

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico



**Diseño de identidad visual y manual de
marca para lograr un mejor posicionamiento
institucional de la Dirección General
de Educación Bilingüe Intercultural del
Ministerio de Educación de Guatemala**

Proyecto presentado por: Jesús Alberto Pirir Raxón
Previo a optar al Título de: Licenciado en Diseño Gráfico

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico



**Diseño de identidad visual y manual de
marca para lograr un mejor posicionamiento
institucional de la Dirección General
de Educación Bilingüe Intercultural del
Ministerio de Educación de Guatemala**

Proyecto presentado por: **Jesús Alberto Pirir Raxón**

Previo a optar al Título de: **Licenciado en Diseño Gráfico**

Guatemala, Octubre de 2025.

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





JUNTA DIRECTIVA

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. Lcda Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guarda Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Lic. Gustavo Jurado
Asesor Metodológico

Lcda. Carolina Aguilar
Asesora Gráfica

M.A. Lucky Martínez
Tercer Asesora

AGRADECIMIENTOS

A Dios, sobre todas las cosas por la bendición de culminar un proceso de aprendizaje más.

A mis padres, por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, pero sobre todo de la carrera. Esto es una pequeña retribución por todo su sacrificio y amor.

A mis amigos, por ayudarme y acompañarme en este camino, en especial a Heidy, Sofia, Karla, Pablo, Gabriela, Mildred, Cristina y Tania.

A Pablo Zeceña, por compartir su conocimiento y experiencia durante el proceso de asesoramiento. Sin él este proyecto no hubiera sido posible.

A la Tricentenaria Universidad San Carlos de Guatemala, por ser mi alma mater y haberme abierto las puertas del conocimiento.

A la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural, por haber confiado en mí, en especial a la licenciada Lucky Martínez y licenciada Lisbeth Son.

ÍNDICE

01 *Pág. 15*

Introducción

- Antecedentes *Pág. 17*
- Definición y delimitación del problema *Pág. 18*
- Justificación del proyecto *Pág. 20*
 - Trascendencia del proyecto
 - Incidencia en el diseño gráfico
 - Factibilidad del proyecto
- Objetivos del proyecto *Pág. 21*
 - General
 - Específicos

02 *Pág. 23*

Perfiles

- Perfil de la organización *Pág. 26*
- Perfil del grupo objetivo *Pág. 31*

03

Pág. 35

Planificación Operativa

- Flujograma del proceso *Pág. 36*
- Cronograma de trabajo *Pág. 38*
- Previsión de recursos y costos *Pág. 40*

05

Pág. 61

Definición Creativa

- Brief *Pág. 63*
- Referentes visuales *Pág. 66*
- Estrategia de la pieza de diseño *Pág. 72*
- Insight *Pág. 74*
- Concepto creativo *Pág. 76*

07

Pág. 145

Síntesis del proceso

- Conclusiones *Pág. 147*
- Recomendaciones *Pág. 148*
- Lecciones aprendidas *Pág. 149*
- Referencias *Pág. 153*
- Anexos *Pág. 157*

04

Pág. 43

Marco Teórico

- Dimensión social *Pág. 45*
- Comunicación visual: la importancia del diseño gráfico *Pág. 54*
- Identidad visual institucional apropiada para una comunicación efectiva *Pág. 57*

06

Pág. 81

Producción Gráfica

- Nivel de visualización 1 *Pág. 83*
- Nivel de visualización 2 *Pág. 92*
- Nivel de visualización 3 *Pág. 100*
- Propuesta final *Pág. 108*
- Justificación técnica *Pág. 133*
- Lineamientos para la puesta en práctica *Pág. 139*
- Presupuesto *Pág. 141*

PRESENTACIÓN

La Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural es la dependencia sustantiva del Ministerio de Educación responsable de establecer y diseñar estrategias para hacer operativo el proceso de la educación multicultural bilingüe e intercultural del Sistema Educativo Nacional.

El presente informe contiene el estudio y producción gráfica del proyecto denominado “diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala”.

Para la realización de este proyecto se hizo uso de la Guía Metodológica para Proyecto de Graduación de la Escuela de Diseño Gráfico, la cual exige que el diseñador como primer paso realice un protocolo en el cual se identifica el problema, se plantea los objetivos y se hace un perfil del grupo objetivo.

En el primer capítulo el lector podrá encontrar los antecedentes de la institución, se define y delimita el problema de comunicación visual, se justifica el proyecto mediante la trascendencia, incidencia y factibilidad, finalmente se plantea los objetivos. En el capítulo dos se presenta un perfil tanto de la institución como del grupo objetivo al que está dirigido el proyecto. En el capítulo tres se realiza una Planeación Operativa que consta de un flujograma, un cronograma de trabajo y una previsión de recursos y costos.

En el capítulo cuatro se presenta el Marco teórico cuyo fundamento sirve para toma de decisiones dentro del proyecto. El capítulo cinco se identifica como la Definición creativa, en este se aborda el brief, los referentes visuales, la estrategia de la pieza de diseño, se identifica y define el insight y concepto creativo.

En el capítulo seis se encuentra la Producción gráfica dentro de este se ubica el nivel de

visualización uno el cual consta de un bocetaje inicial y autoevaluación, nivel de visualización dos que consta de un bocetaje digital avanzado y validación con expertos del diseño gráfico y nivel de visualización tres que consta de una propuesta preliminar y validación con cliente y grupo objetivo. Finalmente, se incluye la propuesta final, la justificación técnica, los lineamientos para la puesta en práctica y el presupuesto final del proyecto. Por último, el capítulo siete consta de la conclusión, recomendaciones, lecciones aprendidas y anexos del proyecto.

Esperando que el proyecto sea de utilidad y beneficio no solo para la institución a la cual fue destinado el proyecto, sino para el lector, se deja a disposición este proyecto para que se conozca el trabajo realizado y los resultados obtenidos.



CAPÍTULO 1 —

INTRODUCCIÓN





ANTECEDENTES

A continuación, se da a conocer el origen del problema de comunicación visual identificado en la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural.

En los años 60 en Guatemala, la pobreza, desequilibrio de clases en la sociedad, la política, la falta de democracia e injusticia con los habitantes provocó un Conflicto Armado Interno que duró 36 años. En 1996 se da fin a esa época con la firma de los Acuerdos de la Paz. Por el lado de la educación, en el apartado de idiomas de este documento dice: “Promover el uso de todos los idiomas indígenas en el sistema educativo, a fin de permitir que los niños puedan leer y escribir en su propio idioma o en el idioma que más comúnmente se hable en la comunidad a la que pertenezcan(...)”¹

Años después, en 2009 se revive el tema con la creación del Modelo EBI (Educación Bilingüe Intercultural).

Una dirección clave para el desarrollo del Modelo EBI, es la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural –DIGEBI–,

la cual cuenta con las facilidades de un departamento de “diseño y diagramación” y el equipo pertinente para desarrollar los materiales, sin embargo, no existe personal suficiente dedicado hacia este departamento.

Esto genera una deficiencia en su comunicación con el grupo objetivo, pues para solventar la falta de personal hace uso del departamento de “participación de la comunidad educativa” que se conforma con personas que desconocen sobre conceptos de comunicación visual. Ahora bien, la imagen gráfica de la institución existe aproximadamente desde los años 90, la cual fue creada con el fin de identificar a la institución, sin embargo, esta presenta ciertas debilidades que no se han solventado, como la falta de normas gráficas para los materiales que se realizan, además desde el punto de vista visual, el logotipo actual de la DIGEBI se ve desactualizado, principalmente por la privación de un equipo de diseño encargado del mismo, por lo que genera cierta indiferencia hacia el grupo objetivo.

¹ Acuerdos de Paz (México, D.F.: Acuerdos sobre identidad y derechos de los pueblos indígenas, 31 de marzo de 1995), página 258, acceso 1 de junio de 2020.



CONTEXTOS DEL PROBLEMA

Social y Cultural

La educación es un tema que dentro de la sociedad guatemalteca está desatendido, debido a la desinformación y el poco interés que se genera por el mismo. En general dentro de los sistemas educacionales no se promueve correctamente un espacio dentro del cual se hable sobre la importancia de la Educación Bilingüe en idiomas nacionales, debido al racismo que se ha arraigado dentro de la sociedad, llegando al punto que las mismas etnias mayas, xinka y garífuna rechazan sus raíces.

La institución cuenta con materiales, capacitaciones y programas educativos que abarcan desde preprimaria, primaria hasta educación media, sin embargo, una gran parte de los catedráticos rechazan el material debido a la poca confianza que se tiene del mismo.²

Económico y Político

Según el análisis del presupuesto para el sector educativo en 2019 el presupuesto fue de 16 mil 762 millones de quetzales, representando

tan solo el 2.9% del PIB, por lo cual no se pudo cubrir de la mejor manera todos los servicios a nivel nacional.³ Es de conocimiento general que los centros educativos cuentan con grandes necesidades tanto de infraestructura como de materiales educativos.

La Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural como institución inquiera que se logre comunicar que la educación en su idioma materno no debe ser rechazada y que puede y debe ser accesible para todos.

Institucional

La institución cuenta con un departamento de materiales educativos, el cual dispone de una plaza vacante en “diseño y diagramación”, sin embargo, este puesto no es cubierto. Por lo mismo, carece de un sistema de estrategias de comunicación eficaz. Cuentan con una imagen visual, no obstante, la desactualización de esta ocasiona una apariencia descuidada en la misma.

² Lisbeth Son, entrevista por Jesús Pirir, 11 de marzo de 2019, Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-.

³ La Hora, <<Presupuesto 2020: Mineduc solicita Q1 mil millones más>>, Acceso 20 de junio de 2020, <https://lahora.gt/presupuesto-2020-mineduc-solicita-q1-mil-millones-mas/>



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En este apartado se da a conocer una descripción concreta del problema de comunicación visual identificado en la institución.

La Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- es la encargada de propiciar acciones para la aplicación del currículo nacional base en el proceso de enseñanza-aprendizaje de idiomas mayas para los niños y niñas indígenas. Cuenta con más de 20 años de presencia en el país, sin embargo, hay una buena parte del personal docente de los centros educativos que pertenecen al sector público, que desconocen su existencia. Esto debido a la falta de una identidad visual que diferencie e identifique a esta de las demás Direcciones que funcionan en el sector, además de limitar el conocimiento acerca de la importancia que tiene la preservación del multilingüismo en Guatemala.

La institución no cuenta con personal que se dedique a la realización e

implementación de normas gráficas que ayuden a la comunicación efectiva, provocando que el grupo objetivo no comprenda los mensajes y en ocasiones desvalorice el material proporcionado.

Tanto los docentes de los centros educativos como los padres de familia y alumnos necesitan conocer la importancia de la implementación de los materiales que proporciona la DIGEBI, pero para esto deben conocer de forma primaria a la institución y su causa de acción, la cual va dirigida hacia la búsqueda de promoción y preservación de la práctica de idiomas mayas y el enriquecimiento de la diversidad cultural. Esto para dar credibilidad a los contenidos que la institución presenta en los documentos impresos y plataformas digitales y radiales. Para lo cual es necesario establecer una línea gráfica sólida que vincule a la institución con su esencia.



JUSTIFICACIÓN

En esta parte se da a conocer los diferentes factores que se consideran como oportunidades para la implementación del proyecto propuesto.

Trascendencia

La creación de una identidad visual sólida y un manual de lineamientos gráficos para la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-, permitirá una unidad en cada una de las piezas y aplicaciones que se implementen para el uso tanto institucional como del personal docente de cada uno de los centros educativos que pertenecen al sector público. Lo cual influirá en una mejor identificación de la institución.

Incidencia

El proyecto busca aportar una identidad gráfica a la institución que ha pasado desapercibida dentro de la sociedad, principalmente por la desactualización, pues desde hace ya más de 20 años que no se actualiza su imagen, la intervención del diseño gráfico aporta un desarrollo mediante

la aplicación de una unidad gráfica dentro del material de la DIGEBI el cual favorecerá a que los docentes que apoyan la EBI acepten y se fidelicen del material impreso.

Factibilidad

La voluntad política de DIGEBI para llevar a cabo la realización del proyecto en su departamento de Participación de la Comunidad Educativa.

Además de la disponibilidad de la misma para brindar toda la información y antecedentes necesarios para la identificación del problema y la realización de cada una de las piezas que conforman el proyecto.

Así también se considera como un elemento que suma a la factibilidad el hecho que la institución ya cuenta con los canales pertinentes de comunicación: medios digitales, radiales e impresos, para la divulgación y promoción de los materiales.



OBJETIVOS

En esta parte se da a conocer el objetivo general y los específicos que guiará las acciones del proyecto.

Objetivo General

Contribuir con la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- en la construcción de elementos visuales que le permita un mejor reconocimiento por parte del personal docente de los centros educativos del sector público, mediante la creación de una identidad visual y un manual de lineamientos gráficos.

Objetivos Específicos De Comunicación Visual

Facilitar la identificación gráfica de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- mediante el desarrollo de un manual de marca que oriente el diseño de piezas gráficas de la institución para evidenciar su labor social, institucional y educativa.

De Diseño

Diseñar un manual de normas gráficas que reúna los requisitos para un manejo óptimo de los materiales que se implementan dentro de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- a partir del uso de elementos gráficos que centralicen las características esenciales que evidencia las acciones que realiza la institución y ayuden a reforzar la comunicación efectiva.





CAPÍTULO 2 —

PERFILES





CARACTERÍSTICAS DEL TIPO DE INDUSTRIA

Guatemala tiene una tasa de alfabetización de 80.5%, con lo cual se ubica como uno de los países con mayor analfabetismo en América Latina.

Esto es consecuencia de un lento proceso de ampliación de la cobertura educativa en la última mitad del siglo XX y es todavía una tarea pendiente en la primera década del siglo XXI. Un factor que puede explicar esta lenta mejora de las cifras es el poco apoyo que recibe la educación: para 2019 se destinó apenas 2.9% del Producto Interno Bruto. Haciendo una comparación con los países de Latinoamérica, Guatemala es el país que menos invierte en educación con relación al PIB; el Salvador invierte 3.4%, Honduras 5.9, Costa Rica 7.6. Con esa realidad, poco se logra cambiar la situación del país. La UNESCO recomienda que la inversión en la educación debe ser de por lo menos el 7 por ciento.⁴

Teniendo un panorama educativo donde aún es necesario ampliar la cobertura y trabajar por la calidad y la equidad en educación, llama la atención que el presupuesto de

educación es el más alto dentro del Presupuesto de Ingresos y Egresos del Estado; eso hace ver la necesidad urgente de una reforma fiscal, que permita que el Estado en su conjunto pueda contar con más recursos para invertirlos en los temas sustantivos que el país necesita para su desarrollo.

El proceso educativo formal guatemalteco está conformado por diferentes ciclos educativos: la preprimaria, que atiende a la población de 5 a 6 años; la primaria, destinada a la población de 7 a 12 años; el nivel básico para adolescentes de 13 a 15 años y el nivel diversificado, de 16 a 18 años.

Otro dato importante del sistema educativo guatemalteco es que los niños que estudian preprimaria y primaria están, en su mayoría, en escuelas públicas, pero en los niveles básico y diversificado la mayoría de la matrícula se encuentra en

instituciones privadas, debido a la poca cobertura que existe en estos niveles en la esfera pública. La educación primaria ha tenido gran impulso en las últimas décadas en Guatemala, ya que es en este nivel donde se dio énfasis a la cobertura. Pero esta cobertura es específicamente de primer grado, y va disminuyendo a medida que se avanza en los grados superiores. Otro aspecto importante es que la Tasa Bruta en primaria supera en 20% a la Tasa Neta, lo que implica que, de cada cinco estudiantes en primaria, uno está a destiempo respecto de su edad. Este fenómeno es más agudo en el nivel básico (40%) o incluso en el nivel diversificado (33%). Pese a lo anterior, estos datos hacen creer que las nuevas generaciones no sufrirán del analfabetismo presente en las generaciones adultas. Sin embargo, las estadísticas también señalan que solamente 40% de los adolescentes pasan de la primaria a básicos.⁵

⁴ La Hora, <<Presupuesto 2020: Mineduc solicita Q1 mil millones más>>, Acceso 20 de junio de 2020, <https://lahora.gt/presupuesto-2020-mineduc-solicita-q1-mil-millones-mas/>

⁵ Distintas Latitudes, <<La educación en Guatemala: algunos datos para describir su situación>>, Acceso 1 de junio de 2020, <https://distintaslatitudes.net/la-educacion-en-guatemala-algunos-datos-para-describir-su-situacion>



Perfiles

PERFIL DEL CLIENTE

Nombre: Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-
Enfoque/Industria: Educación.
Dirección: 6a. calle 1-87, zona 10
Edificio 2, 4to Nivel Ala Norte
Teléfono: 2323-1573

Reseña histórica

La educación bilingüe en Guatemala viene desarrollándose desde los años 60 como un enfoque alternativo de aprendizaje para los niños y niñas indígenas hablantes del idioma maya ixil inicialmente, extendiéndose más tarde a los idiomas k'iche', kaqchikel, q'eqchi' y mam,

En la década de los 80, se crea el Programa Nacional de Educación Bilingüe Bicultural -PRONEBI- y a partir de 1995, el Programa PRONEBI, adquiere la categoría de Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural DIGEBI a través del Acuerdo Gubernativo No. 726-95, del 21 de diciembre de 1,995.

Así pues, la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural es la dependencia sustantiva del Ministerio de Educación responsable

de establecer y diseñar estrategias para hacer operativo el proceso de la educación multicultural bilingüe e intercultural del Sistema Educativo Nacional, para los pueblos garífuna, ladino, maya y xinka y otros grupos socioculturales del país.

Su filosofía se sustenta en la coexistencia de varias culturas e idiomas en el país, y se orienta a fortalecer la unidad en la diversidad.

La DIGEBI tiene como objetivo esencial diseñar y hacer operativo el proceso de la educación bilingüe intercultural, las políticas curriculares de atención a la diversidad personal, social, cultural y lingüística en los distintos niveles y modalidades del sistema educativo nacional. ⁶

Visión

Lograr una nueva identidad guatemalteca como una nación multiétnica, pluricultural, multilingüe, democrática y participativa.

Misión

Desarrollar en las niñas y niños Mayas, Garífunas y Xinkas una educación bilingüe multicultural e intercultural,

con competencias lingüísticas, culturales, tecnológicas y científicas.

Valores

Respeto, cultura, solidaridad, convivencia.

Objetivos

- Responder a las características, necesidades y aspiraciones de la población escolar de los pueblos mayas, garífuna, Xinka y Ladino.
- Conocer, rescatar, respetar promover las cualidades morales, espirituales y éticas de los pueblos guatemaltecos.
- Formar una actitud crítica, responsable y de conciencia social, en cada alumno para afrontar y resolver los problemas atinentes a su comunidad y vida personal.

⁶ Ministerio de Educación, <<Dirección General de Educación bilingüe Intercultural>>, acceso 8 de junio de 2020, <http://www.mineduc.gob.gt/DIGEBI/>



Servicios

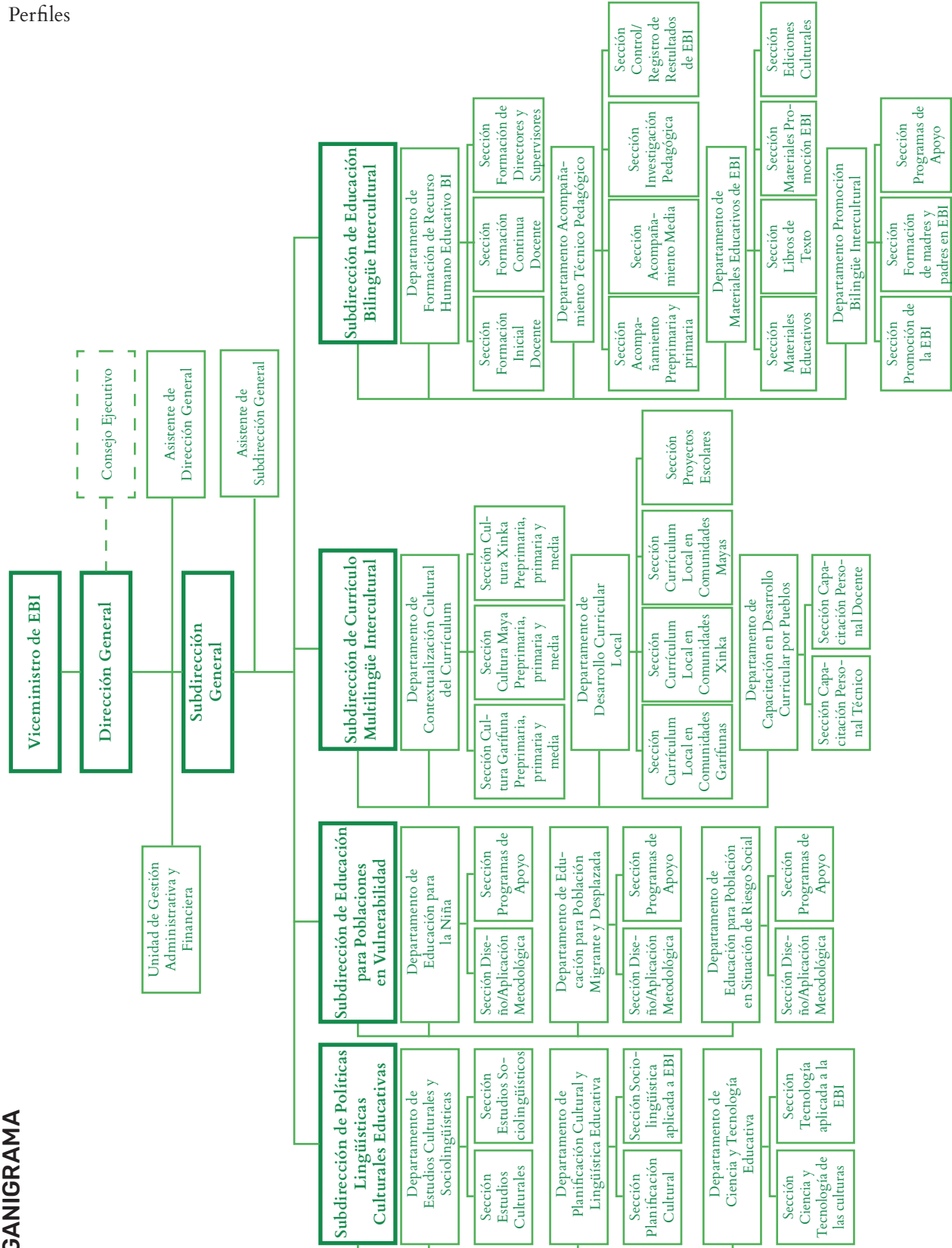
- Desarrollo del idioma materno del niño y la niña en los procesos de aprendizaje en el aula.
- Atención educativa a la población escolar en los niveles de preprimaria, primaria y media con pertenencia cultural y lingüística.
- Capacitación a docentes bilingües en idioma maya, garífuna o xinka, más el castellano, de los niveles preprimaria, primaria y media, relacionado a la cultura, matemática maya, idioma maya, castellano como segunda idioma, uso y manejo de textos y de materiales educativos bilingües.
- Talleres de sensibilización a padres de familia sobre la importancia de la Educación Bilingüe Intercultural.
- Capacitación a docentes de las Escuelas Normales Bilingües Interculturales ENBIS, con metodologías para la aplicación de la EBI en el aula.
- Elaboración de textos, módulos y material didáctico educativo en los idiomas mayas, garífuna y xinka.
- Formación de docentes Bilingües Interculturales del nivel inicial y primario.
- Acompañamiento técnico pedagógico a docentes a nivel del aula.

Cobertura

Se abarca los 22 departamentos de la república mediante las Direcciones Departamentales de Educación. Las escuelas que son atendidas con educación bilingüe Intercultural a nivel nacional cubren las siguientes comunidades Lingüísticas: Q'eqchi', Achi', Kaqchikel, Ch'orti', Poqomam, Mam, Q'anjob'al, Garifuna, Mopán, K'iche', Tz'utujil y Xinka.

Grupo Objetivo

Estudiantes y docentes del nivel de educación preprimaria, primaria, nivel medio, ciclo básico y diversificado, en especial atención a escuelas bilingües.





ANTECEDENTES GRÁFICOS



Figura 1. Recopilación de antecedentes, Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-. Pirir, J. (2020)



Perfiles



Figura 1. Recopilación de antecedentes, Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-. Pirir, J. (2020)



PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO DEL PROYECTO

Profesores y profesoras del nivel primario, que imparten clases en escuelas públicas bilingües del departamento de Guatemala.

Tamaño de la muestra

67 Escuelas públicas bilingües del departamento de Guatemala dentro del municipio de San Juan Sacatepéquez.

Población: 1,551 maestros.

Nivel de confianza: 90%

Margen de error: 10%

Tamaño de la muestra: 66 maestros.

Características del Grupo Objetivo ⁷

Características Geográficas

El departamento de Guatemala se divide en cuatro sectores según sus direcciones departamentales (norte, sur, oriente y occidente), de los cuales se tomaron en cuenta para el análisis dos, norte constituido por San Pedro Ayampuc y Chuarrancho, y occidente conformado por San Juan Sacatepéquez y San Raymundo. Dentro de estos sectores se encuentran en total 90 escuelas oficiales, siendo el municipio de San Juan Sacatepéquez

el que cuenta con una mayor concentración de establecimientos, 67 en total. Así mismo, en el municipio de San Juan Sacatepéquez existen 1,504 maestros para el área de primaria, de los cuales 1,151 trabajan en el área pública. Lo que supondría 1 maestro por cada 28 alumnos aproximadamente.

Características Sociodemográficas

El género que predomina entre los docentes es el femenino, dentro de Guatemala existe tal diferencia que, en promedio a nivel nacional por cada 10 escuelas, 2 maestros son hombres y 8 son mujeres. Por otro lado, el género que predomina entre los alumnos inscritos es el masculino, independientemente del municipio siempre hay una menor cantidad de alumnas mujeres, siendo un total de 4,582 alumnos hombres los que fueron inscritos, representando el 67.52%, mientras que un total de 2,204 alumnas mujeres fueron inscritas, representando el 32.48%.

⁷ Ver Anexos del 4.1 al 4.4



Características Socioeconómicas

El grupo objetivo presenta un perfil de clase media, o media baja en algunos casos. Obtiene un ingreso entre Q2,000 y Q5,000, se especializó en bachillerato en ciencias y letras con orientación en educación, formación docente bilingüe o formación de docente de nivel primario. Reside dentro de un entorno con pobreza o pobreza extrema, sin embargo, no está expuesto a ella constantemente.

Características Psicográficas

Frecuenta páginas web con temas dedicados a catedráticos o la educación en Guatemala, esto con el fin de estar actualizados y brindar un mejor servicio cada día, le interesa temas como la educación inclusiva, los derechos humanos, las reformas educativas o tutoriales para crear materiales didácticos. Dentro de sus redes sociales sigue páginas con temas afines, que generen nuevas ideas dentro de su metodología de enseñanza, busca o comparte frases motivacionales, lee acerca de acontecimientos del país.

Relación entre el Grupo Objetivo y la Institución

En entrevista con la Lcda. Lisbeth Son, la relación de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- con el grupo objetivo se encuentra obstruida principalmente por la desvalorización del material ⁸, solamente un 22% de los docentes utiliza los recursos que el Ministerio les proporciona, sumado a esto, la desactualización de la imagen gráfica de la institución, causa no solamente que la institución se vea de cierta manera obsoleta, también provoca a su vez que la fidelización y la valoración de los materiales que se reparten sean poco utilizados e incluso rechazados en ocasiones.

⁸ Lisbeth Son, entrevista por Jesús Pirir, 17 de marzo de 2019, Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-.







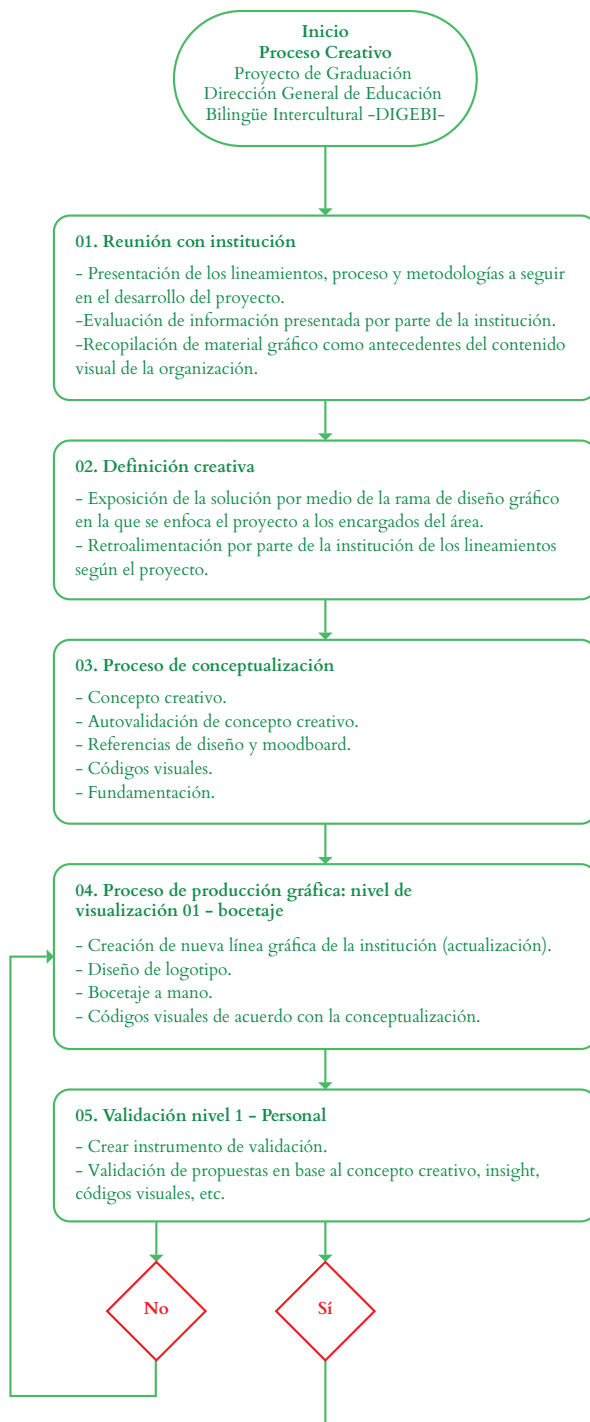
CAPÍTULO 3 —

PLANEACIÓN OPERATIVA



FLUJOGRAMA

Este apartado da a conocer las etapas y actividades necesarias para el proceso creativo del proyecto, tomando en cuenta el orden lógico del proceso.



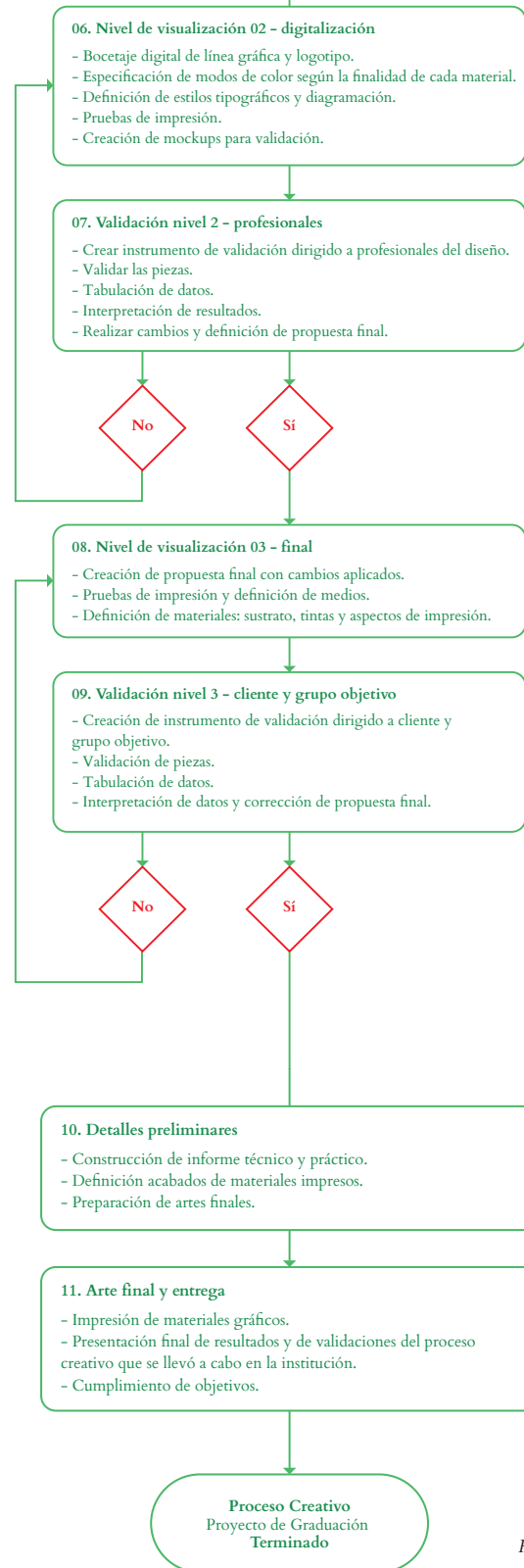


Figura 2. Flujograma, Elaboración propia.
Pirir, J. (2020)

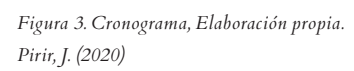


Planeación

CRONOGRAMA

Este apartado da a conocer las etapas y actividades necesarias para la elaboración del proyecto, distribuido a lo largo de los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre.

Actividades
Reunión con institución
Planeación operativa
Investigación
Definición creativa
Conceptualización
Validación
Correcciones - Primer nivel de visualización
Primer nivel de visualización - Autoevaluación
Correcciones - Segundo nivel de visualización
Segundo nivel de visualización - Digitalización
Validación con profesionales - Correcciones
Tercer nivel de visualización - Validación con institución y grupo objetivo
Artes finales
Entrega a institución





Planeación

PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

Este apartado da a conocer un estimado sobre los costos del proyecto, sin embargo, la cantidad puede variar según las necesidades del proyecto.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA			
Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Diagnóstico	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Investigación	Q 50.00	100 horas	Q 5,000.00
Estrategia metodológica	Q 50.00	80 horas	Q 4,000.00
			Q 11,000.00
CONCEPTUALIZACIÓN			
Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Desarrollo de concepto	Q 50.00	20 horas	Q 1,000.00
Desarrollo de insight	Q 50.00	20 horas	Q 1,000.00
Dirección creativa	Q 50.00	80 horas	Q 4,000.00
			Q 6,000.00



PRODUCCIÓN GRÁFICA

Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Bocetaje	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Digitalización	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Maquetación	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Key visual	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Impresiones	Q 6.00	40 páginas	Q 240.00
Artes finales	Q 50.00	60 horas	Q 3,000.00
			Q 11,240.00

OTROS

Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Depreciación de equipo	Q 3.04	470 horas	Q 1,428.80
Honorarios	Q 50.00	470 horas	Q 23,500.00
			Q 24,928.80

Planeación estratégica	Q 11,000.00
Conceptualización	Q 6,000.00
Producción gráfica	Q 11,240.00
Otros	Q 24,928.80
Total	Q 56,168.80





CAPÍTULO 4 —

MARCO TEÓRICO





DIMENSIÓN SOCIAL

En este capítulo se dará a conocer todo fundamento teórico que orienta cada una de las decisiones del proceso de producción gráfica desde una perspectiva y dimensión social, gráfica y funcional.

La educación, factor clave para el desarrollo del país

Se puede definir la educación como el desarrollo de socialización de individuos. Al educarse una persona asimila y memoriza conocimientos. El proceso educativo se concreta en una serie de habilidades y valores, que provocan cambios intelectuales, emocionales y sociales en los individuos. En el caso de los niños, la educación busca promover el proceso de estructuración del pensamiento y de las formas de expresión. Siendo este una ayuda en el proceso preparativo sensoriomotor que a su vez estimula la integración y la convivencia grupal.⁹

La raíz etimológica del término educación procede del término latino “educare”, cuyo significado es criar, alimentar e instruir.

La educación entonces puede comprenderse como dirigir o encaminar, ya que tiene una acción docente que conduce, guía o doctrina,

pero a su vez perfecciona las facultades intelectuales, éticas y morales de los niños, niñas, jóvenes o adultos.

Tomando como base esto es necesario aclarar que la educación no trata solamente de criar o enseñar, sino de socializar, no se trata de insertar los conocimientos, sino de potenciar y ayudar a que el niño o niña descubra sus conocimientos. Es necesario comprender que la educación no se trata de memorizar, ni de discursiva, sino que es, experiencia basada en contexto. La educación pues, es una transformación intencional que tiene como objetivo perfeccionar al individuo como persona y la introducción de este en el entorno cultural y social, comprendiendo el desarrollo educativo como un fragmento activo en las etapas de su formación como individuo y como ser social.

El Sistema Educativo Nacional de Guatemala es un grupo de elementos, procesos y sujetos mediante los cuales se despliega la acción educativa, este se divide en preprimaria, primaria

y nivel medio, además se basa en las características, necesidades e intereses de la realidad y cultura guatemalteca.¹⁰

Este se rige por fines y principios. Tomando la Ley de Educación Nacional Decreto Legislativo No. 12-91 Vigencia: 12 de enero de 1991, dice que los principios y fines de la educación son los siguientes.

Capítulo 1

Principios

ARTÍCULO 1º. Principios. La educación en Guatemala se fundamenta en los siguientes principios:

1. Es un derecho inherente a la persona humana y una obligación del Estado.
2. En el respeto o la dignidad de la persona humana y el cumplimiento efectivo de los Derechos Humanos.
3. Tiene al educando como centro y sujeto del proceso educativo.
4. Está orientada al desarrollo y perfeccionamiento integral del ser

⁹ Gómez Díaz, Patricia. <Diagnóstico de los problemas en el aprendizaje a nivel primario en el sistema educativo oficial de la ciudad de Guatemala>. (Informe Final de Investigación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2018) 9, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/10152/1/T13%20%283201%29.pdf>, acceso 6 de agosto de 2020

¹⁰ Caal Chávez, Mercedes Janneth e Menjivar, Ana Cecilia. <Diagnóstico de los problemas en el aprendizaje a nivel primario en el sistema educativo oficial de la ciudad de Guatemala escuela oficial urbana no. 135 Pedro Antonio Zea y escuela oficial para niñas no. 70 Delia Luz Gutiérrez Castellanos>. (Informe Final de Investigación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2019), 9, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/12535/1/13%20T%283285%29.pdf>, acceso 6 de agosto de 2020



Marco Teórico

humano a través de un proceso permanente, gradual y progresivo.

5. En ser un instrumento que coadyuve a la conformación de una sociedad justa y democrática.

6. Se define y se realiza en un entorno multilingüe, multiétnico y pluricultural en función de las comunidades que la conforman.

7. Es un proceso científico, humanístico, crítico, dinámico, participativo y transformador.

Capítulo 2

Fines

ARTÍCULO 2º. Fines. Los Fines de la Educación en Guatemala son los siguientes:

1. Proporcionar una educación basada en principios humanos, científicos, técnicos, culturales y espirituales que formen integralmente al educando, lo preparen para el trabajo, la convivencia social y les permitan el acceso a otros niveles de vida.

2. Cultivar y fomentar las cualidades físicas, intelectuales, morales, espirituales y cívicas de la población,

basadas en su proceso histórico y en los valores de respeto a la naturaleza y a la persona humana.

3. Fortalecer en el educando, la importancia de la familia como núcleo básico social y como primera y permanente instancia educadora.

4. Formar ciudadanos con conciencia crítica de la realidad guatemalteca en función de su proceso histórico para que asumiéndola participen activa y responsablemente en la búsqueda de soluciones económicas, sociales, políticas, humanas y justas.

5. Impulsar en el educando el conocimiento de la ciencia y la tecnología moderna como medio para preservar su entorno ecológico o modificarlo planificadamente en favor del hombre y la sociedad.

6. Promover la enseñanza sistemática de la Constitución Política de la República, el fortalecimiento de la defensa y respeto a los Derechos Humanos y a la Declaración de los Derechos del Niño.

7. Capacitar e inducir al educando para que contribuya al fortalecimiento de la auténtica democracia y la

independencia económica, política y cultural de Guatemala dentro de la comunidad internacional.

8. Fomentar en el educando un completo sentido de la organización, responsabilidad, orden y cooperación, desarrollando su capacidad para superar sus intereses individuales en concordancia con el interés social.

9. Desarrollar una actitud crítica e investigativa en el educando para que pueda enfrentar con eficiencia los cambios que la sociedad le presenta.

10. Desarrollar en el educando aptitudes y actitudes favorables para actividades de carácter físico, deportivo y estético.

11. Promover en el educando actitudes responsables y comprometidas con la defensa y desarrollo del patrimonio histórico, económico, social, étnico y cultural de la Nación.

12. Promover la coeducación en todos los niveles educativos, y

13. Promover y fomentar la educación sistemática del adulto.¹¹

¹¹ Ley de Educación Nacional (Guatemala: Decreto Legislativo No. 12-91, 12 de enero de 1991), página 4, acceso 6 de agosto de 2020.



Todo guatemalteco y persona en general cuenta con el derecho a tener acceso a la educación, pues dentro de la Ley de Educación Nacional, se encuentra estipulados los derechos que las personas poseen. Entre estos derechos se encuentran los siguientes:

ARTÍCULO 39. Derechos de los educandos. Son derechos de los educandos:

- a. El respeto a sus valores culturales y derechos inherentes a su calidad de ser humano.
- b. Organizarse en asociaciones estudiantiles sin ser objeto de represalias.
- c. Participar en todas las actividades de la comunidad educativa.
- d. Recibir y adquirir conocimientos científicos, técnicos y humanísticos a través de una metodología adecuada.
- e. Ser evaluados con objetividad y justicia.
- f. Optar a una capacitación técnica alterna a la educación formal.
- g. Recibir orientación integral.

h. Optar a becas, bolsas de estudio y otras prestaciones favorables.

i. Participar en actividades deportivas, recreativas, sociales y culturales programadas en su comunidad educativa.

j. Ser estimulado positivamente en todo momento de su proceso educativo.

k. Tener derecho a la coeducación en todos los niveles.

l. Participar en programas de aprovechamiento educativo, recreativo, deportivo y cultural en tiempo libre y durante las vacaciones.

m. Ser inscritos en cualquier establecimiento educativo de conformidad a lo establecido en la Constitución Política de la República de Guatemala y demás ordenamientos legales.

ARTÍCULO 40. Derechos de los padres de familia. Son derechos de los padres de familia:

- a. Optar a la educación que consideren más conveniente para sus hijos.
- b. Organizarse como padres de familia.

c. Informarse de los planes, programas y contenidos, por medio de los cuales son educados sus hijos.

d. Ser informados con privacidad del avance del proceso educativo de sus hijos.¹²

Ahora bien, la educación desde su concepción era considerada un proceso de aprendizaje sin importar dónde o cuando se impartía, sin embargo, con el paso del tiempo fue inevitable reconocer el nacimiento de modalidades alternativas a las formas tradicionales de enseñanza, las cuales han cambiado de alguna u otra manera la forma de comprender el aprendizaje de las personas.

Pues bien, hoy en día se reconoce tres modalidades educativas, estas se clasifican en: formal, no formal e informal.

La educación formal también conocida como la “formación reglada”, es el proceso de educación que engloba los niveles educativos y se lleva a cabo dentro de un proceso formalizado, secuencial y estandarizado, es decir, a través de una red curricular y una normativa

¹². Ley de Educación Nacional (Guatemala: Decreto Legislativo No. 12-91, 12 de enero de 1991), página 14, acceso 6 de agosto de 2020.



Marco Teórico

establecida, este modelo posee niveles y ofrece una titulación académica oficial. Así pues, aquí se encuentran las instituciones como colegios, institutos, centros de formación profesional y universidades. Actualmente, estas responsabilidades incumben principalmente a los poderes públicos, es decir, al Estado.

La educación no formal cuenta con las denominaciones de “educación paralela” o “extraescolar” ya que hace referencia a programas que no necesariamente están incluidos dentro del sistema educativo. Esta modalidad es intencionada, organizada y planificada, sin embargo, se encuentra fuera del ámbito de la escolaridad obligatoria, pues es considerada complementaria, opcional y flexible, además, fomenta el aprendizaje y el autoaprendizaje.

Finalmente, la educación informal se refiere al proceso de aprendizaje continuo y espontáneo que se realiza fuera del marco de la educación formal y no formal, este tipo de educación se adquiere en las actividades cotidianas, se puede relacionar con el trabajo, la familia o

el ocio. Como es de esperarse, no es un aprendizaje estructurado pues no conlleva ninguna certificación, en la mayoría de los casos el sujeto no es consciente que se está produciendo pues se da de manera inesperada.¹³

Guatemala cuenta con una tasa de alfabetización de 80.5%, con lo cual se ubica como uno de los países con mayor analfabetismo en América Latina. Esto es consecuencia de un lento proceso de ampliación de la cobertura educativa en la última mitad del siglo XX y es todavía una tarea pendiente en la primera década del siglo XXI. Un factor que puede explicar esta lenta mejora de las cifras es el poco apoyo que recibe la educación: para 2019 se destinó apenas 2.9% del Producto Interno Bruto.

Haciendo una comparación con los países de Latinoamérica, Guatemala es el país que menos invierte en educación con relación al PIB. El Salvador invierte 3.4%, Honduras 5.9%, Costa Rica 7.6% mientras que Guatemala 2.9%. Con esa realidad, poco se logra cambiar la situación del país. La UNESCO recomienda que la

inversión en la educación debe ser de por lo menos el 7 por ciento.¹⁴

Teniendo un panorama educativo donde aún es necesario ampliar la cobertura y trabajar por la calidad y la equidad en educación, llama la atención que el presupuesto de educación es el más alto dentro del Presupuesto de Ingresos y Egresos del Estado; eso nos hace ver la necesidad urgente de una reforma fiscal, que permita que el Estado en su conjunto pueda contar con más recursos para invertirlos en los temas sustantivos que el país necesita para su desarrollo.

El proceso educativo formal guatemalteco está conformado por diferentes ciclos educativos: la preprimaria, que atiende a la población de 5 a 6 años; la primaria, destinada a la población de 7 a 12 años; el nivel básico para adolescentes de 13 a 15 años y el nivel diversificado, de 16 a 18 años. Finalizado este proceso, se ingresa a la educación terciaria.

Otro dato importante del sistema educativo guatemalteco es que los niños que estudian preprimaria y primaria están, en su mayoría, en escuelas públicas, pero en los niveles

¹³ Marenales, Emilio. 1996. <<Educación formal, no formal e informal: temas para concurso de maestros>>. Acceso 13 de agosto de 2020. <https://n9.cl/i7lm0>

¹⁴ La Hora, <<Presupuesto 2020: Mineduc solicita Q1 mil millones más>>, Acceso 20 de junio de 2020, <https://lahora.gt/presupuesto-2020-mineduc-solicita-q1-mil-millones-mas/>



básico y diversificado la mayoría de la matrícula se encuentra en instituciones privadas, debido a la poca cobertura que existe en estos niveles en la esfera pública.

La educación primaria ha tenido gran impulso en las últimas décadas en Guatemala, ya que es en este nivel donde se dio énfasis a la cobertura. Pero esta cobertura es específicamente de primer grado, y va disminuyendo a medida que se avanza en los grados superiores. Otro aspecto importante es que la Tasa Bruta en primaria supera en 20% a la Tasa Neta, lo que implica que, de cada cinco estudiantes en primaria, uno está a destiempo respecto de su edad.

Este fenómeno es más agudo en el nivel básico (40%) o incluso en el nivel diversificado (33%). Pese a lo anterior, estos datos ayudan a pensar que las nuevas generaciones no sufrirán del analfabetismo presente en las generaciones adultas. Sin embargo, las estadísticas también señalan que solamente 40% de los adolescentes pasan de la primaria a básicos y que sólo 20% de los jóvenes en edad de estudiar el diversificado lo está haciendo.¹⁵

Y es que, a pesar de la validez de los derechos a la educación, la efectividad educativa en Guatemala es diferente a las expectativas. Se estima que aproximadamente 657,233 niños y niñas no asisten a la primaria, esta cifra corresponde al 26% de la población total que oscila entre los 7 y 14 años. No por nada Guatemala es considerado uno de los países que menos invierte en educación. Por otro lado, las características del país como el multilingüismo, la diversidad étnica y los altos niveles de pobreza generalizados, hacen que Guatemala no cuente con los mejores índices educativos de la región centroamericana.¹⁶

Por otro lado, es necesario reconocer que existe dos sistemas dentro de la educación: monolingüe y bilingüe. El sistema educativo monolingüe se refiere al hecho sociolingüístico en el que la educación es impartida en un solo idioma, tradicionalmente dentro de Guatemala ha sido el español, como si este fuera la lengua materna. Este tipo de educación acepta a los niños y niñas de distintos grupos étnicos culturales, sin embargo, no admite su diversidad por considerarla

incompatible, intentado reducirla. Esto termina favoreciendo y fortaleciendo al idioma castellano y a la cultura dominante, apartando el uso de la lengua materna al ámbito familiar o en el peor de los casos, eliminándola. Este sistema trae como consecuencia la pérdida de identidad cultural, además, impide que los alumnos aprovechen la experiencia y conocimientos previos adquiridos, incluido claro está, los lingüísticos.

Mientras que el sistema educativo bilingüe, también conocido como educación bilingüe intercultural -EBI- es un modelo que ha intentado dar respuesta a la formación de los niños y niñas indígenas pues sustenta la diversidad cultural, étnica y lingüística, con el fin de favorecer a la identidad individual, así como contribuir a la conformación de identidades nacionales en las cuales conviven personas de diversas culturas. El enfoque de la educación bilingüe es apoyar e impulsar los procesos de transformación social y política, así como establecer la valoración y apropiación de legados culturales que aporta a la conformación de la sociedad. Este

¹⁵ Distintas Latitudes, <<La educación en Guatemala: algunos datos para describir su situación>>, Acceso 1 de junio de 2020, <https://distintaslatitudes.net/la-educacion-en-guatemala-algunos-datos-para-describir-su-situacion>

¹⁶ UNICEF. 2014. <<Educación para todos>>. Acceso 6 de agosto de 2020. <https://www.unicef.org/spanish/education/index44870.html>



Marco Teórico

sistema prioriza el aprendizaje del alumno en su idioma materno (L1) y posteriormente el aprendizaje de un segundo idioma (L2).¹⁷

Pero, ¿De verdad ha existido la interculturalidad?

Una vez llegada la educación a zonas rurales el sistema no puso límite a su labor de “civilizar” y replicar el orden de dominio por parte del sector criollo, el cual le había sido encargado, sin embargo, desconocían a las instituciones y manifestaciones culturales y lingüísticas de las poblaciones a las que decían atender.

De hecho, las campañas de castellanización realizadas durante las primeras décadas de este siglo en diversos países de la región tuvieron como fin precisamente contribuir a estandarizar la parte lingüístico-cultural de tal manera que contribuyera a la consolidación de los estados nacionales latinoamericanos. Para tal proyecto, la diversidad era vista como un obstáculo que debía ser erradicado. En las décadas de los años 30 y 40 dichas campañas fueron ejecutadas a través de las llamadas “brigadas de culturización indígena”,

como si únicamente la impuesta fuera merecedora de llamarse “cultura”.

La separación a la que se hace referencia no ha sido solamente simbólica. La realidad es que, hasta hoy en día, por lo general, el ser indígena en América Latina y en especial en Guatemala, es igual a estar situado en las clases más bajas de la sociedad y habitar en zonas con mayor pobreza y atraso, incluido, claro está, el educativo. Cuando se contrasta el medio rural indígena con el rural criollo, queda en evidencia las importantes desventajas de los primeros. Tales diferencias tienen que ver tanto en los aspectos educativos, como de salud y salubridad, así como nutricionales. De ahí que se relacione que el ser indígena es igual a ser pobre. Estos estados de pobreza, como es de esperar, guardan una estrecha relación con la situación educativa y con los atrasos educativos encontrados en áreas indígenas.¹⁸

Y es que la falta de una tradición en Educación Bilingüe Intercultural en Guatemala ha vuelto la tarea más que difícil. Las primeras experiencias auténticas en su momento fueron

producto del Proyecto Nacional de Educación Bilingüe Intercultural (PRONEBI) el cual funcionó con ayuda del USAID (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional) entre 1986 y 1993, así como la colaboración del Instituto de Lingüística de la Universidad Rafael Landívar. Más adelante comenzó otro proyecto, llamado Educación Maya Bilingüe Intercultural (PEMBI) del Ministerio de Educación, con ayuda de la GTZ (Cooperación Técnica Alemana). Sin embargo, la falta de material, así como de personal capacitado dificultó mucho la tarea.

No obstante, la situación en Guatemala es algo particular. Pese a que existen 25 grupos étnicos diferentes, se puede percibir que dentro de la raíz Maya existe una estrecha relación étnica. Asimismo, los mayas demuestran una identidad étnica y cultura más firme y desarrollada que muchos otros pueblos amerindios.

El no haber resultado vencidos en la guerra civil de los últimos 30 años, así como contar con una mujer maya con un premio Nobel de la Paz, ha

¹⁷ Pérez Reyes, Daríel Simón. <<El proceso educativo monolingüe castellano, incide en la pérdida de la identidad cultural de la población escolar>> (Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2016) 27-36, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29_0333.pdf, acceso 14 de agosto de 2020.

¹⁸ López, Luis Enrique. <<La educación intercultural bilingüe en América Latina: balance y perspectivas>>. Revista Iberoamericana de Educación Número 20 (1999): 4-5. <http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/731.pdf>, acceso 5 de agosto de 2020.



colaborado a ejercer una autoconciencia y una autoafirmación excepcional.

Después de los Acuerdos de Paz firmados el 29 de diciembre de 1996 entre el Gobierno y la URNG -Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca- se encontró la posibilidad inmediata de formalizarse políticas educativas similares en Guatemala. Ya en los Acuerdos de Paz, Punto 3 “Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas” estaba prevista una reforma educativa que incorporara la educación bilingüe intercultural.

Ahora bien, la educación de los grupos indígenas mayas en Guatemala ha continuado, con algunas singularidades de iniciativas privadas y del proyecto PRONEBI en los años 80, la dirección de la educación ha sido enfocada a los hispanohablantes.

Esto produjo un sinfín de problemas y conflictos para los niños y niñas mayas monolingües o bilingües principiantes, entre ellos, la incomunicación, incomprensión, enajenación, miedo, descalificación de la propia cultura, desprecio de la identidad, resistencia psicológica, odio a la educación escolar

hasta el punto de deserción, y otras consecuencias más.

Por otro lado, se encuentra el gran riesgo que en el ámbito político muchos piensen que un lema popular y “la buena voluntad” es apto para llevar a cabo la característica tarea de la educación bilingüe intercultural. Algunos creen que sería suficiente con traducir los libros de texto existentes a las lenguas indígenas. No obstante, la labor es mucho más difícil y compleja de lo que muchos piensan, pues dos problemas salen a relucir en esta situación:

- Es necesario determinar lingüística y pedagógicamente en qué consta la Educación Bilingüe Intercultural. Esto significa que se debe detallar los objetivos generales de la educación de los alumnos y alumnas indígenas, procediendo de ahí los contenidos y habilidades concretos que se tienen que instruir en cada materia de EBI, establecer un currículo base y un orden secuencial característico para la EBI que refleje el acto de presencia de dos o más culturas a enseñar y, finalmente, decidir de manera concreta la interrelación de las

culturas presentes.

- Es preciso saber que para llevar a cabo la EBI es necesario brindar los recursos materiales y humanos adecuados.¹⁹

Por otra parte, la entidad encargada de la aplicación del régimen jurídico referente a los servicios escolares y extraescolares para la educación dentro de Guatemala es el Ministerio de Educación (MINEDUC). Su misión se basa en ser una institución evolutiva, organizada, eficiente y eficaz, generadora de oportunidades de enseñanza-aprendizaje, orientada a resultados, que aprovecha diligentemente las oportunidades que el siglo XXI le brinda y comprometida con una Guatemala mejor. Mientras que su visión es ciudadanos con carácter capaces de aprender por sí mismos, orgullosos de ser guatemaltecos, empeñados en conseguir su desarrollo integral, con principios, valores y convicciones que fundamentan su conducta.²⁰

Entre sus funciones, según el artículo 33 de la Ley del Organismo Ejecutivo le corresponde:

- a. Formular y administrar la política

¹⁹ Zimmermann, Klaus. <Modos de Interculturalidad en la educación bilingüe. Reflexiones acerca del caso de Guatemala>. Revista Iberoamericana de Educación Número 13 (1997): 1-2-6. Acceso 5 de agosto de 2020, disponible en: <http://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/100107.pdf>

²⁰ Martínez Bermúdez, Lucky Antonieta. <Estrategia de comunicación para la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural (DIGEBI) del Ministerio de Educación> (Trabajo de graduación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2012) 17, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0939.pdf, acceso 14 de agosto de 2020



Marco Teórico

educativa, velando por la calidad y la cobertura de la prestación de los servicios educativos públicos y privados, todo ello de conformidad con la ley.

b. Coordinar con el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda las propuestas para formular y poner en vigor las normas técnicas para la infraestructura del sector.

c. Velar porque el sistema educativo y del Estado contribuya al desarrollo integral de la persona, con base en los principios constitucionales de respeto a la vida, la libertad, la justicia, la seguridad y la paz y al carácter multiétnico, pluricultural y multilingüe de Guatemala.

d. Coordinar esfuerzos con las universidades y otras entidades educativas del país, para lograr el mejoramiento cualitativo del sistema educativo nacional.

e. Coordinar y velar por el adecuado funcionamiento de los sistemas nacionales de alfabetización, planificación educativa, investigación, evaluación, capacitación de docentes y personal magisterial, y educación

intercultural ajustándolos a las diferentes realidades regionales y étnicas del país.

f. Promover la autogestión educativa y la descentralización de los recursos económicos para los servicios de apoyo educativo mediante la organización de comités educativos, juntas escolares y otras modalidades en todas las escuelas oficiales públicas; así como aprobados sus estatutos y reconocer su personalidad jurídica.

g. Administrar en forma descentralizada y subsidiaria los servicios de elaboración, producción e impresión de textos, materiales educativos y servicios de apoyo a la prestación de los servicios educativos.

h. Formular la política de becas y administrar descentralizadamente el sistema de becas y bolsas de estudio que otorga el Estado.²¹

Y ¿quién se encarga de la educación bilingüe intercultural en Guatemala? Pues bien, la institución encargada es la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- la cual nace a través del Acuerdo gubernativo No. 726-95, el 21

de diciembre de 1995, como una dependencia técnico administrativo de nivel de alta coordinación y ejecución del Ministerio de Educación.

La DIGEBI es la responsable de establecer y diseñar estrategias que hagan operativo el desarrollo de la educación multicultural bilingüe e intercultural del Sistema Educativo Nacional para los pueblos maya, xinka, garífuna, ladino y otros grupos socioculturales del país. Su filosofía se sostiene en la coexistencia de diversas culturas e idiomas en el país y se orienta a fortalecer la unidad en la diversidad.

La Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural tiene como objetivo indispensable diseñar y hacer operativo el desarrollo de la educación bilingüe intercultural, las políticas curriculares de atención a la diversidad personal, social, cultural y lingüística en los diversos niveles y tipos del sistema educativo nacional, entre otras cosas.

Entre sus funciones se encuentra:

- Proponer los lineamientos para definir las políticas curriculares y de atención a la diversidad personal, social, cultural y lingüística, en los distintos niveles y modalidades educativas.

²¹ Ley del Organismo Ejecutivo (Guatemala: Decreto legislativo No. 114-97, 12 de diciembre de 1997), página 19, acceso 14 de agosto de 2020.



- Formular, divulgar y actualizar el Currículo Nacional Base macro currículo, y los lineamientos para alcanzar los estándares y las competencias básicas en las áreas obligatorias y fundamentales del conocimiento respecto a la educación escolar y extraescolar, en modalidades interculturales monolingüe y bilingüe, y según los niveles que determinen la ley y los reglamentos vigentes.
- Desarrollar y dar a conocer, a través de las Direcciones Departamentales de Educación, los lineamientos curriculares base, y trabajar con las municipalidades y comunidades lingüísticas para definir los mesocurrículos.
- Establecer los lineamientos, la reglamentación y la implementación de mecanismos para evaluar las competencias y el desempeño de docentes y direcciones, en las áreas curriculares y de competencias lingüísticas.
- Proponer las estrategias para incorporar sistemáticamente las culturas e idiomas nacionales y extranjeros en los procesos técnicos

pedagógicos de los distintos niveles y modalidades educativas.

- Elaborar materiales y textos educativos en los idiomas que apoyen el desarrollo del currículo.
- Dirigir y monitorear, en coordinación con la Dirección General de Gestión de Calidad Educativa, la investigación acción en el aula.
- Monitorear la implementación general y dirigir la implementación de políticas específicas y estrategias en los procesos de entrega de la EBI en el aula.
- Generar y dirigir la implementación de políticas y estrategias para el desarrollo de la Educación Bilingüe Intercultural -EBI- en los niveles de educación inicial, preprimaria, primaria y media en todo el país.
- Coordinar el apoyo a la administración y promoción de la Educación Bilingüe Intercultural -EBI- con las dependencias del Ministerio de Educación y otras entidades.

- Coordinar la elaboración del Plan Operativo Anual, el Plan de Adquisiciones y el anteproyecto anual de presupuesto de la DIGEBI.

- Planificar, coordinar y ejecutar el presupuesto de la DIGEBI.
- Establecer criterios y estrategias de atención que promuevan la inclusión educativa de las poblaciones vulnerables con calidad y equidad en las modalidades de entrega educativa.²²

A continuación, se abordará el tema del diseño gráfico y como el diseño puede aportar a la sociedad por medio de sus diversas especialidades, especialmente a la DIGEBI.

²² Manual de funciones, organización y puestos de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- (Guatemala: Acuerdo Gubernativo No. 225-2008, 17 de septiembre de 2008) página 3, acceso 14 de agosto de 2020.



COMUNICACIÓN VISUAL: LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

Diseño gráfico en la sociedad

Como primer pensamiento puede cuestionarse, ¿qué es el diseño gráfico? A lo que su respuesta sería un proceso destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para dar origen a soluciones visuales destinadas a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Es decir, un diseño es una pieza con atractivo visual, equilibrio estético y una personalidad propia.

El diseño gráfico es un área de estudio bastante extensa que a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI ha ganado cada vez más influencia, a tal punto que ha permitido que crezca el concepto, llevándolo a ampliar el campo de estudio y desarrollo.²³ Durante las últimas décadas del siglo pasado la práctica y la concepción que se tenía sobre el diseño se ha ido expandiendo y es que la tarea de definir el diseño gráfico ha sido un reto para los escritores, una gran parte de ellos aclaran para qué sirve o qué es lo que hace un diseñador, no obstante, se ha intentado crear un concepto que

abarque todo lo que es posible por medio del diseño:

“El diseño gráfico es el oficio de construir y seleccionar signos y colocarlos adecuadamente en una superficie con el fin de transmitir una idea, el diseño negocia con el espectador-usuario y, puesto que el objetivo del diseñador es persuadir, o como mínimo comunicar, se deduce que los usuarios a los que se enfrenta el diseñador tienen dos caras, anticiparse a las reacciones espectador-usuario y satisfacer sus propias necesidades estéticas. Así pues, el diseño puede entablar una conversación crítica con las mecánicas de la representación esclareciendo y revisando sus prejuicios ideológicos; el diseño puede también reconstruir la gramática de la comunicación, al descubrir patrones y estructuras subyacentes tras los materiales mediáticos que conforman nuestra escritura verbal y visual.”

La principal función del diseño es sintetizar y aclarar la información, concebir lo que se ha asignado o pretende crear, pues el mensaje que sea compartido debe ser comprendido por el espectador. Antes de la revolución tecnológica el diseño se enfocaba más

en la arquitectura, los periódicos, revistas y demás, sin embargo, en la actualidad el campo que se abarca es mucho más vasto y el desarrollo que se ha dado en los nuevos movimientos han permitido que este se encuentre en constante actualización, pero, sobre todo, que los diseñadores se enfrenten a nuevos retos para su creatividad. La era digital trajo grandes cambios en la percepción del espacio y la composición abriendo camino a un nuevo lenguaje gráfico y con ello nuevas posibilidades para la tipografía y las imágenes. El diseño ha permitido al hombre mostrar más allá de palabras, la congruencia y armonía que originan las piezas que realizan los diseñadores dando paso a la comunicación a través, no solamente de palabras con la tipografía adecuada, sino también del color, la forma, la diagramación, las figuras, el dibujo y mucho más.²⁴

Teniendo claro esto es importante conocer que dentro del diseño gráfico existen diversas especialidades a las cuales enfocarse, tales como:

Diseño editorial: Esta especialidad se basa en el diseño de libros, revistas y publicaciones

²³ Camposano Cedeño, Luis David, <<Comunicación Visual y su incidencia en el manejo de la imagen corporativa>> (tesis licenciatura, Universidad de Guayaquil, 2016) 27, <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19913>, acceso 6 de agosto de 2020.

²⁴ Bautista Rodríguez, Laura Ximena e Guzmán Alvis, María Camila. <<Comunicación y diseño gráfico: contexto y relación>> (Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia, 2020) 31-32, <https://repositorio.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/18400>, acceso 6 de agosto de 2020.



en línea, es una de las ramas más populares dentro de la comunidad de diseñadores gráficos. Se encarga de maquetar y componer todo tipo de formatos para su publicación. La creación de publicaciones debe resultar atractivas para los ojos del usuario y además funcional. La labor del diseñador se basa en captar la esencia del contenido y plasmarlo en su formato.

Diseño publicitario: La publicidad tiene como fin llamar la atención de posibles consumidores o clientes pues de esta manera se da a conocer marcas o productos que pueda interesarles. Para tal propósito se utiliza diferentes medios y sistemas que aumenten la potencia del mensaje que se desea comunicar. El diseño publicitario es un tipo de diseño que se caracteriza por ser la expresión de la creatividad, este engloba todos los elementos cuyo objetivo es presentar una empresa, servicio o producto y despertar el interés del público.

Diseño de embalaje: El embalaje o “packaging” hace referencia a todo aquello que implica la protección de un producto para su venta y distribución. El embalaje contiene,

protege, transforma, informa y vende. La presentación de un producto es fundamental, a tal punto, que puede determinar que un producto sea un éxito o un fracaso. Un buen embalaje es posiblemente el elemento que hace más memorable la imagen de una marca en la mente del consumidor. Aspectos como la funcionalidad, lo reutilizable que sea o que el diseño sea atractivo son elementos esenciales para que el envase se convierta en un valor añadido al producto final.

Diseño de identidad corporativa: La identidad corporativa es la representación que un usuario tiene de una organización, la imagen corporativa es una parte de la identidad que hace referencia a los aspectos visuales de dicha organización. Esta rama no solamente se trata del logotipo de una empresa, sino abarca, las sensaciones, emociones, filosofía y valores que la organización transmite a los espectadores. Y es que en un mundo en el que la visibilidad es vital, las marcas necesitan ser reconocidas.

Diseño de señalética: La señalética es la especialidad que termina ejerciendo de guía, para ello

reduce las formas de comunicación que han sido creadas, así pues, facilita el trabajo de orientar constantemente a los usuarios. Detrás de cada símbolo hay un trabajo de síntesis, este trabajo simplifica y lo hace por medio de la forma y color a palabras, pensamientos e instrucciones.

Diseño web: Es el área que se enfoca en el progreso de interfaces digitales, tales como el diseño de sitios web y aplicaciones. El diseño web implica trabajar en el esquema y diseño de páginas web, así mismo, la producción de contenido. Si algo es cierto, es que dentro del mundo a dos dimensiones la visibilidad es vital, por ello los elementos clave para hacer de un diseño web completamente funcional son la responsividad, legibilidad, tipografía y velocidad de carga.

Diseño multimedia: Esta rama permite combinar diferentes técnicas de comunicación con una amplia versatilidad de conocimientos vinculados a la producción de contenidos audiovisuales. La integración de texto, imágenes, audio, animaciones de manera compatible y estratégica propone el desarrollo de



Marco Teórico

contenidos que aporten un dinamismo visual, el cual, no solamente capta la atención del usuario, sino que brinda la posibilidad de transmitir un mensaje que producirá un mejor resultado.

Diseño tipográfico: La tipografía es el área que se relaciona con el diseño gráfico desde hace más tiempo, así pues, el diseño de fuentes y la caligrafía o “lettering” atraviesa un momento de segunda juventud. No por nada el diseño tipográfico es considerado la columna vertebral de cualquier proyecto, y es que la característica más importante es que el texto transmite un mensaje, pues, fue concebido para ello. Sin embargo, no solo se transmite mensajes con las palabras que leemos, las mismas letras pueden tener características que transmiten ideas implícitas en el diseño de estas.²⁵

Una vez comprendido qué es el diseño y cuáles son sus especialidades puede surgir la incógnita ¿cómo ofrecer soluciones a problemas sociales por medio del diseño gráfico? Pues bien, el diseño gráfico cobra gran relevancia ya que forma parte importante del diario vivir, a su vez que, influye en el comportamiento, conocimiento

y actitudes de las masas. Dentro de este espectro el diseño puede proponer soluciones de comunicación a problemáticas sociales. Más allá de un servicio enfocado puramente en el sector privado, el diseño cuenta con muchas bondades que si son bien enfocadas pueden ayudar al desarrollo del país.

El diseño gráfico busca informar, persuadir e identificar. Esto con el fin de impactar conocimientos y comportamientos dentro de las actitudes de las personas, y a su vez, mejorar una realidad. El diseño no siempre debe estar ligado a fines comerciales, de hecho, el diseño gráfico puede presentar una faceta llamada: social. El diseño gráfico social se centra hacia un cambio social, pues apoya causas con fin solidaria, humanitario y de justicia social. El término social implica redefinir los retos que el diseño comercial persigue, pero a su vez la manera que se abordan. No replica las mismas metodologías, sino que elabora una narrativa y desarrollo propia.

“El diseño social engloba un conjunto de principios éticos y estratégicos de innovación social”²⁶

A partir de conocer la problemática social del proyecto, lo que es el diseño gráfico y como este puede intervenir por medio de su faceta social, siendo el proyecto enfocado en lo que llamamos diseño de identidad corporativa y teniendo como objetivo del proyecto mejorar el reconocimiento de la institución por parte del personal docente de los centros educativos del sector público, mediante la creación de una identidad visual y un manual de lineamientos gráficos, a continuación, se procede a exponer por qué es necesario mejorar la identidad visual de la institución DIGEBI.

²⁵ ESDESIGN – Escuela Superior de Diseño de Barcelona. 2017 <<8 especialidades para diseñadores gráficos>>. Acceso 6 de agosto de 2020. <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/8-especialidades-para-disenadores-graficos>.

²⁶ Borrayo Ruano, Candy Vidalia. <<La responsabilidad social del diseñador gráfico y su influencia en la sociedad a través de la educación superior en Guatemala>>. (tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2013) 34–35, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3546.pdf. acceso 6 de agosto de 2020.



IDENTIDAD VISUAL INSTITUCIONAL APROPIADA PARA UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA

El diseño de identidad visual y su relación con el marketing

El “marketing” o mercadeo es un término que se ha vuelto muy conocido y estudiado, especialmente en los centros de formación de administradores de empresas, economistas y por supuesto mercadólogos e ingenieros comerciales. Sin embargo, la formación y la enseñanza ha sido enfocada específicamente en el ámbito comercial y en sus diversas herramientas para el dominio de mercados, posicionamiento de marcas, etc., ignorando el mundo de posibilidades que existe en aparte del comercial.

Es un hecho que en otros contextos el progreso del marketing ha sido superior, a tal punto que sectores como el social, político, electoral y público gozan de las bondades y beneficios que ofrece. En América Latina el desconocimiento organizacional y en mercadología, sumado a la falta de investigación científica en los ya mencionados sectores, han traído como consecuencia el desaprovecho de los beneficios a los fines sociales.

En Guatemala se puede decir que no existe una organización cuya finalidad sea exclusivamente social y que, a su vez, esté aprovechando al máximo las bondades y beneficios del marketing social, aún, cuando un limitado número de entidades sociales tratan de comprender el concepto y enlazarlo a profesionales capaces de aplicarlo en el plano social. Por ello las Universidades, en especial la Universidad de San Carlos de Guatemala, son las llamadas a instituir a profesionales que lleven los beneficios del marketing social a las organizaciones del tercer sector. El mercadeo social al que se hace referencia no es más que el proceso que busca prevenir o resolver problemáticas sociales conocidas, por ello, puede ser comprendido e identificado por su finalidad no comercial que busca conseguir efectos de cambio o bien, estimular cambios continuos en un futuro a manera de eliminar el problema social en cuestión. Es bien sabido que la práctica social es obligatoria en algunas universidades, sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer.

La restricción en la aplicación del marketing en ámbitos distintos al comercial se vuelve evidente en sus orígenes, en la concepción parcial del concepto y en el desconocimiento de la flexibilidad y sus posibilidades para toda organización, no importando el fin ni el contexto en el que actúan. Por ello, es común que en algunos centros académicos se apele al traslado indiscriminado e inconsciente de los procesos, técnicas y enfoques del marketing desde las unidades económicas hacia el gobierno y las entidades sociales, lo cual genera efectos negativos.

Es evidente la expansión que ha tenido el marketing durante las últimas décadas en los diferentes campos, por lo cual no resulta extraño encontrar investigaciones y referencias sobre el marketing político, electoral, público, de localidades, social, etc. Para los entes políticos y electorales el marketing contribuye a la obtención del poder o a la consolidación de este. A los agentes de administración pública el marketing público los apoya en el desarrollo de democratización de la gestión pública. Para las entidades territoriales, entiéndase



Marco Teórico

departamentos, regiones, municipios, áreas metropolitanas o ciudades, el marketing de localidades o “Marca país” ayuda a promoverlas como destinos ideales para vivir, estudiar, invertir o vacacionar.

Ahora bien, las organizaciones sociales son aquellas instituciones cuyo fin es promover un bienestar público. Dado que son fundadas con el fin de brindar beneficios a la sociedad mejorando el bienestar, orientan presupuestos públicos o recaudan recursos de diversos grupos de apoyo. Así pues, estas características permiten afirmar que toda organización denominada como “social” debe buscar el bienestar de la población menos favorecida y vulnerable, la cual, desde luego, no debe pagar ningún tipo de precio a cambio.

El propósito del marketing de organizaciones con fines sociales amplía su espectro a 2 grupos particulares: el de los beneficiarios y el de los grupos de apoyo. Los primeros, se busca satisfacer las necesidades “masas excluidas económicamente o marginadas” por el mercado. Con relación a los grupos de apoyo, pretende garantizar una adecuada orientación de los recursos, con destino

a la satisfacción de necesidades de los grupos vulnerables. En términos generales y desde esta perspectiva, el marketing constituye una herramienta de apoyo valiosa para que las entidades sociales alcancen su finalidad de transformar la sociedad y de proporcionar bienestar y calidad social.

Como ya se ha mencionado, las organizaciones sociales dirigen sus esfuerzos hacia el sector más vulnerable, es decir, hacia las personas expuestas a posibles problemas económicos, riesgos materiales o presiones sociales y carentes de capacidades para evadir daños o pérdidas pues de esta manera se asegura niveles de bienestar aceptables. Dada la sobrepoblación de individuos en dichas situaciones y a la imposibilidad de las organizaciones sociales para atender a tal demanda, es necesario recurrir a la división o segmentación de dicha población en grupos iguales y reducidos con el fin de brindar los beneficios necesarios. En un sentido práctico, la concentración de recursos en una población vulnerable particular resulta ser una herramienta de suma importancia, pues dicha acción

garantiza una atinada focalización de programas sociales y proyectos comunitarios. Es vital tener claro que al seleccionar a los beneficiarios no implica que se esté generando modelos excluyentes, sino que se actúa de acuerdo con criterios de focalización. Esto surge como un parámetro que permite a las organizaciones identificar con mayor precisión a los beneficiarios de los programas y acciones.

Desconocer que el marketing surgió dentro del sector privado sería injusto, tanto como negar a otros sectores, como el social, los beneficios y ventajas que hasta hoy día ha proporcionado a organizaciones e individuos. No obstante, conviene considerar la reflexión que brinda Donald Kettl en 1998: “To transplant a pine tree from the mountain to the garden, it is necessary to bring not only the tree itself but also to take surrounding soil and the tiny deep roots [...] not forget the lesson that transplanted seedling has rarely grown well”.

Traducido al tema significa que el traslado del marketing desde el sector privado a otros sectores difícilmente puede brindar frutos, es necesario no



solamente ubicar y comprender sus raíces más profundas, sino también preparar y fertilizar el terreno (tercer sector en este caso) que lo recibirá. En este sentido, muchos han intentado trasplantar lo superficial del marketing hacia terrenos que desconocen por completo, por lo que los resultados no han sido los esperados.²⁷

Ahora bien, algo llamativo es el renombrado término “marca país”. Las ciudades están adquiriendo una importancia geopolítica clave en la unión de los movimientos de intercambio mundiales, y al mismo tiempo se están convirtiendo en productos de consumo, en marcas con identidades y valores.

Las ciudades representan un punto clave en las relaciones modernas socioeconómicas internacionales; son los centros esenciales donde convergen redes de diversos intercambios, desde económicos, sociales, culturales, tecnológicos y de comunicaciones, hasta personales, etc. Las ciudades también unen sus propios intercambios entre la oferta urbana y la demanda de diversos colectivos: ciudadanos principalmente, pero también inversores, turistas

e instituciones. En la interacción común de cualquier humano, la identidad individual va sucedida por un territorio que va formando entorno a un país, estado, ciudad, etc., cualquiera sea la dimensión espacial aplica una constante búsqueda por diferenciarse con señas de identidad propia, por posicionarse. Somos a un tiempo de población y audiencia, ¿Cómo lo ven?, ¿cómo lo vemos?, ¿qué atributos evocan?²⁸

Y podrá preguntarse, ¿en qué se relaciona el mercadeo social, la identidad visual y marca país con la importancia del proyecto?

Pues bien, el propósito de conocer dichos términos es proponer un nuevo concepto: **marca social**, el cual puede ser aplicado a entidades y/o instituciones, como lo es la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural. En el cual se cree una conciencia de aprovechar al máximo las bondades y beneficios del marketing social y al mismo tiempo convertirse en marcas con identidades y valores, redes temáticas y culturales que proporcionen notoriedad a nivel nacional e incluso internacional.

Pero ¿En qué se beneficia la DIGEBI con el rediseño de la identidad visual?

A pesar de que la DIGEBI no cuenta con una competencia directa como tal en su sector, por pertenecer al Estado, el que toda institución, principalmente las pertenecientes a la nación cuenten con una identidad visual propia permite ampliar su espectro, canalizando de una manera más efectiva los recursos proporcionando bienestar y calidad social.

Finalmente ¿Por qué es necesario mejorar la imagen visual de la DIGEBI?

Además, que la identidad visual representa un punto importante en las relaciones modernas, actuando como un foco de atención pues define la primera impresión que el público tiene, la identidad describe los atributos con los que cuenta una institución, sirve como diferenciador y establece una identidad de marca que permite que la institución no solamente sea reconocida, sino además recordada.

²⁷. Toca Torres, Claudia Eugenia. <El marketing al servicio de las organizaciones del tercer sector>, Revista Estudios Generales Volumen 29 ISSUE 129 (2013), 386-395. Acceso 7 de agosto de 2020, disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000758#bib0060>

²⁸. Sánchez Guitián, José Miguel. 2011. <Marca país: España, una marca líquida>, Business & Marketing School, Acceso 7 de agosto de 2020, disponible en: <https://n9.cl/t8nw7>





CAPÍTULO 5 —

DEFINICIÓN CREATIVA





BRIEF CREATIVO

En este apartado se dan a conocer datos diversos y antecedentes importantes a tomar en cuenta para el proceso de planeación y ejecución del proyecto.

Información del cliente

Nombre de la institución:

Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-, parte del Ministerio de Educación de Guatemala -MINEDUC-.

Dirección:

6a. calle 1-87, zona 10 Edificio 2, 4to Nivel Ala Norte

Teléfono: 2323-1573

Correo electrónico:

lmartinez@mineduc.gob.gt

Contacto dentro de la institución:

M.A. Lucky Antonieta Martínez Bermudez, jefa departamento de participación de comunidad educativa.

Teléfono: 5343-2141.

Información de la institución

La Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural es una institución que se especializa en la investigación pedagógica y cultural para la creación de materiales educativos en apoyo a la niñez y

juventud de las escuelas públicas de Guatemala en especial del área rural. Produce materiales en los 25 idiomas del país para garantizar la inclusión de todos los estudiantes en el sistema educativo.

Programas activos

Programa académico de desarrollo profesional docente (PADEP/D)

Programa de formación universitaria para el desarrollo docente en servicio del sector oficial del Ministerio de Educación, tiene como propósito elevar el nivel académico y mejorar su desempeño laboral en los diferentes niveles y modalidades educativas, dentro de los subsistemas escolar y extraescolar.

Programa de educación para estudiantes con sobreedad -PEPS-
Programa amparado en el Acuerdo 413-2009 con el propósito de nivelar a los estudiantes comprendidos entre las edades de 10 a 15 años que tuvieran aprobado el primer grado de primaria, facilitándoles culminar en dos años lectivos los grados de segundo a sexto. PEPS se organiza en dos etapas: la primera incluye segundo y tercer

grado, mientras la segunda incluye cuarto, quinto y sexto. Cuenta con un Currículo Nacional Base el cual debe ejecutarse congruentemente con el CNB del Nivel de Educación Primaria regular.

Comprometidos con primero

Programa nacional el cual pretende reducir la repitencia y aumentar el éxito escolar, entre sus metas incluye generar condiciones para lograr las competencias de lectoescritura en los niños, apoyar a docentes en la capacitación y dotar de materiales a las escuelas beneficiando a los estudiantes de primer grado. Para ello la DIGEBI contextualiza el libro de aprestamiento “Leo y escribo paso 1 y paso 2” los cuales son un conjunto de materiales producidos en los 25 idiomas del país, diseñado para ser trabajado en los primeros meses del ciclo escolar, contiene ejercicios que sirven para desarrollar las habilidades básicas que preparan a los niños para aprender a leer y escribir.



Definición creativa

Instituciones análogas o similares

Academia de Lenguas Mayas de Guatemala

Fundada en 1990 por un grupo de profesionales interesados en la investigación, desarrollo y promoción de los idiomas indígenas existentes en el país, la ALMG es la máxima entidad rectora de la promoción y desarrollo de las lenguas mayas en el país, a su vez, es una organización del Estado de Guatemala que regula el uso, la escritura y promoción de los idiomas Mayas.

El Proyecto de Desarrollo Santiago -PRODESSA-

Fundada en 1989 por los hermanos de La Salle Sebastián Farró y Oscar Azmitia, con el propósito de proporcionar apoyo a exalumnos del Instituto Indígena Santiago, mediante proyectos de desarrollo comunitario. Así pues, PRODESSA comenzó a impulsar procesos de agricultura sostenible en comunidades rurales indígenas, así como a crear programas de educación superior para esta misma población por medio de la Escuela Superior de Educación Integral Rural, ESEDIR.

Información de proyecto

Descripción del proyecto

Creación de identidad gráfica, línea gráfica y manual de normas gráficas que vinculen a la institución con su esencia y ayuden a la comunicación efectiva.

Objetivo del proyecto

Contribuir a la adecuada aplicación de elementos gráficos dentro de las piezas diseñadas para exponer la causa de la institución a través de un manual de normas gráficas.

Partes del proyecto

- Logotipo
- Manual de normas gráficas
- Hoja membretada
- Tarjeta de presentación
- Notebook
- Afiche
- Banner
- Totebag
- Folder
- Gafete
- Polo
- Pin
- Sello
- Separador
- Sticker



- Firma electrónica
- Mailing

Tiempo de ejecución

2.5 meses aproximadamente, dividido en 2 semanas para rediseño de logotipo, 5 semanas para desarrollo de línea gráfica y papelería básica 3 semanas para diseño de manual de normas gráficas.

Presupuesto

La institución no cuenta con un presupuesto destinado al proyecto. Sin embargo, el estudiante será el que cubra los costos. El presupuesto estimado será de Q56,000.00

Restricciones

- Falta de presupuesto, debido a la Pandemia COVID-19 el presupuesto destinado para la Dirección sufrió modificaciones.
- El logotipo debe llevar en su construcción una mazorca y un libro.
- Falta de conocimiento de diseño gráfico y sus beneficios por parte del equipo de trabajo en la DIGEBI.
- Utilizar logotipo del Ministerio de Educación.

Grupo objetivo

Profesores y profesoras del nivel de educación primaria, particularmente imparten clases en escuelas públicas bilingües del departamento de Guatemala.

Mensaje que transmitir

“Es necesario un Heraldo renacido para la DIGEBI.”

“La conexión con mis alumnos me hace interesarme en buscar nuevas ideas para estar actualizado y brindar un mejor servicio cada día.”



REFERENTES VISUALES

Los referentes suelen ser soluciones existentes que corresponden a problemas específicos de diseño, estos aportan experiencia y conocimientos de diseños adquiridos en el pasado. Normalmente son utilizados para resultar temas y conceptos de diseño que varían de acuerdo con las necesidades del problema a resolver. Diseñar se trata de resolver problemas de comunicación, en el proceso los diseñadores suelen recurrir a referentes visuales o conceptuales como guía para comunicar de mejor manera sus ideas o analizar la manera en que otros encontraron una solución.²⁹

Por ello, para comenzar el proceso de producción gráfica previamente se busca referentes visuales que tengan conexión o sirvan como inspiración para el proyecto propuesto.

²⁹ Jader, 2017. <<Sobre los referentes y el diseño>>. Spotlight: 23 Design. Acceso 21 de agosto de 2020. <https://medium.com/design-thoughts-case-studies/sobre-los-referentes-y-el-dise%C3%B1o-72981fae9426>



Definición creativa

LOGOTIPOS



Figura 5. Rediseño logotipo KWIK,
Fuente: <https://n9.cl/1cent>

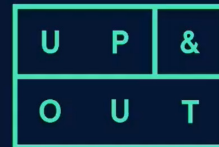


Figura 6. Logotipo UP & OUT, Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/8162843063762104/>



Figura 7. Logotipo SBZ, Fuente: <https://in.pinterest.com/pin/373235887868784658/>



Figura 8. Logotipo TEGETA ACADEMY,
Fuente: <https://www.snlg.uk/>



Figura 13. Dada Factory, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/33324/dada-factory>

Figura 14. Archívna Správa O Stave Vysokej Skoly
Vytvarnych Umeni 1949-1989, Fuente: <https://n9.cl/4rnxs>

Figura 15. *Typographic Singularity 2020*, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/33780/typographic-singularity-2020>

Figura 16. MoMA's Art Lab, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/34349/momas-art-lab>



Definición creativa

COLOR



Figura 17. Center Professional Studies,
Fuente: <https://n9.cl/0anz>

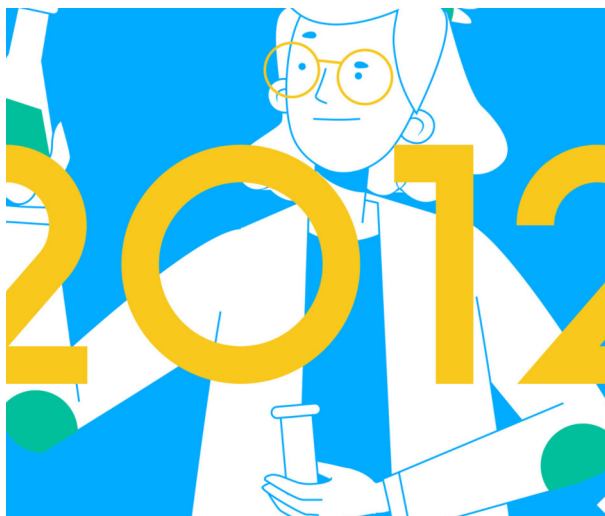


Figura 18. Enea, Fuente: <https://n9.cl/rk5fj>



Figura 19. DEC Brand Identity,
Fuente: <https://n9.cl/c8oxo>



Figura 20. Senac Francisco Matarazzo,
Fuente: <https://n9.cl/zu0s>



DIAGRAMACIÓN



Figura 21. The secret of weather exhibition, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/34498/the-secrets-of-weather-exhibition>



Figura 22. Globális építészet – yearbook 2019 of BME DLA, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/33749/globalis-epiteszet-yearbook-2019-of-bmeandnbs>



Figura 23. A*2020 le magazine de l'Anthropocene, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/33465/adeq2020-le-magazine-de-lanthropocene>



Figura 24. Museo del Novecento study, Fuente: <https://fontsinuse.com/uses/33313/museo-del-novecento-study>



ESTRATEGIA DE LA PIEZA DE DISEÑO (6W's)

¿Qué? (What?)

Adecuada aplicación de elementos gráficos dentro de los materiales diseñados para exponer la causa de la DIGEBI y lograr un mejor posicionamiento institucional.

¿Cómo? (How?)

Creación de identidad gráfica, línea gráfica y manual de normas gráficas que vinculen a la institución con su esencia y ayuden a la comunicación efectiva.

¿Por qué? (Why?)

- Incorporación en la DIGEBI de los principios para una correcta aplicación de manual de normas gráficas, así como promover la EBI.
- Para fortalecer la identidad gráfica en instituciones de carácter público.
- Expansión a demás entidades gubernamentales.

¿Dónde? (Where?)

El proyecto se llevará a cabo en el departamento de Guatemala, dentro del Ministerio de Educación en la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural.

¿Cuándo? (When?)

El proyecto se llevará a cabo del 1 de agosto al 31 de octubre del año 2020, dividido en las siguientes fases:

- Bocetaje de primer nivel (a mano) septiembre de 2020
- Bocetaje de segundo nivel (digital) octubre de 2020
- Diseño y prototipado de pieza final octubre-noviembre de 2020

¿Con quién? (Who?)

- Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural DIGEBI – MINEDUC.
- Máster Lucky Martínez, departamento de participación de comunidad educativa – DIGEBI.
- Licenciado Gustavo Jurado – Asesor metodológico, Licenciada Carolina Aguilar – Asesora gráfica – Licenciado Pablo Zeceña – Cuarto consultor.



MAPA DE EMPATÍA G.O

¿Qué piensa y qué siente?

Principalmente que los años de experiencia importan, el derecho a la educación es primordial por ello todos merecen la oportunidad de estudio, el idioma materno es importante y siente satisfacción por contribuir en la formación de sus alumnos y apoyar en el desarrollo del país.

¿Qué dice y qué hace?

Las capacitaciones para conocer técnicas de enseñanza nuevas son necesarias, el desarrollo de habilidades lectoras en los niños es primordial, planifica sus clases con anticipación, utiliza libros como Nacho, Victoria y Coquín para dar clases, lo que constituye su cultura visual predominante

¿Qué oye?

Principalmente recomendaciones y sugerencias de sus conocidos y colegas sobre tópicos diversos, tutoriales para el desarrollo de material gráfico, noticias nacionales. Se encuentra atento a tendencias que ayuden en sus clases.

¿Qué ve?

Busca actualizarse constantemente dedicando un tiempo establecido en sus actividades habituales, por ello visita páginas de internet relacionadas con la educación bilingüe o con su planificación de clases, busca frases motivacionales para sus alumnos, finalmente ve acontecimientos del país.



INSIGHT

Entendemos como insight al anglicismo que hace referencia a la clave o esencia que permite encontrar la solución a un problema. Un camino, un dato que sugiere el procedimiento a la solución. Un insight es el acto del entendimiento de la oculta naturaleza de las cosas o de percibirlo de una manera intuitiva, de esta manera implica percepción, entendimiento y conocimiento.³⁰

Factor individual psicológico³¹

Cultura: étnica maya de clase socioeconómica media, con una formación docente.

Necesidad de autoestima: capacitación docente.

Tecnología: Se encuentra dispuesto a obtener información desde un teléfono celular o una computadora.

Grupos de influencia³²

Utiliza libros Victoria, Nacho, Coquín o El Sembrador para impartir clases, siendo esta su cultura visual predominante. Visita páginas para creación de contenido en el aula como www.webdelmaestro.com

Intereses³³

Crece bajo filosofías de educación

maya holística, le interesan temas políticos, la educación inclusiva y las reformas educativas.

Motivaciones

La conexión que forma con su grupo de alumnos, el cariño y respeto que les tienen tanto a ellos como a su cultura y sus padres los inspira a buscar constantemente cómo hacer para que los niños no pierdan las clases, de esta manera los padres se sentirán cómodos en que sus hijos aprendan en su lengua materna. Sienten que tienen la obligación que cumplir para que la educación que sus alumnos reciben sea cada vez mejor.

Actitudes

Un maestro escucha y observa detenidamente, los motiva saber qué instituciones grandes han estudiado casos con los que ellos tienen problemas en clase, creen en los datos y necesitan saber que las investigaciones son constantes, les interesa tanto su profesión que se trasladan largas distancias para capacitarse en cómo pueden ayudar a sus alumnos.³⁴

³⁰ Tristán Elósegui, << ¿Qué es un insight? >>, acceso el 22 de agosto de 2020, <https://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/>

³¹ Ver Anexo 4.3 y 4.4

³² Ver Anexo 4.4.1

³³ Ver Anexo 4.3 y 4.4

³⁴ Ministerio de Educación de Guatemala, Validaciones a los libros “Leo y escribo Paso 2 y 3”, Plenaria de opiniones sobre la Educación Bilingüe en Guatemala, 27 de agosto de 2019.



INSIGHT ENCONTRADO

Propuesta

Crear una identidad gráfica, y manual de marca que vinculen a la institución con su esencia y ayuden a la comunicación efectiva para lograr un mejor posicionamiento dentro del grupo objetivo.

“La conexión con mis alumnos me hace interesarme en buscar nuevas ideas para estar actualizado y brindar un mejor servicio cada día.”

Insight

La conexión con mis alumnos me hace interesarme en buscar nuevas ideas para estar actualizado y brindar un mejor servicio cada día.

Hallazgo

Les interesa capacitarse pues de esta manera la educación de sus alumnos será cada vez mejor.

Factor

Los docentes son dedicados pero por sobre todo están comprometidos con sus alumnos.



DESARROLLO DEL CONCEPTO CREATIVO

Entendemos como concepto creativo la esencia de todo proyecto, siendo la idea fluida que permitirá plasmar la creatividad en diversas plataformas. Representa el “qué” del “qué se va a decir” y el “cómo” del “cómo se hará”.³⁵

Para llegar al concepto creativo que será a guía dentro del proceso de diseño se hizo uso de tres técnicas creativas, las cuales generan diversos grupos de ideas que posterior a un proceso de análisis y conceptualización surge un concepto creativo.

Descripción de la técnica

Relaciones forzadas.

Este método creativo fue desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación, de ahí pueden surgir ideas originales.³⁶

Descripción del proceso

El primer paso consiste en hacer dos lluvias de ideas: una sobre el tema del que se está hablando, en este caso es la DIGEBI, y la segunda es una

lluvia de ideas otro tema cualquiera, en este caso “Cosas a mi alrededor”.

Posteriormente se elige una palabra de cada lista, a partir de esto se desglosa cada palabra en una pequeña lluvia de ideas para generar nuevas palabras que sean útiles dentro del concepto creativo que se busca generar.

A partir de la segunda lluvia de ideas se comienza a hacer las relaciones forzadas, dando como resultado posibles variables del concepto. Así pues a partir de “mensaje” y “bautizo” surge el concepto “Heraldo Renacido”.

³⁵ Atlas20, << ¿Qué es el concepto creativo? >>, acceso el 21 de agosto de 2020, <https://atlas20.com/concepto-creativo-publicidad/>

³⁶ Neuronilla, << Relaciones forzadas (palabra al azar) >>, acceso el 21 de agosto de 2020, <https://www.neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>



Conocido - DIGEBI

Niñez
Enseñanza
Estudios
Etnias
Indígenas
Bilingüe
Cultura
Lenguas
Consciencia
Dirección
Sistema
Trabajo
Nacional
Cambio
Progreso
Bienestar
Conocimiento
Ayuda
Presencia
Impacto
Público
Experiencia
Enfoque
Objetivo
Formación
Positivo
Dimensión
Contexto
Conocimiento

Ayuda
Visión
Necesidad
Visual
Identidad
Información
Resultados
Mensaje
Vínculo
Conexión
Representación
Imagen
Panorama
Situación
Dimensión
Servicio
Proyecto
Plan
Libro
Fronteras
Compartir
Educación
Docentes
Nacional
Real
Promesa
Impacto

Desconocido - Entorno

Tiempo
Ambiente
Metodología
Origen
Leyenda
Caso
Ciudad
Charla
Título
Flecha
Micrófono
Auricular
Adaptador
Blog
Planteamiento
Cadena
Paquete
Interrogación
Cuento
Panal
Grafito
Planta
Frasco
Taza
Caja
Madera
Pachon
Sombras
Perfume

"Heraldo Renacido"

Invitación
Cuadrado
Ventana
Irregular
Cerrado
Reja
Jaula
Lamina
Aire
Grieta
Arbol
Bautizo
Azulejo
Miel
Plato
Adaptador
Mesa
Regla
Impresora
Foto
Foco
Huellas
Cable
Espejo
Papel
Cortina
Metal
Tela



Definición creativa

Descripción de la técnica

Analogías

Método creativo desarrollado por William Gordon en 1961, bajo el nombre de Sinéctica. Consiste en resolver un problema mediante un “rodeo”, en lugar de afrontar de cara el problema, se compara con otra cosa, es decir, relacionar dos elementos que parecen no tener relación entre sí. Cuando se utiliza la analogía como recurso de creatividad se asume de alguna manera el principio “si esto se parece a eso en algo quizá se parezca en más cosas”.³⁷

Descripción del proceso

Como primer paso se debe conocer cuál es el problema, en este caso se necesita **posicionar a la institución por medio de una línea gráfica sólida que la vincule con su esencia.**

Después de tener claro el problema, se procede a la generación de ideas donde se produzcan diferentes analogías.

Problema

Se necesita posicionar a la institución por medio de una línea gráfica sólida que la vincule con su esencia.

Generación de ideas

Guardian / restaurar / conexión / invasión / **origen** / propagación / visión / cosmos / propulsión / atmósfera / contagiar / **radiación**

Creación de analogía

Se necesita posicionar a la institución por medio de un **origen radioactivo** sólido que la vincule con su esencia.

A partir de la generación de ideas se extrae el concepto “origen radioactivo”.

Analogías

Origen: del latín “origo”, se refiere al comienzo, inicio, surgimiento o motivo de algo.

Radiación: propagación de energía en forma de ondas electromagnéticas o partículas subatómicas a través del vacío o de un medio material.

La radiactividad tiene como base:

Un **núcleo atómico**, el cual es la parte central de un **átomo** (logotipo), tiene carga positiva y concentra más del 99.9% de la masa total del átomo (manual de marca).³⁸

³⁷. Neuronilla, <<Analogías>>, acceso el 22 de agosto de 2020, <https://www.neuronilla.com/analogias/>

³⁸. Wikipedia, <<Núcleo atómico>>, acceso el 22 de agosto de 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Núcleo_atómico



Descripción de la técnica

Técnica de Moliere “ojos limpios”.

Este método consiste en utilizar la opinión de personas ajenas al tema del proyecto, así de la opinión de este se extrae un concepto.³⁹

Descripción del proceso

Como primer paso se debe describir el reto creativo.

Como segundo paso se recluta un grupo de personas ajenas y externas al tema, las cuales aportaran su punto de vista con respecto al tema.

En el tercer paso se recopila todos los planteamientos e ideas generadas, intentando que sean en cantidad, para posteriormente pasar a una fase de selección y evaluación.

Finalmente, las ideas que han pasado el filtro, se aplica el criterio y experiencia para dotar de calidad los planteamientos iniciales.

Opiniones obtenidas

- Velan por la educación con pertinencia lingüística.
- Se encargan que no se pierda el lenguaje.
- ¿Qué tanto se ha avanzado en 25 años aproximadamente?
- Capacitaciones donde haga falta.
- Sistema ordenado y consciente.
- Profesores para el desarrollo.
- Ayuda a población indígena.
- Ayuda y beneficia.

De dichas opiniones surgió el concepto “Lenguas por el desarrollo”.

“Lenguas por el desarrollo”

³⁹. Torreblanca Francisco, <<Técnicas de creatividad: Ojos Limpios>>, acceso 22 de agosto de 2020, <https://franciscotorreblanca.es/tecnicas-creatividadojos-limpios/>



CONCEPTO CREATIVO SELECCIONADO

De los conceptos creativos obtenidos a partir de las tres técnicas creativas, se selecciono el concepto que surgió a partir de relaciones forzadas “**Heraldo Renacido**” pues es el que se considera dispone con mayor potencial gráfico. Este concepto hace referencia al renacer que adquiere una entidad al momento de obtener una identidad visual, así como también el poder del mensaje que transmite una actualización visual. Por otro lado, se hace alusión a un mensajero que necesita nacer de nuevo, por medio de estandartes que sean códigos de identificación eficaces, que provean unidad y sean de lectura fácil. Representando la importancia y valor de la cultura ancestral se busca construir una identidad que represente a las diversas culturas que existen en Guatemala logrando un equilibrio por medio de la percepción de cada elemento como un todo.

Heraldo Renacido

Heraldo. mensajero, que anuncia la llegada de otra cosa, presenta características como un ser divino, un ser grande y un ser sagrado.

Renacer. nacer de nuevo, después de la aparente, recuperar la vigencia o importancia. Se asocia a la vida, la existencia y lo vital.



CAPÍTULO 6 —

PRODUCCIÓN GRÁFICA





NIVEL DE VISUALIZACIÓN UNO

Este capítulo 6 también es conocido como la fase de desarrollo, ejecución o creación. Abarca los pasos a seguir, partiendo de los elementos del capítulo anterior, que son el “insight” y el concepto creativo hasta llegar a una propuesta gráfica final, fundamentada mediante los códigos de diseño gráfico, esto con el fin primordial que sea funcional y cumpla con el objetivo del proyecto.

En este primer nivel se realiza una fase de bocetaje trabajados en base al concepto creativo encontrado en el capítulo anterior, a manera de seleccionar uno de los bocetos y realizar los ajustes pertinentes en dicha propuesta, se realiza una autoevaluación, con la finalidad de llegar a una propuesta que será implementada en la producción de los materiales de este proyecto.

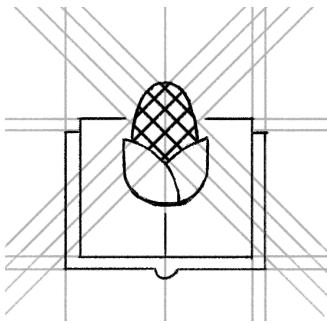
Perfil del informante Jesús Pirir, 24 años, estudiante de diseño gráfico (décimo semestre).

Metodología Se realizó una autoevaluación de diversos aspectos de cada una de las piezas trabajadas por medio de una matriz preestablecida, teniendo como calificación más alta 5 y como la más baja 1.

Piezas evaluadas Logotipo, tarjeta de presentación y hoja membretada.

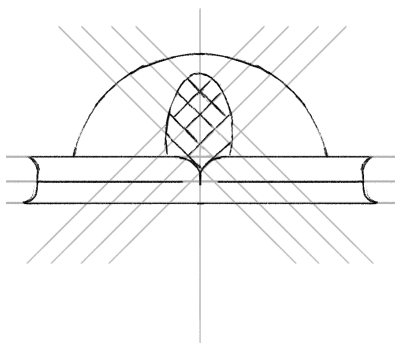


LOGOTIPO



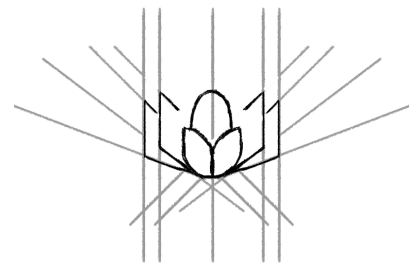
Propuesta A

La primera propuesta se realiza a partir de una construcción geométrica con una vista cenital de los elementos como alusivo a que la institución se encuentra en la parte superior o que procede de, así pues, se hace referencia al concepto creativo por medio de las características de lo divino y sagrado.



Propuesta B

El isotipo se construye de tal manera que da la sensación que la mazorca sale del libro abierto. Se basa en una construcción geométrica desde una vista a nivel. Hace referencia a que el conocimiento sale y se obtiene por medio de la lectura. De esta manera, el concepto se hace presente por medio del mensaje que se transmite por medio de la lectura.

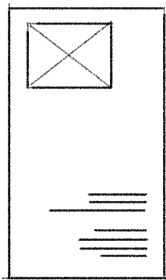


Propuesta C

La construcción del isotipo toma como referencia los orígenes de la institución, partiendo de su logotipo actual, se realiza una síntesis de los elementos abstrayendo los más necesarios del mismo de tal manera que la simplificación siga transmitiendo la esencia de la institución, así pues, el concepto se hace presente por medio del renacer dentro de la construcción del mismo.

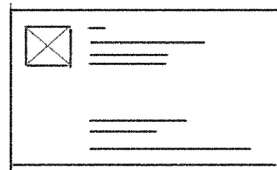


TARJETA DE PRESENTACIÓN



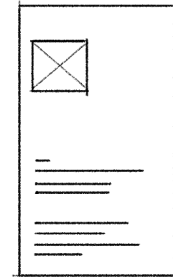
Propuesta A

En la cara frontal se ubica el imago tipo en la parte superior izquierda ayudando a reforzar la identificación de la institución, mientras que los textos se ubican alineados a la derecha haciendo el primer énfasis en el nombre y puesto, luego en la información de contacto junto con la institución. En la segunda cara se ubica el slogan de la institución.



Propuesta B

Se divide en dos caras, en la parte frontal se hace jerarquía colocando como principal el imago tipo y luego la información de contacto, dejando un espacio de por medio que genera simetría entre los elementos y este espacio.



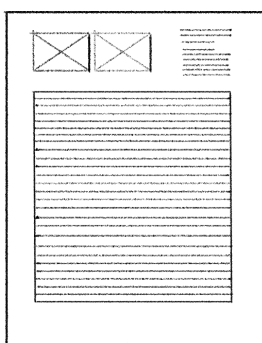
Propuesta C

En la parte frontal ubica el imago tipo completo en la parte superior ayudando a reforzar la identificación de la institución y los textos de contacto en la parte inferior para generar un equilibrio entre espacio y contenido. En la segunda cara se ubica el slogan de la institución.



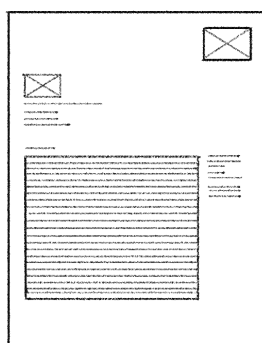
Producción gráfica

HOJA MEMBRETADA



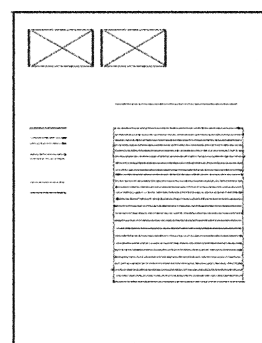
Propuesta A

El contenido se divide en dos segmentos, de tal manera que lo primero que vea el lector sea la marca e información de contacto y como segundo punto el mensaje a comunicar.



Propuesta B

La propuesta de igual manera divide el contenido, dejando tres pasos de lectura, el primero la marca, segundo el remitente y el texto, y el tercero la información de contacto. El propósito de la división de contenidos es aliviar el peso de la estructura pues de esta manera no compiten los elementos directamente entre si.



Propuesta C

Al igual que la propuesta B, el contenido se divide en tres, sin embargo, en esta propuesta el recorrido visual cambia, haciendo el primer énfasis en la marca, segundo la información de contacto y por último el remitente y el texto.



DESCRIPCIÓN DE LA AUTOEVALUACIÓN

Se evaluó la marca y las piezas institucionales por medio de una matriz preestablecida con criterios correspondientes que buscan evaluar la marca en aspectos básicos y avanzados, buscando fundamentar la solidez y cumplimiento de las normas que toda marca de calidad alta debe cumplir, así como el estándar de calidad gráfica y funcionalidad.

Criterios:

- Pertinencia
- Memorabilidad
- Fijación
- Legibilidad
- Composición
- Abstracción
- Estilización
- Diagramación
- Tipografía
- Color



Producción gráfica



PREVISUALIZACIÓN NO. 1

En la siguiente hoja se encuentran 10 parámetros distintos que se utilizarán para evaluar las propuestas del nivel de visualización No. 1 del proyecto de graduación “*Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala*” del estudiante Jesús Alberto Pirir Raxón de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

Instrucciones

Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada con base en los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.

Proyecto: *Branding DIGEBI*

Pieza a validar: *Logotipo*

Aspecto evaluado	Propuesta 1					Propuesta 2					Propuesta 3				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Pertinencia		×							×						×
Memorabilidad			×						×					×	
Fijación			×						×					×	
Legibilidad			×					×					×		
Composición			×						×						×
Abstracción				×					×						×
Estilización			×						×						×
Diagramación				×					×						×
Tipografía				×					×					×	
Color					×					×					×

TOTAL:

34	40	45
----	----	----



PREVISUALIZACIÓN NO. 1

En la siguiente hoja se encuentran 10 parámetros distintos que se utilizarán para evaluar las propuestas del nivel de visualización No. 1 del proyecto de graduación “*Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala*” del estudiante Jesús Alberto Pirir Raxón de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

Instrucciones

Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada con base en los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.

Proyecto: *Branding DIGEBI*

Pieza a validar: *Tarjeta de presentación*

Aspecto evaluado	Propuesta 1					Propuesta 2					Propuesta 3				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Pertinencia			×						×					×	
Memorabilidad			×						×					×	
Fijación			×					×						×	
Legibilidad			×						×						×
Composición			×						×						×
Abstracción				×					×					×	
Estilización				×					×						×
Diagramación				×					×					×	
Tipografía				×					×						×
Color				×					×					×	

TOTAL:

35	39	44
----	----	----



Producción gráfica



PREVISUALIZACIÓN NO. 1

En la siguiente hoja se encuentran 10 parámetros distintos que se utilizarán para evaluar las propuestas del nivel de visualización No. 1 del proyecto de graduación “*Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala*” del estudiante Jesús Alberto Pirir Raxón de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

Instrucciones

Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada con base en los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.

Proyecto: *Branding DIGEBI*

Pieza a validar: *Hoja membretada*

Aspecto evaluado	Propuesta 1					Propuesta 2					Propuesta 3				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Pertinencia				X					X				X		
Memorabilidad			X						X				X		
Fijación			X						X				X		
Legibilidad				X						X				X	
Composición				X					X				X		
Abstracción			X						X				X		
Estilización			X						X				X		
Diagramación			X						X					X	
Tipografía				X					X					X	
Color			X					X					X		

TOTAL:

34 40 33



CONCLUSIÓN

Posterior a la aplicación de la matriz de autoevaluación, las propuestas seleccionadas son para logotipo la propuesta 3, para tarjeta de presentación la propuesta 3 y para hoja membretada la propuesta 2 puesto que presentan la características necesarias dentro del proyecto, siendo de lectura fácil y piezas que proyectan unidad, su recorrido visual es simple y legible, reflejan institucionalidad por medio del elemento tipográfico y, finalmente, el equilibrio entre los elementos que los componen siempre es constante.

A dichas propuestas se le realizan pequeños ajustes con el fin de mejorar su calidad gráfica.



NIVEL DE VISUALIZACIÓN DOS

En este paso del proceso, los bocetos trabajados en la fase anterior se trasladan a su versión digital, con el fin de visualizar una referencia preliminar más desarrollada de las piezas trabajadas. Luego se realizó una evaluación con estudiantes de diseño gráfico, así como profesionales del diseño gráfico.

Muestra 1 Grupo de 14 estudiantes entre 23 y 28 años, del décimo semestre de la licenciatura de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Muestra 2 Licenciados en Diseño Gráfico con especialidad en diseño de marcas, diseño editorial, y dirección de arte que laboran en el medio nacional actual con edades que oscilan entre los 25 y 29 años.

Yavheni de León, cofundador Adherente.

Ludwing García, cofundador Anti Studio.

José Interiano, diseñador independiente.

José Carlos Molina, diseñador independiente.

Metodología Grupo focal por medio de video conferencia en la plataforma Google Meet. Se realizó una presentación de los bocetos trabajados, la autoevaluación y la selección de los mismos. Posterior a ello, se expuso las etapas del proceso, iniciando con el contexto y problema de comunicación, para proceder con objetivos y el proyecto como tal. Finalmente, se recibió la retroalimentación según criterios de diseño para luego realizar los cambios pertinentes en las piezas.

Piezas evaluadas Logotipo, tarjeta de presentación, hoja membretada, libreta, folder, gafete y firma electrónica.



Producción gráfica

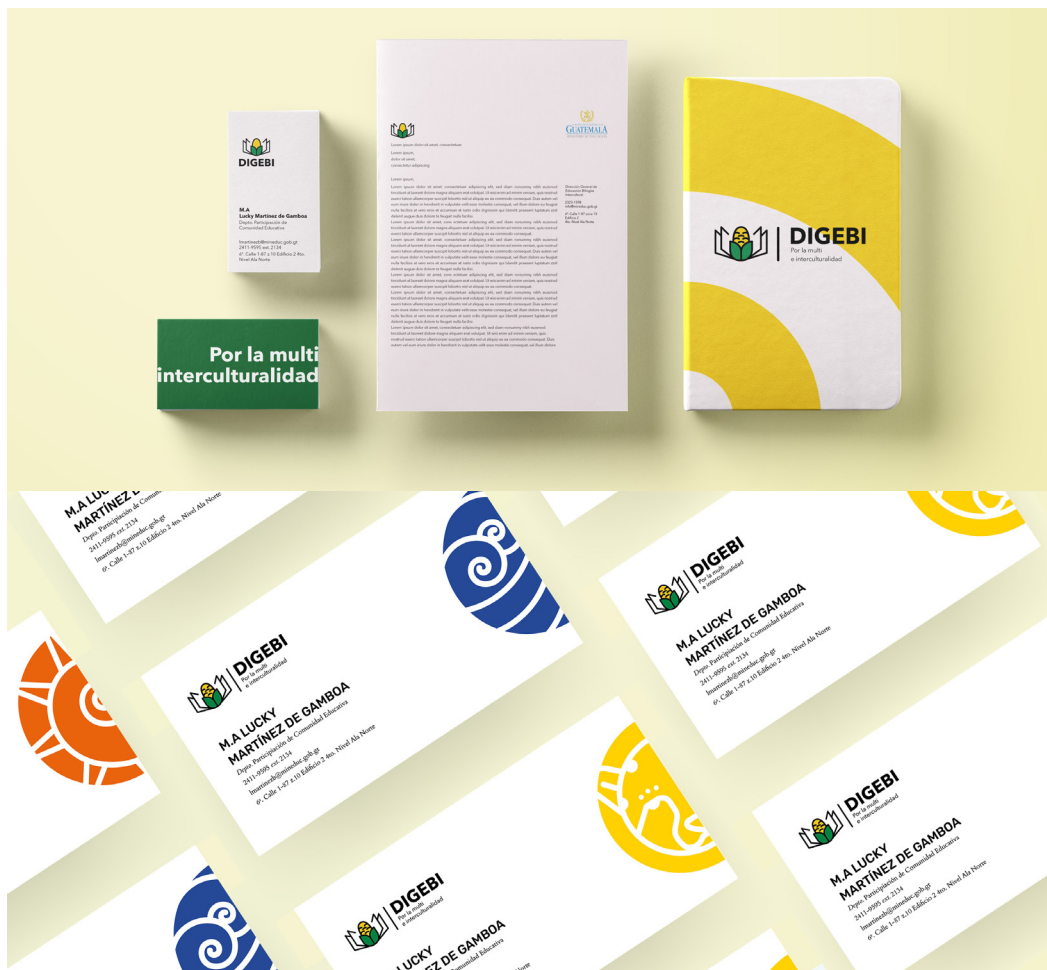
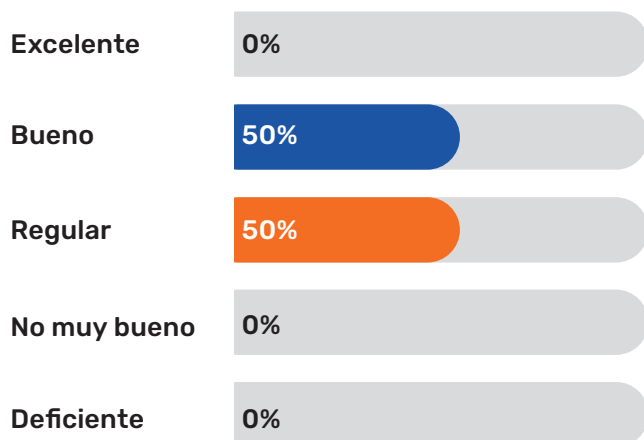


Figura 25. Recopilación de piezas gráficas validadas. Pirir, J. (2020)



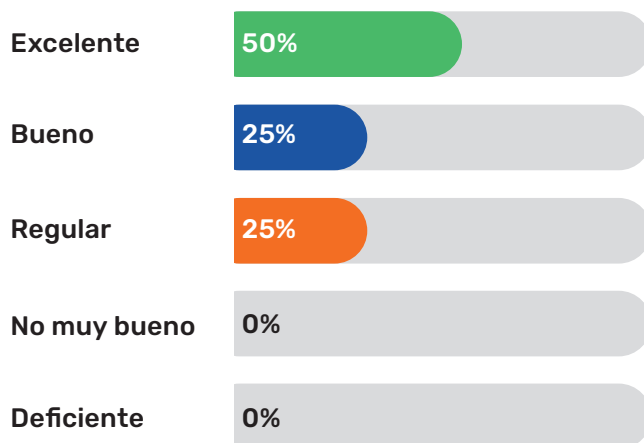
RESULTADOS VALIDACIÓN CON PROFESIONALES

¿La línea gráfica refuerza el concepto creativo?
Concepto: "Heraldo renacido"



El 50% de los profesionales considera como bueno y regular el uso de los elementos en la línea gráfica, debido a que aún debe reforzarse el enlace entre la gráfica y el concepto.

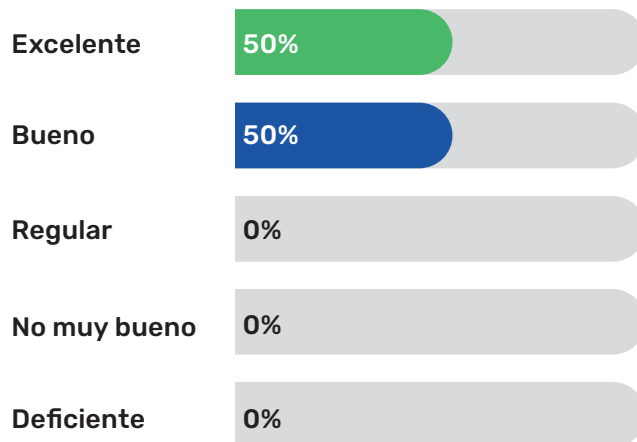
¿Considera que la línea gráfica es versátil para su adaptación a distintas piezas?



El 50% de los profesionales considera como excelente el manejo de la línea gráfica, sin embargo, se menciona que es pertinente realizar más exploración visual con el fin de explotar la gráfica en su máxima.

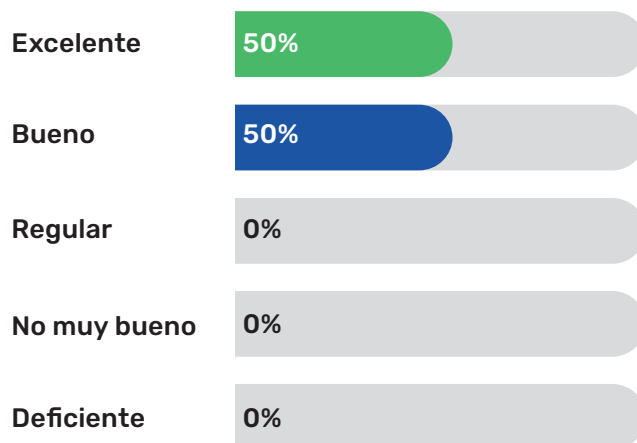


¿Los elementos dentro de las composiciones son los necesarios?



El 50% de los profesionales considera como excelente el uso de los elementos dentro de las composiciones, pues no genera ruido y mantiene características en común, sin embargo, puede ser contraproducente utilizar una extensión del mismo ícono que conforma el logo.

¿Existe armonía en la composición de las piezas?

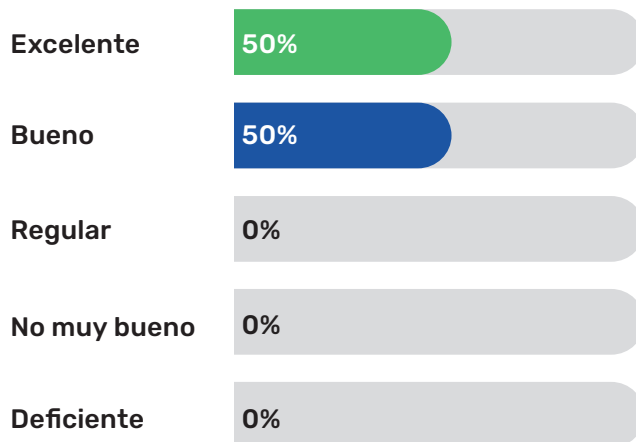


El 50% de los profesionales considera como excelente las aplicaciones de la línea gráfica pues se percibe en armonía, aprovechando de forma óptima el soporte.



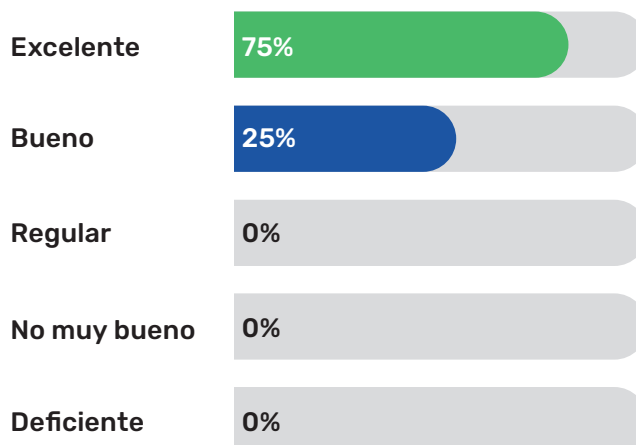
Producción gráfica

¿Considera que la elección tipográfica refuerza el concepto creativo?



El 50% de los profesionales considera como excelente el manejo tipográfico basado en la variabilidad de usos y aplicaciones, sin embargo, también se menciona que sería pertinente generar más peso visual por medio del uso combinado y contrastado de tipografías complementando las piezas con una tipografía con Serif.

¿Considera que los elementos que conforman las piezas gráficas permiten identificar una jerarquía visual?



El 75% de los profesionales considera como excelente el manejo de los textos, debido a que se percibe jerarquía tipográfica en la narrativa de la información.



CONCLUSIONES

Luego de recibir la retroalimentación de parte de los estudiantes de diseño y los profesionales en diseño se concluye lo siguiente:

- Mejorar margen dentro de tarjeta de presentación, proyecta sensación de estar descentrado.
- Dentro del manual de marca especificar tamaño mínimo de logotipo.
- Evaluar elote, se percibe como un mango, flor o montaña.
- Consultar sobre versión de logotipo utilizado por parte del Mineduc.
- El concepto creativo no es del todo claro en la gráfica.
- La utilización de una misma extensión del logotipo es sobreexplotación de un mismo recurso, lo que puede resultar contraproducente.

- Es necesario versiones alternas del logotipo (versión vertical).
- Evaluar la tipografía utilizada.
- La gráfica puede mejorar en función de la multiculturalidad.
- La síntesis del logotipo simplifica los códigos visuales para una comunicación efectiva.



MASTER FEEDBACK

Una vez aplicadas las correcciones sugeridas por parte de los profesionales del diseño gráfico se procede a realizar una segunda evaluación con profesionales del diseño gráfico con experiencia en el medio dentro del evento Master Feedback, organizado por la Licenciada Cindy Ruano de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Escuela de Diseño Gráfico. Las observaciones recibidas son las siguientes:

- Realizar ajustes ópticos dentro de la construcción geométrica del logotipo.
- El sistema de iconos se ve acorde.
- Elemento tipográfico da solidez.
- Sistema de color funcional, además que se percibe en armonía.

Después de realizados los ajustes pertinentes, en el próximo nivel se procede a aplicar una evaluación con la institución y posteriormente con una muestra del grupo objetivo.



Producción gráfica



Figura 26. Recopilación de piezas gráficas validadas. Pirir, J. (2020)



NIVEL DE VISUALIZACIÓN TRES

Para este último nivel de visualización se realiza una prueba que permite conocer la efectividad de las propuestas con el grupo objetivo del proyecto.

Muestra 1 Funcionarios de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural.

Lucky Martinez, Jefa del departamento de participación de la comunidad educativa.

Lisbeth Son, Jefa del departamento de materiales educativos.

Lilian Colop, Departamento de materiales educativos.

Manuel Ixmatá, Departamento de materiales educativos.

Muestra 2 Docentes del nivel primario que imparten clases en escuelas públicas bilingües del departamento de Guatemala.

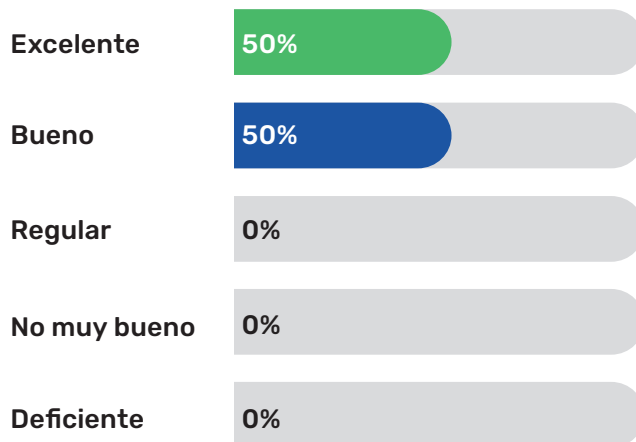
Metodología Luego de relizar los cambios sugeridos por los expertos en la etapa previa, se gestionó dos grupos focales virtuales, con la intención de abarcar tanto al grupo objetivo como a la institución.

Piezas evaluadas Logotipo, tarjeta de presentación, hoja membretada, libreta, afiche, banner, gafete, sello, firma electrónica.



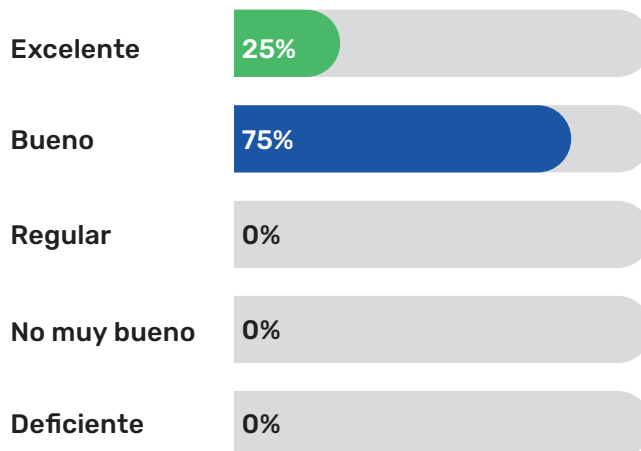
RESULTADOS VALIDACIÓN CON CLIENTE

¿El diseño evidencia la esencia de la Dirección?



El cliente considera como excelente y bueno el diseño propuesto, pues refleja la esencia de la institución.

¿La gráfica expone la causa de la Dirección?



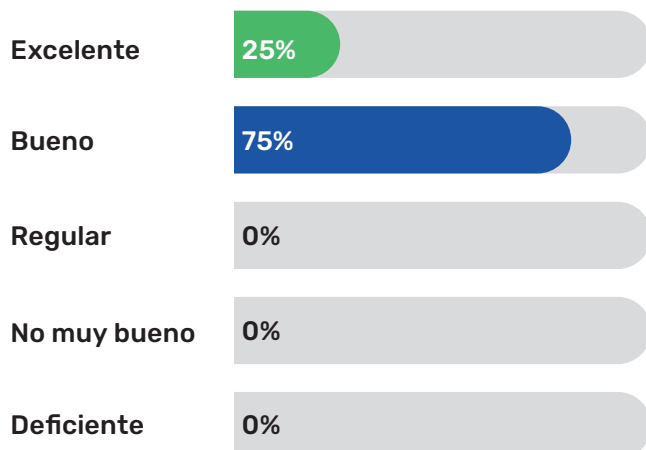
El cliente considera como bueno la gráfica pues predomina la mazorca en la identidad gráfica.



Producción gráfica

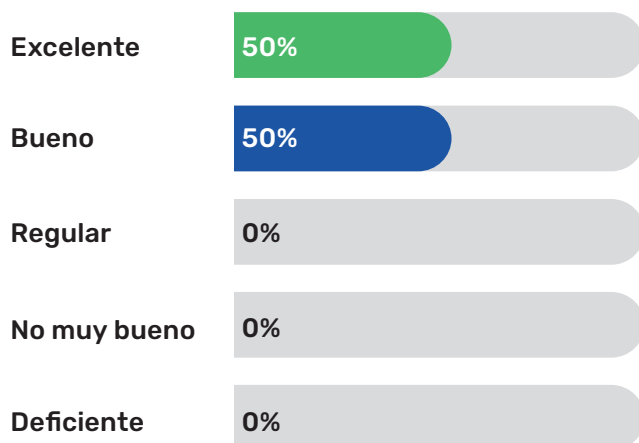
—

¿Considera que la gráfica respeta los valores de la DIGEBI?



El cliente considera como buena la gráfica pues promueve la educación desde la diversidad cultural.

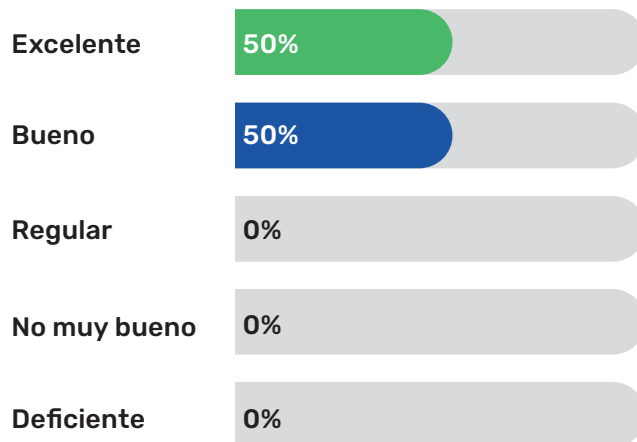
¿Considera que existe armonía en la línea gráfica?



El cliente considera como excelente y buena la armonía de la gráfica pues contiene la esencia de la identidad de la institución.



¿Los colores utilizados proyectan la identidad de la Dirección?



El cliente considera como excelente y bueno los colores utilizados, pues demuestra modernidad pero mantiene la línea educativa.

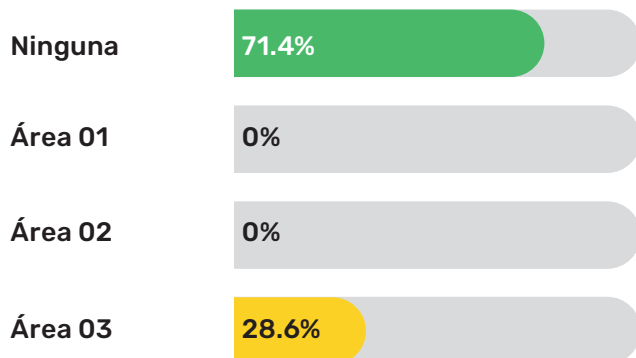
Comentarios acerca del proyecto

Interesante propuesta, desde un concepto visual las personas pueden posicionar su punto de vista hacia un objetivo, en este caso la DIGEBI. Brindar una actualización al logotipo sin perder su esencia es bueno, pero es necesario ir posicionándolo para que las personas identifiquen el nuevo.



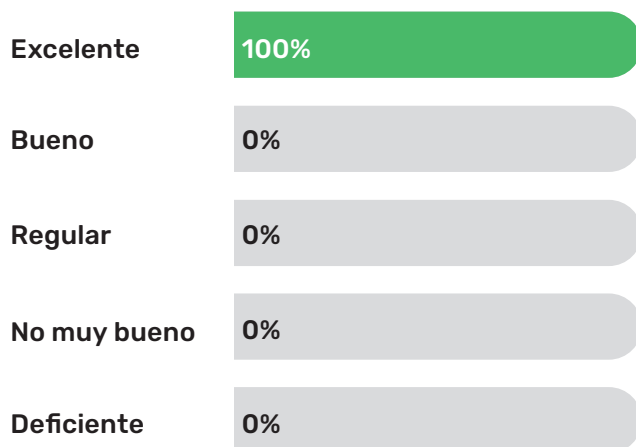
RESULTADOS VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

En la imagen se enumeran áreas de texto, ¿Existe alguna parte que se le dificulta leer? Señalelo



El 71.4% de la muestra del grupo objetivo manifiesta no tener dificultad para leer las 3 áreas de texto señaladas.

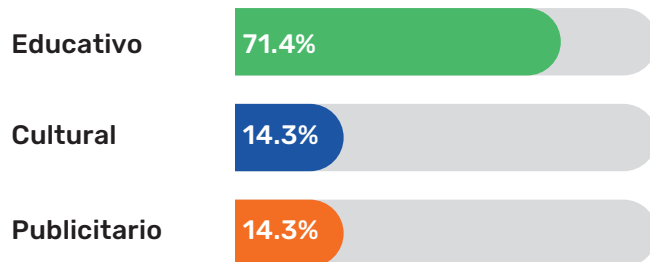
¿Considera que existe armonía en las piezas?



El 100% de la muestra del grupo objetivo considera que sí existe armonía entre las distintas piezas presentadas de la gráfica.

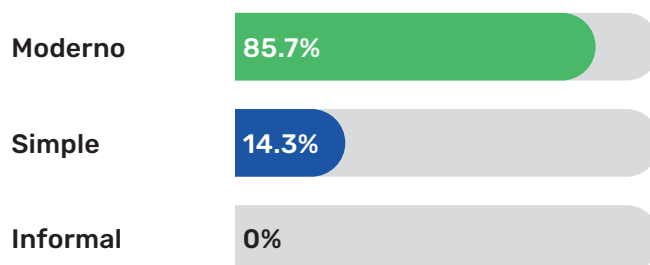


¿Cómo describiría el material?



El 71.4% de la muestra del grupo objetivo considera el material educativo, además de cultural y publicitario en menor medida.

El material presentado le resulta:



El 85.7% de la muestra del grupo objetivo considera el material moderno y llamativo.



Producción gráfica

—

¿Reconoce a la institución de la que se está hablando? Mencionala.

DIGEBI

100%

El 100% de la muestra del grupo objetivo reconoce a la institución de la cual se está hablando con lo cual cumple con el objetivo del proyecto.

¿Considera importante actualizar la identidad gráfica de instituciones como la DIGEBI? Si, No, ¿Por qué?

Sí

100%

No

0%

El 100% de la muestra del grupo objetivo considera importante actualizar la identidad gráfica de instituciones como la DIGEBI.

- Sí, porque todo cambia, todo se transforma, es momento de innovar basado en el contexto cultural.
- Sí, porque se debe responder a la identidad, cosmovisión y cosmogonía de la niñez y juventud de los pueblos.



CONCLUSIONES Y TOMA DE DECISIONES

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

- La gráfica brinda una nueva visión, expone la causa de actuar, a la vez que se respetan los valores de la Dirección. Por otro lado, la gráfica les refleja modernidad, identidad educativa y vida, así como diversidad cultural.
- La legibilidad de las piezas en su mayoría es excelente, sin embargo se debe evaluar el tamaño utilizado para el cuerpo de texto dentro del afiche.
- Se considera que existe armonía entre las diferentes piezas del proyecto, además que se transmite multiculturalidad.
- Los materiales son considerados en su mayoría educativos, seguidamente de culturales, además que les resulta moderno.
- Finalmente, se considera que es importante fortalecer la identidad de la institución pues esto deriva en el fortalecimiento de los pueblos, tal como lo indica los fines de la Educación Bilingüe Intercultural, se debe responder a la identidad y cosmovisión de la niñez y juventud de los pueblos Mayas, Garífuna, Xinka y Ladino. De la misma manera, la actualización gráfica proyecta un acercamiento a la cultura por parte de los niños y jóvenes.



Producción gráfica

PROPUESTA FINAL





Producción gráfica





Producción gráfica







Producción gráfica







Producción gráfica







Producción gráfica

—







Producción gráfica





Producción gráfica



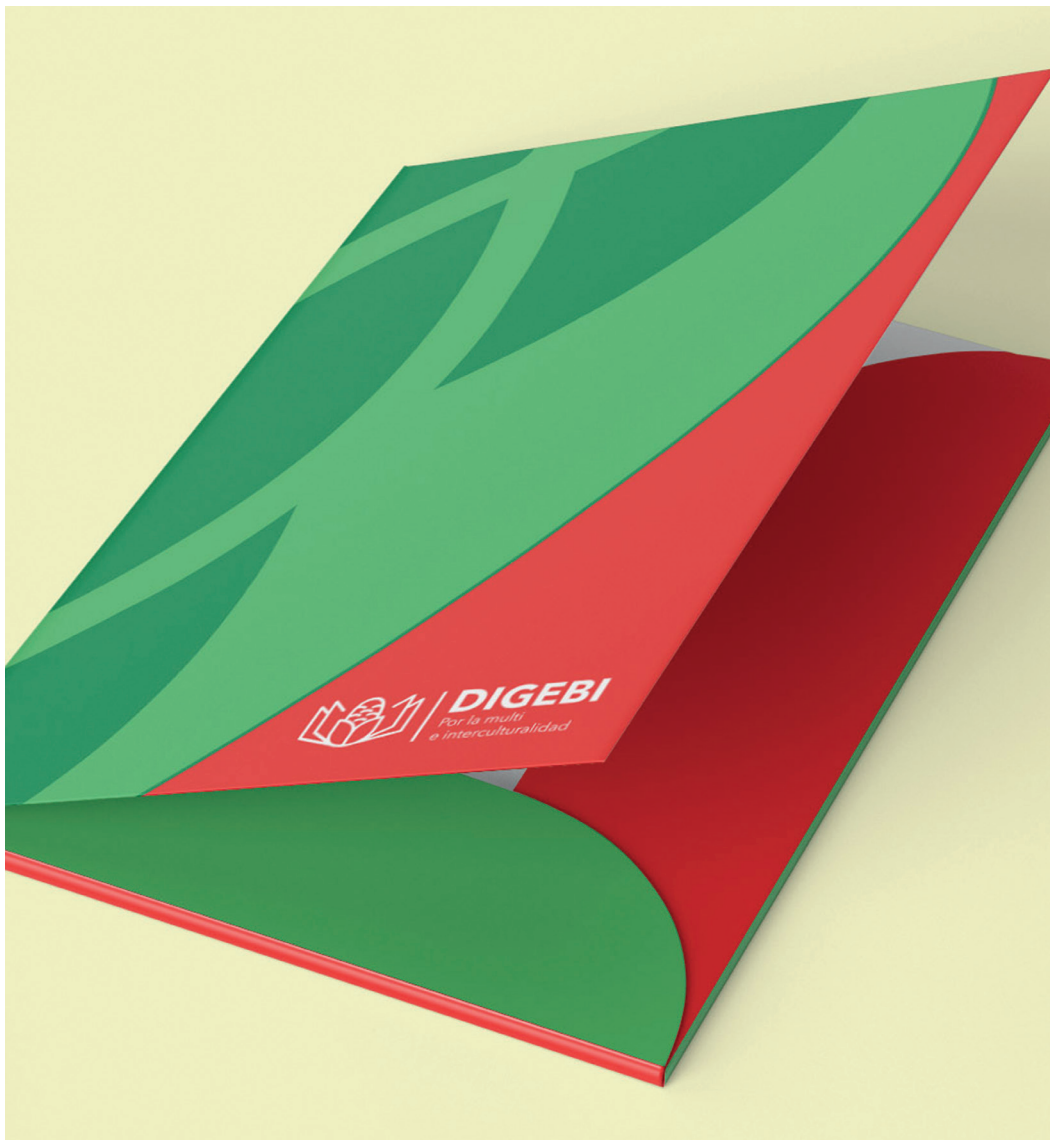


Producción gráfica





Producción gráfica



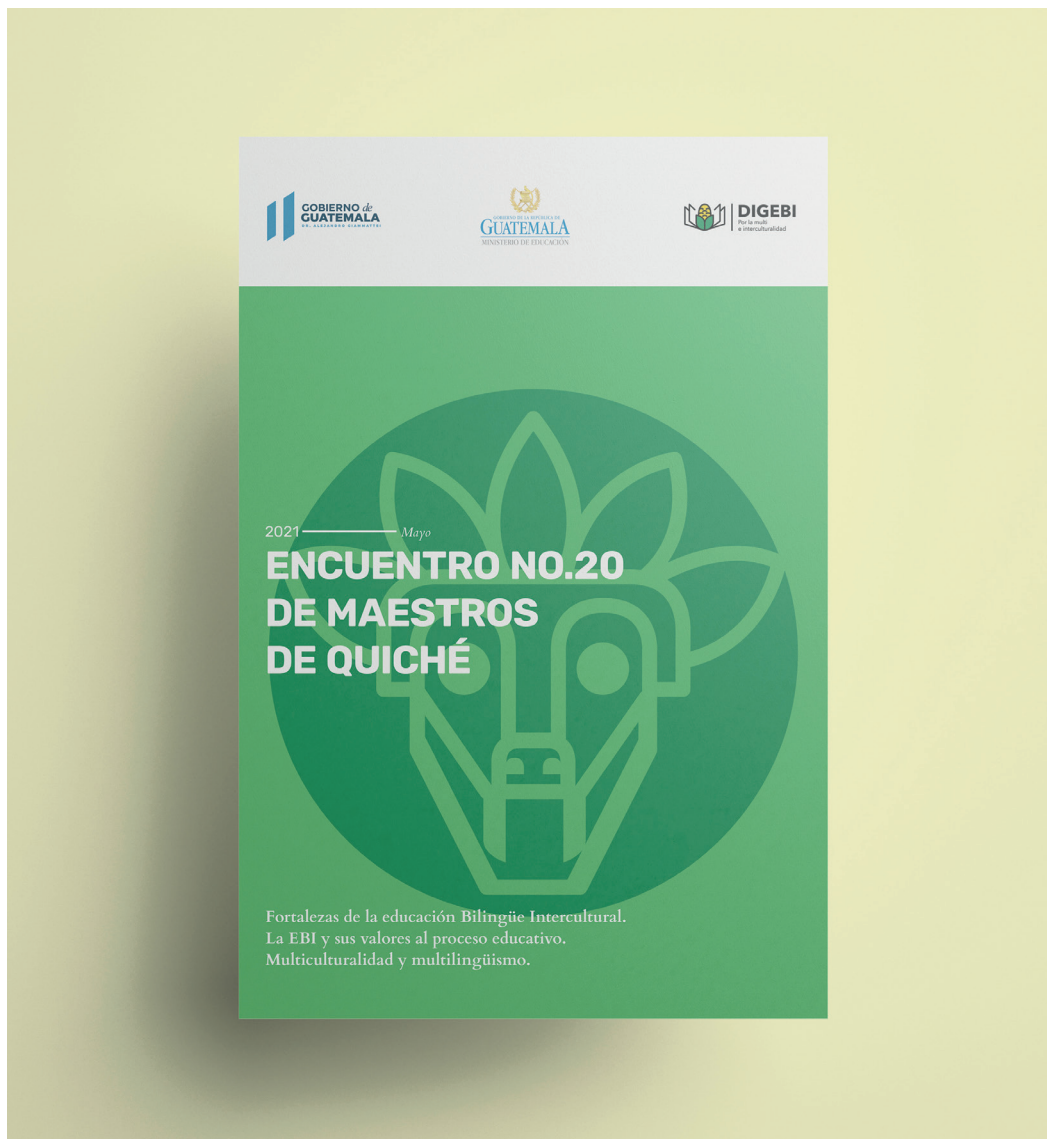


Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica



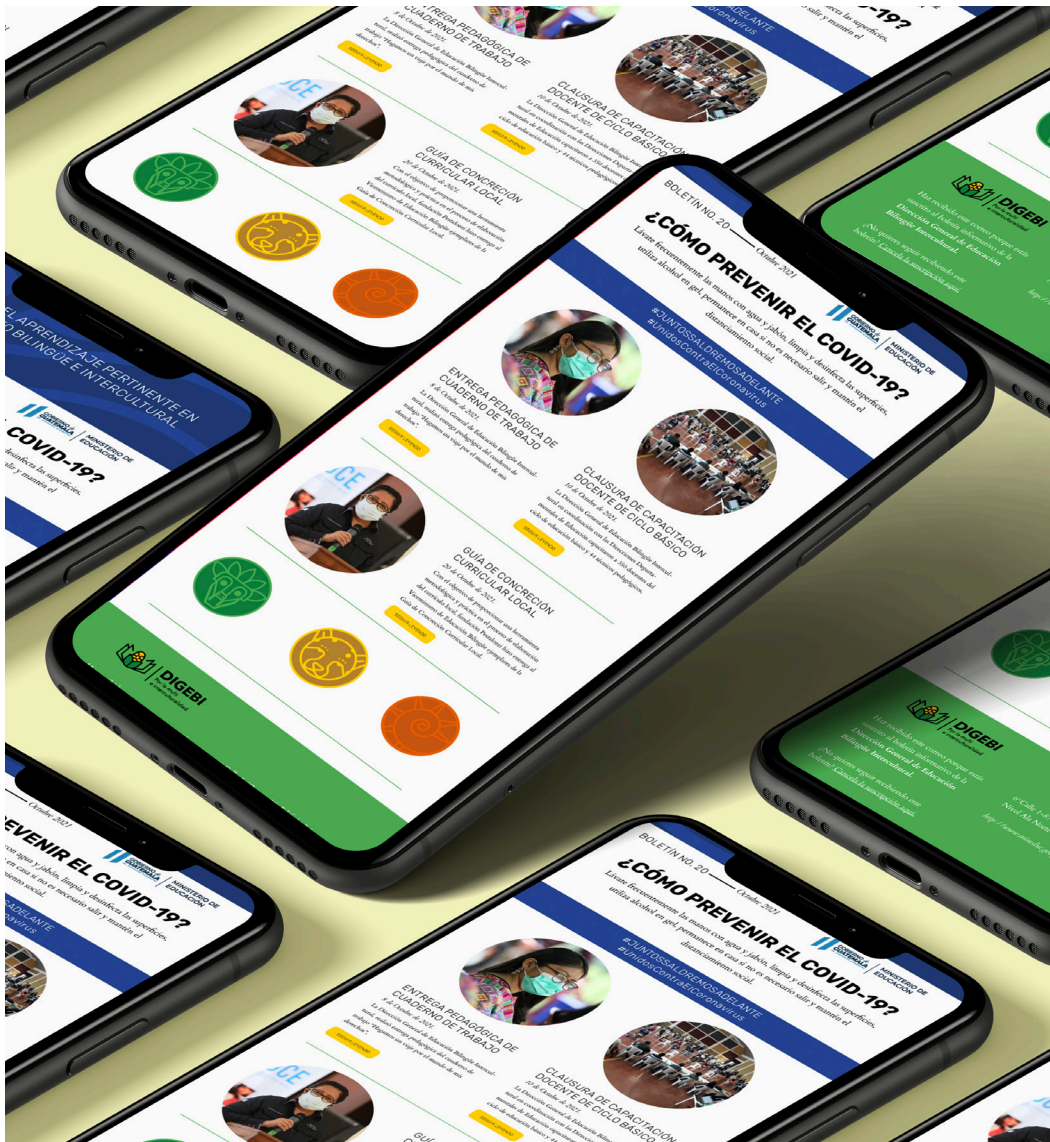


Producción gráfica





Producción gráfica





Producción gráfica





JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

La justificación técnica se basa en códigos de diseño los cuales son normas establecidas en el diseño gráfico, utilizadas de tal manera que la comunicación visual se establezca eficazmente con el usuario.

Los códigos utilizados son:

- Cromático
- Tipográfico
- Iconográfico
- Formato
- Diagramación



CROMATISMOS

Para la paleta cromática se toma como base, características de los elementos utilizados dentro de la línea gráfica, esto con el fin de lograr un equilibrio por medio de la percepción de cada elemento como un todo. Así pues, se hace uso de tonalidades cálidas haciendo referencia al elemento fuego y elemento tierra, mientras que las tonalidades frías hacen referencia al elemento aire y elemento agua.

PANTONE 179 CS

PANTONE Or. 021 CS

PANTONE 876 CS

PANTONE Yel 012 CS

PANTONE Hex. Green CS

PANTONE 349 CS

PANTONE Blue 072 CS



TIPOGRAFÍA

La selección tipográfica se basa en características del concepto creativo, siendo una fuente San Serif en titulares como contraste a la utilización de una fuente con Serif en el cuerpo de texto, esto con el fin de garantizar legibilidad por medio de diferentes tamaños, variantes y pesos.

RUBIK

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3
4 5 6 7 8 9 ? ! " . \$ # % & / () - _ ::**

Medium

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4
5 6 7 8 9 ? ! " . \$ # % & / () - _ ::**

CARDO

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 ? ! " . \$ # % & / () - _ ::**

Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5
6 7 8 9 ? ! " . \$ # % & / () - _ ::*

Regular

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4
5 6 7 8 9 ? ! " . \$ # % & / () - _ ::**



ICONOGRAFÍA

Los elementos iconográficos son seleccionados con base en características básicas del entorno con el fin de adoptar la multiculturalidad, así pues, el estilo lineal se hace uso por funcionalidad y abstracción, implementando los elementos vitales.

De esta manera, la abstracción del elemento Agua representa la flexibilidad y lo adaptable. La abstracción del elemento Fuego representa la energía y la fuerza. La abstracción del elemento Tierra representa estabilidad y tenacidad, a su vez se relaciona con Balam (Jaguar) por su símbolo de poder. Finalmente la abstracción del elemento Aire se relaciona con la libertad y la fluidez, de igual manera se relaciona con Gucumatz (Quetzal) por su símbolo de deidad de los vientos.





FORMATO

El formato seleccionado para cada pieza fue pensado en función de accesibilidad, con el fin que la institución pueda reproducir el material de la manera más práctica, se utilizan los tamaños estándares o más utilizados dentro de Guatemala para las piezas.

Manual de marca tamaño carta, es decir 11 plg x 8.5 plg. estando cerrado y tamaño doble carta estando abierto, es decir 11 plg x 17 plg.

Hoja membretada tamaño carta, es decir 11 plg x 8.5 plg.

Tarjeta de presentación tamaño estándar, en vertical 3.5 plg x 2 plg.

Libreta A4, 11.70 plg x 8.26 plg.

Folder tamaño oficio, es decir 13.5 plg. x 9.2 plg.

Gafete tamaño estándar, 4.5 plg. x 3.5 plg.

Afiche tamaño doble carta, es decir 17 plg. x 11 plg.

Banner 1.60 m x 0.60 m.

Separador tamaño estándar, es decir 7.5 plg. x 2 plg.

Pin 2 plg.

Totebag bolsa agarrador de 13.8 plg x 15.8 plg.

Sticker 1.5 plg.

Sello 1.5 plg Varía según la versión del logotipo utilizado.

Mailing 1600 px x 600 px. El alto varía según la cantidad de información.

Firma electrónica 225 px x 525 px.



LINEAMIENTOS PARA PUESTA EN PRÁCTICA

En este apartado se da a conocer las indicaciones e instrucciones necesarias para la reproducción, divulgación y utilización óptima de las piezas de diseño desarrolladas para la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural.

Proceso de reproducción

A continuación se describen los criterios y aspectos importantes para la correcta utilización y difusión, todas las piezas presentadas contienen un archivo editable optimizado y listo para enviar a reproducción. A continuación se presentan los tipos de papel y acabados que requiere cada pieza.

• **Tarjeta de presentación**

Impresión sobre papel opalina.

• **Hoja membretada** Se imprime en una impresora convencional a tinta en papel bond.

• **Libreta** De impresión litográfica, las primeras dos páginas y las guardas son de papel opalina y las interiores de papel bond a líneas.

• **Folder** Impresos en litografía, en papel opalina.

• **Gafete** Impreso en una impresora convencional a tinta en papel bond.

• **Afiche** Requiere un acabado litográfico, debe ser impreso en papel opalina.

• **Banner** Impresión sobre manta, es necesario solicitar estructura tipo araña para colocar la pieza.

• **Separador** Esta pieza se imprime en papel opalina de forma litográfica.

• **Pin** Impresión sobre papel bond, el centro de impresión se encarga de la debida rotulación.

• **Tote bag** Se imprime de forma serigráfica o sublimada.

• **Sticker** Impresos sobre papel matte de sticker.

• **Sello** De base de madera o automático lineal.

• **Mailing** Se puede hacer uso de la plataforma “mailchimp” para la

distribución mensual de boletines informativos.

• **Firma electrónica** Se adjunta desde el correo personal de cada funcionario de la institución.

• **Polo** Requiere un acabado bordado.

El costo de impresión varía dependiendo el lugar que se utilice, los centros de impresión recomendados cuentan con servicios de impresión digital, litográfico y serigráfico.

• **Visión Digital**

Correo: visiõndigitalmajadas@gmail.com

Número: 2320-3000

Horarios: Lunes a domingo 6:00am – 11:00pm.

Ubicación: Diagonal 12 25-85 Parque Comercial Las Majadas, Zona 11, Local 11-12.

• **TheSign**

Correo: para.imprimir.porfa@gmail.com

Número: 2365-7655



Producción gráfica

Horarios: Lunes a viernes 8:00am – 7:00pm | Sábados 8:00am – 1:00pm.

Ubicación: 2da Calle 16-76 Boulevard Vista Hermosa, Zona 15.

Proceso de divulgación

El proyecto se plantea para generar una implementación completa y funcional que cubrirá los aspectos necesarios dentro de la DIGEBI, tanto a nivel institucional como divulgativo. Las piezas elaboradas realizan una cobertura de tal manera que la institución sea posicionada correctamente frente a los docentes guatemaltecos generando reconocimiento institucional y exposición. La proyección gráfica se rige con una serie de lineamientos presentados en el libro de marca (brandbook) que permite el correcto seguimiento del proyecto propuesto.

El escenario ideal es implementar todas las piezas trabajadas cubriendo todas las necesidades de la DIGEBI en un solo paso, sin embargo, si no es posible, el orden a seguir será: la implementación de marca, papelería corporativa e insumos de exposición son la primera prioridad

de implementación, seguido de los insumos de piezas de divulgación, finalmente se pueden realizar las playeras polo como un recurso secundario que no necesariamente debe ser implementado de inmediato.

Proceso de medición de resultados

Las piezas realizadas en el proyecto deben medirse de forma gradual, a partir de la implementación de las piezas la DIGEBI podrá observar un cambio en el grupo objetivo, se reconoce de mejor forma su marca y se adapta a ella. Todas las piezas son complementarias entre sí generando una experiencia satisfactoria de marca tanto en el ámbito institucional como divulgativo de la DIGEBI. La marca se rige por una fácil adaptabilidad a distintos medios, permitiendo ser expuesta de forma diversa y simplificando la representación institucional con medios nacionales e incluso internacionales. Su adaptabilidad permite que esta se involucre con otras marcas y pueda hacer colaboraciones con otras líneas gráficas.



PRESUPUESTO

En este apartado se detallan los insumos y servicios técnicos y profesionales utilizados para el desarrollo de cada una de las etapas del proyecto con su respectivo costo.

COSTOS FIJOS			
Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Luz	Q 0.45	400 horas	Q 180.00
Agua	Q 0.15	400 horas	Q 60.00
Internet	Q 0.48	400 horas	Q 192.00
			Q 432.00
COSTOS VARIABLES			
Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Hojas bond	Q 10.00	-	Q 10.00
Papel mantequilla	Q 30.00	-	Q 30.00
Impresiones	Q 100.00	-	Q 100.00
			Q 140.00



Producción gráfica

SERVICIOS PROFESIONALES			
Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Investigación	Q 50.00	120 horas	Q 6,000.00
Elaboración Brief	Q 50.00	16 horas	Q 800.00
Definición Insight	Q 50.00	20 horas	Q 1,000.00
Conceptualización	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Bocetaje	Q 50.00	40 horas	Q 2,000.00
Digitalización	Q 50.00	120 horas	Q 6,000.00
Validaciones	Q 50.00	60 horas	Q 3,000.00
Artes Finales	Q 50.00	60 horas	Q 3,000.00
Cotizaciones	Q 50.00	10 horas	Q 500.00
Conversión editables	Q 50.00	20 horas	Q 1,000.00
Impresión	Q 6.00	70 págs.	Q 420.00
			Q 25,720.00



OTROS			
Actividad	Costo por hora	Horas	Total
Depreciación de equipo	Q 3.04	400 horas	Q 1,216.00
Honorarios	Q 50.00	300 horas	Q 15,000.00
			Q 16,216.00

Costos Fijos	Q 432.00
Costos Variables	Q 140.00
Servicios Profesionales	Q 25,720.00
Otros	Q 16,216.00
IVA	Q 5,124.00
Total + IVA	Q 47,632.00

Datos basados en la media del costo mensual y por hora del servicio profesional del Diseñador Gráfico Senior. La media es equivalente a Q8,000.00 por lo que el costo por hora es de Q50.00.

Nota: El precio total de este proyecto es una donación por parte del estudiante Jesús Alberto Pirir Raxón, la planificación pertenece al proyecto de graduación para conferirle el título de Licenciado en Diseño Gráfico por parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.





CAPÍTULO 7 —

SÍNTESIS DEL PROCESO





CONCLUSIONES

En este capítulo se determinan las conclusiones en función de los objetivos del proyecto, posteriormente se presenta las recomendaciones para mejorar la planificación, ejecución y los resultados de un proyecto, finalmente se identifica y define el conocimiento adquirido a través del desarrollo del proyecto por medio de las lecciones aprendidas.

A lo largo del proyecto se describe el proceso de análisis, investigación y hallazgos dentro de la planificación para responder a la necesidad de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural.

Con la finalidad de contribuir a que la DIGEBI reciba un mejor reconocimiento por parte del personal docente de los centros educativos del sector público se diseñó una identidad visual, la cual es un material gráfico cuyo énfasis es facilitar la identificación de la institución mediante el uso de gráficos que centralicen las características esenciales de la institución. Gracias a la correcta identificación del insight y concepto creativo se logró guiar el

proyecto por una vía efectiva en la que el grupo objetivo reconociera de mejor manera a la institución.

Para que la comunicación con el grupo objetivo sea consistente y este pueda comprender, reconocer e identificar a la institución que está transmitiendo el mensaje se realizó un manual de marca, el cual reúne los requisitos para un manejo óptimo de los materiales que se implementan dentro de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-. Esto genera unidad en el diseño de las piezas gráficas de la institución y ayuda a reforzar la comunicación efectiva a partir del uso de elementos gráficos que centralizan las características primordiales y evidencia las acciones sociales, institucionales y educativas que realiza la DIGEBI como institución.



RECOMENDACIONES

A la Escuela de Diseño Gráfico

- Aumentar la información brindada para los estudiantes sobre el proceso de los cursos de Proyecto de Graduación 1 y 2 y Ejercicio Profesional Supervisado con el fin de enriquecer el conocimiento por parte del estudiante.
- Mejorar constantemente los planes de contingencia en caso de calamidades como una pandemia que afecte la asistencia presencial de los estudiantes a las instalaciones de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- El proceso del proyecto debería ser continuo omitiendo el descanso durante el periodo de interciclos, esto para agilizar procesos durante la conceptualización y producción gráfica y de esta manera obtener mejores resultados en un lapso de tiempo más extenso y exhaustivo.

A la Institución

- Hacer uso de los lineamientos para la puesta en práctica que se propone de esta manera la divulgación e implementación será de forma óptima y se obtendrá los mejores resultados planteados dentro del proyecto.
- Durante el proceso de implementación la institución debe realizar las consultas necesarias en el caso que se encuentre una duda sobre la aplicación de los materiales.
- Procurar brindar a futuros epesistas toda la información necesaria para realizar los proyectos propuestos, con el fin de evitar retrasos.
- Adoptar una postura objetiva en la misma medida que sea abierta a nuevas posibilidades para la solución de problemas de comunicación visual.

A Futuros Estudiantes

- La temática social dentro del proyecto que se seleccione debe hacer sentir cómodo o vinculado al estudiante, esto con el fin que la labor no resulte compleja o tediosa.
- En la medida de lo posible optar por la modalidad presencial en la institución, pues facilita procesos de comunicación y la resolución de dificultades durante el proceso.
- Realizar un proceso de investigación exhaustivo acerca del concepto creativo elegido para poder hacer uso y aplicación de elementos de diseño que refuercen el mismo.
- Avanzar tanto como sea posible en los proyectos B y C previo a iniciar la definición creativa de proyecto A, esto permite enfocarse solamente en su Proyecto de Graduación.



LECCIONES APRENDIDAS

- Los contratiempos o imprevistos se presentarán durante el desarrollo del proyecto, sin embargo, depende del diseñador gráfico gestionar y el saber sobrellevar sus actitudes y emociones al respecto.
- Dialogar con el cliente sobre la disponibilidad de tiempo, ya que de no contar con suficiente disponibilidad puede generar problemas durante el proceso del proyecto.
- Al inicio del proceso es necesario comentar todos los detalles con el cliente, dejando constancia por escrito de lo que se requiere por parte de ellos para llevar a cabo el proyecto.
- La comunicación constante con la institución es vital para llevar a cabo el proyecto pues facilita y agiliza la resolución de problemas y necesidades.
- El proceso de validación con profesionales, cliente y grupo objetivo es un proceso que demanda la participación de varias personas, por ello se debe planificar y gestionar con varios días de anticipación, debido a que las personas involucradas deben organizar su tiempo.
- Detallar cada una de las actividades y tareas a realizar dentro del flujograma, esto permite una organización eficaz del tiempo con el que se dispone y evita posibles atrasos.
- La presión laboral profesional o académica puede, eventualmente, repercutir en el desempeño del diseñador gráfico así como en la integridad física, afectando el desarrollo del proyecto.





REFERENCIAS





REFERENCIAS

- Acuerdos de Paz (México, D.F: Acuerdos sobre identidad y derechos de los pueblos indígenas, 31 de marzo de 1995), página 258, acceso 1 de junio de 2020
- Atlas20, << ¿Qué es el concepto creativo?>> <https://atlas20.com/concepto-creativo-publicidad/>, acceso el 21 de agosto de 2020
- Bautista Rodríguez, Laura Ximena e Guzmán Alvis, María Camila. <<Comunicación y diseño gráfico: contexto y relación>> (Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia, 2020) 31-32, <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/18400>, acceso 6 de agosto de 2020
- Borrayo Ruano, Candy Vidalia. << La responsabilidad social del diseñador gráfico y su influencia en la sociedad a través de la educación superior en Guatemala>>. (tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2013) 34-35, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3546.pdf, acceso 6 de agosto de 2020
- Caal Chávez, Mercedes Janneth e Menjivar, Ana Cecilia. <<Diagnóstico de los problemas en el aprendizaje a nivel primario en el sistema educativo oficial de la ciudad de Guatemala escuela oficial urbana no. 135 Pedro Antonio Zea y escuela oficial para niñas no. 70 Delia Luz Gutiérrez Castellanos>>. (Informe Final de Investigación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2019), 9, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/12535/1/13%20T%283285%29.pdf>, acceso 6 de agosto de 2020
- Camposano Cedeño, Luis David, <<Comunicación Visual y su incidencia en el manejo de la imagen corporativa>> (tesis licenciatura, Universidad de Guayaquil, 2016) 27, <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19913>, acceso 6 de agosto de 2020
- Distintas Latitudes, <<La educación en Guatemala: algunos datos para describir su situación>>, <https://distintaslatitudes.net/la-educacion-en-guatemala-algunos-datos-para-describir-su-situacion>, acceso 1 de junio de 2020
- ESDESIGN – Escuela Superior de Diseño de Barcelona. 2017 <<8 especialidades para diseñadores gráficos>>. <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/8-especialidades-para-disenadores-graficos>, acceso 6 de agosto de 2020
- Gómez Díaz, Patricia. <<Diagnóstico de los problemas en el aprendizaje a nivel primario en el sistema educativo oficial de la ciudad de Guatemala>>. (Informe Final de Investigación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2018) 9, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/10152/1/T13%20%283201%29.pdf>, acceso 6 de agosto de 2020
- Jader, 2017. <<Sobre los referentes y el diseño>>. Spotlight: 23 Design.



Referencias

- <https://medium.com/design-thoughts-case-studies/sobre-los-referentes-y-el-dise%C3%B1o-72981fae9426>, acceso 21 de agosto de 2020
- La Hora, <<Presupuesto 2020: Mineduc solicita Q1 mil millones más>>, <https://lahora.gt/presupuesto-2020-mineduc-solicita-q1-mil-millones-mas/>, acceso 20 de junio de 2020
 - Ley de Educación Nacional (Guatemala: Decreto Legislativo No. 12-91, 12 de enero de 1991), página 4, acceso 6 de agosto de 2020
 - Ley del Organismo Ejecutivo (Guatemala: Decreto legislativo No. 114-97, 12 de diciembre de 1997), página 19, acceso 14 de agosto de 2020
 - López, Luis Enrique. <<La educación intercultural bilingüe en América Latina: balance y perspectivas>>. Revista Iberoamericana de Educación Número 20 (1999): 4-5. <http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/731.pdf>, acceso 5 de agosto de 2020
 - Manual de funciones, organización y puestos de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI- (Guatemala: Acuerdo Gubernativo No. 225-2008, 17 de septiembre de 2008) página 3, acceso 14 de agosto de 2020
 - Marenales, Emilio. 1996. <<Educación formal, no formal e informal: temas para concurso de maestros>>. <https://n9.cl/i7lm0>, acceso 13 de agosto de 2020
 - Martínez Bermúdez, Lucky Antonieta. <<Estrategia de comunicación para la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural (DIGEBI) del Ministerio de Educación>> (Trabajo de graduación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2012) 17, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0939.pdf, acceso 14 de agosto de 2020
 - Ministerio de Educación, <<Dirección General de Educación bilingüe Intercultural>>, <http://www.mineduc.gob.gt/DIGEBI/>, acceso 8 de junio de 2020
 - Neuronilla, <<Analogías>>, <https://www.neuronilla.com/analogias/>, acceso 22 de agosto de 2020
 - Neuronilla, <<Relaciones forzadas (palabra al azar)>>, <https://www.neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>, acceso 21 de agosto de 2020
 - Pérez Reyes, Daniel Simón. <<El proceso educativo monolingüe castellano, incide en la pérdida de la identidad cultural de la población escolar>> (Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2016) 27-36, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29_0333.pdf, acceso 14 de agosto de 2020
 - Sánchez Guitián, José Miguel. 2011. <<Marca país: España, una marca líquida>>, Business & Marketing School, <https://n9.cl/t8nw7>, acceso 7 de agosto de 2020



-
- Toca Torres, Claudia Eugenia. <<El marketing al servicio de las organizaciones del tercer sector>>, Revista Estudios Generales Volumen 29 ISSUE 129 (2013), 386-395. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000758#bib0060>, acceso 7 de agosto de 2020
 - Torreblanca Francisco. <<Técnicas de creatividad: Ojos Limpios>>, <https://franciscotorreblanca.es/tecnicas-creatividadojos-limpios/>, acceso 22 de agosto de 2020
 - Tristán Elósegui, << ¿Qué es un insight?>>, <https://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/>, acceso 22 de agosto de 2020
 - UNICEF. 2014. <<Educación para todos>>. <https://www.unicef.org/spanish/education/index44870.html>, acceso 6 de agosto de 2020
 - Wikipedia, <<Núcleo atómico>>, https://es.wikipedia.org/wiki/Núcleo_atómico, acceso 22 de agosto de 2020
 - Zimmermann, Klaus. <<Modos de Interculturalidad en la educación bilingüe. Reflexiones acerca del caso de Guatemala>>. Revista Iberoamericana de Educación Número 13 (1997): 1-2-6. <http://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/100107.pdf>, acceso 5 de agosto de 2020





ANEXOS





ANEXOS

ANEXO 01. ÍNDICE DE FIGURAS

01

Pág. 29

Antecedentes gráficos

- Figura 1, recopilación de antecedentes gráficos

02

Pág. 37

Flujograma

- Figura 2, flujograma

03

Pág. 39

Conograma

- Figura 3, cronograma

04

Pág. 67

Referentes visuales logotipos

- Figura 5, Rediseño logotipo KWIK
- Figura 6, Logotipo UP & OUT
- Figura 7, Logotipo SBZ
- Figura 8, Logotipo TEGETA ACADEMY

05

Pág. 68

Referentes visuales iconos

- Figura 9, Iconografía
- Figura 10, Iconografía
- Figura 11, Iconografía
- Figura 12, Iconografía

06

Pág. 69

Referentes visuales tipografía

- Figura 13, Dada Factory
- Figura 14, Archívna Správa O Stave Vysokej Skoly Vytvarnych Umení
- Figura 15, Typographic Singularity 2020
- Figura 16, MoMA's Art Lab

07

Pág. 70

Referentes visuales color

- Figura 17, Center professional Studies
- Figura 18, Enea
- Figura 19, DEC Brand Identity
- Figura 20, Senac Francisco Matarazzo

08

Pág. 71

Referentes visuales diagramación

- Figura 21, The secret of weather exhibition
- Figura 22, Globális építészet yearbook 2019 of BME DLA
- Figura 23, A°2020 le magazine de l'Anthropocene
- Figura 24, Museo del Novecento

09

Pág. 93-99

Producción gráfica

- Figura 25, Recopilación piezas gráficas validadas
- Figura 26, Recopilación piezas gráficas validadas



Anexos

ANEXOS

ANEXO 02. FODA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN BILINGÜE INTERCULTURAL

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Más de 50 años en el medio. • Fomenta la convivencia entre personas de diferentes culturas. • Promueve el aprendizaje de un idioma nacional. • Brinda distintos servicios que abarcan a los alumnos, maestros y padres de familia.	• Más de 50 años de experiencia. • Su enfoque es la cultura nacional. • Brinda un énfasis a la cultura Maya, Xinka, Garífuna y Ladina. • Ocupa un mercado poco explotado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
• Bajo nivel de competencias. • El mercado que trata es poco reconocido. • Poca valoración en el medio. • Comunicación poco eficaz con el target secundario.	• Desconocimiento de estrategias de comunicación. • Bajo nivel de competencias. • Presupuesto reducido. • Recursos limitados.



ANEXO 03. PLAN DE ACCIÓN DIAGNÓSTICO

¿Qué y por qué?

Sobre la institución y cómo por medio de sus servicios brinda atención y desarrollo del idioma materno a la población estudiantil en los procesos de aprendizaje desde el nivel primario, básico y diversificado. Así mismo, quiere conocer el por qué se ha generado cierto rechazo hacía el material que genera la institución. Considera que es un tema de vital importancia conocer la labor de la institución, así como la EBI. Según lo leído, se pudo notar que la cultura Maya es un área que de cierta manera se está reduciendo y dejando de lado, aunque se realizan esfuerzos por contrarrestar dicha pérdida, pues se considera poco importante para el desarrollo del país.

¿Quiénes?

Consuelo Reyes – Recursos humanos.

Lisbeth Son – departamento de materiales educativos.

¿Cómo?

Entrevista, encuesta, observación, documentos e informes.

¿Cuándo?

Jueves 7 de marzo 2019, lunes 11 de marzo 2019, martes 12 de marzo 2019.

¿Dónde?

Reunión presencial en institución, sesión virtual vía Google Meet, llamada telefónica.

1. a. Aspecto a evaluar: información introductoria.
- b. Individuo: Consuelo Reyes – recursos humanos.
- c. Fuente/instrumento: encuesta.
- d. Lugar/vía: correo electrónico.
- e. Fecha: 07/02/19

2. a. Aspecto a evaluar: datos complementarios.
- b. Individuo: Lisbeth Son – depto. de materiales educativos.
- c. Fuente/instrumento: entrevista.
- d. Lugar/vía: DIGEBI.
- e. Fecha: 11/03/19

3. a. Aspecto a evaluar: instalaciones.
- b. Individuo: DIGEBI.
- c. Fuente/instrumento: observación.
- d. Lugar/vía: DIGEBI.
- e. Fecha: 11/03/19

4. a. Aspecto a evaluar: información adicional.
- b. Individuo: Lisbeth Son – depto. de materiales educativos.
- c. Fuente/instrumento: encuesta.
- d. Lugar/vía: correo electrónico.
- e. Fecha: 12/03/19



Anexos

ANEXO 04. PLAN DE ACCIÓN PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

¿Qué y por qué?

La percepción que se tiene dentro de Guatemala que apoyan la EBI sobre la DIGEBI y del material producido por parte de ellos, así como las capacitaciones que se brindan, del mismo modo, conocer por qué se ha generado cierta desconfianza hacia los materiales que se otorga y las necesidades que tienen para una comunicación visual efectiva. Considera que al conocer las necesidades de comunicación visual pertinentes se podrá plantear un proyecto que proporcione un beneficio tanto para la DIGEBI, las instituciones que apoyan la EBI, los maestros, como para los alumnos y padres de familia.

¿Quiénes?

Muestra del grupo objetivo.

¿Cómo?

Observación

¿Cuándo?

Viernes 15 de marzo 2019, sábado 16 de marzo 2019, domingo 17 de marzo 2019.

¿Dónde?

Sesión virtual.

-
- | | |
|--|--|
| 1. a. Aspecto a evaluar: característica geográficas y sociodemográficas. | 3. a. Aspecto a evaluar: características psicográficas |
| b. Individuo: DIGEBI, MINEDUC, Anuario estadístico. | b. Individuo: - . |
| c. Fuente/instrumento: Análisis de gráficas oficiales del gobierno. | c. Fuente/instrumento: Análisis de social listening. |
| d. Lugar/vía: Página web. | d. Lugar/vía: Facebook. |
| e. Fecha: 15/03/19 | e. Fecha: 17/03/19 |
| 2. a. Aspecto a evaluar: características socioeconómicas. | 4. a. Aspecto a evaluar: relación g.o e institución. |
| b. Individuo: MINEDUC. | b. Individuo: Lisbeth Son |
| c. Fuente/instrumento: Análisis de documentos. | c. Fuente/instrumento: entrevista. |
| d. Lugar/vía: Página web. | d. Lugar/vía: DIGEBI. |
| e. Fecha: 16/03/19 | e. Fecha: 15/03/19 |



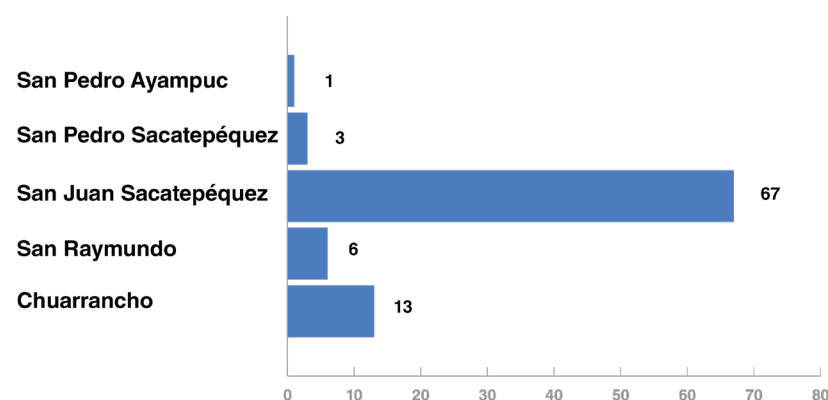
ANEXO 05. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

4.1 Características geográficas

4.1.1 Escuelas oficiales bilingües primarias, departamento de Guatemala. Datos proporcionados por DIGEBI y MINEDUC.⁴⁰

La gráfica muestra la cantidad de establecimientos bilingües a nivel primario dentro del departamento de Guatemala, de la misma forma evidencia que el mayor porcentaje de Escuelas donde el idioma predominante no es el español está ubicado en San Juan Sacatepéquez, seguido de Chuarrancho y San Raymundo.

Cantidad de escuelas bilingües en el departamento de Guatemala Norte y Occidente



⁴⁰. Ministerio de Educación, <<Búsqueda de establecimientos >>, acceso 15 de junio de 2020, http://www.mineduc.gob.gt/BUSCAESTABLECIMIENTO_GE/



Anexos

4.1.2 Idiomas predominantes

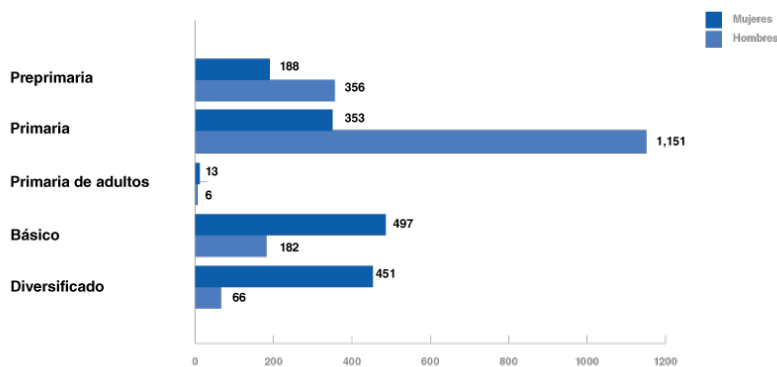
En el municipio de San Juan Sacatepéquez, donde más Escuelas Bilingües existen, tiene una predominancia del idioma kaqchikel, por lo tanto, en el departamento de Guatemala, el idioma que más se habla, además del español, es el kaqchikel.

San Pedro Ayampuc	kaqchikel
San Pedro Sacatepéquez	mam y español
San Juan Sacatepéquez	kaqchikel y español
San Raymundo	kaqchikel
Chuarrancho	kaqchikel y español

4.1.3 Docentes por nivel

Cantidad de maestros en San Juan Sacatepéquez según el Anuario Estadístico de la Educación en Guatemala, año 2018. ⁴¹

Cantidad de docentes por nivel y sector en el municipio de San Juan Sacatepéquez



El Ministerio de Educación tiene un enfoque en el área de primaria. Se ve reflejado al contar con 1,504 docentes, cuando en el área de básicos solamente hay 679 y en diversificado 523.

⁴¹. Ministerio de educación, <<Anuario estadístico>>, acceso 15 de junio de 2020, <http://estadistica.mineduc.gob.gt/anuario/home.html>

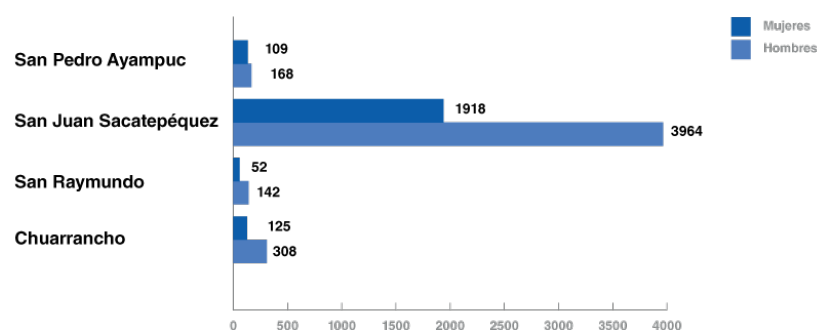


4.2 Características sociodemográficas

4.2.1 Género de alumnos en el departamento de Guatemala Norte y Occidente.⁴²

Independientemente del municipio el género que predomina por mayoría es el masculino.

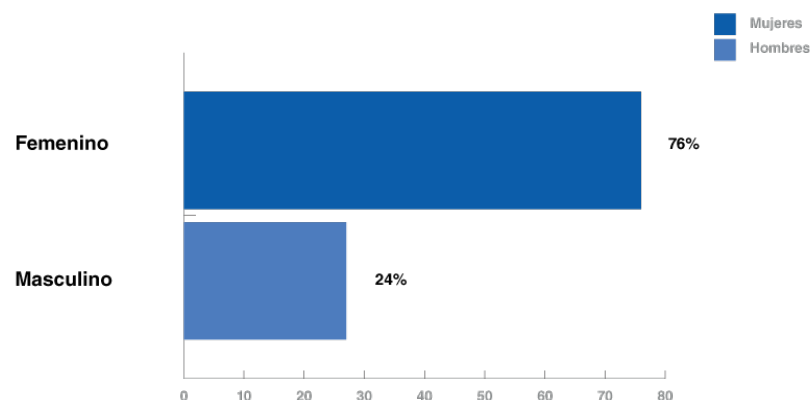
Género de alumnos en el departamento de Guatemala Norte y Occidente



4.2.2 Género de profesores del sector oficial en el departamento de Guatemala.⁴²

Es común que dentro del sistema educativo en general existan más profesoras que profesores.

Género de docentes en preprimaria y primaria



⁴² Estadística Mineduc, <<Generador dinámico de reportes>>, acceso 15 de junio de 2020, <http://estadistica.mineduc.gob.gt/reporte/>

⁴³ Del Valle, M. & Girón, R. (2017), <<Perfil docente primero primaria y la enseñanza de la lectura Guatemala: Dirección General de Evaluación e Investigación Educativa. Ministerio de Educación>>, acceso 15 de junio de 2020, http://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/2018/Perfil_docente_primero_primaria.pdf



Anexos

4.3 Características socioeconómicas

En base al documento Guatemala en cifras 2018 del Banco de Guatemala.⁴⁴

4.3.1 Nivel de pobreza.

Departamento de Guatemala.

Población total: 3,445,320

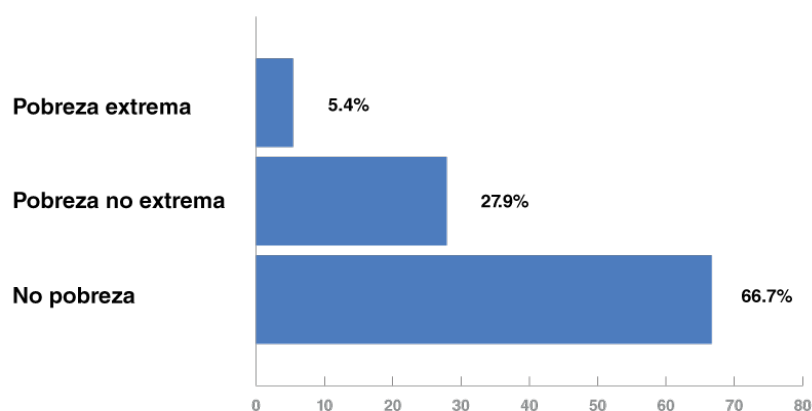
Personas con pobreza extrema: 5.40%

No pobreza extrema: 27.90%

Pobreza total: 33.30%

No pobreza: 66.70%

Nivel de pobreza en el departamento de Guatemala



En el departamento de Guatemala los niveles de pobreza extrema son menores en comparación con el resto del país, con tan solo un 5.4% de personas en esta condición. A pesar de que las condiciones de vida no son las más favorables para una sociedad segura, las personas en estado de no pobreza representan un 67% de la población total del departamento.

⁴⁴ Banco de Guatemala, <<Guatemala en cifras 2018>>, acceso 15 de junio de 2020, http://www.banguat.gob.gt/Publica/guatemala_en_cifras_2018.pdf



4.3.2 NSE – Nivel socioeconómico

Obtenido del Ministerio de Trabajo y Previsión Social de Guatemala. ⁴⁵

Actividades económicas	Hora diurna ordinaria	Hora ordinaria jornada mixta	Hora ordinaria nocturna	Salario diario	Salario mensual	Bonificación incentivo	Salario total
No agrícola	Q11.27	Q12.88	Q15.03	Q90.16	Q2,742.37	Q250.00	Q2,992.37
Agrícola	Q11.27	Q12.88	Q15.03	Q90.16	Q2,742.37	Q250.00	Q2,992.37
Exportadora/maquila	Q10.30	Q11.78	Q13.74	Q82.46	Q2,508.16	Q250.00	Q2,758.16

4.3.3 Salario promedio de un maestro de educación primaria ⁴⁶

Según el Acuerdo Gubernativo Número 2019-31 publicado en el Diario de Centro América (oficial), el 19 de febrero de 2019, el salario para el Magisterio a nivel de educación preprimaria y primaria es de Q4,011.00. De esta manera, dentro del grupo objetivo se encuentran docentes con un salario mensual entre Q2,500.00 y Q5,000.00.

4.3.4 Clase social ⁴⁷

Clase alta: propietarios y trabajadores directivos 9% de la población.

Ingresos de más de Q12,000.00 al mes.

Clase media: Profesionales y técnicos. 30% de la población.

Ingresos de Q2,000.00 y menos de Q12,000.00 mensuales

Clase baja: Agricultores, trabajadores de la construcción, vendedores ambulantes, etc. 61%.

Ingresos menos de Q2,000 al mes.

De esta manera el grupo objetivo pertenece a la clase social media.

⁴⁵ Ministerio de trabajo y previsión social de Guatemala, <<Salario Mínimo 2019>>. Acceso en marzo de 2020. <https://www.mintrabajo.gob.gt/index.php/dgt/salario-minimo>

⁴⁶ Ministerio de finanzas públicas de Guatemala, <<Acuerdo gubernativo no. 2018 - 246>>. Acceso en marzo de 2020. https://www.minfin.gob.gt/images/downloads/leyes_acuerdos/acuerdogub271218_246.pdf

⁴⁷ Plaza República, <<La pirámide social guatemalteca>>, acceso 15 de junio de 2020, <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-piramide-social-guatemalteca>



Anexos

4.3.5 Perfil de formación docente ⁴⁸

La etapa Preparatoria de los profesores de Primaria y Preprimaria está a cargo del Mineduc, formación que se obtiene con el estudio de la carrera de Bachillerato en Ciencias y Letras con Orientación en Educación, acreditada en el nivel medio del ciclo diversificado. La segunda etapa de especialización impartida por la universidad de San Carlos de Guatemala, avala al docente después de los estudios correspondientes con un profesorado. Dicha situación no es aplicable a la carrera de Nivel Inicial y Preprimaria Bilingüe e Intercultural, porque sigue a cargo de la educación a nivel medio. A partir del 2013, los docentes para el nivel primario se especializan en el profesorado o licenciatura en educación primaria, educación musical, entre otras.

El G.O. debe tener una formación en Bachillerato en Ciencias y Letras con Orientación en Educación, Formación Docente Bilingüe Intercultural (idioma indígena - idioma español) o Formación de Docentes del Nivel Primario..

4.4 Características psicográficas

4.4.1 Instrumento: Social listening

Se hace uso de las redes sociales para comprender el comportamiento de los docentes de primaria, sus motivaciones, el material que busca para lo alumnos, sus experiencias y metas.

Páginas web que frecuente el grupo objetivo.

https://webdelmaestro.com
http://maestraespecialpt.com/category
https://creaconlaura.blogspot.com
https://www.miranosyunete.com
https://www.mariajesuscampos.es

⁴⁸. Perfil Docente Mineduc, DIDEDUCA, Investigaciones 2018. Acceso en marzo de 2019 http://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/2018/Perfil_docente_primero_primaria.pdf



Google trends G.O. ¿Qué buscan en Google los profesores de Guatemala en relación con su trabajo? Término de búsqueda: Educación Guatemala

Ley de educación Guatemala	Educación inclusiva
Campo de estudio	Inclusión - Pedagogía
Ensayo sobre la importancia de la educación	Reforma educativa en México de 2012
Ministerio de Relaciones exteriores	Derecho a la vida
Pobreza	Derecho a la educación

Redes sociales

Hashtags	Fan pages de Facebook	
#docentes, #profesores, #escuela, #educación, #educachat: charlas sobre educación, #educatic: educación y nuevas tecnologías, #abp, #edchat, #k12online, #k12, #pbl	@ExperienciaDocente	@MundoPrimaria
	@educacionprimariamx	@MaestraDePrimariaMaterialDidactico
	@m100puntos	@apoyo.primaria
	@actividadesinfantilyprimaria	@materiales.talis
	@materialprimariacam	@preescolar.actualizado

Fan page	¿Quién está hablando de esta página?	¿Cuáles son los intereses y pasiones mi grupo objetivo?	¿Qué dicen de mi competencia?
@preescolar.actualizado	Maestros y padres de familia con niños niñas y niños de 0 a 6 años de edad	educar, sociedad, temas relacionados con los derechos de la mujer, amor por sus hijos	Disfrutan de las lecturas gratis y de descargar material para sus alumnos
@MundoPrimaria	Padres de familia, maestros	Imágenes educativas, formas de enseñar, comprensión lectora, planificación de clases, gramática	Disfrutan de las lecturas gratis y de descargar material para sus alumnos



Anexos

Fan page	¿Qué contenido genera las mayores interacciones?	¿Qué dicen?	¿Dónde están las oportunidades para mi objetivo?
@preescolar.actualizado	Relacionados a derechos de la mujer, frases motivacionales para maestros, reforma educativa, canciones para niños, experiencias de profesores, fiestas infantiles	Excelente información para padres, invitan a poner en práctica técnicas y estrategias pedagógicas, da muchas alternativas y propuestas	Material para crear contenidos excelentes y aplicarlos.
@MundoPrimaria	Imágenes educativas para descargar	La tendencia es que cada material publicado se comparte un sin fin de veces y es ahí donde reside la interacción con la página. Es recomendada también a otras personas interesadas en el tema de la educación.	Tutoriales incluidos en los materiales educativos, cómo enseñarle a los niños a enfrentarse a las burlas, libros para fomentar la lectura

ANEXO 06. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

5.1 Identificación del problema

¿Dónde ocurre?

Dentro de la DIGEBI.

¿Cómo se presenta?

La imagen gráfica de la DIGEBI fue realizada aproximadamente a finales los años 90, desde entonces no se ha modificado, ni se ha propuesto un cambio pues se ha dado por hecho que es funcional, sin embargo, la comunicación de la DIGEBI con su grupo objetivo no ha sido del todo eficaz, lo que refleja otra perspectiva.

¿Cuáles son las causas?

Una comunicación poco efectiva con su grupo objetivo, así como una desvalorización y rechazo de los materiales realizados y brindados para el aprendizaje.

¿Cuáles son las consecuencias?

Primeramente, la población desconoce sobre quién es la DIGEBI y su labor en la educación bilingüe intercultural, se desconoce sobre los materiales realizados por parte de la institución, así como la pérdida de identidad que se ha producido por parte de las comunidades mayas, xinkas y garífunas.



¿A qué/quienes afecta directamente?

Principalmente a las comunidades cuya lengua materna no es el castellano, seguido de los niños que deben adaptarse a un sistema que no es el óptimo para ellos.

¿Cuántos están afectados y en qué magnitud?

En Guatemala hay 753 escuelas oficiales, de éstas solamente 92 Escuelas son bilingües (12.2%) y 661 son monolingües.⁴⁹ Según el Currículum Nacional Base del MINEDUC, el ideal para todo el país es que el área de Comunicación y Lenguaje que se divide en L1: aprendizaje del idioma materno, L2: aprendizaje de una lengua nacional, L3: aprendizaje de cualquier idioma extranjero; se imparta en las escuelas en ese orden de importancia respectivamente. En la mayor parte de las escuelas se enseña con calidad todas las clases en español.

¿Desde cuándo y con qué frecuencia?

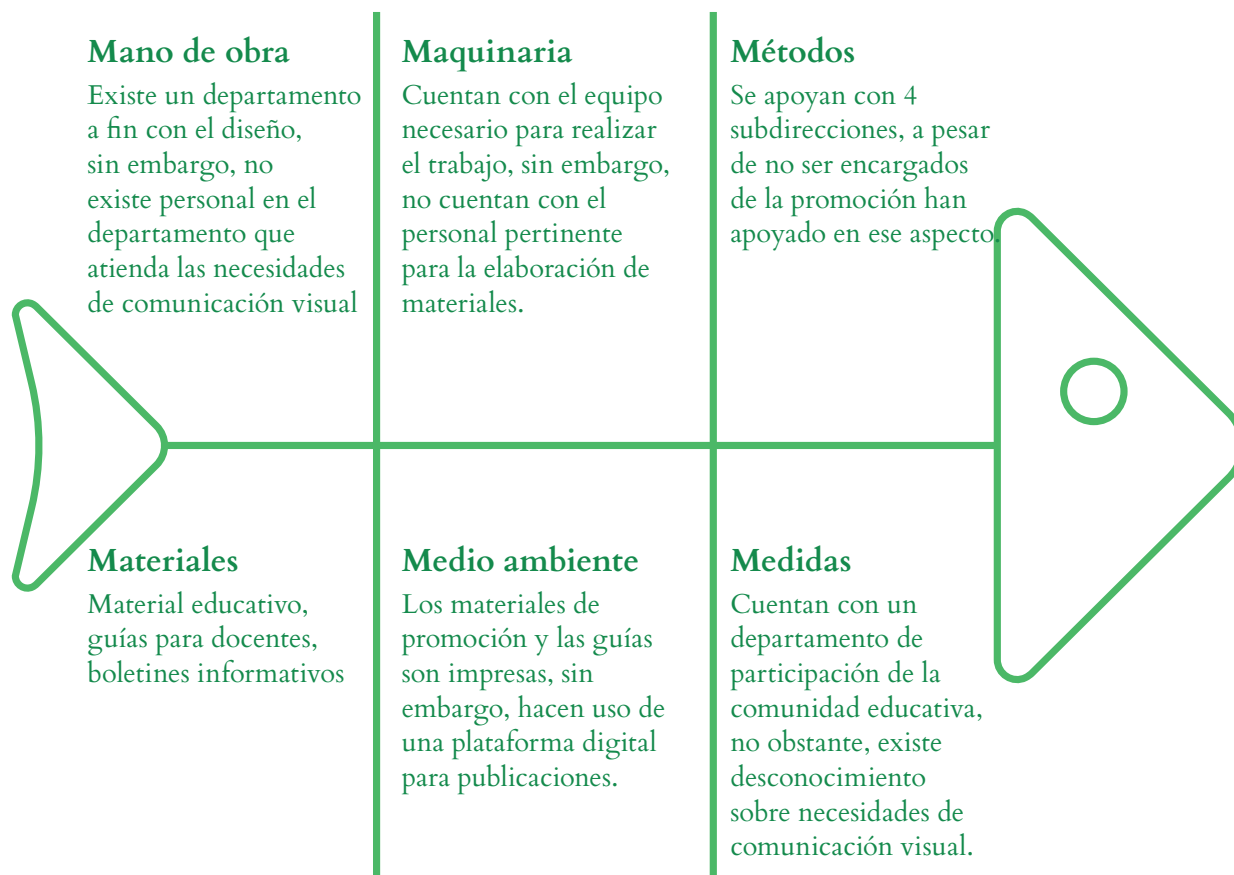
DIGEBI publica al menos 8 libros anuales en el país para diversos idiomas y culturas. Cada uno de ellos posee una Guía para maestros y están destinados al área de Comunicación y Lenguaje. Sin embargo, por falta de presupuesto y personal en el equipo, no han logrado suplir la demanda para todas las comunidades.

No hay validación oficial de cómo reaccionan los padres ante estos planes.

⁴⁹ Mineduc. Búsqueda de establecimientos. Acceso en marzo de 2020. http://www.mineduc.gob.gt/BUSCAESTABLECIMIENTO_GE/



ANEXO 07. DIAGRAMA DE ISHIKAWA



Problema

Línea gráfica inexistente de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural



ANEXO 08. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN PROFESIONALES DEL DISEÑO

Validación Profesionales del Diseño

En la siguiente encuesta se encuentran 7 parámetros distintos que se utilizarán para evaluar las propuestas del nivel de visualización no. 2 del proyecto de graduación "Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala" del estudiante Jesus Alberto Pirir Raxón de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

Gracias por tu tiempo, será de gran ayuda para mejorar mi proyecto :)

***Obligatorio**

¿La línea gráfica refuerza el concepto creativo? Concepto: "Heraldo renacido" *

- ☐ Excelente
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ No muy bueno
- ☐ Deficiente

¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Los elementos dentro de las composiciones son los necesarios? *

- ☐ Excelente
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ No muy bueno
- ☐ Deficiente

¿Por qué? *

Tu respuesta



Anexos

¿Considera que la línea gráfica es versátil para su adaptación a distintas piezas? *

- ☐ Excelente
☐ Bueno
☐ Regular
☐ No muy bueno
☐ Deficiente

¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Existe armonía en la composición de las piezas? *

- ☐ Excelente
☐ Bueno
☐ Regular
☐ No muy bueno
☐ Deficiente

¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Considera que la elección tipográfica refuerza el concepto creativo? *

- ☐ Excelente
☐ Bueno
☐ Regular
☐ No muy bueno
☐ Deficiente



¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Considera que los elementos que conforman las piezas gráficas permiten identificar una jerarquía visual? *

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Regular

☐ No muy bueno

☐ Deficiente

¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Considera que existe simplicidad y armonía en la línea gráfica? *

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Regular

☐ No muy bueno

☐ Deficiente

¿Por qué? *

Tu respuesta

Observaciones o comentarios:

Tu respuesta



Anexos

ANEXO 09. FOTOGRAFÍAS DE VALIDACIONES





ANEXO 10. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN CLIENTE

Validación proyecto DIGEBI

En la siguiente encuesta se encuentran 6 parámetros distintos que se utilizarán para evaluar las propuestas del nivel de visualización no. 3 del proyecto de graduación "Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala" del estudiante Jesus Alberto Pirir Raxón de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico

Gracias por su tiempo, será de gran ayuda para mi proyecto.

***Obligatorio**

¿El diseño evidencia la esencia de la Dirección? *

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Regular

☐ No muy bueno

☐ Deficiente

¿La gráfica expone la causa de la Dirección? *

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Regular

☐ No muy bueno

☐ Deficiente

¿Considera que la gráfica respeta los valores de la DIGEBI? *

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Regular

☐ No muy bueno

☐ Deficiente



Anexos

☐ No muy bueno
☐ Deficiente

¿Para usted que refleja la gráfica? ¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Considera que existe armonía en la línea gráfica? *

☐ Excelente
☐ Bueno
☐ Regular
☐ No muy bueno
☐ Deficiente

¿Los colores utilizados proyectan la identidad de la Dirección? *

☐ Excelente
☐ Bueno
☐ Regular
☐ No muy bueno
☐ Deficiente

Comentarios acerca del proyecto.

Tu respuesta

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.
Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios



ANEXO 11. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

Validación proyecto DIGEBI

En la siguiente encuesta se encuentran 6 parámetros distintos que se utilizarán para evaluar las propuestas del nivel de visualización no. 3 del proyecto de graduación "Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala" del estudiante Jesus Alberto Pirir Raxón de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico

Gracias por su tiempo, será de gran ayuda para mi proyecto.

***Obligatorio**

En la imagen se enumeran áreas de texto, ¿Existe alguna parte que se le dificulte leer? Señálelo *



☐ Área 1
☐ Área 2
☐ Área 3
☐ Ninguna

¿Considera que existe armonía en las piezas? *

Tu respuesta _____

¿Cómo describiría el material? *

☐ Educativo



Anexos

Tu respuesta

¿Cómo describiría el material? *

☐ Educativo

☐ Publicitario

☐ Cultural

El material presentado le resulta: *

☐ Simple

☐ Moderno

☐ Informal

¿Reconoce a la institución de la que se está hablando? Mencionela. *

Tu respuesta

¿Considera importante actualizar la identidad gráfica de instituciones como la DIGEBI? Si, No, ¿Por qué? *

Tu respuesta

Comentario acerca del proyecto.

Tu respuesta

Enviar

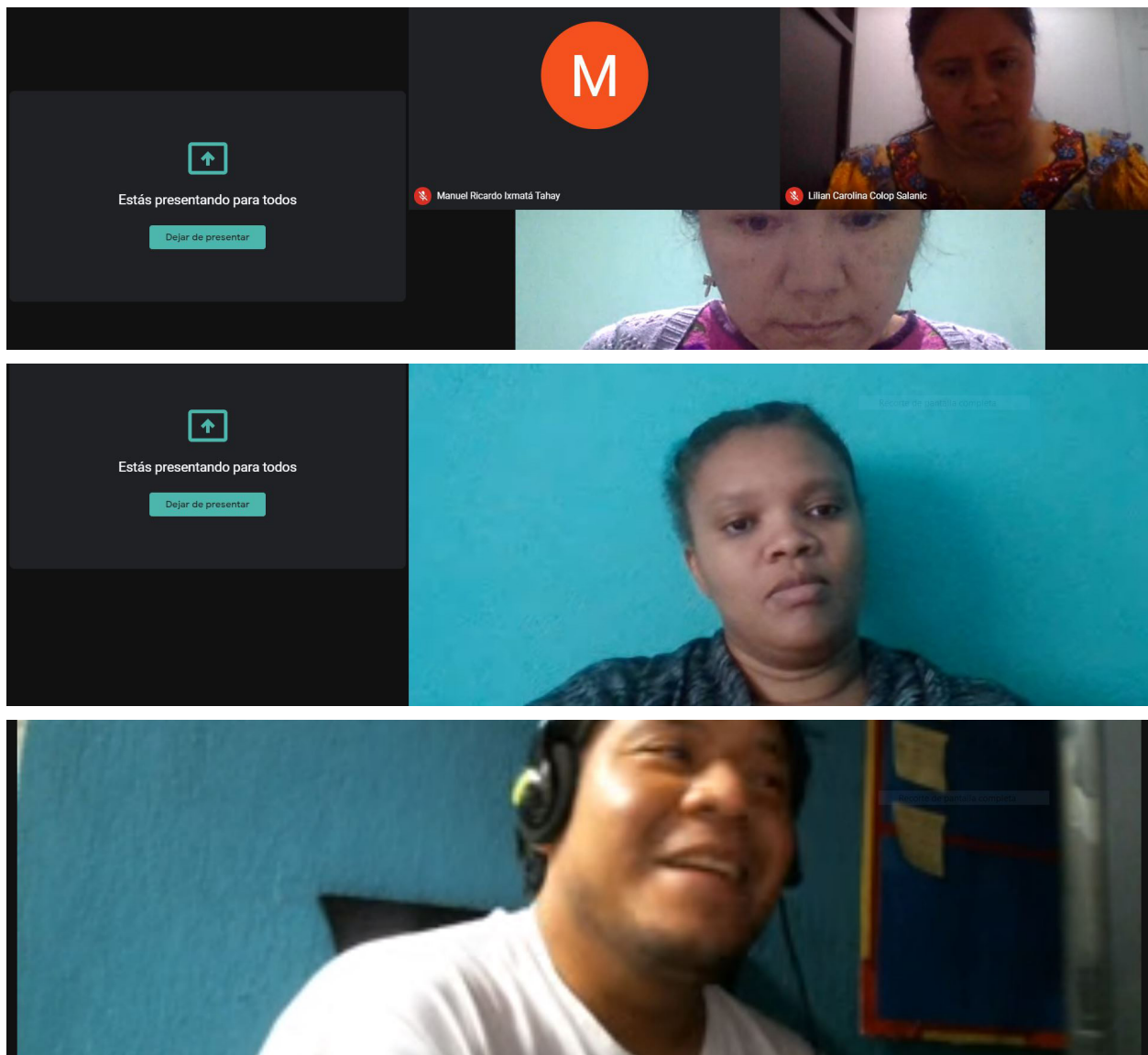
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

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

Google Formularios



ANEXO 12. FOTOGRAFÍAS DE VALIDACIONES



Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 14 de febrero de 2025

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

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación: **"Diseño De Identidad Visual y Manual De Marca Para Lograr Un Mejor Posicionamiento Institucional De La Dirección General De Educación Bilingüe Intercultural Del Ministerio De Educación De Guatemala"** del estudiante **Jesús Alberto Pirir Raxón**, quien se identifica con **carné 201500985**, de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala al conferírsele el título de **Diseñador Gráfico** en el grado académico de licenciatura.

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

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente,



Lilian Patricia Guzmán Ramírez
LICIDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramírez
Licenciada en Letras
Colegiada 7596

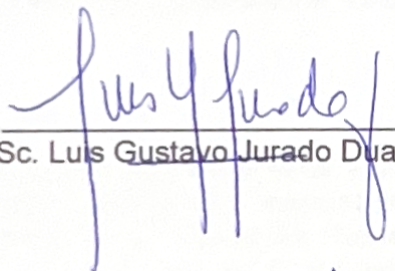
**“Diseño de identidad visual y manual de marca para lograr un mejor
posicionamiento institucional de la Dirección General de Educación Bilingüe
Intercultural del Ministerio de Educación de Guatemala”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Jesús Alberto Pirir Raxón

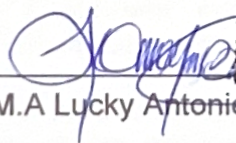
Asesorado por:



MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte



M.A Ana Carolina Aguilar Castro de Flores



M.A Lucky Antonietti



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