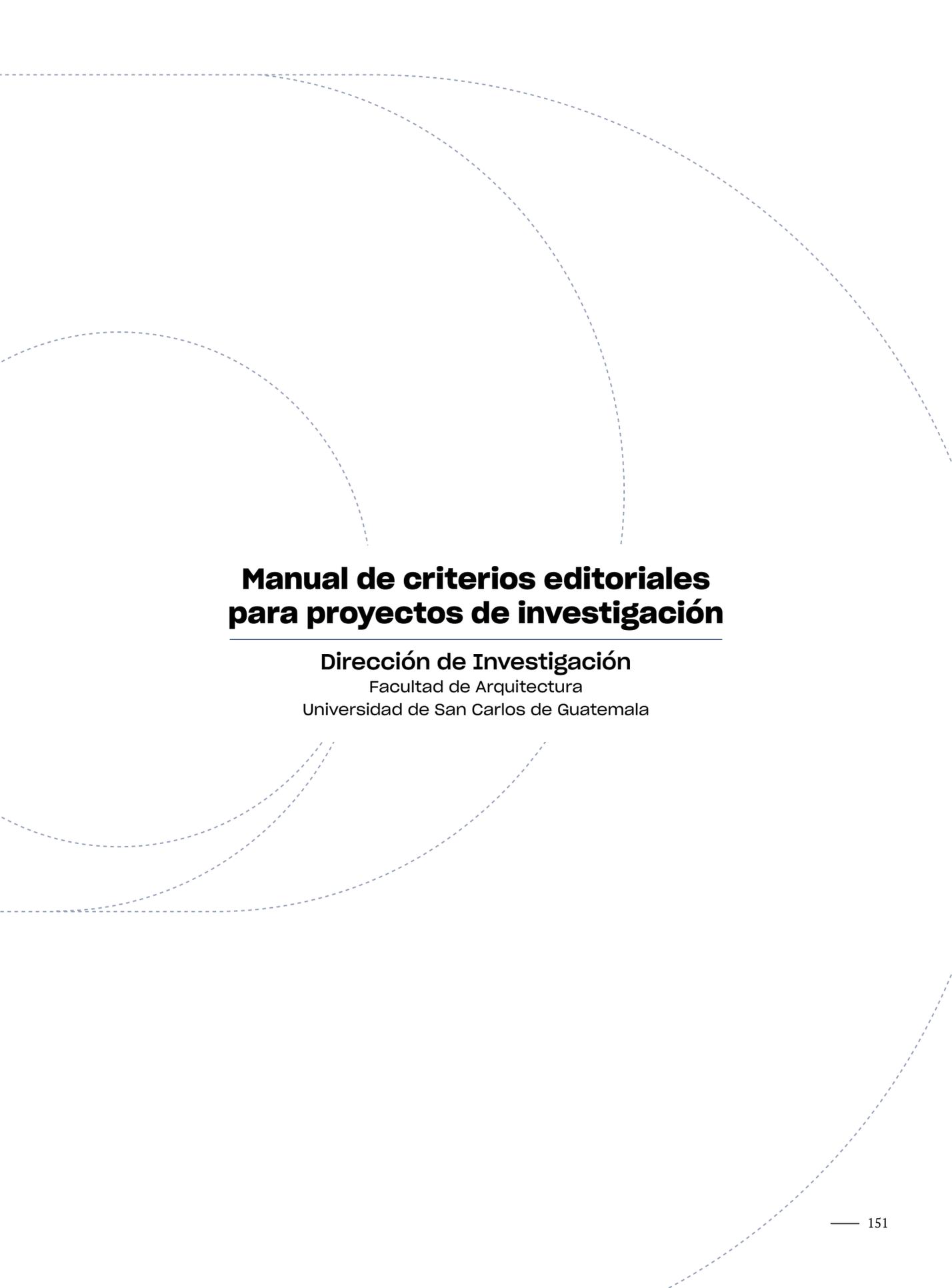


Figura 81. Montaje de portada e imagen de perfil para canal de youtube, elaboración propia, 2021.

The page features several large, overlapping dashed blue arcs that create a sense of movement and depth. These arcs are centered around the main title and extend towards the corners of the page.

# **Manual de criterios editoriales para proyectos de investigación**

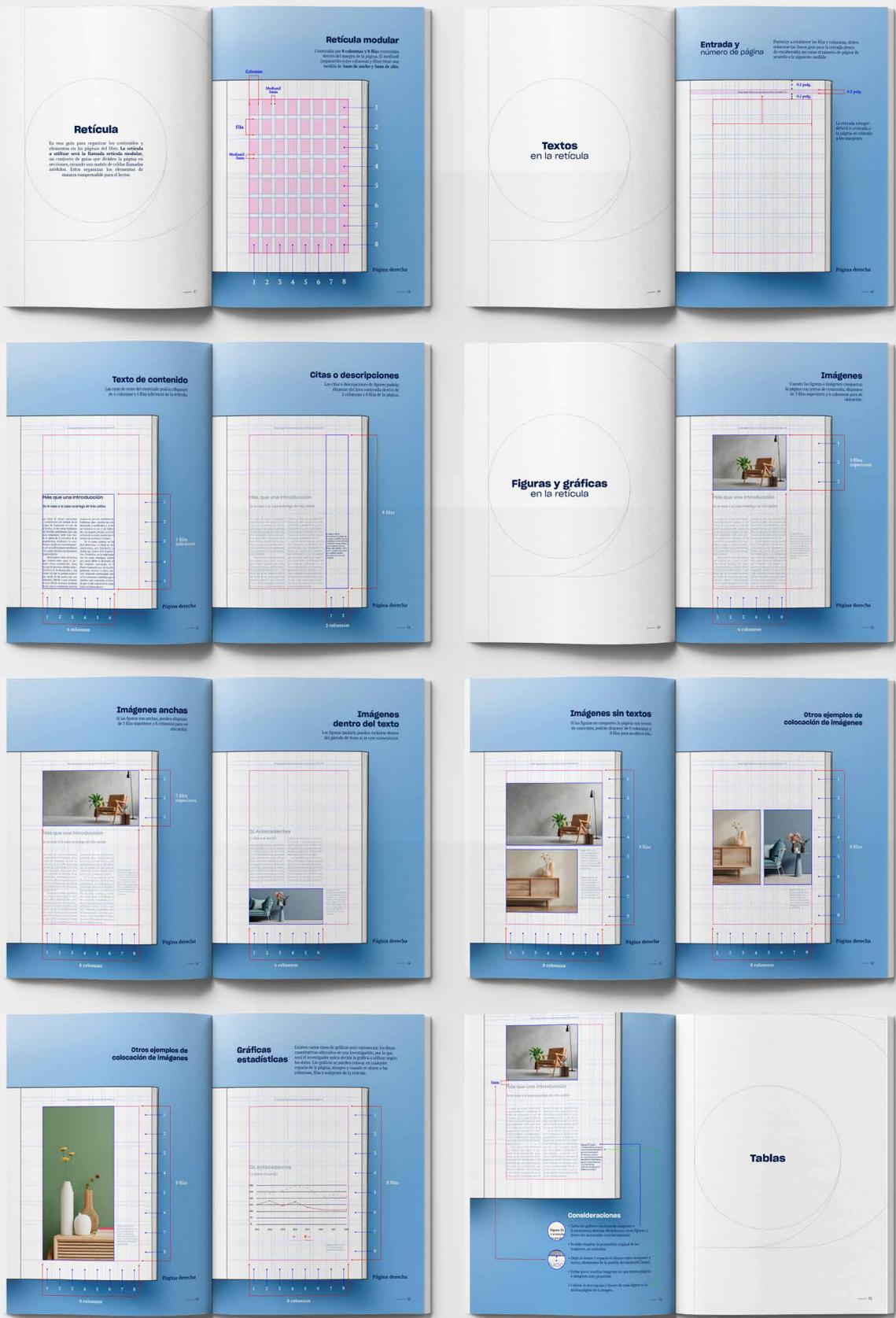
---

**Dirección de Investigación**  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala



Figura 82. Montaje de Manual de criterios editoriales para proyectos de investigación DIFA, elaboración propia, 2021.

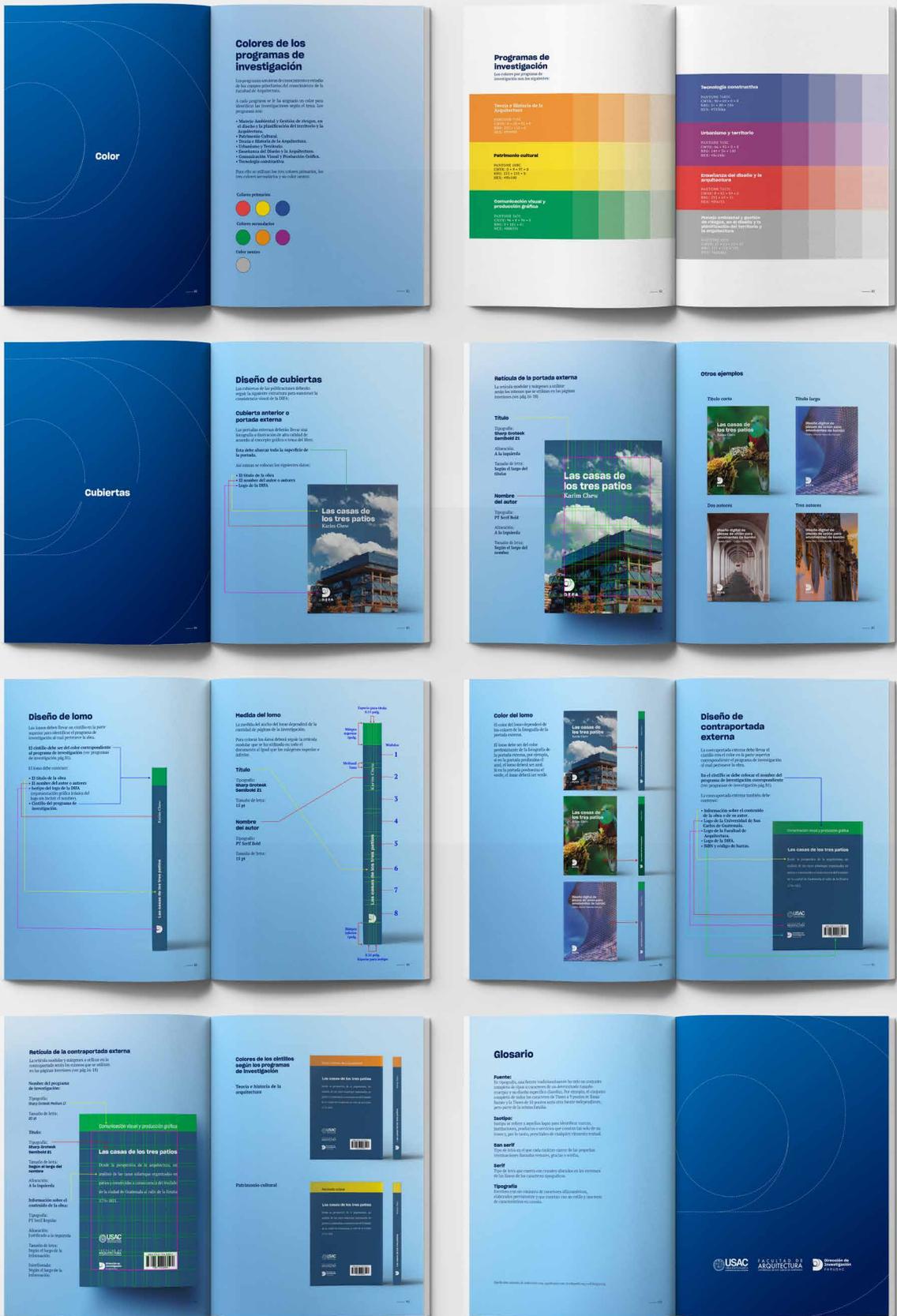




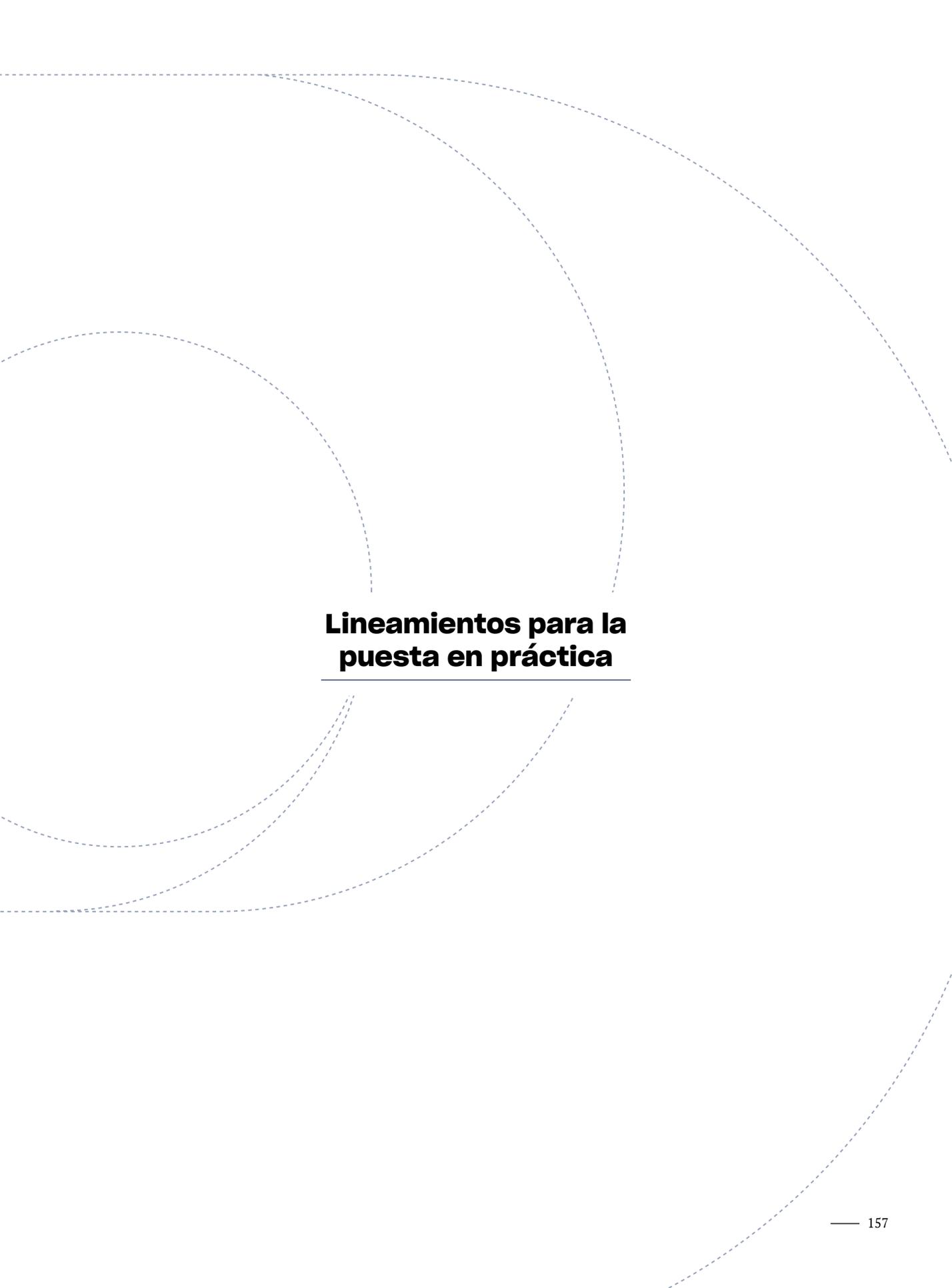
154 — Figura 84. Montaje de Manual de criterios editoriales para proyectos de investigación DIFA, elaboración propia, 2021.



Figura 85. Montaje de Manual de criterios editoriales para proyectos de investigación DIFA, elaboración propia, 2021.



156 — Figura 86. Montaje de Manual de criterios editoriales para proyectos de investigación DIFA, elaboración propia, 2021.

The page features several large, overlapping dashed circles in a light blue-grey color, creating a modern, minimalist background. The circles are centered around the main text area.

## **Lineamientos para la puesta en práctica**

---

## Lineamientos para la puesta en práctica

### Para la aplicación de la identidad visual en materiales corporativos

Para cada uno de los materiales propuestos en el manual de identidad visual de la DIFA, fueron creadas plantillas en programas de diseño con sus correspondientes especificaciones de tamaño, márgenes y guías establecidas. El usuario puede emplearlas en cualquier momento en que lo necesite, o bien, puede utilizarlas como base para la creación de materiales nuevos, siguiendo la misma línea gráfica.



Figura 87. Muestra de plantilla de material corporativo DIFA, elaboración propia, 2021.

### Para la diagramación de publicaciones editoriales

Se han creado plantillas para la diagramación de libros de investigación, tanto para diseñadores gráficos, como para usuarios menos expertos en diagramación. Por consiguiente, se ha creado tanto una versión del manual de criterios editoriales para diseñadores gráficos, como una versión para usuarios menos expertos. En cada una de las versiones se colocó un capítulo final llamado “Uso de plantilla” en el cual se describe el procedimiento para utilizarla correctamente.

## Capítulo guía para el uso de plantilla en Adobe InDesign para el diseñador:

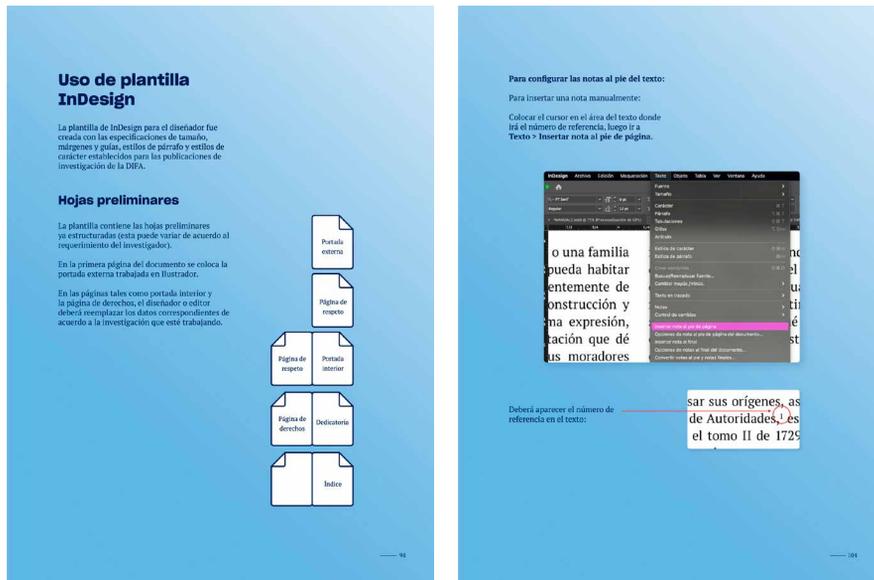


Figura 88. Muestra de guía de uso de plantilla editorial de Adobe InDesign, elaboración propia, 2021.

## Capítulo guía para el uso de plantilla en Microsoft Word para usuarios menos expertos:

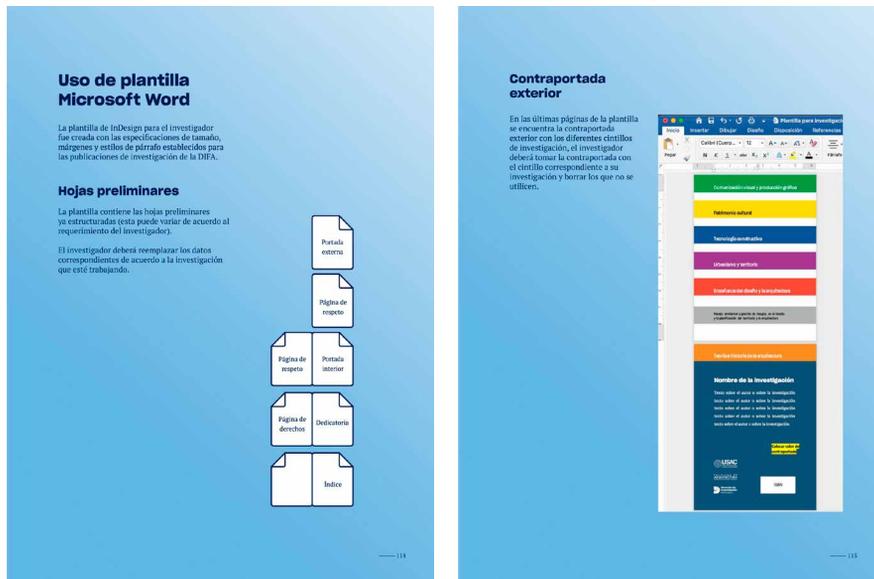


Figura 89. Muestra de guía de uso de plantilla editorial de Microsoft Word, elaboración propia, 2021.

La plantilla de InDesign y Word fueron creadas con las especificaciones de tamaño, márgenes y guías, estilos de párrafo y estilos de carácter establecidos para las publicaciones de investigación de la DIFA.

# Presupuesto

Cuantificación del aporte económico del estudiante a la DIFA a través de este proyecto.

Cotización por costos:

**Hora por conceptualización:** Q120.00

**Hora por diseño gráfico visual:** Q40.00

(Precio por tiempo, creatividad y experiencia del diseñador gráfico).

Tabla 4. Cuantificación del aporte económico del estudiante a la DIFA a través del proyecto

Fase	Actividad	Horas	Costo
Investigación	Construcción de brief de diseño	10	Q1,200.00
	Investigación, redacción y construcción de contenido para materiales	60	Q7,200.00
Creativa	Estrategia de las piezas de diseño	35	Q4,200.00
	Definición del concepto creativo	21	Q2,520.00
	Construcción de herramientas de validación del material	24	Q2,880.00
	Análisis de resultados sobre el funcionamiento del material	30	Q3,600.00
Técnica	Diagramación de materiales editoriales	170	Q6,800.00
	Diseño de materiales corporativos	80	Q3,200.00
	Diseño de materiales digitales	40	Q1,600.00
	Tratamiento de fotografía e ilustración	60	Q2,400.00
	Elaboración de plantillas amigables para el usuario	65	Q2,600.00
<b>Gastos fijos</b>			
Insumos	Energía eléctrica		Q310.00
	Internet		Q425.00
	Depreciación de equipo de cómputo		Q550.00
	Lapiceros, batería de mouse, hojas.		Q205.00
<b>Total</b>			<b>Q39,690.00</b>

Elaboración propia, 2021.

En este apartado se omite la cotización ya que todas las piezas son digitales.

CAPÍTULO 07

---

# Síntesis del proceso

---

## **Lecciones aprendidas**

---

Los aspectos que facilitaron el proceso y logro de los objetivos residen en la búsqueda exhaustiva de información y estudio del tema a abordar, y, en cómo lo han resuelto otros profesionales nacionales y extranjeros. Se puede llegar a tener gran cantidad de referencias teóricas y visuales si se le dedica tiempo a la búsqueda de las mismas.

La comprensión total de la problemática a abordar fue trascendental para el cumplimiento de los objetivos. En ocasiones es posible afrontar que la institución no tenga totalmente clara la carencia de comunicación visual que necesita intervención, sin embargo, con la experiencia y recomendación del diseñador gráfico es posible aportar significativamente mediante la intervención del diseño visual dentro de una entidad.

---

## **Conclusiones**

---

La identidad visual es importante y trascendental para el crecimiento de las instituciones, organizaciones o entidades. Independientemente de si pertenecen, o no, a otra más grande, deben contar con una imagen institucional propia que las represente.

La riqueza en el diseño editorial que puede aplicarse a las publicaciones de investigación aporta gran bastedad de formas de diagramación, con las cuales es posible crear obras amigables, estéticas e interesantes para el lector.

El aporte de la investigación hacia la sociedad guatemalteca es significativo por lo que, debería brindársele mayor visibilidad; la culminación de este proyecto representa un grano de arena para lograr dicho objetivo.

---

## Recomendaciones

---

### A los diseñadores gráficos

---

Investigar exhaustivamente el tema, para contar con suficiente información durante el desarrollo del proyecto y sobre las necesidades de la institución para facilitar la toma de decisiones y acciones.

Tener clara la ruta de cada parte del proyecto evitará retrocesos.

Buscar variedad de referencias gráficas y teóricas mejorará la creación de propuestas en cada nivel de visualización gráfica.

---

### A la institución

---

Establecer amplia retroalimentación con el diseñador gráfico y viceversa es recomendable para alcanzar los objetivos deseados.

Culminado el proyecto se recomienda velar porque la propuesta de identidad visual sea aplicada apropiadamente en los proyectos futuros para mantener de unidad gráfica de los mismos.

---

### A la Escuela de Diseño Gráfico

---

Promover la investigación que propicie el pensamiento crítico en los estudiantes desde el inicio de la carrera.

Organizar talleres y actividades de redacción y aplicación del *Manual de estilo Chicago Deusto* para evitar las dificultades que pueden generarse a raíz de la carencia de estos conocimientos en la etapa final del proyecto de graduación.

# Glosario

**Abstracción:**

Análisis y representación de elementos en formas esenciales.

**Contraste:**

Contraposición o diferencia notable que existe entre personas o cosas.

**Iconografía:**

Conjunto de imágenes, retratos o representaciones de un mismo tema o con características comunes.

**Imagotipo**

Forma de representación gráfica de una marca. En este, el icono y el nombre de la marca forman una unidad visual, es decir, ambas conforman un conjunto visual.

**Isotipo:**

Isotipo se refiere a aquellos logos para identificar marcas, instituciones, productos o servicios que constan tan solo de un ícono y, por lo tanto, prescinden de cualquier elemento textual.

**Pantone**

Guía de color que permite tener una estandarización de diferentes colores.

**Tipografía san serif**

Tipo de letra en el que cada carácter carece de las pequeñas terminaciones llamadas remates, gracias o serifas.

**Tipografía serif**

Tipo de letra que cuenta con remates ubicados en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos.

**Tipografía script**

Son fuentes que parecen estar escritas en cursiva, transmiten elegancia, fluidez o sensibilidad

**Tipografía decorativa**

Son fuentes apropiadas para aportar personalidad por tener variedad de formas.

**Retícula de manuscrito**

Mantiene una disposición grande y rectangular, ocupando de esta manera la mayor parte de la página. Su finalidad es albergar textos largos y seguidos, tal y como podemos ver en un libro.

**Retícula de columnas**

Esta se dispone en columnas verticales con la intención de separar los tipos de información. No obstante las columnas pueden depender unas de las otras o bien cruzarse para generar columnas más anchas.

**Retícula modular**

Es una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas creando una matriz de celdas que se llaman módulos.

**Retícula jerárquica**

Se basa en la proporción de los elementos. Somete a los objetos a distintas leyes: orden, objetividad, concentración, claridad. El desarrollo de este tipo de retículas comienza con el análisis de la interacción óptica que provocan los distintos elementos de la composición. A partir de estos se crea la estructura que los coordina.

---

## Lista de figuras

---

- Figura 1. Logotipo de la Facultad de Arquitectura (Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 2021).
- Figura 2. Portada de la investigación *Condiciones curriculares que garanticen la educación superior inclusiva en Diseño Gráfico a personas con sordera*, en la Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala, Andy Rodríguez Castillo, 2016.
- Figura 3. Página interna de la investigación *Condiciones curriculares que garanticen la educación superior inclusiva en Diseño Gráfico a personas con sordera*, en la Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala, Andy Rodríguez Castillo, 2016.
- Figura 4. Portada de la investigación de Carlos Ayala Rosales *Precursores de la Historia social de la arquitectura y el arte urbano*, diseñada por Katia Pinto Vidal, 2017.
- Figura 5. Página interna de la investigación de Carlos Ayala Rosales *Precursores de la Historia social de la arquitectura y el arte urbano*, diseñada por Katia Pinto Vidal, 2017.
- Figura 6. Portada del documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA*, Facultad de Arquitectura USAC, elaborada por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.
- Figura 7. Portada de la investigación de Byron Alfredo Rabe Rendón *Las pruebas de ingreso a la Facultad de Arquitectura y su relación con el rendimiento académico*, diseñada por María José Contreras en base a los parámetros editoriales propuestos por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.
- Figura 8. Aplicación de color a página interna de la investigación de Byron Alfredo Rabe Rendón *Las pruebas de ingreso a la Facultad de Arquitectura y su relación con el rendimiento académico*, diseñada por María José Contreras en base a los parámetros editoriales propuestos por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.
- Figura 9. Paletas de colores propuestas por programa de investigación en el documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA*, Facultad de Arquitectura USAC, elaborada por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.
- Figura 10. Flujograma de las actividades y tareas para el desarrollo del proyecto de graduación, elaboración propia, 2021.
- Figura 11. Cronograma de las actividades y tareas para el desarrollo del proyecto de graduación, elaboración propia, 2021.
- Figura 12. Tipos de logos, recopilación de google.com, 2021.
- Figura 13. Libro, elaboración propia, 2021.
- Figura 14. Partes externas de un libro, elaboración propia, 2021.
- Figura 15. Partes internas de un libro, elaboración propia, 2021.
- Figura 16. Representación de la retícula modular, elaboración propia, 2021.
- Figura 17. Representación de los márgenes dentro de una página, elaboración propia, 2021.
- Figura 18. Páginas internas del *Manual básico de identidad visual* del Plan integral para la actividad física y del deporte, por Underbau, recuperado en septiembre 2021.
- Figura 19. Portada y páginas internas del *Manual de marca de Berkeley*, 2019.
- Figura 20. Portada y páginas internas del *Libro de marca y manual de marca versión 1.1*, Unicef, 2017.
- Figura 21. Portada y páginas internas del *Manual de normas gráficas, uso y aplicación de línea visual*, de la Universidad del Valle de Guatemala, 2018.
- Figura 22. Portada y páginas internas del *Manual de diseño editorial profesional*, de la Universidad la Concordia Campus Forum Internacional, 2014.
- Figura 23. Tipografías propuestas en el documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA*, Facultad de Arquitectura USAC, elaborado por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.
- Figura 24. Formato propuesto en el documento *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA*, Facultad de Arquitectura USAC, elaborado por Adriana Yucuté Ecuté, 2020.

- Figuras 25 a 31. Premisas de diagramación, color, lingüística y visuales para el proyecto, elaboración propia, 2021.
- Figura 32. Paleta cromática de la Facultad de Arquitectura, Usac, por FARUSAC, recuperada en septiembre 2021.
- Figuras 33 . Representación de premisa lingüística, elaboración propia, 2021.
- Figura 34. Recopilación de referentes visuales, por S. Barillas, 2021.
- Figuras 35 a 50. Bocetaje del primer nivel de visualización del proyecto, elaboración propia, 2021.
- Figuras 51 a 58. Bocetaje del segundo nivel de visualización del proyecto, elaboración propia, 2021.
- Figuras 59 a 66. Propuesta de portada y retícula de los manuales DIFA, elaboración propia, 2021.
- Figuras 67 a 71. Visualización final de color, tipografía, retícula, elemento gráfico y formato de los materiales, elaboración propia, 2021.
- Figuras 72 a 86. Visualización final de los materiales para la DIFA, elaboración propia, 2021.
- Figura 87. Muestra de plantilla de material corporativo DIFA, elaboración propia, 2021.
- Figura 88. Muestra de guía de uso de plantilla editorial de Adobe InDesign, elaboración propia, 2021.
- Figura 89. Muestra de guía de uso de plantilla editorial de Microsoft Word, elaboración propia, 2021.

---

## Referencias

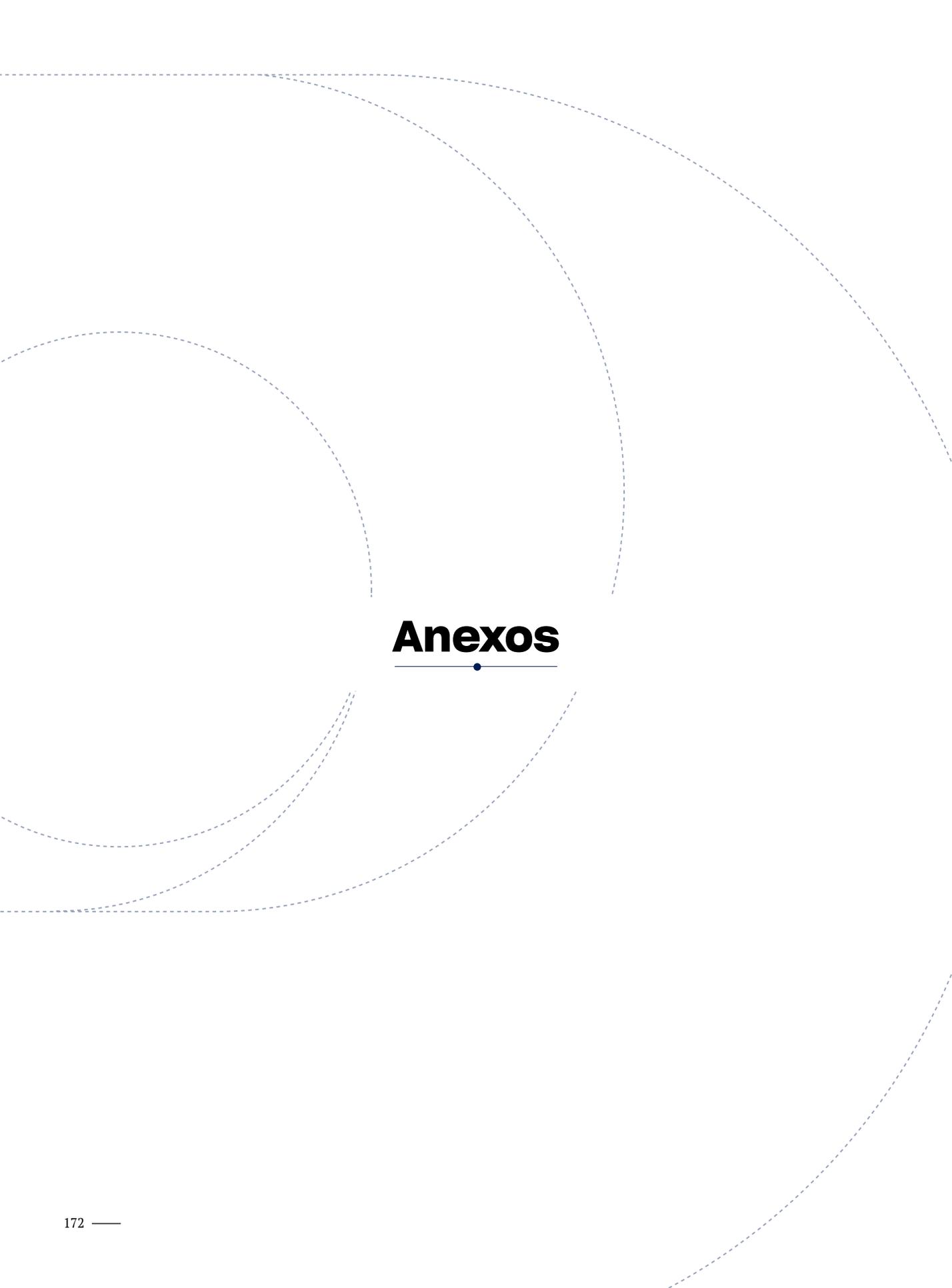
---

- Alonso, Lucía. *Qué son los estilos de carácter y estilos de párrafo en InDesign*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.domestika.org/es/blog/1759-que-son-los-estilos-de-caracter-y-estilos-de-parrafo-en-indesign>
- Ancin, Irene. *La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca*. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Ecuador, 2018: 5. 2021. Recuperado el 06 enero 2021, <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/identidad-visual-marca.html> Marzo 2023.
- Carnero, David. *Reticula Modular: Una forma rápida y elegante de maquetar una revista*. Marzo 2021. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.cevagraf.coop/blog/reticula-modular-maquetar-indesign/>
- Castillo, Ennio. *Branding. El paso a paso para construir marcas inolvidables*. Doppler, 2014. Recuperado el 14 de mayo del 2024, <http://biblioteca.usfa.edu.bo/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=4078>
- Coelho, Fabián. *Investigación*. 2021. Recuperado el 06 enero 2021, <https://www.significados.com/investigacion/>
- ConceptoDefinición. *Definición de Identidad*. Última edición: 30 de julio de 2023. Recuperado el 26 de abril de 2024, <https://conceptodefinition.de/identidad/>
- De la Mata, Guadalupe. *Tú también puedes ser creativo! [sic]: Herramienta de creatividad SCAMPER*. 2013. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://innovationforsocialchange.org/tu-tambien-puedes-ser-creativoherramienta-de-creatividad-scamper/>
- Eguaras, Mariana. *Qué tipografía usar para libros impresos y digitales*. 2014. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://marianaeguaras.com/que-tipografia-usar-para-libros-impresos-y-digitales/>
- FARUSAC. *Administración del Talento Humano. Autoevaluación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. S.f. Recuperado el 08 de agosto de 2021, <https://farusac.edu.gt/autoevaluacion/6-1-administracion-del-talento-humano>
- \_\_\_\_\_. *Investigación y desarrollo tecnológico. Autoevaluación Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. S.f. Recuperado el 19 de agosto de 2021, <https://farusac.edu.gt/autoevaluacion/4-1-dg-investigacion-y-desarrollo-tecnologico/>
- \_\_\_\_\_. *Manual de organización y funciones de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: FARUSAC, 2014. Recuperado el 21 de enero de 2021, [https://drive.google.com/file/d/1xy-gIUCqP0bryt0paWQGEbhU\\_X0jrYBP/view](https://drive.google.com/file/d/1xy-gIUCqP0bryt0paWQGEbhU_X0jrYBP/view)

- \_\_\_\_\_. *Normativo de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: FARUSAC, 2014. Recuperado el 19 de enero de 2021, <https://drive.google.com/file/d/1VJirMhvT-SRBS803Zkvz42EmHPLgEXvp/view>
- \_\_\_\_\_. *Plan de estudios. Plan de Arquitectura*. S.f. Recuperado el 08 de agosto de 2021. <https://farusac.edu.gt/dg/plan-de-estudios>
- \_\_\_\_\_. *Revista Avance*. Recuperado el 08 de agosto de 2021. <https://farusac.edu.gt/investigacion/revista-avance/>
- Fernández Rincón, Antonio Raúl y Pedro Antonio Hellín Ortuño. *La gestión estratégica de la identidad visual en las organizaciones con mejor reputación*. *Revista Internacional de las Relaciones Públicas*, Vol. IX, España, 2019: 97-116. Recuperado el 26 de septiembre de 2021, <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-06-97-116>
- García, Miguel; Gaudencio Gómez, Ricardo Loera, María López, Kevin Ochoa, René Ornelas, Brian Ramírez, Julissa Rangel y José Soto. *Manual de diseño editorial profesional*. Alumnos del quinto semestre de Mercadotecnia y Diseño Gráfico, asignatura de Diseño Editorial dirigidos por Mario López Guerrero de la Universidad la Concordia Campus Forum Internacional. Aguascalientes, México: 2014. Recuperado el 8 de noviembre del 2021, <https://www.desarrollosweb.com.ar/tecno2a/descargastecno2a/libros/Libro-Manual-de-Diseno-Editorial.pdf>
- Grajeda, Erika. *Trazo geométrico en logotipos*. Máster Class FARUSAC. 8 de febrero del 2022. Video 1:14:15 h. Recuperado el 28 de febrero de 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=NErnMZbBkoI>
- Hembree, Ryan. *El diseñador gráfico. Entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Barcelona: Blume, 2008.
- Hubspot. *Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz*. S. f. Recuperado 21 de septiembre 2021, <https://offers.hubspot.es/guia-estilo-marca>
- Idearium. *8 motivos por los que tu empresa necesita un Brand Book*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.idearium.es/motivos-tu-empresa-necesita-un-brand-book/>
- Innovaforum. *Flor de Loto (Lotus blossom), técnica de creatividad*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.innovaforum.com/tecnicas-de-creatividad/flor-de-loto-tecnica-de-creatividad/>
- La Imprenta. *Elegir tipo de letra, cuerpo e interlineado para un libro*. S.f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021. <https://www.laimprentacg.com/elegir-tipode-letra-cuerpo-e-interlineado-para-un-libro/>
- \_\_\_\_\_. *Inicio de capítulo en los libros y tipos de párrafos*. S.f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021. <https://www.laimprentacg.com/inicio-de-capitulo-en-los-libros-y-tipos-de-parrafos/>

- \_\_\_\_\_. *Márgenes de libros. La distribución de los blancos en un libro impreso*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021. <https://www.laimprentacg.com/margenes-de-libros-la-distribucion-de-los-blancos-en-un-libro-impreso/>
- \_\_\_\_\_. *Partes de un libro y sus componentes*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021. <https://www.laimprentacg.com/partes-de-un-libro/>
- Lemarchand, Guillermo. *Relevamiento de la investigación y la innovación en la República de Guatemala. Col. GO->SPIN de perfiles nacionales en políticas de ciencia, tecnología e innovación, vol. 6*. UNESCO, París, 2017. Recuperado el 08 de febrero del 2021, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248067>
- Molano, Juan. *Cómo crear un manual de identidad corporativa paso a paso*. Recuperado el 20 de marzo del 2024. Recuperado el 30 de marzo del 2024, <https://blog.hubspot.es/marketing/branding-e-identidad-corporativa-guias-de-estilo>
- Muñiz González, Rafael. *La marca. En: Marketing en el Siglo XXI, Capítulo 4. Producto y precio*. 5ª Edición. Centro de Estudios Financieros, 2014. Recuperado el 14 de mayo del 2021, <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>
- Ortiz Orellana, Dorca. (Comp). *Compendio de Reglamentos y Normativos de Investigación de la Dirección General de Investigación*. Guatemala: DIGI, Unidad de Publicaciones y Divulgación, USAC, marzo 2021. Recuperado el 08 de abril de 2021, <https://portal.digi.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2023/01/compendioreglamentosynormativosdeinvestigaciondigi.pdf>
- RAE. *Diccionario de la lengua española. Marca*. 2021. Recuperado el 08 de septiembre de 2021 <https://dle.rae.es/marca>
- Ramírez, Karina; María Villar y Ana Maldonado. *Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México. Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, No. 21. México, 2017: 1-11. Recuperado el 16 de octubre de 2021, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477948279052>
- Ramírez, Sara; Carmen Barroso, Gloria Magaña y María Sánchez. *El diseño gráfico como herramienta de divulgación científica: el caso de la exposición imagen científica. Revista Enlace Químico*, Vol. 2 México, 2010: 25-32. Recuperado el 02 de octubre de 2021, <http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/6230>
- Redacción APD. *Diferencias entre imagen e identidad corporativa*. 2019. Recuperado el 10 de octubre del 2021, <https://www.apd.es/imagen-e-identidad-corporativa-diferencias/>
- Rivas Tobar, Luis Arturo. *Las nueve competencias de un investigador. Investigación Administrativa*, Núm. 108, 2011: 34-54. Recuperado el 16 de julio del 2021. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045339005>
- Salgado, Fernando J. *Pero ¿qué es un libro?* S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021. <https://www.calamoycran.com/blog/pero-que-es-un-libro/>

- Santa María, Luiggi. *Todo diseño necesita tres niveles de jerarquía tipográfica*. 2014. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.staffdigital.pe/blog/disenio-niveles-jerarquia-tipografica/>
- Tecuanhuehue, Raymundo. *Arquitectura*. 2019. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.daemsa.com/2019/11/29/arquitectura/>
- USAC. *Informe estadístico estudiantil USAC 2019*. Guatemala: USAC, 2019. Recuperado el 30 de mayo del 2021, <https://cip.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2020/02/INFORME-ESTAD%C3%8DSTICO-2019.pdf>
- \_\_\_\_\_. *Plan Estratégico USAC-2022*. Vers. ejecutiva. Guatemala de la Asunción, 2003. Recuperado el 08 de marzo del 2021. <https://drive.google.com/file/d/1bA5RfHBXpO4yGUDZnvFPLBwmkWyZseS8/view>
- WageIndicator; Tusalarario.org/Guatemala. *Ocupación y Salario. Directores de investigación y desarrollo*. 2021, Recuperado el 20 de febrero del 2021, <https://tusalarario.org/guatemala/Tucarrera/guatemala-ocupacion-y-salario/guatemala-gerentes-de-investigacion-y-desarrollo>
- \_\_\_\_\_. *Ocupación y Salario. Profesores de universidades y de la enseñanza superior*. 2021. Recuperado el 20 de febrero del 2021, <https://tusalarario.org/guatemala/Tucarrera/guatemala-ocupacion-y-salario/guatemala-profesores-de-educacion-universitaria-y-superior>
- Wanatop Academy. *¿Cómo hacer un brainstorming? Pasos a seguir*. 2020. Recuperado el 21 de agosto del 2021, <https://wanatopacademy.es/blog/brainstorming/>
- Yucuté Ecuté, Adriana. *Diseño y aplicación de parámetros editoriales a proyectos de investigación desarrollados en DIFA, Facultad de Arquitectura, USAC*. Tesis de Diseño Gráfico, Escuela de Diseño Gráfico. Guatemala: FARUSAC, 2020. Recuperado el 18 de abril del 2021, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/15186/1/ADRIANA%20LUC%C3%8DA%20YUCUT%C3%89%20ECUT%C3%89.pdf>

The page features several large, overlapping dashed circles in a light blue-grey color, centered around the main text. These circles create a sense of depth and movement, framing the central content.

# **Anexos**

# ANEXO NO. 1

Breve encuesta aplicada a investigadores de la DIFA en donde se evaluaron los aspectos que podrían mejorarse en la línea gráfica de la institución propuesta en el año 2019.

### Evaluación de la "Guía de diagramación de los proyectos de investigación de la DIFA" Versión 2019

Esta breve encuesta tiene como fin la evaluación de los lineamientos propuestos en el año 2019 para la diagramación de los proyectos de investigación de la DIFA, con el cual se busca mejorar los aspectos que se consideran no fueron funcionales para dicho objetivo.

1 ¿Considera que la tipografía Sharp Grotesk propuesta para títulos y textos cortos sea funcional para el objetivo buscado? \*

Sí  
 No  
 Otro: \_\_\_\_\_

Respuestas 5

Sí	5 (100%)
No	0 (0%)

2 ¿Considera que la tipografía PT Serif propuesta para textos de lectura prolongada sea funcional para el objetivo buscado? \*

**Byron Rabe** nació en Guatemala el 13 de junio de 1958. Inició sus estudios en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) en 1976. En 1978 obtuvo una beca para estudiar fotogrametría en la Zona del Canal de Panamá de la cual egresó como estudiante distinguido.

Sí  
 No  
 Otro: \_\_\_\_\_

Respuestas 5

Sí	5 (100%)
No	0 (0%)

3 ¿Considera que la retícula modular aplicada a los textos sea la más apropiada para la diagramación de los proyectos de investigación? \*

Sí  
 No  
 Otro: \_\_\_\_\_

Respuestas 5

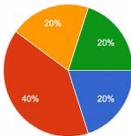
Sí	80%
No	20%
Deja mucho margen sin texto ni imagen por lo que lo veo como desperdicio.	

4 ¿Considera que la paleta de color propuesta por programa de investigación sean los más funcionales para el objetivo buscado? \*



- Sí
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

Respuestas 5



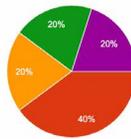
- Sí
- No
- Depende. Si es para el logo o etiqueta de identificación está bien. Pero no debe confundirse como paleta de color para el cuerpo del texto o imágenes. Debe permanecer una imagen institucional y de facilidad para lectura...
- Creo que los colores son poco profesionales. Muy infantiles.

5 ¿Considera que la forma en como se aplicó la paleta de color en la diagramación sea la más apropiada? \*



- Sí
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

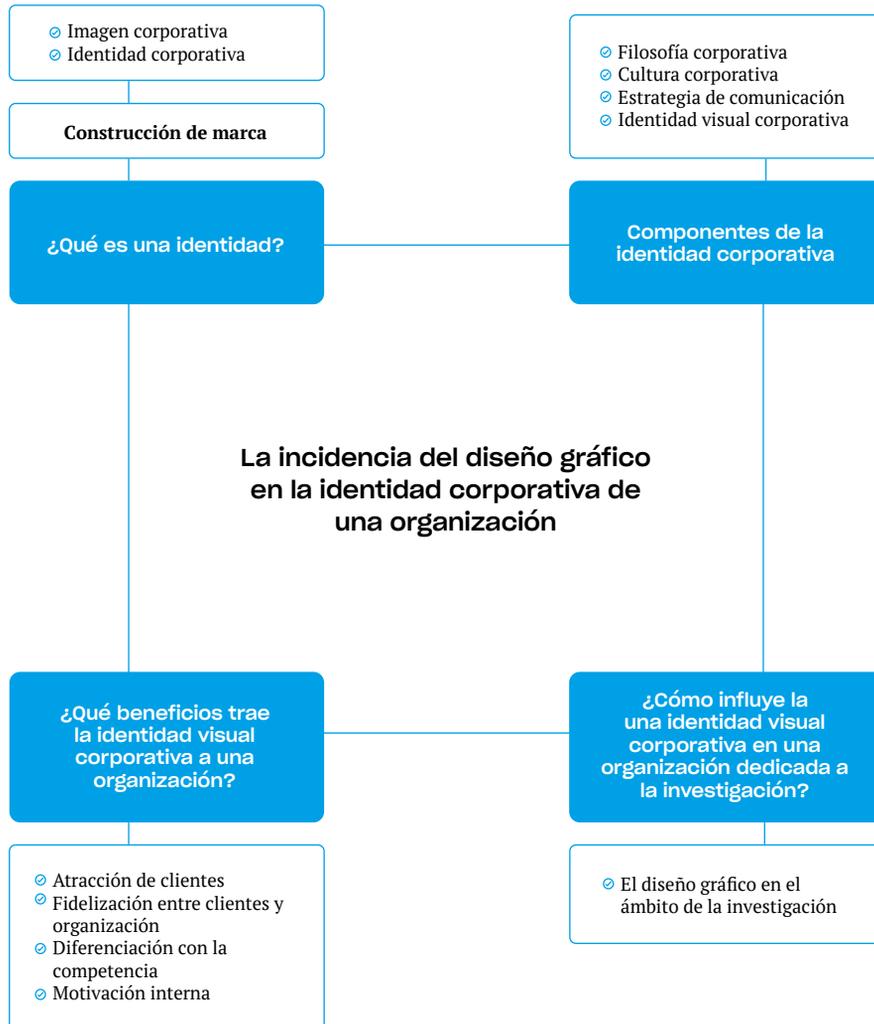
Respuestas 5



- Sí
- No
- Ver anterior observación.
- No ayuda a dar imagen actual a las investigaciones.
- A lo mejor las fotos del mismo color que toda la página pueda quitarles calidad y atracción.

## ANEXO NO. 2

Índice de temas relevantes y estado del arte para el desarrollo del marco teórico  
**Ensayo 1**

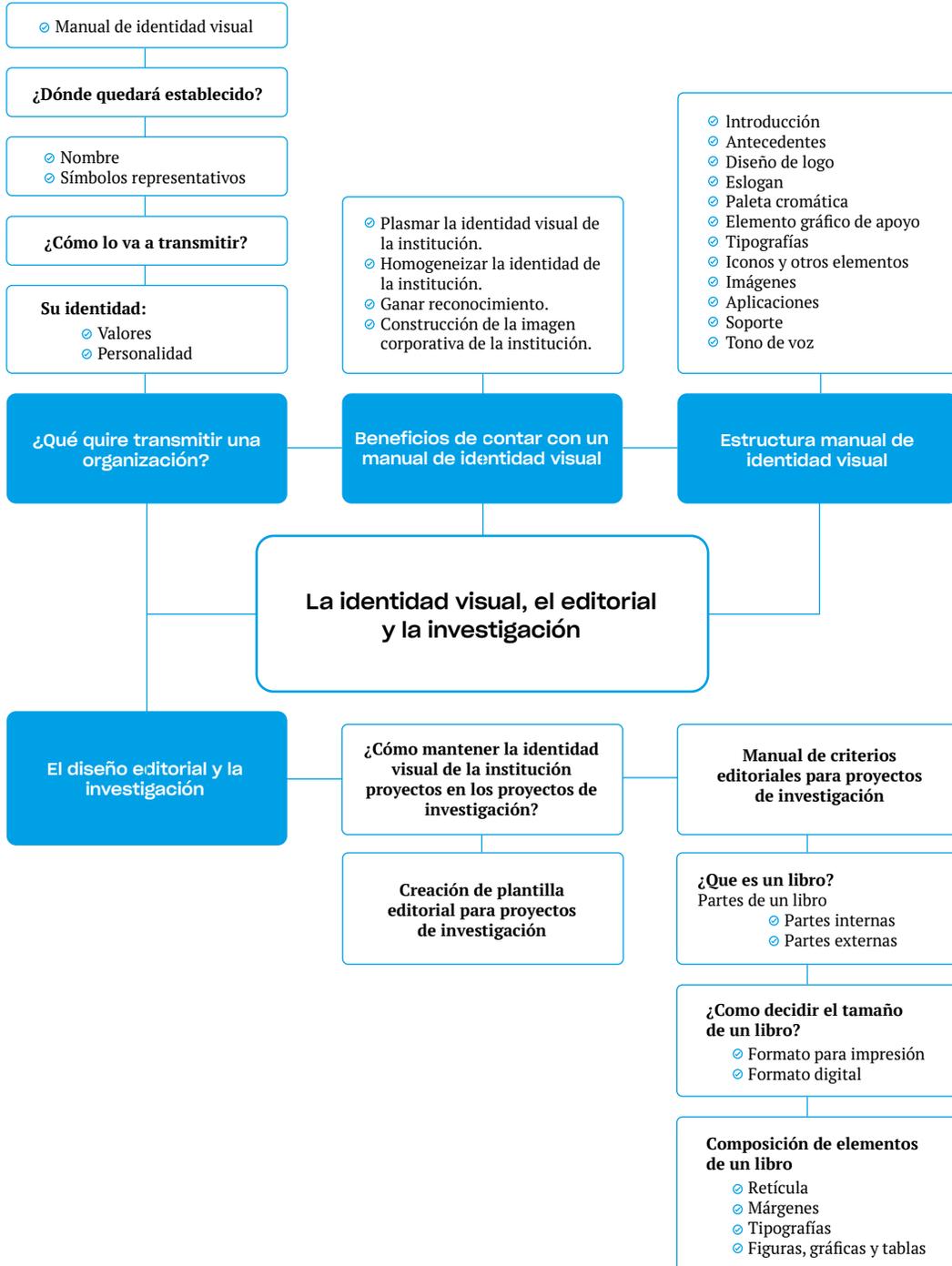


Subtema	Resumen	Ficha bibliográfica
<b>Construcción de una marca</b>	Construir una marca es imprescindible para el crecimiento de una organización, está constituida por la imagen corporativa y la identidad corporativa. La imagen corporativa se refiere a la impresión, las creencias y los sentimientos que una organización genera en la mente del público, la identidad corporativa es lo que la organización dice sobre sí misma.	Antonio Raúl Fernández Rincón y Pedro Antonio Hellín Ortuño, «La gestión estratégica de la identidad visual en las organizaciones con mejor reputación», <i>Revista Internacional de las Relaciones Públicas</i> , Vol. IX (España, 2019): 101, <a href="http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-06-97-116">http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-06-97-116</a>
<b>Componentes de la identidad corporativa</b>	La filosofía corporativa establece la misión, visión y valores de la organización, la cultura corporativa son las normas y valores por los que se rigen los miembros de la organización. La estrategia de comunicación es la transmisión de la filosofía de la organización. La identidad visual corporativa y recursos gráficos incluyen componentes como el nombre de la marca, logo, eslogan, colores, tipografía, entre otros.	Redacción APD, «Diferencias entre imagen e identidad corporativa», APD, 2019, <a href="https://www.apd.es/imagen-e-identidad-corporativa-diferencias/">https://www.apd.es/imagen-e-identidad-corporativa-diferencias/</a>
<b>¿Qué beneficios trae la identidad visual corporativa a una organización?</b>	Se consiguen clientes: para que un cliente decida o no consumir los productos o servicios que se ofrecen es la primera impresión que tiene sobre la organización; la imagen corporativa buscará siempre entrar en conexión con su público objetivo. Fidelización: Conseguir que el público se identifique con la organización creará una relación de cercanía que fidelizará a los clientes en el tiempo. Diferenciación en relación con la competencia: La imagen corporativa debe ayudar a diferenciar con facilidad una marca de su competencia, debe transmitir objetivamente las ventajas que tiene la organización y cómo estas pueden aportarle a sus clientes. Motivación interna: La imagen de marca se construye desde dentro, influye tanto en el exterior como interiormente en los empleados de la organización. Estos deben sentirse identificados con la filosofía de la institución para mejorar su motivación y rendimiento.	Redacción APD, «Diferencias entre imagen e identidad corporativa», APD, 2019, <a href="https://www.apd.es/imagen-e-identidad-corporativa-diferencias/">https://www.apd.es/imagen-e-identidad-corporativa-diferencias/</a>
<b>¿Cómo influye una identidad visual corporativa en una organización dedicada a la investigación?</b>	Para exponer el papel que tiene el diseño gráfico en el ámbito de la investigación hay que comprender en primer lugar que esta disciplina no es solo un accesorio no esencial como muchos piensan, que únicamente maquilla mensajes de manera superficial. La labor del diseño gráfico es más amplia y profunda y está en función de la comunicación. El diseño gráfico facilita la comprensión de información, es una forma de mejorar la sociedad a través de la comunicación efectiva.	Karina Ramírez et al., «Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México», <i>Revista Legado de Arquitectura y Diseño</i> , no. 21 (México, 2017).

---

## Ensayo 2

---



Subtema	Resumen	Ficha bibliográfica
¿Qué quiere transmitir una organización?	Se definen los valores y personalidad con la que la organización quiere ser identificada y cómo se va a transmitir, se puntualiza el nombre y los símbolos que representarán a la marca a lo largo del tiempo.	Rafael Muñoz González, «La marca», <i>Marketing en el Siglo XXI</i> , 5ª Edición (Centro de Estudios Financieros, 2014), <a href="https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm">https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm</a>
Beneficios de contar con un manual de identidad visual	<b>Plasmear la identidad visual de la institución:</b> los elementos gráficos quedan documentados con pautas claras para transmitir la identidad de la marca. <b>Homogeneizar su identidad:</b> permitirá a la marca estandarizarse y proyectarse con elementos consistentes. <b>Ganar reconocimiento:</b> será fácilmente reconocida y recordada por el público. <b>Construcción de la imagen corporativa de la institución:</b> La imagen es la percepción de la marca en la mente del público, por lo tanto, estos deben representarla consistentemente, asegurando que la imagen que vea el consumidor es la misma que se está deseando proyectar.	«8 motivos por los que tu empresa necesita un Brand Book», Idearium, <a href="https://www.idearium.es/motivos-tu-empresa-necesita-un-brand-book/">https://www.idearium.es/motivos-tu-empresa-necesita-un-brand-book/</a> .
Estructura Manual de identidad visual	<b>Introducción:</b> breve reseña de la historia de la marca o institución, beneficios que le aportará el manual a la marca y para quién está dirigido. <b>Antecedentes:</b> pilares sobre los cuales está construida la identidad corporativa de la institución: su filosofía, valores y personalidad. <b>Diseño de logo:</b> deberá cumplir con ciertas características para ser efectivo. <b>Eslogan:</b> se especifica su proporción, ubicación, tipo de letra y los usos correctos e incorrectos del mismo. <b>Paleta cromática:</b> Establecer una paleta de color facilitará la identificación de la marca. <b>Elemento gráfico de apoyo:</b> elemento visual característico de la marca, indicar especificaciones de uso, como la forma, posición, tamaño y la relación con el logo. <b>Tipografías:</b> se indican los estilos de carácter de la tipografía seleccionada. <b>Iconos y otros elementos:</b> se indican las especificaciones relacionadas con elementos gráficos que le aportan a la marca. <b>Imágenes:</b> especificaciones de fotografías. <b>Aplicaciones:</b> gráfica aplicada a materiales de comunicación. <b>Soporte:</b> características de las piezas impresas. Tono de voz: forma de comunicar los mensajes.	Juan Molano, «Cómo crear un manual de identidad corporativa paso a paso», Hubspot, Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <a href="https://blog.hubspot.es/marketing/branding-e-identidad-corporativa-guias-de-estilo">https://blog.hubspot.es/marketing/branding-e-identidad-corporativa-guias-de-estilo</a> . Hubspot, «Definir la historia y la identidad de tu marca», <i>Cómo crear una guía de estilo de la marca eficaz</i> (Acceso septiembre 2021), PDF, p4. Irene Ancin, «La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca», <i>Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana</i> (Ecuador, 2018): 5, <a href="https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/identidad-visual-marca.html">https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/identidad-visual-marca.html</a> . Luigi Santa María, «Todo diseño necesita tres niveles de jerarquía tipográfica», Staffdigital, 2014, <a href="https://www.staffdigital.pe/blog/diseño-niveles-jerarquia-tipografica/">https://www.staffdigital.pe/blog/diseño-niveles-jerarquia-tipografica/</a> .
¿Cómo mantener la identidad visual de la institución proyectos en los proyectos de investigación?	A través de un manual de criterios editoriales para proyectos de investigación que establezca las pautas para su maquetación editorial. El manual deberá describir las partes que componen un libro, cómo decidir su tamaño y los elementos en su composición, como la retícula, márgenes, tipografías, figuras, entre otros. Finalmente se deberá elaborar una plantilla editorial editable para proyectos de investigación con la que diseñadores y maquetadores puedan partir para diagramar los libros de investigación.	Fernando J. Salgado, «Pero ¿qué es un libro?», Cálamo y Cran, <a href="https://www.calamoycran.com/blog/pero-que-es-un-libro/">https://www.calamoycran.com/blog/pero-que-es-un-libro/</a> «Partes de un libro y sus componentes», La imprenta, <a href="https://www.laimprentag.com/partes-de-un-libro/">https://www.laimprentag.com/partes-de-un-libro/</a> Miguel García et al., <i>Manual profesional de diseño editorial</i> (Aguascalientes, México: Universidad la Concordia Campus Forum Internacional, 2014), PDF. David Carnero, «Reticula Modular: Una forma rápida y elegante de maquetar una revista», Cevagraf Blog, <a href="https://www.cevagraf.coop/blog/reticula-modular-maquetar-indesign/">https://www.cevagraf.coop/blog/reticula-modular-maquetar-indesign/</a> «Márgenes de libros. La distribución de los blancos en un libro impreso», La Imprenta, <a href="https://www.laimprentag.com/margenes-de-libros-la-distribucion-de-los-blancos-en-un-libro-impreso/">https://www.laimprentag.com/margenes-de-libros-la-distribucion-de-los-blancos-en-un-libro-impreso/</a> «Elegir tipo de letra, cuerpo e interlineado para un libro», La Imprenta, <a href="https://www.laimprentag.com/elegir-tipo-de-letra-cuerpo-e-interlineado-para-un-libro/">https://www.laimprentag.com/elegir-tipo-de-letra-cuerpo-e-interlineado-para-un-libro/</a>

## ANEXO NO. 3

---

### Técnicas para desarrollar el concepto creativo

---

## SCAMPER

---

Para aplicar esta técnica se elabora una lista de preguntas que estimulan a pensar de manera diferente acerca del problema, generar ideas y lograr soluciones diferentes. En el acrónimo **SCAMPER** cada palabra corresponde con una acción<sup>82</sup>:

- **Sustituir** (Substitute).
- **Combinar** (Combine).
- **Adaptar** (Adapt).
- **Modificar** (Modify), **Magnificar** (Magnify).
- **Ponerlo en otros usos** (Put to other uses).
- **Eliminar** (Eliminate), **Minimizar** (Minify).
- **Reordenar** (Rearrange), **Invertir** (Reverse).

**Para aplicar la técnica se siguieron los pasos a continuación:**

---

### Paso 1: Definición del problema

---

El público objetivo de la DIFA no identifica ni reconoce a la entidad ni a los materiales producidos por la misma. Las personas que apoyan la elaboración de estos materiales tienen la dificultad de producirlos bajo una guía.

---

### Paso 2: Formulación de las preguntas

---

Utilizando la lista de acciones propuestas por SCAMPER, se formularon y contestaron distintas preguntas. Todas las ideas que fueron surgiendo se anotaron para su filtrado y evaluación posterior.

#### **Sustituir (Substitute):**

**¿Que puedo sustituir/cambiar para reflejar la identidad de la DIFA?**

- ☑ Pasar de tradicional a ser moderno.
- ☑ Innovar en formas, colores, gráficos.
- ☑ Cambiar la visión de la investigación de una actividad larga y complicada a una interesante y provechosa.

---

82. Guadalupe de la Mata. *Tú también puedes ser creativo! [sic]: Herramienta de creatividad SCAMPER*. Innovation for Social Change, 2013. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://innovationforsocialchange.org/tu-tambien-puedes-ser-creativo-herramienta-de-creatividad-scemper/>

### Combinar (Combine):

#### ¿Qué puedo combinar internamente en la institución?

- ☑ La investigación con la arquitectura y el diseño gráfico.

#### ¿Qué puedo combinar con un factor externo?

- ☑ La investigación y el marketing.

#### ¿Qué se puede combinar para multiplicar los posibles usos de los productos de la DIFA?

- ☑ Algo conservador con algo moderno.

### Adaptar (Adapt):

#### ¿Cómo lo puedo adaptar para agregar otra función?

- ☑ Reflejar características de la investigación.

#### ¿Qué más es como la investigación?

- ☑ Los negocios de arquitectura (estudios).
- ☑ Los gobiernos.
- ☑ La enseñanza-aprendizaje.

#### ¿Qué ideas de otros campos diferentes puedo incorporar?

- ☑ El arte
- ☑ El marketing digital
- ☑ Negocios elegantes (joyas)

### Modificar (Modify), Magnificar (Magnify):

#### ¿Qué podemos magnificar, aumentar, ampliar, ensalzar o extender?

- ☑ Formas arquitectónicas
- ☑ Ojos curiosos
- ☑ Lupas
- ☑ Sociedad
- ☑ Edificios famosos
- ☑ Búsqueda de cosas
- ☑ Actividad investigativa
- ☑ Figura-fondo
- ☑ Ley de Gestalt

### Ponerlo en otros usos (Put to other uses):

#### ¿Qué me recuerda la forma y función de la institución?

- ☑ Se asocia con mentes brillantes.
- ☑ Se asocia con tecnología y digitalización.
- ☑ Se parece a un laboratorio.

### Eliminar (Eliminate), Minimizar (Minify):

#### ¿Qué función puede ser minimizada?

- ☑ Para reflejar el nombre de la institución se podría minimizar el uso de iniciales y crear un símbolo para representarlo.

### Reordenar (Rearrange), Invertir (Reverse):

#### ¿Qué otras organizaciones podrían ser mejores?

- ☑ Probar diferentes organizaciones de las iniciales de la DIFA para la creación del logotipo.

---

## Paso 3: Evaluación

---

Se analizaron las ideas más relevantes que surgieron de dichas respuestas y las que más se adecuaron para resolver el problema planteado, entre ellas se encuentran:

**“Cambiar la visión de la investigación de una actividad larga y complicada a una interesante y provechosa”.** Se sabe que la investigación es una actividad que demanda tiempo, incluso algunas personas pueden asociarla con un proceso tedioso o aburrido. Se busca que la DIFA no sea percibida como una institución aburrida u obsoleta, para ello se puede crear una identidad para la institución que refleje dinamismo, modernidad, que cree impacto para atraer la atención del público.

**“Innovar en formas, colores, gráficos”.** El proceso científico y “formal” que conlleva la investigación no es impedimento para que una institución que se dedica a esto, se muestre con una imagen gráfica seria o estrictamente corporativa. Se puede experimentar con formas y colores innovadores sin perder su credibilidad.

Con estas ideas podemos llegar a formular un concepto:

### **“Investigación vanguardista”**

Este concepto se centra en la idea de comunicar la identidad de la DIFA mediante expresiones libres e innovación estética, que teniendo la investigación un proceso científico y formal, no es impedimento para reflejar una imagen moderna y dinámica, atrayendo a su público objetivo.

## DIAGRAMA DE FLOR DE LOTO



---

## FLOR DE LOTO

---

El Diagrama de la Flor de Loto es una herramienta cognitiva-analítica que proporciona un medio visual para registrar la relación entre un concepto central y los subconceptos asociados. Se plantea un problema o tema central y se trabaja hacia afuera, usando círculos cada vez más amplios o “pétalos”. El tema central lleva a ideas que se convierten ellas mismas en temas centrales, y así sucesivamente. Los temas que se van desplegando provocan nuevas ideas y nuevos temas<sup>83</sup>.

**Para aplicar la técnica se siguieron los pasos a continuación:**

---

- **Planteamiento del problema o tema central en el centro del diagrama.**
  - **Se escriben ideas o aplicaciones relacionadas en los círculos alrededor del tema central, del 1 al 8.**
  - **Se usan las ideas escritas en los círculos del 1 al 8 como temas centrales y se vuelven a colocar círculos alrededor de estos, escribiendo 8 nuevas ideas.**
  - **Al completar el diagrama se evaluaron las mejores ideas que hayan surgido de él.**
- 

### Evaluación

---

Se analizaron las ideas generadas y se eligieron las mejores:

**“Elaborar una identidad visual relacionada a la tecnología”.**

**“Uso de figuras geométricas”.**

Con estas ideas se llegó al concepto:

### Tecnología geométrica

El concepto propone crear la identidad visual de la DIFA y todos los materiales producidos por esta entidad, bajo una línea gráfica moderna y tecnológica, haciendo uso de figuras geométricas. Esto con el fin de reflejar a la institución como un ente actual, avanzado y desarrollado, atrayendo a nuevos consumidores y manteniendo la atención de los que ya se tienen.

---

83. Innovaforum. *Flor de Loto (Lotus blossom), técnica de creatividad*. S. f. Recuperado el 08 de septiembre de 2021, <https://www.innovaforum.com/tecnicas-de-creatividad/flor-de-loto-tecnica-de-creatividad/>

---

## LLUVIA DE IDEAS

---

La técnica de la lluvia de ideas se suele utilizar para generar una gran cantidad de ideas que sean útiles para darle una solución creativa a un problema<sup>84</sup>.

**Para aplicar la técnica se siguieron los pasos a continuación:**

---

### Plantear el problema a resolver:

---

El público objetivo de la DIFA no identifica ni reconoce a la entidad ni a los materiales producidos por la misma. Las personas que apoyan la elaboración de estos materiales tienen la dificultad de producirlos bajo una guía.

Se busca plantear una solución a este problema.

---

### Desarrollo de la lluvia de ideas

---

Se anotaron todas las ideas posibles que podrían solucionar el problema planteado:

- Crearle un símbolo a la arquitectura.
- Crearle un símbolo a la investigación.
- Crearle un símbolo al diseño gráfico.
- Combinar la investigación, la arquitectura y el diseño gráfico como uno solo.
- Crear monogramas con las iniciales de la DIFA.
- Crear “mapas” en donde se establezcan guías para la elaboración de materiales.
- Crear una identidad visual con formas geométricas.
- Uso de figuras asimétricas para la creación de la identidad visual.
- Representar a la institución con un escudo.
- Uso de formas sofisticadas.
- Combinar la investigación y la tecnología para representar su identidad.
- Combinar el dinamismo del diseño gráfico con las formas estructuradas de la arquitectura.
- Simbolizar la investigación como una obra de arte.
- Simbolizar la investigación como una proyecto arquitectónico.
- Utilizar figuras amorfas para representar la identidad visual de la institución.

---

84. Wanatop Academy. *¿Cómo hacer un brainstorming? Pasos a seguir*. 2020. Recuperado el 21 de agosto del 2021, <https://wanatopacademy.es/blog/brainstorming/>

---

## Mejora y análisis final

---

Finalmente se evaluaron las ideas generadas y se eligieron las mejores:

**“Simbolizar la investigación como un proyecto arquitectónico”.**

**“Combinar la investigación, la arquitectura y el diseño gráfico como uno solo”.**

Con estas ideas se llegó al concepto:

**“La arquitectura de una investigación”**

El concepto se centra en la idea de componer una investigación como si fuera una obra arquitectónica, es decir, se busca tomar las características de la arquitectura y aplicarlas para “construir” una investigación.

La arquitectura es el arte de idear, diseñar y construir estructuras donde se puedan desenvolver las actividades humanas, y que, a la vez, sean funcionales, perdurables y estéticamente valiosos<sup>85</sup>.

Por tanto se busca aplicar estos principios a la identidad de la DIFA a través del diseño gráfico, el fin sería “construir” a la institución y sus productos como algo que sea estéticamente bello y que esté en armonía con su funcionalidad, que sea útil y perdurable.

---

85. Tecuanhuehue. *Arquitectura*.

# ANEXO NO.4

## Instrumento de validación aplicado a diseñadores gráficos y expertos en el tema:

### Validación de Manual de identidad visual y Manual de criterios editoriales para la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Encontrará una breve serie de preguntas que tienen como objetivo evaluar la funcionalidad, conceptual, gráfica, técnica y estética de la propuesta del Manual de Identidad Visual y el Manual de criterios editoriales que tienen como objetivo otorgarle a los individuos que colaboren con la producción de comunicación visual de la institución, las pautas a seguir para crear unidad y consistencia visual en futuros materiales.

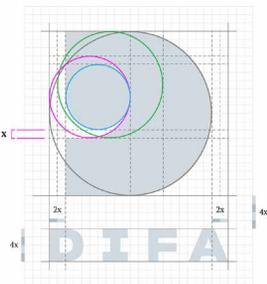
201122401@fanasac.edu.gt (no compartidos)  
Cambiar de cuenta

\*Obligatorio

Breve reseña de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA): Es la unidad encargada de la planificación, organización, dirección y supervisión de las actividades de investigación en el área de arquitectura, diseño gráfico y postgrados, su principal objetivo es desarrollar investigaciones que generen conocimiento y/o brinden soluciones a problemáticas y necesidades de la sociedad guatemalteca.

Propuesta de logo para la DIFA

Trazo geométrico



Propuesta final de logo



1 La estructura del diseño del logo es: \*

- Dinámica
- Simple
- Sofisticada
- Otro: \_\_\_\_\_

2 Los colores aplicados en la propuesta de logo representan: \*

- Estabilidad y armonía
- Elegancia y seriedad
- Frescura y tranquilidad
- Otro: \_\_\_\_\_

3 La propuesta de logo es \*

- Memorable
- Poco memorable
- Medianamente memorable
- Otro: \_\_\_\_\_

4 La tipografía utilizada para el logo es: \*

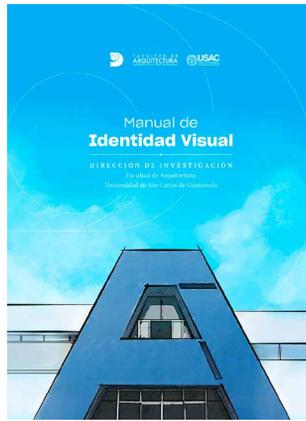
- Legible
- Poco legible
- Otro: \_\_\_\_\_

5 El diseño del logo: \*

- Representa a la institución
- No representa a la institución
- Otro: \_\_\_\_\_

Manual de Identidad Visual

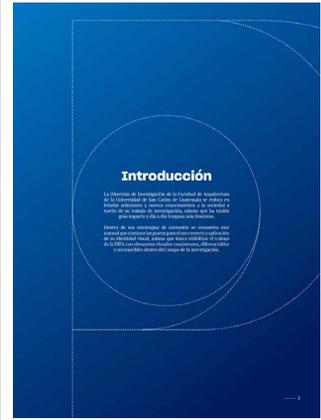
Portada



Página interior



Página interior



Página interior



Página interior



Reticula modular utilizada para diagramar los contenidos:



6 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: \*

- Neutralidad y seriedad
- Amplitud y estabilidad
- Prestigio y orden
- Otro:

7 Las ilustraciones utilizadas reflejan: \*

- Ambientes
- Arquitectura
- Atmosferas
- Otro:

8 El acabado de las ilustraciones refleja: \*

- Imágenes fotográficas
- Bocetos y pintura a mano
- Trazos infantiles
- Otro:

9 El tamaño de letra es: \*

- Legible
- Poco legible
- Otro:

10 La retícula utilizada es: \*

- Estructurada
- Poco estructurada
- Medianamente estructurada
- Otro:

Elementos gráficos de apoyo

En esta propuesta los elementos gráficos de apoyo consisten en la iconografía utilizada:



11 Los elementos gráficos de apoyo utilizados en la propuesta son: \*

- Suficientes
- Medianamente suficientes
- Insuficientes
- Otro:

12 Los elementos gráficos de apoyo utilizados son: \*

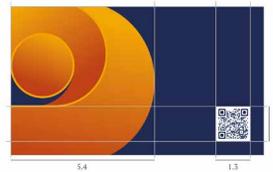
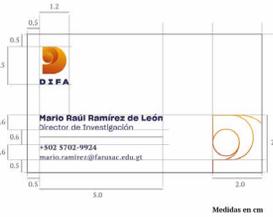
- Acordes a la propuesta gráfica
- Poco acordes a la propuesta
- Otro:

Aplicaciones de la identidad visual en materiales institucionales

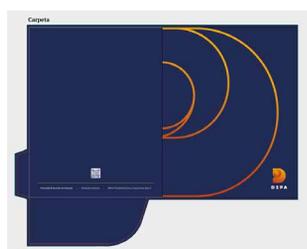
Para la diagramación de los materiales institucionales se tomó como guía los ejes del logo.

Ejemplo de diagramación aplicada a material institucional

Tarjeta de presentación



Otros ejemplos de aplicación



Elemento gráfico de apoyo

En este caso el elemento gráfico de apoyo es el isotipo del logo en diferentes versiones (degradado y/o a trazos):



13 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: \*

- Estabilidad y armonía
- Poca seriedad
- Elegancia y neutralidad
- Otro:

14 La diagramación de las aplicaciones es: \*

- Estructurada
- Poco estructurada
- Otro:

15 El diseño de las aplicaciones: \*

- Representa a la institución
- No representa a la institución
- Otro: \_\_\_\_\_

16 El uso del elemento gráfico de apoyo es: \*

- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente
- Otro: \_\_\_\_\_

17 El tamaño de letra es: \*

- Legible
- Poco legible
- Otro: \_\_\_\_\_

Manual de criterios editoriales

Portada



Página interior



Página interior



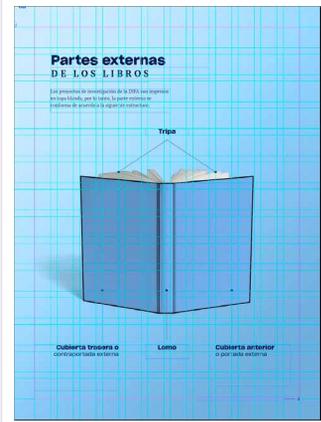
Página interior



Página interior



Reticula modular utilizada para diagramar los contenidos:



18 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: \*

- Calma y seriedad
- Amplitud y estabilidad
- Prestigio y elegancia
- Otro: \_\_\_\_\_

19 Las ilustraciones utilizadas reflejan: \*

- Biblioteca
- Editorial
- Lecturas
- Otro: \_\_\_\_\_

20 El acabado de las ilustraciones refleja: \*

- Imágenes fotográficas
- Bocetos y pintura a mano
- Pintura en acuarela
- Otro: \_\_\_\_\_

21 La tipografía utilizada en las aplicaciones es: \*

- Legible
- Poco legible
- Otro: \_\_\_\_\_

22 La retícula utilizada es: \*

- Estructurada
- Poco estructurada
- Medianamente estructurada
- Otro: \_\_\_\_\_

Otros comentarios que desee agregar:

Tu respuesta

Enviar Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala. [Verificar uso](#)

Google Formularios

## Respuestas de los diseñadores gráficos al instrumento de validación en el segundo nivel de visualización:



**12** Los elementos gráficos de apoyo utilizados son: 5 respuestas [Copiar](#)

Acordes a la propuesta gráfica	100%
Poco acordes a la propuesta	0%

**Aplicaciones de la identidad visual en materiales institucionales**

**Otros ejemplos de aplicación**

**Elemento gráfico de apoyo**

**13** Los colores aplicados en la propuesta reflejan: 5 respuestas [Copiar](#)

Estabilidad y armonía	80%
Poca seriedad	0%
Elegancia y neutralidad	20%

**14** La diagramación de las aplicaciones es: 5 respuestas [Copiar](#)

Estructurada	100%
Poco estructurada	0%

**15** El diseño de las aplicaciones: 5 respuestas [Copiar](#)

Representa a la institución	100%
No representa a la institución	0%

**16** El uso del elemento gráfico de apoyo es: 5 respuestas [Copiar](#)

Suficiente	80%
Medianamente suficiente	20%
Insuficiente	0%

**17** El tamaño de letra es: 5 respuestas [Copiar](#)

Legible	100%
Poco legible	0%

**Manual de criterios editoriales**

**18** Los colores aplicados en la propuesta reflejan: 5 respuestas [Copiar](#)

Calm y seriedad	60%
Amplitud y estabilidad	20%
Prestigio y elegancia	20%

**19** Las ilustraciones utilizadas reflejan: 5 respuestas [Copiar](#)

Biblioteca	0%
Editorial	100%
Lecturas	0%

**20** El acabado de las ilustraciones refleja: 5 respuestas [Copiar](#)

Indigenes fotograficas	20%
Bocetos y pintura a mano	80%
Pintura en acuarela	0%

**21** La tipografía utilizada en las aplicaciones es: 5 respuestas [Copiar](#)

Legible	100%
Poco legible	0%

**22** La retícula utilizada es: 5 respuestas [Copiar](#)

Estructurada	100%
Poco estructurada	0%
Medianamente estructurada	0%

Otros comentarios que dese agregar:  
1 respuesta

Propuesta moderna, visualmente muy atractiva.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

**Respuestas de los expertos en el tema al instrumento de validación en el segundo nivel de visualización:**

**Validación de Manual de identidad visual y Manual de criterios editoriales para la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala**  
2 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

**Breve reseña de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA):**

**Propuesta de logo para la DIFA**

1 La estructura del diseño del logo es: 2 respuestas [Copiar](#)

Dinámica	0%
Simple	100%
Sofisticada	0%

2 Los colores aplicados en la propuesta de logo representan: 2 respuestas [Copiar](#)

Estabilidad y armonía	100%
Elegancia y seriedad	0%
Frescura y tranquilidad	0%

3 La propuesta de logo es 2 respuestas [Copiar](#)

Memorable	0%
Poco memorable	0%
Mediamente memorable	100%

4 El tipo de letra utilizado para el logo es: 2 respuestas [Copiar](#)

Legible	100%
Poco legible	0%

5 El diseño del logo: 2 respuestas [Copiar](#)

Representa a la institución	100%
No representa a la institución	0%

**Manual de Identidad Visual**

6 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: 2 respuestas [Copiar](#)

Neutralidad y seriedad	50%
Amplitud y estabilidad	50%
Prestigio y orden	0%

7 Las ilustraciones utilizadas reflejan: 2 respuestas [Copiar](#)

Ambientes	50%
Arquitectura	50%
Atmósferas	0%

8 El acabado de las ilustraciones refleja: 2 respuestas [Copiar](#)

Imágenes fotográficas	0%
Bocetos y pintura a mano	100%
Trazos infantiles	0%

9 El tamaño de letra es: 2 respuestas [Copiar](#)

Legible	100%
Poco legible	0%

10 La retícula utilizada es (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos): 2 respuestas [Copiar](#)

Estructurada	50%
Poco estructurada	0%
Mediamente estructurada	50%

**Elementos gráficos de apoyo**

11 Los elementos gráficos de apoyo utilizados en la propuesta son: 2 respuestas [Copiar](#)

Suficientes	50%
Mediamente suficientes	50%
Insuficientes	0%

12 Los elementos gráficos de apoyo utilizados son: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Acordes a la propuesta gráfica
- Poco acordes a la propuesta

Aplicaciones de la identidad visual en materiales institucionales

Otros ejemplos de aplicación

Elemento gráfico de apoyo

13 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Estabilidad y armonía
- Poca seriedad
- Elegancia y neutralidad

14 La diagramación de las aplicaciones es: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Estructurada
- Poco estructurada

15 El diseño de las aplicaciones: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Representa a la institución
- No representa a la institución

16 El uso del elemento gráfico de apoyo es: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

17 El tamaño de letra es: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Legible
- Poco legible

Manual de criterios editoriales

18 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Calma y seriedad
- Amplitud y estabilidad
- Prestigio y elegancia

19 Las ilustraciones utilizadas reflejan: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Biblioteca
- Editorial
- Lecturas

20 El acabado de las ilustraciones refleja: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Imágenes fotográficas
- Bocetos y pintura a mano
- Pintura en acuarela

21 El tipo de letra utilizada en las aplicaciones es: [Copiar](#)  
2 respuestas

- Legible
- Poco legible

22 La retícula utilizada es (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos): [Copiar](#)  
2 respuestas

- Estructurada
- Poco estructurada
- Medianamente estructurada

Otros comentarios que desee agregar:  
0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) · [Términos del Servicio](#) · [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

# ANEXO NO.5

Instrumento de validación aplicado a personas del grupo objetivo:

## Validación de Manual de identidad visual y Manual de criterios editoriales para la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Encontrará una breve serie de preguntas que tienen como objetivo evaluar la funcionalidad, conceptual, gráfica, técnica y estética de la propuesta del Manual de Identidad Visual y el Manual de criterios editoriales que tienen como objetivo otorgarle a los individuos que colaboren con la producción de comunicación visual de la institución, las pautas a seguir para crear unidad y consistencia visual en futuros materiales.

201122401@fanasac.edu.gt (no compartidos)

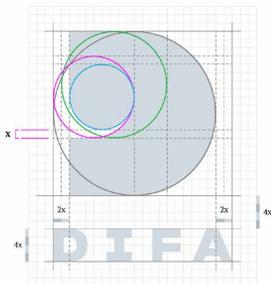
Cambiar de cuenta

\*Obligatorio

Breve reseña de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA):  
Es la unidad encargada de la planificación, organización, dirección y supervisión de las actividades de investigación en el área de arquitectura, diseño gráfico y postgrados, su principal objetivo es desarrollar investigaciones que generen conocimiento y/o brinden soluciones a problemáticas o necesidades de la sociedad guatemalteca.

Propuesta de logo para la DIFA

Trazo geométrico



Propuesta final de logo



La estructura del diseño del logo es: \*

- Dinámica
- Simple
- Sofisticada
- Otro:

Los colores aplicados en la propuesta de logo representan: \*

- Estabilidad y armonía
- Elegancia y seriedad
- Frescura y tranquilidad
- Otro:

3

La propuesta de logo es \*

- Memorable
- Poco memorable
- Medianamente memorable
- Otro:

4

El tipo de letra utilizado para el logo es: \*

- Legible
- Poco legible
- Otro:

5

El diseño del logo \*

- Representa a la institución
- No representa a la institución
- Otro:

Manual de Identidad Visual

Portada



Página interior

### Paleta de color

La paleta de color surge de los valores cromáticos y tonales identificados principalmente por la Facultad de Arquitectura, representando cada identidad. La paleta de color respalda que los colores de azul, y del amarillo y verde presentados a continuación.

<b>Degradé</b> Azul cielo - azul marino  Los colores representan la identidad, el ambiente, la seriedad y la armonía.  <b>Azul cielo</b> Pantone 1916 C CMYK: 100, 100, 0, 0 RGB: 135, 246, 255 HEX: #87CEEB	<b>Degradé</b> Amarillo - ocre  Los colores representan la alegría y la luz, los valores de compromiso, la identidad y la armonía.  <b>Amarillo</b> Pantone 124 C CMYK: 0, 100, 100, 0 RGB: 255, 255, 0 HEX: #FFD700
<b>Azul marino</b> Pantone 2714 C CMYK: 100, 100, 20, 10 RGB: 0, 0, 128 HEX: #000080	<b>Ocre</b> Pantone 7595 C CMYK: 100, 100, 0, 0 RGB: 255, 165, 0 HEX: #FFA500

Página interior



Página interior



Página interior



Reticula modular utilizada para diagramar los contenidos (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos):



6

Los colores aplicados en la propuesta reflejan: \*

- Neutralidad y seriedad
- Amplitud y estabilidad
- Prestigio y orden
- Otro: \_\_\_\_\_

7

Las ilustraciones utilizadas reflejan: \*

- Ambientes
- Arquitectura
- Atmosferas
- Otro: \_\_\_\_\_

8

El acabado de las ilustraciones refleja: \*

- Imágenes fotográficas
- Bocetos y pintura a mano
- Trazos infantiles
- Otro: \_\_\_\_\_

9

El tamaño de letra es: \*

- Legible
- Poco legible
- Otro: \_\_\_\_\_

10

La retícula utilizada es (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos): \*

- Estructurada
- Poco estructurada
- Medianamente estructurada
- Otro: \_\_\_\_\_

Elementos gráficos de apoyo

En esta propuesta los elementos gráficos de apoyo consisten en la iconografía utilizada:



11

Los elementos gráficos de apoyo utilizados en la propuesta son: \*

- Suficientes
- Medianamente suficientes
- Insuficientes
- Otro: \_\_\_\_\_

12

Los elementos gráficos de apoyo utilizados son: \*

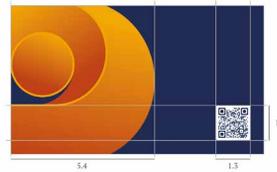
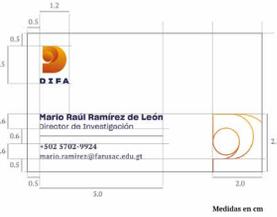
- Acordes a la propuesta gráfica
- Poco acordes a la propuesta
- Otro: \_\_\_\_\_

Aplicaciones de la identidad visual en materiales institucionales

Para la diagramación de los materiales institucionales se tomó como guía los ejes del logo.

Ejemplo de diagramación aplicada a material institucional

Tarjeta de presentación

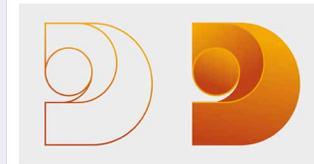


Otros ejemplos de aplicación



Elemento gráfico de apoyo

En esta caso el elemento gráfico de apoyo es el isotipo (símbolo gráfico) del logo en diferentes versiones (segradó y/o a trazo):



13

Los colores aplicados en la propuesta reflejan: \*

- Estabilidad y armonía
- Poca seriedad
- Elegancia y neutralidad
- Otro: \_\_\_\_\_

14

La diagramación de las aplicaciones es: \*

- Estructurada
- Poco estructurada
- Otro: \_\_\_\_\_

15 El diseño de las aplicaciones: \*

- Representa a la institución
- No representa a la institución
- Otro: \_\_\_\_\_

16 El uso del elemento gráfico de apoyo es: \*

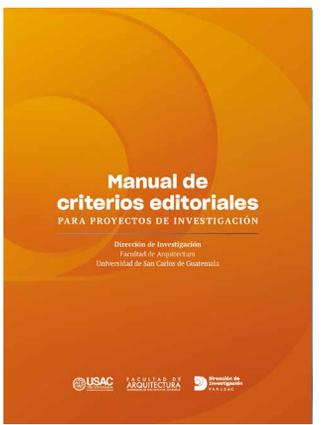
- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente
- Otro: \_\_\_\_\_

17 El tamaño de letra es: \*

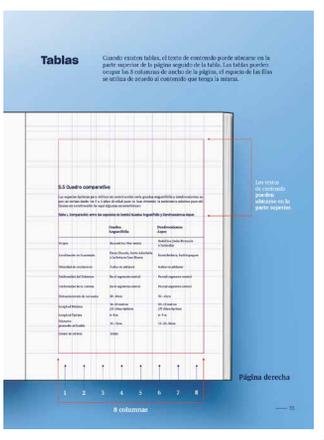
- Legible
- Poco legible
- Otro: \_\_\_\_\_

Manual de criterios editoriales

Portada



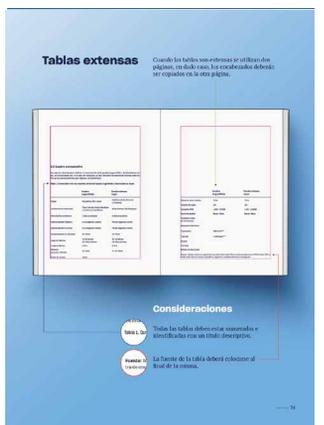
Página interior



Página interior



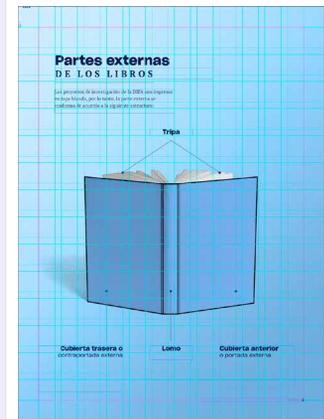
Página interior



Página interior



Reticula modular utilizada para diagramar los contenidos (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos):



18 Los colores aplicados en la propuesta reflejan: \*

- Calma y seriedad
- Amplitud y estabilidad
- Prestigio y elegancia
- Otro: \_\_\_\_\_

19 Las ilustraciones utilizadas reflejan: \*

- Biblioteca
- Editorial
- Lecturas
- Otro: \_\_\_\_\_

20 El acabado de las ilustraciones refleja: \*

- Imágenes fotográficas
- Bocetos y pintura a mano
- Pintura en acuarela
- Otro: \_\_\_\_\_

21 El tipo de letra utilizada en las aplicaciones es: \*

- Legible
- Poco legible
- Otro: \_\_\_\_\_

22 La retícula utilizada es (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos):

- Estructurada
- Poco estructurada
- Medianamente estructurada
- Otro: \_\_\_\_\_

Otros comentarios que desee agregar:

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala. [Ver más](#)

Google Formularios

## Respuestas del grupo objetivo al instrumento de validación en el tercer nivel de visualización:

**Validación de Manual de identidad visual y Manual de criterios editoriales para la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala**  
18 respuestas  
[Publicar datos de análisis](#)

**Breve reseña de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura (DIFA):**

**Propuesta de logo para la DIFA**

**1** La estructura del diseño del logo es: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Dinámica	66.7%
Simple	16.7%
Sofisticada	11.1%
indefinido	5.5%

**2** Los colores aplicados en la propuesta de logo representan: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Estabilidad y armonía	55.6%
Elegancia y seriedad	22.2%
Frescura y tranquilidad	16.7%
un color que no representa o no tiene ningún vínculo con la Facultad de Arquitectura.	5.5%

**3** La propuesta de logo es 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Memorable	61.1%
Poco memorable	22.2%
Medianamente memorable	11.1%
En sí misma sí, pero lo que representada no se encuentra muy bien definido.	5.5%

**4** El tipo de letra utilizado para el logo es: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Legible	88.9%
Poco legible	5.5%
No guarda armonía con la figura.	5.5%
Falta impacto y modernidad	1.1%

**5** El diseño del logo: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Representa a la institución	77.8%
No representa a la institución	16.7%
Debe de replantearse.	5.5%

**Manual de Identidad Visual**

**6** Los colores aplicados en la propuesta reflejan: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Neutralidad y seriedad	50%
Amplitud y estabilidad	33.3%
Prestigio y orden	11.1%
Ambigüedad porque el color no representa a la Facultad	5.5%

**7** Las ilustraciones utilizadas reflejan: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Ambientes	55.6%
Arquitectura	27.8%
Atmósferas	16.7%

**8** El acabado de las ilustraciones refleja: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Imágenes fotográficas	83.3%
Bocetos y pintura a mano	16.7%
Trazos infantiles	0%

**9** El tamaño de letra es: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Legible	88.9%
Poco legible	11.1%

**10** La retícula utilizada es (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos): 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Estructurada	72.2%
Poco estructurada	22.2%
Medianamente estructurada	5.5%

**Elementos gráficos de apoyo**

**11** Los elementos gráficos de apoyo utilizados en la propuesta son: 18 respuestas [Copiar](#)

Categoría	Porcentaje
Suficientes	83.3%
Medianamente suficientes	11.1%
Insuficientes	5.5%

**12** Los elementos gráficos de apoyo utilizados son: 18 respuestas [Copiar](#)

- Acordes a la propuesta gráfica
- Poco acordes a la propuesta

Aplicaciones de la identidad visual en materiales institucionales

Otros ejemplos de aplicación

Elemento gráfico de apoyo

**13** Los colores aplicados en la propuesta reflejan: 18 respuestas [Copiar](#)

- Estabilidad y armonía
- Poca seriedad
- Elegancia y neutralidad
- Frescura, algo diferente
- El logo no se encuentra acorde a una dirección de investigación

**14** La diagramación de las aplicaciones es: 18 respuestas [Copiar](#)

- Estructurada
- Poco estructurada
- Es muy poco preciso el logo

**15** El diseño de las aplicaciones: 18 respuestas [Copiar](#)

- Representa a la institución
- No representa a la institución
- Algunos.

**16** El uso del elemento gráfico de apoyo es: 18 respuestas [Copiar](#)

- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente
- Muy poco representativo

**17** El tamaño de letra es: 18 respuestas [Copiar](#)

- Legible
- Poco legible

**Manual de criterios editoriales**

**18** Los colores aplicados en la propuesta reflejan: 18 respuestas [Copiar](#)

- Calm y seriedad
- Amplitud y estabilidad
- Prestigio y elegancia

**19** Las ilustraciones utilizadas reflejan: 18 respuestas [Copiar](#)

- Biblioteca
- Editorial
- Lecturas

**20** El acabado de las ilustraciones refleja: 18 respuestas [Copiar](#)

- Imágenes fotográficas
- Bocetos y pintura a mano
- Pintura en acuarela
- Sobriedad.

**21** El tipo de letra utilizada en las aplicaciones es: 18 respuestas [Copiar](#)

- Legible
- Poco legible
- El tamaño puede ser ligeramente más grande en los cuerpos de texto

**22** La retícula utilizada es (líneas guía que conforman módulos para diagramar los elementos): 18 respuestas [Copiar](#)

- Estructurada
- Poco estructurada
- Medianamente estructurada

Otros comentarios que desee agregar: 9 respuestas

n/a

A mi parecer, hace falta una versión del logo en horizontal. Esto para que "combine" con los logos de la facultad y la universidad, los cuales se utilizan muchas veces en su versión horizontal.

Buen trabajo 🌟

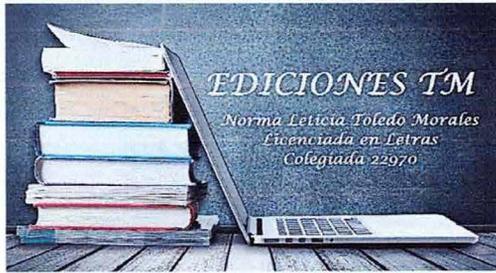
Excelente

La armonía entre distintas familias tipográficas es excelente

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) · [Términos del Servicio](#) · [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





Guatemala, 23 de mayo 2024

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

Estimado señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación de la estudiante, **Julia Sofia Barillas Marroquín**, carnet **201122401** de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Manual de identidad visual y manual de criterios editoriales para las publicaciones de investigación de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

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

  
Norma Leticia Toledo Morales  
Licenciada en Letras  
Colegiada 22970

Norma Leticia Toledo Morales

Licenciada en Letras

[nortolmo2@gmail.com](mailto:nortolmo2@gmail.com)

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408



***“Manual de identidad visual y manual de criterios editoriales para las publicaciones de investigación de la Dirección de Investigación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



*Julia Sofía Barillas Marroquin*

Asesorado por:



*MSc. Erika Grajeda Galdinez*



*Lcda. Cindy Gabriela Ruano Palencia*



*Dr. Arq. Mario Raúl Ramírez de León*

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



*Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini*

**Decano**





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

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**Dirección de  
Investigación**  
FARUSAC